

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดตั้งเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2554 โดยครอบครัวพรหมนิภา เพื่อประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจหลักในการให้บริการนายหน้าประกันภัย โดยปัจจุบันบริษัทมีบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด และบริษัท ที เจ เอ็น อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย และบริษัท ทีคิวเอ็ม ไลฟ์ อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันชีวิต นอกจากนี้ บริษัทมีบริษัทย่อยที่สนับสนุนธุรกิจหลักอีก 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท ทีไอ 2020 จำกัด ประกอบธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ และ บริษัท แคสแมท จำกัด เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ และบริษัท รวมอีก 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท ทีคิวแอลดี จำกัด เป็นผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”)

โดยกลุ่มบริษัทมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อเสนอขายประกันภัย โดยใช้ฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งมีทั้งลูกค้าบุคคลธรรมดา และลูกค้าองค์กร เช่น นิติบุคคลสหกรณ์ และหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น โดยพนักงานขายจะติดต่อและเสนอขายประกันภัยประเภทต่าง ๆ ให้กับลูกค้าผ่านช่องทางการขายของกลุ่มบริษัทหลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ (Telemarketing) ออนไลน์ (Online) การขายตรง (Face to Face) และการขายผ่านตัวแทน นายหน้า (Agent / Broker) รวมทั้งการขายแบบผสมผสานระหว่างช่องทางการจำหน่ายทุกประเภท (Omni Channel)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมีพนักงานระดับผู้บริหาร พนักงานขาย และพนักงานระดับปฏิบัติการรวมจำนวนประมาณ 3,934 คน ไปประจำที่สำนักงานใหญ่ สาขา และศูนย์บริการทั่วประเทศ จำนวน 79 สาขา และ 16 ศูนย์บริการ ตามลำดับ

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

➤ วิสัยทัศน์ (Vision)

ผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัยและการเงิน ด้วยคุณภาพ ความยั่งยืน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และตอบแทนสังคม

➤ พันธกิจ (Missions)

- (1) **สุดยอดที่ปรึกษา** : เป็นที่ปรึกษาในการเลือกผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่เหมาะสม ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า
- (2) **พัฒนาดิจิทัล** : พัฒนาระบบงาน, ผลิตภัณฑ์, ช่องทางการจำหน่าย และบริการที่เหนือชั้น เพื่อมุ่งสู่การเป็น Number 1 Digital Insurance Broker in Regional
- (3) **ลดทอนต้นทุน** : บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ
- (4) **เกื้อหนุนพนักงาน** : สร้าง รักษาและพัฒนาพนักงานให้เป็นที่ปรึกษาประกันภัยและการเงิน มืออาชีพที่มีคุณภาพชีวิตและความสุขคู่กับองค์กร
- (5) **อภิบาลสังคม** : เป็นบรรษัทภิบาลที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

➤ ค่านิยม (Core Value)

ซื่อสัตย์ ยุติธรรม บริการเยี่ยม ตอบแทนสังคม

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้อนุมัติวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท และทบทวนเป็นประจำทุกปี และติดตามดูแลให้ฝ่ายจัดการนำวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของบริษัทไปปฏิบัติ ซึ่งในปี 2563 ได้มีการทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ

เป้าหมาย และกลยุทธ์องค์กร เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีจุดมุ่งหมาย และยึดถือปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป

ยุทธศาสตร์ / เป้าหมายหลัก / กลยุทธ์องค์กร ปี 2563 - 2565

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าหมายหลัก	กลยุทธ์
1. ยุทธศาสตร์การสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อผู้มีส่วนได้เสีย(Stakeholders)	1. เบี้ยประกันภัยเพิ่ม 15%	1. การเพิ่มรายได้ 1.1 Strengthen existing channels 1.2 Grow sale through cross-selling 1.3 Grow inorganic through M&A 1.4 Expand Regional 1.5 Enhance insurance ecosystem 2. การบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ยุทธศาสตร์การสร้างความผูกพันกับลูกค้า (Customer Centric & Engagement)	1. มุ่งมั่นในการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความภักดีในแบรนด์ TQM 2. พัฒนารฐานข้อมูลให้มีคุณภาพ	1. Customer Centric 2. Customer Engagement 3. การพัฒนารฐานข้อมูลลูกค้า
3. ยุทธศาสตร์ Digital Strategy	1. พัฒนาระบบงาน, ผลิตภัณฑ์และช่องทางการจำหน่ายโดยใช้นวัตกรรมและดิจิทัลเทคโนโลยีที่เหมาะสมทันสมัย	1. การใช้ดิจิทัลเป็นปัจจัยสนับสนุนและขับเคลื่อนองค์กร (Digital Transformation)
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนางองค์กรสู่ความยั่งยืน (Sustainability Strategy)	1. มุ่งมั่นในการสร้างและรักษาให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นที่ปรึกษาประกันภัยและการเงินมืออาชีพในยุคดิจิทัล 2. ดำเนินการด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล ให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ (ESG)	1. New Business Model 2. การพัฒนาระบบบริหารงานบุคคลเพื่อสนับสนุนการเป็น Number 1 Digital Insurance Broker in Regional 3. TQM Sustainability



1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ❖ 2561 **เปิดสำนักงานแห่งใหม่ในนาม “อาคารพรรณนิภา 2” จัดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเพิ่มทุนจดทะเบียน เพื่อเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**
 - กลุ่มบริษัทเปิดสำนักงานแห่งใหม่ในนาม “อาคารพรรณนิภา 2” 7 ชั้น ที่เขตลาดพร้าว จังหวัด กรุงเทพฯ ด้วยพื้นที่กว่า 6,500 ตารางเมตร เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มบริษัท
 - กลุ่มบริษัท มีสาขา และศูนย์บริการทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 74 สาขา และ 21 ศูนย์บริการ ตามลำดับ
 - กลุ่มบริษัทเปิดการให้บริการให้ข้อมูลความรู้ นำเสนอบทความ และข่าวสารพร้อมคำแนะนำ เกี่ยวกับประกันภัยรถยนต์ ตลอดจนการเปรียบเทียบรูปแบบประกันภัยรถยนต์ของบริษัท ผ่าน เว็บไซต์ www.mheemhee.com
 - บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2561
 - บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 225.0 ล้านบาท เป็น 300.0 ล้านบาท โดยคิดเป็น จำนวนหุ้นสามัญที่ออกใหม่จำนวน 75.0 ล้านหุ้น เพื่อรองรับการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และจะจัดสรร (1) หุ้นสามัญใหม่จำนวนไม่เกิน 11.2 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายต่อ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัทและ/หรือบริษัทย่อยตามโครงการการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ พนักงานของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย (ESOP) และ (2) จัดสรรหุ้นสามัญใหม่จำนวนไม่เกิน 63.8 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และหุ้นที่เหลือจากการจัดสรรและการเสนอขายตามโครงการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย (ESOP) เพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นการทั่วไป (IPO)
 - กลุ่มบริษัทได้พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสาร ผ่านระบบแอปพลิเคชัน “Chat Bot” เพื่อให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันภัย และเพื่อเป็นช่องทางขายออนไลน์เพิ่มเติม
 - ที่ประชุมกรรมการบริษัทย่อย ครั้งที่ 9/2561 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2561 มีมติอนุมัติ การเพิ่มทุนจดทะเบียนในบริษัท ดังนี้
 - บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เพิ่มอีกจำนวน 200,000,000 (สองร้อย ล้าน) บาท จากเดิม 200,000,000 (สองร้อยล้าน) บาท เป็นทุนจดทะเบียน จำนวน 400,000,000 (สี่ร้อยล้าน) บาท เมื่อวันที่ 17/12/2561
 - บริษัท ทีคิวเอ็ม ไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด เพิ่มอีกจำนวน 40,000,000 (สี่สิบล้าน) บาท จากเดิม 10,000,000 (สิบล้าน) บาท เป็นทุนจดทะเบียน จำนวน 50,000,000 (ห้าสิบล้าน) บาท เมื่อวันที่ 17/12/2561
 - 20 ธันวาคม 2561 TQM นำหุ้นเข้าทำการซื้อขายวันแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) หลังปิดการจองซื้อหุ้นไอพีโอ 75 ล้านหุ้น ที่ราคาหุ้นละ 23 บาท โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า “TQM”
- ❖ 2562 **เข้าซื้อกิจการบริษัท ที เจ เอ็น อินชัวร์รันส์โบรคเกอร์ จำกัด และเข้าคำนวณดัชนีต่าง ๆ**
 - 21 มิถุนายน 2562 ได้รับคัดเลือกเข้าคำนวณดัชนี FTSE Micro Cap

- 1 สิงหาคม 2562 ทำสัญญาซื้อขายหุ้น บริษัท ที เจ เอ็น อินชัวร์รันส์โบรคเกอร์ จำกัด
- 26 พฤศจิกายน 2562 ได้รับคัดเลือกเข้าค่านวดัชนี MSCI Small Cap | MSCI THAILAND INDEX ณ ราคาปิด วันที่ 26 พฤศจิกายน 2562
- 18 ธันวาคม 2562 ประกาศจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้ TQM เข้าร่วมค่านวดัชนี SET100 โดยมีผลวันที่ 1 มกราคม 2563

❖ 2563 แต่งตั้งกรรมการเพิ่ม ขยายการลงทุนร่วมกับบริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- แต่งตั้งกรรมการเพิ่ม 1 ท่าน ได้แก่ นายธนา เขียวอัคริยะ ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ เดิมบริษัทมีกรรมการจำนวน 9 ท่าน รวมเป็นกรรมการทั้งสิ้น 10 ท่าน บริษัทจึงมีกรรมการอิสระทั้งสิ้น 5 ท่าน จากเดิมที่มีอยู่ 4 ท่าน
- เข้าร่วมลงทุนในบริษัท ทีโอ 2020 จำกัด (“บริษัทย่อย”) ซึ่งเป็นบริษัทที่ไปลงทุนร่วมกับบริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยบริษัทย่อยจะทำหน้าที่ให้บริการสนับสนุนด้านเทคนิค และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่บริษัท ที่จะไปร่วมลงทุน โดยจะมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้าไปให้บริการด้านการประกันภัย และบริษัทย่อยจะยื่นคำขออนุมัติให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business Center: IBC) ต่อกรมสรรพากร เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีอากร และยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment) เพื่อรับสิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ภาษีอากร
- Corporate Governance Report (CGR) ตามแบบประเมินของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ประจำปี 2563 อยู่ในระดับ 5 ดาว
- ได้รับรางวัล 3 รางวัล จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)
 1. รางวัล บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันวินาศภัย นิติบุคคลคุณภาพดีเด่น ประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563
 2. รางวัล บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันวินาศภัย นิติบุคคลที่มีการส่งเสริมกรรมธรรม์ประกันภัยเพื่อประชาชนดีเด่นประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563
 3. รางวัล บริษัท ทีคิวเอ็มไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ได้รับรางวัลนายหน้าประกันชีวิต นิติบุคคลคุณภาพดีเด่นประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563
- รางวัล Top Business Organization 2020 สาขา Top Insurance Broker เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2563
- TQM จับมือ BKI เปิดตัวผลิตภัณฑ์ประกันภัยไวรัสโคโรนาสายแรก

บมจ.ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น โดยทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ หรือ TQM ร่วมกับ บมจ.กรุงเทพประกันภัย หรือ BKI จับมือพัฒนากรรมธรรม์ “ประกันภัย ไวรัสโคโรนา” โดยเฉพาะเป็นรายแรกของประเทศ หวังช่วยคนไทยสู้ไวรัสคู่ร้าย มอบคุณความคุ้มครอง “เจอ จ่าย จบ รับทันที 50,000 บาท” โดยไม่ต้องตรวจสุขภาพ ด้วยเบี้ยประกันภัยเบาๆ เข้าถึงง่ายเพียง 299 บาท

ระยะเวลาคุ้มครอง 1 ปี ช่วยคลายความกังวล พร้อมก้าวผ่านสถานการณ์แพร่ระบาดไวรัสโคโรนาไปด้วยกัน เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2563

- **TQM เปิดแคมเปญ ‘มากกว่าคำว่ารัก’ ให้ประกันเป็นของขวัญแทนใจ พร้อมเปิดตัวฟรีเซ็นเตอร์ใหม่ ‘โบว์-มิกค์’ คู่จิ้นกระแสแรง**

บมจ.ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น โดยทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ หรือ TQM สร้างมิติใหม่เขย่าวงการประกันต้นปีหนูทอง ปี้งไฉเดียว ชูแนวคิด มอบความห่วงใย ด้วยประกันภัยให้คนที่คุณรัก เปิดตัวแคมเปญใหญ่ “มากกว่าคำว่ารัก คือ หลักประกันที่ห่วงใย” ชวนพันธมิตรธุรกิจประกันร่วมแคมเปญต้อนรับเทศกาลแห่งความรัก ชูระบบการขายแบบใหม่ ‘Insurance Gifts’ ของขวัญจากความห่วงใย” ซื้อประกันภัยได้ง่าย แค่คลิกผ่านทุกช่องทางออนไลน์ ตอกย้ำความเป็นผู้นำ InsurTech พร้อมเดินเกมการตลาดเชิงรุก ดึงคู่จิ้น “โบว์ - มิกค์” เป็นฟรีเซ็นเตอร์คู่ครั้งแรก พร้อมเปิดตัวด้วยมิวสิกซีรีส์ “มากกว่าคำว่ารัก” เจาะใจลูกค้าทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย เมื่อวันที่ 10 ก.พ. 63

- **เปิดตัวบริการใหม่ TQM 24 Smart Services**

บมจ.ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น โดย บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด หรือ TQM เปิดตัวบริการใหม่ “TQM 24 Smart Services” เพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้า เลือก ซื้อ จ่าย รับกรมธรรม์ แจ้งเคลม และรับบริการอื่น ๆ จากบริษัทประกันกว่า 40 บริษัท ได้แบบครบจบทีเดียว ผ่านช่องทางLINE TQM Insurance Broker ตอบสนองไลฟ์สไตล์ยุค Social Distancing ผนึกบริการ Omni channel ทั้งแชทและโทรคุยกับพนักงานเรียลไทม์ 24 ชม. พร้อมเสริมบริการ Tele Health Consult ให้คำปรึกษาเรื่องสุขภาพจากทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ผ่าน “TQM24 Smart Services” เผยหลังออกโปรดักท์ประกันโควิดมีลูกค้าซื้อประกันแล้วกว่า 1 ล้านกรมธรรม์กว่า 80% ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ก้าวสู่มิติใหม่ปลดล็อกการขายและบริการแบบเดิม ๆ ให้ประกันเป็นเรื่องง่ายแค่ปลายนิ้ว เมื่อวันที่ 20 เม.ย. 63

- **TQM จับมือ FSMART ขายประกันหลักร้อยผ่านตู้บุญเติม หวังขยายลูกค้าใหม่**

บมจ.ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น ในนาม “ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์” เดินหน้ารุก ไม่โครอินชัวร์รันส์ ผนึกความร่วมมือ บมจ.ฟอร์ท สมาร์ท เซอร์วิส เปิดตัวขายประกันเบี้ยหลักร้อย พร้อมชำระเบี้ยง่าย ๆ ผ่านตู้ออนไลน์บุญเติม 130,000 จุดทั่วประเทศ เข้าถึงผู้ใช้บริการ 22 ล้านราย กระจายไปในระดับ จังหวัด อำเภอ ตำบลและหมู่บ้านทั่วไทย มั่นใจเป็นอีกหนึ่งช่องทางเพิ่มโอกาสคนไทยเข้าถึงประกันเพื่อบริหารความเสี่ยงในชีวิตได้ง่ายและทั่วถึงมากขึ้นตั้งเป้า 1 ล้านกรมธรรม์ต่อปี ซึ่งเป็นจิ๊กซอว์สำคัญหนุนภาพรวม 2563 เข้าเป้า 15,000 ล้านบาท เมื่อวันที่ 16 ก.ย. 63

- **TQM ปลดปล่อยบริการประกันชั้น 3X”ครั้งแรกของไทย รุกตลาดรถเก่า ตั้งเป้าหมายยอดขายปี 64 ทะลุ 500 ล้านบาท**

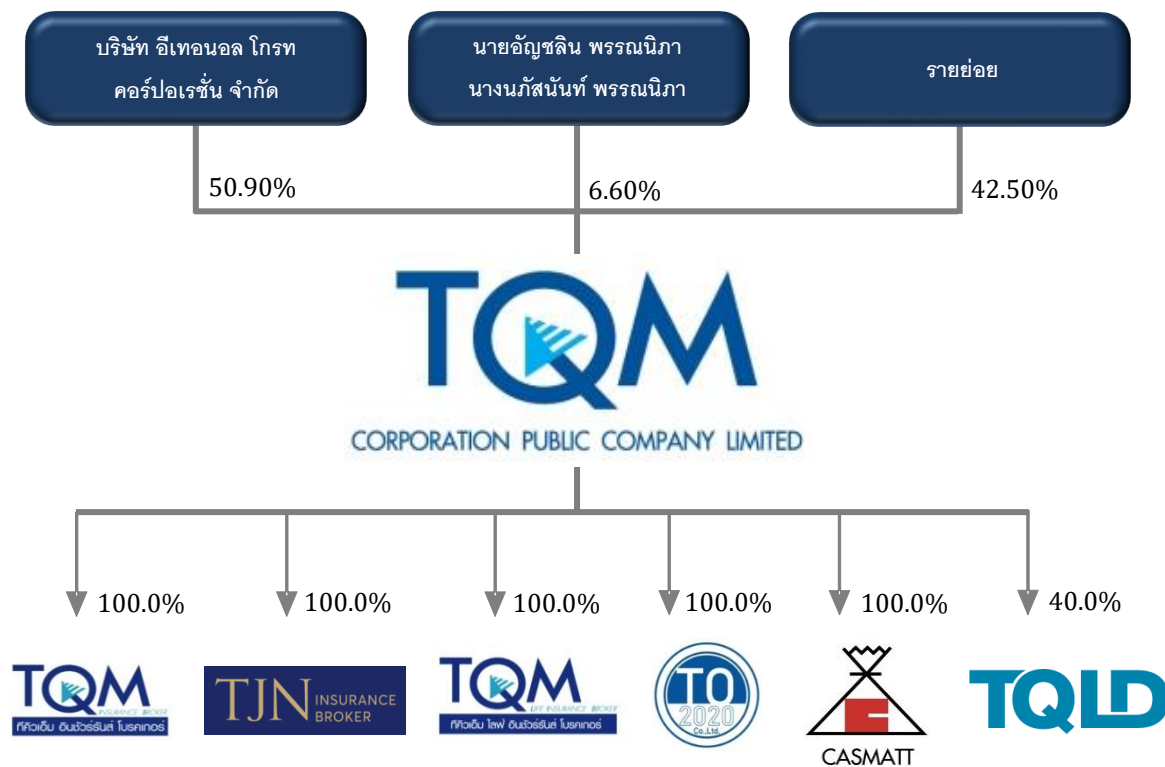
ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ พลิกโฉมบริการประกันภัยรถยนต์เมืองไทย เปิดตัว “ประกันชั้น 3X” ชูแนวคิด “คุ้มครองเมื่อผิดเป็นคู่คิดเมื่อถูก” พร้อมผนึก “บิลเลียน เซอร์เวย์” ส่งทีมสำรวจอุบัติเหตุคอยดูแลถึงจุดเกิดเหตุทุกกรณี ภายใต้อแคมเปญ “ประกันเพื่อคนตัวเล็ก” รุกตลาดรถยนต์เก่ากว่า 9 ล้านคันทั่วประเทศ หวังขยายฐานลูกค้ารายย่อย จ่ายเบี้ยเริ่มต้นเพียง 1,800 บาท ผ่อนชำระได้ ตั้งเป้าหมายยอดขายปี 2564 ทะลุ 500 ล้านบาท ผู้บริหารมั่นใจช่วยเพิ่มโอกาสคนไทยเข้าถึงประกันภัยได้ง่ายขึ้น เมื่อวันที่ 15 ธ.ค. 63

