



Interview



กรุงเทพประกันภัย
Bangkok Insurance

BKI ปรับตัวรับสงครามหันเบี้ย เปิดทางสู่ตลาดใหม่ ชู Digital Insurance เป็นอนาคต

กรุงเทพประกันภัยในยุคสงครามหันเบี้ยประกัน ดร. อภิสิทธิ์ เพยวิสัยทัศน์ไม่เข้าร่วมหันราคาเบี้ยเพราะจะซ้ำเติมอุตสาหกรรม แต่เลือกการขยายตลาดใหม่ และก้าวสู่ ดิจิทัล อินซัวรันส์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) หนึ่งในบริษัทประกันชั้นนำ Top 3 ของเมืองไทยที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านของเบี้ยประกันภัยรับ และความสมดุลของพอร์ตประกันภัยที่กระจายอยู่ในแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม ทำให้กรุงเทพประกันภัยเป็นบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่งที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง

ในรอบปีที่ผ่านมา จากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาส่งผลกระทบต่อธุรกิจประกันภัยอย่างมาก ที่เห็นได้ชัดเจนนั่นคือ การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะการตัดราคาเบี้ยประกันภัยเพื่อแย่งชิงฐานลูกค้าอย่างไม่คำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นต่อธุรกิจนั้นทำให้ภาพรวมธุรกิจประกันภัยในปีนี้เป็นที่น่าห่วงอย่างยิ่ง

ข้อมูลที่น่าสนใจระบุว่า เบี้ยประกันภัยหลาย

ประเภท เช่น ประกันภัยทรัพย์สิน และประกันภัยรถยนต์ ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง หลายรายการปรับลดลง 30-40% และบางรายการลดลงต่ำกว่าช่วงเกิดน้ำท่วม เช่น เบี้ยประกันภัยทรัพย์สินประเภทคอนกรีตมีเนียมก่อนเกิดน้ำท่วมอยู่ที่ 0.08-0.09% ภายหลังน้ำท่วม เบี้ยปรับขึ้นมาอยู่ที่ 0.1-0.15% แต่ปัจจุบันเบี้ยประกันภัยดังกล่าวลดลงมาอยู่ที่ 0.022-0.024%

ส่วนในตลาดรถยนต์ ซึ่งเป็นตลาดหลักที่มีส่วนแบ่งกว่า 60% ของเบี้ยประกันภัยรับรวมของอุตสาหกรรมนั้น อุตสาหกรรมโดยรวมยังเชื่อว่าจะเติบโตติดลบ 7-7.5% แต่ตัวเลขครึ่งปีแรก 2559 กลับเติบโตลดลงเพียง 1% ซึ่งเมื่อดูในรายละเอียดจะพบว่า ตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเติบโตติดลบ 16-17% แต่ตลาดรถยนต์ขนาดเล็กเติบโตขึ้น 15%

และรถบรรทุกขนาดใหญ่เติบโตขึ้น 8% ตามแนวโน้มในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ดร.อภิสิทธิ์ อนันตนาถรัตน์ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ผลประกอบการครึ่งปีแรก กรุงเทพประกันภัย เติบโตขึ้น 1% ซึ่งดีกว่าอุตสาหกรรมที่เติบโตเพียง 0.5% ซึ่งเป็นเพราะการแข่งขันของตลาดที่รุนแรงมากขึ้น จนอัตราเบี้ยประกันภัยรับที่เสนอให้ลูกค้าไม่สะท้อนถึงมูลค่าความเสี่ยงภัยที่แท้จริง หรือต่ำกว่ามูลค่าที่ควร

"การแข่งขันที่รุนแรงทำให้การกำหนดเบี้ยประกัน ไม่สะท้อนกับความเสียหายที่แท้จริง ผู้ประกอบการหลายรายยอมหันราคาเบี้ยจนต่ำกว่ามูลค่าความเสี่ยงภัยเพียงเพื่อให้ได้ Market Share



TOP INSURANCE 2016

ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการลดราคาเช่นนี้อาจจะทำให้บริษัทดังกล่าวมีปัญหาในระยะยาว เพราะเมื่อกำหนดเบี้ยต่ำมาก ก็จะต้องไปลดต้นทุนในส่วนอื่น ๆ ซึ่งสุดท้ายคงหนีไม่พ้นการปรับลดคุณภาพในบริการบางอย่าง ซึ่งแน่นอนว่าไม่เป็นผลดีกับลูกค้า ไม่เป็นผลดีกับบริษัทประกัน และไม่เป็นผลดีกับอุตสาหกรรม"

สำหรับการปรับตัวรับการแข่งขันของกรุงเทพประกันภัยนั้น ดร.อภิสิทธิ์ ให้ข้อมูลว่า กรุงเทพประกันภัยในฐานะบริษัทประกันภัยชั้นนำ 1 ใน 3 ของประเทศ คงไม่สามารถใช้กลยุทธ์ลดราคา เพราะจะเป็นการเข้าเติมอุตสาหกรรมโดยรวม จึงต้องจัดทำ Risk Survey อย่างเข้มงวด และเลือกการกำหนดเบี้ยประกันที่สะท้อนความเสี่ยงที่แท้จริง และเลือกเอเจนต์ที่สามารถแข่งขันได้

อีกด้านหนึ่ง กรุงเทพประกันภัยได้ขยายตัวเข้าสู่ตลาดใหม่ เช่น การรับประกันในโครงการเมกะโปรเจกต์ของภาครัฐ และการประกันผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งทั้งสองตลาดมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้ดีในช่วงไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปีนี้ โดยโครงการรัฐนั้นมีการอนุมัติออกมาแล้วประมาณ 3 แสนล้านบาท จึงเป็นโอกาสที่ดีของกรุงเทพประกันภัย ขณะที่ประกันภัยการเกษตร เช่น ประกันนาข้าว ปีนี้มีเบี้ยทั้งระบบรวมกว่า 2,500 ล้านบาท และกรุงเทพประกันภัยรับเบี้ยประกันมาประมาณ 10% แต่กำลังจะขยายจากนาข้าวไปสู่พืชผลอื่น เช่น ข้าวโพด และอ้อย

อีกด้านหนึ่งก็รุกเข้าสู่ตลาดประกันเฉพาะ เช่น ประกันภัยธุรกิจการบิน ประกันภัย ประกันภัยความรับผิดในโครงการก่อสร้าง และประกันภัยความเสี่ยงในวิชาชีพ เป็นต้น นอกจากนี้กรุงเทพประกันภัยยังศึกษาถึงการประกันภัยให้ธุรกิจเช่นประกันภัยสำหรับผู้ส่งออกสินค้าอีกด้วย

"แม้ครึ่งปีแรกจะโตเพียง 1% เมื่อเทียบกับเป้าหมายการเติบโตที่ 13% ในปี 2559 แต่ครึ่งปีหลังบริษัทยังมีเบี้ยประกันรับที่เพิ่มขึ้น และมีโอกาสเติบโตได้ตามเป้าหมาย ทั้งจากการขยายตลาดสู่โครงการภาครัฐและโครงการใหม่ ๆ ขณะที่การพัฒนาบริการใหม่ ๆ เช่น BKI Telematics และ Digital Marketing จะผลักดันการเติบโตในกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่"

BKI Telematics เป็นการนำ IoT มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ โดยติดอุปกรณ์ GPS ในรถยนต์ที่อยู่

กรุงเทพประกันภัย
ยังคงให้ความสำคัญกับ
Digital Marketing สูง
มากโดยกรุงเทพประกัน
ภัยเป็นบริษัทประกันภัย
แห่งแรกที่ขายประกันภัย
ผ่านสมาร์ทโฟน

.....

