



‘กรุงเทพ’ชूरถยณต์โกยกำไร

■ ครึ่งหลังขยายเพื่อนบ้าน‘เขมร-ลาว’

ปีนี้สถานการณ์บริษัทประกันภัยเริ่มฟื้นไข้จากน้ำท่วมใหญ่เมื่อปี 2554 หลายบริษัทเริ่มกลับมาทำกำไร โดยเฉพาะกำไรจากการรับประกัน ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ ขาใหญ่อย่าง “กรุงเทพประกันภัย” หลังจากกำไรส่วนนี้หดหายไป 2 ปี โดย “พนัส ธีรวัณษย์กุล” กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) บอกว่า เริ่มกลับมาเป็นปกติเหมือนเมื่อก่อนเกิดน้ำท่วมใหญ่แล้ว



● **พนัส ธีรวัณษย์กุล**
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่
บมจ. กรุงเทพประกันภัย

“รถยณต์” ตัวนำตั้งกำไรรับประกัน คาดทั้งปีฟัน 400 ล้าน

“ครึ่งปีแรกปีนี้ (มกราคม-มิถุนายน 2556) เรามีกำไรจากการรับประกันถึง 736 ล้านบาท เมื่อหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแล้วเป็นกำไรสุทธิจากการรับประกัน 259 ล้านบาท ขณะที่อัตราค่าสินไหมทดแทน หรือลอสเรโซ (Loss Ratio) โดยรวมอยู่ที่ 59% ถือเป็นปีแรกที่เรากลับมามีกำไรจากการรับประกันเหมือนเมื่อก่อนน้ำท่วม”

“พนัส” กล่าวว่า น้ำท่วมทำให้ขาดทุนจากการรับประกันไป 2 ปี (2554-2555) รวม 3,300 ล้านบาท แต่เมื่อเคลียร์สินไหมไปแล้ว จึงกลับมาทำกำไร และมั่นใจว่าสิ้นปีนี้จะไม่ขาดทุนอีก คาดว่าทั้งปีมีกำไรจากการรับประกันสุทธิประมาณ 400 ล้านบาท อยู่ในระนาบเดียวกับปีก่อนน้ำท่วมโดยที่สินไหมน้ำท่วมทั้งหมดอยู่ที่ 37,000 ล้านบาท แต่เป็นส่วนประกันต่อ 31,000 ล้านบาท ดังนั้นเหลือความเสียหายจริงที่ต้องจ่ายแค่ 6,000 ล้านบาทซึ่งจ่ายสินไหมไปแล้ว 85% ของยอดทั้งหมด

อย่างไรก็ดี การประกันภัยรถยณต์เป็นตัวนำที่ทำให้บริษัทกลับมาทำกำไรจากการรับประกัน เน้นกลยุทธ์บริการหลังการขายสร้างความพึงพอใจลูกค้า และการบริหารจัดการสินไหมที่ดี ไม่แข่งขันด้านราคาเบี้ยประกันกับตลาด ซึ่ง 3-4 ปีที่นำกลยุทธ์



นี้มาใช้ทำให้ประกันภัยรถยนต์ของบริษัทเติบโตเป็นตัวเลข 2 หลักมาตลอด และมีกำไรจากการรับประกันด้วย

“ตลอด 2 ปีเราไม่ได้ปรับราคาเบี้ยประกันรถยนต์ขึ้นเลย โดยปรับครั้งแรกหลังน้ำท่วม แม้ประกันอัคคีภัยจะทำกำไรดี แต่ก็ยังมีเรื่องของสินไหมน้ำท่วมอยู่ โดยสัดส่วนกำไรจากการรับประกันมาจากประกันรถยนต์มากที่สุดถึง 45% รองลงมาเป็นประกันสรรพภัย หรือ IAR 35% เหตุที่ประกัน IAR ทำกำไรได้ดี มาจากหลังน้ำท่วมราคาเบี้ยในตลาดนี้ปรับเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการเองก็มีการตื่นตัวป้องกันภัยกันมากขึ้นทำให้ลดความเสี่ยงลงไปได้มาก”