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

1.4.1 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีบริษัทย่อยจำนวน 5 บริษัท และบริษัทร่วม 1 บริษัท

โดยมีโครงสร้างการถือหุ้น ดังนี้



รายละเอียดเพิ่มเติมของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	สัดส่วนการถือครองหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ร้อยละ)
ธุรกิจหลัก				
1.	TQM Broker	บริษัทนายหน้าประกันวินาศภัย โดย TQM ขายประกันวินาศภัย รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มประกันรถยนต์ (Motor) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ประกอบด้วย 1.1) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) 1.2) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ 2) กลุ่มประกัน Non-Motor	400.0 ล้านบาท	100.0
2.	TJN	บริษัทนายหน้าประกันวินาศภัย โดย TJN ขายประกันวินาศภัย รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มประกันรถยนต์ (Motor) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ประกอบด้วย 1.1) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) 1.2) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ 2) กลุ่มประกัน Non-Motor	5.0 ล้านบาท	100.0
3.	TQM Life	บริษัทนายหน้าประกันชีวิต โดย TQM Life ขายประกันชีวิต รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ประกันชีวิตประเภทรายบุคคล 2) ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม	50.0 ล้านบาท	100.0
ธุรกิจอื่น				
1	TO 2020	ประกอบธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ	5.0 ล้านบาท	100.0
2	Casmatt	ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์	5.0 ล้านบาท	100.0
3	TQLD	ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย ผ่านรูปแบบของการกรอกข้อมูลโดยลูกค้า และการให้บริการคำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ www.noon.in.th	3.0 ล้านบาท	40.0

1.4.2 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี-

รางวัลที่ภาคภูมิใจ ปี 2563



บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด
ได้รับรางวัลนายหน้าประกันวินาศภัย
ดีเด่นคุณภาพดีเด่นประจำปี 2562

เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563



บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด
ได้รับรางวัลนายหน้าประกันวินาศภัย
ดีเด่นคุณภาพดีเด่นประจำปี 2562
ประจำปี 2562

เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563



บริษัท ทีคิวเอ็ม ไลฟ์ อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด
ได้รับรางวัลนายหน้าประกันชีวิต
ดีเด่นคุณภาพดีเด่นประจำปี 2562

เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2563

บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวร์รันส์ โบรคเกอร์
ได้รับรางวัล Top Business Organization 2020 สาขา Top Insurance Broker
เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2563



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจและโครงสร้างรายได้

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท

บริษัทประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจหลักในการให้บริการนายหน้าประกันภัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย และธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต รวมทั้งถือหุ้นในธุรกิจที่สนับสนุนการให้บริการนายหน้าประกันภัยอีก 3 ธุรกิจ คือ ธุรกิจให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ ธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ และธุรกิจที่ให้บริการคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทตามงบการเงินรวม จำแนกตามประเภทธุรกิจ สำหรับรอบปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 2562 และ 2563 มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
		2561		2562		2563	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย	TQM Broker TJN	2,434.7	96.4	2,634.2	94.6	2,998.7	95.6
- รายได้ค่านายหน้า		1,454.4	57.6	1,570.9	56.4	1,774.7	56.6
- รายได้ค่าบริการอื่น ^{1/}		980.3	38.8	1,063.3	38.2	1,224.0	39.0
2. รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิต	TQM Life	66.4	2.6	77.3	2.8	83.8	2.7
- รายได้ค่านายหน้า		61.2	2.4	71.4	2.6	74.2	2.4
- รายได้ค่าบริการอื่น		5.2	0.2	5.9	0.2	9.6	0.3
รวมรายได้ค่าบริการ		2,501.1	99.0	2,711.5	97.4	3,082.5	98.3
รายได้อื่น ^{2/}		23.9	1.0	72.3	2.6	53.6	1.7
รวม		2,525.0	100.0	2,783.8	100.0	3,136.1	100.0

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

^{2/} รายได้อื่น ได้แก่ ดอกเบี้ยรับ รายได้เงินปันผล รายได้จากการให้บริการและให้คำปรึกษา เงินชดเชยค่าเสียหาย เป็นต้น

รายได้หลักของบริษัทมาจากรายได้จากการให้บริการการเป็นนายหน้าประกันภัย คิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 98.3 ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัท ประกอบด้วย รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย และรายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิต และรายได้ค่าบริการอื่น ซึ่งเป็นรายได้ที่บริษัทได้รับจากบริษัทประกันภัยที่เป็นลูกค้าของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้รายได้ค่าบริการอื่นมีทั้งที่เป็นจำนวน และเป็นอัตราส่วนที่กำหนดจากเบี้ยประกันที่กลุ่มบริษัทสามารถขายต่อลูกค้าได้ เช่น ค่าบริการ การดำเนินการจัดพิมพ์กรมธรรม์ และจัดส่งกรมธรรม์ ค่าดำเนินการติดต่อประสานงานให้กับลูกค้าที่ประสบภัย หรือค่าบริการจัดเก็บข้อมูล เป็นต้น ทั้งนี้ รายได้ค่าบริการอื่นเป็นบริการเสริมที่มีลักษณะงานที่นอกเหนือจากส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือชดเชยให้เข้าทำสัญญาประกันภัยที่บริษัทได้ให้บริการกับลูกค้าและคู่ค้าที่เป็นบริษัทประกันภัย

จริง ซึ่งขึ้นอยู่กับขอบเขตการให้บริการ ความสัมพันธ์อันดี และการเจรจาต่อรอง ซึ่งรายได้ค่าบริการดังกล่าวไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานราชการ ทั้งนี้ โครงสร้างรายได้หลักของบริษัท แบ่งตามประเภทธุรกิจมีรายละเอียดดังนี้

1) ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย

TQM Broker ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย มีรายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย โดยเป็นการขายประกันวินาศภัย 2 กลุ่ม และรายได้ค่าบริการอื่น จากบริษัทประกันวินาศภัย เป็นต้น ทั้งนี้ TQM Broker มีรายได้จากการขายประกันวินาศภัย กลุ่มประกันรถยนต์ (Motor) เป็นหลัก โดยรายได้จากการให้บริการ การเป็นนายหน้าดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 95.6 ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัท โดยรายได้จากธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย

รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย เป็นรายได้จากการขายประกันวินาศภัยประเภทต่าง ๆ จากบริษัทประกันวินาศภัย ซึ่งเป็นลูกค้าของกลุ่มบริษัท โดย TQM Broker จะได้รับค่านายหน้าประกันวินาศภัย จากการเป็นนายหน้าจากบริษัทประกันวินาศภัยในอัตราที่ตกลงร่วมกันระหว่าง TQM Broker และ บริษัทประกันวินาศภัย โดยสำหรับกลุ่มประกันรถยนต์ (Motor) มีอัตราไม่เกินร้อยละ 12 ของเบี้ยประกันภัย สำหรับกลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ พ.ร.บ. และอัตราไม่เกินร้อยละ 18 ของเบี้ยประกันภัยสำหรับกลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ โดยอัตราดังกล่าวเป็นไปตามอัตราสูงสุดตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (“สำนักงาน คปภ.”) เรื่อง อัตราค่าจ้างหรือค่าบำเหน็จ สำหรับตัวแทนประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันวินาศภัย พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัท มีพนักงานขายประกันวินาศภัยทั้งสิ้น 1,977 คน (พนักงานขายสังกัด TQM Broker จำนวน 1,904 คน, พนักงานสังกัด TJN จำนวน 3 คน และพนักงานขายสังกัด TQM Life จำนวน 70 คน) โดยได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยจากสำนักงาน คปภ. แล้วทั้งสิ้น และเป็นการขายประกันวินาศภัยผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ โทรศัพท์ (Telemarketing) ออนไลน์ (Online) และการขายตรง (Face to Face)

- รายได้ค่าบริการอื่น

รายได้ค่าบริการอื่น เป็นรายได้จากบริษัทประกันวินาศภัยที่เป็นลูกค้าของกลุ่มบริษัทจ่ายให้กับกลุ่มบริษัทตามที่ตกลงกันเพื่อเป็นค่าตอบแทนแก่กลุ่มบริษัทสำหรับการให้บริการอื่นตามจริงเช่น ค่าบริการดำเนินการ จัดพิมพ์กรมธรรม์ และจัดส่งกรมธรรม์ ซึ่ง TQM Broker ให้บริการเป็นผู้พิมพ์กรมธรรม์ และจัดส่งกรมธรรม์ให้แก่ลูกค้า ค่าดำเนินการติดต่อประสานงานให้กับลูกค้าที่ประสบภัยกับบริษัทประกันวินาศภัย และค่าบริการจัดเก็บข้อมูล ในรูปแบบไฟล์เสียง และไฟล์ภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ รายได้ค่าบริการอื่นไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมโดยหน่วยงานราชการ

2) ธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต

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

- **รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิต**

รายได้จากการเป็นนายหน้าประกันชีวิต เป็นรายได้จากการขายประกันชีวิตจากบริษัทประกันชีวิตประเภทรายบุคคล และประเภทกลุ่ม ในอัตราที่ตกลงร่วมกันระหว่าง TQM Life และบริษัทประกันชีวิต ในอัตราไม่เกินร้อยละ 40 ของเบี้ยประกันชีวิตในปีแรกซึ่งเป็นอัตราที่สูงที่สุด ทั้งนี้ อัตราค่านายหน้าประกันชีวิตจะลดลงตามจำนวนปีที่เพิ่มขึ้น โดยอัตราค่านายหน้าประกันชีวิตดังกล่าวเป็นไปตามประกาศ คปภ. เรื่องอัตราค่าจ้างหรือค่าบำเหน็จ สำหรับตัวแทนประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันวินาศภัย พ.ศ. 2551 โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัท มีพนักงานขายประกันชีวิตทั้งสิ้น 323 คน (พนักงานขายสังกัด TQM Broker จำนวน 248 คน และพนักงานขายสังกัด TQM Life จำนวน 75 คน) ที่ได้รับใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันชีวิต จาก สำนักงาน คปภ. โดย เป็นการขายประกันชีวิตผ่านช่องทางของกลุ่มบริษัท ได้แก่ การจำหน่ายผ่านโทรศัพท์ (Telemarketing) และการจำหน่ายผ่านการขายตรง (Face to Face) เป็นต้น

- **รายได้ค่าบริการอื่น**

รายได้ค่าบริการอื่น เป็นรายได้จากบริษัทประกันชีวิตที่เป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัท จ่ายให้กับกลุ่มบริษัทตามที่ตกลงกัน เพื่อเป็นค่าตอบแทนแก่กลุ่มบริษัทสำหรับการให้บริการอื่นตามจริง เช่น ค่าบริการดำเนินการ ติดต่อประสานงานให้กับลูกค้าที่ประสบภัยกับบริษัทประกันชีวิต และค่าบริการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบไฟล์เสียง และไฟล์ภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ รายได้ค่าบริการอื่นไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมโดยหน่วยงานราชการ

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1) ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย

กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย ภายใต้การดำเนินงานของ TQM Broker โดยได้จดทะเบียนเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยและถือใบอนุญาตประกอบกิจการเลขที่ 19/2546 และ TJN ได้จดทะเบียนเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยและถือใบอนุญาตประกอบกิจการเลขที่ ๖00025/2559 ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยทุกรูปแบบที่ขาย จะเป็นผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยของบริษัทประกันภัยต่าง ๆ ที่ได้รับอนุมัติจาก สำนักงาน คปภ. แล้วทั้งสิ้น โดยจะเลือกผลิตภัณฑ์จากบริษัทประกันภัยในประเทศไทย ซึ่งเป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัทมาอย่างยาวนานกว่า 33 บริษัทที่มีรูปแบบกรมธรรม์เหมาะสมกับลูกค้า และมีความน่าเชื่อถือ ทำให้ผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัย ที่เสนอขายมีความหลากหลาย น่าเชื่อถือ มีรูปแบบที่น่าสนใจ และไม่ซับซ้อน เพื่อเสนอขายประกันวินาศภัยที่สามารถตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

ทั้งนี้ ในส่วนของ TQM Broker และ TJN นำเสนอกรมธรรม์ประกันวินาศภัยทั้ง 4 รูปแบบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1) กลุ่มประกันรถยนต์ (Motor)

1.1.1) กลุ่มประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (พ.ร.บ.)

การประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ หรือโดยทั่วไปเรียกว่า การทำประกันภัยรถยนต์ ภาคบังคับ (พ.ร.บ.) เป็นการประกันภัยตามกำหนดในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ พ.ศ. 2535 เพื่อให้ความคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ประสบภัยจากรถไม่ว่าจะเป็นผู้ขับขี่ ผู้โดยสาร คนเดินเท้า ให้ได้รับความคุ้มครองต่อความสูญเสียต่อชีวิต ร่างกาย อนามัย ทั้งนี้ปัจจุบัน TQM Broker เป็น

นายหน้าขายประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับที่เป็นรถยนต์ไม่เกิน 7 ที่นั่ง ประกอบด้วย รถยนต์ประเภท 4 ที่นั่ง (รถเก๋ง) รถกระบะ และรถตู้ โดยมีอัตราเบี้ยประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ (ไม่รวมภาษีอากร) 600 ถึง 1,200 บาท ต่อปี ซึ่งจะมียัตราที่แตกต่างกันไปตามประเภทรถ

1.1.2) กลุ่มการประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ

เป็นการให้ความคุ้มครองความรับผิดชอบต่อชีวิต การรักษาพยาบาลทั้งบุคคลภายใน และบุคคลภายนอก รถยนต์ การให้ความคุ้มครองต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก และรถยนต์ที่เอาประกันภัยในกรณีที่เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรืออุบัติเหตุ ทั้งนี้ กฎหมายไม่ได้บังคับให้เจ้าของรถยนต์ทำประกันภัยประเภทนี้ แต่การประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจยังคงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

1.2) **การประกันอัคคีภัย (Fire Insurance)**

การประกันอัคคีภัย เป็นการประกันวินาศภัยที่ครอบคลุมถึงการรับประกันภัยสิ่งปลูกสร้าง อาคาร ที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ โรงงานอุตสาหกรรม ทรัพย์สิน อาคาร สินค้า ตลอดจนเครื่องจักรและวัตถุดิบในโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากไฟไหม้ พายุ หรือแรงระเบิดของแก๊สเพื่อใช้ในการหุงต้ม รวมทั้งลูกค้ายังสามารถขยายความคุ้มครองเพิ่มเติม ได้แก่ ภัยน้ำท่วม ภัยแผ่นดินไหว ภัยลูกเห็บ และภัยลมพายุ เป็นต้น โดยทรัพย์สินเอาประกันภัยสามารถแบ่งออกเป็นสิ่งปลูกสร้าง เพอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้ง สินค้า เครื่องจักร และอื่น ๆ โดยทรัพย์สินที่เป็นข้อยกเว้นตามเงื่อนไขกรมธรรม์ ได้แก่ เงินตรา ธนบัตร ภาพเขียน รูปออกแบบ ลวดลาย แม่พิมพ์ และอื่น ๆ โดยมีเขตพื้นที่รับประกันภัยทั่วประเทศไทย

1.3) **การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง (Marine Insurance)**

การประกันภัยทางทะเลและขนส่งเป็นประกันที่คุ้มครองความสูญเสียหรือความเสียหายต่อเรือ และทรัพย์สินหรือสินค้าที่อยู่ในระหว่างการขนส่งทางทะเล และยังสามารถขยายขอบเขตความคุ้มครองไปถึงความเสียหายขณะขนส่งสินค้าทางอากาศ ทางบก หรือทางรถไฟ ซึ่งต่อเนื่องกับการขนส่งทางทะเลด้วยการประกันภัยสินค้าระหว่างการขนส่งนั้น ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งโดยวิธีใดมักจะเรียกรวมกันว่าการประกันภัยขนส่งสินค้าทางทะเล ซึ่งการทำประกันภัยขนส่งสินค้านั้นจะใช้กรมธรรม์ประกันภัยขนส่งทางทะเลในการรับประกันภัยทั้งสิ้น แม้ว่าสินค้านั้นจะบรรทุกโดยทางรถยนต์ หรือทางอากาศก็ตาม การประกันภัยทางทะเลและขนส่งสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.3.1) การประกันภัยตัวเรือ (Hull Insurance)

1.3.2) ประกันภัยทางขนส่งสินค้า (Cargo Insurance)

- การประกันภัยขนส่งสินค้าภายในประเทศ (Inland Transit)
- การประกันภัยขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Marine Cargo Insurance)

1.4) **การประกันวินาศภัยเบ็ดเตล็ด**

1.4.1) ประกันภัยทรัพย์สิน (Property Insurance)

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

1.4.2) ประกันภัยความรับผิดทางกฎหมายต่อสาธารณชน (Liability Insurance)

การประกันภัยรับผิดทางกฎหมายต่อสาธารณชน เป็นการประกันวินาศภัยซึ่งให้ความคุ้มครองต่อความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายต่อทรัพย์สิน หรือความบาดเจ็บทางร่างกาย ตลอดจนกระทั่งการเสียชีวิตของบุคคลภายนอกซึ่งผู้เอาประกันภัยต้อง รับผิดชอบใช้ตามกฎหมาย แต่ไม่ให้ความคุ้มครองต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นโดยตรง ต่อทรัพย์สิน หรือ ร่างกายของผู้เอาประกันภัย ตลอดจนความคุ้มครองในส่วนของความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากความผิดพลาด การละเมิด หรือการทำให้ผู้อื่นได้รับการบาดเจ็บหรือสูญเสีย โดยความไม่ตั้งใจ โดยตัวอย่างประกันภัยความรับผิดทางกฎหมายต่อสาธารณชน (Liability Insurance) ได้แก่ ประกันภัยความรับผิดต่อบุคคลภายนอก (Premises) การประกันภัยความรับผิดอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ (Products Liability) เป็นต้น

