



ธุรกิจประกันชีวิตทั้งปี 2562 ยังชะลอตัว แม้ภาพในครึ่งปีหลังจะปรับตัวดีขึ้น

CURRENT ISSUE

ปีที่ 25 ฉบับที่ 3030

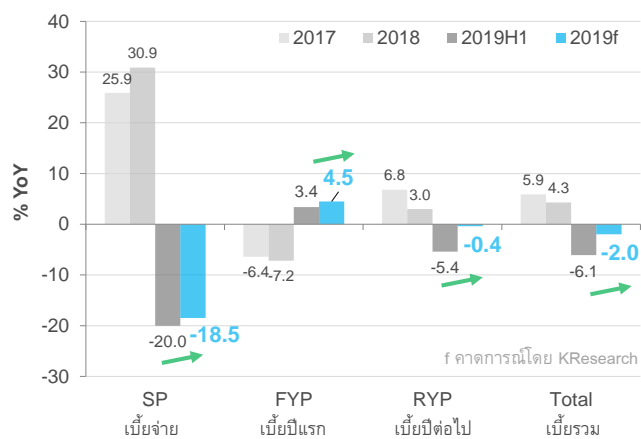
วันที่ 10 กันยายน 2562

- เบี้ยประกันชีวิตรับรวมในงวดครึ่งแรกปี 2562 หดตัว -6.1% ต่อปี ขณะที่ในช่วงครึ่งปีหลัง แนวโน้มธุรกิจมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับครั้งแรก แต่ไม่เพียงพอที่จะจุดให้ภาพรวมธุรกิจทั้งปีกลับสู่แดนบวกได้ โดยคาดว่าจะรอบเบี้ยรับรวมทั้งปี 2562 อาจจะมีประคองระดับทรงตัวหรือหดตัวลงที่ -3.0% ซึ่งจะเป็นการถดถอยครั้งแรกในรอบทศวรรษ เนื่องจากมีปัจจัยเฉพาะชั่วคราวที่จุดภาพธุรกิจประกันชีวิตในปีนี้ให้หดตัวลง ซึ่งหากผ่านช่วงเวลาปรับฐานดังกล่าวไปแล้ว คงช่วยบรรเทาแรงกดดันต่อภาพรวมธุรกิจในระยะข้างหน้าได้
- ทั้งนี้ ธุรกิจประกันชีวิตกำลังอยู่ในช่วงปรับตัวจากความท้าทายต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งมาตรฐานบัญชีใหม่ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้เล่นหน้าใหม่ที่ไม่ได้อยู่ในธุรกิจประกันชีวิต ทำให้ธุรกิจประกันยังต้องบริหารจัดการต้นทุนด้วยความระมัดระวัง

เบี้ยประกันชีวิตรับรวมในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2562 มีจำนวน 2.95 แสนล้านบาท หรือหดตัวลง -6.1% ต่อปี นับเป็นการหดตัวครั้งแรกในรอบทศวรรษ จากผลของกรมธรรม์เดิมครบกำหนดชำระเบี้ยจำนวนมาก และนโยบายชะลอการขายประกันรายใหม่ประเภทจ่ายเบี้ยครั้งเดียว (Single Premium: SP) ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยมีมุมมองต่อแนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตในระยะที่เหลือของปีนี้ ดังนี้

- แนวโน้มธุรกิจมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง แต่คงไม่เพียงพอที่จะจุดเบี้ยรับรวมทั้งปี 2562 ให้กลับมาอยู่ในแดนบวก โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ภาพรวมเบี้ยประกันรับรวมทั้งปี น่าจะหดตัวลงเล็กน้อยที่ -2.0% (โดยมีกรอบคาดการณ์ที่ 0 ถึง -3.0%) เทียบกับที่หดตัวลง -6.1% ต่อปีในช่วงครึ่งแรก โดยในช่วงครึ่งปีหลังผลลบจากการครบกำหนดชำระเบี้ยของกรมธรรม์เดิมจะทยอยลดลงกว่าครึ่งปีแรก **ขณะที่มองว่าเบี้ยรับรายใหม่ (New Business) คงมีแรงหนุนบางส่วนจากปัจจัยด้านฤดูกาลขาย ทำให้ภาพรวมเบี้ยรายใหม่**

คาดการณ์เบี้ยประกันภัยรับรวม...ปรับตัวดีขึ้นในครึ่งหลังปี 62



สัดส่วนต่อเบี้ยรับรวมใน 2019H1
SP 12% FYP 16% RYP 72%

ในปีนี้หดตัวน้อยลงมาที่ประมาณ -2.0% ถึง -5.0% เนื่องจากยังถูกถ่วงจากความระมัดระวังในการขาย กรมธรรม์ใหม่ประเภทจ่ายครั้งเดียว ซึ่งเป็นการทยอยปรับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ของธุรกิจประกันชีวิตให้ สมดุลขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การบังคับใช้มาตรฐานบัญชีใหม่ (อาทิต TFRS17) ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ขณะที่การผลักดันกรมธรรม์ฉบับใหม่ที่ต้องจ่ายเบี้ยระยะยาว ยังมีข้อจำกัดของการเติบโตจากการชะลอตัวของ อำนาคซื้อและเงื่อนไขการให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้ที่ยังทรงตัว

กรมธรรม์ประเภทจ่ายครั้งเดียว หรือ Single Premium (SP) เคยเป็นกลยุทธ์ยอดนิยมของ ธุรกิจประกันชีวิตในช่วงหลายปีก่อนหน้า โดยเฉพาะเมื่อต้องการเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาดใน จังหวะอัตราดอกเบี้ยขาขึ้น หรือในภาวะที่เผชิญการสู้ราคากับผลิตภัณฑ์การออมอื่นๆ ที่รุนแรง จนทำให้สัดส่วนของ Single Premium ต่อเบี้ยทั้งหมด ขยับขึ้นกว่าเท่าตัวจากระดับ 30% ในปี 2558 มาที่ 47% ในปี 2561 ที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม การใช้กลยุทธ์ดังกล่าวมีต้นทุนที่ต้องแลก เนื่องจาก Single Premium มีต้นทุน การสำรองที่สูงกว่ากรมธรรม์ที่ต้องจ่ายเบี้ยระยะยาวและยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาร์จิ้นต่ำ ทำให้กลายเป็น การสะสมความเปราะบางของธุรกิจ ทั้งในมุมที่ต้องการันตีผลตอบแทนที่ดีที่สุดลดสัญญา ท่ามกลางทิศทางอัตรา ดอกเบี้ยในประเทศที่พลิกกลับเป็นขาลง และทำให้เกิดความผันผวนของรายรับจากเบี้ยประกันเมื่อสัญญายังมี ระยะคุ้มครองแต่ไม่มีการนำส่งเบี้ยประกันปีต่ออายุ อันเป็นประเด็นที่บริษัทต้องแก้ไขและทยอยปรับลดสัดส่วน กรมธรรม์ดังกล่าวลง เพื่อเตรียมรับมือการเข้าสู่มาตรฐานบัญชีใหม่

■ ยอดเบี้ยประกันภัยรับรวมที่ขายผ่านช่องทางธนาคาร (Bancassurance) มีโอกาสฟื้นตัวขึ้นในช่วงครึ่ง ปีหลัง ผ่านการปรับตัวของของพันธมิตรทางธุรกิจ หรือบริษัทแม่ที่เป็นธนาคารพาณิชย์

หากจำแนกธุรกิจประกันชีวิตแบ่งตามช่องทางการขายบริษัทออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่พึ่งช่องทางการ ขายผ่านตัวแทนเป็นหลัก กับกลุ่มที่พึ่งช่องทางการขายผ่านธนาคาร ซึ่งได้แก่บริษัทประกันในเครือธนาคารนั้น จะพบว่า ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2562 บริษัทที่เน้นขายผ่านตัวแทนเป็นหลัก มีเบี้ยรวมที่ขยายตัวเป็น บวกที่เฉลี่ย 8.6% ต่อปี ขณะที่กลุ่มที่เหลือมีเบี้ยรับรวมหดตัวลงค่อนข้างแรงเฉลี่ยที่ -16.5% ต่อปี ตาม การชะลอของของเบี้ยรับรวมทั้งในองค์ประกอบของเบี้ยต่ออายุและเบี้ยใหม่ที่ถูกกระทบจากการลดการขาย ผลิตภัณฑ์เบี้ยจ่ายครั้งเดียว ดังที่ได้กล่าวแล้วก่อนหน้านี้

