



โควิด-19: ปลุกตลาดประกันรายย่อยบนช่องทางดิจิทัล ขณะที่ธุรกิจหลักปี 63 ยังเผชิญโจทย์ซับซ้อน

ECONOMIC BRIEF

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3857

วันที่ 24 มีนาคม 2563

▶ ประเด็นสำคัญ

- **โควิด-19 สร้างสถิติใหม่ให้อุตสาหกรรมประกันภัย ด้วยยอดขายกรมธรรม์ที่มีแนวโน้มแตะระดับ 2-3 ล้านฉบับภายในเดือน มี.ค.** ทำลายสถิติประกันภัย 10 บาท ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปี 2561 ที่ทำได้ 1.3 ล้านฉบับ ซึ่งทำให้โควิด-19 เป็นตัวช่วยจุดกระแสความตื่นตัว การยอมรับ และความคุ้นเคยต่อการซื้อประกันรายย่อยผ่านช่องทางดิจิทัลและสาขา
- **อย่างไรก็ดี อัตราเบี้ยประกันภัยสำหรับความคุ้มครองพื้นฐานเฉลี่ยที่ 0.5-1.0% ของทุนประกัน หรือประมาณ 500-1,000 บาท/ความคุ้มครอง 1 แสนบาท ทำให้แม้จะมีผู้สนใจซื้อประกันรวมสูงถึง 2-3 ล้านราย แต่เบี้ยประกันรับรวมจะอยู่ที่ระดับ 2-3 พันล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 0.20-0.35% ของเบี้ยรับรวม 8.55 แสนล้านบาท (รวมทั้งประกันวินาศภัยและประกันชีวิต) จากอุตสาหกรรมประกันชีวิตและวินาศภัยในปี 2562** ดังนั้น ประกันโควิด-19 จึงมีส่วนช่วยกระตุ้นตลาดประกันได้ในระยะนี้ ขณะที่คงต้องยอมรับว่าภาพรวมธุรกิจประกันทั้งปี ยังอยู่ภายใต้ความเสี่ยงที่สูงขึ้นในปีนี้

สถานการณ์การเฝ้าระวังเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในไทยที่ทวีความเข้มข้นขึ้น หลังจากรัฐบาลมีมติขยายขอบเขตการปิดสถานศึกษาและสถานบริการระหว่าง 18 มี.ค. - 12 เม.ย. 2563 พร้อมประกาศเลื่อนวันหยุดเทศกาลสงกรานต์ ขณะที่นายกรัฐมนตรีให้นโยบายศูนย์โควิด-19 เตรียมรับมือการระบาดที่อาจรุนแรงขึ้น ประกอบกับความตื่นตัวของประชาชนที่สูงขึ้นตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก เป็นตัวช่วยที่สร้างสถิติใหม่ในด้านจำนวนลูกค้าที่เข้าดูและซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัยโควิด-19 ผ่านแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของบริษัทและตัวแทนประกันภัย ซึ่งอาจมองเป็นปัจจัยบวกใหม่สำหรับอุตสาหกรรมประกันภัย

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีมุมมองว่า การชะงักงันของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ รวมทั้งกระทบต่อรายได้และอำนาจซื้อของประชาชน จะทำให้ภาพรวมความเสี่ยงของธุรกิจประกันปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ประกันโควิด-19 คงมีผลบวกที่จำกัดต่อภาพรวม โดยเฉพาะในมิติของเบี้ยประกันภัยรับ นอกจากนี้ การออกมาตรการบรรเทาผลกระทบจากโควิด-19 ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ที่ผ่อนผันการชำระเบี้ยประกันและการอนุญาตให้บริษัทประกันปรับลดอัตราเบี้ยประกันบางประเภทลงได้ไม่เกิน 10% ของเบี้ย ได้แก่ ประกันสุขภาพ

ของบริษัทประกันชีวิต ประกันอัคคีภัยและประกันภัยเบ็ดเตล็ดของบริษัทประกันวินาศภัยนั้น แม้จะส่งผลดีกับลูกค้าภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ แต่ก็ยังเป็นปัจจัยพิเศษที่กดดันการประกอบการเติบโตของเบี้ยประกันในภาพรวม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีข้อสังเกตต่อภาวะแวดล้อมทางธุรกิจประกันในปีนี้ ที่แยกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

ผลต่อบริษัทประกันวินาศภัย

- **โควิด-19 เป็นบวกต่อธุรกิจประกันโดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีแรก** โดยจากตัวผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการผู้ซื้อในจังหวะเวลาที่เหมาะสม พร้อมด้วยอัตราเบี้ยประกันหลักที่น้อย และซื้อขายเพียงกรอกข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้สามารถเข้าถึงผู้ซื้อรายย่อยกว่าล้านรายในช่วงเวลาไม่ถึง 1 เดือน และช่วยกระตุ้นยอดเบี้ยประกันภัยรับจากผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ขณะที่ ธุรกิจที่ได้รับประโยชน์โดยตรงน่าจะเป็นกลุ่มโบรกเกอร์ประกันภัยที่ได้ค่าคอมมิชชั่นจากการขายประกันโควิด-19

อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตบางประการ คือ

1. ผลสุทธิต่อบริษัทประกันในท้ายที่สุดคงขึ้นกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสและอัตราการทำประกันภัยต่อของแต่ละบริษัท ที่แตกต่างกันในช่วง 10-50% ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปอัตราการติดต่อและการตายอาจแตกต่างจากสถิติที่บริษัทประกันประเมินไว้ตอนแรก โดยมีตัวแปรอื่นที่ขึ้นกับความสามารถในการดูแลการระบาดและความร่วมมือของประชาชนในภาพรวมด้วย รวมถึงยังต้องติดตามกรณีการถือกรรมสิทธิ์หลายฉบับในประเภทรับเงินก่อนเมื่อติดเชื้อ ซึ่งอาจเพิ่มความเสี่ยงจากการรับประกันภัยมากขึ้นด้วย

2. การทยอยปรับเงื่อนไขของแบบประกันภัยโควิด-19 มาเป็นแบบให้ความคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลแทนการจ่ายเงินก้อนเมื่อตรวจพบการติดเชื้อ เพื่อกระจายความเสี่ยงของบริษัทประกัน ประกอบกับเบี้ยประกันมีอัตราสูงขึ้น คงมีผลต่อการคัดกรองผู้ซื้อให้อยู่ในวงแคบลงเฉพาะกลุ่มที่เดิมไม่มีหลักประกันสุขภาพหรือมีแต่ในวงเงินคุ้มครองต่ำ อาจทำให้อัตราเร่งของการทำประกันชะลอตัวลงจากช่วง 2-3 สัปดาห์ที่ผ่านมา

- **บริษัทประกันวินาศภัยเป็นกลุ่มที่ได้รับานิสงส์จากประกันโควิด-19 มากกว่าประกันชีวิต** โดยมองว่าจะมียอดขายประกันโควิด-19 สูงกว่า 80% ของทั้งหมด ทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินสัดส่วนเบี้ยรับจากประกันโควิด-19 อาจอยู่ที่ประมาณ 0.5-1.0% ของเบี้ยรับรวมในธุรกิจประกันวินาศภัยปี 2562 ที่มีจำนวน 244,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เบี้ยประกันโดยรวมยังถูกกดดันจากการชะงักงันของกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ไม่ว่าจะเป็นประกันการเดินทาง ประกันการขนส่งตามการนำเข้า-ส่งออกที่ลดลง ประกันภัยทางธุรกิจที่ลดลง (อาทิ ประกันวิศวกรรมและอากาศยาน) รวมถึงประกันภัยรถยนต์ ซึ่งบริษัทประกันมีส่วนร่วมช่วยเหลือลูกค้าที่ถูกกระทบจากโควิด-19 ด้วยการคืนเบี้ย/ลดเบี้ย/ขยายระยะเวลาความคุ้มครองให้กับรถที่หยุดการใช้งาน นอกจากนี้ ภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยในปีนี้อาจกระทบต่อโอกาสของการทำประกันวินาศภัย อาทิ ในมุมมองยอดขายรถใหม่ที่ลดลงกว่าคาด

ดังนั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยจึงประเมินแนวโน้มเบี้ยประกันภัยรับตรงรวมของบริษัทประกันวินาศภัยปี 2563 นี้ ภายใต้สมมติฐานที่จีดีพีไทยในปีนี้มีโอกาสเติบโตต่ำมากหรือชะลอกลงกว่านั้นหากสถานการณ์โรคระบาดของโลกและไทยยืดเยื้อออกไปจากครึ่งปีแรกกว่า อาจชะลอลงมาที่ 0-2% จาก 5.2% ในปี 2562 ซึ่งเกิดจากการชะลอตัวทุกประเภทหลักของการรับประกัน อย่างไรก็ตาม แม้จะมีประกันโควิด-19 เป็น

ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้น แต่ด้วยลักษณะของประกันรายย่อยที่มีความคุ้มครองและอัตราเบี้ยประกันที่ไม่สูง จึงมีบทบาทต่อภาพรวมธุรกิจเพียงระดับหนึ่งและไม่เพียงพอทดแทนทิศทางการขยายตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้

ประมาณการเบี้ยประกันภัยรับตรงของธุรกิจประกันวินาศภัย

หน่วย: %เปลี่ยนแปลงจากปีก่อน	2562	2563F
อัคคีภัย	-0.15	-1 ถึง -3
ทะเลและขนส่ง	-0.85	-1 ถึง -3
รถ	5.76	0 - 2
เบ็ดเตล็ด	5.35	2 - 4
รวม	5.20	0 - 2

ที่มา: คปภ.และคาดการณ์โดย KResearch

ผลต่อบริษัทประกันชีวิต

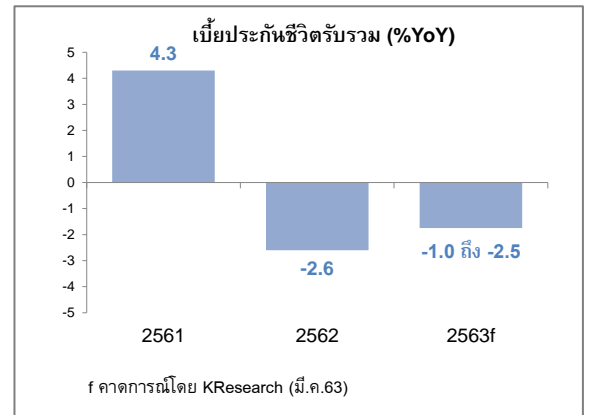
- **ธุรกิจประกันชีวิตมีส่วนแบ่งการตลาดในประกันโควิด-19 ไม่มากนัก** จากการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นความคุ้มครองค่ารักษามากกว่าการให้เงินก้อน ขณะที่กรมธรรม์ประกันชีวิตและประกันสุขภาพเดิมให้ความคุ้มครองที่ครอบคลุมโรคระบาดโควิด-19 อยู่แล้ว ทำให้ความตื่นตัวซื้อประกันโควิด-19 ของประชาชนรายย่อยในช่วงนี้ไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญ
- **นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตในปีนี้ยังไม่เปลี่ยนแปลง และยังคงมีทิศทางที่เพิ่มความหวังให้กับโอกาสการขยายธุรกิจใหม่ ดังนี้**

- ✓ ภาคเศรษฐกิจจริงถูกกระทบอย่างรุนแรงและกว้างขวางจากความเชื่อมโยงของเศรษฐกิจโลก ประกอบกับยังไม่มีสัญญาณสิ้นสุดการแพร่ระบาดของไวรัสฯ ทำให้มีการปรับลดคาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจไทยปีนี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้อำนาจซื้อของประชาชนลดลงตามไปด้วย และกระทบต่อความสามารถในการออมและซื้อประกันโดยปริยาย
- ✓ แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยต่ำลงและคงค้างอยู่ตลอดปี ทำให้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เสนอขายในช่วงไตรมาสแรกปีนี้มีเบี้ยประกันที่แพงขึ้น และมีอัตราผลตอบแทน (IRR) จากการทำประกันลดลงมาเป็นเฉลี่ย 2.0% เทียบกับในปีก่อนที่ยังอยู่ในระดับเฉลี่ย 2.5-3.5% จึงลดความดึงดูดใจของผู้ออมลง

นอกจากนี้ คปภ. ยังเตรียมออกมาตรการปรับปรุงอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำที่ใช้ในการคำนวณอัตราเบี้ยประกันภัย จากเดิมที่กำหนดไว้มากกว่าหรือเท่ากับ 2% เป็นมากกว่าหรือเท่ากับ 1% เพื่อรองรับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสภาวะอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งจะช่วยให้เบี้ยประกันชีวิตใหม่มีแนวโน้มแพงขึ้นและ IRR ลดลงกว่าที่เสนอขายในปัจจุบัน รวมทั้งทำให้แรงดึงดูดใจในการซื้อประกันใหม่ลดลง