สำหรับผลประกอบการครึ่งปีแรก บริษัทมีเบี้ยรับรวม 7,816.4 ล้านบาท เติบโต 27% มีกำไรสุทธิ 916 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 231% โดยมีเบี้ยประกันภัยรถยนต์ 3,301 ล้านบาท เติบโต 41% ลอสเรโซ 60%, ประกันอัคคีภัย 943 ล้านบาท เติบโต 21% ลอสเรโซ 74%, ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง (มารีน) แบ่งเป็นตัวเรือ 26 ล้านบาท ลดลง 21% ลอสเรโซสูงถึง 167% ขณะที่ประกันสินค้า หรือคาร์โก้ มีเบี้ย 180 ล้านบาท เติบโต 2% ลอสเรโซ 40% ส่วนประกันภัยรายย่อย คือ ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล (พีเอ) และประกันสุขภาพ มีเบี้ย 695 ล้านบาท เติบโตลดลง 1% แต่ลอสเรโซดีมากแค่ 38% โดยที่ประกันภัยเบ็ดเตล็ดรวมประกัน IAR มีเบี้ย 2,672 ล้านบาท เติบโต 26% ลอสเรโซ 65%

ครึ่งหลังผู้ประกอบการรอกนำต่อเนื่อง บุกเบิกร-ลาว/ชายพ่านเบงก

“พนัส” กล่าวว่า สำหรับครึ่งปีหลังยังคงเน้นการประกันภัยรถยนต์เป็นตัวนำ ซึ่งบริษัทกำลังประเมินอยู่ว่าจะปรับขึ้นเบี้ยหรือไม่ เพราะ 6 เดือนแรกปีนี้ลอสเรโซมีสิทธิ์แตะ 60% อีกทั้งค่าซ่อม ค่าอะไหล่ ค่าแรงที่เพิ่มขึ้น ขณะที่อุษอมเองมีปัญหาปริมาณไม่เพียงพอจากปีก่อนมีรถใหม่เข้าสู่ระบบเยอะจากนโยบายรถคันแรก โดยบริษัทกำลังเพิ่มจำนวนอยู่เป็น 500 คัน

นอกจากนี้ ยังเตรียมขยายตลาดประกันภัยรถยนต์ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ กัมพูชา และลาวภายในปลายปีนี้ โดยจะเน้นจุดขายที่การซ่อมสามารถนำรถมาซ่อมในไทยได้ซึ่งในกัมพูชามีบริษัทร่วมทุนในนาม Asia Insurance (Cambodia) โดยถือหุ้นอยู่ 22.92% ส่วนในลาว มีบริษัทร่วมทุนในนามพีซีทีเอเซียอินชัวรันส์ และอีกส่วนจะมาจากการขายประกันผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ ซึ่งเริ่มวางประกันภัยรถยนต์ขายมาตั้งแต่ปลายปีที่ที่ผ่านมา ผลตอบรับดีปีนี้จึงจะขยายเต็มที่

เบงก-เทลา-สาขาดันรายย่อยโต สิ้นปีเบี้ยเข้าเป้า 15,300 ล้านบาท

“พนัส” กล่าวว่า นอกจากนี้ยังคงเน้นการขยายตลาดรายย่อยซึ่งปัจจุบันในแง่จำนวนราย 80% เป็นรายย่อย แต่ในแง่ของเบี้ยสัดส่วนยังอยู่ที่ 40% โดยมาจาก 3 ส่วนใหญ่ ได้แก่ การขายประกันผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพ โดยครึ่งปีแรกทำเบี้ยได้ 750 ล้านบาท คาดว่าสิ้นปีจะทำได้ 800-850 ล้านบาท อีกส่วนมาจากการขายประกันผ่านโทรศัพท์ หรือเทเลมาร์เก็ตติ้ง ซึ่งกำลังเริ่มอึดตัวต้องหาฐานข้อมูลใหม่เพิ่มน่าจะทำได้ 1,500-1,600 ล้านบาท และอีกส่วนมาจากการสาขาสินค้า ซึ่งปัจจุบันเป็นสาขาคู่แข่งแบบทั้งหมด 32 สาขา หลังจากปรับนโยบายพัฒนาคุณภาพบุคลากร และระบบไอที ทำผลงานเติบโตได้ดีกว่าสำนักงานใหญ่ โดย 6 เดือนแรกปีนี้เติบโต 38% ขณะที่ช่วง 3 ปีมานี้เติบโตเป็นเลข 2 หลักมาตลอด โดยสัดส่วนเบี้ยจากสาขาโตเพิ่ม 1% ทุกปี มาอยู่ 18% ในปีที่ผ่านมา และยังมีศูนย์บริการแคร์สเดชั่นในห้างสรรพสินค้าอีก 30 แห่งที่เข้าถึงไลฟ์สไตล์ลูกค้าได้มากขึ้นด้วย

