

1.2 นโยบาย วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

สำหรับบริษัทไทยรีประกันชีวิตในปีนี้มีเบี้ยประกันภัยต่อจำนวน 3,455 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 16.6 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่แล้วและมีการเติบโตของเบี้ยที่ตีกว่าค่าเฉลี่ยของตลาดประกันชีวิต โดยภาพรวมบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 12.1 ในปีที่ผ่านมาบริษัทสามารถร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับบริษัทประกันชีวิตได้เพิ่มขึ้นในส่วนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพและประกันกลุ่ม ซึ่งได้เติบโตขึ้นมากเมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทได้มีการเติบโตที่ดีผ่านการขยายงานในกลุ่มประเทศอินโดนีเซียเป็นหลัก รวมถึงการบริหารงานในประเทศ ใต้หวัน กัมพูชา ลาว และ ฟิลิปปินส์ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกันสินเชื้อ ประกันกลุ่มและโรคร้ายแรง จากแนวโน้มค่ารักษาพยาบาลที่สูงขึ้น บริษัทได้ปรับตัวเพื่อเน้นกระบวนการพิจารณารับประกันภัยและบริหารความเสี่ยงด้วยความระมัดระวังและรอบคอบ เพื่อควบคุมคุณภาพของผลการรับประกันภัยให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้

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) โดยเน้นนำเสนอโครงการเติมรูปแบบ การวิเคราะห์กำไรขาดทุนของโครงการ การคิดผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอกลุ่มทดลอง รวมถึงดูแลและกำหนดขั้นตอนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้เป้าหมายที่กำหนด

จากการบริหารงานกับตลาดนอกประเทศในหลายปีที่ผ่านมา เราจึงมีประสบการณ์และผลการปฏิบัติงานในการสร้างธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศเช่น อินโดนีเซีย กัมพูชา ใต้หวัน, ลาว และ ฟิลิปปินส์ซึ่งจะเป็นฐานให้บริษัทมีโอกาสเติบโตในธุรกิจต่างประเทศต่อไป ผ่านการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ reinsurer, partner, broker เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันกับทางเลือกใหม่ๆ ในประเทศ ในด้านการบริหารจัดการแต่ละสัญญาที่ได้รับรับประกันชีวิตต่อกับคู่ค้า บริษัทจะร่วมดูแลบริหารผลการรับประกันชีวิตให้มีกำไรและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการควบคุมอัตราส่วนค่าสินไหมทดแทน (Loss Ratio) ให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ด้วยการสนับสนุนให้ความรู้ด้านเทคนิค แนวทางการพิจารณารับประกันและพิจารณาสินไหมกับคู่ค้า

อย่างไรก็ดีในปีที่ผ่านมา ธุรกิจประกันชีวิตรวมถึงบริษัทได้รับผลกระทบของค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมียอดรวม 2,803 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5 สูงขึ้นจากปีก่อน สาเหตุหลักเกิดจาก เบี้ยประกันภัยรับในช่วงโควิดมีการเคลมค่าสินไหมทดแทนน้อยเมื่อเทียบกับประมาณการณ์ค่าสินไหมและค่าบำนาญของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพและประกันกลุ่ม หลังจากโควิดกลุ่มผู้ป่วยที่กลับมารักษาตัวมีจำนวนสูงขึ้นรวมทั้งค่าใช้จ่ายทางการแพทย์ที่มีอัตราเพิ่มอย่างสูงในหลายปีที่ผ่านมาสำหรับการรักษาผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้ดำเนินการทบทวนราคาเบี้ยประกันสุขภาพ สำหรับการต่ออายุสัญญาให้เหมาะสม บริษัทยังคงเน้นกระบวนการพิจารณารับประกันภัยและบริหารความเสี่ยงด้วยความระมัดระวังและรอบคอบ เพื่อควบคุมคุณภาพของผลการรับประกันภัยให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้

ในด้านการบริหารความเสี่ยง บริษัทยังคงรักษาความแข็งแกร่งของกิจการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจกับคู่ค้าในด้านความมั่นคงด้านการเงินด้วยการที่บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมายและเกณฑ์การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เช่นเดียวกับกับบริษัทประกันชีวิตอื่นๆ ทำให้การพิจารณาความมั่นคงของบริษัทฯ เป็นมาตรฐานเดียวกัน บริษัทฯ มีความมั่นคงของเงินกองทุนที่แข็งแกร่ง โดยมีอัตราส่วนความเพียงพอของ



เงินกองทุน (CAR or Capital Adequacy Ratio) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ก่อนการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี อยู่ที่ร้อยละ 338 ซึ่งเกินกว่าร้อยละ 300 ดังนั้น บริษัทผู้ค้ำที่ส่งประกันภัยต่อให้บริษัทฯจะถูกกำหนดค่าความเสี่ยงด้านเครดิตจากการประกันภัยต่อ (Credit Risk Charge) ระดับที่ต่ำสุด เป็นการเทียบเท่ากับการทำประกันภัยต่อไปยังบริษัทประกันภัยต่อต่างประเทศที่มีอันดับความน่าเชื่อถือ ในระดับ AAA ส่งผลให้บริษัทประกันชีวิตต้องดำรงเงินกองทุน ไว้เพื่อรองรับความเสี่ยงด้านเครดิตจากการประกันภัยต่ออยู่ในระดับต่ำ ทำให้ต้นทุนของการใช้เงินกองทุนในการทำธุรกิจต่ำลงไปด้วย

