



ประกันรายย่อยเดือด ทุกค่ายกัดฟันหันเบียด

ในปีที่ผ่านมา ธุรกิจประกันวินาศภัยเติบโตในอัตราชะลอตัวค่อนข้างมากเป็นประวัติการณ์ ทำให้ภาพรวมของเบี้ยประกันรับตรงรวมโตต่ำกว่า 2% เรียกได้ว่าเป็นจุดต่ำสุดในรอบ 10 ปี ทำให้การบริหารจัดการกำไรจากการรับประกันภัยเป็นโจทย์ที่ยากมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะแทบทุกแห่งต้องงดกลยุทธ์ความจำเป็นในการตัดราคา ลด แลก แจก แถม เพื่อแย่งชิงลูกค้ากันเองและรักษาฐานลูกค้าเดิมให้คงอยู่

ปีนี้ในขณะที่หลายภาคส่วนคาดหวังการเจริญเติบโตทางอ้อมจากงานรับประกันภัยจากโครงการลงทุนพื้นฐานภาครัฐ (เมกะโปรเจกต์) แต่ในความเป็นจริง งานโครงการใหญ่ระดับนี้อานิสงส์จะตกอยู่กับบริษัทประกันภัยรายใหญ่เพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น บริษัทขนาดกลาง-เล็กก็เกินครึ่งธุรกิจไม่อาจฝ่าหนทางทำกินจากโครงการนี้กันเป็นแถว

ดังนั้น งานรับประกันภัยลูกค้ารายย่อย จะถูกโฟกัสความน่าสนใจเพิ่มขึ้นสำหรับสมรภูมิประกันภัยในปีนี้ ซึ่งไม่เฉพาะแต่รายใหญ่เท่านั้นที่แย่งชิงในงานทุกกลุ่มอยู่แล้ว แต่เมื่อมีการปลุกเร้ากระแสตลาดประกันภัยรายย่อยให้หนักหน่วงขึ้นมาอีก เพื่อความอยู่รอดของภาคธุรกิจทุกระดับชั้น ย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าการแข่งขันในปีนี้จะยิ่งเพิ่มเติกรความร้อนแรงเป็นทวีคูณ

เฉพาะอย่างยิ่งตลาดประกันภัยรถยนต์ที่ปีนี้จะไม่แย่งกว่าปีก่อน เพราะแนวโน้มยอดขายรถยนต์ใหม่จะปรับลดลงเหลือแค่ 7.2 แสนคัน จากเดิม 8 แสนคัน ทั้งปัญหาโครงสร้างภาษีสรรพสามิต หนี้ครัวเรือนและภัยแล้ง กระทบต่อกำลังซื้อขาดเงิน แม้โครงการรถยนต์คันแรกเมื่อปี 2555 เริ่มใกล้ทยอยสิ้นสุดมาตรการ แต่ถ้าภาวะเศรษฐกิจยังบักโกรกต่อเนื่องเช่นนี้ น่าจะเป็นการยากที่จะเห็นยอดขายรถใหม่เข้าสู่ระบบ ทำให้ธุรกิจประกันภัยรถยนต์ที่เริ่มมี

สัดส่วนงานรับประกันภัยรถยนต์ลดเหลือไม่ถึง 60% ต้องลำบากไปเร่งปรับตัวในเซ็กเมนต์อื่นๆ ที่เหลือทดแทน ซึ่งโฟกัสไม่พ้นกลุ่มตลาดรายย่อยนั่นเอง

นายอภิสิทธิ์ อนันตนาถรัตน์ ผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท กรุงเทพประกันภัย กล่าวว่าปีนี้จะเน้นตลาดรายย่อยเพิ่มขึ้นในทุกเซ็กเมนต์ หรือช่องทางจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่ผู้บริโภคกำลังซื้อลดลง ทำให้การแข่งขันด้านราคาเบียด เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ บริษัทจะมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพที่จะทำกำไรได้ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการทำงานและสถานะทางการเงินของบริษัท

แผนงานการตลาดรายย่อยในปีนี้จะเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ประกันภัยรถยนต์โครงการ BKI Telematics อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย โดย Telematics จะช่วยให้ลูกค้าได้รับทราบถึงพฤติกรรมการขับขี่ เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ และลูกค้าที่มีพฤติกรรมขับขี่ดี จะได้รับส่วนลดค่าเบี้ยประกัน ออกกรมธรรม์รถยนต์เบียดประกัน Single Rate ในราคาที่แข่งขันกับตลาดได้สำหรับรถบางรุ่นที่ยังมีอัตราความเสียหายต่ำ เช่น รถกลุ่ม SUV, ปรับปรุงกรมธรรม์ประกันรถยนต์ 2+ ให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นโดยเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนทุนประกันได้ตามความต้องการ ทุนประกันถูกเบียดยอมลดลง

