

1.2 นโยบาย วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

สำหรับบริษัทไทยรีประกันชีวิตในปีนี้มีเบี้ยประกันภัยต่อจำนวน 2,965 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 1.8 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่แล้วและมีการเติบโตของเบี้ยที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของตลาดประกันชีวิต โดยภาพรวมบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 13 ในปีที่ผ่านมาบริษัทจะสามารถร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับบริษัทประกันชีวิตได้เพิ่มขึ้นในส่วนของงาน สามารถมีเติบโตในผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ในส่วนของประกันกลุ่มและประกันรายสามัญ ได้รับผลกระทบสถานะเศรษฐกิจและการปรับลดสัดส่วนการส่งเบี้ยประกันต่อของคู่สัญญาใหญ่ในปี 2565 จึงส่งผลให้เบี้ยประกันชีวิตต่อได้ลดลงจากปีก่อน สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทได้มีการเติบโตที่ดีผ่านการขยายงานในกลุ่มประเทศอินโดนีเซีย และได้หวั่น จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกันสินเชื่อและโรคร้ายแรง รวมถึงดูแลสัญญาที่เรามีกับตลาดประกันชีวิตในประเทศลาว

จากแนวโน้มของตลาดที่หันมาใส่ใจสุขภาพของประชาชน และบริษัทประกันชีวิตต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย โดยบริษัทยังคงมีนโยบายทางการตลาดที่มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่สร้างโอกาสทางธุรกิจ (Value Added Service) และร่วมเป็นคู่ค้ากับบริษัทประกันชีวิตทุกบริษัท เสมือนหนึ่งเป็นพันธมิตรที่ดำเนินธุรกิจไปด้วยกัน ซึ่งช่องทางการจำหน่ายของบริษัทฯ จะติดต่อโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทคือบริษัทประกันชีวิตที่ประกอบธุรกิจในประเทศทั้ง 21 บริษัท โดยจะแสวงหาทางการร่วมพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ออนไลน์ และทำการขายผ่านโทรศัพท์ตัวแทน และสถาบันการเงิน ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในแนวโน้มของตลาด ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์ประกันภัยอุบัติเหตุและประกันสุขภาพ (Accident & Health insurance) โดยเน้นนำเสนอโครงการเต็มรูปแบบ การวิเคราะห์กำไรขาดทุนของโครงการ การคิดผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอกลุ่มทดลอง รวมถึงดูแลและกำหนดขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้เป้าหมายที่กำหนด นอกจากนี้ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้แสวงหาช่องทางการเติบโต โดยมีการพัฒนาหน่วยงานเข้ามารองรับเพื่อให้เดินหน้าเต็มที่ในการหาช่องทางตลาดทางเลือกใหม่ เราจึงมีผลการปฏิบัติงานในการสร้างธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศเช่น กัมพูชา ใต้หวัน และ อินโดนีเซีย ซึ่งจะเป็พื้นฐานให้บริษัทมีโอกาสเติบโตในธุรกิจต่างประเทศต่อไป นอกจากนี้เราได้สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ reinsurer, partner, broker เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันกับทางเลือกใหม่ๆในประเทศ ในด้านการบริหารจัดการแต่ละสัญญาที่ได้ร่วมรับประกันชีวิตต่อกับคู่ค้า บริษัทจะร่วมดูแลบริหารผลการรับประกันชีวิตให้มีกำไรและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการควบคุมอัตราส่วนค่าสินไหมทดแทน (Loss Ratio) ให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ด้วยการสนับสนุนให้ความรู้ด้านเทคนิค แนวทางการพิจารณารับประกันและพิจารณาสินไหมกับลูกค้า

อย่างไรก็ดีในปีที่ผ่านมา ธุรกิจประกันชีวิตรวมถึงบริษัทได้รับผลกระทบของค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมียอดรวม 2,803 ล้านบาท คิดเป็น 5%ที่สูงขึ้นจากปีก่อน สาเหตุหลักเกิดจาก ค่าสินไหมและค่าบำเหน็จของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพและประกันกลุ่ม ตามการเจริญเติบโตของงานและกลุ่มผู้ป่วยที่กลับมารักษาตัวหลังสถานการณ์ COVID-19 ได้คลี่คลาย