คาดว่าธุรกิจประกันชีวิตจะมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 0-2 ซึ่งยังมีหลายปัจจัยไม่แตกต่างจากปี 2566 มากนัก อาทิ

1. การเปลี่ยนแปลงของการดำเนินชีวิตทำให้ประชาชนให้ความสำคัญของการมีประกันสุขภาพและโรคภัยร้ายแรง ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลสื่อสาร รูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการขายและการให้บริการต่างๆ ในอุตสาหกรรมประกันชีวิต
2. การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มประชากร ความตระหนักรู้ถึงการเตรียมความพร้อมรับมือกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และผลกระทบต่อสุขภาพ ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตด้านการสร้างหลักประกันคุ้มครองสุขภาพ/สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล
3. ความผันผวนทางด้านผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งปัจจุบันมีความผันผวนจากปัจจัยภายนอก ส่งผลกระทบต่อธุรกิจประกันชีวิตในทุกมิติ ซึ่งผู้บริโภคแสวงหาผลตอบแทนที่สูง ในขณะที่เป็นความยากลำบากของบริษัทประกันชีวิตที่จะสามารถตอบสนองความต้องการด้านผลตอบแทนที่สูงได้
4. การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการพัฒนากระบวนการขายและการตลาด เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตในปัจจุบันของประชากรในยุคดิจิทัล โดยใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มความรวดเร็ว สะดวกสบาย ในการให้บริการและการจำหน่ายประกันชีวิต รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการของลูกค้า

แต่อย่างไรก็ตาม ปี 2567 ก็ยังมีปัจจัยที่ท้าทายความสามารถในการดำเนินธุรกิจอยู่เช่นกัน อาทิ สถานะเศรษฐกิจถดถอย รวมถึงแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยที่ยังมีอัตราสูง การแข่งขันที่รุนแรงของประกันสุขภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่มีความเสี่ยงมากขึ้นเนื่องจากแนวโน้มค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์การรายงานทางการเงินมาตรฐานสากลที่กำลังจะเข้ามาบังคับใช้ IFRS17 ในปี 2568 และการเข้าสู่โลกดิจิทัลโดยทำการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้ทันท่วงที

จากแนวโน้มและปัจจัยที่ท้าทายการดำเนินธุรกิจประกันภัย บริษัทฯมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินกลยุทธ์เพื่อตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมถึงแสวงหาโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลาดใหม่ และพันธมิตรใหม่ๆ เพื่อสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดด และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

1. การบริหารความเสี่ยงในการดูแลผลดำเนินงานของการประกัน เพื่อสร้างผลกำไรที่แข็งแกร่ง รวมถึงการสร้างแผนงานในการกำกับดูแลกรรมธรรม์ที่มีการเคลมสูง
2. มุ่งคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาดสำหรับโรคภัยร้ายแรงและสังคมผู้สูงอายุ ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ครอบคลุมความต้องการที่แตกต่างกันตามกลุ่มอายุของผู้เอาประกันภัย และมองหาช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบใหม่ๆ ได้แก่ ช่องทางออนไลน์
3. ร่วมบริหารผลการรับประกันให้มีกำไรในระยะยาว ด้วยการพัฒนาเครื่องมือในการบริหารจัดการพอร์ต เพื่อช่วยบริหารด้านอัตราค่าสินไหมทดแทน และการบริหารเงินกองทุนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. มุ่งขยายตลาดใหม่ไปยังกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้สร้างรายได้จากหลายประเทศ และจากการดำเนินตามแผนในปีที่ผ่านมา ในปี 2567 บริษัทฯมีเป้าหมายในการขยายงานในประเทศอินโดนีเซีย



THAIRE LIFE ASSURANCE PUBLIC COMPANY LIMITED

92/7 6th floor Sathorn Thani 2 Tower, North Sathorn Road, Silom, Bangrak, Bangkok 10500 Thailand +66 2666 9000 mailbox@thairelife.co.th www.thairelife.co.th

ประเทศเวียดนาม และประเทศกัมพูชา รวมถึงศึกษาตลาดในประเทศใหม่ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจและแสวงหาคู่ค้าในตลาดนี้อย่างต่อเนื่อง

5. บริษัทยังดำเนินแผนงานเพื่อเตรียมความพร้อมมาตรฐานรายงานทางการเงินและบัญชีฉบับใหม่ (IFRS 9 and IFRS17) ที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2568
6. มุ่งเป็นกิจการเพื่อความยั่งยืน (Sustainable) บริษัทให้ความสำคัญกับบทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคมในการช่วยลดและยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสังคมนอกเหนือจากบทบาทตัวกลางทางการเงินในระบบเศรษฐกิจซึ่งเป็นบทบาทดั้งเดิมที่มีความสำคัญต่อการเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ บริษัทจึงได้นำแนวคิดเรื่องความยั่งยืนมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไว้ 4ด้าน ได้แก่
 - 1) การใส่ใจดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม
 - 2) การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม
 - 3) การสร้างความมั่นคงทางธุรกิจ
 - 4) การดูแลพนักงานและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าการดำเนินงานดังกล่าวถูกหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนสร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและมีส่วนช่วยสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน