

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดตั้งเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2554 โดยครอบครองทรัพย์สิน เพื่อประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจหลักในการให้บริการนายหน้าประกันภัย โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย และ บริษัท ทีคิวเอ็ม ไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันชีวิต นอกจากนี้ บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่สนับสนุนธุรกิจหลักอีก 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท แคสเมท จำกัด เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ และบริษัทร่วมอีก 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท ทีคิวแอลดี จำกัด เป็นผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัทฯ”)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 TQM Broker และ TQM Life มีรูปแบบกรรมสิทธิ์ประกันวินาศภัยและประกันชีวิต รวมทั้งสิ้นมากกว่า 150 ผลิตภัณฑ์ จากบริษัทประกันภัยซึ่งเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัทฯ โดยเป็นบริษัทประกันวินาศภัย จำนวน 31 แห่ง และบริษัทประกันชีวิต จำนวน 14 แห่ง โดยกลุ่มบริษัทฯ มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อเสนอขายประกันภัย โดยใช้ฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งมีทั้งลูกค้าบุคคลธรรมดา และลูกค้าองค์กร เช่น นิติบุคคลสหกรณ์ และหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น โดยพนักงานขายจะติดต่อและเสนอขายประกันภัยประเภทต่างๆ ให้กับลูกค้าผ่านช่องทางการขายของกลุ่มบริษัทฯ หลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ (Telemarketing) ออนไลน์ (Online) และการขายตรง (Face to Face) รวมทั้งการขายแบบผสมผสานระหว่างช่องทางการจำหน่ายทุกประเภท (Omni Channel)

นอกจากนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีพนักงานระดับผู้บริหาร พนักงานขาย และพนักงานระดับปฏิบัติการ รวมจำนวนประมาณ 4,221 คน ไปประจำที่สำนักงานใหญ่ สาขา และศูนย์บริการทั่วประเทศ จำนวน 74 สาขา และ 21 ศูนย์บริการตามลำดับ

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ

บริษัทฯ มีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจนายหน้าประกันภัย โดยมุ่งเน้นการให้บริการในการเป็นผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัยและการเงิน โดยบุคลากรคุณภาพของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ได้ดียิ่งขึ้น บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยการส่งเสริมและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งการอบรมให้ความรู้ด้านประกันภัย และการเสนอขายประกันภัย เพื่อส่งเสริมให้พนักงานขายของกลุ่มบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตขายประกันภัยก่อนที่พนักงานขายจะขายประกันภัยให้กับลูกค้า โดยบริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และค่านิยมองค์กรดังนี้

1.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

ผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัยและการเงิน ด้วยคุณภาพ ความยั่งยืน และตอบแทนสังคม

1.2.2 พันธกิจ (Missions)

เป็นที่ปรึกษาในการเลือกผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่เหมาะสม ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับลูกค้า พัฒนาระบบบริหารจัดการ ระบบการทำงานให้ดีเลิศ บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างเครื่องหมายการค้า TQM ให้เป็นที่ยอมรับและอยู่ในใจลูกค้าตลอดไป สร้างและรักษากฎหมายให้เป็นที่ยอมรับประกันภัย และการเงิน มีอาชีพที่มีคุณภาพชีวิต และมีความสุขคู่กับองค์กร ยึดมั่นในบรรษัทภิบาล และตอบแทนสังคม

1.2.3 เป้าหมาย

1) เพิ่มอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย และกำไรให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

- 2) สร้างเครื่องหมายการค้าและการรับรู้ของตลาดในความแตกต่าง และจุดแข็งของบริษัทฯ ในด้านการบริการที่เหนือกว่า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และอัตราความสำเร็จในการขาย
- 3) พัฒนาช่องทางการขายใหม่ๆ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการเตรียมความพร้อมของโครงสร้างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อขยายตลาดผ่านช่องทาง Digital Marketing
- 4) การพัฒนาช่องทางการสื่อสาร และผลิตภัณฑ์ประกันภัยแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และวัดผลได้

1.2.4 ค่านิยมองค์กร

ซื่อสัตย์ ยุติธรรม บริการเยี่ยม ตอบแทนสังคม

1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- 2496 **เริ่มดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันภัยภายใต้แนวคิด “เกียงซิง”**
 - กลุ่มบริษัทฯ ถือกำเนิด โดยคุณเอ็กเซียง แซ่แต้ และคุณกวง แซ่แต้ ซึ่งเป็นปู่ และบิดาของคุณอัญชลิน พรรณนิภา ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ได้ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันภัยโดยขายผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัย เช่น ประกันอัคคีภัยให้กับบริษัท มุยอาประกันภัย จำกัด หรือซึ่งเดิมเป็นบริษัทประกันวินาศภัยในกลุ่มของบริษัท เอไอเอ จำกัดในปัจจุบัน โดยดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด “เกียงซิง” ซึ่งมีความหมายว่าความมั่นคงและความน่าเชื่อถือ
- 2505 **เป็นนายหน้าประกันภัยให้กับบริษัทประกันชั้นนำในประเทศไทย**
 - ขยายธุรกิจ นายหน้าประกันวินาศภัย ให้กับบริษัทประกันชั้นนำที่มีชื่อเสียงในขณะนั้นเพิ่มเติม เช่น บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด บริษัท ศรีอยุธยาประกันภัย จำกัด บริษัท ร.ส.พ. ประกันภัย จำกัด บริษัท ไทยไฟนอลประกันภัย จำกัด และ บริษัท คุ่มเกล้า ประกันภัย จำกัด เป็นต้น
- 2540 **ก่อตั้ง บริษัท ทีคิวเอ็ม โบรคเกอร์ จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย**
 - ครอบครัวพรรณนิภา ได้จัดทะเบียนจัดตั้ง TQM Broker เพื่อสานต่อธุรกิจของคุณกวง แซ่แต้ ผู้เป็นบิดา ในการประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย โดยมีแนวคิดใหม่ในการขายประกันวินาศภัยผ่านทางโทรศัพท์ (Telemarketing) ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1.0 ล้านบาท
- 2547 **เปิดสำนักงานเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจ**
 - TQM Broker ได้เปิดสำนักงาน บนพื้นที่ขนาด 2,000.0 ตารางเมตร ที่เขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพฯ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย
- 2550 **เปิดศูนย์บริการต่างจังหวัดแห่งแรก และก่อตั้ง บริษัท แคสมัท จำกัด เพื่อให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์**
 - TQM Broker เปิดศูนย์บริการแห่งแรกที่ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นศูนย์กลางการให้บริการลูกค้าในเขตปริมณฑลให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น
 - ครอบครัวพรรณนิภา ได้จัดตั้ง Casmatt โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 95.0 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว โดยมีทุนจดทะเบียน 1.0 ล้านบาท เพื่อให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์
- 2551 **ก่อตั้ง บริษัท ทีคิวเอ็มไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต**
 - ครอบครัวพรรณนิภา ได้จัดตั้ง TQM Life โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 98.0 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว โดยมีทุนจดทะเบียน 3.0 ล้านบาท เพื่อขยายธุรกิจไปยังธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต
- 2552 **กลุ่มบริษัทฯ เปิดสำนักงานแห่งใหม่ในนาม “อาคารพรรณนิภา 1”**
 - กลุ่มบริษัทฯ เปิดสำนักงานแห่งใหม่ 6 ชั้น ที่เขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพฯ ด้วยพื้นที่กว่า 10,000 ตารางเมตร เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มบริษัทฯ และให้บริการอย่างเต็มรูปแบบด้วยพนักงานกว่า 1,000 คน

- 2555 ขยายศูนย์บริการ
 - ขยายศูนย์บริการ ทำให้มีจำนวนทั้งสิ้น 71 ศูนย์บริการ
- 2556 ปรับเปลี่ยน และขยายศูนย์บริการเป็นสาขา
 - ปรับเปลี่ยนขยายสาขา และศูนย์บริการทำให้มีจำนวนทั้งสิ้น 19 สาขา และ 60 ศูนย์บริการ
- 2557 ปรับเปลี่ยน และขยายศูนย์บริการเป็นสาขา
 - ปรับเปลี่ยนขยายสาขา และศูนย์บริการทำให้มีจำนวนทั้งสิ้น 56 สาขา และ 31 ศูนย์บริการ
- 2558 เปิดการให้บริการการขายประกันผ่านระบบออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ
 - กลุ่มบริษัท เปิดการให้บริการการขายประกันภัยผ่านเว็บไซต์ของบริษัท www.tqm.co.th อย่างเต็มรูปแบบ รวมทั้งเปิดให้บริการ การสื่อสารผ่านระบบแอปพลิเคชันไลน์ (Line) หรือที่หมายเลขโทรศัพท์ 02-1508888 และเปิดสายด่วน หมายเลข 1737 เพื่อให้บริการให้คำปรึกษาลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง
 - ปรับเปลี่ยนขยายสาขา และศูนย์บริการทำให้มีจำนวนทั้งสิ้น 66 สาขา และ 29 ศูนย์บริการ
- 2559 การเพิ่มทุนจดทะเบียนและการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มบริษัท
 - บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 225.0 ล้านบาท เพื่อปรับโครงสร้างเงินทุนและโครงสร้างกลุ่มบริษัท โดยบริษัทฯ เข้าลงทุนในหุ้นสามัญของ (1) TQM Broker (2) TQM Life และ (3) Casmatt เพื่อให้บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัททั้ง 3 แห่ง คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100.0 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วโดยภายหลังการปรับโครงสร้างดังกล่าว ผู้ถือหุ้นใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ ได้ควบคุมกลุ่มบริษัทฯ ผ่านการลงทุนในบริษัท การจัดโครงสร้างดังกล่าวถือเป็นการจัดโครงสร้างกลุ่มบริษัทฯ ภายใต้การควบคุมเดียวกัน (Under Common Control)
- 2560 การเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ทีคิวแอลดี จำกัด
 - บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของ TQLD ในสัดส่วนร้อยละ 40.0 โดย TQLD เป็นผู้ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย เนื่องจากเห็นช่องทางในการเติบโตของธุรกิจดังกล่าว
 - กลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสารใหม่ผ่านระบบแอปพลิเคชันให้กับบริษัทฯ (TQM Mobile Application) ภายใต้ชื่อ “TQM Beside”
 - ปรับเปลี่ยนขยายสาขา และศูนย์บริการทำให้มีจำนวนทั้งสิ้น 67 สาขา และ 28 ศูนย์บริการ
- 2561 1) เปิดสำนักงานแห่งใหม่ในนาม “อาคารพรณนิภา 2”
 - กลุ่มบริษัทฯ เปิดสำนักงานแห่งใหม่ในนาม “อาคารพรณนิภา 2” สูง 7 ชั้น เขตลาดพร้าว จังหวัด กรุงเทพฯ ด้วยพื้นที่กว่า 6,500 ตารางเมตร เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มบริษัทฯ
 - กลุ่มบริษัทฯ มีสาขา และศูนย์บริการทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 74 สาขา และ 21 ศูนย์บริการ ตามลำดับ
 - กลุ่มบริษัทฯ เปิดการให้บริการให้ข้อมูลความรู้ นำเสนอบทความ และข่าวสารพร้อมคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์ ตลอดจนการเปรียบเทียบรูปแบบประกันภัยรถยนต์ของบริษัทฯ ผ่านเว็บไซต์ www.mheemhee.com
 - กลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสาร ผ่านระบบแอปพลิเคชัน “Chat Bot” เพื่อให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัย และเพื่อเป็นช่องทางขายออนไลน์เพิ่มเติมผ่านช่องทางไลน์ เป็นแห่งแรกของประเทศไทย
- 2) เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2561
 - บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2561

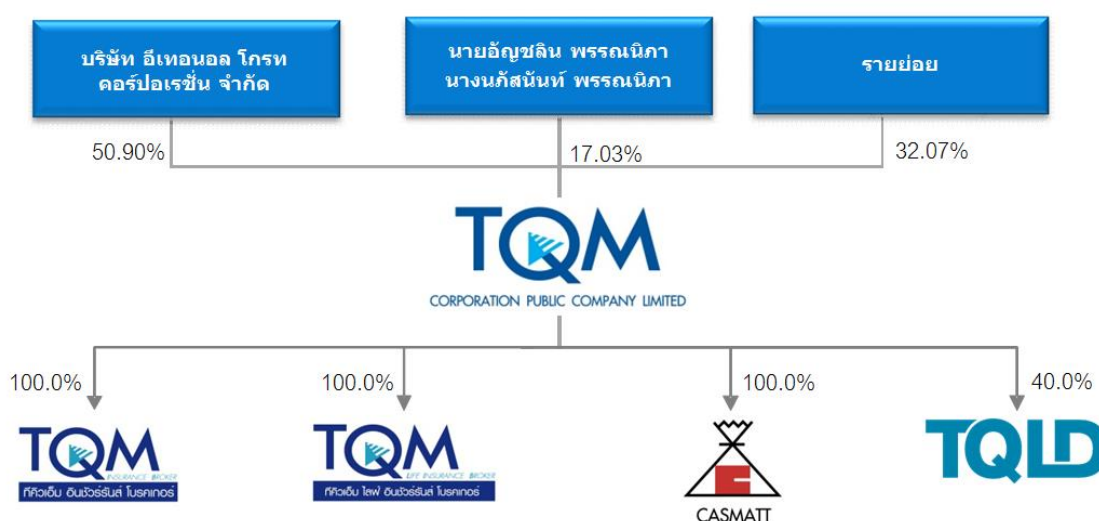
- บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 225 ล้านบาท (สองร้อยยี่สิบห้าล้านบาท) เป็น 300 ล้านบาท (สามร้อยล้านบาท) เพื่อรองรับการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ
- ที่ประชุมกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 9/2561 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2561 มีมติอนุมัติ การเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ ดังนี้
 - 1) บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด จากเดิม 200 ล้านบาท (สองร้อยล้านบาท) เป็นทุนจดทะเบียน จำนวน 400 ล้านบาท (สี่ร้อยล้านบาท) เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2561
 - 2) บริษัท ทีคิวเอ็ม ไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด จากเดิม 10 ล้านบาท (สิบล้านบาท) เป็น 50 ล้านบาท (ห้าสิบล้านบาท) เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2561
- 20 ธันวาคม 2561 TQM นำหุ้นเข้าทำการซื้อขายวันแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หลังปิดการจองซื้อหุ้นไอพีโอ 75 ล้านหุ้น ที่ราคาหุ้นละ 23 บาท โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า “TQM”

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ

1.4.1 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยจำนวน 3 บริษัท และบริษัทร่วม 1 บริษัท โดยมีโครงสร้างการถือหุ้น ดังนี้

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ



รายละเอียดเพิ่มเติมของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทฯ มีดังนี้

| ลำดับ | ชื่อบริษัท | ลักษณะการประกอบธุรกิจ | ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | สัดส่วนการถือครองหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 (ร้อยละ) |
|------------|------------|--|---|---|
| ธุรกิจหลัก | | | | |
| 1. | TQM Broker | บริษัทนายหน้าประกันวินาศภัย โดย TQM ขายประกันวินาศภัย รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มประกันรถยนต์ (Motor) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อยประกอบด้วย 1.1) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) 1.2) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ 2) กลุ่มประกัน Non-Motor | 400.0 ล้านบาท | 100.0 |

| ลำดับ | ชื่อบริษัท | ลักษณะการประกอบธุรกิจ | ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | สัดส่วนการถือครองหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 (ร้อยละ) |
|------------|------------|--|---|---|
| 2 | TQM Life | บริษัทนายหน้าประกันชีวิต โดย TQM Life ขายประกันชีวิต รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ประกันชีวิตประเภทรายบุคคล 2) ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม | 50.0 ล้านบาท | 100.0 |
| ธุรกิจอื่น | | | | |
| 1 | Casmatt | ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ | 5.0 ล้านบาท | 100.0 |
| 2 | TQLD | ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย ผ่านรูปแบบของการกรอกข้อมูลโดยลูกค้า และการให้บริการคำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ www.noon.in.th | 3.0 ล้านบาท | 40.0 |

1.4.2 การพิจารณาขนาดของบริษัทในการขออนุญาตเข้าจดทะเบียนในกรณีที่บริษัท ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company)

บริษัท ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) บริษัทฯ จึงต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ.39/2559 เรื่องการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ลงวันที่ 30 กันยายน 2559 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และประกาศสำนักงาน ก.ล.ต. ที่ สจ.20/2555 เรื่องการพิจารณาขนาดของบริษัทในส่วนของเกี่ยวกับการอนุญาตให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ลงวันที่ 27 สิงหาคม 2555 โดยเมื่อพิจารณาแล้ว บริษัทฯ มีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีรายละเอียดดังนี้

| เกณฑ์การเปรียบเทียบขนาดของบริษัท | ข้อกำหนดตามประกาศ Holding Company | คุณสมบัติของบริษัท |
|--|-----------------------------------|--------------------|
| 1. ขนาดบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทฯ <u>สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ หัก เงินลงทุนในบริษัทอื่นและบริษัทอื่น</u> สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ | ≥ ร้อยละ 25.0 | ร้อยละ 99.7 |
| 2. ขนาดบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทฯ <u>สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ หัก เงินลงทุนในบริษัทอื่น</u> สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ | ≥ ร้อยละ 75.0 | ร้อยละ 99.7 |
| 3. ขนาดของบริษัทอื่นเปรียบเทียบกับขนาดของบริษัทฯ <u>เงินลงทุนในบริษัทอื่น</u> สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ | < ร้อยละ 25.0 | ร้อยละ 0.3 |

1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี-

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

2.1.1 การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจหลักในการให้บริการนายหน้าประกันภัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย และธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต รวมทั้งถือหุ้นในธุรกิจที่สนับสนุนการให้บริการนายหน้าประกันภัยอีก 2 ธุรกิจ คือ ธุรกิจให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ และธุรกิจที่ให้บริการคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย

(1) ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยผ่าน TQM Broker ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 TQM Broker ขายผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยทั้งสิ้นกว่า 130 ผลิตภัณฑ์ โดยสามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยได้ รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) กลุ่มประกันรถยนต์ (Motor) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ประกอบด้วย
 - 1.1) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.)
 - 1.2) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ
- 2) กลุ่มประกัน Non-Motor ประกอบด้วย การประกันอัคคีภัย (Fire Insurance) การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง (Marine Insurance) และประกันวินาศภัยเบ็ดเตล็ด เช่น ประกันภัยทรัพย์สิน (Property insurance) ประกันภัยความรับผิดทางกฎหมายต่อสาธารณชน (Liability Insurance) ประกันภัยวิศวกรรม (Engineering Insurance) ประกันภัยความเสี่ยงด้านการเงิน และการค้าประกัน (Financial Insurance) ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล (Personal Accident : PA) ประกันภัยสุขภาพส่วนบุคคล ประกันภัยการเดินทาง หรือประกันภัยเบ็ดเตล็ดอื่นๆ (Miscellaneous) เป็นต้น

(2) ธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันชีวิตผ่าน TQM Life ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 TQM Life ขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตทั้งสิ้นกว่า 20 ผลิตภัณฑ์ โดยสามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้ รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) ประกันชีวิตประเภทรายบุคคล
- 2) ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม

(3) ธุรกิจให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์

กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ ผ่าน Casmatt ซึ่งครอบคลุมถึงการให้คำปรึกษาด้านการจัดการระบบกระบวนการทางธุรกิจ ให้คำปรึกษาด้านงานวิจัยตลาดดิจิทัล และให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาการติดตั้งระบบปฏิบัติงานและการติดตั้งระบบศูนย์ข้อมูล โดยพนักงานของ Casmatt ส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่ผ่านการอบรม ISO29110 ISO20000 และ ISO27001 โดยในปัจจุบัน Casmatt มีการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ทั้งกลุ่มบริษัทฯ และบริษัทที่เกี่ยวข้อง

(4) ธุรกิจให้บริการด้านคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย

กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย ผ่านรูปแบบของการกรอกข้อมูลโดยลูกค้า และการให้บริการคำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ www.noon.in.th ผ่าน TQLD เพื่อเป็นช่องทางให้กับลูกค้าในการค้นหาข้อมูลและเปรียบเทียบข้อมูลประกันภัยได้อย่างรวดเร็ว และประหยัดเวลา ทั้งนี้การให้บริการของ TQLD รวมถึงการให้คำแนะนำในการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันภัย และการนำเสนอข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบกรมธรรม์ประกันภัยให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าจากการกรอกข้อมูลความต้องการของลูกค้าแต่

ละรายที่มีความต้องการแตกต่างกัน ทั้งนี้ เมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลผ่านเว็บไซต์ แล้วมีความสนใจที่จะทำประกันภัย ข้อมูลของลูกค้าจะถูกส่งผ่านระบบเชื่อมต่อข้อมูล (Application Programming Interface : API)มายังระบบของกลุ่มบริษัท เพื่อให้พนักงานขายได้เสนอขายประกันภัยต่อลูกค้าต่อไป

2.1.2 โครงสร้างรายได้

รายได้หลักของบริษัท มาจากรายได้จากการให้บริการการเป็นนายหน้าประกันภัย คิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 96.9 - 99.2 ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัท ประกอบด้วย รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย และรายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิต และรายได้ค่าบริการอื่น ซึ่งเป็นรายได้ที่บริษัท ได้รับจากบริษัทประกันภัยที่เป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้รายได้ค่าบริการอื่นมีทั้งที่เป็นจำนวน และเป็นอัตราส่วนที่กำหนดจากเบี้ยประกันที่กลุ่มบริษัท สามารถขายต่อลูกค้าได้ เช่น ค่าบริการ การดำเนินการจัดพิมพ์กรมธรรม์ และจัดส่งกรมธรรม์ ค่าดำเนินการติดต่อประสานงานให้กับลูกค้าที่ประสบภัย หรือค่าบริการจัดเก็บข้อมูล เป็นต้น ทั้งนี้ รายได้ค่าบริการอื่นเป็นบริการเสริมที่มีลักษณะงานที่นอกเหนือจากส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือชดเชยเงินให้เข้าทำสัญญาประกันภัยที่บริษัท ได้ให้บริการกับลูกค้าและคู่ค้าที่เป็นบริษัทประกันภัยจริง ซึ่งขึ้นอยู่กับขอบเขตการให้บริการ ความสัมพันธ์อันดี และการเจรจาต่อรอง ซึ่งรายได้ค่าบริการดังกล่าวไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานราชการ ทั้งนี้ โครงสร้างรายได้หลักของบริษัท แบ่งตามประเภทธุรกิจมีรายละเอียดดังนี้