นอกจากนี้ ยังกำหนดอัตราเบียดรถยนต์ที่แตกต่างกันตามแต่ละพื้นที่ของประเทศ เนื่องจากมีพฤติกรรมความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุที่แตกต่างกัน รวมทั้งอัตราค่าแรงและค่าซ่อมยังต่างกันด้วย รวมทั้งมุ่งขยายตลาดในพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อรองรับปริมาณการค้าและธุรกิจที่ขยายตัวจากการเปิด AEC โดยปีนี้เปิด

สาขาเพิ่มไปแล้วที่จันทบุรี สุรินทร์และชุมพร

นายชินฉิม มิกิ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท โตเกียวมารีนประกันภัย (ประเทศไทย) กล่าวว่าช่วง 2 เดือนแรกปีนี้ (ม.ค.-ก.พ.) มีเบี้ยประกันภัยรวม 1,329 ล้านบาท ลดลง 5.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งบริษัทมีแผนขยายธุรกิจ สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เพื่อรองรับการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครอบคลุม ถือเป็นหนึ่งในแผนการสร้างความมั่นคงในการทำธุรกิจ

ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา บริษัทมีเบี้ยรวม 7,648 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.1% โดยมีกำไรสุทธิ 584 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40.3% ภายใต้ภาพรวมของตลาดประกันภัยในประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบอย่างจากยอดขายของตลาดรถยนต์ที่ลดลงต่อเนื่อง ทำให้บริษัทต้องปรับแผนธุรกิจ โดยขยายช่องทางจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางการตลาดและเพื่อให้สามารถผ่านพ้นวิกฤตจากเหตุการณ์นี้ไปได้

ส่วนของผลการดำเนินงานประกันวินาศภัยในกลุ่มธุรกิจประเภทโครงสร้างพื้นฐานที่บริษัทร่วมมือกับบริษัทนายหน้าประกันภัยที่มีความเชี่ยวชาญระดับสากลและด้วยระดับความน่าเชื่อถือเครดิตเรตติ้งระดับ A- ที่ได้รับการจัดอันดับ จาก S&P ซึ่งถือเป็นระดับความน่าเชื่อถือสูงสุดสำหรับบริษัทที่ทำธุรกิจในประเทศไทย ส่งผลให้บริษัทมียอดเบี้ยประกันรับรวมมูลค่า 100 ล้านบาทในปีที่ผ่านมา



usw. ดอกเบียร์ธุรกิจ วันที่ 11-17 เม.ย. 59 หน้า 7

ประกันในไทย โดยผู้เข้าร่วมโครงการ จะได้รับการอบรมทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติจากวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานขายในหลักสูตรเข้มข้นระยะเวลารวมทั้งสิ้น 8 เดือน ซึ่งปีนี้บริษัทมีแผนรับตัวแทนจากทั่วประเทศ เพื่อเข้าร่วมโครงการอย่างน้อย 100 คน เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาศักยภาพของตัวแทนให้เป็นมืออาชีพเพิ่มขึ้น

นายมาร์ติน รูแอค กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท แอควาประกันภัย กล่าวถึงแผนงานในปีนี้จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายย่อยมากขึ้น ด้วยการนำเสนอประกันภัยรูปแบบไลฟ์สไตล์ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม หวังสร้าง

ความพึงพอใจและตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า

ผลประกอบการในปีที่ผ่านมา มีเบี้ยรวม 3,491 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.5% ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมประกันภัย 4 เท่า มีกำไรสุทธิรวม 121.7 ล้านบาท โดยผลิตภัณฑ์กลุ่มประกันภัยสุขภาพเติบโตสูงสุด 60% จนก้าวขึ้นเป็นอันดับ 4 ในตลาดประกันภัยสุขภาพ ในขณะที่ช่องทางธุรกิจออนไลน์เติบโต 55%

นายศิริลักษณ์ เมืองศรี กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามชีวิตประกันภัย กล่าวว่าปีนี้จะเน้นขยายตลาดประกันภัย ประกันภัยอุบัติเหตุนักเรียน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทและเป็นอันดับ 1 ในตลาดกลุ่มนี้ โดยคาดว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้น 15% พร้อมรุกตลาดประกันภัยรายย่อยด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ลูกค้าทุกช่วงอายุ ตั้งเป้าหมายเบี้ยรวมสิ้นปีนี้ที่ 1,200 ล้านบาท เติบโต 20% มาจากเบี้ยประกันอุบัติเหตุ 700 ล้านบาท เบี้ยรถยนต์ 300 ล้านบาท อีก 200 ล้านบาทเป็นเบี้ยประกันภัยเบ็ดเตล็ดและประกันภัยทรัพย์สิน รวมถึงการรับประกันภัยต่อ ●