อย่างไรก็ตาม มองไปในช่วงที่เหลือของปี คาดว่า เบี้ยรับรวมจากการขายหลักผ่านช่องทาง ธนาคาร มีโอกาสกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้ ทำให้ทั้งปี 2562 เบี้ยรับรวมผ่านช่องทางดังกล่าวจะหด ตัวน้อยลงที่ -10.0 % (เทียบกับครึ่งปีแรกที่หดตัว -15.9%) หลังปัจจัยถ่วงจากเบี้ยครบกำหนดก้อนใหญ่เริ่มเบา บางลง รวมถึงผลบวกจากความพยายามของพันธมิตรทางธุรกิจ หรือบริษัทแม่ที่เป็นธนาคารพาณิชย์ที่ได้ปรับตัว อย่างหนักในช่วงที่ผ่านมาเริ่มปรากฏอานิสงส์ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มจำนวนพนักงานที่มีใบอนุญาตขายประกัน การเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์ให้เทียบเคียงได้กับช่องทางตัวแทน รวมทั้งการรับเป็นนายหน้าให้กับบริษัทประกัน มากกว่า 1 แห่ง (Open Architecture) ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายใหม่มาเน้นการคุ้มครอง มากกว่าการออม อาจช่วยหนุนให้ค่าธรรมเนียมของช่องทางขายผ่านธนาคารมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น เนื่องจาก อัตราค่าคอมมิชชั่นปีแรกจากการขายกรมธรรม์ที่เน้นความคุ้มครองอยู่ในระดับที่สูงถึง 40% ของเบี้ยที่นำส่ง เทียบกับอัตราค่าคอมมิชชั่นที่เกิดจากกรมธรรม์ประเภทจ่ายครั้งเดียวซึ่งอยู่ที่ 0.5-1.0% ของเบี้ยที่นำส่ง

สำหรับการเพิ่มบทบาทของช่องทางขายใหม่ ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีมาช่วย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ อาจยังมีผลต่อธุรกิจประกันไม่มากนัก เนื่องจากความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่ยังต้องอาศัยตัวแทนในการแจกแจงให้ข้อมูล ดังเห็นได้จากสัดส่วนเบี้ยรวบรวมจากช่องทางขายอื่นที่รวมออนไลน์ยังอยู่ในระดับต่ำกว่า 2% โดยธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ประกันมีรายละเอียดมากและเข้าใจยาก ทั้งในมิติของทุนประกัน ความคุ้มครอง และเบี้ยประกันที่ลูกค้าต้องจ่ายจริงในแต่ละปี อีกทั้งเทียบเคียงระหว่างบริษัทได้ยาก ทำให้ ณ ขณะนี้ การพัฒนาช่องทางออนไลน์ของธุรกิจประกันชีวิตจึงยังเป็นได้เพียงช่องทางให้ข้อมูลมากกว่าที่จะสามารถปิดการขายได้ (Complete Sales) ซึ่งปัจจุบันมีบริษัทประกันชีวิตที่เสนอขายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งกระบวนการเพียงไม่กี่รายและยังอยู่ในระยะเริ่มต้นเท่านั้น

■ ธุรกิจประกันยังเน้นชูสัญญาเพิ่มเติมด้านประกันสุขภาพ เพื่อหวังกระตุ้นการซื้อกรมธรรม์หลักใหม่

ท่ามกลางโอกาสการเติบโตที่จำกัดของผลิตภัณฑ์ประกันสัญญาหลัก ทำให้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาบริษัทประกันต่างหันมารุกตลาดผลิตภัณฑ์ประกันทางเลือก อาทิ กรมธรรม์ยูนิคัลลิ้งก์ (มีสัดส่วน 5.7% ต่อเบี้ยรวมปี 2561) และยูนิเวอร์แซลไลฟ์ (สัดส่วน 0.3%) อย่างไรก็ตาม ด้วยผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ในตลาดเงินและตลาดทุนที่ปรับตัวลดลงต่อเนื่องในปีนี้นำมาถ่วงความเสถียรเศรษฐกิจโลก และผลของปัจจัยด้านฐานที่ปีก่อนขยายสูงด้วยการผลักดันยอดเบี้ยจ่ายครั้งเดียวของบริษัทประกันแห่งหนึ่ง ทำให้ในปีนี้กรมธรรม์ยูนิคัลลิ้งก์และยูนิเวอร์แซลไลฟ์ประสบภาวะหดตัวตามสภาวะตลาดที่ไม่เอื้ออำนวย

ดังนั้น ธุรกิจประกันจึงเหลือผลิตภัณฑ์ชูโรงไม่มากนักที่จะกระตุ้นการซื้อประกันรายใหม่ในปีนี้นำมาถ่วงแนวโน้มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่อ่อนตัวลง จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนจุดขายไปที่ตลาดประกันสุขภาพ ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตเร่งขึ้นมาที่ประมาณ 15-20% จากปีก่อน เทียบกับที่เติบโตไม่น้อยกว่า 12-15% ในช่วงครึ่งปีแรก เนื่องจากบริษัทประกันชีวิตส่วนใหญ่กำหนดเงื่อนไขการขายสัญญาประกันสุขภาพพ่วงไปกับการซื้อกรมธรรม์หลักใหม่เท่านั้น ทำให้หลายบริษัทหันมาปรับปรุงเงื่อนไขความคุ้มครองและราคาที่เหมาะสมเหตุผลเพื่อใช้เป็นจุดขายที่จูงใจให้ผู้ซื้อยอมทำประกันฉบับใหม่เพิ่ม โดยกลุ่มเป้าหมายยังคงเป็นผู้ที่มีฐานะรายได้ระดับกลางและบน