(1) ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย

TQM Broker ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย มีรายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย โดยเป็นการขายประกันวินาศภัย 2 กลุ่ม และรายได้ค่าบริการอื่น จากบริษัทประกันวินาศภัย เป็นต้น ทั้งนี้ TQM Broker มีรายได้จากการขายประกันวินาศภัย กลุ่มประกันรถยนต์ (Motor) เป็นหลัก โดยรายได้ค่านายหน้าดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 60.0 – 64.5 ของรายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยทั้งหมด โดยรายได้จากธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย
รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย เป็นรายได้จากการขายประกันวินาศภัยประเภทต่างๆ จากบริษัทประกันวินาศภัย ซึ่งเป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัท โดย TQM Broker จะได้รับค่านายหน้าประกันวินาศภัย จากการเป็นนายหน้าจากบริษัทประกันวินาศภัยในอัตราที่ตกลงร่วมกันระหว่าง TQM Broker และ บริษัทประกันวินาศภัย โดยสำหรับกลุ่มประกันรถยนต์ (Motor) มีอัตราไม่เกินร้อยละ 12.0 ของเบี้ยประกันภัย สำหรับกลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ พ.ร.บ. และอัตราไม่เกินร้อยละ 18.0 ของเบี้ยประกันภัย สำหรับกลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยอัตราดังกล่าวเป็นไปตามอัตราสูงสุดตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (“สำนักงาน คปภ.”) เรื่อง อัตราค่าจ้างหรือค่าบำเหน็จ สำหรับตัวแทนประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันวินาศภัย พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัท มีพนักงานขายประกันวินาศภัยทั้งสิ้น 2,056 คน (พนักงานขายสังกัด TQM Broker จำนวน 1,981 คน และพนักงานขายสังกัด TQM Life จำนวน 75 คน) โดยได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยจากสำนักงาน คปภ. แล้วทั้งสิ้น และเป็นการขายประกันวินาศภัยผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ โทรศัพท์ (Telemarketing) ออนไลน์ (Online) และการขายตรง (Face to Face)
- รายได้ค่าบริการอื่น
รายได้ค่าบริการอื่น เป็นรายได้จากบริษัทประกันวินาศภัยที่เป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัท จ่ายให้กับกลุ่มบริษัท ตามที่ตกลงกันเพื่อเป็นค่าตอบแทนแก่กลุ่มบริษัท สำหรับการให้บริการอื่นตามจริงเช่น ค่าบริการดำเนินการ จัดพิมพ์กรมธรรม์ และจัดส่งกรมธรรม์ ซึ่ง TQM Broker ให้บริการเป็นผู้พิมพ์กรมธรรม์ และจัดส่งกรมธรรม์ให้แก่ลูกค้า ค่าดำเนินการติดต่อประสานงานให้กับลูกค้าที่ประสบภัยกับบริษัทประกันวินาศภัย และค่าบริการจัดเก็บข้อมูล ในรูปแบบไฟล์เสียง และไฟล์ภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ รายได้ค่าบริการอื่นไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมโดยหน่วยงานราชการ

(2) ธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต

TQM Life เป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต มีรายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิตประเภทรายบุคคล และประเภทกลุ่ม นอกจากนี้ TQM Life มีรายได้ค่าบริการได้อื่นจากบริษัทประกันชีวิต ทั้งนี้ รายได้จากธุรกิจนายหน้าประกันชีวิตสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิต

รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิต เป็นรายได้จากการขายประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิตประเภทรายบุคคล และประเภทกลุ่ม ในอัตราที่ตกลงร่วมกันระหว่าง TQM Life และบริษัทประกันชีวิต ในอัตราไม่เกินร้อยละ 40 ของเบี้ยประกันชีวิตในปีแรก ซึ่งเป็นอัตราที่สูงที่สุด ทั้งนี้ อัตราค่านายหน้าประกันชีวิตจะลดลงตามจำนวนปีที่เพิ่มขึ้น โดยอัตราค่านายหน้าประกันชีวิตดังกล่าวเป็นไปตามประกาศ คปภ. เรื่องอัตราค่าจ้างหรือค่าบำเหน็จ สำหรับตัวแทนประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันวินาศภัย พ.ศ. 2551 โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีพนักงานขายประกันชีวิตทั้งสิ้น 298 คน (พนักงานขายสังกัด TQM Broker จำนวน 241 คน และพนักงานขายสังกัด TQM Life จำนวน 57 คน) ที่ได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันชีวิต จาก สำนักงาน คปภ. โดยเป็นการขายประกันชีวิตผ่านช่องทางของกลุ่มบริษัทฯ ได้แก่ การจำหน่ายผ่านโทรศัพท์ (Telemarketing) และการจำหน่ายผ่านการขายตรง (Face to Face) เป็นต้น

- รายได้ค่าบริการอื่น

รายได้ค่าบริการอื่น เป็นรายได้จากบริษัทประกันชีวิตที่เป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัทฯ จ่ายให้กับกลุ่มบริษัทฯ ตามที่ตกลงกัน เพื่อเป็นค่าตอบแทนแก่กลุ่มบริษัทฯ สำหรับการให้บริการอื่นตามจริง เช่น ค่าบริการดำเนินการ ติดต่อประสานงานให้กับลูกค้าที่ประสบภัยกับบริษัทประกันชีวิต และค่าบริการจัดเก็บข้อมูล ในรูปแบบไฟล์เสียง และไฟล์ภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ รายได้ค่าบริการอื่นไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมโดยหน่วยงานราชการ

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ตามงบการเงินรวม จำแนกตามประเภทธุรกิจ สำหรับรอบปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 2560 และ 2561 มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

| กลุ่มธุรกิจ | ดำเนินการโดย | สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม | | | | | |
|--|--------------|----------------------------------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | | 2559 | | 2560 | | 2561 | |
| | | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ |
| 1. รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย | TQM Broker | 2,111.5 | 94.9 | 2,201.1 | 96.5 | 2,434.7 | 96.4 |
| - รายได้ค่านายหน้า | | 1,303.0 | 58.6 | 1,336.8 | 58.6 | 1,454.4 | 57.6 |
| - รายได้ค่าบริการอื่น ^{1/} | | 808.5 | 36.3 | 864.3 | 37.9 | 980.3 | 38.8 |
| 2. รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิต | TQM Life | 80.6 | 3.6 | 56.7 | 2.5 | 66.4 | 2.6 |
| - รายได้ค่านายหน้า | | 71.8 | 3.2 | 54.5 | 2.4 | 61.2 | 2.4 |
| - รายได้ค่าบริการอื่น | | 8.8 | 0.4 | 2.2 | 0.1 | 5.2 | 0.2 |
| รวมรายได้ค่าบริการ | | 2,192.1 | 98.5 | 2,257.8 | 99.0 | 2,501.1 | 99.0 |
| รายได้อื่น ^{2/} | | 33.9 | 1.5 | 23.9 | 1.0 | 23.9 | 1.0 |
| รวม | | 2,226.0 | 100.0 | 2,281.7 | 100.0 | 2,525.0 | 100.0 |

หมายเหตุ: ^{1/} รายได้ค่าบริการอื่นดำเนินการโดย TQM Broker และ Casmatt

^{2/} รายได้อื่น ได้แก่ ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายเงินลงทุนในบริษัทอื่นเพื่อปรับโครงสร้าง รายได้จากการให้บริการและให้คำปรึกษา เช่น เงินชดเชยค่าเสียหาย รายได้ค่าบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์จาก Casmatt เป็นต้น

2.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย

กลุ่มบริษัท ดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย ภายใต้การดำเนินงานของ TQM Broker ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยทุกรูปแบบที่ TQM Broker ขาย จะเป็นผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยของบริษัทประกันภัยต่างๆ ที่ได้รับอนุมัติจาก สำนักงาน คปภ. แล้วทั้งสิ้น โดย TQM Broker จะเลือกผลิตภัณฑ์จากบริษัทประกันภัยในประเทศไทย ซึ่งเป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัท มาอย่างยาวนานกว่า 31 บริษัทที่มีรูปแบบกรรมวิธีเหมาะสมกับลูกค้า และมีความน่าเชื่อถือ ทำให้ผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัย ที่ TQM Broker เสนอขายมีความหลากหลาย น่าเชื่อถือ มีรูปแบบที่น่าสนใจ และไม่ซับซ้อน เพื่อให้ TQM Broker สามารถเสนอขายประกันวินาศภัยที่สามารถตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดย TQM Broker นำเสนอกรรมวิธีประกันวินาศภัยทั้ง 2 รูปแบบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กลุ่มประกันรถยนต์ (Motor)

1.1 กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.)

การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ หรือโดยทั่วไปเรียกว่า การทำประกันภัยรถยนต์ ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) เป็นการประกันภัยตามกำหนดในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 เพื่อให้ความคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ประสบภัยจากรถไม่ว่าจะเป็นผู้ขับขี่ ผู้โดยสาร คนเดินเท้า ให้ได้รับความคุ้มครองต่อความสูญเสียต่อชีวิต ร่างกายอนามัย ทั้งนี้ ปัจจุบัน TQM Broker เป็นนายหน้าขายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับที่เป็นรถยนต์ไม่เกิน 7 ที่นั่ง ประกอบด้วย รถยนต์ประเภท 4 ที่นั่ง (รถเก๋ง) รถกระบะ และรถตู้ โดยมีอัตราเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (ไม่รวมภาษีอากร) 600 ถึง 1,200 บาท ต่อปี ซึ่งจะมีอัตราที่แตกต่างกันไปตามประเภทรถ โดยตารางความคุ้มครอง ประกันภัยรถยนต์ประเภท 4 ที่นั่ง ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) เป็นดังนี้

| ความคุ้มครอง | วงเงินคุ้มครองรถยนต์ที่เกิดเหตุตั้งแต่ 1 เมษายน พ.ศ. 2559 (บาท/คน) |
|--|--|
| 1. จำนวนเงินค่าเสียหายเบื้องต้น ได้รับโดยไม่ต้องรอพิสูจน์ความผิด | |
| 1.1 ค่ารักษาพยาบาล จากการบาดเจ็บ (ตามจริง) | ไม่เกิน 30,000 |
| 1.2 ทูพพลภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ตาบอด หูหนวก เป็นใบ้ หรือเสียความสามารถในการพูด หรือลิ้นขาด สูญเสียอวัยวะสืบพันธุ์ หรือ ทูพพลภาพอย่างถาวร เป็นต้น | 35,000 |
| 1.3 กรณีบาดเจ็บ ตามข้อ 1.1 และต่อมาทูพพลภาพ ตามข้อ 1.2 | ไม่เกิน 65,000 |
| 1.4 กรณีเสียชีวิต | 35,000 |
| 1.5 กรณีเสียชีวิตภายหลังการรักษาพยาบาล และค่าใช้จ่ายอันจำเป็นที่เกิดขึ้นจริงตามข้อ 1.1 | ไม่เกิน 65,000 |
| 2 จำนวนเงินค่าเสียหายส่วนที่เกินกว่าค่าเสียหายเบื้องต้น (ยกเว้นผู้ขับขี่รถที่เป็นฝ่ายต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย) โดยมีวงเงินคุ้มครองรวมกับค่าเสียหายเบื้องต้นดังนี้ | |
| 2.1 ค่ารักษาพยาบาล จากการบาดเจ็บ | ไม่เกิน 80,000 |
| 2.2 การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ ตั้งแต่ 2 กรณีขึ้นไป หรือทูพพลภาพอย่างถาวร | 300,000 |
| 2.3 การสูญเสียอวัยวะ | 200,000-300,000 |
| 3 ชดเชยรายวัน 200 บาท รวมกันไม่เกิน 20 วัน กรณีเข้ารับรักษาพยาบาลในสถานพยาบาลในฐานะคนไข้ใน | สูงสุดไม่เกิน 4,000 |
| จำนวนเงินคุ้มครองสูงสุดสำหรับรายการข้อ 1, 2 และ 3 รวมกัน | สูงสุดไม่เกิน 304,000 |

ที่มา: เว็บไซต์ สำนักงาน คปภ.

1.2 กลุ่มการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

เป็นการให้ความคุ้มครองความรับผิดชอบต่อชีวิต การรักษาพยาบาลทั้งบุคคลภายใน และบุคคลภายนอกกรณี การให้ความคุ้มครองต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก และรถยนต์ที่เอาประกันภัย ในกรณีที่เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรืออุบัติเหตุ ทั้งนี้ กฎหมาย

ไม่ได้บังคับให้เจ้าของรถยนต์ทำประกันภัยประเภทนี้ แต่การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจยังคงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจมีรูปแบบดังต่อไปนี้

1.2.1 ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 1

เป็นการประกันภัยที่จะให้ความคุ้มครองความเสียหายครอบคลุมมากที่สุด โดยให้ความคุ้มครอง ดังนี้

- คุ้มครองความรับผิดชอบต่อชีวิตร่างกายบุคคลภายนอก รวมถึงผู้โดยสารในรถยนต์คันที่เอาประกันภัย
- คุ้มครองความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
- คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์
- คุ้มครองการสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์
- ความคุ้มครอง การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยค่ารักษาพยาบาล และการประกันผู้ขับขี่

1.2.2 ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 2

การประกันภัยรถยนต์ประเภท 2 จะคล้ายกับการประกันรถยนต์ประเภท 1 แต่จะต่างกันที่การประกันรถยนต์ประเภท 2 จะไม่คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถผู้เอาประกัน (ยกเว้นสูญหายและไฟไหม้ของตัวรถยนต์) โดยจะให้ความคุ้มครองตามความคุ้มครองดังนี้

- คุ้มครองความรับผิดชอบต่อชีวิตร่างกายบุคคลภายนอก รวมถึงผู้โดยสารในรถยนต์คันที่เอาประกันภัย
- คุ้มครองความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
- คุ้มครองการสูญหาย และไฟไหม้ของตัวรถยนต์
- ความคุ้มครอง การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยค่ารักษาพยาบาล และการประกันผู้ขับขี่

1.2.3 ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 3

การประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 นี้จะให้ความคุ้มครองความรับผิดชอบของผู้เอาประกันภัยที่มีต่อบุคคลภายนอกเท่านั้น โดยจะให้ความคุ้มครองดังนี้

- คุ้มครองความรับผิดชอบต่อชีวิตร่างกายบุคคลภายนอก รวมถึงผู้โดยสารในรถยนต์คันที่เอาประกันภัย
- คุ้มครองความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
- ความคุ้มครอง การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยค่ารักษาพยาบาล และการประกันผู้ขับขี่

1.2.4 ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 4

การประกันภัยรถยนต์ประเภท 4 นี้จะให้ความคุ้มครองเฉพาะความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินที่มีต่อบุคคลภายนอกเท่านั้น โดยจะให้ความคุ้มครองดังนี้

- คุ้มครองเฉพาะความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

1.2.5 ประกันภัยรถยนต์ประเภท 5

การประกันภัยรถยนต์ที่ให้ความคุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ ที่เกิดขึ้นเฉพาะจากการชนกับยานพาหนะทางบก เท่านั้นการประกันภัยรถยนต์ประเภท 5 จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ 2+ และ 3+ ดังนี้

1) ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+

การประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+ จะแตกต่างจากประกันภัยรถยนต์ประเภท 2 เนื่องจากจะเพิ่มความคุ้มครอง ความรับผิดชอบต่อรถคันที่เอาประกันภัยเฉพาะความเสียหายต่อตัวรถยนต์ ที่เกิดขึ้นเฉพาะจากการชนกับยานพาหนะทางบก เท่านั้น โดยจะให้ความคุ้มครองทั้งหมดดังนี้

- คุ้มครองความรับผิดชอบต่อชีวิตร่างกายบุคคลภายนอก รวมถึงผู้โดยสารในรถยนต์คันที่เอาประกันภัย
- คุ้มครองความรับผิดชอบต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก

- คัดกรองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ เฉพาะกรณีที่เกิดขึ้นกับยานพาหนะทางบกเท่านั้น โดยมีการระบุเงินคุ้มครองเอาไว้
- คัดกรองการสูญหาย และไฟไหม้ของตัวรถยนต์ โดยมีการระบุเงินคุ้มครองเอาไว้
- ความคุ้มครอง การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยค่ารักษาพยาบาล และการประกันผู้ขับขี่

2) ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3+

การประกันภัยรถยนต์ประเภท 3+ จะแตกต่างจากประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 เนื่องจากจะเพิ่มความคุ้มครอง ความรับผิดของรถคันที่เอาประกันภัยเฉพาะความเสียหายต่อตัวรถยนต์ ที่เกิดขึ้นเฉพาะจากการชนกับยานพาหนะทางบกเท่านั้น โดยจะให้ความคุ้มครองทั้งหมดดังนี้

- คุ้มครองความรับผิดต่อชีวิตร่างกายบุคคลภายนอก รวมถึงผู้โดยสารในรถยนต์คันที่เอาประกันภัย
- คุ้มครองความรับผิดต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก
- คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ เฉพาะกรณีที่เกิดขึ้นกับยานพาหนะทางบกเท่านั้น โดยมีการระบุเงินคุ้มครองเอาไว้
- ความคุ้มครอง การประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยค่ารักษาพยาบาล และการประกันผู้ขับขี่

ทั้งนี้ จากประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจทั้ง 5 ประเภทข้างต้นสามารถสรุปขอบเขตความคุ้มครองค่าเสียหายต่างๆ ได้ดังนี้

| ประเภทประกันภัย | ความคุ้มครองคู่กรณี | | ความคุ้มครองตัวรถ | | | ความคุ้มครองคนในรถ | | |
|-----------------|---------------------|-----------|-------------------|----------------|----------------|---------------------|----------------|-----------------|
| | ชีวิต/ร่างกาย | ทรัพย์สิน | ตัวรถ | สูญหาย | ไฟไหม้ | อุบัติเหตุส่วนบุคคล | ค่ารักษาพยาบาล | ประกันผู้ขับขี่ |
| ประเภท 1 | / | / | / | / | / | / | / | / |
| ประเภท 2 | / | / | - | / | / | / | / | / |
| ประเภท 3 | / | / | - | - | - | / | / | / |
| ประเภท 4 | - | / | - | - | - | - | - | - |
| ประเภท 5 | | | | | | | | |
| ประเภท 2+ | / | / | / ¹ | / ² | / ² | / | / | / |
| ประเภท 3+ | / | / | / ¹ | - | - | / | / | / |

หมายเหตุ: ¹ คุ้มครองความเสียหายต่อตัวรถยนต์ เฉพาะกรณีที่เกิดขึ้นกับยานพาหนะทางบกเท่านั้น โดยมีการระบุเงินคุ้มครอง

² คุ้มครองการสูญหาย และไฟไหม้ต่อตัวรถยนต์ โดยมีการระบุเงินคุ้มครอง

2. กลุ่มประกัน Non-Motor

2.1 การประกันอัคคีภัย (Fire Insurance)

การประกันอัคคีภัย เป็นการประกันวินาศภัยที่ครอบคลุมถึงการรับประกันภัยสิ่งปลูกสร้าง อาคาร ที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ โรงงานอุตสาหกรรม ทรัพย์สิน อาคาร สินค้า ตลอดจนเครื่องจักรและวัตถุดิบในโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากไฟไหม้ ไฟผ่า หรือแรงระเบิดของแก๊สเพื่อใช้ในการหุงต้ม รวมทั้งลูกค้ายังสามารถขยายความคุ้มครองเพิ่มเติม ได้แก่ ภัยน้ำท่วม ภัยแผ่นดินไหว ภัยลูกเห็บ และภัยลมพายุ เป็นต้น โดยทรัพย์สินเอาประกันภัยสามารถแบ่งออกเป็นสิ่งปลูกสร้าง เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้ง สินค้าเครื่องจักร และอื่นๆ โดยทรัพย์สินที่เป็นข้อยกเว้นตามเงื่อนไขกรมธรรม์ ได้แก่ เงินตราธนบัตร ภาพเขียน รูปออกแบบ ลวดลายแม่พิมพ์ และอื่นๆ โดยมีเขตพื้นที่รับประกันภัยทั่วประเทศไทย

2.2 ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง (Marine Insurance)

ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง เป็นการประกันวินาศภัยที่คุ้มครองความเสียหายที่เกิดกับสินค้าหรือทรัพย์สินที่อยู่ระหว่างการขนส่งทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำ หรือการขนส่งทางอากาศยาน จากอุบัติเหตุต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้จากการขนถ่ายสินค้า เช่น เรือถูกไฟไหม้ เรือจม รถขนส่งสินค้าคว่ำ ความเสียหายจากการขนถ่ายสินค้าขึ้น หรือขนลงจากยานพาหนะ ตลอดจนการเกิดภัยธรรมชาติต่างๆ เช่น คลื่น ลมพายุ มรสุม ไฟผ่า หรือแผ่นดินไหว จนทำให้เกิดความเสียหายต่อตัวสินค้าหรือทรัพย์สินนั้นๆ

2.3 การประกันวินาศภัยเบ็ดเตล็ด

2.3.1 ประกันภัยทรัพย์สิน (Property Insurance)

การประกันภัยทรัพย์สิน เป็นการประกันวินาศภัยที่ให้ความคุ้มครองต่อความสูญเสียหรือความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยไว้ อันเกิดจากการกระทำของคนร้าย ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก โดยการลักทรัพย์ ขโมยทรัพย์ หรือปล้นทรัพย์ซึ่งคนร้ายได้เข้าไปหรือออกไปจากสถานที่ที่เอาประกันภัย รวมทั้งความคุ้มครองยังรวมไปถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่อาคารซึ่งเป็นสถานที่เก็บทรัพย์สินที่เอาประกันภัยไว้ อันเกิดขึ้นจากการโจรกรรมของคนร้าย โดยตัวอย่างประกันภัยทรัพย์สิน (Property Insurance) ได้แก่ การประกันภัยโจรกรรม (Burglary) การประกันภัยความเสี่ยงภัยทุกชนิด (All Risks) หรือการประกันภัยสำหรับเงิน (Money) เป็นต้น

2.3.2 ประกันภัยความรับผิดทางกฎหมายต่อสาธารณชน (Liability Insurance)

การประกันภัยรับผิดทางกฎหมายต่อสาธารณชน เป็นการประกันวินาศภัยที่ให้ความคุ้มครองต่อความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายต่อทรัพย์สิน หรือความบาดเจ็บทางร่างกาย ตลอดจนกระทั่งการเสียชีวิตของบุคคลภายนอกซึ่งผู้เอาประกันภัยต้อง รับผิดชอบใช้ตามกฎหมาย แต่ไม่ให้ความคุ้มครองต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นโดยตรง ต่อทรัพย์สิน หรือ ร่างกายของผู้เอาประกันภัย ตลอดจนความคุ้มครองในส่วนของความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากความผิดพลาด การละเมิด หรือ การทำให้ผู้อื่นได้รับการบาดเจ็บหรือสูญเสีย โดยความไม่ตั้งใจ โดยตัวอย่างประกันภัยความรับผิดทางกฎหมายต่อสาธารณชน (Liability Insurance) ได้แก่ ประกันภัยความรับผิดต่อบุคคลภายนอก (Premises) การประกันภัยความรับผิดอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ (Products Liability) เป็นต้น

2.3.3 การประกันภัยวิศวกรรม (Engineering Insurance)

การประกันภัยวิศวกรรม (Engineering Insurance) เป็นการประกันวินาศภัยที่ให้ความคุ้มครองต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สิน หรือ อุปกรณ์ต่าง รวมถึง การบาดเจ็บของพนักงานจากอุบัติเหตุระหว่างการติดตั้ง ประกอบ หรือ ก่อสร้าง โดยตัวอย่างการประกันภัยวิศวกรรม (Engineering Insurance) ได้แก่ การประกันภัยเครื่องจักร (Machinery) การประกันภัยหม้อไอน้ำและถังอัดความดัน (Boiler) การประกันภัยเครื่องอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Equipment) เป็นต้น

2.3.4 การประกันภัยความเสี่ยงภัยด้านการเงิน และการค้ำประกัน (Financial Insurance)

การประกันภัยความเสี่ยงภัยด้านการเงิน และการค้ำประกัน (Financial Insurance) เป็นการรับประกันภัย ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นที่เกี่ยวกับเงิน หรือการสูญเสียทางการเงิน โดยตัวอย่างการประกันภัยความเสี่ยงภัยด้านการเงิน และการค้ำประกัน (Financial Insurance) ได้แก่ การประกันภัยความซื่อสัตย์ของลูกจ้าง (Fidelity Guarantee) การประกันภัยอสรภาพ (Bail Bond) การประกันภัยสินเชื่อทางการค้า (Trade Credit) เป็นต้น

2.3.5 ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล (Personal Accident : PA)

ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล เป็นการประกันวินาศภัยที่ให้ความคุ้มครองต่อผู้เอาประกันภัยในกรณีที่ผู้เอาประกันภัย ประสบอุบัติเหตุได้รับความบาดเจ็บทางร่างกาย และหากผลของการบาดเจ็บนั้นส่งผลให้ผู้เอาประกันภัยต้องเข้ารับการรักษายาบาล หรือ รุนแรงถึงขั้นทุพพลภาพ สูญเสียอวัยวะ หรือเสียชีวิต บริษัทประกันภัยจะเข้ามาับภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจาก การรักษายาบาลของผู้เอาประกันภัย หรือจ่ายค่าทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัยหากผู้เอาประกันภัยต้องสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ หรือเสียชีวิต

2.3.6 ประกันภัยสุขภาพส่วนบุคคล

ประกันภัยสุขภาพส่วนบุคคล เป็นการประกันวินาศภัยที่บริษัทประกันภัยตกลงที่จะชดเชยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จากการรักษายาบาลของผู้เอาประกันภัย รวมทั้งกรณีอุบัติเหตุที่ทำให้ผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต หรือสูญเสียอวัยวะ เป็นต้น

2.3.7 ประกันภัยการเดินทาง

ประกันอุบัติเหตุการเดินทาง เป็นการประกันวินาศภัยที่ให้ความคุ้มครองต่อผู้เอาประกันภัยในกรณีต่างๆ เช่น กรณีที่ผู้เอาประกันภัยเจ็บป่วย การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ หรือทุพพลภาพถาวรจากอุบัติเหตุ ชดเชยค่ารักษายาบาลระหว่างเดินทาง ค่า

เคลื่อนย้ายฉุกเฉิน กระเป๋าเดินทางหาย กระเป๋าเดินทางเสียหาย รวมไปถึงการยกเลิกการเดินทาง ยกเลิกเที่ยวบิน หรือเที่ยวบินล่าช้า เมื่อผู้เอาประกันเดินทางไปยังต่างประเทศ

2.3.8 การประกันภัยเบ็ดเตล็ดอื่นๆ (Miscellaneous)

ประกันภัยเบ็ดเตล็ดอื่นๆ เป็นประกันภัยประเภทอื่นๆ ที่อาจจะไม่สามารถจัดกลุ่มอยู่กับประเภทประกันภัยข้างต้นได้ เช่น ประกันภัยรถยนต์เสริม (Motor Add On) ซึ่งเป็นรูปแบบประกันภัยรถยนต์ที่ให้ความคุ้มครองเพิ่มเติม จากกรมธรรม์ปกติ โดยมี ตัวอย่างการชดเชย เช่น การชดเชยการเข้ารักษาตัวในโรงพยาบาลโดยมีสาเหตุจากอุบัติเหตุขณะที่อยู่ในรถยนต์มูลค่า 3,000 บาทต่อวัน การชดเชยค่าเดินทางเมื่อรถยนต์ของผู้เอาประกันเข้าอู่กรณีที่เกิดจากรถชนมูลค่าไม่เกิน 3,000 บาท การชดเชยค่าทรัพย์สินเมื่อเกิดการลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยต่อตัวรถยนต์ของผู้เอาประกัน มูลค่าไม่เกิน 10,000 บาท หรือ การชดเชยกรณีรถยนต์สูญหายหรือเสียหายสิ้นเชิงจากไฟไหม้หรืออุบัติเหตุ มูลค่าไม่เกิน 50,000 บาท เป็นต้น

ธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต ภายใต้การดำเนินงานของ TQM Life ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต ซึ่งสามารถดำเนินการขายประกันชีวิตประเภทต่างๆ ได้ ทั้งนี้ TQM Life จำหน่ายประกันชีวิตทั้งสิ้น 2 รูปแบบ ได้แก่ ประกันชีวิตประเภทรายบุคคล และประกันชีวิตประเภทกลุ่ม โดยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตทุกรูปแบบที่ TQM Life ขายนั้น จะเป็นผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตได้รับอนุมัติจาก สำนักงาน คปภ. แล้วทั้งสิ้น โดย TQM Life จะเลือกผลิตภัณฑ์จากบริษัทประกันชีวิตชั้นนำของประเทศไทยที่เป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัทฯ มาอย่างยาวนานกว่า 14 บริษัท ทำให้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ที่ TQM Life เสนอขายมีหลายรูปแบบ น่าเชื่อถือ มีรูปแบบที่น่าสนใจ และไม่ซับซ้อน ทำให้ TQM Life สามารถเสนอขายประกันชีวิตที่สามารถตอบโจทย์และความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบประกันชีวิตทั้ง 2 รูปแบบ ดังนี้

1. ประกันชีวิตประเภทรายบุคคล

1.1 การประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ (Endowment Insurance)

เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยเมื่อมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงภายในระยะเวลาของการประกันภัย การประกันชีวิตแบบออมทรัพย์เป็นส่วนผสมของการคุ้มครองชีวิตและการออมทรัพย์ ส่วนของการออมทรัพย์ คือส่วนที่ผู้เอาประกันภัยได้รับคืนเมื่อสัญญาครบกำหนด

1.2 การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ (Whole Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิตที่มีระยะเวลาคู่ครองยาวตลอดชีพ ที่เน้นการให้ผลประโยชน์ด้านความคุ้มครองชีวิตเป็นหลัก ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเมื่อใดในขณะที่กรมธรรม์มีผลบังคับ บริษัทประกันชีวิตจะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ หรือถ้าผู้เอาประกันภัยมีชีวิตครบตามกำหนดสัญญากรมธรรม์ ก็สามารถรับทุนประกันภัยคืน

1.3 การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา (Term Insurance)

เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายเงินให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระยะเวลาของการประกันภัย การประกันชีวิตแบบนี้ไม่มีส่วนของการออมทรัพย์ เบี้ยประกันจึงต่ำกว่าแบบอื่นๆ และไม่มีเงินคืนให้หากผู้เอาประกันภัยอยู่จนครบกำหนดสัญญา ทั้งนี้การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา (Term Insurance) ดังกล่าว รวมถึงประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล (Personal Accident : PA) ที่ปัจจุบันบริษัทประกันชีวิตขายผลิตภัณฑ์อุบัติเหตุส่วนบุคคล ที่ให้ความคุ้มครองในกรณีที่ผู้เอาประกันเสียชีวิต ทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง สูญเสียอวัยวะ หรืออื่นๆ ตามที่กำหนดในกรมธรรม์

2. ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม

เป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งฉบับจะมีผู้เอาประกันชีวิตร่วมกันตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ให้ความคุ้มครองกลุ่มสมาชิกภายใต้กรมธรรม์ฉบับเดียวกัน โดยทั่วไปจะเป็นสวัสดิการที่นายจ้างซื้อความคุ้มครองให้กับลูกจ้าง ปกตินายจ้างจะเป็นผู้ชำระเบี้ยประกันภัย

ให้ทั้งหมด หรือช่วยจ่ายให้ครึ่งหนึ่ง ส่วนมากจะเป็นกลุ่มของพนักงานบริษัท ในการพิจารณารับประกันของบริษัทประกันชีวิตอาจจะมีการตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ตรวจสอบสุขภาพ ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของบริษัทประกันภัย

ธุรกิจให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์

กลุ่มบริษัทฯ ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ ซึ่งดำเนินงานโดย Casmatt เพื่อใช้ในการสนับสนุนธุรกิจด้านสารสนเทศแบบครบวงจร โดยการให้บริการของ Casmatt สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ให้คำปรึกษาด้านการจัดการระบบกระบวนการทางธุรกิจ (Business Solution) ได้แก่ บริการขายและแนะนำผลิตภัณฑ์ผ่านทางโทรศัพท์ (Telemarketing) และการจัดการด้านระบบการให้บริการลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center Management) รวมถึงกระบวนการจัดการงานขายและบริการด้านการปฏิบัติการผ่านระบบต่างๆ (Operation) โดย Casmatt จะค้นคว้าเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อพัฒนารูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับผู้ใช้บริการทั้งในด้านฮาร์ดแวร์ เน็ตเวิร์ค การผลิตซอฟต์แวร์ ตรวจสอบคุณภาพระบบ และการวิเคราะห์วิจัยข้อมูล
- 2) ให้คำปรึกษาด้านงานวิจัยตลาดดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการบริการที่รวดเร็ว เข้าถึง และเข้าใจลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยการให้บริการครอบคลุมถึง การประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่าน SEO Technique (Search Engine Optimization) ซึ่งเป็นการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับต้นๆ ในหน้าผลการค้นหาผ่านเว็บไซต์ Google ในการวิเคราะห์และเก็บข้อมูลเชิงสถิติ (Google Analytic) การจัดการข้อมูลเชิงสถิติ (Tag Manager) ระบบการสื่อสาร (Chat Bot Engine) และแอปพลิเคชัน (Mobile Application)
- 3) ให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาด้านการติดตั้งระบบปฏิบัติงานและการติดตั้งระบบศูนย์ข้อมูล เช่น Mail, DataBase, Proxy & Firewall Server เป็นต้น ทั้งองค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่

ธุรกิจให้บริการด้านคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย

TQLD ให้บริการคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย ผ่านรูปแบบของการกรอกข้อมูลและการให้บริการเปรียบเทียบประกันภัยผ่านเว็บไซต์ www.noon.in.th โดยมีแนวคิดในการให้ข้อมูลเปรียบเทียบประกันภัยสำหรับลูกค้าอย่างเที่ยงตรง ตลอดจนเพื่อให้ลูกค้าประหยัดเวลาในการศึกษา และค้นหาข้อมูลประกันภัย นอกจากนี้การให้บริการของ TQLD ครอบคลุมถึงการวางแผนการประกัน การเลือกซื้อประกัน ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าที่ปัจจุบันมีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยเมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งระบุความต้องการของตนในเว็บไซต์แล้ว หน้าเว็บไซต์จะประมวลผลข้อมูล และนำเสนอกรมธรรม์ของบริษัทประกันภัยหลายแห่ง ที่มีลักษณะสอดคล้อง และ/หรือ ใกล้เคียงกับความต้องการของลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบข้อมูลรายละเอียด เช่น เบี้ยประกัน ทุนประกัน และความคุ้มครอง ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ เมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลผ่านเว็บไซต์ แล้วมีความสนใจที่จะทำประกันภัย ลูกค้าจะต้องกรอกข้อมูลส่วนบุคคล และระยะเวลาที่สะดวกให้ติดต่อกลับเพื่อให้พนักงานขายติดต่อกลับไป ซึ่งเมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลดังกล่าวแล้ว ข้อมูลของลูกค้าจะถูกส่งผ่านระบบเชื่อมต่อข้อมูล (Application Programming Interface : API)มายังระบบของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานขายได้เสนอขายประกันภัยต่อลูกค้าต่อไป

2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัทฯ

1) กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

กลุ่มบริษัทฯ มีฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในการกลั่นกรองและตัดสินใจว่า TQM Broker และ TQM Life จะเลือกขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยแบบใด โดยฝ่ายดังกล่าวจะมีเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ประกันภัย ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ในปัจจุบัน การให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายของบริษัทประกันภัย ตลอดจนการตลาด และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น นอกจากนี้ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะมีการประชุมเพื่อร่วมกันพิจารณา และวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่มีความน่าสนใจเพื่อนำเสนอต่อฝ่าย

บริหารพิจารณาต่อไป หลังจากได้ข้อสรุปเบื้องต้นฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ผ่านการคัดเลือกต่อฝ่ายบริหารเพื่อให้พิจารณารูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป สำหรับกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้านั้น กลุ่มบริษัท จะนำฐานข้อมูลลูกค้า เช่น อายุ รายได้ และพฤติกรรมมาวิเคราะห์เพื่อระบุความต้องการของลูกค้าในแต่ละฐานลูกค้า เพื่อให้สามารถคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากบริษัทประกันภัยที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าต่อไป

2) กลยุทธ์ทางด้านราคา

กลุ่มบริษัท ไม่สามารถกำหนดค่าเบี้ยประกันได้ เนื่องจากบริษัทประกันภัยจะเป็นผู้กำหนดค่าเบี้ยประกันภัยตามรูปแบบของกรรมธรรม์ในแต่ละประเภท ซึ่งกรรมธรรม์ดังกล่าวจะต้องได้รับอนุมัติจากสำนักงาน คปภ. แล้วทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัท มีแนวทางในการส่งเสริมการขายและกำหนดโปรโมชั่น สำหรับผลิตภัณฑ์ประกันภัยรูปแบบต่างๆ

3) กลยุทธ์ด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย

กลุ่มบริษัท มีกลยุทธ์ด้านการตลาดและการส่งเสริมการขายที่ได้ดำเนินการโดยฝ่ายต่างๆ ภายใต้ฝ่ายการตลาดของบริษัท ได้แก่ ฝ่ายกิจกรรมและสิทธิประโยชน์สมาชิก ซึ่งจะมีหน้าที่จัดกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ รวมถึงการคิดและวิเคราะห์การส่งเสริมการขายของแต่ละผลิตภัณฑ์ประกันภัย ฝ่ายสื่อสารองค์กร ซึ่งจะมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ตลอดจนฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งจะมีหน้าที่ตอบคำถามลูกค้าเมื่อมีข้อสงสัย รวมทั้งการให้บริการแก่ลูกค้า ทั้งนี้กลุ่มบริษัท มีช่องทางการสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้าผ่านหลายช่องทาง เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัท เสนอขายได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ บริษัท ได้เลือกใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยช่องทางการสื่อสารทางการตลาด แบ่งเป็น 2 ช่องทางหลัก ดังนี้

1) สื่อออฟไลน์ (Offline Channel)

(1) สื่อโทรทัศน์ (TV Commercial)

กลุ่มบริษัท เลือกใช้สื่อโทรทัศน์ (TV Commercial) เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า เนื่องจากช่องทางนี้สามารถกระจายข้อมูลและสามารถสื่อสารได้อย่างกว้างขวางในระยะเวลาไม่นาน รวมทั้งสามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่หลากหลายได้อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ

ภาพออกอากาศรายการชุมทางดาวทองปี 2561



รายการดาราดาวเด่น (เย็น)

ออกอากาศ ทุกวันจันทร์-ศุกร์



Title รายการ



VTR 5 วินาที
สนับสนุนก่อนเข้ารายการ



โลโก้ ในจอ LED
สนับสนุนรายการ



Title รายการ



VTR 5 วินาที
สนับสนุนก่อนเข้ารายการ



โลโก้ มุมจอ และ
Tie in Product

(2) สื่อสิ่งพิมพ์ (Newspaper and Magazine)

กลุ่มบริษัทฯ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการลงโฆษณาการให้บริการของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อการประชาสัมพันธ์ ในคอลัมน์ต่างๆ



(3) การออกบูธแสดงสินค้าและการเป็นผู้สนับสนุนร่วมกับงานต่างๆ

บริษัทฯ ใช้การออกบูธแสดงสินค้าร่วมกับงานต่างๆ เช่น งาน ประกาศผลรางวัลดาราดเล่ งานรวมพลคนสร้างสุข งาน สงกรานต์เดินทางปลอดภัยประกันภัยห่วงใยคุณกับสำนักงาน คปภ. งานสงกรานต์เดินทางปลอดภัยนะออเจ้ากับกรมขนส่ง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทฯ และเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างดี



(4) การจัดกิจกรรมทางการตลาด

กลุ่มบริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นร่วมกับคู่ค้าของบริษัทฯ เพื่อประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการ ทั้งกิจกรรมภายในประเทศ และต่างประเทศ กิจกรรมภายในประเทศ อาทิเช่น กิจกรรม TQM Family Club เป็น กิจกรรมร่วมกับลูกค้าเดินทางท่องเที่ยวในประเทศร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงและนักแสดง กิจกรรมมหรหรรคมคนสร้างสุขเพื่อให้ความรู้ เกี่ยวกับประกันภัย เป็นต้น โดยเน้นการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับลูกค้าของบริษัทฯ ผู้ที่สนใจร่วมกิจกรรม หรือสื่อมวลชน เพื่อเป็นการ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กลุ่มบริษัทฯ สร้างความสัมพันธ์และเสริมสร้างความภักดี (Brand Loyalty) ต่อบริษัทฯ ให้ เกิดการบอกต่อ และช่วยลดระดับอัตราการยกเลิกการใช้บริการต่ออายุกรมธรรม์ในปีต่อไป และเพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายตลอดจน สร้างฐานลูกค้าใหม่จากผู้เข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ มีแผนการตลาดสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่วงเวลา เพื่อเป็น การส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชครางวัลรถยนต์ หรือกระเป๋า แบรินด์เนม แหวนเพชร การเดินทางท่องเที่ยว บัตรกำนัล และ เติมน้ำมัน เป็นต้น 2) สื่อออนไลน์ (Online Channel) กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคและบริษัทฯ ซึ่ง เป็นสื่อสารผ่านช่องทางสื่อใหม่ (New Media) ที่ปัจจุบันได้รับความนิยมและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้กว้างกว่าการสื่อสารประเภทอื่นๆ ได้แก่ การสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัทฯ www.tqm.co.th และ www.mheemhee.com โดยเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัทฯ ได้ จัดทำในรูปแบบ Live Chat เพื่อให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลได้ทันที โดยจะมีพนักงานประจำเพื่อตอบข้อซักถามของลูกค้าการ สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook (TQM Insurance Broker) เพื่อสื่อสารเมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมทั้งให้ข้อมูลที่ เกี่ยวข้องกับประกันภัย หรือ Instagram (TQM broker) และการสื่อสารผ่านระบบแอปพลิเคชัน (TQM we care) เป็นต้น



4) กลยุทธ์ด้านการบริการหลังการขาย

กลุ่มบริษัท ให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย เพื่อมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ซื้อประกันภัยของกลุ่มบริษัท โดยการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหลังการขาย และหลังการจัดกิจกรรม โดยการสอบถามลูกค้าโดยตรง เพื่อให้สามารถติดตามความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างทันเวลา เพื่อพิจารณาปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้นโยบายข้างต้น กลุ่มบริษัท มีการให้บริการหลังการขายด้านอื่นๆ เช่น การอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับศูนย์ซ่อมรถ การให้คำปรึกษาในการเคลมประกัน ตลอดจนประสานงานในการจัดหารถยนต์ในกรณีลูกค้าของกลุ่มบริษัท เป็นฝ่ายถูก เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มบริษัท มีให้บริการรับแจ้งเหตุจากลูกค้า เพื่อเรียกค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันภัย โดยฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์จะเป็นผู้รับแจ้งเหตุตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน 1737 และเจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์จะทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับบริษัทประกันภัยที่ลูกค้าเป็นผู้เอาประกัน เพื่อให้ได้รับการที่รวดเร็ว ตลอดจนฝ่ายกฎหมาย และฝ่ายสินไหมจะเข้ามามีส่วนร่วมในกรณีที่ลูกค้ามีข้อขัดแย้ง หรือไม่พึงพอใจกับการเรียกร้องสินไหม โดยจะให้บริการคำแนะนำเรื่องการเรียกร้องค่าสินไหม การคุ้มครองตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ พร้อมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับลูกค้า

5) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มบริษัท มีกลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย ตามช่องทางการจำหน่ายดังนี้

● การจำหน่ายผ่านโทรศัพท์ (Telemarketing)

เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายผ่านโทรศัพท์ (Telemarketing) เป็นช่องทางหลักในการนำเสนอประกันภัยของกลุ่มบริษัท ต่อลูกค้า ทั้งนี้บริษัท มุ่งเน้นและมียุทธศาสตร์ให้พนักงานขายทุกระดับ จะต้องได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยและใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตปฏิบัติงานประจำ จากสำนักงาน คปภ. ก่อนเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า โดยบริษัท ร่วมมือกับสำนักงาน คปภ. ในการจัดสอบใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต และจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการขายประกันภัย เทคนิคการขาย ตลอดจนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันภัยอย่างแท้จริง และเพื่อเป้าหมายสูงสุดคือ เพื่อให้พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการหรือสอบถามข้อมูลทุกคน นอกจากนี้กลุ่มบริษัท มีนโยบายฝึกพนักงานขายรุ่นใหม่ โดยให้พนักงานฝึกงานที่สนใจเป็นพนักงานขายเข้ามามีส่วนร่วมในการขาย โดยการเข้ารับการฝึกอบรม ร่วมฟังการสนทนาระหว่างพนักงานขายกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในสถานการณ์จริง เพื่อให้พนักงานฝึกงานเข้าใจระบบงาน ตลอดจนวิธีการสื่อสาร การปิดการขายต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และสนับสนุนให้สอบใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิตปฏิบัติงานประจำ ต่อไป

● การจำหน่ายผ่านการขายตรง (Face to Face)

การจำหน่ายผ่านการขายตรง (Face to Face) เป็นช่องทางการจำหน่ายอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ปัจจุบันยังคงได้รับความนิยม เนื่องจากการขายประกันในช่องทางดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายประกันชีวิต เนื่องจากการสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้รับข้อมูลของประกันภัยได้โดยตรงถึงที่บ้าน และองค์กร เช่น บริษัท ห้างร้าน โรงงานอุตสาหกรรม สหกรณ์ต่างๆ และหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ลูกค้าสามารถปรึกษา และสอบถามข้อสงสัยในประเด็นต่างๆ กับพนักงานขายได้โดยตรง และเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยพนักงานขายดังกล่าวจะเป็นพนักงานที่ได้รับการอบรมและเป็นพนักงานขายที่ได้รับใบอนุญาตขายประกันภัยแล้วทั้งสิ้น โดยกลุ่มบริษัท จะคัดเลือกพนักงานขายเพื่อให้เหมาะสม และสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยพิจารณาจากประเภท ลักษณะ อาชีพ ตลอดจนรายได้ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้พนักงานขายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ช่องทางการขายตรงเป็นช่องทางที่เสริมสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มบริษัท อีกด้วย

● **การจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ (Online)**

การจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นอีกช่องทางการจำหน่ายรูปแบบหนึ่งที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต เนื่องจากปัจจุบันลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกลุ่มบริษัทฯ เป็นคนรุ่นใหม่ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลประกันภัยได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนเลือกซื้อประกันภัยต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ประเภทประกันที่ขายผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นประกันภัยเฉพาะประกันวินาศภัย บางประเภทเท่านั้น เช่น ประกันภัยการเดินทาง ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล ซึ่งบริษัทที่จะขายผ่านเว็บไซต์ (Online) จะต้องได้รับใบอนุญาตการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (Online) และปัจจุบัน TQM Broker ได้รับใบอนุญาตดังกล่าวแล้ว นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ทำการตลาดระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัทฯ โดยลูกค้าสามารถกรอกรายละเอียดของรูปแบบประกันที่ต้องการ โดยเว็บไซต์ของกลุ่มบริษัทฯ จะประมวลผลเพื่อนำเสนอประกันจากบริษัทประกันภัยต่าง ๆ ตลอดจนลูกค้าสอบถามรายละเอียดผ่านระบบ Live Chat ซึ่งจะมีพนักงานขายตอบคำถามตลอด 24 ชั่วโมงอีกด้วย

● **การจำหน่ายผ่าน Omni Channel**

เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ดังนั้น จึงอาจมีกรณีที่ลูกค้าโทรเข้ามาสอบถามข้อมูลกรมธรรม์ประกันภัย หรือกรณีที่มีพนักงานขายเสนอขายกรมธรรม์ผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งถือเป็นการจำหน่ายผ่านโทรศัพท์ (Telemarketing) แต่มีการนำเสนอรูปแบบกรมธรรม์ และติดต่อประสานงานเพิ่มเติมผ่านพนักงานขายโดยตรง ซึ่งถือเป็นการจำหน่ายผ่านการขายตรง (Face to Face) ดังนั้นบริษัทฯ จึงมองว่าการจำหน่ายของกลุ่มบริษัทฯ เป็นการจำหน่ายผ่าน Omni Channel ซึ่งเป็นการขายแบบผสมผสานระหว่างช่องทางการจำหน่ายทุกประเภททั้งในรูปแบบผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ (Online) หรือแบบ Offline โดยจะเป็นการเชื่อมโยงช่องทางการขายผ่านการสื่อสารต่างๆ จนสามารถปิดการขายได้ รวมทั้งกระบวนการให้บริการหลังการขายด้วย

การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1) **การคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า**

กลุ่มบริษัทฯ มีแนวทางในการคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า ซึ่งได้แก่บริษัทประกันภัย โดยสามารถสรุปนโยบายการคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า ได้ดังนี้

- 1) บริษัทประกันภัย นั้นๆ จะต้องมีความมั่นคงทางการเงิน และปฏิบัติตาม กฎหมาย หลักเกณฑ์ วิธีการที่เกี่ยวข้อง และประกาศ ภายใต้การกำกับดูแลของ คปภ.
- 2) บริษัทประกันภัย นั้นๆ สามารถจัดผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ ได้
- 3) บริษัทประกันภัย นั้นๆ จะต้องมีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการรับประกันภัย การบริหาร และจัดการความเสี่ยง
- 4) บริษัทประกันภัย นั้นๆ จะต้องมีการบริหารจัดการ เรื่องการให้บริการหลังการขาย และการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน ได้เป็นอย่างดี มีความซื่อสัตย์ ยุติธรรม มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในกรมธรรม์

2) **การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ประกันภัย**

กลุ่มบริษัทฯ มีฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการกลั่นกรองและตัดสินใจว่าจะเลือกขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยประเภทใด โดยจะนำฐานข้อมูลของลูกค้าต่างๆ มาวิเคราะห์ เช่น อายุ รายได้ พฤติกรรม และข้อมูลอื่นๆ เพื่อนำมาพิจารณาความต้องการของลูกค้า และเพื่อคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้า โดยฝ่ายงานดังกล่าวจะมีเกณฑ์ในการพิจารณาผลิตภัณฑ์ประกันภัยจากบริษัทประกันภัย เช่น การให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายของบริษัทประกันภัย และการตลาดและการส่งเสริมการขาย เป็นต้น ทั้งนี้ กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เริ่มจากฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะจัดประชุมร่วมกับคณะผู้บริหาร เพื่อพิจารณาความต้องการของลูกค้า และร่วมกันสรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่จะเสนอขายให้กับลูกค้า จากนั้นฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะหารือกับบริษัทประกันภัย เพื่อให้เสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม รวมทั้งจะนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่มีเฉพาะกลุ่มบริษัทฯ สามารถเสนอขายได้ โดยฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะร่วมมือกับบริษัทประกันภัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การใช้ฐานข้อมูลลูกค้า การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนข้อมูลจากแบบ

ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนการประชุมร่วมกับฝ่ายขายในการสอบถามความต้องการของลูกค้าโดยตรง เนื่องจากฝ่ายขายจะเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ทราบความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง ที่สามารถนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ทุกรูปแบบที่กลุ่มบริษัทฯ เสนอขายจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการอนุมัติจาก สำนักงาน คปภ. แล้วเท่านั้น รวมทั้งเมื่อกลุ่มบริษัทฯ ได้ทำสัญญาหรือข้อตกลงกับบริษัทประกันภัยแล้ว กลุ่มบริษัทฯ จะเตรียมระบบ และกำหนดกระบวนการดำเนินงานด้านการปฏิบัติการ (Operation) เพื่อรองรับการขายรูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรูปแบบนั้นๆ ต่อไป

3) การจัดหาฐานข้อมูลของลูกค้าเป้าหมาย

ในอดีต กลุ่มบริษัทฯ มีแนวทางในการจัดหาฐานข้อมูลของลูกค้าเป้าหมาย โดยซื้อฐานข้อมูลของลูกค้าเป้าหมายจากหน่วยงานอื่น (Non-Partner) แต่ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีช่องทางในการจัดหาฐานข้อมูลของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- 1) กลุ่มบริษัทฯ พัฒนาระบบฐานข้อมูลลูกค้าด้วยตนเอง ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line Facebook Instagram ทำให้ทราบพฤติกรรมของลูกค้าได้ตลอดเวลา ตลอดจนข้อมูลของลูกค้าที่กลุ่มบริษัทฯ ได้จากการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทฯ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ชุมชนคนสร้างสุข โครงการ Member get member
- 2) กลุ่มบริษัทฯ ได้รับฐานข้อมูลจากงานขายกรรมธรรม์ประกันภัยผ่านลูกค้าองค์กร กล่าวคือเมื่อลูกค้าองค์กรได้ทำประกันภัย กับกลุ่มบริษัทฯ แล้ว บริษัทฯ จะมีข้อมูลของลูกค้า และสามารถเสนอขายประกันภัยแก่ลูกค้าได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ จะได้รับฐานข้อมูลลูกค้าจากบริษัทประกันในกรณีที่ให้กลุ่มบริษัทฯ ช่วยเสนอขายประกันภัย โดยบริษัทฯ จะนำฐานข้อมูลลูกค้า เช่น อายุ รายได้ และพฤติกรรมมาวิเคราะห์เพื่อระบุความต้องการของลูกค้าในแต่ละฐานลูกค้า เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากบริษัทประกันภัยให้เหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าต่อไป
- 3) กลุ่มบริษัทฯ ซื้อฐานข้อมูลลูกค้า (Lead) จากบริษัทผู้ให้บริการจัดหาฐานข้อมูลลูกค้า ที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความร่วมมือในการจัดหาและบริหารฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งซื้อฐานข้อมูลลูกค้า (Lead) จาก TQLD ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย โดยเมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลผ่านเว็บไซต์ แล้วมีความสนใจที่จะทำประกันภัย ข้อมูลของลูกค้าจะถูกส่งผ่านระบบเชื่อมต่อข้อมูล (Application Programming Interface : API)มายังระบบของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานขายได้เสนอขายประกันภัยต่อลูกค้าต่อไป

4) การให้บริการและการขาย

กลุ่มบริษัทฯ มีการให้บริการและการขายประกันภัย โดยสามารถแบ่งตามช่องทางการขายของกลุ่มบริษัทฯ ได้แก่ 1) โทรศัพท์ (Telemarketing) โดยเป็นกรณีพนักงานขายของกลุ่มบริษัทฯ ที่ติดต่อลูกค้าโดยตรง และกรณีที่ลูกค้าโทรผ่าน Call center ของกลุ่มบริษัทฯ 2) ออนไลน์ (Online) และ 3) การขายตรง (Face to face) รวมทั้งการขายแบบผสมผสาน (Omni Channel) เป็นการเชื่อมโยงช่องทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ที่ดีกับแบรนด์ TQM โดยพนักงานขายจะนำเสนอรูปแบบประกันภัยให้กับลูกค้า อย่างไรก็ตามพนักงานขายจะต้องผ่านการอบรม และจะต้องได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยปฏิบัติงานประจำ และใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตปฏิบัติงานประจำจากสำนักงาน คปภ. ก่อนเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ทั้งนี้ เมื่อพนักงานขายสามารถปิดการขายได้ พนักงานขายจะบันทึกงานขายเข้าระบบ Caller โดยระบุช่องทางการชำระเงิน ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ชำระเป็นเงินสด ชำระด้วยบัตรเครดิต หรือชำระเป็นเงินโอน รวมทั้งจะมีการยืนยันการทำประกันกับลูกค้าอีกครั้งตามข้อกำหนดของสำนักงาน คปภ.

5) การควบคุมคุณภาพของพนักงานขาย

กลุ่มบริษัทฯ มีแนวทางในการควบคุมคุณภาพของพนักงานขายของกลุ่มบริษัทฯ ผ่านแผนการฝึกอบรมประจำปีตามที่ระบุในนโยบายพัฒนาบุคลากร โดยกลุ่มบริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานขายทุกคนของกลุ่มบริษัทฯ จะต้องได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันภัยก่อนการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยให้แก่ลูกค้า โดยกลุ่มบริษัทฯ มีกระบวนการในการฝึกอบรมพนักงานให้ได้รับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับ กฎหมาย หลักการ วิธีการที่เกี่ยวข้อง หรือระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เพื่อให้พนักงานขายได้รับทราบข้อมูลในกฎเกณฑ์ที่สำคัญ และเพื่อให้พนักงานสามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ ตลอดจนการส่งเสริมให้พนักงาน

ขายสอปใบอนุญาตตามที่สำนักงาน คปภ. กำหนด ผ่านหลักสูตรการติวสอบใบอนุญาตประกันภัย นอกจากนี้ ก่อนการเสนอขายจริง กลุ่มบริษัท จะให้พนักงานขาย เข้าร่วมสายสนทนาเพื่อได้รับฟังแนวทางการเสนอขายของพนักงานขายที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อให้เห็นแนวทางการสนทนาที่ถูกต้องอีกด้วย

นอกจากนี้ เนื่องจากใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัย และ/หรือ ใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตจะมีอายุ 1 ปี ดังนั้น ฝ่ายทรัพยากรบุคคล จึงมีหน้าที่ติดตาม และควบคุมพนักงานขายของกลุ่มบริษัท ให้มีใบอนุญาตอย่างต่อเนื่องตลอดการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัย โดยจัดการฝึกอบรมจากสำนักงาน คปภ. และ/หรือ หลักสูตรตามที่สำนักงาน คปภ. กำหนด เพื่อให้พนักงานขายสามารถต่ออายุใบอนุญาตได้

6) การวางแผนการส่งเสริมการขาย (Promotion)

กลุ่มบริษัท มีการวางแผนการส่งเสริมการขายของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัท จะนำเสนอให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ในอดีต กลุ่มบริษัท มีแนวทางการส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชครางวัลรถยนต์ หรือกระเป๋าแบรนด์เนม แหวนเพชร การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ บัตรกำนัล และ เต็มน้ำมัน เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มบริษัท มีแนวทางในการกำหนดแผนการส่งเสริมการขายสำหรับกรณีทั่วไปดังนี้

- 1) ฝ่ายการตลาดรับนโยบายการตลาด และการส่งเสริมการขายจากฝ่ายบริหาร
- 2) วางแผน และกำหนดเป้าหมายในการจัดทำแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย
- 3) นำเสนอแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย ให้กับผู้บริหารพิจารณา
- 4) ประสานงานฝ่ายกฎหมาย จัดเตรียมเอกสารเพื่อใช้ในการขออนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 5) ประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อ เพื่อจัดซื้อของรางวัลตามแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย
- 6) ประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบและร่วมสนับสนุนแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย
- 7) ประชาสัมพันธ์โครงการ ให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตามช่องทางต่างๆ
- 8) ดำเนินการตามแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย ที่กำหนด และสรุปค่าใช้จ่ายให้แก่ฝ่ายบัญชี ดำเนินการต่อไป
- 9) รายงานผลการปฏิบัติการตามแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย ให้แก่ผู้บริหารได้รับทราบ

7) การติดตามและการจ่ายชำระเบี้ยประกัน

กลุ่มบริษัท มีนโยบายในการติดตามและจัดส่งเบี้ยประกันภัย โดยกลุ่มบริษัท จะจัดเตรียมข้อมูลการชำระเบี้ยประกันภัยของลูกค้าที่จ่ายชำระเบี้ยประกันที่ชำระค่าเบี้ยประกันมาแล้วก่อนกำหนดรอบระยะเวลาส่ง เพื่อนำมาสอบทานกับรายการใบแจ้งหนี้ที่ได้รับแจ้งมาจากบริษัทประกันภัย โดยพนักงานฝ่ายบัญชีจะสอบทานรายละเอียดความถูกต้อง และจะนำส่งเบี้ยประกันภัยภายหลังจากที่หักค่านายหน้าประกันภัยตามสัญญา รวมถึงเก็บค่าบริการอื่นๆ โดยจะเรียกเก็บจากบริษัทประกันภัยตามรอบทุกวันทำการที่ 15 และวันทำการสุดท้ายของแต่ละเดือน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1) ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

ลูกค้ารายย่อย หมายถึง ลูกค้าที่เป็นบุคคลธรรมดาทั่วไปที่ต้องการทำประกันวินาศภัยหรือประกันชีวิตประเภทต่างๆ โดยการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ รูปแบบกรรมวิธีที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคง ของบริษัทประกันภัยการส่งเสริมการขาย การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วผ่านช่องทางการสื่อสารของกลุ่มบริษัท ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ เป็นต้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัท มีลูกค้ารายย่อยทั่วไป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.2 ร้อยละ 91.3 ร้อยละ 89.0 และ ร้อยละ 96.1 ของยอดเบี้ยสุทธิจากการขายประกันภัยให้แก่ลูกค้าทั้งหมด

2) **ลูกค้าประเภทองค์กร**

กลุ่มลูกค้าประเภทองค์กร ครอบคลุมถึง บริษัท ห้างร้าน โรงงานอุตสาหกรรม สหกรณ์ต่างๆ และหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าองค์กร จะซื้อประกันทรัพย์สิน ประกันชีวิตพนักงาน และประกันสุขภาพพนักงาน โดยลูกค้าประเภทองค์กรจะพิจารณาจากชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อเลือกซื้อกรมธรรม์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการส่งพนักงานขาย ที่มีหน้าที่ดูแลลูกค้าองค์กรเข้าไปติดต่อและให้บริการลูกค้าองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีลูกค้าประเภทองค์กร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.8 ร้อยละ 8.7 ร้อยละ 11.0 และ ร้อยละ 3.9 ของยอดเบี้ยสุทธิจากการขายประกันภัยให้แก่ลูกค้าทั้งหมด

นโยบายกำหนดราคา

กลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถกำหนดค่าเบี้ยประกันได้ เนื่องจากบริษัทประกันภัยจะเป็นผู้กำหนดค่าเบี้ยประกันภัยตามรูปแบบของกรมธรรม์ในแต่ละประเภท โดยการกำหนดอัตราค่าเบี้ยประกัน บริษัทประกันภัยจะพิจารณาจากลักษณะ ประเภทของกรมธรรม์ ประวัติของทรัพย์สินเอาประกัน ประวัติของผู้เอาประกันภัย รวมถึงเงื่อนไขความคุ้มครองของกรมธรรม์แต่ละประเภท ตลอดจนเบี้ยประกันดังกล่าวจะต้องเป็นไปตามที่กำหนดโดยสำนักงาน คปภ. ซึ่งกรมธรรม์ที่กลุ่มบริษัทฯ เสนอขายจะเป็นกรมธรรม์ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงาน คปภ. แล้วทั้งสิ้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะได้รับรายได้จากการเป็นนายหน้า ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนด ของประกาศ คปภ. เรื่องอัตราค่าจ้างหรือค่าบำเหน็จ สำหรับตัวแทนประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันวินาศภัย พ.ศ.2551

ปัจจัยความสำเร็จ

1) **คิดค้นนวัตกรรม (Innovation) และเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และมีคุณภาพ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงาน**

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในด้านการพัฒนานวัตกรรม (Innovation) และการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ภายใต้แนวความคิด Digital Marketing เพื่อให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถพัฒนา ปรับปรุง และประยุกต์การเป็นบริษัทนายหน้าประกันภัยให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งทุกคนสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้นกลุ่มบริษัทฯ ภายใต้การดำเนินงานของ Casmatt ได้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ ตลอดจนให้คำปรึกษาด้านการจัดการระบบกระบวนการทางธุรกิจ ให้กับบริษัทในกลุ่ม เพื่อให้มีการบริการทางด้านเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและรวดเร็ว สามารถส่งมอบการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ รวมทั้งเพื่อสนับสนุนการประมวลผลบันทึก วิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ การพัฒนาการเข้าถึงลูกค้า รวมถึงเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน สนับสนุนด้านงานขาย และดำเนินงานต่างๆ ให้กับพนักงานขายประกันภัย ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ขายประกันภัยผ่านหลายช่องทาง ได้แก่ จำหน่ายผ่านโทรศัพท์ (Telemarketing) การจำหน่ายผ่านการขายตรง (Face to Face) รวมทั้งการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ www.tqm.co.th และการให้ข้อมูลความรู้ด้านการประกันภัย ผ่านเว็บไซต์ www.mheemhee.com ของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งนี้ จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นช่องทางที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสามารถค้นหาข้อมูลกรมธรรม์ประกันภัยประเภทต่างๆ สามารถกำหนดรูปแบบกรมธรรม์ที่เหมาะสมกับตนเองได้ รวมทั้งสามารถซื้อกรมธรรม์ประกันภัยบางประเภทผ่านเว็บไซต์ได้ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้พัฒนาระบบเทคโนโลยี ให้บริการสอบถามข้อมูลผ่านรูปแบบ Live Chat เพื่อให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลได้ทันที โดยจะมีพนักงานประจำเพื่อคอยตอบข้อซักถามของลูกค้า รวมไปถึงการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook (TQM Insurance Broker) เพื่อคอยสื่อสารเมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมทั้งให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประกันภัย หรือ Instagram (TQM broker) และ การสื่อสารผ่านระบบแอปพลิเคชัน (TQM we care) เป็นต้น ซึ่งบริษัทฯ มีการเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่ Insurtech ในระยะต่อไป

2) **การสร้างเอกลักษณ์ของการให้บริการและเครื่องหมายการค้าให้เป็นที่รับรู้และจดจำของลูกค้า (Brand Awareness)**

กลุ่มบริษัทฯ มุ่งเน้นในการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของการให้บริการการเป็นบริษัทนายหน้าประกันภัย ภายใต้แนวความคิดการเป็นผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัย โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้ออกแบบเว็บไซต์ของบริษัทฯ www.tqm.co.th และ www.mheemhee.com เพื่อ