พร้อมกันนี้บริษัทยังปรับการบริหารจัดการความเสี่ยงจากภัยสะสม โดยควบคุมภัยสะสมตามโซนที่แบ่งเป็น 20 โซนเพื่อบริหารจัดการด้านรับประกัน และการประกันต่อได้ดีขึ้น

“ครึ่งปีแรกผลงานเบี้ยของเราเติบโตเกินเป้า แม้ครึ่งปีหลังเศรษฐกิจจะชะลอตัว แต่ก็เชื่อว่าสิ้นปีจะสามารถทำผลงานได้ตามเป้าเบี้ยรวม 15,300 ล้านบาท หรืออาจจะเกินเป้าไปถึง 16,000 ล้านบาทได้”





กรุงเทพฯชูแบงก์-เทเลมาร์เก็ตติงกวาดลูกค้าต่อประกันรถ

กรุงเทพฯประกันภัยเดินทางลุยตลาดรายย่อย ชูแบงก์แอสซิวรันซ์-เทเลมาร์เก็ตติงหว่านลูกค้า ตั้งป้อมกวาดลูกค้าต่ออายุประกันรถ เจาะตลาดกลุ่มเสี่ยงต่ำ-ขับรถดี พร้อมมัจฉาใหม่ขายออนไลน์ตอบโจทย์คุ้มครองรอบด้าน

นายพนัส ธีรวิชัยกุล กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บมจ.กรุงเทพฯประกันภัย เปิดเผยถึงกลยุทธ์ธุรกิจในช่วงครึ่งปีหลังว่า ยังรุกขยายตลาดประกันภัยสำหรับลูกค้ารายย่อยเพิ่มขึ้น ด้วยช่องทางการเข้าถึงลูกค้าโดยตรงผ่านหลากหลายมากขึ้น โดยเน้นการเปิด BKI Care Station เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันมี 30 แห่ง รวมถึงแบงก์แอสซิวรันซ์และเทเลมาร์เก็ตติงที่ยังมีโอกาสเติบโตขึ้นอีกมาก และสาขาในต่างจังหวัดเน้นหัวเมืองใหญ่ที่จะเป็นเส้นทางเชื่อมต่อสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้

กลยุทธ์ของบริษัทคงเน้นตลาดกลุ่มที่มีความเสี่ยงเหมาะสมมากกว่าจะเข้าไปแข่งขันกันง่ายๆ อย่างเดียว โดยเฉพาะในครึ่งปีหลังประกันภัยรถยนต์ ซึ่งเป็นตลาดหลัก คงแข่งขันกันหนักขึ้น เพราะยอดรถใหม่เริ่มชะลอตัวลง ทำให้บริษัทต้องเลือกแข่งในบางตลาด เน้นกลุ่มรถขนาดกลางตั้งแต่ 1,800 ซีซีขึ้นไป ซึ่งมีความเสี่ยงเหมาะสมและไม่เข้าไปแข่งในตลาดรถเล็ก ซึ่งมีสถิติความเสี่ยงสูง มิฉะนั้นจะทำให้อัตราสินไหม (ลอสเรโซ) พุ่งสูงเกิน 60% ได้ หลังจากช่วงครึ่งปีแรกขึ้นมาอยู่ที่ 59% แล้ว