1.4.3) 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

1.4.4) การประกันภัยความเสียหายด้านการเงิน และการค้ำประกัน (Financial Insurance)

การประกันภัยความเสียหายด้านการเงิน และการค้ำประกัน (Financial Insurance) เป็นการรับประกันภัย ความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นที่เกี่ยวกับเงิน หรือการสูญเสียทางการเงิน โดยตัวอย่างการประกันภัยความเสียหายด้านการเงิน และการค้ำประกัน (Financial Insurance) ได้แก่ การประกันภัยความซื่อสัตย์ของลูกจ้าง (Fidelity Guarantee) การประกันภัยอิสรภาพ (Bail Bond) การประกันภัยสินเชื่อทางการค้า (Trade Credit) เป็นต้น

1.4.5) ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล (Personal Accident : PA)

ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล เป็นการประกันวินาศภัยที่ให้ความคุ้มครองต่อผู้เอาประกันภัยในกรณีที่ผู้เอาประกันภัย ประสบอุบัติเหตุได้รับความบาดเจ็บทางร่างกาย และหากผลของการบาดเจ็บนั้นส่งผลให้ผู้เอาประกันภัยต้องเข้ารับการรักษายาบาล หรือรุนแรงถึงขั้นทุพพลภาพ สูญเสียอวัยวะ หรือเสียชีวิต บริษัทประกันภัยจะเข้ามาชำระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจาก การรักษายาบาลของผู้เอาประกันภัย หรือจ่ายค่าทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัยหากผู้เอาประกันภัยต้องสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ หรือเสียชีวิต

1.4.6) ประกันภัยสุขภาพส่วนบุคคล

ประกันภัยสุขภาพส่วนบุคคล เป็นการประกันวินาศภัยที่บริษัทประกันภัยตกลงที่จะชดเชยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จากการรักษายาบาลของผู้เอาประกันภัย รวมทั้งกรณีอุบัติเหตุที่ทำให้ผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต หรือสูญเสียอวัยวะ เป็นต้น

1.4.7) ประกันภัยการเดินทาง

ประกันอุบัติเหตุการเดินทาง เป็นการประกันวินาศภัยที่ให้ความคุ้มครองต่อผู้เอาประกันในกรณีต่าง ๆ เช่น กรณีที่ผู้เอาประกันเจ็บป่วย การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ หรือทุพพลภาพจากอุบัติเหตุ ชดเชยค่ารักษายาบาลระหว่างเดินทาง ค่าเคลื่อนย้ายฉุกเฉิน กระเป๋าเดินทางหาย กระเป๋าเดินทางเสียหาย รวมไปถึงการยกเลิกการเดินทาง ยกเลิกเที่ยวบิน หรือเที่ยวบินล่าช้า เมื่อผู้เอาประกันเดินทางไปยังต่างประเทศ

1.4.8) การประกันภัยเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ (Miscellaneous)

ประกันภัยเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นประกันภัยประเภทอื่น ๆ ที่อาจจะไม่สามารถจัดกลุ่มอยู่กับประเภทประกันภัยข้างต้นได้ ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ประกันขยายระยะเวลาการรับประกัน(Extended warranty), ประกันภัยพืชไร่ (Crop Insurance) และ ประกันการชดเชยผลประโยชน์จากการใช้รถ (Motor Add On) เป็นต้น

2) ธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต

กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต ภายใต้การดำเนินงานของ TQM Life ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันชีวิต ถือใบอนุญาตประกอบการเลขที่ ช00014/2551 ซึ่งสามารถดำเนินการขายประกันชีวิตประเภทต่าง ๆ ได้ ทั้งนี้ TQM Life จำหน่ายประกันชีวิตทั้งสิ้น 2 รูปแบบ ได้แก่ ประกันชีวิตประเภทรายบุคคล และประกันชีวิตประเภทกลุ่ม โดยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตทุกรูปแบบที่ TQM Life ขายนั้น จะเป็นผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตได้รับอนุมัติจาก สำนักงาน คปภ.แล้วทั้งสิ้น โดย TQM Life จะเลือกผลิตภัณฑ์จากบริษัทประกันชีวิตชั้นนำของประเทศไทยที่เป็นคู่ค้าของกลุ่มบริษัท มาอย่างยาวนานกว่า 19 บริษัท ทำให้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ที่ TQM Life เสนอขายมีหลายรูปแบบ น่าเชื่อถือ มีรูปแบบที่น่าสนใจ และไม่ซับซ้อน ทำให้ TQM Life สามารถเสนอขายประกันชีวิตที่สามารถตอบโจทย์และความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบประกันชีวิตทั้ง 2 รูปแบบดังนี้

2.1) ประกันชีวิตประเภทรายบุคคล

2.1.1) การประกันชีวิตแบบออมทรัพย์ (Endowment Insurance)

เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยเมื่อมีชีวิตอยู่ครบกำหนดสัญญา หรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตลงภายในระยะเวลาของการประกันภัย การประกันชีวิตแบบออมทรัพย์เป็นส่วนผสมของการคุ้มครองชีวิตและการออมทรัพย์ ส่วนของการออมทรัพย์ คือส่วนที่ผู้เอาประกันภัยได้รับคืนเมื่อสัญญาครบกำหนด

2.1.2) การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ (Whole Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิตที่มีระยะเวลาคุ้มครองยาวตลอดชีพ ที่เน้นการให้ผลประโยชน์ด้านความคุ้มครองชีวิตเป็นหลัก ถ้าผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตเมื่อใดในขณะที่ยังมีชีวิตอยู่ บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายจำนวนเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ หรือถ้าผู้เอาประกันภัยมีชีวิตครบตามกำหนดสัญญากรรมธรรม์ ก็สามารถรับทุนประกันภัยคืน

2.1.3) การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา (Term Insurance)

เป็นการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายเงินให้แก่ผู้รับประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตในระยะเวลาของการประกันภัย การประกันชีวิตแบบนี้ไม่มีส่วนของการออมทรัพย์ เบี้ยประกันจึงต่ำกว่าแบบอื่น ๆ และไม่มีเงินคืนให้หากผู้เอาประกันภัยอยู่จนครบกำหนดสัญญา ทั้งนี้การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา (Term Insurance) ดังกล่าว รวมถึงประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล (Personal Accident : PA) ที่ปัจจุบันบริษัทประกันชีวิตขายผลิตภัณฑ์อุบัติเหตุส่วนบุคคล ที่ให้ความคุ้มครองในกรณีผู้เอาประกัน เสียชีวิต ทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง สูญเสียอวัยวะ หรืออื่น ๆ ตามที่กำหนดในกรรมธรรม์

2.2) ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม

เป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งฉบับจะมีผู้เอาประกันชีวิตร่วมกันตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ให้ความคุ้มครองกลุ่มสมาชิกภายใต้กรมธรรม์ฉบับเดียวกัน โดยทั่วไปจะเป็นสวัสดิการที่นายจ้างซื้อความคุ้มครองให้กับลูกจ้าง ปกตินายจ้างจะเป็นผู้ชำระเบี้ยประกันภัยให้ทั้งหมด หรือช่วยจ่ายให้ครึ่งหนึ่ง ส่วนมากจะเป็นกลุ่มของพนักงานบริษัท ในการพิจารณารับประกันของบริษัทประกันชีวิตอาจจะมีการตรวจสอบสุขภาพหรือไม่ตรวจสอบสุขภาพ ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของบริษัทประกันภัย

3. ธุรกิจให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์

กลุ่มบริษัทให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์ ซึ่งดำเนินงานโดย Casmatt เพื่อใช้ในการสนับสนุนธุรกิจ ด้านสารสนเทศแบบครบวงจร โดยการให้บริการของ Casmatt สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ให้คำปรึกษาด้านการจัดการระบบกระบวนการทางธุรกิจ (Business Solution) ได้แก่ บริการขายและแนะนำผลิตภัณฑ์ผ่านทางโทรศัพท์ (Telemarketing) และการจัดการด้านระบบการให้บริการลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center Management) รวมถึงกระบวนการจัดการงานขายและบริการด้านการปฏิบัติการผ่านระบบต่าง ๆ (Operation) โดย Casmatt จะค้นคว้าเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อพัฒนารูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับผู้ใช้บริการทั้งในด้านฮาร์ดแวร์ เน็ตเวิร์ค การผลิตซอฟต์แวร์ ตรวจสอบคุณภาพระบบ และการวิเคราะห์วิจัยข้อมูล
- 2) ให้คำปรึกษาด้านงานวิจัยตลาดดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการบริการที่รวดเร็ว เข้าถึง และเข้าใจลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยการให้บริการครอบคลุมถึง การประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่าน Social Platforms ที่เป็นที่ยอมรับ เช่น Facebook, Line, Instagram รวมถึงการใช้ SEO Technique (Search Engine Optimization) ซึ่งเป็นการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับต้นๆ ในหน้าผลการค้นหาผ่านเว็บไซต์ Google ในการวิเคราะห์และเก็บข้อมูลเชิงสถิติ (Google Analytic) การจัดการข้อมูลเชิงสถิติ (Tag Manager) ระบบการสื่อสาร (Chat Bot Engine) และแอปพลิเคชัน (Mobile Application)
- 3) ให้คำปรึกษาด้านงานวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ที่นำข้อมูลที่มีอยู่เพื่อจัดทำรายงานในรูปแบบต่าง ๆ (Business Intelligence) ที่เหมาะสมกับมุมมองในการวิเคราะห์ แสดงความสัมพันธ์ และทำนายผลลัพธ์ของแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นได้ ตรงตามความต้องการขององค์กร เพื่อประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ และเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้อย่างรวดเร็วและสามารถนำไปวางแผน หรือ โต้ตอบปัญหาเชิงธุรกิจได้ทันต่อเหตุการณ์
- 4) ให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาด้านการติดตั้งระบบปฏิบัติงานและการติดตั้งระบบศูนย์ข้อมูล เช่น Mail, DataBase, Proxy & Firewall Server เป็นต้น ทั้งองค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่

4. ธุรกิจให้บริการด้านคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย

กลุ่มบริษัท ให้บริการคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย ผ่านรูปแบบของการกรอกข้อมูลโดยลูกค้า และการให้บริการโดยในปี 2563 เปิดตัวด้านบริการให้คำแนะนำใหม่ “TQM 24 Smart Services” เพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้า เลือก ซื้อ จ่าย รับ กรมธรรม์ แจกเคลม และรับบริการอื่นๆ จากบริษัทประกันกว่า 40 บริษัท ได้แบบครบจบที่เดียว ผ่านช่องทาง LINE TQM Insurance Broker ตอบสนองไลฟ์สไตล์ยุค Social Distancing พร้อมทั้งบริการ Omni channel ทั้งแชทและโทรคุยกับพนักงานเรียลไทม์ 24 ชม. และเสริมบริการ Tele Health Consult ให้คำปรึกษาเรื่องสุขภาพจากทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ผ่าน “TQM 24 Smart Services” ซึ่งเป็นโบรคเกอร์ประกันเจ้าแรกของประเทศไทยที่ให้บริการนี้ โดยเป็นบริการให้คำปรึกษาจากทีม

แพทย์กว่า 400 คน ที่จะให้การวินิจฉัยอาการได้ในเบื้องต้นทำให้ผู้รับบริการบางรายไม่จำเป็นต้องไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย โดยในระยะแรกจะเปิดให้บริการ Tele Health Consult ผ่าน TQM 24 Smart Services กับลูกค้าที่ซื้อประกันโควิดได้ปรึกษาเรื่องโควิดฟรี

5) ธุรกิจประกันภัยในประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2563 มีมติอนุมัติเข้าลงทุนในกิจการบริษัท ทีโอ 2020 จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 99.99% วัตถุประสงค์เพื่อลงทุนในบริษัทร่วมทุน (JV) กับกลุ่มบริษัท Asia Investment and Financial Services Co., Ltd. (AIF) ในนามบริษัท BIC Insurance จำกัด เพื่อทำการขยายตลาดประกันภัยในประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูง ช่วยเพิ่มโอกาสการเติบโตให้กับกลุ่มบริษัท TQM ได้ในอนาคตซึ่งมีสัดส่วน 49% ของทุนจดทะเบียน หลังจากดำเนินการแล้วเสร็จ และโอนหุ้นทั้งหมดได้ภายในปี 2563 โดยจะเริ่มดำเนินธุรกิจตามแผนงานที่ได้ลงนามตาม MOU ต่อไป ซึ่งการเข้าลงทุนในครั้งนี้ นับเป็นอีกก้าวสำคัญในการต่อจิ๊กซอว์ก้าวสู่การเป็น Digital Insurance Broker อันดับ 1 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สร้างการเติบโตที่โดดเด่นต่อเนื่องผลักดันเบี้ยประกันภัยแตะ 50,000 ล้านบาท ภายในปี 2569 ตามเป้าหมาย

โดยภายใต้ความร่วมมือดังกล่าวจะมีการนำ Technology Knowhow พร้อมประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านการขายช่วยในการขยายตลาดทั้ง B2B B2C และตลาดรายย่อยต่อไปโดยผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม อย่างไรก็ตามในเบื้องต้นกำลังดำเนินการเปิดกิจการที่ประเทศกัมพูชาใน เดือนพฤศจิกายน 2563

โดยในปี 2563 บริษัทได้สัดส่วนของงานขายตามประเภทการรับประกันภัย ดังนี้

ตารางสัดส่วนงานขายตามประเภทประกัน

ข้อมูลยอดขาย	2563		2562	
ประเภทประกันภัย	เบี้ยประกันภัย (ล้านบาท)	สัดส่วน	เบี้ยประกันภัย (ล้านบาท)	สัดส่วน
ประกันภัยรถยนต์	11,830	78.76%	10,163	79.43%
ประกันอัคคีภัย	152	1.01%	13	0.10%
ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง	30	0.20%	47	0.37%
ประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพ	1,750	11.65%	1,429	11.17%
ประกันเบ็ดเตล็ด	405	2.70%	377	2.95%
ประกันชีวิต	853	5.68%	766	5.99%

หมายเหตุ : ข้อมูลเปรียบเทียบยอดขายตามวันแรงงาน ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

1) การวิเคราะห์ สถานการณ์ ภาวะอุตสาหกรรม และการแข่งขัน

จากภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2563 ที่คาดว่าจะหดตัว -7.7% ต่อปี (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ -8.2% ถึง -7.2%) หดตัวน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ ณ เดือนกรกฎาคม 2563 ที่ -8.5% ต่อปี โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจาก

- (1) การผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 และการเริ่มเปิดประเทศ ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น
- (2) เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญมีการฟื้นตัวที่ชัดเจน นำโดยกลุ่มประเทศในเอเชีย เช่น จีน และ เวียดนาม ส่งผลให้ภาคการส่งออกสินค้าของไทยปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง

(3) การควบคุม COVID-19 ของไทยอยู่ในเกณฑ์ดี สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ภาคประชาชน ภาคเอกชนและต่างประเทศ

จึงคาดว่าเศรษฐกิจไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดแล้วในช่วงไตรมาส 2 ปี 2563 และจะเห็นตัวเลขเศรษฐกิจที่ติดลบน้อยลงในช่วงครึ่งหลังของปี 2563

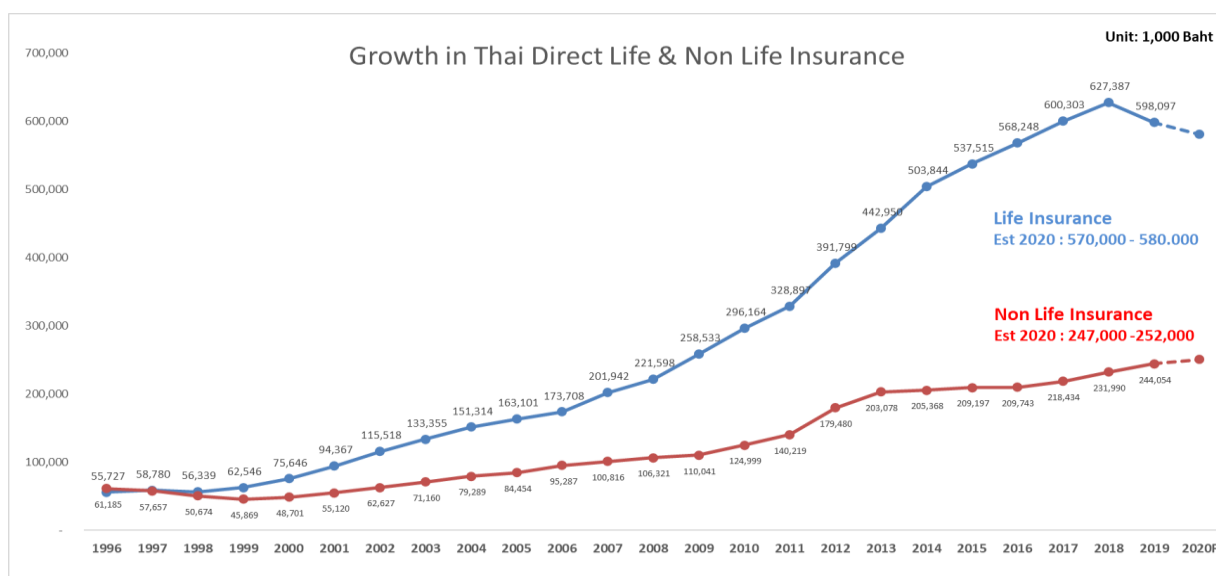
สำหรับเศรษฐกิจไทยในปี 2564 สำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่า เศรษฐกิจไทยจะสามารถกลับมาขยายตัวได้ที่ 4.5% ต่อปี (มีช่วงคาดการณ์ที่ 4.0% ถึง 5.0%) โดยได้รับแรงสนับสนุนจากมูลค่าการส่งออกสินค้าที่กลับมาขยายตัวได้ 6.0% ต่อปี (มีช่วงคาดการณ์ที่ 5.5% ถึง 6.5%) ตามเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญที่มีแนวโน้มขยายตัว

(ที่มา: <https://www.marketthink.co/11154>)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในปี 2564 อุตสาหกรรมหลักในไทยจะใช้เวลาในการฟื้นตัวจากผลกระทบของโควิด-19 แตกต่างกันไป ตามระดับของผลกระทบและบางอุตสาหกรรมเผชิญโจทย์เฉพาะอีกด้วย