- ✓ แบบประกันออมทรัพย์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงมีทิศทางที่ต้องลดขนาดลง ขณะที่แบบประกันประเภทยูนิคิงก์ที่แยกการบริหารผลตอบแทนจากการลงทุนออกมา ยังเผชิญความท้าทายในการเจาะตลาด เนื่องจากมีความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ในระดับหนึ่งทำให้การขายอาจจำเป็นต้องพึ่งตัวแทนที่ได้รับใบอนุญาตเฉพาะทาง จึงเป็นอีกหนึ่งข้อจำกัดโดยเฉพาะหากผู้ซื้อไม่มีทัศนคติหรือประสบการณ์ที่ดีกับตัวแทนมาก่อน

ดังนั้น จึงคาดว่าธุรกิจหลักยังถูกระทบจากปัจจัยเศรษฐกิจและทิศทางอัตราดอกเบี้ยขาลง ทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมีมุมมองระมัดระวังต่อธุรกิจประกันชีวิตในปีนี้ โดยประเมินว่าเบี้ยประกันภัยรวบรวมอาจหดตัวลงติดต่อกันเป็นปีที่สองที่ระดับ -1% ถึง -2.5% จากปี 2562 ที่ -2.6% ซึ่งคาดว่าจะถูกถ่วงจากเบี้ยประกันภัยรับปีแรก (First Year Premium) ที่อาจโตในระดับต่ำไม่เกิน 5% เทียบกับปี 2562 ที่ ขยายตัวถึง 13.7% นอกจากนี้ ยังเป็นผลมาจากการที่บริษัทประกันต้องลดน้ำหนักการขายผลิตภัณฑ์กลุ่มเบี้ยจ่ายครั้งเดียว (Single Premium) ลงเนื่องจากมีกระทบต่อเงินกองทุนมาก อันทำให้คาดว่าเบี้ยจ่ายครั้งเดียวนี้อาจหดตัวต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยลดลง -10% ถึง -15% เทียบกับ -17.7% ในปี 2562



กล่าวโดยสรุป ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ประกันโควิด-19 มีส่วนช่วยขยายฐานผู้เอาประกันภัยรายย่อยของไทยให้เพิ่มขึ้นได้ไม่น้อยกว่า 20% หรือคิดเป็นจำนวน $2-3$ ล้านราย จากจำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิต อุบัติเหตุ และสุขภาพที่มีผลบังคับทั้งสิ้นประมาณ 11 ล้านฉบับ (จากธุรกิจประกันวินาศภัย 10 ล้านฉบับ และธุรกิจประกันชีวิต 1 ล้านฉบับ) ซึ่งแม้ฐานลูกค้าบางกลุ่มอาจมาจากลูกค้าเก่าที่ซื้อประกันชีวิตประกันสุขภาพ และประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลอยู่แล้ว แต่สะท้อนความสำเร็จของช่องทางขายดิจิทัลและ InsurTech ต่อการขายประกันรายย่อย โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการพอดี และในช่องทางการใช้ที่ไม่ยากจนเกินไปสำหรับผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจหลักของทั้งประกันวินาศภัยและประกันชีวิตในปี 2563 ยังน่าจะเผชิญโจทย์ซับซ้อน โดยเฉพาะผลกระทบทางเศรษฐกิจทางตรงและทางอ้อมของสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ทำให้ความต้องการซื้อประกันเข้าสู่ภาวะชะงักงันตามไปด้วย อาทิ ประกันภัยรถยนต์ ประกันการเดินทาง ประกันการขนส่งตามการหดตัวของการบินเข้าและส่งออก ประกันภัยทางธุรกิจ ตลอดจนประกันออมทรัพย์ของฝั่งประกันชีวิตที่ได้รับผลกระทบทั้งอำนาจซื้อของครัวเรือน และแรงจูงใจที่ลดลงตามทิศทางผลตอบแทนจากการทำประกัน

ดังนั้น ระหว่างนี้บริษัทประกันอาจต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและอำนาจซื้อที่ชะลอลง ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการต้นทุน และการจัดสรรพอร์ตการลงทุนระยะยาว เพื่อประคับประคองธุรกิจจากความเสียหายของเศรษฐกิจไทย ขณะที่ระดับความพอเพียงของเงินกองทุน ณ สิ้นปี 2562 ที่สูง 361% และ 346% ของบริษัทประกันชีวิตและประกันวินาศภัยตามลำดับ ยังทำให้มั่นใจว่าบริษัทประกันในภาพรวมยังมีความมั่นคงและน่าจะผ่านเหตุการณ์ครั้งนี้ไปได้

Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้นี้หรือบุคคลใดในความเสียหายจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น