ในด้านการบริหารความเสี่ยงทั้งบริษัทยังคงรักษาความแข็งแกร่งของกิจการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจกับคู่ค้าในด้านความมั่นคงด้าน การเงินด้วยการที่บริษัทฯได้ปฏิบัติตามกฎหมายและเกณฑ์การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เช่นเดียวกันกับบริษัทประกันชีวิตอื่นๆ ทำให้การพิจารณาความมั่นคงของบริษัทฯเป็นมาตรฐาน เดียวกัน บริษัทฯมีความมั่นคงของเงินกองทุนที่แข็งแกร่ง โดยมีอัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน (CAR or Capital Adequacy Ratio) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ก่อนการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี อยู่ที่ร้อยละ 332 ซึ่งเกินกว่าร้อยละ 300 ดังนั้น บริษัทคู่ค้าที่ส่งประกันภัยต่อให้บริษัทฯจะถูกกำหนดค่าความเสี่ยงด้านเครดิตจากการประกันภัยต่อ (Credit Risk Charge) ระดับที่ต่ำสุด เป็นการเทียบเท่ากับการทำประกันภัยต่อไปยังบริษัทประกันภัยต่อต่างประเทศที่มีอันดับความน่าเชื่อถือ ในระดับ AAA ส่งผลให้บริษัทประกันชีวิตต้องดำรงเงินกองทุน ไว้เพื่อรองรับความเสี่ยงด้านเครดิตจากการประกันภัยต่ออยู่ในระดับต่ำ ทำให้ต้นทุนของการใช้เงินกองทุนในการทำธุรกิจต่ำลงไปด้วยและในปี 2565 บริษัทสามารถรักษาอันดับความน่าเชื่อถือด้านการเงิน (International Credit Rating) จาก AM Best ในระดับ financial



THAIRE LIFE ASSURANCE PUBLIC COMPANY LIMITED

strength rating of AAA- (Excellent) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความมั่นคงดี สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย และบริษัทได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อ "หุ้นยั่งยืน" หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) ในกลุ่มธุรกิจการเงิน เป็นปีที่สอง รวมถึงได้รับรางวัลด้านความยั่งยืน หรือ Rising Star Sustainability Award จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสื่อถึงแนวทางบริหารบริษัท เพื่อนำพาองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

คาดว่าธุรกิจประกันชีวิต ทรงตัวจากปีก่อน จากปัจจัยต่างๆ อาทิ

1. การเปลี่ยนแปลงของการดำเนินชีวิตของประชาชนแบบ new normal จะส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มของการทำตลาด รวมถึงการให้ความสำคัญของการมีประกันสุขภาพ ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลสื่อสารรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการขายและการให้บริการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมประกันชีวิต
2. ความตระหนักรู้ถึงการเตรียมความพร้อมรับมือกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และผลกระทบต่อด้านสุขภาพ ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตด้านการสร้างหลักประกันคุ้มครองสุขภาพ/สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล
3. ความผันผวนทางด้านผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งปัจจุบันมีความผันผวนจากปัจจัยภายนอก ส่งผลกระทบต่อธุรกิจประกันชีวิตในทุกมิติ ซึ่งผู้บริโภคแสวงหาผลตอบแทนที่สูงเหมือนในอดีต ในขณะที่เป็นความยากลำบากของบริษัทประกันชีวิตที่จะสามารถตอบสนองความต้องการด้านผลตอบแทนที่สูงได้
4. การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการพัฒนากระบวนการขายและการตลาด เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตในปัจจุบันของประชากรในยุคดิจิทัล โดยใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มความรวดเร็ว สะดวกสบาย ในการให้บริการและการจำหน่ายประกันชีวิต