ในส่วนของภาพรวมธุรกิจอุตสาหกรรมประกันภัยไทย สำหรับในช่วงครึ่งปีแรกของ 2563 ธุรกิจประกันภัยมีเบี้ยรับประกันภัยทั้งระบบ หดตัว 1.7% เป็นมูลค่ารวม 4.06 แสนล้านบาท โดยธุรกิจประกันชีวิต หดตัว 3.2% ธุรกิจประกันวินาศภัย เติบโต 1.9% จากการประกันสุขภาพ คาดว่าธุรกิจประกันภัยทั้งระบบปี 2563 หดตัว 2.9-4.9% อยู่ที่ 8.12-8.29 แสนล้านบาท ปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้ภาคธุรกิจประกันภัยปรับตัวลดลง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจหดตัว เพราะโควิด-19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง และอัตราการขายรถยนต์ปรับตัวลง ซึ่งการคาดการณ์เป็นไปตามสมมติฐานที่ว่า จีดีพีปีนี้จะหดตัว 7.8% (ที่มา: บทสัมภาษณ์ เลขาธิการ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.); เว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ)

กราฟเบี้ยประกันรับตรงระหว่างปี 1996 – 2020F



ประมาณการเบี้ยรับตรงของธุรกิจประกันปี 2563 อยู่ที่ประมาณ 815,000 – 835,000 ล้านบาท หดตัวลง 1.5% - 3% โดยการเปรียบเทียบภาวะการแข่งขันในธุรกิจประกันภัย เมื่อพิจารณาจากช่องทางจำหน่ายพบว่า ช่องทางนายหน้า (Broker) ยังคงเป็นช่องทางที่ทำยอดขายสูงที่สุด โดยมียอดขายรวมทุกประเภทประกันระหว่างเดือน มกราคม - ตุลาคม 2563 อยู่ที่ 123,433 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 59.0% รองลงมาได้แก่ช่องทางตัวแทน และ Bancassurance ตามลำดับ โดยมีผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์เป็นกลุ่มที่มียอดขายสูงที่สุดที่ 119,222 ล้านบาท

(ที่มา: <https://www.oic.or.th/th/industry/statistic/data>)

และจากเป้าหมายของบริษัทในปี 2563 เมื่อเปรียบเทียบกับประมาณการยอดขายผ่านนายหน้า (Broker) ในปี 2563 จะคิดเป็นอัตราส่วนประมาณ 9 - 10 %

ตารางเปรียบเทียบช่องทางการขาย ณ เดือนตุลาคม 2563

ช่องทางการขาย	เบี้ยประกันรับตรง	%Share
ตัวแทน (Agent)	28,368,039	13.6%
นายหน้า (Broker)	123,433,356	59.0%
ธนาคาร (Bancassurance)	24,524,650	11.7%
ไปรษณีย์ (Direct Mail)	-	0.0%
ทางโทรศัพท์ (Tele Marketing)	7,414,533	3.5%
ลูกค้าติดต่อโดยตรงกับบริษัท (Walkin)	11,804,171	5.6%
ผ่านองค์กร (Worksite)	12,720,184	6.1%
ขายผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet)	865,666	0.4%
ช่องทางอื่น (Others)	-	0.0%
รวมทุกช่องทาง (Total)	209,130,599	100.0%

หน่วย : พันบาท

จากข้อมูลสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2564 มีแนวโน้มจะขยายตัว 4.0% ถึง 5.0% จากฐานปี 2563 ในขณะที่ธนาคารโลกคาดการณ์ไว้ที่ 4.1% ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชียประเมินไว้ที่ 4.5% ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดการณ์ไว้ที่ 5% และกองทุนการเงินระหว่างประเทศได้คาดการณ์ไว้ที่ 6.1% การประเมินการขยายตัวทางเศรษฐกิจของหน่วยงานต่าง ๆ นั้น มาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเริ่มกลับมาดีขึ้นอีกครั้งในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 ซึ่งจะส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวทั้งระบบไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ที่พักอาศัย ร้านอาหาร การเดินทางระหว่างประเทศ และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยคาดว่าจะรายได้รวมจากการท่องเที่ยวจะอยู่ที่ 0.6-1.5 ล้านล้านบาท ในปี 2564 เปลี่ยนแปลง - 9% - 105% จากปี 2563
- ภาคการส่งออกกระเตื้องขึ้นเนื่องจากความต้องการสินค้าของประเทศคู่ค้าที่เพิ่มขึ้น โดยคาดว่าจะมีการเติบโตประมาณ 4%
- การบริโภคภาคเอกชนฟื้นตัวจาก -1.7% ในปี 2563 มาอยู่ที่ 2.4% ในปี 2564
- การลงทุนภาคเอกชนมีการฟื้นตัว จาก -4.2% ในปี 2563 เป็น 2.8% ในปี 2564
- รัฐบาลยังคงใช้มาตรการการเงินการคลังแบบขยายตัว การส่งเสริมการจ้างงาน รวมถึงการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่

จากการที่ทุกหน่วยงานทางเศรษฐกิจได้ประเมินว่าเศรษฐกิจไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดในปี 2563 มาแล้วและจะฟื้นตัวในปี 2564 สำนักวิจัยฯ จึงได้คาดการณ์ว่า ธุรกิจประกันวินาศภัยจะได้รับอานิสงส์จากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลให้เบี้ยประกันวินาศภัยในปี 2564 เติบโตประมาณ 2.5% โดยมีรายละเอียดของประกันภัยแต่ละประเภทดังนี้

ประกันภัยรถยนต์ จากการคาดการณ์ยอดขายรถยนต์ใหม่ในปี 2564 น่าจะยังไม่กลับไปแตะที่ 1 ล้านคัน เหมือนกับช่วงก่อน COVID-19 โดย Krungsri Research และ KKP Research คาดว่ายอดขายรถยนต์ปี 2564 จะอยู่ในช่วง 6.1 แสนถึง 6.5 แสนคัน และจาก การแข่งขันในธุรกิจประกันรถยนต์จะรุนแรงมากขึ้น มีการใช้กลยุทธ์ทางด้านราคามาแข่งขันกันเพื่อเพิ่มยอดขาย ส่งผลให้เบี้ยประกันรถยนต์เติบโตประมาณ 3% ในปี 2564

ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลและสุขภาพ ผลจากกรณีการระบาด COVID-19 รวมอยู่ในกลุ่มของประกันอุบัติเหตุและสุขภาพนั้น อาจมีการต่ออายุหรือซื้อใหม่ไม่มากนัก จึงทำให้อัตราการเติบโตของประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลในปี 2564 อาจเพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ 1.9% ในขณะที่ประกันสุขภาพจะมีอัตราการเติบโต -7.4% เมื่อเทียบกับปี 2563 ที่มีเบี้ยประกันภัยกรณี COVID-19 รวมอยู่ด้วย

ประกันภัยการเดินทาง จากการที่การเดินทางที่ยังไม่เข้าสู่ภาวะปกติเนื่องจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ที่ยังไม่สามารถควบคุมได้และข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ เช่น มาตรการกักตัวทั้งจากประเทศปลายทางและเมื่อเดินทางกลับไทย ทำให้ประกันภัยการเดินทางยังไม่กลับคืนสู่ภาวะปกติ อย่างไรก็ตาม คาดว่าเบี้ยประกันการเดินทางจะเพิ่มขึ้น 135% จากฐานที่ต่ำมากในปี 2563 ซึ่งเบี้ยประกันภัยการเดินทางหดตัวถึง 78%

ประกันภัยความเสี่ยงภัยทุกชนิดและประกันอัคคีภัย การหดตัวของ Reinsurance capacity และภาวะตลาดที่ยังคงเป็น Hard Market ที่ลากยาวต่อไปจะส่งผลทำให้อัตราเบี้ยประกันภัยความเสี่ยงภัยทุกชนิดและประกันอัคคีภัยมีอัตราที่สูงขึ้น

จากการคาดการณ์ธุรกิจประกันวินาศภัยปี 2564 ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น อยู่บนสมมติฐานที่ว่าจะไม่มีการกลับมาระบาดระลอกที่ 2 ของ COVID-19 และวัคซีนป้องกัน COVID-19 ที่ได้ผลจริงจะมีแพร่หลายในครึ่งปีหลังของปี 2564 อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ทางการเมืองที่ยังคงมีความไม่แน่นอนอาจจุดให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวช้าลงกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้ และส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจประกันวินาศภัยในปี 2564 ในที่สุด (ที่มา: สำนักวิจัยและสถิติ บริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน))

สำหรับทิศทางธุรกิจของประกันชีวิตในปี 2564 คาดว่าการเติบโตคงสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ ที่น่าจะได้แรงหนุนต่อเนื่องจากการที่คนเริ่มสนใจซื้อประกันสุขภาพ แต่จะถูกกดดันจากขนาดเบี้ยที่เล็ก โดยทิศทางผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตนั้น จากการที่บริษัทประกันชีวิต เริ่มทยอยปรับลดผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตประเภทออมทรัพย์ที่มีการรับประกันผลตอบแทนจากตลาด เหตุเพราะภาวะดอกเบี้ยต่ำ ทำให้ภาคธุรกิจหาผลตอบแทนให้ลูกค้าได้ยากขึ้น ซึ่งภาคธุรกิจมองว่าแนวโน้มผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นผลิตภัณฑ์ควบการลงทุน Universal Life , Unit Linked , หรือ Participating Policy โดยเน้นการลงทุนตามความเสี่ยงที่ผู้เอาประกันภัยยอมรับได้ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ให้ความคุ้มครองระยะยาวและประกันสุขภาพ

อย่างไรก็ตามในปี 2564 จากการที่บริษัทประกันชีวิต ยังคงเผชิญกับความท้าทายจากหลากหลายปัจจัย อาทิ ภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกหลังไวรัสโควิด – 19 ระบาดยังคงมีความความเปราะบาง ภาวะอัตราดอกเบี้ยต่ำและมีแนวโน้มที่เกื้อจุดต่ำสุดใหม่ได้อีก (New low-Yield) ส่งผลกระทบต่อธุรกิจประกันชีวิตในทุกมิติ ทำให้ธุรกิจประกันชีวิตต้องเร่งหาทำแนวทางที่จะบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ถึงแม้จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 ระบาด จะส่งผลต่อเศรษฐกิจไทยและภาพรวมธุรกิจประกันภัยในปี 2563 แต่สำหรับผลการดำเนินธุรกิจของ บริษัท ยังคงมีปัจจัยบวกที่สนับสนุนให้บริษัทสามารถเติบโตได้ตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ความพร้อม ของบริษัทสำหรับการเสนอขายผลิตภัณฑ์บน Digital Platform ต่าง ๆ ดังนั้น เมื่อเกิดการระบาดของ COVID-19 จึงทำให้บริษัท สามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่คุ้มครองโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโควิด ได้อย่างรวดเร็ว และตอบโต้ให้กับผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง จึงสามารถสร้างยอดขายและเติบโตได้ดีในกลุ่มผลิตภัณฑ์ อุบัติเหตุและสุขภาพ

2. การทำประชาสัมพันธ์ของภาครัฐในช่วงที่ผ่านมาทำให้ประชาชนหันมาตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญของการมีประกันมาใช้เป็นเครื่องมือบริหารจัดการความเสี่ยงทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึง การผ่อนคลายมาตรการและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของภาครัฐ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและบรรเทาผลกระทบให้กับบริษัทประกัน เช่น การปรับลดอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การปรับปรุงร่างประกาศเสนอขายให้เป็น Digital face to face เพื่อลดขั้นตอนและเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับการเสนอขายเพิ่มมากขึ้น
3. การปรับกลยุทธ์การขายโดยการเจาะกลุ่มลูกค้าบนกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สอดคล้องกับสถานะการณ์ และภัยใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นตามช่วงระยะเวลา เช่น การประกันภัยบ้านอยู่อาศัย ที่เน้นเรื่องของภัยธรรมชาติ ซึ่งถือว่าประกันอัคคีภัยบ้านอยู่อาศัยนี้ ยังเป็นตลาดที่มีผู้เล่นน้อยราย รวมถึงผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโรคตามฤดูกาล เช่น ไข้เลือดออกและ ไข้หวัดใหญ่ เป็นต้น
4. นโยบายการ Transform ของบริษัทในส่วนของพัฒนากระบวนการทำงานให้มีความคล่องตัว สามารถปรับเปลี่ยนตามสถานะการณ์ จึงทำให้ไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานทั้งการขายและการบริการ

2) นโยบายการตลาดในปีที่ผ่านมา

โดยในปี 2563 บริษัทยังคงเดินหน้านำตามแผนกลยุทธ์ Digital Strategy อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การวางกลยุทธ์ TQM Digital โดยพัฒนาช่องทาง Real-time Chat Bot ให้ลูกค้าสามารถซื้อประกันผ่านการแชทกับระบบอัตโนมัติ หรือ Bot ได้ 24 ชั่วโมง และยังริเริ่มพัฒนาระบบการซื้อประกันเป็นของขวัญให้ตนเองหรือคนรัก ผ่านระบบ Insurance Gifts ในแพลตฟอร์มไลน์และเว็บไซต์

นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ภายใต้ชื่อ TQM 24 Smart Services ที่จะทำให้อประกันเป็นเรื่องง่ายเพียงปลายนิ้ว เพื่อให้บริการลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย แบบเรียลไทม์ พร้อมพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยร่วมกับพันธมิตรประกันภัยแบบเจาะลึกเฉพาะกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยแบบตรงใจให้เข้ากับยุคสมัยและความต้องการในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อเปิดโอกาสและการเข้าถึงการประกันภัยของผู้บริโภคให้กว้างขึ้น โดยมั่นใจว่าจะได้ลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง

พร้อมกันนี้ ได้เปิดตัวบริการใหม่ “TQM 24 Smart Services” เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้า เลือก ซื้อ จ่าย รับ กรมธรรม์ แจกแถม และรับบริการอื่น ๆ จากบริษัทประกันกว่า 40 บริษัท ได้แบบครบจบที่เดียว ผ่านช่องทาง LINE TQM Insurance Broker ตอบสนองไลฟ์สไตล์ยุค Social Distancing พร้อมด้วยบริการผ่านช่องทางที่หลากหลาย (Omni Channel) ทั้งแชทและโทรคุยกับพนักงานเรียลไทม์ 24 ชม. พร้อมเสริมบริการ Tele Health Consult ให้คำปรึกษาเรื่องสุขภาพจากทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ผ่าน “TQM 24 Smart Services”

นอกจากนั้น บริษัทยังคงมีนโยบายในการวิจัยและพัฒนาในด้านต่าง ๆ และการพัฒนาวัฒนธรรมในกระบวนการสินค้าและบริการ โดยมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ตอบโจทย์ลูกค้าในแต่ละ Segment โดยร่วมกับพันธมิตรบริษัทประกันภัย ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า โดยการใช้ Big data เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม และความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบโจทย์ทั้งกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และกลุ่มลูกค้ามุ่งหวังกลุ่มใหม่ พร้อมกันนี้ได้มีการปรับและพัฒนาวิธีการขายแบบใหม่ ๆ ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการทำวิจัยแล้วยังสามารถขยายตลาดเพิ่มเติมได้ เช่น การประกันอัคคีภัยภัยสำหรับบ้านอยู่อาศัย หรือ การประกันภัยเสริมที่เพิ่มความคุ้มครองจากความคุ้มครอง ประกันภัยหลักต่าง ๆ โดยเน้นการเสนอขายทั้งแบบ Up Selling & Cross Selling รวมถึงการทำโปรเจกต์ร่วมกับ Partner รายใหม่ โดยได้มีการนำเสนอ Business Model ใหม่ ๆ เพื่อทำการขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

และจากการระบาดของโคโรนาไวรัส ในปี 2563 บริษัทร่วมกับพันธมิตรบริษัทประกันภัย ได้ออกประกันโควิด ที่มีหลากหลายแผน เช่น แผน ตรวจพบเชื้อครั้งแรกแล้วจ่ายเงินชดเชย หรือที่เรียกกันว่า แบบ เจอ จ่าย จบ หรือแผนค่ารักษาพยาบาลค่าการติดเชื้อโควิด รวมถึงภาวะโคม่าจากการติดเชื้อโควิด เป็นต้น โดยความพร้อมของบริษัทในการขายประกัน Online รวมถึงการเสนอขายในช่องทางอื่น ๆ ของบริษัทที่ให้บริการกับลูกค้าได้อย่างทั่วถึง จึงทำบริษัทสามารถสร้างยอดขายได้มากกว่า 500 ล้านบาท

การเข้าซื้อหุ้นใน บริษัท ทีโอ 2020 จำกัด ในสัดส่วน 100% ซึ่งถือเป็นบริษัทย่อย และจะเป็นบริษัทที่ไปลงทุนร่วมกับบริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในราชอาณาจักรกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว นอกจากนั้นบริษัท ทีโอ 2020 จำกัด จะทำหน้าที่ให้บริการสนับสนุนด้านเทคนิค และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่บริษัทที่จะไปร่วมลงทุน โดยจะมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยของบริษัทเข้าไปให้บริการด้านการประกันภัย เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจทางด้านเทคนิค และงานบริการใด ๆ ที่สนับสนุนธุรกิจภายในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ภายใต้หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนดต่อไป

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังได้มีแผนการลงทุนในบริษัทร่วมทุน (JV) กับกลุ่มบริษัท Asia Investment and Financial Services Co., Ltd. (AIF) ในนามบริษัท BIC Insurance จำกัด เพื่อเป็นการขยายตลาดประกันภัยในประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว บริษัทมั่นใจในการเติบโตอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่ง ด้วยทิศทางกลยุทธ์ Growth Engine 4 ด้านคือ Strengthen Core Business จุดแข็งของการทำประกันภัยรถยนต์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มช่องทางการประกันภัยแบบใหม่ ๆ ที่หลากหลาย ทั้งประกันภัยบ้าน ประกันสุขภาพที่ครอบคลุมไปถึงโรคใหม่ ๆ การเติบโตในช่องทางการควบรวมกิจการ (Mergers and Acquisitions : M&A) ที่ขยายตลาดไปสู่ประเทศกัมพูชา พร้อมเป็น Best Position สำหรับช่องทาง M&A และ TQM InsurTech เติบโตไปกับการร่วมมือแบบขยายไปสู่ InsurTech ที่เสริมความแข็งแกร่งให้ธุรกิจได้เติบโตไปแบบก้าวกระโดด

แผนการดำเนินงานในระยะยาว

จากแนวโน้มธุรกิจประกันภัยที่จะเกิดขึ้นภายในประมาณ 10 ปีข้างหน้า หรือปี 2030 นั้น เว็บไซต์บริษัทที่ปรึกษาด้านการบริหารชั้นนำของโลก McKinsey & Company Financial Services วิเคราะห์แนวโน้มเกี่ยวกับเรื่องของประกันไว้ว่า “Insurance 2030-The Impact of AI on the Future of Insurance” โดยเน้นในเรื่องของบทบาทที่เทคโนโลยีจะเข้ามามีผลกระทบกับธุรกิจประกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของระบบที่สามารถเรียนรู้ได้จากตัวอย่างด้วยตนเอง (Machine Learning), การเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) กับข้อมูลที่มีอยู่อย่างมหาศาล และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence, AI) (ที่มา : <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance-2030-the-impact-of-ai-on-the-future-of-insurance>) เพื่อรองรับแนวโน้มของธุรกิจประกันภัยที่จะมีขึ้นในอนาคต บริษัทจึงได้มีการวางแผนกลยุทธ์แนวทางในการดำเนินงานในระยะยาวดังนี้