ให้บริการด้านประกันภัยอย่างมืออาชีพ ด้วยรูปแบบประกันที่หลากหลาย รวมถึงการดูแลสุขภาพลักษณะของกลุ่มบริษัท เป็นหนึ่งเดียว เพื่อสร้างความจดจำให้แก่ลูกค้า และเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มบริษัท ด้วยคุณภาพการให้บริการตามมาตรฐานของกลุ่มบริษัท ซึ่งแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่น และตรงกับแนวโน้มความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน นอกจากนี้กลุ่มบริษัท มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งรูปแบบการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ประกันภัย และความเป็นองค์กรอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อต่างๆ โดยมีการสื่อสารจุดเด่นของกลุ่มบริษัท และสร้างเอกลักษณ์ของ กลุ่มบริษัท ที่ชัดเจน ส่งผลให้ชื่อ TQM เป็นบริษัทนายหน้าประกันภัยที่ผู้บริโภคจดจำได้ และมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่รู้จักและสามารถสร้างความจดจำแก่ผู้บริโภคในวงกว้าง ที่แสดงให้เห็นจากยอดการติดตามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของกลุ่มบริษัท เช่น Facebook และ Instagram ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยในปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ผู้ใช้ Line Official Account ของบริษัท มียอดติดตามมากกว่า 17,022,291 ผู้ใช้ Facebook ของบริษัท มียอดติดตามมากกว่า 82,661 และ Youtube ของบริษัท มียอดติดตามมากกว่า 813 ผู้ใช้

3) การบริการที่นอกเหนือจากการเป็นนายหน้าประกันภัยทั่วไป

นอกเหนือจากการให้บริการการเป็นนายหน้าประกันภัย กลุ่มบริษัท ให้บริการด้านอื่นๆ ซึ่งครอบคลุมถึงการอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับศูนย์ซ่อมรถ การให้คำปรึกษาในการเคลมประกัน ตลอดจนประสานงานในการจัดหารถยนต์ในกรณีลูกค้าของกลุ่มบริษัท เป็นฝ่ายถูก รวมไปถึงการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เช่น ซิงโครไนซ์รถยนต์ หรือกระเป๋าแบรนด์เนม แหวนเพชร การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ บัตรกำนัล และ เติมน้ำมัน เป็นต้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้มากที่สุด นอกจากนี้การให้บริการข้างต้น กลุ่มบริษัท มีกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และพันธมิตรทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น โดยผ่านกิจกรรมเยี่ยมลูกค้า และกิจกรรมแฟมิลี่คลับ ซึ่งแต่ละเดือนกลุ่มบริษัท จะจัดกิจกรรม เช่น ล่องเรือหัวพระ ชมละครเวที จัดพรีคอนเสิร์ตมหรรรคนสร้างสุข เพื่อขยายและรักษฐานลูกค้า ที่มีมากกว่า 1 ล้านราย และพันธมิตรทางธุรกิจกว่า 31 ราย เพื่อเป็นการเสริมสร้างความประทับใจและความเชื่อถือไว้วางใจต่อกลุ่มบริษัท ก่อให้เกิดการบอกต่อ และขยายไปสู่ลูกค้าใหม่ๆ ในอนาคต นอกจากนี้ TQM ยังให้บริการเสริมพิเศษสำหรับลูกค้าที่ทำประกันวินาศภัยกับ TQM เพื่อให้ผู้ทำประกันกับ TQM ได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด ซึ่งประกอบด้วยบริการดังต่อไปนี้

- ให้บริการสายด่วนร้องเรียน เพื่อให้คำปรึกษาและตอบข้อสงสัยเรื่องประกันภัยรถยนต์ตลอด 24 ชั่วโมง ที่หมายเลขโทรศัพท์สายด่วน 1737
- ให้บริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนให้คำปรึกษาเรื่องสินไหม พร้อมจัดการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาโดยเร็วที่สุด
- ให้บริการเยี่ยมรถยนต์กับผู้ทำประกันภัยกับกลุ่มบริษัท จำนวน 3 คัน โดยไม่คิดมูลค่าจำนวน 1 ครั้ง ในกรณีที่ผู้ทำประกันภัยรถยนต์เป็นฝ่ายถูก
- ให้บริการสาขา 74 สาขา และศูนย์บริการจำนวน 21 แห่งทั่วประเทศเพื่อให้บริการดูแลผู้ทำประกันภัยรถยนต์อย่างใกล้ชิด

4) การบริหารโดยผู้บริหารที่มีประสบการณ์และมีความชำนาญ

ทีมผู้บริหารของบริษัท มีประสบการณ์ในการบริหารงานในอุตสาหกรรมนายหน้าประกันภัยโดยเฉลี่ยมากกว่า 20 ปี ซึ่งผู้บริหารของกลุ่มบริษัท เป็นผู้สืบทอดธุรกิจ ที่ถือกำเนิดจากธุรกิจนายหน้าประกันภัยของครอบครัว โดยคุณเอ็กเชียน แซ่แต้ และคุณกวง แซ่แต้ ซึ่งเป็นปู่ และบิดาของคุณ อัญชลิน พรหมนิภา ตามลำดับ ที่ได้ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันภัยภายใต้แนวความคิด “เกียจชิง” ซึ่งมีความหมายว่า ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทประกันภัยตั้งแต่ปี 2496 เป็นต้นมา รวมทั้งผู้บริหารส่วนใหญ่ของบริษัท ได้เริ่มทำงานให้กับกลุ่มบริษัท มาตั้งแต่ก่อตั้ง TQM Broker ในปี 2540 ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ทีมผู้บริหารของกลุ่มบริษัท มีความเข้าใจในอุตสาหกรรมนายหน้าประกันภัยเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการจัดหาผลิตภัณฑ์กรมธรรม์ประกันภัย การจัดหาฐานข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจัดหาแหล่งเงินทุน รวมไปถึงด้านกฎเกณฑ์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ และการกำกับดูแล

5) การพัฒนาบุคลากรเพื่อมุ่งสู่การเป็นที่ปรึกษาประกันภัยและด้านการเงินมืออาชีพ

กลุ่มบริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานขายของบริษัทฯ ได้รับการอบรม อย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯ มีศูนย์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะอยู่ในแผนการฝึกอบรมประจำปี รวมถึงการส่งเสริมให้ความรู้กับพนักงานขาย เพื่อสอบใบอนุญาตนายหน้าประกันภัย โดยจะมีการฝึกอบรมเป็นประจำทุกเดือน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีหลักสูตรอื่นๆ ที่เป็นหลักสูตรเฉพาะเรื่อง (Ad-hoc) ที่กลุ่มบริษัทฯ มีความเห็นว่าเหมาะสมและเพื่อเป็นการส่งเสริมทักษะด้านอื่นๆ ให้กับพนักงานของบริษัทฯ ตลอดจนการเชิญวิทยากร (Guest Speaker) มาอบรมกับพนักงานและเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้กับพนักงานทุกระดับของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับพนักงานในต่างจังหวัด บริษัทฯ จะส่งวิทยากรไปฝึกอบรม รวมถึงการจัดสอบใบอนุญาตนายหน้าประกันภัยที่ภูมิภาคนั้นๆ โดยณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 กลุ่มบริษัทฯ มีจำนวนพนักงานที่ได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยปฏิบัติงานประจำ ทั้งสิ้นจำนวน 2,056 คน (พนักงานขายสังกัด TQM Broker จำนวน 1,981 คน และพนักงานขายสังกัด TQM Life จำนวน 75 คน) และใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตปฏิบัติงานประจำ ทั้งสิ้นจำนวน 298 คน (พนักงานขายสังกัด TQM Broker จำนวน 241 คน และพนักงานขายสังกัด TQM Life จำนวน 57 คน) จากสำนักงาน คปภ. รวมทั้งได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านการส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในพัฒนาเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ในการที่จะเป็นผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัยและการเงินอย่างครบวงจร นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้รับรางวัลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนายหน้าประกันภัยจากสำนักงาน คปภ.อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมาซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของกลุ่มบริษัทฯ และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ ในการปฏิบัติหน้าที่นายหน้าประกันภัยดีเด่น ตลอดจนรางวัลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการให้บริการ การให้ข้อมูลความรู้ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ต่อประชาชนผ่านการสื่อสารด้วยโฆษณา

5.1) ปี 2561

- บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล Bronze Winner ในหมวด TV/Cinema/Online Film ประเภท Banking/Financial/Insurance จากงาน London International Awards กำกับโดย The Leo Burnett Group Thailand
- บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล Bronze Winner ในหมวด TV/Cinema/Online Film ประเภท Humor จากงาน London International Awards กำกับโดย The Leo Burnett Group Thailand



5.2) ปี 2560

- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันวินาศภัยนิติบุคคลคุณภาพดีเด่น
- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันภัยนิติบุคคลที่มีการส่งเสริมกรรมธรรม์ประกันภัยเพื่อประชาชนดีเด่น



5.3) ปี 2559

- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันวินาศภัยนิติบุคคลคุณภาพดีเด่น
- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันภัยนิติบุคคลที่มีการส่งเสริมกรรมธรรม์ประกันภัยเพื่อประชาชนดีเด่น
- บริษัท ทีคิวเอ็ม ไลฟ์ อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันชีวิตนิติบุคคลคุณภาพดีเด่น



5.4) ปี 2558

- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันวินาศภัยนิติบุคคลคุณภาพดีเด่น
- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันภัยนิติบุคคลที่มีการส่งเสริมกรรมธรรม์ประกันภัยเพื่อประชาชนดีเด่น
- บริษัท ทีคิวเอ็ม ไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันชีวิตนิติบุคคลคุณภาพดีเด่น



5.5) ปี 2557

- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันวินาศภัยนิติบุคคลคุณภาพดีเด่น
- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันภัยนิติบุคคลที่มีการส่งเสริมกรรมธรรม์ประกันภัยเพื่อประชาชนดีเด่น
- บริษัท ทีคิวเอ็ม ไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันชีวิตนิติบุคคลคุณภาพดีเด่น



ภาวะอุตสาหกรรม

ภาพรวมธุรกิจประกันภัย ทั้งประกันชีวิตและประกันวินาศภัยในปี 2561 ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากปัจจัยบวกต่างๆ ของเศรษฐกิจในภาพรวมที่เกิดขึ้นในปี 2561 เช่น การปรับตัวที่ดีขึ้นของการลงทุน ตามแนวโน้มการเร่งขับเคลื่อนการลงทุนภาครัฐและการลงทุนภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มค่าใช้จ่ายภาคครัวเรือนที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดี การส่งออกภาพรวมขยายตัวเพิ่มขึ้น และการเพิ่มขึ้นของแรงขับเคลื่อนจากภาคการท่องเที่ยว ฯลฯ

ซึ่งจากประมาณการ อัตราการขยายตัวของ GDP ของปี 2561 อยู่ที่ร้อยละ 4.2 (ข้อมูล ณ วันที่ 19 พ.ย. 2561) เติบโตกว่าปี 2560 ประมาณร้อยละ 7.7 (ที่มา: <https://www.nesdb.go.th>)

สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมประกันภัยไทย ณ สิ้นปี 2561 อุตสาหกรรมประกันภัยทั้งระบบมีเบี้ยประกันภัย รวมทั้งปีประมาณ 862,068 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 5.30 แบ่งเป็น

- เบี้ยประกัน ชีวิตจำนวน 632,567 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 5.38
- เบี้ยประกันวินาศภัย จำนวน 229,500 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 5.07

โดยสามารถวิเคราะห์ได้จาก อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมประกันภัยตั้งแต่เดือนมกราคม - กันยายน ปี 2561 มีเบี้ยประกันภัยรับโดยตรง จำนวน 630,422 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.22 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แบ่งเป็น

- ธุรกิจประกันชีวิต จำนวน 460,898 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 4.92 โดยเป็น
 - เบี้ยประกันชีวิตปีแรกจำนวน 77,348 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.30
 - เบี้ยประกันชีวิตปีต่อไปจำนวน 327,773 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.47
 - เบี้ยประกันชีวิตจ่ายครั้งเดียวจำนวน 50,720 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.14
- ธุรกิจประกันวินาศภัยมีเบี้ย ประกันภัยรับโดยตรง จำนวน 169,524 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 6.05 จาก
 - การประกันอัคคีภัยจำนวน 7,850 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.79
 - การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง จำนวน 4,192 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 4.39
 - การประกันภัยรถยนต์จำนวน 99,802 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 6.66
 - การประกันภัยเบ็ดเตล็ดจำนวน 57,680 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.15

ทั้งนี้ สำนักงานกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) คาดการณ์ว่า จากสถานการณ์ปัจจุบันที่ยังคงมีปัจจัยสนับสนุนทางด้านบวก ส่งผลให้คาดการณ์แนวโน้มสิ้นปี 2562 จะมีเบี้ยประกันภัยรวมทั้งปีประมาณ 904,550 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 4.9 - 5.9 ประมาณการเบี้ยประกันชีวิตจำนวน 664,354 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 5 - 6 และประมาณการเบี้ยประกันวินาศภัย จำนวน 240,197 ล้านบาท เติบโต ร้อยละ 4.7 - 5.7

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของธุรกิจประกันภัยในปี 2562 ซึ่งตามที่คาดการณ์ว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 4.9 – 5.9 นั้น มาจากปัจจัยบวกต่างๆดังนี้

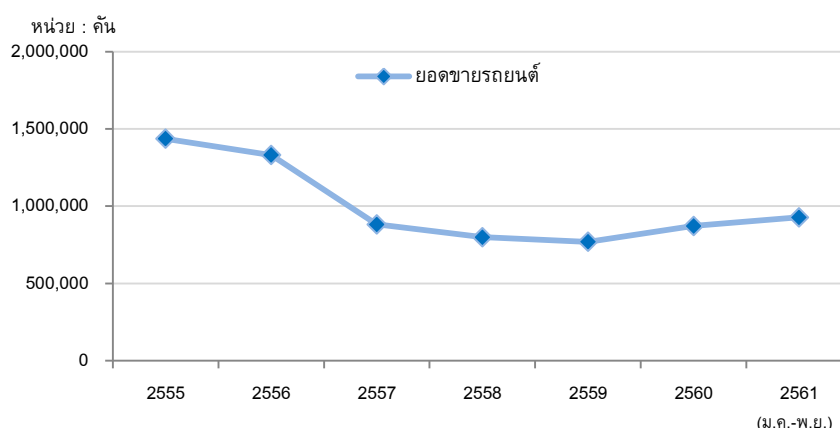
1. การเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ จากประมาณการ การขยายตัวของ GDP (%) ในปี 2562 อยู่ที่ 3.5-4.5 ที่ปัจจัยหลักมาจากการขยายตัวของการลงทุนของทางภาครัฐ ในโครงการขนาดใหญ่ตาม Action Plan ของปี 59-61, อัตราการว่างงานที่ลดลง และการปรับตัวเพิ่มขึ้นของฐานรายได้ในระบบเศรษฐกิจ, การฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มยุโรป รัสเซีย และจีน และความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติหลังจากการเลือกตั้ง

2. อัตราการถือครองกรรมสิทธิ์ของประชาชนของประเทศไทย ยังอยู่ในอัตราที่ไม่สูงมากนัก โดยจาก ข้อมูลของสมาคมประกันชีวิตไทย สถิติในปี 2560 พบว่า อัตราการถือครองกรรมสิทธิ์ของประชาชนไทย คิดเป็นตัวเลขเพียงร้อยละ 39.5 ของจำนวนประชากรทั่วประเทศซึ่งแสดงว่าธุรกิจประกันยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก

สำหรับการประกันวินาศภัย จากอัตราแนวโน้ม จำนวนกรรมสิทธิ์ในปี 2561 มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 18.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2560 แสดงให้เห็นถึงประชาชนเริ่มให้ความสนใจในการทำประกันภัยเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มของประกันอัคคีภัยที่ขยายตัวร้อยละ 10.43 และ ประกันภัยเบ็ดเตล็ดที่ขยายตัวร้อยละ 92.30 ซึ่งกลุ่มประกันเบ็ดเตล็ดนี้ ประกันภัยประเภท ประกันอุบัติเหตุและประกันภัยการเดินทาง จะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้ถือกรรมสิทธิ์สูงเป็นอันดับต้นๆ (ที่มา: รายงานข้อมูลสรุปธุรกิจประกันวินาศภัยประจำไตรมาส 3 ปี 2561 ของ สำนักงานกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย)

สำหรับโอกาสในการขยายตัวของประกันวินาศภัยนั้น ยังมาจากหลายปัจจัยซึ่งจะขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ เช่น ประกันภัยรถยนต์จะขึ้นอยู่กับยอดขายรถในปีนั้นๆ หรือ สภาวะแวดล้อม ภัยธรรมชาติ โรคระบาด ก็อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันของประชาชนในกลุ่มของ ประกันอัคคีภัย(เพิ่มภัยธรรมชาติ) หรือ ประกันอุบัติเหตุและสุขภาพ เป็นต้น

สถิติยอดขายรถยนต์



ที่มา : <http://www.headlightmag.com/sales-report-september-2018/>

<http://www.siaminside.com/2018/12/22/ppv-sales-november-2018-thailand/>

3. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ในประเทศไทย ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุมากที่สุดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สัดส่วนประชากรที่อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปคาดการณ์ว่าจากปี 2559 ที่มีสัดส่วน 14.78 % จะเพิ่มขึ้นเป็น 25.12% ในปี 2573 เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สังคมยุคใหม่หันมาให้ความสนใจกับการออมและการคำนึงถึงค่ารักษาพยาบาลที่จะเกิดขึ้น ส่งผลให้ประกันสุขภาพมีโอกาสที่จะเติบโตได้มากโดยสถิติในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2556-2560) พบว่า ธุรกิจประกันชีวิตมีอัตราเติบโตของเบี้ยประกันสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นทุกปีเฉลี่ยปีละ 11.31 % หนึ่งในเหตุผลที่คนสนใจซื้อ

ประกันสุขภาพกันมากขึ้น เนื่องจากต้องการลดภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่ปรับเปลี่ยนขึ้นทุกปี โดยจากสถิติตั้งแต่ปี 2556-2560 ธุรกิจประกันชีวิตมีอัตราการเติบโตของเบี้ยประกันสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยเฉลี่ยปีละ 11.31 % (ที่มา : สมาคมประกันชีวิตไทย) รวมถึงการรับมือกับโรคภัย ประกอบกับต้องการได้รับบริการทางการแพทย์ที่สะดวกและรวดเร็ว สามารถรับการรักษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทำให้สวัสดิการที่มีอยู่เดิม หรือสิทธิอื่นๆ อาจไม่เพียงพอ รวมถึงมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมให้ผู้เอาประกันภัยนำค่าเบี้ยประกันชีวิตและประกันสุขภาพมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้ส่วนบุคคลได้ โดยกรมสรรพากรให้สิทธิผู้เอาประกันภัยสามารถนำค่าเบี้ยประกันสุขภาพมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจำนวน 15,000 บาท ซึ่งเมื่อนำมารวมกับเบี้ยประกันชีวิตแล้วสามารถนำมาลดหย่อนภาษีเงินได้สูงสุดที่ 100,000 บาท นับเป็นแรงจูงใจสำคัญในการส่งเสริมให้ประชาชนทำประกันชีวิตและประกันสุขภาพเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการตอบรับนโยบายของ คปภ. ที่มีนโยบายโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยใหม่ๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ประกันภัยเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุถือเป็นหนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ คปภ. ได้ให้ความสนใจ (ที่มา : <https://www.oic.or.th/th/consumer/news/releases/89005>)

4. การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดย สำนักงานกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ได้ให้การสนับสนุนการเข้าถึงการทำประกันภัย และการพัฒนาระบบกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามธุรกิจ เช่น การนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในธุรกิจอุตสาหกรรมประกันภัย ทั้งในส่วนของการขั้นตอนและวิธีการในการเลือกซื้อประกันให้เป็นเรื่องง่ายสำหรับผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นตอนการเปรียบเทียบประกัน การซื้อประกันของผู้บริโภค โดยการ ให้การสนับสนุนเรื่องเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นใหม่ คือ กลุ่มส่งเสริมเทคโนโลยีด้านประกันภัย ซึ่งจะเป็ศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลในการพัฒนาเทคโนโลยีสนับสนุน Startup / SMEs ในการพัฒนานวัตกรรมด้านการประกันภัย และสนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจประกันภัยของสำนักงาน คปภ. (SupTech /RegTech) รวมทั้งสร้างรูปแบบการเข้าถึงการประกันภัยของประชาชน ผ่าน InsurTech Startup เพื่อใช้เทคโนโลยีมาช่วยอุตสาหกรรมประกันภัย

ภาวะการแข่งขันในธุรกิจประกันภัย

เมื่อพิจารณาจากช่องทางจำหน่ายพบว่า ช่องทางนายหน้า (Broker) ยังคงเป็นช่องทางที่ขายยอดขายสูงสุด โดยมียอดขายรวมทุกประเภทประกันระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม 2561 อยู่ที่ 136,059 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 58.37% รองลงมาได้แก่ช่องทางตัวแทน และ Bancassurance ตามลำดับ โดยมีผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์เป็นกลุ่มที่มียอดขายสูงสุดที่ 88,591 ล้านบาท (ที่มา : <https://www.oic.or.th/th/industry/statistic/data/43/2>)