- การขยายช่วงอายุที่ซื้อความคุ้มครองได้ จากเดิมที่จำกัดอยู่ที่อายุไม่เกิน 60 ปี เป็น 70-80 ปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเข้าสู่สังคมสูงวัยสมบูรณ์ของไทย ตอบโจทย์ค่ารักษาในโรงพยาบาลที่ปรับตัวสูงขึ้นมาก แนวโน้มคนอายุยืนขึ้นแต่มีโรคประจำตัวเพิ่มขึ้น การที่สวัสดิการและการซื้อประกันเดิมเริ่มไม่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ขณะที่การใช้บริการในโรงพยาบาลของรัฐที่ความแออัดมากขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการรับรองแรงงานต่างด้าวถูกกฎหมายจำนวนมาก
- การเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบความคุ้มครองเพื่อให้เบี้ยประกันอยู่ในระดับที่เหมาะสมตามกำลังซื้อของลูกค้าแต่ละกลุ่ม อาทิ 1) สัญญาประกันสุขภาพสำหรับกลุ่มที่มีสวัสดิการอื่นรองรับ โดยมีเงื่อนไขให้ลูกค้าร่วมรับผิดชอบค่ารักษาพยาบาลส่วนแรก (ซึ่งรวมถึงใช้สิทธิเบิกทางอื่นก่อน เช่น สิทธิข้าราชการ สิทธิประกันกลุ่มของบริษัทเอกชน) ส่วนที่เหลือสามารถ

เบิกได้ตามวงเงินที่เขาประกัน 2) สัญญาประกันสุขภาพในลักษณะเหมาจ่ายต่อการเข้ารักษาตัวในโรงพยาบาลแต่ละครั้ง ที่เพิ่มความยืดหยุ่นในการเบิกค่ารักษาพยาบาลได้อย่างครอบคลุมขึ้น

โดยสรุป ปี 2562 ธุรกิจประกันชีวิตเผชิญความท้าทายในการสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจอย่างมีคุณภาพ ภายใต้ข้อจำกัดของการสร้างความตระหนักรู้ถึงความจำเป็นในการบริหารและคุ้มครองความเสี่ยงในชีวิตที่ยังไม่ได้รับการยอมรับและให้ความสำคัญจากประชาชนทุกกลุ่มอย่างกว้างขวาง จึงทำให้แนวโน้มธุรกิจประกันในช่วงครึ่งหลังของปีนี้ แม้จะมีโอกาสฟื้นตัวขึ้นแต่ยังอยู่ในกรอบจำกัด โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินเบี้ยประกันชีวิตรับรวมในปีที่ 0 ถึง -3% เทียบกับ -6.1% ในช่วงครึ่งแรกของปี **เนื่องจากธุรกิจกำลังเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่านในหลายเรื่อง** อาทิ มาตรฐานบัญชีใหม่ เทคโนโลยี และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยประเด็นการแข่งขันนี้ เริ่มเห็นได้ชัด ทั้งระหว่างบริษัทประกันชีวิตด้วยกันเอง บริษัทประกันสุขภาพ รวมถึงผู้เล่นจากธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนระดับบน (ที่เข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดประกันสุขภาพมากขึ้น ด้วยการเสนอสิทธิประโยชน์ในการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลให้กับสมาชิกที่ซื้อแพ็คเกจความคุ้มครองของโรงพยาบาล) **ทำให้ในระหว่างนี้ บริษัทประกันยังต้องบริหารจัดการต้นทุนด้วยความระมัดระวัง**

ขณะที่ คาดหวังว่า เมื่อปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจทยอยปรับตัวดีขึ้นและผู้บริโภคตระหนักรู้ถึงความจำเป็นในการบริหารและคุ้มครองความเสี่ยงในชีวิต ควบคู่กับการที่บริษัทประกันออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างตรงจุด ก็คงทยอยส่งผลดีต่ออัตราการเติบโตของธุรกิจในระยะกลางถึงยาว แม้อาจเป็นอัตราการเติบโตที่ไม่สูงในระดับเลขสองหลักเหมือนในอดีตก็ตาม

Disclaimer

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