แผนระยะสั้น Digital Readiness – เป็นการวางพื้นฐานในการทำ Digital Transformation สำหรับองค์กร โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เน้นพัฒนาและเตรียมความพร้อมทั้ง 3 ส่วน คือ

- การเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพ และความเข้าใจในเครื่องมือ และเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้แก่บุคลากรในองค์กร (Empower Employees)
- การเตรียมความพร้อมในส่วนของการเพิ่มประสิทธิภาพในด้านระบบงาน (Optimize Operation)
- การเตรียมความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างประสบการณ์ในการให้บริการ และการซื้อของลูกค้าดียิ่งขึ้น (Better Customer Experience)

แผนระยะกลาง New Digital Adoption – มุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้ เพื่อก่อให้เกิดกระบวนการทำงานที่ดีขึ้น และเน้นลูกค้าเป็นจุดศูนย์กลาง รวมถึงการนำ Platform มาพัฒนาเพื่อให้รองรับการเสนอขายทั้งผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต และผลิตภัณฑ์วินาศภัย และรองรับการขายทั้งช่องทาง Online และ Offline

- มีแพลตฟอร์ม (Platform) ที่รองรับการซื้อ และการให้บริการที่นำเทคโนโลยีเข้ามาผสานในการทำงานให้เป็นระบบอัตโนมัติเช่นอย่างเต็มรูปแบบ และทำให้การทำงานและบริการลูกค้าได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น
- พัฒนาธุรกิจให้เติบโตรองรับกลยุทธ์การขายงานผ่านพันธมิตร และธุรกิจใหม่ ๆ
- สร้างระบบและแพลตฟอร์มให้รองรับกลยุทธ์ Cross-selling และ Up-selling เพื่อสร้างกำไรให้ธุรกิจ

แผนระยะยาว System of intelligence – เน้นการนำเอาข้อมูลมาใช้ประโยชน์ เพื่อการวิเคราะห์ ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เหมาะกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง สร้างและต่อยอดทั้งในเรื่องของแพลตฟอร์ม, ระบบทั้งการซื้อ และการบริการโดยมุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภค โดยการนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด ซึ่งจะเป็นการนำเทคโนโลยีในเรื่องของ Machine Learning, Deep Learning และ AI มาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุน

เน้นให้ความรู้กับผู้บริโภครายย่อยให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจในประโยชน์ของการทำประกันภัยได้อย่างชัดเจน การทำประกันภัยจะช่วยคุ้มครองผู้ทำประกันให้ได้รับผลประโยชน์ที่สามารถช่วยได้ในกรณีได้รับความเดือดร้อน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. ลูกค้ารายย่อยทั่วไป

ลูกค้ารายย่อย หมายถึง ลูกค้าที่เป็นบุคคลธรรมดาทั่วไปที่ต้องการทำประกันวินาศภัยหรือประกันชีวิตประเภทต่าง ๆ โดยการให้บริการของกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ รูปแบบกรรมสิทธิ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคง ของบริษัทประกันภัยการส่งเสริมการขาย การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วผ่านช่องทางการสื่อสารของกลุ่มบริษัท ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ เป็นต้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2559, 2560, 2561, 2562 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมีลูกค้ารายย่อยทั่วไป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.2, ร้อยละ 91.3, ร้อยละ 89.0, ร้อยละ 96.1, ร้อยละ 90 และร้อยละ 88.9 ของยอดเบี้ยสุทธิจากการขายประกันภัยให้แก่ลูกค้าทั้งหมด

2. ลูกค้าประเภทองค์กร

กลุ่มลูกค้าประเภทองค์กร ครอบคลุมถึง บริษัท ห้างร้าน โรงงานอุตสาหกรรม สหกรณ์ต่าง ๆ และหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าองค์กร จะซื้อประกันทรัพย์สิน ประกันชีวิตพนักงาน และประกันสุขภาพพนักงาน โดยลูกค้าประเภทองค์กรจะพิจารณาจากชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของกลุ่มบริษัทเพื่อเลือกซื้อกรรมสิทธิ์ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการส่งพนักงานขาย ที่มีหน้าที่ดูแลลูกค้าองค์กรเข้าไปติดต่อและให้บริการลูกค้าองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2559, 2560, 2561, 2562 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมีลูกค้าประเภทองค์กร คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 8.8, ร้อยละ 8.7, ร้อยละ 11.0, ร้อยละ 3.9, ร้อยละ 10.0 และร้อยละ 11.1 ของยอดเบี้ยสุทธิจากการขายประกันภัยให้แก่ลูกค้าทั้งหมด

จากสัดส่วนลูกค้าข้างต้น จะพบว่า สัดส่วนของลูกค้าของกลุ่มบริษัท จะเป็นลูกค้ารายย่อยเป็นส่วนใหญ่จึงถือว่าการกระจายความเสี่ยงได้ดีและไม่มีผลกระทบจากการพึ่งพิงลูกค้ารายย่อย และการที่มียุทธศาสตร์ลูกค้ารายย่อยจำนวนมาก จึงทำให้บริษัทมีโอกาสที่จะขยายงานในกลุ่มลูกค้าองค์กรได้เพิ่มขึ้นอีกในอนาคต

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางการขายหลักอยู่ 5 ช่องทาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ช่องทางการขายผ่านทางโทรศัพท์ (Telemarketing)

เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยผ่านช่องทางทางโทรศัพท์ ที่มีการนำเสนอทั้งประกันภัยและประกันชีวิตให้กับลูกค้ารายย่อย โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นประกันภัยรถยนต์ และอุบัติเหตุ ที่ลูกค้าสามารถเข้าใจและตกลงทำประกันภัยได้ทันที ซึ่งช่องนี้เป็นช่องทางการขายหลักของบริษัท โดยมีพนักงานขายที่ให้บริการมากกว่า 2,000 คน

2) ช่องทางการขายผ่านกลุ่มลูกค้าองค์กร (Corporate Representative)

เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยให้กับกลุ่มลูกค้า ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะรูปแบบของบริษัท หรือ นิติบุคคล โดยเป็นออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 2.1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ประกันภัย ที่สามารถนำเสนอได้ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ของประกันวินาศภัย ตามประเภทธุรกิจของลูกค้า ซึ่งต้องใช้พนักงานที่มีประสบการณ์ในการนำเสนอและอธิบายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน มากกว่าลูกค้ารายย่อย
- 2.2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ซึ่งจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตประเภท ในรูปแบบของสวัสดิการพนักงาน (Employee Benefit)

3) ช่องทางการขายผ่านพนักงานขายประจำสาขาต่างจังหวัด (Marketing Branch)

เป็นช่องทางการขายผ่านพนักงานขายที่ประจำอยู่ที่สาขาของบริษัททั่วประเทศ โดยสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยได้หลากหลาย และสามารถขายได้ทั้งลูกค้ารายย่อย และกลุ่มลูกค้าองค์กร ซึ่งจะเป็กลุ่มลูกค้า ที่ช่องทาง ขายผ่านโทรศัพท์ และ ช่องทางองค์กร ที่อาจยังเข้าไม่ถึง

4) ช่องทางการขายผ่านออนไลน์ (Online Platform) ต่าง ๆ

เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ผ่าน Online Platform ต่าง ๆ เช่น Facebook , Line , Website และ Affiliate Website เป็นต้น โดยในช่องทางนี้ลูกค้าซื้อประกันภัยได้ทั้งแบบ ดำเนินการซื้อประกันภัยได้เอง ที่เรียกว่า Complete Online หรือ ลูกค้าจะแสดงความประสงค์ที่จะทำประกัน แล้วให้พนักงานขายติดต่อกลับ เพื่อนำเสนอและอธิบายรายละเอียดประกันภัยที่สนใจอีกครั้ง ก็สามารถทำได้เช่นกัน

5) ช่องทางผ่านตัวแทน นายหน้า (Agent / Broker)

เป็นช่องทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ผ่าน ตัวแทน นายหน้า ที่สมัครเข้ามาอยู่ภายใต้สังกัด การบริหารงานของ บริษัท ทีเจเอ็น อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ โดยมีหน้าที่เป็นผู้ชี้ช่อง และนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ ประกันภัย ประเภทต่าง ๆ โดยกลุ่มลูกค้ามุ่งหวัง จะเป็นกลุ่มลูกค้ารายย่อย และลูกค้าองค์กรขนาดกลาง และเล็ก โดยทางบริษัทจะทำหน้าที่สนับสนุนด้าน การฝึกอบรม การจัดหาผลิตภัณฑ์ประกันภัย และระบบการทำงาน โดยมี Platform ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงาน ให้กับตัวแทน / นายหน้า

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1) การคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า

กลุ่มบริษัทมีแนวทางในการคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า ซึ่งได้แก่บริษัทประกันภัย โดยสามารถสรุปนโยบายการคัดเลือกและสรรหาคู่ค้า ได้ดังนี้

- (1) บริษัทประกันภัย นั้น ๆ จะต้องมีค้ำประกันทางการเงิน และปฏิบัติตาม กฎหมาย หลักเกณฑ์ วิธีการที่ เกี่ยวข้อง และประกาศ ภายใต้การกำกับดูแลของ คปภ.
- (2) บริษัทประกันภัย นั้น ๆ สามารถจัดผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าของกลุ่มบริษัทได้
- (3) บริษัทประกันภัย นั้น ๆ จะต้องมีค้ำประกันความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการรับประกันภัย การบริหาร และ จัดการความเสี่ยง
- (4) บริษัทประกันภัย นั้น ๆ จะต้องมีการบริหารจัดการ เรื่องการให้บริการหลังการขาย และการเรียกร้องค่า สินไหมทดแทน ได้เป็นอย่างดี มีความซื่อสัตย์ ยุติธรรม มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ ระบุไว้ในกรมธรรม์

โดยกลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับบริษัทประกันภัย ทุกบริษัทอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ ในกรณีที่มีการทำโครงการ หรือกิจกรรมพิเศษร่วมกัน ในลักษณะ Exclusive Partner โดยบริษัทประกันภัย กลุ่มนี้ จะเรียกว่า “พันธมิตรประกันภัย”

โดยในปี 2563 กลุ่มบริษัท มีบริษัทประกันภัยที่เป็นคู่ค้าจำนวน 33 บริษัท และ บริษัทประกันชีวิต 19 บริษัท และใน ปี 2564 มีนโยบายที่จะเปิดคู่ค้าเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรับประกันที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2) การจัดหาผลิตภัณฑ์ประกันภัยเพื่อจำหน่าย

กลุ่มบริษัทมีฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการกลั่นกรองและตัดสินใจว่าจะเลือกขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยประเภทใด โดยจะนำฐานข้อมูลของลูกค้าต่าง ๆ มาวิเคราะห์ เช่น อายุ รายได้ พฤติกรรม และข้อมูลอื่น ๆ เพื่อนำมาพิจารณาความ ต้องการของลูกค้า และเพื่อคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้า

โดยฝ่ายงานดังกล่าวจะมีเกณฑ์ในการพิจารณาผลิตภัณฑ์ประกันภัยจากบริษัทประกันภัย เช่น การให้บริการทั้ง ก่อนและหลังการขายของบริษัทประกันภัย การตลาดและการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

ทั้งนี้ กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เริ่มจากฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะจัดประชุมร่วมกับคณะผู้บริหาร เพื่อพิจารณา ความต้องการของลูกค้า และร่วมกันสรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่จะเสนอขายให้กับลูกค้า จากนั้นฝ่ายพัฒนา ผลิตภัณฑ์จะหารือกับบริษัทประกันภัย เพื่อให้เสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม รวมทั้ง จะนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่มีเฉพาะกลุ่มบริษัทสามารถเสนอขายได้ โดยฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะร่วมมือกับ บริษัทประกันภัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การใช้ฐานข้อมูลลูกค้า การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนการประชุม ร่วมกับฝ่ายขายในการสอบถามความต้องการของลูกค้าโดยตรง เนื่องจากฝ่ายขายจะเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้ฝ่ายพัฒนา ผลิตภัณฑ์ได้ทราบความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง ที่สามารถนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้

อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ทุกรูปแบบที่กลุ่มบริษัทเสนอขายจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการอนุมัติจาก สำนักงาน คปภ. แล้วเท่านั้น รวมทั้งเมื่อกลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาหรือข้อตกลงกับบริษัทประกันภัยแล้ว กลุ่มบริษัทจะเตรียมระบบ และกำหนด กระบวนการดำเนินงานด้านการปฏิบัติการ (Operation) เพื่อรองรับการขายรูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยรูปแบบนั้น ๆ ต่อไป

3) การจัดหาฐานข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในอดีต กลุ่มบริษัทมีแนวทางในการจัดหาฐานข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยซื้อฐานข้อมูลของกลุ่มลูกค้า เป้าหมายจากหน่วยงานอื่น (Non-Partner) แต่ปัจจุบันกลุ่มบริษัท มีช่องทางในการจัดหาฐานข้อมูลของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- (1) กลุ่มบริษัทพัฒนาระบบฐานข้อมูลลูกค้าด้วยตนเอง ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line Facebook Instagram ทำให้ทราบพฤติกรรมของลูกค้าได้ตลอดเวลา ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากกลุ่มบริษัทได้จากการจัดกิจกรรม

ทางการตลาดของบริษัท และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ชุมชนคนสร้างสุข โครงการ Member get member โครงการ TQM Family Club การทำกิจกรรมกับฐานลูกค้าและผู้ติดตามในช่องทาง Line กว่า 5 ล้าน Active User เป็นประจำทุกสัปดาห์ และรวมถึงช่องทาง Facebook ที่มีฐานผู้ติดตามเกือบ 100,000 ราย

- (2) กลุ่มบริษัทได้รับฐานข้อมูลจากงานขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านลูกค้าองค์กร กล่าวคือเมื่อลูกค้าองค์กรได้ทำประกันภัย กับกลุ่มบริษัทแล้ว บริษัทจะมีข้อมูลของลูกค้า และสามารถเสนอขายประกันภัยแก่ลูกค้าได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ บริษัทจะได้รับฐานข้อมูลลูกค้าจากบริษัทประกันในกรณีที่ให้กลุ่มบริษัทช่วยเสนอขายประกันภัย โดยบริษัทจะนำฐานข้อมูลลูกค้า เช่น อายุ รายได้ และพฤติกรรมมาวิเคราะห์เพื่อระบุความต้องการของลูกค้าในแต่ละฐานลูกค้า เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากบริษัทประกันภัยให้เหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าต่อไป
- (3) กลุ่มบริษัทซื้อฐานข้อมูลลูกค้า (Lead) จากบริษัทผู้ให้บริการจัดหาฐานข้อมูลลูกค้า ที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความร่วมมือในการจัดหาและบริหารฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งซื้อฐานข้อมูลลูกค้า (Lead) จาก TQLD ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการคำแนะนำเกี่ยวกับประกันภัย โดยเมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลผ่านเว็บไซต์ แล้วมีความสนใจที่จะทำประกันภัย ข้อมูลของลูกค้าจะถูกส่งผ่านระบบเชื่อมต่อข้อมูล (Application Programming Interface : API)มายังระบบของกลุ่มบริษัท เพื่อให้พนักงานขายได้เสนอขายประกันภัยต่อลูกค้าต่อไป
- (4) กลุ่มบริษัทได้ดำเนินการขยายและต่อยอดธุรกิจนายหน้าประกันภัย โดยในปี 2562 ได้ทำการเข้าซื้อหุ้นในบริษัท ที เจ เอ็น อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด ในสัดส่วน 100% ซึ่งเป็นบริษัทนายหน้าประกันภัยที่มีความเชี่ยวชาญด้านประกันภัยรถยนต์ ในกลุ่มดีลเลอร์รถยนต์ และกลุ่มผู้นำเข้ารถยนต์ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าของทีคิวเอ็มให้เพิ่มขึ้น โดยใช้กลยุทธ์การขยายฐานดีลเลอร์และผู้นำเข้ารถยนต์ รวมถึงตัวแทนนายหน้าอิสระ และได้พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ของ ที เจ เอ็น ด้วยโปรแกรม TJN Anywhere เพื่อยกระดับทั้งระบบขายและบริการ เน้นการสร้างระบบสนับสนุนกลุ่มตัวแทนที่จะเข้าร่วมงานกับ ที เจ เอ็น ให้ทำงานได้สะดวกรวดเร็วในทุกสถานที่ ทันต่อความต้องการของลูกค้ายุคดิจิทัล

4) การให้บริการและการขาย

กลุ่มบริษัทมีการให้บริการและการขายประกันภัย โดยสามารถแบ่งตามช่องทางการขายของกลุ่มบริษัท ได้แก่

- (1) การขายผ่านช่องทางโทรศัพท์ (Telemarketing) โดยเป็นกรณีพนักงานขายของกลุ่มบริษัทที่ติดต่อลูกค้าโดยตรง และกรณีที่ลูกค้าโทรผ่าน Call center ของกลุ่มบริษัท
- (2) การขายผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) ผ่านช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ
- (3) การขายตรง (Face to face) ซึ่งมีพนักงานขายที่พร้อมให้บริการลูกค้าอยู่ทั่วประเทศ
- (4) การขายแบบผสมผสาน (Omni Channel) เป็นการเชื่อมโยงช่องทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ที่ดีกับแบรนด์ TQM และสามารถเลือกซื้อประกันได้ผ่านหลากหลายช่องทาง ไม่จำกัดว่าต้องเป็นช่องทางการขายใดการขายหนึ่งเท่านั้น

ทั้งนี้ พนักงานขายจะนำเสนอรูปแบบประกันภัยให้กับลูกค้า อย่างไรก็ตามพนักงานขายจะต้องผ่านการอบรม และจะต้องได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยปฏิบัติงานประจำ และใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตปฏิบัติงานประจำจากสำนักงาน คปภ. ก่อนเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ทั้งนี้ เมื่อพนักงานขายสามารถปิดการขายได้ พนักงานขายจะบันทึก

งานขายเข้าระบบ Caller โดยระบุช่องทางการชำระเงิน ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ชำระเป็นเงินสด ชำระด้วยบัตรเครดิต หรือ ชำระเป็นเงินโอน รวมทั้งจะมีการยืนยันการทำประกันกับลูกค้าอีกครั้งตามข้อกำหนดของสำนักงาน คปภ.

5) การควบคุมคุณภาพของพนักงานขาย

กลุ่มบริษัทมีแนวทางในการควบคุมคุณภาพของพนักงานขายของกลุ่มบริษัท ผ่านแผนการฝึกอบรมประจำปีตามที่ระบุในนโยบายพัฒนานาบุคลากร โดยกลุ่มบริษัทส่งเสริมให้พนักงานขายทุกคนของกลุ่มบริษัทจะต้องได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันภัยก่อนการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยให้แก่ลูกค้า โดยกลุ่มบริษัทมีกระบวนการในการฝึกอบรมพนักงานให้ได้รับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับ กฎหมาย หลักการ วิธีการที่เกี่ยวข้อง หรือระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เพื่อให้พนักงานขายได้รับทราบข้อมูลในกฎเกณฑ์ที่สำคัญ และเพื่อให้พนักงานสามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ ตลอดจนการส่งเสริมให้พนักงานขายสอบใบอนุญาตตามที่สำนักงาน คปภ. กำหนดผ่านหลักสูตรการตรวจสอบใบอนุญาตประกันภัย นอกจากนี้ ก่อนการเสนอขายจริง กลุ่มบริษัทจะให้พนักงานขายเข้าร่วมสายสนทนาเพื่อได้รับฟังแนวทางการเสนอขายของพนักงานขายที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อให้เห็นแนวทางการสนทนาที่ถูกต้องอีกด้วย

นอกจากนี้ เนื่องจากใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัย และ/หรือ ใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตจะมีกำหนดวันหมดอายุไว้ ดังนั้น ฝ่ายทรัพยากรบุคคล จึงมีหน้าที่ติดตาม และควบคุมพนักงานขายของกลุ่มบริษัทให้มีใบอนุญาตอย่างต่อเนื่องตลอดการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัย โดยจัดการฝึกอบรมจากสำนักงาน คปภ. และ/หรือ หลักสูตรตามที่สำนักงาน คปภ. กำหนด เพื่อให้พนักงานขายสามารถต่ออายุใบอนุญาตได้

6) การวางแผนการส่งเสริมการขาย (Promotion)

กลุ่มบริษัทมีการวางแผนการส่งเสริมการขายของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทจะนำเสนอให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ในอดีตกลุ่มบริษัทมีแนวทางการส่งเสริมการขาย เช่น ชิงโชครางวัลรถยนต์ หรือกระเป๋าแบรนด์เนม แหวนเพชร การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ บัตรกำนัล และ เติมน้ำมัน เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มบริษัทมีแนวทางในการกำหนดแผนการส่งเสริมการขายสำหรับกรณีทั่วไป ดังนี้

- (1) ฝ่ายการตลาดรับนโยบายการตลาด และการส่งเสริมการขายจากฝ่ายบริหาร
- (2) วางแผน และกำหนดเป้าหมายในการจัดทำแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย
- (3) นำเสนอแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย ให้กับผู้บริหารพิจารณา
- (4) ประสานงานฝ่ายกฎหมาย จัดเตรียมเอกสารเพื่อใช้ในการขออนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- (5) ประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อ เพื่อจัดซื้อของรางวัลตามแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย
- (6) ประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบและร่วมสนับสนุนแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย
- (7) ประชาสัมพันธ์โครงการ ให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตามช่องทางต่าง ๆ
- (8) ดำเนินการตามแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย ที่กำหนด และสรุปค่าใช้จ่ายให้แก่ฝ่ายบัญชีดำเนินการต่อไป
- (9) รายงานผลการปฏิบัติการตามแผนการตลาด และการส่งเสริมการขาย ให้แก่ผู้บริหารได้รับทราบ
- (10) การติดตามและการจ่ายชำระเบี้ยประกัน

กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการติดตามและจัดส่งเบี้ยประกันภัย โดยกลุ่มบริษัทจะจัดเตรียมข้อมูลการชำระเบี้ยประกันภัยของลูกค้าที่จ่ายชำระเบี้ยประกันที่ชำระค่าเบี้ยประกันมาแล้วก่อนกำหนดรอบระยะเวลาส่ง เพื่อนำมาสอบทานกับรายการใบแจ้งหนี้ที่ได้รับแจ้งมาจากบริษัทประกันภัย โดยพนักงานฝ่ายบัญชีจะสอบทานรายละเอียดความถูกต้อง และจะนำส่งเบี้ยประกันภัยหลังจากที่หักค่านายหน้าประกันภัยตามสัญญา รวมถึงเก็บค่าบริการอื่น ๆ โดยจะเรียกเก็บจากบริษัทประกันภัยตามรอบทุกวันที่ทำการที่ 15 และวันทำการสุดท้ายของแต่ละเดือน

7) นโยบายกำหนดราคา

กลุ่มบริษัทไม่สามารถกำหนดค่าเบี้ยประกันได้ เนื่องจากบริษัทประกันภัยจะเป็นผู้กำหนดค่าเบี้ยประกันภัยตามรูปแบบของกรมธรรม์ในแต่ละประเภท โดยการกำหนดอัตราค่าเบี้ยประกัน บริษัทประกันภัยจะพิจารณาจากลักษณะประเภทของกรมธรรม์ ประวัติของทรัพย์สินเอาประกัน ประวัติของผู้อเอาประกันภัย รวมถึงเงื่อนไขความคุ้มครองของกรมธรรม์แต่ละประเภท ตลอดจนเบี้ยประกันดังกล่าวจะต้องเป็นไปตามที่กำหนดโดยสำนักงาน คปภ. ซึ่งกรมธรรม์ที่กลุ่มบริษัทเสนอขายจะเป็นกรมธรรม์ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงาน คปภ. แล้วทั้งสิ้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทจะได้รับรายได้จากการเป็นนายหน้า ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนด ของประกาศ คปภ. เรื่องอัตราค่าจ้างหรือค่าบำเหน็จ สำหรับตัวแทนประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันวินาศภัย พ.ศ.2551

8) ตัวชี้วัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้ในการพัฒนาบริษัทในการที่จะเติบโต และก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าทั้งด้านการขายและการบริการจะทำให้บริษัทสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระยะเวลาการประเมินปี 2563	หัวข้อการสำรวจความพึงพอใจ	จำนวนที่ ส่งออก	จำนวนที่ ตอบกลับ	ความพึงพอใจ โดยรวม
กุมภาพันธ์และตุลาคม	การซื้อประกันผ่านช่องทาง Online	24,947	725	4.11
เมษายนและกันยายน	การนำเสนอประกันภัยของพนักงาน	52,050	1368	4.42
พฤษภาคม	สุดยอดการบริการและกิจกรรมส่งเสริม การตลาดแบบใดที่ตรงใจคุณ	10,778	224	56% ต้องการให้มีการ ผ่อนชำระ0% นาน 10 เดือน มากที่สุด
มิถุนายน	การบริการของพนักงานส่งเสริมและ สุดยอดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ คุณชื่นชอบมากที่สุด	22,536	780	4.04
กันยายนและธันวาคม	การแจ้งเตือนการชำระเบี้ยประกัน	8,746,	179	4.33
ตุลาคม	การบริการของเจ้าหน้าที่ประสานงาน รับเรื่องเคลมประกัน	2,305	99	3.59
พฤศจิกายน	การให้บริการผ่านService Center	18,276	252	4.27
พฤศจิกายน	การตัดสินใจทำประกันกับ TQM	19,668	309	96% ตัดสินใจแนะนำ คนรู้จักให้ทำประกัน กับ TQM

ระยะเวลาการประเมินปี 2563	หัวข้อการสำรวจความพึงพอใจ	จำนวนที่ ส่งออก	จำนวนที่ ตอบกลับ	ความพึงพอใจ โดยรวม
ธันวาคม	การบริการของพนักงานส่งเอกสาร	22,504	491	4.59
		181,810	4,427	

หมายเหตุ :

1. วิธีการประเมินใช้วิธีการส่งแบบสอบถามผ่านช่องทาง SMS Survey โดยจะส่ง SMS ให้ลูกค้าที่ใช้บริการแต่ละประเภท
2. เกณฑ์การวัดผลความพึงพอใจค่าคะแนนเฉลี่ย

ระดับความพึงพอใจ	ความหมาย
5	พึงพอใจมากที่สุด
4	พึงพอใจ
3	เฉย ๆ
2	ไม่พึงพอใจ
1	ไม่พึงพอใจมากที่สุด

สรุปแบบสำรวจการเข้าร่วมกิจกรรม Family Trip เดือนมกราคม – ธันวาคม 2563



จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	173	ราย		
ประเด็นคำถาม	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	%		
1. ประเภทประกันภัยที่ท่านเลือกใช้บริการกับ TQM				
ประกันรถยนต์	139	80.35		
ประกันอุบัติเหตุ	31	17.92		
ประกันชีวิต	3	1.73		
2. การรับทราบโครงการ TQM Family Trip				
SMS	136	78.62		
LINE	21	12.14		
พนักงานขาย	16	9.24		
อื่น ๆ	0	0		
3. เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม Family Trip				
รูปแบบกิจกรรม	131	75.73		
ระยะเวลาในการทำกิจกรรม	42	24.28		
อื่น ๆ	0	0		
4. ประเภทกิจกรรมที่ท่านสนใจ				
ดูหนัง	42	24.28		
ท่องเที่ยว	76	43.93		
ทานข้าวกับคารา	9	5.21		
คอนเสิร์ต/Meet & Greet	46	26.58		
อื่น ๆ	0	0		
5. รู้จัก TQM จากช่องทางใด (ก่อนเป็นลูกค้า)				
พนักงาน TQM โทรติดต่อ	112	64.74		
เพื่อนแนะนำ	41	23.7		
จากสื่อ	20	11.56		
6. เคยเห็นสื่อ TQM จากช่องทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
	ทุกวัน	ทุกสัปดาห์	ทุกวัน	ทุกสัปดาห์
เว็บไซต์ TQM	120	28	57.14	17.83
เฟสบุ๊ก TQM	64	42	30.48	26.75
เว็บไซต์หนังสือพิมพ์	1	13	0.48	8.28
เว็บไซต์อื่น	22	12	10.48	7.64
หนังสือพิมพ์	1	17	0.48	10.83
นิตยสาร	1	11	0.48	7.01
ทีวีช่อง 8	0	30	0.00	19.11
ทีวีช่องอมรินทร์	1	4	0.48	2.55
รวม	210	157	100	100

3. ปัจจัยความเสี่ยง

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง 2563

บริษัทได้ตระหนักตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงภายใต้ความไม่แน่นอนต่าง ๆ โดยถือว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทุกกระบวนการในการดำเนินธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกันทุกระดับ จึงได้กำหนดเป็นนโยบายการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร และแผนการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

การกำกับดูแลความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (Risk Management Policy) เพื่อส่งเสริมให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรได้รับรู้และป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นทั้งหมด ตรวจสอบ ติดตาม และประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารของบริษัทได้กำหนด กรอบนโยบายในการบริหารความเสี่ยง วิธีการดำเนินงาน และแผนการดำเนินงานการบริหารความเสี่ยง ไว้ดังนี้

1. มุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อวัตถุประสงค์และนโยบาย รวมทั้งชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท
2. จัดการบริหารความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ ให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารความเสี่ยง
3. ส่งเสริมให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรได้รับรู้และป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นทั้งหมด ตรวจสอบ ติดตาม และประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง
4. ส่งเสริมให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ มูลค่าให้แก่องค์กร

บริษัทได้กำหนดหน่วยงานและตัวบุคคล ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงโดยมีโครงสร้างหน่วยงานที่เป็นอิสระไม่อยู่ภายใต้สายงานทางธุรกิจ และมีภาระหน้าที่ในการกำหนดกระบวนการบริหารความเสี่ยงรวมทั้งวิเคราะห์และติดตามความเสี่ยงด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านนโยบาย บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ประกอบด้วยกรรมการบริหารความเสี่ยง 3 คน โดยมี ดร.อัญชลิน พรหมนิภา เป็นประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง มีหน้าที่สอบทานและนำเสนอนโยบายการบริหารความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ต่อคณะกรรมการบริษัทและสอบทานการนำไปปฏิบัติ รวมถึงสอบทานรายงานการบริหารความเสี่ยงและดำเนินการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการจัดการความเสี่ยงมีความเพียงพอและเหมาะสม และมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อวัตถุประสงค์นโยบาย รวมทั้งชื่อเสียงภาพลักษณ์ของบริษัท

- ด้านปฏิบัติการ ได้แต่งตั้งประธานบริหารความเสี่ยง (CRO) คือ นางสาวรัตนพร พรหมนิภา เป็นผู้รับผิดชอบในระดับปฏิบัติการ ด้านการตรวจประเมินภายในองค์กรและการบริหารความเสี่ยงรวมทั้งด้านการติดตามและทวนสอบกระบวนการบริหารความเสี่ยง ซึ่งในปี 2563 บริษัทได้ใช้ Outsource บริษัท ธรรมนิติ จำกัด ทำหน้าที่ตรวจประเมินภายในองค์กร โดยมีประธานบริหารความเสี่ยงเป็นผู้รับผิดชอบในการประสานงานในเรื่องดังกล่าว

การบริหารความเสี่ยง

ระบบบริหารความเสี่ยงของบริษัทประกอบด้วยกระบวนการที่สำคัญ คือ การระบุปัจจัยเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยง การติดตามควบคุมความเสี่ยง และการรายงานผลของความเสี่ยงประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์และข้อบังคับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk) ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้แก่ การมีคู่ค้ารายใหญ่ ความเสี่ยงด้านการจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยและ

นายหน้าประกันชีวิต ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม นายหน้าประกันภัยและคู่แข่งรายใหม่ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของบริษัทประกันวินาศภัยหรือบริษัทประกันชีวิต ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและการกำกับดูแลการเป็นบรรษัทภิบาล

สำหรับรายละเอียดการประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) มีดังนี้

ความเสี่ยงของบริษัทที่ใช้เพื่อทำการระบุความเสี่ยงและบริหารความเสี่ยง หมายถึง โอกาสที่จะเกิดความเสียหายทั้งในด้านการเงิน (Financial Loss) และความเสียหายที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non Financial Loss) ซึ่งเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งมีกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบโดย

- มีการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk appetite) และระดับความเบี่ยงเบนจากเกณฑ์ที่ทำให้บริษัทมั่นใจว่าบริษัทได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงให้อยู่ภายในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Risk tolerance)
- มีการประเมินโอกาสที่จะเกิดและผลกระทบของความเสี่ยงที่สำคัญ เช่น

โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง

โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง	ความถี่โดยเฉลี่ย	คะแนน
สูงมาก	1 เดือนต่อครั้งหรือมากกว่า	5
สูง	1-6 เดือนต่อครั้งแต่ไม่เกิน 5 ครั้ง	4
ปานกลาง	1 ปีต่อครั้ง	3
น้อย	2-3 ปีต่อครั้ง	2
น้อยมาก	5 ปีต่อครั้ง	1

ผลกระทบของความเสี่ยงต่อการปฏิบัติงาน เช่น

ผลกระทบ	มูลค่าความเสียหาย	คะแนน
สูงมาก	ใช้ระบบไม่ได้ทั้งหมด (Front+Back)	5
สูง	ใช้ระบบไม่ได้ Front-office ทั้งหมด	4
ปานกลาง	ใช้ระบบไม่ได้ Back-office ทั้งหมด	3
น้อย	ใช้ระบบไม่ได้ 1-20 ผู้ใช้งาน	2
น้อยมาก	ใช้ระบบไม่ได้ เฉพาะเครื่อง	1

แผนการบริหารความเสี่ยง (Mitigation plan)

บริษัทได้กำหนดให้ทุกหน่วยงาน วิเคราะห์สาเหตุและผลกระทบของความเสี่ยง และประเมินมาตรการจัดการความเสี่ยง โดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่ยอมรับได้และต้นทุนที่เกิดขึ้นเพื่อเปรียบเทียบกับผลประโยชน์ที่จะได้รับเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาทางเลือกในการตอบสนองความเสี่ยง ดังนี้

- การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง คือ การหยุด หรือเลือกที่จะไม่ทำกิจกรรมที่มีความเสี่ยง ใช้ในกรณีที่ความเสี่ยงมีความรุนแรงสูง ไม่สามารถหาวิธีลด/จัดการให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

- การลดความเสี่ยง คือ การควบคุมกิจกรรมเพื่อลดโอกาสการเกิดความเสี่ยงและ/หรือ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ เช่น การเตรียมแผนฉุกเฉิน
- การโอนความเสี่ยง คือ การถ่ายโอนความเสี่ยง โดยให้ผู้อื่นรับผิดชอบความเสียหายผ่านกลไกต่าง ๆ
- การยอมรับความเสี่ยง ความเสี่ยงที่เหลืออยู่ในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยไม่ต้องดำเนินการใด ๆ เพื่อลดโอกาสหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นอีก ใช้กับกรณีความเสี่ยงที่ต้นทุนของมาตรการจัดการสูงไม่คุ้มกับประโยชน์ที่ได้รับ

จากผลการวิเคราะห์ความเสี่ยง บริษัทได้มีแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงและส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานตระหนักและเข้าใจถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงและระบบการควบคุมภายในว่าเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการความเสี่ยงเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างเป็นระบบ

การติดตามและประเมินผลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

บริษัทได้มีระบบการติดตามประเมินผลการบริหารความเสี่ยงทั้งในระดับหน่วยงานและระดับองค์กรตามกรอบมาตรฐานสากลอย่างเป็นระบบครอบคลุมกิจกรรมหลักและความเสี่ยงในทุกๆ ด้าน โดยจัดให้มีการระบุปัจจัยและเหตุที่มาของความเสี่ยง มีการประเมิน วิเคราะห์ จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง มีการจัดการ ติดตาม ประเมินผลการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายเป็นสำคัญ และอยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยมีการรายงานผลการดำเนินงานดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริษัททุกไตรมาสเพื่อรับทราบและให้ข้อคิดเห็นในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัท

การบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ ในธุรกิจปัจจุบันเป็นไปอย่างผันผวนและรวดเร็ว ดังนั้น บริษัทจึงต้องเฝ้าติดตามปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยมีการทบทวนประเมินความเสี่ยงและวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจขององค์กรประจำปีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการพัฒนามาตรการรองรับและสามารถตอบสนองต่อความเสี่ยงได้ทันทั่วทั้ง โดยในปี 2563 ที่ผ่านมา มีความเสี่ยงเกิดใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ (Emerging Risks) 2 ประเภท คือ ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) และความเสี่ยงด้านความมั่นคงและความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security)

บริษัทมีแผนการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อลดผลกระทบของความเสี่ยงดังกล่าว รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และแนวทางบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวในเอกสารรายงานต่อสาธารณะ ดังนี้