รายงานการรับประกันวินาศภัย จำนวนตามช่องทางการขาย
รวมทุกราย
สะสมประจำเดือน มกราคม - ธันวาคม 2561

| รายการ | เบี้ยประกันภัยโดยตรง (พันบาท) | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------|--------------------|-------------------|----------|------------------|-----------------------------|-------------------|---------------------|--------------|--------------------|
| | ตัวแทน | นายหน้า | ธนาคาร | ไปรษณีย์ | ทางโทรศัพท์ | ลูกค้าติดต่อโดยตรงกับบริษัท | ผ่านองค์กร | ขายผ่านอินเตอร์เน็ต | ช่องทางอื่น | รวมทั้งสิ้น |
| 1. การประกันภัยอัคคีภัย | | | | | | | | | | |
| 1.1 การประกันภัยอัคคีภัย | 1,082,457 | 3,128,325 | 4,528,864 | - | 6,525 | 319,467 | 754,018 | 3,659 | - | 9,823,314 |
| 1.2 ประกันอัคคีภัยที่อาศัยแบบประเภทย่อย (ไม่ครอบคลุมทรัพย์สิน) | 3,693 | 5,704 | 31,795 | - | - | 1,614 | - | 12 | - | 42,817 |
| 1.3 อื่น ๆ | 37,182 | 119,574 | 113,884 | - | 634 | 2,833 | 24,384 | - | - | 298,491 |
| รวม (1.1+1.2+1.3) | 1,123,332 | 3,253,603 | 4,674,544 | - | 7,159 | 323,914 | 778,402 | 3,670 | - | 10,164,623 |
| 2. การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง | | | | | | | | | | |
| 2.1 การประกันภัยสินค้าเรือ | 72,733 | 210,474 | 24,854 | - | - | 41,840 | 51,503 | - | - | 401,404 |
| 2.2 การประกันภัยสินค้า | 639,942 | 3,682,759 | 106,557 | - | 130 | 421,900 | 269,282 | - | - | 5,120,570 |
| รวม (2.1+2.2) | 712,675 | 3,893,233 | 131,410 | - | 130 | 463,740 | 320,785 | - | - | 5,521,974 |
| 3. การประกันภัยรถยนต์ | | | | | | | | | | |
| 3.1 การประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคล | 3,730,547 | 12,262,076 | 327,735 | - | 52,740 | 1,288,690 | 397,542 | 3,772 | - | 18,063,101 |
| 3.2 การประกันภัยรถยนต์โดยความสมัครใจ | 20,614,503 | 76,329,625 | 11,646,797 | - | 1,139,141 | 5,574,464 | 3,463,287 | 102,739 | - | 118,870,556 |
| รวม (3.1+3.2) | 24,345,050 | 88,591,701 | 11,974,531 | - | 1,191,881 | 6,863,154 | 3,860,829 | 106,511 | - | 136,933,657 |
| 4. การประกันภัยภัยพิบัติ | | | | | | | | | | |
| 4.1 การประกันภัยภัยพิบัติ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 4.1.1 การประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (IAR) | 1,236,958 | 15,115,739 | 1,777,104 | - | 5,106 | 940,679 | 1,836,575 | - | - | 20,912,161 |
| 4.1.2 การประกันภัยการเสี่ยงภัยทุกชนิด (All Risks) | 262,983 | 1,011,753 | 48,512 | - | 219 | 148,740 | 47,971 | - | - | 1,520,178 |
| 4.1.3 การประกันภัยภัยพิบัติเฉพาะ | 22,656 | 77,396 | 6,976 | - | 31 | 2,156 | 651 | 14 | - | 109,879 |
| 4.1.4 อื่น ๆ | 106,340 | 1,594,626 | 372,676 | - | 87,018 | 212,478 | 174,920 | 252 | - | 2,508,310 |
| รวม (4.1.1+4.1.2+4.1.3+4.1.4) | 1,628,937 | 17,799,513 | 2,205,268 | - | 92,374 | 1,304,053 | 2,060,117 | 266 | - | 25,050,528 |
| 4.2 การประกันภัยความรับผิดตามกฎหมาย | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 4.2.1 การประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายนอก | 138,885 | 1,344,594 | 56,017 | - | 92 | 149,298 | 133,400 | 4 | - | 1,822,291 |
| 4.2.2 การประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายประกันภัย | 31,207 | 219,492 | 22,710 | - | - | 21,230 | 118,494 | 89 | - | 413,222 |
| 4.2.3 การประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายประกันภัย | 6,595 | 173,566 | 7,184 | - | - | 13,687 | 42,509 | - | - | 243,941 |
| 4.2.4 อื่น ๆ | 18,560 | 469,201 | 1,651 | - | 65 | 36,423 | 15,984 | - | - | 541,885 |
| รวม (4.2.1+4.2.2+4.2.3+4.2.4) | 195,247 | 2,207,254 | 87,562 | - | 157 | 220,639 | 310,386 | 93 | - | 3,021,338 |
| 4.3 การประกันภัยภัยพิบัติ | 224,218 | 2,022,579 | 213,476 | - | 379 | 164,772 | 348,151 | 26 | - | 2,973,602 |
| 4.4 การประกันภัยภัยพิบัติ | 2,635 | 155,510 | 4,848 | - | - | 89,837 | 801,047 | - | - | 1,053,876 |
| 4.5 การประกันภัยภัยพิบัติ | 318,633 | 4,175,989 | 7,790,233 | - | 5,696,189 | 457,936 | 1,837,284 | 10,782 | - | 20,287,047 |
| 4.5.1 อุบัติเหตุส่วนบุคคล | 324,692 | 2,093,389 | 2,904,038 | - | 13,542 | 140,688 | 157,223 | 475 | - | 5,634,046 |
| 4.5.2 อุบัติเหตุรถยนต์ | 470,348 | 1,261,670 | 121,388 | - | 1,452 | 312,546 | 61,065 | 108,531 | - | 2,337,001 |
| 4.5.3 อุบัติเหตุการเดินทาง | 2 | 28 | - | - | - | - | - | - | - | 30 |
| 4.5.4 อุบัติเหตุสำหรับอุบัติเหตุการประกันภัยอื่น (นอกเหนือจากนี้) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 4.5.5 อุบัติเหตุสำหรับทรัพย์สิน | 2,668 | 141,173 | 5,979 | - | - | 161 | - | 11 | - | 149,991 |
| 4.5.5.1 อุบัติเหตุสำหรับทรัพย์สิน | 46,012 | 172,689 | 1,159 | - | - | 246 | 35,236 | - | - | 255,341 |
| 4.5.5.2 อุบัติเหตุสำหรับทรัพย์สิน | 48,679 | 313,861 | 7,138 | - | - | 407 | 35,236 | 11 | - | 405,333 |
| 4.5.6 อื่น ๆ | 79,021 | 791,601 | 486,270 | - | 76,105 | 38,234 | 28,354 | 3 | - | 1,499,586 |
| รวม (4.5.1+4.5.2+4.5.3+4.5.4+4.5.5+4.5.6) | 1,241,375 | 8,636,538 | 11,309,066 | - | 5,787,289 | 949,811 | 2,119,162 | 119,802 | - | 30,163,043 |
| 4.6 การประกันภัยภัยพิบัติ | 946,928 | 4,868,417 | 839,146 | - | 850,024 | 2,394,948 | 348,180 | 17,533 | - | 10,265,177 |
| 4.7 การประกันภัยภัยพิบัติ | 36,337 | 178,828 | 5,183 | - | - | 551,943 | 536,442 | - | - | 1,308,733 |
| 4.8 การประกันภัยภัยพิบัติ | 431,040 | 4,492,096 | 101,097 | - | 74,058 | 872,844 | 660,959 | 410 | 1,026 | 6,633,532 |
| รวมการประกันภัยภัยพิบัติ (4.1+4.2+4.3+4.4+4.5+4.6+4.7+4.8) | 4,706,718 | 40,320,737 | 14,765,646 | - | 6,804,280 | 6,548,848 | 7,184,445 | 138,129 | 1,026 | 80,469,830 |
| รวมการรับประกันภัยทุกประเภท | 30,887,774 | 136,059,274 | 31,546,132 | - | 8,003,450 | 14,199,656 | 12,144,461 | 248,310 | 1,026 | 233,090,084 |

ในปี 2561 ช่องทางนายหน้า (Broker) หลายบริษัทได้เข้ามามีบทบาทในการขายขยายตลาดผ่าน Digital Plate Form ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Line Facebook และ Social Plate form อื่นๆ โดยบริษัท ที่น่าจับตามองได้แก่ บริษัท แรบบิท ไฟแนนซ์ เป็นแบรนด์ ภายใต้บริษัท แรบบิท อินชัวร์นซ์ โบรคเกอร์ จำกัด, บริษัท ไดเร็ค เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท แฟรงค์ อินชัวร์นซ์ โบรคเกอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด, บริษัท ซิลค์สแปน อินชัวร์นซ์ โบรคเกอร์โรจ จำกัด ที่เข้ามาบุกตลาด Digital อย่างเต็มตัว

โดย TQM เองก็เห็นถึงโอกาสในช่องทางนี้เช่นกัน TQM ได้มีการวางแผนการทำการตลาด ทั้งในส่วนของการขายและการทำ Content Marketing เพื่อทำให้เกิด Customer experience ใน Plate form ต่างๆของ TQM ซึ่งยังอยู่ในช่วงของการหา Model การทำการตลาดที่เหมาะสมที่สุดอยู่

ในส่วนช่องทางการขายอื่นๆ ได้แก่ การขายผ่านทางโทรศัพท์ (Telemarketing) และการขายตรง (Face-to-Face) บริษัทฯ ได้วางแผนที่จะขยายตลาดลูกค้ารายย่อย โดยเครื่องมือทางการตลาดใหม่ๆ รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อรองรับงานจากช่องทางต่างๆที่เกิดขึ้นในอนาคตและการสร้าง Community โดยการสื่อสารการตลาดผ่าน Social media ต่างๆไม่ว่าจะเป็น FB และ Line เป็นต้น

ในช่วงปลายปี 2561 บริษัทฯ ได้เริ่มมีการจัดการบริหารจัดการข้อมูล (Big Data) ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่จะต่อยอดทั้งในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากการวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของลูกค้าก็จะมี ความเที่ยงตรง แม่นยำยิ่งขึ้น ดังนั้น การทำ Big data จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและจะทำให้การทำการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและนอกธุรกิจประกันภัย เพื่อขยายงานไปในช่องทางและธุรกิจอื่นๆ เช่น กลุ่มธุรกิจบันเทิง เพื่อทำการตลาดแบบ DRTV และการใช้สื่อต่างๆ เพื่อให้ประกันภัยสามารถเข้าถึงได้ ,กลุ่มธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อ เงินกู้ขนาดเล็กและกลาง เพื่อเข้าไปบริหารจัดการเรื่องการประกันภัยแทน โดยใช้จุดแข็งของระบบ Operation ที่เชื่อมโยงกับบริษัท ประกันภัยไว้มากที่สุด และ After Sale Service ของบริษัท โดย Business Model ที่เลือกใช้อาจจะต้องพิจารณาตามความเหมาะสมของแต่ละพันธมิตร เพื่อเป็นการบริหารต้นทุนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญในเรื่อง การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านการทำกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เนื่องจาก บริษัทฯ ต้องการที่จะรักษารฐานลูกค้ากลุ่มนี้เอาไว้ โดยการสื่อสารการตลาดซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสนับสนุนให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายของบริษัทที่ตั้งไว้ โดยบริษัทฯ ได้มีการจัดแผนสื่อสารการตลาดในทุกๆปี เนื่องจากวิธีการ เครื่องมือ และ ช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับการพิจารณางบประมาณที่จะต้องใช้ในแต่ละช่องทางของการสื่อสาร ต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ โดยในปี 2561 บริษัทฯ ได้มีการจัดทำแผนการสื่อสารการตลาด ในหลายมิติแต่ต้องมีการเชื่อมโยงในแต่ละกิจกรรม เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ใน Brand TQM มากที่สุด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์และข้อบังคับต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.1.1 การที่บริษัทย่อยไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ใช้บังคับกับการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อยได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ทั้งที่เป็นกฎหมาย ข้อบังคับ และประกาศต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่จะมีการแก้ไขเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต อาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท

กฎหมายปัจจุบันที่ใช้บังคับเพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิตของบริษัทย่อย ได้แก่ พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 (ตามที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 (ตามที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) โดยบริษัทย่อยต้องดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวและกฎหมายลำดับรองซึ่งหน่วยงานกำกับดูแลได้แก่ สำนักงาน คปภ. กำหนดขึ้นเพื่อวางหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนายหน้าประกันภัยและนายหน้าประกันชีวิตในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- การออกใบอนุญาตและการต่ออายุใบอนุญาตให้นิติบุคคลเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต
- การขออนุญาต การอนุญาต และการต่ออายุใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต
- การเก็บเบี้ยประกันวินาศภัย และเบี้ยประกันชีวิต
- การยื่นรายงานเกี่ยวกับผลการประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต
- การกำหนดอัตราค่าจ้างหรือค่าบำเหน็จสำหรับนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต
- การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัย และการปฏิบัติหน้าที่ของนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต
- กำหนดแบบและรายการสมุดทะเบียนเกี่ยวกับธุรกิจของนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต

บริษัทย่อยมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในเรื่องต่างๆ ข้างต้นตามที่กฎหมาย กฎระเบียบและนโยบายการบังคับตามกฎหมายของประเทศไทยกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

อย่างไรก็ตาม กฎหมายที่ใช้บังคับกับการประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิตของบริษัทย่อยนั้น อาจมีการปรับปรุงแก้ไขอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้การกำกับดูแลเป็นไปอย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ องค์การกำกับดูแลแต่ละองค์กรอาจตีความกฎหมายและมีแนวปฏิบัติในการบังคับตามกฎหมายที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ การเปลี่ยนแปลงกฎหมาย กฎระเบียบ นโยบาย และการตีความบังคับใช้กฎหมายของรัฐบาลเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท อาจส่งผลให้บริษัทย่อยไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ใช้บังคับกับการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และในกรณีดังกล่าวอาจส่งผลกระทบทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และแนวโน้มในอนาคตของกลุ่มบริษัท

นอกจากนี้ หากในอนาคตมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือกฎระเบียบที่ใช้บังคับ หรือการตีความกฎหมายหรือกฎระเบียบที่ใช้บังคับ บริษัทย่อยอาจจำเป็นต้องได้รับการอนุมัติหรือต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายเพิ่มเติม โดยการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวอาจทำให้ต้นทุนของกลุ่มบริษัทสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจส่งผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และแนวโน้มในอนาคตของกลุ่มบริษัท ในการนี้ กลุ่มบริษัทอาจคอยติดตามความคืบหน้าว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก้ไขเปลี่ยนแปลง หรือกำหนดและประกาศใช้กฎหมายใหม่ที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญกับการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อยประการใดหรือไม่ เพื่อบริษัทย่อยจะได้นำมาปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง รวมไปถึงดูแลให้บุคลากรปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวให้ถูกต้อง ทั้งนี้ หากบริษัทย่อยไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันหรือที่จะมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขในอนาคต อาจส่งผลให้บริษัทย่อยได้รับโทษทางปกครองสูงสุด คือ ถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาต ในกรณีดังกล่าวอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มบริษัท

จากความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ และบริษัทย่อยจึงให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามกฎหมายข้อบังคับของคปภ. ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิตอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งมีการกำหนดมาตรการการกำกับดูแลการดำเนินการ และให้ความร่วมมืออย่างดี โดยที่ผ่านมาบริษัทย่อยจะถูกสุ่มตรวจสอบจากสำนักงาน คปภ. ว่าได้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 และพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติประกันชีวิต (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติประกันชีวิต (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนายหน้าประกันภัยนิติบุคคล และกฎหมายลำดับรองที่เกี่ยวข้องหรือไม่ ทั้งนี้ บริษัทย่อยได้รับบันทึกผลการตรวจสอบนายหน้าประกันภัยนิติบุคคลดังกล่าวจากสำนักงาน คปภ. ซึ่งระบุว่า ได้ถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องครบถ้วนมาโดยตลอด ส่งผลให้ที่ผ่านมาบริษัทย่อยได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยทางตรงและต่อ และใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตทางตรง รวมทั้งได้รับการต่ออายุใบอนุญาตมาอย่างต่อเนื่องรวมระยะเวลา 15 ปี สำหรับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยทางตรง และรวมระยะเวลา 10 ปี สำหรับใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตทางตรง นอกจากนี้บริษัทฯ และบริษัทย่อยยังไม่มีเคยมีข้อพิพาทใดๆ กับคปภ. จนเกิดเป็นคดีฟ้องร้องในชั้นศาลแต่อย่างใด

3.1.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

การประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิตของบริษัทย่อย จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล ยกตัวอย่างเช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล สถานภาพสมรส รายได้ ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่ทำให้สามารถระบุตัวบุคคลนั้นได้ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม และถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลตามความหมายของร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ... ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานขายของบริษัทย่อยใช้ในการติดต่อและเสนอขายกรมธรรม์ประกันวินาศภัยและประกันชีวิต โดยแหล่งที่มาของข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจนอกเหนือจากฐานข้อมูลลูกค้าเดิมที่ทำประกันกับบริษัทย่อย ได้แก่ (1) ข้อมูลส่วนบุคคลที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทย่อยนั้นได้ให้ไว้เพื่อลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมของบริษัทย่อย และผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line Facebook Instagram (2) ฐานข้อมูลจากงานขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านลูกค้าองค์กร และ (3) การซื้อฐานข้อมูลลูกค้า (Lead) จากผู้จัดหาฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นต้น ที่ให้บริษัทย่อย สามารถเข้าถึงข้อมูลลูกค้าเพื่อจัดการส่งเสริมการขายและ/หรือส่งมอบความคุ้มครองด้านการประกันภัยให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทย่อยไม่ได้นำข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวไปใช้เพื่อการอื่นใดนอกเหนือจากติดต่อ และเสนอขายกรมธรรม์ประกันวินาศภัยและประกันชีวิต แก่เจ้าของข้อมูล

อย่างไรก็ตาม แม้ร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวจะยังไม่มีผลใช้บังคับ ไม่ว่าบริษัทย่อยจะได้รับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ามาโดยวิธีใด ซึ่งรวมถึงการได้รับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ามาจากพันธมิตรทางธุรกิจ บริษัทย่อยได้ตระหนักถึงหลักการของร่างพระราชบัญญัติ โดยเฉพาะในส่วนการรวบรวมการจัดเก็บ การได้มา และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรงและนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นปกติ บริษัทฯ ทำการตลาดและมีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทางซึ่งเป็นข้อมูลที่ลูกค้าได้ร่วมกิจกรรมผ่านช่องทาง Online ต่างๆ โดยลูกค้าจะเป็นผู้กรอกข้อมูลเอง โดยบริษัทย่อยได้ดำเนินการขอความยินยอมในการนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในทุกช่องทางไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้ โดยระบุข้อความในแบบลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม TQM Family Club ขอความยินยอมในการเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของจากผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม และโดยแจ้งวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวม และใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้บริษัทย่อยใช้ติดต่อเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยและประกันชีวิต บริการ การรับรางวัล และข่าวสารกิจกรรมอื่นๆ แก่ผู้ลงทะเบียนดังกล่าว อีกทั้ง บริษัทย่อยได้ใช้ความระมัดระวังในการได้มาซึ่งข้อมูลจากพันธมิตรทางธุรกิจโดยได้ดำเนินการให้พันธมิตรทางธุรกิจให้คำรับรองความถูกต้องของการได้มาซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลที่พันธมิตรทางธุรกิจจัดหาให้แก่บริษัทย่อยและให้คำสัญญาในการรับผิดชอบใช้ค่าเสียหายหากมีการร้องเรียน ฟ้องร้อง หรือเกิดความเสียหายจากการใช้ข้อมูลที่พันธมิตรทางธุรกิจจัดหาให้

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทตระหนักถึงข้อจำกัดในการนำข้อมูลไปใช้ตามร่างพระราชบัญญัติดังกล่าว ซึ่งอาจจะมีผลบังคับใช้ต่อไปในอนาคต โดยกลุ่มบริษัทจะระมัดระวังในการเก็บใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และกลุ่มบริษัทจะดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวต่อไปเมื่อมีผลบังคับใช้

3.2 ความเสี่ยงด้านธุรกิจของบริษัท

3.2.1 การมีคู่ค้ารายใหญ่ (คู่ค้าที่บริษัท มีรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นที่ได้รับมากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นรวม)

ในปี 2558 บริษัท มีรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นกับคู่ค้ารายใหญ่จำนวน 4 ราย เป็นมูลค่าเท่ากับ 1,277.6 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.7 ของรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นรวมในปี 2559 – 2560 บริษัท มีรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นรวมกับคู่ค้ารายใหญ่จำนวน 3 ราย เป็นมูลค่าเท่ากับ 1,122.4 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.2 ของรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นรวม ในปี 2560 บริษัท มีรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นรวมกับคู่ค้ารายใหญ่จำนวน 2 ราย เป็นมูลค่าเท่ากับ 1,000.1 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.3 ของรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นรวม และปี 2561 บริษัทมีรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นรวมกับคู่ค้ารายใหญ่จำนวน 3 ราย เป็นมูลค่ารวมเท่ากับ 1,454.6 ล้านบาทหรือร้อยละ 57.9 ของรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่น ซึ่งส่งผลให้เกิดการกระจุกตัวของรายได้ของบริษัท เนื่องจากมีรายได้หลักขึ้นอยู่กับลูกค้ารายใหญ่ซึ่งเป็นบริษัทประกันวินาศภัยขนาดใหญ่ซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการหลักในอุตสาหกรรม ดังนั้นหากบริษัทคู่ค้ามีการยกเลิกสัญญา ปรับลดผลประโยชน์ลง หรือหากบริษัทคู่ค้าเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ก็จะส่งผลกระทบต่อการทำงาน รายได้ และผลประกอบการโดยตรงของบริษัทได้

บริษัท และบริษัทย่อยจึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า ได้แก่ มีการคัดเลือกคู่ค้าที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง มีความน่าเชื่อถือ มีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในธุรกิจประกันภัย มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างคุ้มค่า มีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ ยุติธรรม และเชื่อถือได้ นอกจากนี้บริษัท ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้า ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์หลักของบริษัท โดยการบริหารและพัฒนาความสัมพันธ์ในลักษณะของพันธมิตรที่จะคอยให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ เช่น การบริหารยอดขายและเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการติดตามผลการดำเนินงาน เป็นต้น นอกเหนือจากการเป็นเพียงช่องทางการจัดจำหน่ายประกันภัยในฐานะนายหน้าประกันภัย ที่ผ่านมายบริษัท ให้ความสำคัญกับการสร้างพันธมิตรกับบริษัทประกันภัยคู่ค้าที่สำคัญ เช่น การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยสำหรับผู้หญิง Motor for Lady ร่วมกับบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ประกันภัยชุดมนุษย์เงินเดือน (Salaryman) และ ประกันอุบัติเหตุ 2 เด้ง ร่วมกับบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) และผลิตภัณฑ์ประกันภัยอื่นที่ร่วมกับบริษัทประกันภัยต่างๆ ได้แก่ ประกันเสริม Motor Add-on ประกันภัยโรคมะเร็งหมดห่วง(Super Cancer /Super Cancer Plus) และประกันอุบัติเหตุ PA region เป็นต้น ซึ่งจะสามารถนำมาต่อยอดกับธุรกิจประกันภัย เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทประกันภัยคู่ค้าที่สำคัญได้ในระยะยาว