ด้านนายอภิสิทธิ์ อนันตนาถรัตน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ กรุงเทพฯประกันภัยกล่าวว่า เทเลมาร์เก็ตติงจะเป็นช่องทางเติบโตที่สำคัญมากในปีนี้ โดยเฉพาะการโฟกัสประกันภัยรถยนต์มากขึ้น เพื่อจับตลาดลูกค้าที่ต้องการต่ออายุกรมธรรม์หลังจากปีที่แล้วมียอดรถใหม่ออกมาเยอะมากกว่า 1.4 ล้านคัน แม้บางส่วนจะมีความเสี่ยงสูงเพราะเป็นรถคันแรกที่เพิ่งเริ่มขับ แต่เมื่อผ่านไปแล้ว 1 ปี คนขับก็จะมีประสบการณ์ขับรถที่ดีขึ้น ความเสี่ยงก็จะต่ำลงด้วย

นอกจากนี้ ในครึ่งปีหลัง บริษัทก็จะเน้นกลยุทธ์การปรับราคาที่เหมาะสมกับความเสียงของรถยนต์เข้ามาเสริม โดยจะแยกรถตามยี่ห้อและรุ่นแบบลงลึกรายกลุ่มว่ามีต้นทุนการซ่อมอย่างไร และปรับราคาให้สามารถแข่งขันได้กับแต่ละตลาด เช่น กลุ่มรถกระบะที่ยี่ห้อต่างกัน ก็มีต้นทุนค่าซ่อมต่างกัน ก็ต้องใช้กลยุทธ์ราคาที่แตกต่างกันเข้าไปแข่งขัน เป็นต้น

“เรามองว่าตลาดในครึ่งปีหลังยังไปได้ แต่ต้องจับตลาดให้ถูก ทั้งปีนี้เราก็มีสินค้าเสริมเข้ามาขายเพิ่มขึ้น เช่น Motor Add-on ที่เพิ่มสิทธิประโยชน์ต่อยอดจากประกันรถยนต์ เช่น เงินชดเชยเมื่อไม่สามารถใช้รถได้ และคุ้มครองทรัพย์สินภายในรถจากการโจรกรรม รวมถึงมีแผนจะออกประกันภัยที่คุ้มครองเฉพาะทรัพย์สินในบ้านมาจับตลาดต่อยอดจากประกันอัคคีภัย โดยมองว่าเทเลมาร์เก็ตติงจะเป็นช่องทางที่เติบโตมากที่สุดในการรุกตลาดรายย่อยปีนี้ ตั้งเป้าเบี้ยจากช่องทางนี้ไว้ 2.1 พันล้านบาท เติบโต 40%” นายอภิสิทธิ์กล่าว

ส่วนช่องทางแบงก์แอสซิวรันซ์ นายอภิสิทธิ์กล่าวว่า ยังมีแนวโน้มเติบโตได้ดีจากฐานธุรกิจประกันอุบัติเหตุเป็นหลัก โดยปีนี้ได้เริ่มนำประกันภัยรถยนต์เข้าไปขายผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงเทพแล้ว ครึ่งปีแรกสร้างเบี้ยได้ประมาณ 70-80 ล้านบาท ถือว่าเริ่มต้นได้ดี และครึ่งปีหลังน่าจะขยายตัวได้มากขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่ต่างจังหวัดที่ยังมีโอกาสทำตลาดได้กว้างกว่าพื้นที่กรุงเทพฯ ตั้งเป้าเบี้ยจากช่องทางนี้รวม 850 ล้านบาท เติบโต 20%

ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทมีฐานธุรกิจรายย่อยคิดเป็น 53% จากปีที่แล้วอยู่ที่ 51% ส่วนผลประกอบการครึ่งปีแรก กรุงเทพฯประกันภัยมีเบี้ย 7,816 ล้านบาท เติบโต 26% และมีกำไรสุทธิ 916 ล้านบาท พื้นตัวขึ้นมาอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์ในช่วงก่อนเกิดน้ำท่วมใหญ่แล้ว ขณะที่เป้าหมายทั้งปีคาดว่าจะมีเบี้ย 1.5 หมื่นล้านบาท เติบโต 15.6%