ในประกันของบริษัท เพื่อเก็บประวัติและพฤติกรรม การขับขี่มาคำนวณส่วนลดเบี้ยประกันสำหรับผู้ที่มี พฤติกรรมขับขี่ที่ดี ซึ่งปัจจุบัน กรุงเทพประกันภัยได้ เริ่มให้คะแนนการขับขี่ และให้ส่วนลดเบี้ยประกันอีก 20% On Top จาก No Claim Bonus สำหรับลูกค้าที่มี พฤติกรรมขับขี่ที่ดี ซึ่ง BKI Telematics จะเป็น ผลิตภัณฑ์หลักที่ช่วยให้บริษัทดูแลลูกค้าได้ใกล้ชิดขึ้น ลูกค้าเองก็ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมขับขี่ให้ปลอดภัย ยิ่งขึ้น จึงเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ส่วนการเข้าสู่ Digital Marketing นั้น ดร.อภิสิทธิ์ กล่าวว่า Digital Marketing เป็นแนวโน้ม ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามพฤติกรรมผู้บริโภค แต่ส่วนใหญ่เกิดขึ้นกับ Consumer Product ส่วนใน ผลิตภัณฑ์ของประกันนั้นต้องใช้เวลาอีกระยะ เห็น ได้จากเบี้ยประกันภัยผ่านช่องทางออนไลน์ที่แม้จะ เติบโต 100% จาก 500 ล้านบาทเป็น 1,000 ล้านบาท แต่ยังไม่มากนักเมื่อเทียบกับเบี้ยประกันภัยรับ ทั้งหมดในตลาดแนวคิดของ Digital Marketing จะ ต้องเข้ามาช่วยลด Operation Expense หรือต้นทุน ในการให้บริการ แต่ปัจจุบันค่าใช้จ่ายสูง ต้นทุนไม่ลด การเติบโตของตลาดจึงเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป

อย่างไรก็ตาม กรุงเทพประกันภัยยังคงให้ ความสำคัญกับ Digital Marketing สูงมาก โดย กรุงเทพประกันภัยเป็นบริษัทประกันภัยแห่งแรก ที่ขายประกันภัยผ่านสมาร์ทโฟน โดยเริ่มให้บริการ ประกันภัยการเดินทาง เนื่องจากเห็นปัญหว่าการ เดินทางไปในบางประเทศ เช่น ยุโรป ทางสถานทูต

จะเรียกหาประกันภัยเดินทางเพื่อประกอบในการยื่น ขอวีซ่า ซึ่งกรุงเทพประกันภัยสามารถซื้อประกันภัย ผ่านสมาร์ทโฟนและเรียกพิมพ์แบบกรมธรรม์ผ่าน อีเมลเพื่อแสดงกับเจ้าหน้าที่ได้ทันที

ปัจจุบันการซื้อประกันผ่านออนไลน์ขยายไปสู่ ประกันหลากหลายประเภท เช่น ประกันอุบัติเหตุ ส่วนบุคคล ประกันภัยทรัพย์สิน และประกันภัย รถยนต์ จึงครอบคลุมประกันภัยเกือบทุกประเภท ที่ลูกค้าต้องการ

นอกเหนือจากการเลือกซื้อประกันแล้ว กรุงเทพ ประกันภัยยังมีบริการผ่านออนไลน์เพื่อรองรับความ ต้องการของลูกค้า เช่น แอปพลิเคชัน BKICare ที่ สามารถใช้แจ้งเพื่อตรวจสอบสภาพรถยนต์ก่อนการทำ ประกัน และใช้แจ้งเคลมประกันได้ในแอปฯ เดียวกัน ซึ่งนอกเหนือจากการแจ้งผ่านแอปพลิเคชันแล้ว ปัจจุบันยังเปิดให้แจ้งผ่าน Line ได้อีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งข้อมูลในการแจ้งนี้จะมาพร้อมการระบุพิกัด ทำให้ เจ้าหน้าที่เดินทางเข้าให้บริการได้ดีขึ้น

นอกจากนี้ กรุงเทพประกันภัยยังมีบริการผ่าน ออนไลน์อีกหลายบริการ ทั้ง ePolicy eSurvey และ eClaim ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ผ่านออนไลน์กับลูกค้าให้ได้รับประสบการณ์ในการ บริการแบบ Anywhere Anytime

"กรุงเทพประกันภัย ต้องการจะสร้างความ ผูกพัน และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ซึ่งการ จะประสบความสำเร็จในทั้ง 2 ด้านจำเป็นต้องใช้ เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริการ" B+