3.2.2 ความเสี่ยงในการจัดหาบุคลากร

ธุรกิจนายหน้าประกันภัยเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเป็นนายหน้าขายประกันจะต้องใช้บุคลากรที่มีใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัย หรือใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตตามประเภทประกันภัยที่เสนอขายเท่านั้น โดยบุคลากรต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และรายละเอียดของเงื่อนไขในการรับประกันภัย อีกทั้งยังต้องมีทักษะในการสื่อสารและการขาย ทำให้บริษัท ต้องสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพให้มีปริมาณที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสรรหานายหน้าขายประกันผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการขายประกันของบริษัท แต่อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน อัตราการเข้าออกของพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ค่อนข้างสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อบริษัท มีความเสี่ยงที่จะเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ไป หรือบุคลากรอาจถูกดึงตัวไปโดยบริษัทคู่แข่ง อันจะเป็นผลเสียต่อบริษัท

อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อแนวทางการลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยการจับคู่บุคลากรที่มีความรู้และความสามารถเข้ามาร่วมพัฒนาบริษัทฯ การเสริมสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี การมุ่งเน้นในการลดอัตราการเข้าออกของพนักงาน การสร้างสิ่งจูงใจต่างๆ เช่น ค่าล่วงเวลา เบี้ยขยัน ค่าวิชาชีพ ค่าตำแหน่ง เพื่อให้มีอัตราการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับในอุตสาหกรรม ทำให้พนักงานขายมีรายได้เพิ่มขึ้น ได้รับสวัสดิการที่ดี ส่งเสริมคุณภาพชีวิตพนักงานให้ดีขึ้นและตระหนักถึงความสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคลของกลุ่มบริษัทฯ พร้อมกันนั้นกลุ่มบริษัทฯ มุ่งพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการให้พนักงานขายของบริษัทฯ ได้รับการอบรม อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้บริษัทฯ มีศูนย์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะอยู่ในแผนการฝึกอบรมประจำปี รวมถึงการส่งเสริมให้ความรู้กับพนักงานขาย เพื่อสอบใบอนุญาตนายหน้าประกันภัย โดยจะมีการฝึกอบรมเป็นประจำทุกเดือน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีหลักสูตรอื่นๆ ที่เป็นหลักสูตรเฉพาะเรื่อง (Ad-hoc) ที่กลุ่มบริษัทฯ มีความเห็นว่าเหมาะสมให้กับพนักงานของบริษัทฯ ตลอดจนการเชิญวิทยากร (Guest Speaker) มาอบรมกับพนักงานและเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้กับพนักงานทุกระดับของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อพัฒนาทักษะการขายประกันภัย เทคนิคการขาย ตลอดจนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันภัยอย่างแท้จริง ซึ่งส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทฯ มีการพัฒนาทักษะและความรู้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับพนักงานในต่างจังหวัด บริษัทฯ จะส่งวิทยากรไปฝึกอบรม รวมถึงการจัดสอบใบอนุญาตนายหน้าประกันภัยที่ภูมิภาคนั้นๆ

กลุ่มบริษัทฯ ได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านการส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในพัฒนาบุคลากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ในการที่จะเป็นผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัยและการเงินอย่างครบวงจร

3.2.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่ผ่านมายุทธศาสตร์ประกันภัยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคม การก้าวกระโดดของเทคโนโลยี ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและการบริการ รวมถึงพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อช่องทางต่างๆ โดยในปัจจุบัน ผู้บริโภคหันมาใช้โซเชียลมีเดีย และอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการรับข่าวสารมากขึ้น

ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในหลายๆ ด้าน โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาและติดตามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ควบคู่โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มีการทำการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ในแต่ละด้าน และพัฒนาช่องทางการขายให้มีศักยภาพและมีความหลากหลายมากขึ้นรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Online) และวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561 บริษัทฯ ได้เพิ่มช่องทางการขายสำหรับประกันภัยประเภท ประกันภัยการเดินทาง ประกันภัยภาคบังคับ ประกันภัยรถยนต์ประเภท 2+, 3+ และประเภท 3 ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Online)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการสนับสนุนให้บริษัทมีการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และบริษัทฯ ยังมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยจะมีแผนในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ร่วมกับบริษัทประกันวินาศภัยที่เป็นบริษัทคู่ค้า มีการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) ของลูกค้า เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าเป็นหลัก รวมทั้งการสอบถามความต้องการของลูกค้าโดยตรง เนื่องจากฝ่ายขายจะเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ทราบความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง ที่สามารถนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ เช่น การออกแคมเปญ Motor for Lady ซึ่งตอบโจทย์การใช้รถของผู้หญิง หรือแคมเปญ Salary Man เพื่อตอบโจทย์กลุ่มคนวัยทำงาน หรือประกันภัยขวัญใจร้านค้าสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าขนาดเล็กและกลาง เป็นต้น

3.2.4 ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนายหน้าประกันภัย และคู่แข่งรายใหม่

ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิตมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากทั้งบริษัทขนาดเล็กและขนาดใหญ่ และมีการแข่งขันที่สูง หากพิจารณาฐานข้อมูล คปภ. พบว่าจำนวนนายหน้าประเภทนิติบุคคล เพิ่มขึ้นจาก 696 รายในปี 2555 เป็น 753 รายใน

ปี 2560 ในปี 2560 มีบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยจำนวน 482 ราย บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตจำนวน 197 รายและบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตและภัยจำนวน 74 ราย นอกจากนี้จากจำนวนนายหน้าประเภทนิติบุคคลที่สูง ส่งผลให้เกิดการตั้งตัวพนักงานขายที่มีใบอนุญาต และการเพิ่มขึ้นของพนักงานขายที่มีใบอนุญาตนายหน้าประกันภัยที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ (รายละเอียดการแข่งขันในธุรกิจนี้ แสดงอยู่ในส่วนที่ 2.2 การประกอบธุรกิจ ข้อ 2.3.3 การแข่งขัน) ทั้งนี้การแข่งขันตามที่กล่าวมาอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ได้

ดังนั้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ บริษัทฯ ได้มีการวางตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจนโดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ในวงกว้าง (Mass) เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่หลากหลายตลอดจนลูกค้าสามารถเปรียบเทียบรูปแบบประกันภัย พิจารณาราคากรรมธรรม์ของแต่ละบริษัทประกันได้ ตลอดจนพนักงานขายที่ได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันภัย ที่ได้รับการฝึกอบรมให้เข้าใจรูปแบบของประกันภัยที่ตนขาย จึงทำให้ลูกค้าสามารถสอบถาม และหาประกันภัยที่สอดคล้องกับทุกความต้องการลูกค้า ได้ในที่สุด ไปจนถึงการพัฒนาให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ รักษามาตรฐานในการให้บริการลูกค้า โดยบริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ในการแข่งขัน เช่น การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากความต้องการของลูกค้าร่วมกับบริษัทคู่ค้าพันธมิตร เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น การรักษาคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการหลังการขาย การเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้หลากหลายขึ้น ด้วยสาขาให้บริการที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ ทำให้สามารถทำธุรกรรมกับลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ซึ่งเป็นจุดแข็งอีกประการหนึ่งของกลุ่มบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีช่องทางการขายผ่านทางโทรศัพท์ การขายตรง และการขายทางออนไลน์ รวมไปถึงการพัฒนาช่องทางการขายในรูปแบบใหม่ OMNI Chanel เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการทำการตลาดผ่านทางออนไลน์ (Digital Marketing) และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งกลยุทธ์ต่างๆ จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งได้ เห็นได้จากรางวัลการันตีต่างๆ มากมาย นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย เพื่อมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์ให้กับลูกค้าที่ซื้อประกันภัยของกลุ่มบริษัทฯ เช่น การอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับศูนย์ซ่อมรถ การให้คำปรึกษาในการเคลมประกัน การจัดการรถยนต์ในกรณีลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ เป็นฝ่ายถูก การให้บริการรับแจ้งเหตุจากลูกค้า และการให้บริการคำแนะนำเรื่องการเรียกร้องค่าสินไหม การคุ้มครองตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ ดังนั้น จากการวางตำแหน่งทางการตลาดดังกล่าวทำให้บริษัทฯ สามารถได้รับประโยชน์จากการที่มีคู่แข่งที่วางตำแหน่งทางการตลาดเช่นเดียวกับบริษัทฯ และได้รับประโยชน์จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มในการทำประกันภัยมากขึ้น

นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเสริมสร้างการเติบโตของอุตสาหกรรมประกันภัยและนายหน้าประกันภัย โดยการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงการทำประกันภัยและการเงินด้วยความถูกต้องเหมาะสม เป็นธรรม โดยการอบรมให้ความรู้ด้านประกันภัยแก่ประชาชนเช่น กิจกรรมคนสร้างสุขซึ่งจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านประกันภัยในต่างจังหวัด รายการประกันภัยนำรู้ทางช่องทีวีเคเบิล เป็นต้น มีการลงทุนในเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการทำการตลาด และโฆษณา สร้างภาพลักษณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง

ในด้านคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิต จะต้องขึ้นทะเบียน และขอใบอนุญาตเป็นนายหน้าวินาศภัยและประกันชีวิต ซึ่งในปัจจุบันการขึ้นทะเบียนธุรกิจนายหน้าประกันภัยค่อนข้างยาก และมีระเบียบข้อกำหนดที่เข้มงวด เนื่องจากจะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การยื่นขอรับใบอนุญาต การทดสอบความรู้ เป็นต้น จึงทำให้คู่แข่งรายใหม่ไม่สามารถเข้ามาได้ง่ายนัก นอกจากนี้ การที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกซื้อประกันกับบริษัทนายหน้าประกันภัยจะต้องอาศัยความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ และความไว้วางใจจากลูกค้า ซึ่งนายหน้ารายใหม่ๆ ที่เข้ามาอาจจะต้องใช้เวลาในการสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจจากลูกค้า ซึ่งบริษัทฯ เองก็ได้มีการเตรียมความพร้อมในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีอย่างสม่ำเสมอ จึงช่วยลดความเสี่ยงจากปัจจัยดังกล่าวได้

3.2.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของบริษัทประกันวินาศภัยหรือบริษัทประกันชีวิต

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิต ซึ่งเป็นนายหน้าในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันต่างๆ จากบริษัทประกันวินาศภัยและบริษัทประกันชีวิตให้แก่ลูกค้า ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงต้องติดต่อและดำเนินธุรกิจกับบริษัทประกันวินาศภัย

และบริษัทประกันชีวิตเป็นหลัก ดังนั้นหากบริษัทประกันวินาศภัยและบริษัทประกันชีวิตซึ่งเป็นคู่ค้าหลักมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการรับประกันภัย ได้แก่ ค่าเบี้ยประกันภัย วงเงินความคุ้มครอง เป็นต้น จะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ ด้วย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอัตราค่านายหน้า หรือการเปลี่ยนแปลงหรือจำกัดช่องทางการขาย ย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ ด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความเสี่ยงจากการเป็นนายหน้า เนื่องจากบริษัทฯ ไม่ได้มีผลิตภัณฑ์ประกันเป็นของตัวเอง ดังนั้น หากบริษัทประกันต่างๆ ไม่ต่ออายุสัญญา และหันไปเสนอขายประกันกับลูกค้าโดยตรง หรือหันไปทำสัญญากับบริษัทนายหน้าประกันภัยรายอื่น ก็จะมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ เช่นกัน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับบริษัทคู่ค้าที่เป็นพันธมิตรหลายบริษัท ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทฯ ได้มีการประชุมหารือในการกำหนดนโยบายของกลุ่มบริษัทฯ ที่มีต่อบริษัทประกันวินาศภัยและประกันภัยเพื่อหาแนวทางปฏิบัติงานระหว่างกันตั้งแต่ออกเริ่มทำธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ทั้งสองฝ่ายสามารถดำเนินนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจัดประชุมร่วมกับบริษัทประกันวินาศภัยและประกันภัยในการกำหนดแผนงานและเป้าหมายเป็นประจำทุกปี เพื่อจะได้ทราบถึงทิศทางในการดำเนินงาน และนำมาพิจารณาปรับให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมไปถึงการติดตามผลการดำเนินงานร่วมกัน การร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่วยเหลือกันในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งจะทำให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย นอกจากนี้ด้วยศักยภาพในการแข่งขันและเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนายหน้าประกันภัยของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งในด้านผลการดำเนินงานที่ดีและสถานะทางการเงินที่มั่นคง (รายละเอียดการแข่งขันในธุรกิจนี้ แสดงอยู่ในส่วนที่ 2.2 การประกอบธุรกิจ ข้อ 2.3.3 การแข่งขัน) ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงอำนาจต่อรองทางธุรกิจกับบริษัทคู่ค้า

3.2.6 ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันภัยภายใต้ตราสินค้า (Brand) “ทีคิวเอ็ม” หรือ “TQM” ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า บริษัทประกันที่เป็นคู่ค้า และสาธารณชน การรับรู้ (Perception) ต่อตราสินค้า (Brand) “ทีคิวเอ็ม” หรือ “TQM” ของสาธารณชน จึงมีผลต่อชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ ดังนั้นหากมีการเผยแพร่ข้อมูลที่ทำให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อชื่อเสียงและตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ไม่ว่าจะเป็นจริงหรือไม่ อาจกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และความเชื่อมั่นของลูกค้า ซึ่งมีผลกระทบในด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจ สถานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัทฯ

ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง เกี่ยวข้องกับการรับรู้ (Perception) ของลูกค้า คู่ค้า และสาธารณชน ซึ่งยากแก่การระบุหรือประเมินได้อย่างชัดเจน เพราะอาจจะได้รับอิทธิพลหรือเกี่ยวพันกับประเด็นทั้งปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมในขณะหนึ่งขณะใด รวมถึงเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในบริษัทฯ การสื่อสารของคู่แข่ง รวมถึงความคาดหวังที่มีต่อกลุ่มบริษัทฯ เป็นการเฉพาะด้วย อย่างไรก็ตามในการบริหารความเสี่ยงด้านชื่อเสียง กลุ่มบริษัทฯ จึงยึดหลักการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานทุกคนเป็นสำคัญ เพื่อให้ได้รับข้อมูลจากหลายแง่มุมและหลากหลายประสบการณ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการประเมินความเสี่ยงด้านชื่อเสียงที่อาจจะเกิดขึ้นได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ มีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบในการเป็นศูนย์กลางในการติดตามและประสานงานกับกลุ่มงานต่างๆ ในด้านการรับเรื่องร้องเรียน และการจัดการข้อร้องเรียนในประเด็นต่างๆ เช่น ธุรกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง เหตุการณ์ที่เป็นการเสื่อมเสียอันเกิดจากพนักงาน ข่าวสารในเชิงลบของกลุ่มบริษัทฯ ที่ปรากฏในสื่อต่างๆ สถานะความแข็งแกร่งทางการเงินและความน่าเชื่อถือของกลุ่มบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีขั้นตอนการบริหารการรับเรื่องร้องเรียน และการจัดการข้อร้องเรียน ดังนี้

1. กำหนดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนหลากหลายช่องทางทั้ง online และ offline เช่น โทรศัพท์ ผ่านหมายเลข hotline 1737 และ 021198888 ทางจดหมาย ทาง www.tqm.co.th ทางอีเมล ทางเฟสบุ๊ค (Facebook) และการติดตามทางช่องทางสาธารณะอื่นๆ เช่น Pantip หรือ เว็บไซต์ต่างๆ
2. จัดให้มีหน่วยงานโดยตรงในการรับและบันทึกข้อร้องเรียน
3. ประเมินประเภทปัญหา และประเมินความรุนแรงของผลกระทบต่อข้อร้องเรียน
4. แก้ไขข้อร้องเรียนและปิดคำร้องเรียน

โดยฝ่ายจัดการจะมีการรายงานผลการประเมินความเสี่ยงด้านชื่อเสียงในภาพรวมและรายงานการประเมินความเสี่ยงด้านชื่อเสียงของกลุ่มบริษัท ต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะกรรมการบริหารของบริษัท ต่อไป นอกจากนี้ ฝ่ายกฎหมายจะทำหน้าที่ติดตามหากมีการแจ้งการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามกฎระเบียบขององค์กรกำกับดูแล และ/หรือ การถูกร้องทุกข์จากลูกค้าหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องที่เกี่ยวกับคุณภาพและบริการของกลุ่มบริษัท ทั้งที่ได้รับแจ้งโดยตรงกับกลุ่มบริษัทและได้รับร้องเรียนผ่านทาง คปภ. โดยจะมีการประสานงานกับ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ในส่วนข้อร้องเรียนจากลูกค้าเพื่อแก้ไขข้อร้องเรียนและปิดคำร้องเรียนต่อไป

3.3 ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.3.1 ความเสี่ยงจากความเสียหายที่เกิดขึ้นกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

กลุ่มบริษัท ได้มีการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในทุกกระบวนการของการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การวางแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเสนอขายลูกค้า การจัดทำระบบบัญชีและการเงิน ไปจนถึงการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ โดยเฉพาะข้อมูลของลูกค้าและบุคลากรของบริษัท โดยกลุ่มบริษัท ใช้ระบบปฏิบัติการเพื่อจัดการงานขายส่วนกลาง ระบบจัดการงานต่างจังหวัด และระบบสนับสนุนการขายประกัน นอกจากนี้เนื่องจากบริษัท มีการขายผ่านทางโทรศัพท์เป็นช่องทางหลัก จึงต้องพึ่งพิงระบบ Call Center เป็นอย่างมาก รวมทั้งระบบบริการลูกค้า CRM Desk ซึ่งเป็นระบบสำหรับลูกค้าสัมพันธ์ในการให้บริการลูกค้าหลังการขาย ซึ่งระบบต่างๆ จะมีการเชื่อมต่อกันกับระบบบัญชีและระบบจัดการข้อมูลด้านบุคลากรอย่างเหมาะสมและเพียงพอ เพื่อช่วยให้พนักงานที่สำนักงานใหญ่ และพนักงานประจำสาขาสมาารถสื่อสารภายในและระหว่างกันได้ และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความสอดคล้องกัน ดังนั้นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นทรัพยากรหลักในการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งระบบดังกล่าวก็มีความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในหลายรูปแบบ เช่น ระบบเทคโนโลยีได้รับความเสียหาย ระบบเกิดการขัดข้อง ข้อมูลสูญหาย หรือถูกทำลายจากการโจรกรรม หรือการลักลอบแก้ไขข้อมูลโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต อันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของบริษัท ทำให้การดำเนินงานต้องหยุดชะงัก และขาดความต่อเนื่อง เกิดข้อผิดพลาด ข้อมูลความลับรั่วไหล ต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายในการแก้ไขและรับผิดชอบ เป็นต้น

ดังนั้น บริษัท จึงต้องมีการติดตามดูแลการดำเนินงานของระบบให้เป็นอย่างดีเหมาะสมและตามมาตรฐาน โดยพนักงานของ Casmatt ส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่ผ่านการอบรม ISO/IEC29110 ISO9001:2000 และ ISO/IEC27001 มีการจัดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และมีการกำหนดนโยบายในการควบคุมภายในและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหาย หรือรั่วไหล เช่น การควบคุมไม่ให้มีการแก้ไขข้อมูลในระบบโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต การควบคุมความถูกต้องของการนำข้อมูลต่างๆ เข้าสู่ระบบ การตรวจสอบผู้ใช้งาน การตรวจสอบอำนาจการใช้งาน การยืนยันตัวตนในการเข้าใช้และเข้าถึงข้อมูล เป็นต้น และบริษัท ยังมีการจัดทำแผนทดสอบระบบประจำปี รวมไปถึงจัดให้มีระบบสำรองข้อมูล ไว้รองรับกรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดขึ้น

นอกจากนี้บริษัท ยังมีบริษัท แคลสมัท จำกัด บริษัทในกลุ่ม ซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานและการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ซึ่งบริษัท มีโครงการในการพัฒนาระบบในด้านต่างๆ เพื่อรองรับการเจริญเติบโต และการขยายตลาดในอนาคต รวมไปถึงการปรับปรุงและแก้ไขระบบเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการใช้งานที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น โครงการขายประกันออนไลน์ เพื่อให้บริการลูกค้าแบบออนไลน์ เช่น บริการด้านการชำระเบี้ยออนไลน์ ข้อมูลการซื้อประกันออนไลน์ บริการรับเรื่องขอเอกสารทางออนไลน์ เพื่อสร้างความประทับใจและการบริการที่รวดเร็วสำหรับลูกค้าในยุคดิจิทัล และบริษัท ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญด้านข้อมูลสารสนเทศ โดยมีการจัดตั้งโครงการเพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลเชิงวิเคราะห์ เพื่อสนับสนุนงานวิเคราะห์และวิจัยข้อมูล รวมไปถึงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น การนำ chat bot มาสนับสนุนงานขายและงานระบบบริการลูกค้า เป็นต้น

3.3.2 ความเสี่ยงจากพัฒนาการของเทคโนโลยี

ในปัจจุบัน การพัฒนาเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ก็ได้เข้ามามีบทบาทในธุรกิจต่างๆ รวมถึงธุรกิจนายหน้าประกันภัยของบริษัท ซึ่งหากบริษัท ไม่สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ ก็อาจส่งผลให้บริษัท เสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจส่งผลให้ตามคู่แข่งไม่ทัน นอกจากนี้ การมีเทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยให้การขายประกันสามารถทำได้

สะดวกและง่ายขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้าหันไปซื้อประกันจากบริษัทขายประกันโดยตรง โดยไม่ผ่านบริษัทนายหน้า ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม บริษัท ได้ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานอยู่ตลอด ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบต่างๆ เช่น ระบบช่วยในการให้บริการลูกค้าแบบออนไลน์ ที่ทั้งสะดวกและรวดเร็ว ตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดยการให้บริการจะมีพร้อมตั้งแต่ การหาข้อมูลการซื้อประกัน การชำระเบี้ย ไปจนถึงการรับเรื่องขอเอกสาร และยังมีโครงการเพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลเชิงวิเคราะห์ ที่ช่วยในการวิเคราะห์และวิจัยข้อมูล นอกจากนี้ยังมีการค้นคว้าและนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ด้านเน็ตเวิร์ก ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์มาใช้ เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายของบริษัท

3.3.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

เนื่องจากในปัจจุบัน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท รวมทั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนและรวดเร็ว บริษัท จึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร ที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจในอนาคต ยิ่งไปกว่านั้น ในทุกๆ กระบวนการดำเนินงานของบริษัท มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ บริษัท จึงต้องการบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถเข้ามาช่วยออกแบบและพัฒนาระบบต่างๆ ให้มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการใช้งาน โดย ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ก็ล้วนเป็นที่ต้องการขององค์กรต่างๆ จึงทำให้บริษัท อาจมีความเสี่ยงที่จะเสียบุคลากรฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศไป หรือมีความเสี่ยงที่บริษัท จะไม่สามารถหาบุคลากรได้อย่างเพียงพอ หรืออาจไม่สามารถสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติและความเหมาะสมมาทดแทนบุคลากรดังกล่าวได้ และอาจต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการว่าจ้างและฝึกอบรมบุคลากรใหม่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจและการขยายตัวของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจุบันบุคลากรในสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นพนักงานประจำในบริษัท แคสแมท จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยซึ่งบริษัท ถือหุ้นทั้งหมด 100% โดยบริษัท แคสแมท จำกัด เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้สำหรับบริษัท แคสแมท จำกัด บริษัท ได้ให้ความสำคัญต่อการรักษาและพัฒนาบุคลากรโดยการจ่ายค่าตอบแทนในอัตราที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับในอุตสาหกรรม มีการสร้างสิ่งจูงใจต่างๆ และให้สวัสดิการที่ดี และยังมีการสนับสนุนการฝึกอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

3.4 ความเสี่ยงทางการเงิน

3.4.1 ความเสี่ยงจากการติดตามเบี้ยประกันภัยที่ค้างชำระ

กลุ่มบริษัท มีการกำหนดรูปแบบการจ่ายชำระค่าเบี้ยประกันภัยทั้งแบบครั้งเดียวทั้งจำนวน หรือผ่อนชำระเป็นรายงวด โดยกลุ่มบริษัท จะมีการบันทึกลูกหนี้ค่าเบี้ยประกันภัยเมื่อกรมธรรม์ใหม่มีผลบังคับใช้ หรือวันที่ต่ออายุกรมธรรม์ โดยที่ลูกค้ายังชำระค่าเบี้ยให้กับกลุ่มบริษัท ไม่ครบจำนวน สำหรับลูกค้าที่ได้รับเครดิตเทอมการชำระค่าเบี้ยจากกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัท มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้วยการให้ลูกค้าสามารถเริ่มผ่อนเบี้ยประกันภัยครั้งแรกล่วงหน้า โดยไม่คิดดอกเบี้ย ส่งผลให้บริษัท มีความเสี่ยงในการติดตามเบี้ยประกันภัยที่ค้างชำระ ในกรณีที่ลูกค้าผ่อนชำระเป็นรายงวดแล้วไม่ชำระค่าเบี้ยประกันภัยตามกำหนด

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 2560 และ 2561 กลุ่มบริษัท มีลูกหนี้ค่าเบี้ยประกันภัยจำนวน 454.2 ล้านบาท 282.7 ล้านบาท 269.5 ล้านบาท และ 286.1 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 69.9 ร้อยละ 51.2 ร้อยละ 53.0 และ ร้อยละ 47.8 ของรายได้ค่าบริการค้างรับและลูกหนี้อื่น ตามลำดับ อย่างไรก็ตามลูกหนี้ค่าเบี้ยประกันภัยลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 454.2 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 เป็น 286.1 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีสาเหตุหลักจากการที่กลุ่มบริษัท ติดตามทวงถามลูกหนี้ค่าเบี้ยประกันภัยอย่างต่อเนื่องและเข้มงวดการเก็บค่าเบี้ยประกันมากขึ้น มีการติดตามเก็บค่าเบี้ยจากลูกหนี้ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม (Group)

หากพิจารณาจากลูกหนี้ค่าเบี้ยประกันภัยค้างชำระ จะพบว่า ลูกหนี้ค่าเบี้ยประกันภัยค้างชำระส่วนใหญ่ไม่เกิน 3 เดือน ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาการผ่อนชำระที่กลุ่มบริษัท ให้แก่ลูกค้าบุคคลหรือช่วงเวลาตามเครดิตเทอมการชำระที่กลุ่มบริษัท ให้แก่ลูกค้าองค์กร หรือใน

กรณีที่กลุ่มบริษัท อยู่ในระหว่างการเจรจาเพื่อสรุปยอดเบี้ยประกันชีวิตประเภทกลุ่ม โดยที่กรมธรรม์ดังกล่าวมีผลคุ้มครองแล้ว รวมถึงกรณีที่ยอดเบี้ยประกันชีวิตประเภทกลุ่ม มีการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของจำนวนพนักงานเพิ่ม/ลด ระหว่างปีของลูกค้าย่อยประกันชีวิต นอกจากนี้เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานบัญชีที่เน้นหลักความระมัดระวังกลุ่มบริษัท มีการบันทึก ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับผลขาดทุนโดยประมาณ ที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บเงินจากลูกหนี้ไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปพิจารณาจาก ประสบการณ์การเก็บเงินในอดีตและการวิเคราะห์อายุหนี้ โดยตามนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ สำหรับลูกหนี้ค้างชำระเกิน 91-180 วัน กลุ่มบริษัท จะตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 50 สำหรับลูกหนี้ค้างชำระเกิน 181-365 วัน กลุ่มบริษัท จะตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญร้อยละ 75 และสำหรับลูกหนี้ค้างชำระเกิน 365 วัน กลุ่มบริษัท จะตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญทั้งจำนวน

ทั้งนี้ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัท มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โดยจัดให้ลูกค้าย่อยที่ต้องการผ่อนชำระเบี้ยต้องมีเหตุจำเป็นที่ สมควร มีการชำระเบี้ยประกันแล้วส่วนใหญ่ และมีการกำหนดแผนการชำระที่ชัดเจน ทั้งนี้กรณีลูกค้าย่อยชำระแผนการชำระ จะมี การติดตามค่าเบี้ยประกันภัยและสอบถามถึงความต้องการของลูกค้าย่อยว่ายังคงมีความต้องการความคุ้มครองอยู่หรือไม่ และ ประสานงานกับบริษัทประกันหากลูกค้าย่อยมีความประสงค์ยกเลิกความคุ้มครองบริษัทจะแจ้งเรื่องไปให้บริษัทประกันภัยเพื่อรับความ คุ้มครอง และคำนวณมูลค่าเวนคืนกรมธรรม์ไปเพื่อคืนค่าเบี้ยประกันที่ลูกค้าย่อยชำระแล้วหลังมูลค่าความคุ้มครองที่เกิดขึ้นแล้วแก่ลูกค้าย่อยต่อไป

3.4.2 ความเสี่ยงจากการสูญเสียลูกค้าย่อย

ในปี 2558 - 2560 และปี 2561 กลุ่มบริษัท มีรายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นจากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยเป็นมูลค่ารวมเท่ากับ 1,940.7 ล้านบาท 2,058.0 ล้านบาท 2,158.2 ล้านบาท และ 2,434.4 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 88.9 ร้อยละ 92.5 ร้อยละ 94.4 และร้อยละ 96.4 ของรายได้รวม ทั้งนี้รายได้ค่านายหน้าและรายได้ค่าบริการอื่นจากการเป็น นายหน้าประกันวินาศภัยได้แก่ ประกันภัยรถยนต์ (Motor) เป็นรายได้ที่เกิดขึ้นเป็นรายปีตามอายุความคุ้มครองของกรมธรรม์ที่ จะต้องมีการต่ออายุเป็นรายปี ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากรายได้ที่ไม่แน่นอน หากผู้ทำประกันเปลี่ยนไปทำประกันผ่าน บริษัทประกันโดยตรงหรือ เปลี่ยนไปซื้อกับนายหน้าประกันภัยหรือซื้อประกันภัยผ่านช่องทางอื่น

อย่างไรก็ตาม เพื่อลดการสูญเสียลูกค้าย่อย และส่งเสริมให้กลุ่มบริษัท มีรายได้ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญในการรักษาสถานะลูกค้าย่อยเก่า และงานลูกค้าย่อยสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) โดยการให้บริการเสริม ภายหลังการขายแก่ลูกค้าย่อย ได้แก่ บริการให้คำปรึกษา ประสานงานเกี่ยวกับประกันภัย 24 ชั่วโมง บริการระหว่างซ่อมบริการศูนย์ ประสานงานทั่วประเทศ และการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ทั้งกิจกรรมภายในประเทศ และ ต่างประเทศ กิจกรรมภายในประเทศ อาทิเช่น กิจกรรม TQM Family Club กิจกรรมพาลูกค้าท่องเที่ยวในประเทศ กิจกรรมคอนเสิร์ต คนสร้างสุข โดยเน้นการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับลูกค้าย่อยของบริษัท และ สื่อมวลชน เพื่อสร้างความผูกพันและเสริมสร้างความภักดี (Brand Loyalty) ต่อบริษัท เพื่อให้เกิดการบอกต่อ และช่วยลดระดับอัตราการยกเลิกการใช้บริการต่ออายุกรมธรรม์ในปีต่อไป เสริมสร้างความภักดี (Brand Loyalty) และเพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายตลอดจนสร้างฐานลูกค้าใหม่จากผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งจะเป็นสิ่ง ดีงดูและเป็นสื่อประชาสัมพันธ์กับลูกค้าย่อยเป้าหมายของกลุ่มบริษัท ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเพิ่มโอกาสที่บริษัทจะเสนอขาย สินค้าในสายผลิตภัณฑ์อื่น (Cross Selling) ได้สำเร็จก็จะมากขึ้น

3.4.3 บริษัท ไม่มีการประกอบธุรกิจหลัก รายได้ของบริษัท ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับเงินปันผลจากบริษัทย่อยของ บริษัท

บริษัท ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding company) โดยปัจจุบัน บริษัท มีรายได้และกระแสเงินสดหลัก มาจากเงินปันผลจากบริษัทย่อยของบริษัท และไม่มีการประกอบธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้ในจำนวนที่มีนัยสำคัญเป็นของตนเอง ดังนั้น ผลการดำเนินงานของบริษัท จึงขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานและความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยของบริษัท ด้วย เหตุนี้ บริษัท จึงมีความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินงาน ฐานะทางการเงินและความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยของ บริษัท

ดังนั้น ผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยของบริษัทฯ จึงมีนัยสำคัญต่อผลกำไรทั้งหมดของบริษัทฯ และหากบริษัทย่อยของบริษัทฯ ต้องเผชิญกับอุปสรรคในการดำเนินงานแล้ว ผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ ย่อมจะได้รับผลกระทบโดยตรงด้วย ทั้งนี้ บริษัทย่อยมีนโยบายในการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 50.0 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและหลังหักสำรองตามกฎหมายของแต่ละปี โดยอัตราการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวอาจเปลี่ยนแปลงไปจากที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการลงทุน เงินทุนหมุนเวียน การลงทุนเพิ่มเติม การขยายธุรกิจ เจือปนและข้อจำกัดตามที่กำหนดไว้ในสัญญากู้ยืมเงิน และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานตามที่คณะกรรมการ และ/หรือผู้ถือหุ้นของบริษัทเห็นสมควร โดยที่อัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย คณะกรรมการบริษัทอาจพิจารณาอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้นได้เมื่อเห็นว่าบริษัทย่อยมีกำไรและกระแสเงินสดเพียงพอที่จะจ่ายเงินปันผลในเบื้องต้นได้ อย่างไรก็ตาม สำหรับ TQM Broker ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่จ่ายปันผลแก่บริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 92-96 ของรายได้จากเงินปันผลของบริษัทฯ ในงวดปี 2560 และปี 2561 TQM Broker มีกำไรสะสมที่ยังไม่จัดสรรเท่ากับ 99.6 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และมีกำไรสะสมที่ยังไม่จัดสรรเท่ากับ 66.9 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 นอกจากนี้ ภายหลังจากที่บริษัทฯ ออกและเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และการเพิ่มทุนใน TQM Broker คาดว่า TQM Broker จะมีกระแสเงินสดเพื่อใช้สนับสนุนการขยายธุรกิจและเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ เงินปันผลที่บริษัทฯ จะจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ นั้นจะจัดสรรจากกำไรสุทธิตามที่ปรากฏในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยของบริษัทฯ ทั้งนี้ เนื่องด้วยเงินปันผลที่จ่ายโดยบริษัทย่อยของบริษัทฯ นั้นคิดเป็นรายได้เกือบทั้งหมดของบริษัทฯ ตามที่ปรากฏในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ ดังนั้น หากบริษัทย่อยของบริษัทฯ ไม่สามารถจ่ายเงินปันผลให้แก่บริษัทฯ ได้ตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อยของบริษัทฯ อันเป็นผลมาจากผลการดำเนินงานที่ติดลบของบริษัทย่อยของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือเนื่องจากเหตุผลทางธุรกิจอื่น ๆ เช่น ความจำเป็นในการสำรองเงินทุนเพื่อการขยายธุรกิจหรือการชำระคืนหนี้เงินกู้ ความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ย่อมจะได้รับผลกระทบไปด้วย (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในส่วนนโยบายการจ่ายเงินปันผล)

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรประเภท ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ โดยไม่ติดภาระจำนองหรือจำนำ ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี เท่ากับ 92.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.4 ของสินทรัพย์รวม รายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

| รายการ | 2561 | 2560 | 2559 |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|
| 1. อาคาร | 1.8 | 1.8 | 8.2 |
| 2. ส่วนปรับปรุงอาคาร | 133.3 | 131.9 | 102.3 |
| 3. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน | 187.5 | 188.3 | 185.7 |
| 4. อุปกรณ์และระบบคอมพิวเตอร์ | 139.1 | 137.7 | 129.7 |
| 5. ยานพาหนะ | 41.2 | 41.1 | 40.0 |
| 6. อื่นๆ | 0.6 | 0.3 | 7.0 |
| รวม | 503.5 | 501.1 | 472.9 |
| หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม | 411.2 | 376.0 | 356.8 |
| ค่าเผื่อการด้อยค่า | - | - | - |
| ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ | 92.3 | 125.1 | 116.1 |

การผูกพันตามสัญญาเช่าดำเนินงาน และสัญญาประกันภัย

บริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้ทำสัญญาเช่าอาคารสำนักงานใหญ่ ที่ดิน อาคารสำนักงานสาขา และศูนย์ประสานงาน เพื่อประกอบธุรกิจ ภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานหลายสัญญา สัญญาเช่าดังกล่าวมีระยะเวลาเช่าประมาณ 1-3 ปี โดยมีสิทธิต่อสัญญาเช่าเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา สำหรับค่าเช่าที่จ่ายให้ผู้ให้เช่าจะปรับปรุงอัตราค่าเช่าตามราคาตลาดฯ รวมถึงสัญญาประกันภัยเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับสินทรัพย์หลักของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการผูกพันตามสัญญาฯ ทั้งสิ้น เป็นจำนวนเงินขั้นต่ำที่จะต้องจ่ายในอนาคตภายใต้สัญญาฯ ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

| (งบการเงินรวม) | ช่วงระยะเวลา | 2561 |
|--------------------|------------------------------|------|
| สัญญาเช่าดำเนินงาน | ภายใน 1 ปี | 56 |
| | มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี | 39 |
| สัญญาประกันภัย | ภายใน 1 ปี | 0.2 |
| รวม | | |

4.2 เงินลงทุน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีบริษัทย่อย ที่ประกอบธุรกิจหลักในการให้บริการนายหน้าประกันภัย ได้แก่ TQM Broker เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย TQM Life เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันชีวิต และ Casmatt เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์ รวมถึงบริษัทร่วม คือ TQLD

เป็นผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย ดังนั้น สินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทฯ จึงเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม ซึ่งจากงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีเงินลงทุนเท่ากับ 466.7 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.67 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

| เงินลงทุนในบริษัท | มูลค่าตามบัญชีของเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน (ล้านบาท) | สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ) | สัดส่วนการลงทุนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทฯ ¹ (ร้อยละ) | ลักษณะการประกอบธุรกิจ |
|--------------------------------|--|----------------------------|--|--|
| 1.เงินลงทุนในบริษัทย่อย | | | | |
| TQM Broker | 410.00 | 100 | 19.92 | นายหน้าประกันวินาศภัย |
| TQM Life | 50.30 | 100 | 2.44 | นายหน้าประกันชีวิต |
| Casmatt | 5.15 | 100 | 0.25 | ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์ |
| 2.เงินลงทุนในบริษัทร่วม | | | | |
| TQLD | 1.20 | 40 | 0.06 | ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการประกันภัย |

***สินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 2,058.1 ล้านบาท

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่ช่วยสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจหลักในการให้บริการนายหน้าประกันภัย ซึ่งจะพิจารณาลงทุนในบริษัทที่สอดคล้องหรือเอื้อประโยชน์ (Synergy) กับเป้าหมาย วิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ในการเติบโตของบริษัทฯ อันจะส่งผลให้บริษัทฯ มีผลประกอบการหรือผลกำไรที่ดีต่อเนื่องได้ในระยะยาว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสู่ “การเป็นผู้นำธุรกิจโบรกเกอร์ประกันภัยรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย”

จากการที่บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายและกลไกในการกำกับดูแล มีมาตรการในการติดตามการบริหารงาน และมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมรัดกุมที่เพียงพอ ขณะที่บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมของสัดส่วนการลงทุน กำไรที่คาดว่าจะได้รับ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และสถานะทางการเงิน โดยมีขั้นตอนที่จะวิเคราะห์การลงทุนอย่างเหมาะสม ซึ่งต้องได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี) นอกจากนี้บริษัทฯ มีการแต่งตั้งผู้แทนของบริษัทฯ ที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณสมบัติและประสบการณ์ เพื่อเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการของบริษัทย่อย และบริษัทร่วม เพื่อดำเนินงานในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อย และบริษัทร่วมดังกล่าว

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจจะส่งผลกระทบทางลบต่อบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยมากกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1 บริษัทฯ

| | |
|---------------------------------------|---|
| ชื่อบริษัทภาษาไทย | : บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) |
| ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ | : TQM Corporation Public Company Limited |
| ประเภทธุรกิจ | : ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจหลักขายหน้าประกันภัย |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : 123 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230 |
| เลขทะเบียนบริษัท | : 0107561000307 |
| โทรศัพท์ | : 0 2119 8888 |
| โทรสาร | : 0 2119 9000 |
| เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท | : www.tqmcop.co.th |
| ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 300.0 ล้านบาท |
| ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 300.0 ล้านบาท |

6.1.2 บริษัทย่อย

(1) บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด

| | |
|---------------------------------------|--|
| ชื่อบริษัทภาษาไทย | : บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด |
| ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ | : TQM Insurance Broker Company Limited |
| ประเภทธุรกิจ | : นายหน้าประกันวินาศภัย |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : 123 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร |
| เลขทะเบียนบริษัท | : 0105540084143 |
| โทรศัพท์ | : 0 2119 8888 |
| โทรสาร | : 0 2119 9000 |
| ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 400.0 ล้านบาท |
| ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 400.0 ล้านบาท |

(2) บริษัท ทีคิวเอ็มไลฟ์ อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด

| | |
|---------------------------------------|--|
| ชื่อบริษัทภาษาไทย | : บริษัท ทีคิวเอ็มไลฟ์ อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด |
| ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ | : TQM Life Insurance Broker Company Limited |
| ประเภทธุรกิจ | : นายหน้าประกันชีวิต |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : 123/3 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร |
| เลขทะเบียนบริษัท | : 0105551106143 |
| โทรศัพท์ | : 0 2119 8888 |
| โทรสาร | : 0 2119 9000 |
| ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 50.0 ล้านบาท |
| ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 50.0 ล้านบาท |

(3) บริษัท แคสมัท จำกัด

| | |
|---------------------------------------|--|
| ชื่อบริษัทภาษาไทย | : บริษัท แคสมัท จำกัด |
| ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ | : Casmatt Company Limited |
| ประเภทธุรกิจ | : ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : 123 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรัลบุรี เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร |
| เลขทะเบียนบริษัท | : 0105550075155 |
| โทรศัพท์ | : 0 2119 8888 |
| โทรสาร | : 0 2119 9000 |
| เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท | : www.casmatt.co.th |
| ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 5.0 ล้านบาท |
| ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 5.0 ล้านบาท |

6.1.3 บริษัทร่วม

(1) บริษัท ทีคิวแอลดี จำกัด

| | |
|---------------------------------------|---|
| ชื่อบริษัทภาษาไทย | : บริษัท ทีคิวแอลดี จำกัด |
| ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ | : TQLD Company Limited |
| ประเภทธุรกิจ | : ให้บริการคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : 92/25 อาคารสาทรธานี 2 ชั้น 11 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร |
| เลขทะเบียนบริษัท | : 0105559148619 |
| โทรศัพท์ | : 063 065 6919 |
| เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท | : www.noon.in.th |
| ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 3.0 ล้านบาท |
| ทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 | : 3.0 ล้านบาท |

6.1.4 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

| | |
|----------------------|--|
| นายทะเบียนหลักทรัพย์ | : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 |
| โทรศัพท์ | : 0 2009 9000 |
| โทรสาร | : 0 2009 9991 |

ผู้สอบบัญชี

| | |
|---------------------|--|
| ผู้สอบบัญชี | : บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : เลอรัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ เลขที่ 193/136-137 ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 |
| โทรศัพท์ | : 0 2264 0777 |
| โทรสาร | : 0 2264 0789-90 |

ที่ปรึกษากฎหมาย

| | | |
|---------------------|---|--|
| ที่ปรึกษากฎหมาย | : | บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเค็นซี่ จำกัด |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : | อาคารอิมเพอเรียลเพลส ชั้น 5 และชั้น 22-25 เลขที่ 990 ถนนพระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 |
| โทรศัพท์ | : | 0 2636 2000 |
| โทรสาร | : | 0 2636 2111 |

ที่ปรึกษาทางการเงิน

| | | |
|-------------------------|---|--|
| ที่ปรึกษาทางการเงิน (1) | : | บริษัทหลักทรัพย์ ธนชาติ จำกัด (มหาชน) |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : | 444 อาคารเอ็มบีเค ทาวเวอร์ ชั้น 18 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขต ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 |
| โทรศัพท์ | : | 0 2217 8888 |
| โทรสาร | : | 0 2217 8501 |
| ที่ปรึกษาทางการเงิน (2) | : | บริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง จำกัด (มหาชน) |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : | 191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 29 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 |
| โทรศัพท์ | : | 0 2231 3777 และ 0 2618 1000 |
| โทรสาร | : | 0 2618 1469 |

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

ไม่มีข้อมูลสำคัญอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