ปัจจัยความเสี่ยงใหม่ระดับองค์กร	มาตรการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ
1. ความเสี่ยงด้านความมั่นคงและความปลอดภัยทาง ไซเบอร์ (Cyber Security) การพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลที่มากขึ้นอาจนำมาสู่ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยคุกคามไซเบอร์ (Cyber Threat) ทั้งระบบการบริการและโครงข่ายปฏิบัติงานที่ต้องเชื่อมโยงกับโครงข่ายอินเทอร์เน็ตอาจถูกโจรกรรมข้อมูลสำคัญต่าง ๆ หรือทำให้ระบบการบริการเกิดการหยุดชะงักได้ ซึ่งจะกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท	<p>บริษัทเฝ้าระวังภัยคุกคามไซเบอร์อย่างต่อเนื่องผ่านมาตรการสำคัญ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ติดตามและเฝ้าระวังภัยคุกคามใหม่ ๆ ทั้งในส่วนระบบข้อมูลและระบบงานบริการ รวมทั้งทำการทดสอบและตรวจประเมินระบบเป็นประจำ เพื่อให้สามารถวางแผนป้องกันเชิงรุกก่อนที่จะถูกโจมตี 2. ซ้อมแผนรับมือภัยคุกคามการโจมตีด้านไซเบอร์และแผนการกู้คืนระบบสารสนเทศกรณีเกิดเหตุภัยพิบัติเป็นประจำ เพื่อให้สามารถรับมือกับ เหตุการณ์ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ลดทอนความเสียหายของระบบสารสนเทศ 3. จัดทำระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศตามมาตรฐานสากล และแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยของสินทรัพย์ตามมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับไซเบอร์โดยเฉพาะ

ปัจจัยความเสี่ยงใหม่ระดับองค์กร	มาตรการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ
	4. สร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคาม เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติการป้องกัน และกฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง
<p>2. ปัจจัยความเสี่ยงจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Digital Technology Transformation: Business Impact of Technological Advances)</p> <p>ปัจจุบันทั้งเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัลมีแนวโน้มพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทำให้บริษัทต้องมีการปรับตัวที่รวดเร็วให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเพื่อความอยู่รอดและสร้างโอกาสทางธุรกิจผลกระทบที่สำคัญคือการที่โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและดิจิทัลรวมทั้งความสามารถของบุคลากรไม่สอดคล้องต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของลูกค้า</p>	<p>บริษัทได้ดำเนินการบริหารจัดการผลกระทบจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่อธุรกิจบริษัท ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แสวงหาโอกาสและแนวทางต่อยอดด้านนวัตกรรม เช่น การพัฒนาระบบในการให้บริการลูกค้าแบบออนไลน์ที่สะดวก รวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลด้วยการให้บริการที่พร้อมด้วยการหาข้อมูลการซื้อประกันภัย การชำระเบี้ย การขอรับเอกสาร และมีโครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่ช่วยในการวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลลูกค้า รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ทั้งด้าน Hardware และ Software 2. ติดตามศึกษาความเป็นไปได้ รวมถึงพัฒนาปรับปรุงกระบวนการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบันและธุรกิจที่ต่อยอดหรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันให้สามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ 3. มีจัดตั้งหน่วยงานเพื่อดูแลด้านการปฏิรูปธุรกิจสู่ความเป็นเลิศรองรับการปรับเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Transformation) คือ สายงาน Digital Transformation เพื่อให้บริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

การจัดการภาวะวิกฤต

ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจของบริษัทต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่สำคัญในหลายๆ ด้าน ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบแล้วก็ตามแต่ก็มีปัจจัยเสี่ยงบางประการที่ไม่สามารถป้องกันได้ เช่น ปัจจัยเสี่ยงจากภัยคุกคามจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงปัจจัยเสี่ยงจากการก่อการร้าย วิศวกรรม การโจมตีทางไซเบอร์ และการเกิดโรคระบาด เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเสี่ยงดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ชื่อเสียงและความเชื่อมั่นต่อบริษัท

บริษัทได้ตระหนักถึงการจัดการภาวะวิกฤตต่างๆ จึงได้จัดทำแผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ในระดับองค์กร เพื่อรับมือความเสี่ยงที่สำคัญ ภายใต้แนวคิดการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ ตามวงจรการบริหารความต่อเนื่อง (BCM Life Cycle) ดังนี้

1. การบริหารโครงการจัดการความต่อเนื่อง (BCM Program Management)
2. การศึกษาและทำความเข้าใจองค์กร (Understanding the Organization)
3. การกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความต่อเนื่อง BCM (Determining BCM Strategy)
4. การพัฒนาและเตรียมการตอบสนองต่อเหตุการณ์ในภาวะฉุกเฉิน (Developing and Implementing BCM Response)
5. การทดสอบ ปรับปรุง และทบทวนแผน (Exercising Maintaining and Reviewing)
6. การปลูกฝัง BCM ให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร (Embedding BCM in the Organization's Culture)

จากการวิเคราะห์กระบวนการดังกล่าว บริษัทได้กำหนดภัยคุกคามที่วิกฤตและแนวทางในการควบคุมความเสี่ยงที่ได้ดำเนินการไป ดังนี้

ภัยคุกคาม	แผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
<p>1. กรณีที่ไม่สามารถเข้ามาทำงานที่บริษัทได้ตามปกติ ด้วยสาเหตุจาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - อุทกภัย - อัคคีภัย - เหตุการณ์ชุมนุม ประท้วง เกิดการจลาจล - โรคระบาด เช่น โควิด 19 	<p>1. มีการจัดทำแผน BCP รองรับเหตุการณ์ดังกล่าวไว้อย่างเป็นระบบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีทีมงานผู้รับผิดชอบ - ระบุผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน / การให้บริการ - ความต้องการใช้ทรัพยากร - กำหนดแนวทางการบริหารความต่อเนื่อง <p>ด้านอาคาร / สถานที่ปฏิบัติงานสำรอง</p> <p>ด้านวัสดุอุปกรณ์</p> <p>ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ / ข้อมูลที่สำคัญ</p> <p>ด้านบุคลากร</p> <p>ด้านคู่ค้า</p> <p>2. กำหนดกระบวนการแจ้งเหตุฉุกเฉิน</p> <p>3. กำหนดขั้นตอนการบริหารความต่อเนื่องและกอบกู้กระบวนการปกติ</p>
<p>2. ไฟฟ้าขัดข้อง/ ไฟดับ</p> <p>เกิดจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่นภัยธรรมชาติ ต้นไม้ล้มพาดสายไฟ อุปกรณ์เหตุรถชนเสาไฟฟ้า หม้อแปลงระเบิด</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ปัจจุบันมีเครื่อง UPS สำรองไฟดับได้ไม่เกินครึ่งชั่วโมง - ได้ดำเนินการตามแผนติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรอง แก่ไขกรณีไฟฟ้าเกิดขัดข้อง โดยได้ติดตั้งระบบและทดสอบ พร้อมใช้งานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในปี 2563

การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk culture)

การสร้างวัฒนธรรมความเสี่ยงเป็นการปลูกฝังความโปร่งใสและการรับรู้ถึงความเสี่ยงให้เข้ากับวัฒนธรรมของบริษัท โดยบริษัทได้มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมการจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน โดยบริษัท ได้สร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงจากนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยง โครงสร้างในการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง รวมถึงการติดตามความคืบหน้าของการบริหารความเสี่ยงในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำแนวทางวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง บังคับใช้ทั่วทั้งองค์กร ซึ่งแนวทางดังกล่าว ได้แก่

- 1) การกำกับดูแลความเสี่ยง มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงกำกับด้ำนนโยบายความเสี่ยง และมีประธานบริหารความเสี่ยง (CRO) รับผิดชอบในระดับปฏิบัติการ
- 2) ภาวะผู้นำทำเป็นตัวอย่าง ผู้บริหารในระดับสูงทุกหน่วยงานรับผิดชอบบริหารจัดการความเสี่ยงของสายงานตนเอง
- 3) มีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน
- 4) มีเทคนิคการบริหารความเสี่ยง มีระบบการดำเนินงานด้านความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรภายใต้แบบรูปแบบและแบบฟอร์มที่เหมือนกัน
- 5) มีการสื่อสารด้านความเสี่ยง ให้พนักงานได้รับทราบถึงแนวทางดำเนินงานและผลการดำเนินอย่างต่อเนื่อง
- 6) มีการเผยแพร่ความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงด้วยการจัดการอบรมแก่พนักงานในบริษัทในแต่ละระดับ

TQM ตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยง เป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยให้บริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์อย่างยั่งยืน บริษัทได้วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงสำคัญที่มีผลกระทบต่อบริษัท แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์และข้อบังคับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจของบริษัท
3. ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance: ESG)

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดแนวทางป้องกัน และบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อลดโอกาสการเกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ สร้างความมั่นใจให้กับผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย ช่วยให้ผู้บริหารมีการตัดสินใจที่ดีขึ้น รวมทั้งการมีโอกาที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท ปัจจุบันความเสี่ยงหลักของบริษัทได้แก่ปัจจัยดังต่อไปนี้

3.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์และข้อบังคับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk)

3.1.1 กรณีที่บริษัทย่อยไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับ และประกาศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ทั้งที่เป็นกฎหมาย ข้อบังคับ และประกาศที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่จะมีการแก้ไขเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต อันอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของบริษัท การถูกลงโทษ และถูกปรับเป็นตัวเงินหรือการเสียโอกาสทางธุรกิจ

กฎหมายปัจจุบันที่ใช้บังคับเพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิตของบริษัทย่อย ได้แก่ พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 (ตามที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 (ตามที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) โดยบริษัทย่อยต้องดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวรวมทั้งกฎหมายรองซึ่งหน่วยงานที่กำกับดูแลได้แก่สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ได้กำหนดวางหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนายหน้าประกันภัยและนายหน้าประกันชีวิตในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- การออกใบอนุญาตและการต่ออายุใบอนุญาตให้นิติบุคคลเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิต
- การขออนุญาต การอนุญาต และการต่ออายุใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิต
- การเก็บเบี้ยประกันวินาศภัย และเบี้ยประกันชีวิต
- การยื่นรายงานเกี่ยวกับผลการประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิต
- การกำหนดอัตราค่าจ้างหรือค่าบำเหน็จสำหรับนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิต
- การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยและการปฏิบัติหน้าที่ของนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิต
- กำหนดแบบและรายการสมุดทะเบียนเกี่ยวกับธุรกิจของนายหน้าประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันชีวิต

บริษัทย่อยมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในเรื่องต่าง ๆ ข้างต้นตามที่กฎหมาย กฏระเบียบและนโยบายการบังคับตามกฎหมายของประเทศไทยกำหนดไว้อย่างเคร่งครัดและกฎหมายดังกล่าวได้

มีการปรับปรุงแก้ไขอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้มีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม กลุ่มบริษัทได้จัดให้มีหน่วยงานกฎหมายเป็นผู้ติดตามข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มบริษัทสามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องตามข้อบังคับของกฎหมายใหม่ตลอดเวลา

จากความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทและบริษัทย่อยจึงได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามกฎหมายข้อบังคับของคปท.ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิตอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งมีการกำหนดมาตรการกำกับดูแลการดำเนินงานอย่างเคร่งครัด โดยที่ผ่านมามีบริษัทย่อยจะถูกสุ่มตรวจสอบจากสำนักงานคปท.ว่าได้ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับและประกาศที่เกี่ยวข้องครบถ้วนหรือไม่ โดยที่ผ่านมามีบริษัทย่อยได้รับบันทึกผลการตรวจสอบนายหน้าประกันวินาศภัยนิติบุคคลจากสำนักงานคปท.ซึ่งระบุว่าได้ถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องครบถ้วนมาโดยตลอด ส่งผลให้ที่ผ่านมามีบริษัทย่อยได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยทางตรงและต่อและใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตทางตรงรวมทั้งได้รับการต่อใบอนุญาตมาอย่างต่อเนื่อง รวมระยะเวลา 16 ปี สำหรับใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัยทางตรงและรวมระยะเวลา 10 ปี สำหรับใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิตทางตรง นอกจากนี้บริษัทและบริษัทย่อยยังไม่เคยมีข้อพิพาทใด ๆ กับคปท.จนเกิดเป็นคดีฟ้องร้องในชั้นศาลแต่อย่างใด

3.1.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

การประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิตของบริษัทย่อย จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล ตัวอย่าง เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล สถานภาพสมรส รายได้ อันเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่ทำให้สามารถระบุตัวตนบุคคลนั้นได้ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม และถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลตามความหมายของพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562

บริษัทได้มีมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงในเรื่องนี้ แม้ว่าในปัจจุบันพรบ.ยังไม่มีผลบังคับใช้ โดยการให้ความรู้ความเข้าใจในพรบ.แก่ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทย่อยที่ได้รับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ามาโดยวิธีใด ๆ ก็ตาม รวมถึงการได้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจากพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทย่อย ต้องตระหนักถึงหลักการของพรบ.โดยเฉพาะในส่วนของการรวบรวม จัดเก็บ การได้มาโดยบริษัทย่อยได้ดำเนินการขอความยินยอมในการรวบรวมและใช้ข้อมูลดังกล่าวในการดำเนินธุรกิจเสนอผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยและประกันชีวิตและการร่วมกิจกรรมอื่น ๆ อีกทั้งได้ใช้ความระมัดระวังในการได้มาซึ่งข้อมูลจากพันธมิตรทางธุรกิจโดยได้ดำเนินการให้พันธมิตรทางธุรกิจให้คำรับรองความถูกต้องของการได้มาซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลที่พันธมิตรทางธุรกิจจัดหาให้แก่บริษัทย่อย และให้ทำสัญญาในการรับผิดชอบใช้ค่าเสียหายหากมีการฟ้องร้อง หรือเกิดความเสียหายจากการใช้ข้อมูลที่พันธมิตรทางธุรกิจจัดหาให้

3.2 ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจของบริษัท

3.2.1 การมีคู่ค้ารายใหญ่

ในปี 2563 กลุ่มบริษัทมีรายได้หลักจากบริษัทประกันภัยคู่ค้ารายใหญ่ (มีมูลค่าเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ของกิจการ) จำนวน 4 ราย จากส่วนงานธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย บริษัทและบริษัทย่อยได้ให้ความสำคัญในการคัดเลือกและสรรหาคู่ค้าที่มีฐานะการเงินที่มั่นคง มีความน่าเชื่อถือ มีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในธุรกิจประกันภัย มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างคุ้มค่า มีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ ยุติธรรม และเชื่อถือได้ นอกจากนั้นบริษัทยังได้ให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับบริษัทประกันภัยคู่ค้า ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์หลักของบริษัท โดยการบริหารและพัฒนาความสัมพันธ์ในลักษณะของพันธมิตรที่จะคอยให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหาร

ยอดขายและเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยประเภทต่าง ๆ หลากหลายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า และสามารถนำมาต่อยอดกับธุรกิจประกันภัย และเสริมสร้างความสัมพันธ์อันยั่งยืนกับบริษัทประกันภัยคู่ค้าที่สำคัญได้ในระยะยาว

3.2.2 ความเสี่ยงในการจัดหาบุคลากร

ธุรกิจนายหน้าประกันภัยเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการประกอบธุรกิจ และต้องใช้นักวิชาการที่มีใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัย หรือใบอนุญาตนายหน้าประกันชีวิต โดยบุคลากรต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและรายละเอียดของเงื่อนไขการรับประกันภัย อีกทั้งต้องมีทักษะในการสื่อสารการขาย บริษัทต้องสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพให้มีปริมาณที่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสรรหานายหน้าขายประกันผ่านทางโทรศัพท์ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการขายประกันของบริษัทโดยที่ในปัจจุบันอัตราการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์มีอัตราค่อนข้างสูง ส่งผลกระทบต่อการสูญเสียโอกาสในการขาย และการเสียบุคลากรที่มีความสามารถมีประสบการณ์ ทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการสรรหาและพัฒนาเพิ่มขึ้น รวมทั้งกรณีบุคลากรถูกดึงตัวไปโดยบริษัทคู่แข่ง ทำให้เกิดผลเสียแก่บริษัท

กลุ่มบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคลและแนวทางการลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการจัดหาบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถเข้ามาร่วมพัฒนาบริษัท รวมทั้งการเสริมสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน การสร้างสิ่งจูงใจต่าง ๆ เช่น ด้านผลตอบแทน ค่าล่วงเวลา เบี้ยขยัน ค่าวิชาชีพ ค่าตำแหน่ง รวมทั้งสวัสดิการที่ดี มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน พร้อมกันนั้นกลุ่มบริษัทได้มุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยมีศูนย์การเรียนรู้เป็นหน่วยงานรับผิดชอบ จัดทำแผนการพัฒนาประจำปีรวมทั้งการส่งเสริมให้ความรู้แก่พนักงานขายเพื่อสอบใบอนุญาตนายหน้าประกันภัย โดยจะมีการฝึกอบรมเป็นประจำทุกเดือน สำหรับพนักงานในต่างจังหวัด บริษัทจะส่งวิทยากรไปฝึกอบรมรวมถึงการจัดสอบใบอนุญาตนายหน้าประกันภัยที่ภูมิกาศนั้น ๆ รวมทั้งมีหลักสูตรอื่น ๆ ที่เป็นหลักสูตรเฉพาะเรื่อง (Ad-hoc) ที่กลุ่มบริษัทมีความเห็นเหมาะสมให้แก่พนักงาน เช่น วิทยากรภายนอกมาอบรมเสริมสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้แก่พนักงานทุกระดับ การพัฒนาทักษะการขายประกันภัย การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ประกันภัยอย่างแท้จริง เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทมีการพัฒนาทักษะและความรู้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลุ่มบริษัทได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านการส่งเสริมและพัฒนาฝีมือแรงงานจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาบุคลากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทในการที่จะเป็นผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัยและการเงินอย่างครบวงจร

3.2.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

ในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมประกันภัยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคมการก้าวกระโดดของเทคโนโลยีและภัยคุกคามจากไวรัสโควิด-19 ได้เป็นตัวเร่งพฤติกรรมผู้บริโภคเข้าสู่ยุค New Normal การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งพฤติกรรมการซื้อสินค้าและการบริการรวมทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ โดยหันมาใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียและอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

บริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยได้ให้ความสำคัญกับการศึกษา และติดตามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน โดยมีเป้าหมายขององค์กรที่ชัดเจนในการเป็นผู้นำ Digital Insurance Broker in Region มีการทำการตลาดออนไลน์ในแต่ละด้านและพัฒนาช่องทางการขายให้มีศักยภาพและมีความหลากหลายมากขึ้น รองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง โดยการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านทางออนไลน์