แต่อย่างไรก็ตาม ปี 2566 ก็ยังมีปัจจัยที่ท้าทายความสามารถในการดำเนินธุรกิจอยู่เช่นกัน อาทิ สภาวะเศรษฐกิจถดถอย สภาวะดอกเบี้ย การแข่งขันที่รุนแรงของประกันสุขภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่มีความเสี่ยงมากขึ้นเนื่องจากแนวโน้มในการรักษาสุขภาพและค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์การรายงานทางการเงินมาตรฐานสากลที่กำลังจะเข้ามาบังคับใช้ IFRS17 และการเข้าสู่โลกดิจิทัลโดยทำการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้ทัน่วงที่

จากแนวโน้มและปัจจัยที่ท้าทายการดำเนินธุรกิจประกันภัย บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมถึงแสวงหาโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลาดใหม่ และพันธมิตรใหม่ๆ เพื่อสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดด และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

1. มุ่งคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลและสังคมผู้สูงอายุ ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ครอบคลุมความต้องการที่แตกต่างกันตามกลุ่มอายุของผู้เอาประกันภัย และมองหาช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบใหม่ๆ ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้บริษัทยังร่วมบริหารผลการรับประกันให้มีกำไรในระยะยาว ด้วยการพัฒนาเครื่องมือในการบริหารจัดการพอร์ต เพื่อช่วยบริหารด้านอัตราค่าสินไหมทดแทน และการบริหารเงินกองทุน
2. มุ่งขยายตลาดใหม่ไปยังกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งบริษัทได้เริ่มดำเนินการตั้งตั้งแต่ปี 2559 โดยบริษัทได้ร่วมลงทุนก่อตั้ง TKI Life Insurance Company Limited ที่ดำเนินธุรกิจด้านประกันชีวิตทุกประเภทในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้เริ่มสร้างรายได้ และจากการดำเนินตามแผนในปีที่ผ่านมา ในปี 2566 บริษัทมีเป้าหมายในการขยายงานในประเทศอินโดนีเซีย ประเทศไต้หวัน และประเทศกัมพูชา เพื่อพัฒนาธุรกิจ และแสวงหาคู่ค้าในตลาดนี้อย่างต่อเนื่อง



THAIRE LIFE ASSURANCE PUBLIC COMPANY LIMITED

3. มุ่งแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจในการสร้างเทคโนโลยีชั้นให้กับธุรกิจประกันชีวิต โดยการเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้กับบริษัทในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ปัจจุบันบริษัทได้เดินหน้าแสวงหาพันธมิตรจาก กลุ่มบริษัทรับประกันภัยต่อ กลุ่มบริษัทนายหน้า กลุ่มบริษัท Tech Partner เพื่อพัฒนา Digital Platform รวมถึงบริการทางด้านสุขภาพที่ตอบโจทย์วิถีการดำเนินชีวิตแบบใหม่ยุค New Normal รวมถึงในองค์กรบริษัทยังดำเนินแผนงานเพื่อเตรียมความพร้อมมาตรฐานรายงานทางการเงินและบัญชีฉบับใหม่ (IFRS 9 and IFRS17) ที่จะมมีผลบังคับใช้ในปี 2568
4. มุ่งเป็นกิจการเพื่อความยั่งยืน (Sustainable) บริษัทให้ความสำคัญกับบทบาทและความรับผิดชอบต่อในการช่วยดูแลและยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสังคมนอกเหนือจากบทบาทตัวกลางทางการเงินในระบบเศรษฐกิจซึ่งเป็นบทบาทดั้งเดิมที่มีความสำคัญต่อการเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ บริษัทจึงได้นำแนวคิดเรื่องความยั่งยืนมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไว้ 4ด้าน ได้แก่
 - 1) การใส่ใจดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม
 - 2) การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
 - 3) การสร้างความมั่นคงทางธุรกิจ
 - 4) การดูแลพนักงานและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าการดำเนินงานดังกล่าวถูกหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนสร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและมีส่วนช่วยสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน