



INSURANCE / BANGKOK INSURANCE

BKI's growth has skyrocketed from 26 million to 16 billion baht in premiums thanks to customer-centric vision and openness to change By **Chatchai Thanachindaert**

Bangkok Insurance Plc gears up to mark its 72nd anniversary

Bangkok Insurance Plc (BKI) has become one of the most recognisable brands in the Thai insurance sector.

Looking back on its growth, Chai Sophonpanich, executive and adviser to BKI and chairman of Bangkok Insurance Foundation, attributed the company's successes to a mix of "changed and unchanged strategies".

In its early days, BKI wrote only 26 million baht in premiums. That number has now soared to 16 billion baht, proof that business is booming.

Yet, the company has managed to maintain its original philosophy which was laid out by company founder Chin Sophonpanich which is to treat customers and employees as "benefactors".

The only changes seen have been in certain policies and business plans which had to be done to keep the company abreast with emerging trends and demands in the insurance industry. The firm has to continuously figure out how to best meet demands to overcome challenges.



All of BKI's strategies are centred on exceeding expectations of customers.

The company has made it a priority to do its best to serve customers, said Mr Chai, who is now 76.

However, there has been one major change since the company's founding in 1947 its focus on core insurance services. BKI, in the eyes of Mr Chai, has gone through a tremendous change, especially in its customer base, from when he joined the firm on his first day at the age of 26.

Many motorists hail BKI as one of the best car insurance companies in Thailand. In the past, the company was better known solely as a provider of fire insurance.

"We need to move in tandem with changes in economic conditions," Mr Chai said, noting that 60% of the company's business now involves car insurance.

The company's workforce has also grown. In 1968, there were only 70 BKI staff members. Now the headcount is pushing 1,500.

The employees are more versatile, too. Previously, employees specialised in a specific insurance field but now they must possess knowledge of all types of insurance, from fire and vehicle to sea transport protection.

This well-rounded capability has been a prime reason that BKI has drawn in new and



retained old customers. Insurance policies can now be processed quickly via a single employee, Mr Chai said.

"We want to build impressive services with high-quality employees," he added.

The company never stops learning from experience which is often brought on by downturns in the economy.

Some of the worst periods experienced by the company came from the Tom Yum Goong financial meltdown of 1997 and the flooding crisis of 2011. Both crises put BKI's resilience to the test and the company emerged stronger as it learned how to solve problems and sustain its business, Mr Chai said. Even the Boxing Day tsunami disaster which struck key tourist provinces in the Andaman Sea in 2004 was a good lesson as the company's work directly involves risks and damages.

Mr Chai said the BKI needs to stay alert to uncertainties in the future and keep up with the rapid changes in technologies.

Devising a long-term plan may not be enough in today's society, he said. BKI needs to be quick to adapt itself while at the same time remaining flexible in its response to changes in the future at the same time.

It is this aptness to make adjustments which propels BKI forward to satisfy customers.



ประกันภัย / กรุงเทพประกันภัย

ประสบการณ์ทำให้เกิดการเรียนรู้การทำธุรกิจมากขึ้น เรื่อง **คิธรชัย ธนจินดาเลิศ**

พร้อมรับทุกความเปลี่ยนแปลง



บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นอีกหนึ่งธุรกิจหลักของ “ตระกูลโสภณพนิช” ก่อตั้งโดย ชิน โสภณพนิช ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2490 ภายใต้ชื่อ บริษัท เอเชียพาณิชย์ประกันสรรพภัย ต่อมาในปี 2507 จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท กรุงเทพประกันภัย

การดำเนินงานกิจการของบริษัทตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเติบโตก้าวหน้าขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะก้าวเข้าสู่ปีที่ 72 ในปี 2562 ปัจจุบันอยู่ภายใต้การดูแลของ ชัย โสภณพนิช บุตรชายวัย 76 ปี ของ ชิน โสภณพนิช ในตำแหน่งที่ปรึกษาด้านกิจการต่างประเทศ และประธานกรรมการ มูลนิธิกรุงเทพประกันภัย

ชัย เริ่มเข้ามาทำงานที่กรุงเทพประกันภัย เมื่ออายุ 26 ปี หรือเมื่อปี 2511 สมัยนั้นมีพนักงานอยู่ประมาณ 70 คน และมีเบี้ยประกันภัยรับ 27 ล้านบาท แต่ปัจจุบันธุรกิจขยายตัวต่อเนื่อง มีพนักงานเพิ่มขึ้นอยู่ที่ประมาณ 1,500 คน และเมื่อสิ้นปี 2560 บริษัทก็สามารถมีเบี้ยประกันภัยรับถึง 1.6 หมื่นล้านบาท

ขณะเดียวกันก็ได้นำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อปี 2521 และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อปี 2536

ตลอดระยะเวลา 71 ปีที่ผ่านมา ชัยบอกว่ารูปแบบการรับประกันภัยของบริษัทไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลงอะไรมากนัก เพียงแต่ประเภทงานรับประกันที่มีการเปลี่ยนสัดส่วนไปตามภาวะเศรษฐกิจ เช่นในอดีต งานรับประกันส่วนใหญ่ของบริษัทจะเป็นประกันอัคคีภัย แต่ปัจจุบันสัดส่วนงานประกันอัคคีภัยลดลง และประมาณร้อยละ 60 เป็นประกันภัยรถยนต์

นอกจากนี้ ช่องทางการขายในปัจจุบันก็มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเขายกตัวอย่างว่า สมัยก่อนเวลาบริษัทจะขายประกัน จะแยกฝ่ายขายไปตาม



Chai Sophonpanich
ชัย โสภณพนิช

สินค้า เช่น ฝ่ายประกันอัคคีภัย ฝ่ายประกันภัยขนส่งทางทะเล และฝ่ายประกันภัยรถยนต์ แต่หลังจากเกิดเหตุการณ์วิกฤติต้มยำกุ้งเมื่อปี 2540 ตลาดซบเซาลง งานไม่ค่อยมี บริษัทจึงถือโอกาสปรับโครงสร้างฝ่ายขายใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพพนักงานให้มากขึ้น พนักงานฝ่ายขายต้องรู้และเข้าใจสินค้าประกันทุกประเภท มีช่องทางขายผ่านบริษัทนายหน้า ผ่านตัวแทน ผ่านรูปแบบขายตรง และผ่านสถาบันการเงิน ซึ่งก็ได้ผลตอบรับที่ดี ตัวพนักงานมีศักยภาพมากขึ้น ลูกค้าชอบ เพราะพนักงานไปหาลูกค้าแค่คนเดียวก็ขายสินค้าได้หมด

ทายาทโสภณพนิช เล่าถึงหัวใจสำคัญที่ทำให้กรุงเทพประกันภัยอยู่มาได้มายาวจนถึงทุกวันนี้ว่า เพราะบริษัทยึดหลักปรัชญาการทำงานของคุณท้อ ชิน โสภณพนิช ผู้ก่อตั้งบริษัท ที่ว่า "ลูกค้าและพนักงานล้วนเป็นผู้มีบุญคุณต่อเรา เพราะมาอุดหนุน



และช่วยประกอบกิจการ จึงต้องบริการลูกค้าอย่างดีที่สุด และดูแลพนักงานอย่างดีที่สุดเช่นกัน"

นอกจากนั้น บริษัทมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนให้พนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน นั่นคือ "กรุงเทพประกันภัย มุ่งเป็นที่สุดในโลกค้า" ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าและบริการที่หลากหลายตรงใจลูกค้า การตอบสนองที่ฉับไว สร้างความประทับใจในการบริการ มีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความรู้รอบด้านประกันภัย และสิ่งสำคัญคือการดำรงไว้ซึ่งองค์กรคุณธรรม

ปรัชญาในการทำงานตามที่ชัยบอก ทำให้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายครั้งใหญ่จากวิกฤติต้มยำกุ้ง เมื่อปี 2540 มหันตภัยสินไหม ปี 2547 และมหาอุทกภัยครั้งใหญ่สุดในปี 2554 ได้ทำให้บริษัทมีโอกาสศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์เหล่านั้น แล้วนำมาพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้

"สิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้น ก็ไม่ได้หมายความว่ามันจะไม่เกิดขึ้น" ชัย ระบุ

สถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบันนี้ แน่แน่นอนว่าเป็นสิ่งที่กรุงเทพประกันภัยต้องปรับตัว เพื่อให้ทันต่อโลกที่

เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เขาเล่าว่า บริษัทมองหา รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อนำมาปรับใช้ให้ธุรกิจเติบโตต่อไปได้ แม้จะอยู่ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงก็ตาม

ชัย ย้ำว่า ธุรกิจที่ปรับตัว คือธุรกิจที่อยู่รอด การวางแผนระยะยาว อาจใช้ไม่ได้กับโลกปัจจุบัน ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ หรือแผนงานที่มีความรวดเร็ว ยืดหยุ่น รองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงถือเป็นความจำเป็นและท้าทายอย่างยิ่งขององค์กร