นอกจากนั้นบริษัทได้มีการจัดเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการสนับสนุนให้บริษัทมีการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนและมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยพัฒนาและปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ร่วมกับบริษัทประกันภัยคู่ค้า มีการแบ่งส่วนการตลาดของลูกค้าเพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการและ พฤติกรรมของลูกค้าเป็นหลัก รวมทั้งการสอบถามความต้องการของลูกค้าโดยตรงเพื่อให้ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ ทราบความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง ที่สามารถนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้

3.2.4 ความเสี่ยงจากสถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนายหน้าประกันภัยและคู่แข่งรายใหม่

ธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิต มีผู้ประกอบการทั้งบริษัทขนาดใหญ่และขนาดเล็กจำนวนมากที่เป็นนิติบุคคล ในปี 2562 จำนวน 742 บริษัท รวมถึงนายหน้าประกันภัยประเภทบุคคลธรรมดา อีกจำนวน มากกว่า 200,000 ราย

ดังนั้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัท บริษัทได้มีการวางตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจน โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ในวงกว้างเนื่องจากกลุ่มบริษัทมีผลิตภัณฑ์ ประกันภัยที่หลากหลาย ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบรูปแบบประกันภัย พิจารณาราคากรมธรรม์ของแต่ละบริษัท ประกันได้ ตลอดจนมีพนักงานขายที่ได้รับใบอนุญาตนายหน้าประกันภัยที่ได้รับการฝึกอบรมให้เข้าใจรูปแบบของ ประกันภัยที่ตนขายทำให้ลูกค้าสามารถสอบถามและหาประกันภัยที่สอดคล้องกับความต้องการของตนได้ รวมทั้ง การพัฒนาให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ มีมาตรฐานในการให้บริการลูกค้า และบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ในการ แข่งขัน เช่น การร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากความต้องการของลูกค้าร่วมกับบริษัทประกันภัยคู่ค้า เพื่อให้ตอบ โจทย์ความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น การบริการหลังการขาย การเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าพร้อมด้วยสาขาที่ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้สามารถทำธุรกรรมกับ ลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็วซึ่งเป็นจุดแข็งที่สำคัญของกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัทมีช่องทางการขายผ่านทาง โทรศัพท์ การขายตรง การขายออนไลน์ รวมถึงการพัฒนาช่องทางการขายในรูปแบบใหม่ OMNI Channel เพื่อให้ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งการจัด กิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการทำการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการ บริการหลังการขาย เพื่อมุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เช่น การอำนวยความสะดวกในการติดต่อ ประสานงานกับศูนย์ซ่อมรถ การให้คำปรึกษาในการเคลมประกัน การจัดหารถยนต์ให้ในกรณีที่ลูกค้าของกลุ่ม บริษัทเป็นฝ่ายถูก การให้บริการรับแจ้งเหตุจากลูกค้า และการให้คำแนะนำในเรื่องการเรียกร้องค่าสินไหม การ คุ่มครองตามเงื่อนไขของกรมธรรม์ กลยุทธ์ต่าง ๆ ดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท

ในด้านคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิต จะต้องขึ้น ทะเบียนและขอใบอนุญาตเป็นนายหน้าวินาศภัยและประกันชีวิต ซึ่งในปัจจุบันการขึ้นทะเบียนธุรกิจนายหน้า ประกันภัยทำได้ค่อนข้างยากและมีระเบียบข้อกำหนดที่เข้มงวด ต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การ ยื่นขอรับใบอนุญาต การทดสอบความรู้ ทำให้คู่แข่งรายใหม่ไม่สามารถเข้ามาได้อย่างง่าย ๆ นอกจากนี้ การที่ ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกซื้อประกันภัยกับบริษัทนายหน้าประกันภัย จะต้องอาศัยความน่าเชื่อถือของบริษัท จึงจะ

ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าซึ่งนายหน้ารายใหม่ที่จะเข้ามา ต้องใช้เวลาในการสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจจากลูกค้า นอกจากนั้นบริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมและดำเนินการในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีอย่างสม่ำเสมอจึงมีชื่อเสียงภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีน่าเชื่อถือ ช่วยลดความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนายหน้าประกันภัยและคู่แข่งรายใหม่ได้เป็นอย่างดี

3.2.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของบริษัทประกันวินาศภัยหรือบริษัทประกันชีวิต

บริษัทดำเนินธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัยและประกันชีวิต ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัยจากบริษัทประกันวินาศภัยและบริษัทประกันชีวิตให้แก่ลูกค้า ดังนั้นหากบริษัทประกันซึ่งเป็นคู่ค้าหลักมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายในการรับประกัน เช่น ค่าเบี้ยประกันภัย วงเงินความคุ้มครอง อัตราค่านายหน้า การเปลี่ยนแปลงช่องทางการขาย หรือการไม่ต่ออายุสัญญา หรือการไปเสนอขายประกันกับลูกค้าโดยตรง ย่อมจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท เนื่องจากบริษัทไม่ได้มีผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่เป็นของตัวเอง

บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงดังกล่าวที่อาจเกิดขึ้น จึงได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับบริษัทประกันภัยคู่ค้าที่เป็นพันธมิตรหลากหลายบริษัท ได้มีการประชุมหารือกำหนดนโยบายของกลุ่มบริษัทที่มีต่อบริษัทประกันคู่ค้าเพื่อหาแนวทางปฏิบัติงานระหว่างกันตั้งแต่ออกเริ่มดำเนินธุรกิจ มีการจัดประชุมกำหนดแผนงานและเป้าหมายร่วมกันเป็นประจำทุกปี เพื่อจะได้ทราบถึงทิศทางในการดำเนินงาน การปรับแผนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท รวมทั้งการติดตามผลการดำเนินงานร่วมกัน การร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน อันจะทำให้ได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย ส่งผลถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทประกันภัยคู่ค้าที่สามารถดำเนินงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงอำนาจการต่อรองทางธุรกิจที่เป็นธรรม

3.2.6 ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง

กลุ่มบริษัทประกอบธุรกิจนายหน้าประกันภัย และติดต่อสื่อสารกับลูกค้า บริษัทประกันที่เป็นคู่ค้าสาธารณชน ภายใต้ตราสินค้า (Brand) TQM ดังนั้นหากมีการเผยแพร่ข้อมูลที่ทำให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อชื่อเสียงและตราสินค้าของกลุ่มบริษัท ไม่ว่าจะเป็นจริงหรือเท็จ อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น การตัดสินใจซื้อประกันของลูกค้า ซึ่งเรื่องดังกล่าวอาจเกิดจากการร้องเรียนของลูกค้าในเรื่องผลิตภัณฑ์หรืองานบริการซึ่งเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเป็นผลกระทบทางลบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง การดำเนินธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจ และฐานะการเงินของบริษัท

ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง เกี่ยวข้องกับการรับรู้ (Perception) ของลูกค้า คู่ค้าและสาธารณชน ซึ่งยากแก่การระบุหรือประเมินได้อย่างชัดเจน เพราะอาจจะได้รับอิทธิพลหรือเกี่ยวข้องกับประเด็นปัจจัยภายในบริษัท การสื่อสารของคู่แข่ง รวมถึงความคาดหวังที่มีต่อกลุ่มบริษัทเป็นการเฉพาะด้วย และด้านปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ในการบริหารความเสี่ยงด้านชื่อเสียง กลุ่มบริษัทได้ยึดหลักการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูงและพนักงานทุกคนเป็นสำคัญ เพื่อให้ได้รับข้อมูลจากหลายแง่มุมและหลากหลายประสบการณ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการประเมินความเสี่ยงด้านชื่อเสียงที่อาจเกิดขึ้นได้

บริษัทได้กำหนดให้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบในการเป็นศูนย์กลางในการติดตามและประสานงานกับกลุ่มงานต่าง ๆ ในด้านการรับเรื่องร้องเรียน และการจัดการข้อร้องเรียนในประเด็นต่าง ๆ เช่น ธุรกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง เหตุการณ์ที่เป็นการเสื่อมเสียอันเกิดจากพนักงาน ข่าวสารในเชิงลบของกลุ่มบริษัทที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ สถานะความแข็งแกร่งทางการเงินและความน่าเชื่อถือของกลุ่มบริษัท โดยบริษัทได้กำหนดขั้นตอนในการบริหารเรื่องร้องเรียน ดังนี้

1. กำหนดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ช่องทาง Online และ Offline เช่น โทรศัพท์ผ่านหมายเลข Hotline 1737 และ 02-1198888 ทางจดหมายทาง www.tqmcorp.co.th ทางอีเมล เฟสบุ๊ค (Facebook) และการติดตามทางช่องทางสาธารณะอื่น ๆ เช่น Pantip.com หรือ เว็บไซต์อื่น ๆ
2. จัดให้มีหน่วยงานคือฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการรับและบันทึกข้อร้องเรียน
3. ประเมินประเภทปัญหา ประเมินความรุนแรงของผลกระทบต่อข้อร้องเรียน
4. วิเคราะห์ทวนสอบสาเหตุ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขข้อร้องเรียน ปิดคำร้องเรียนและกำหนดมาตรการป้องกันไม่ให้เรื่องดังกล่าวเกิดขึ้นอีก

ในกรณีที่มีการแจ้งการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามกฎระเบียบขององค์กรกำกับดูแลหรือการถูกร้องทุกข์จากลูกค้าหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพและบริการของกลุ่มบริษัททั้งที่ได้รับแจ้งโดยตรงกับกลุ่มบริษัทและได้รับเรื่องร้องเรียนผ่านคปภ.ฝ่ายกฎหมายจะทำหน้าที่ติดตามและประสานงานกับฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ในการทวนสอบปิดเรื่องร้องเรียนต่อไป

3.3 ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.3.1 ความเสี่ยงจากพัฒนาการของเทคโนโลยี

ในปัจจุบันการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ ได้เข้ามามีบทบาทในธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจนายหน้าประกันภัยของบริษัท ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถปรับองค์กรไม่สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ได้ อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท ทำให้สูญเสียโอกาสในการดำเนินธุรกิจหรือตามคู่แข่งไม่ทัน รวมทั้งสูญเสียลูกค้าเนื่องจากไม่สามารถตอบสนองพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของลูกค้าได้ และความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบันถือเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งและจัดอยู่ในกลุ่มความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

บริษัทได้มีมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงในเรื่องนี้ โดยได้ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลาโดยการจัดทำโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบต่าง ๆ เช่น ระบบช่วยในการให้บริการลูกค้าแบบออนไลน์ที่สะดวกและรวดเร็วตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ด้วยการให้บริการที่มีพร้อมตั้งแต่การหาข้อมูลการซื้อประกัน การชำระเบี้ย จนถึงการรับเรื่องขอเอกสาร และยังมีโครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่ช่วยในการวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการค้นคว้าและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้านเน็ตเวิร์ค ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์มาใช้เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายของบริษัท

3.3.2 ความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐานที่ดี

การรักษาความปลอดภัยของระบบข้อมูล /ระบบสำรองข้อมูล ในปัจจุบัน ข้อมูลอาจถูกโจรกรรมหรือสูญหาย/เสียหายได้จึงต้องมีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยและการรักษาความลับของข้อมูล รวมถึงการสำรองข้อมูล

แผนการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทได้ดำเนิน เช่นการกำหนดสิทธิการเข้าถึง การใช้งาน / การสำรองข้อมูลด้วยระบบ Veeam Backup และมีการสำรองข้อมูลขึ้นเทป Backup ส่งไปจัดเก็บภายนอกบริษัท ซึ่งการดำเนินการเป็นการลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้คือสามารถกู้คืนระบบให้กลับคืนสู่สภาพปกติภายในระยะเวลาที่กำหนด ทำให้ธุรกิจไม่เกิดความเสียหาย

การกำหนดมาตรการควบคุมและการตรวจสอบระบบคอมพิวเตอร์อย่างสม่ำเสมอ ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขป้องกันความเสี่ยงจากภัยคุกคามใหม่ ๆ โดยการตรวจหาช่องโหว่ของระบบ การป้องกันทำโดยทดสอบเจาะระบบมีกระบวนการและเครื่องมือในการประเมินช่องโหว่ (vulnerability assessment) และติดตามการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขทดสอบ

แผนสำรองฉุกเฉินมีแนวทางรองรับเหตุการณ์ผิดปกติที่ระบบเกิดความเสียหาย โดยที่ธุรกิจ ยังดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง มีการทดสอบแผนฉุกเฉิน DRP (IT Disaster Recovery Planning) ผู้ระบบในกรณีระบบล่ม (System Down) ของสำนักงานเทคโนโลยีสารสนเทศ

3.3.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในปัจจุบันระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัททั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีความสำคัญและเป็นที่ต้องการขององค์กรต่าง ๆ จึงทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่จะเสียบุคลากรฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศไป หรือมีความเสี่ยงที่บริษัทจะไม่สามารถหาบุคลากรได้อย่างเพียงพอหรือไม่สามารถสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติและความเหมาะสมมาทดแทนบุคลากรดังกล่าวได้ และอาจต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการว่าจ้างและฝึกอบรมบุคลากรใหม่ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจและการขยายตัวของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจุบันบุคลากรในสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นพนักงานประจำบริษัทแคสแมท จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในกลุ่มทีคิวเอ็ม เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มบริษัท โดยบริษัทแคสแมท ได้ให้ความสำคัญต่อการสรรหา รักษาและพัฒนาบุคลากร โดยการจ่ายค่าตอบแทนในอัตราที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับในอุตสาหกรรม มีการสร้างสิ่งจูงใจต่าง ๆ และการให้สวัสดิการที่ดี และมีการสนับสนุนการฝึกอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน พร้อมทั้งบริษัทได้ร่วมทุนกับกลุ่มเทคโนโลยีในบริษัททีคิวแอลดี จำกัด ซึ่งมีความชำนาญและเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่อีกด้วย

3.4 ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance: ESG)

3.4.1 ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Risk)

ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทได้แก่การจัดการของเสียจากอาคาร และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การใช้น้ำ ไฟ ของเสียจากอาคารได้แก่น้ำที่ใช้ภายในอาคาร และขยะจากสำนักงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวผู้บริหารได้กำหนดเป็นนโยบายไว้อย่างชัดเจนในวิสัยทัศน์องค์กร **ผู้นำด้านที่ปรึกษาประกันภัยและการเงิน ด้วยคุณภาพ ความยั่งยืน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และตอบแทนสังคม** ได้มีการถ่ายทอดนโยบายดังกล่าวไปยังพนักงานทุกคนในองค์กรให้ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติอย่างเคร่งครัด บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบในการดำเนินงานด้าน ESG และตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ารวมทั้งการมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ได้รณรงค์ให้พนักงานทุกคนร่วมกันประหยัดพลังงาน ควบคุมการใช้น้ำและไฟฟ้า รวมทั้งการเปลี่ยนหลอดไฟในอาคารให้เป็นหลอดประหยัดพลังงาน บริษัทได้จัดทำโครงการ E- Document รณรงค์ให้พนักงานลดการใช้กระดาษในการทำงานโดยนำส่งเอกสาร รายงาน หรือเอกสารนำเสนอต่าง ๆ ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์แทนและรณรงค์ให้ทุกหน่วยงานคัดแยกกระดาษเพื่อกลับนำมาใช้ใหม่ (Reuse) ลดการใช้ถุงพลาสติก มีการคัดแยกขยะ ควบคุมน้ำใช้จากอาคาร โดยมีระบบบำบัดน้ำเสียและการตรวจสอบสภาพน้ำที่ปล่อยออกจากอาคารเพื่อควบคุมให้ได้ค่าตามมาตรฐานและมีการตรวจสอบติดตามเป็นระยะ ตลอดจนนำระบบ 5

มาใช้ในการบริหารจัดการสร้างวินัยพื้นฐานให้พนักงานมีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่ทำงานในมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยไม่สะสมของใช้ที่ไม่จำเป็น นอกจากนี้บริษัทยังได้กำหนดแผนการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบต่อไป

3.4.2 ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk)

ความเสี่ยงด้านสังคมของบริษัทได้แก่ผลกระทบต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท โดยในกลุ่มของชุมชนในพื้นที่ของสำนักงานใหญ่ จะมีผลกระทบด้านการแออัดของการจราจรในช่วงเช้าและเย็นจากการจราจรเข้าออกของพนักงานและลูกค้า

บริษัทได้คำนึงถึงการดำเนินธุรกิจตามหลักสิทธิมนุษยชน เน้นการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน ในด้านพนักงานได้มุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจและทิศทางของบริษัทในการก้าวสู่การเป็น Number 1 Digital Insurance Broker in Regional. ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน และได้ให้ความสำคัญของความเสมอภาคทางเพศ (Gender Equality) ความเท่าเทียมกันในด้านศาสนา ถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา และคนพิการซึ่งบริษัทจัดให้มีห้องน้ำและทางเลื่อนสำหรับคนพิการ

ในด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าบริษัทมีเป้าหมายที่จะทำให้ประชาชนโดยทั่วไปเข้าถึงการประกันภัยเป็นที่ปรึกษาในการเลือกผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่เหมาะสมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับลูกค้า บริษัทกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบดูแลความพึงพอใจของลูกค้า การรับเรื่องร้องเรียนและการวิเคราะห์ทวนสอบแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนของลูกค้า

ในด้านชุมชนในบริเวณพื้นที่สำนักงานได้จัดระเบียบพื้นที่การจอดรถให้เป็นระเบียบเรียบร้อยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยรับผิดชอบดูแลการเข้าออกการจอดรถเพื่อให้การจราจรในพื้นที่เป็นไปด้วยความสะดวกและเรียบร้อยไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนในพื้นที่ นอกจากนี้บริษัทได้จัดทำโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่ภายนอกอาคารได้มีการปรับแต่งพื้นที่ให้มีประโยชน์ใช้สอยที่มีประสิทธิภาพ มีความร่มรื่นสวยงาม

ในด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคมชุมชน บริษัทได้มีแผนดำเนินงานอย่างเป็นระบบโดยมีการเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะที่เกี่ยวข้องเป็นประจำตลอดทั้งปี เช่น การมอบทุนการศึกษาแก่โรงเรียนรอบๆ สำนักงาน การให้กรรมธรรม์ประกันชีวิตแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลโชคชัย การมีส่วนร่วมในการทำบุญตามประเพณีกับวัดต่างๆตามเทศกาล

ในด้านความเสี่ยงจากภัยพิบัติโรคไวรัสโควิด 19 ซึ่งเป็นความเสี่ยงใหม่ในปี 2563 ประเทศไทยพบผู้ป่วยติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รายแรกในวันที่ 8 มกราคม 2563 ซึ่งเป็นผู้เดินทางจากประเทศจีนและเกิดการแพร่ระบาดเป็นวงกว้างจากประชากรภายใน ประเทศด้วยกัน รัฐบาลกำหนดมาตรการเร่งด่วนในการควบคุมและป้องกันโรคโควิด 19 และเมื่อ สถานการณ์แพร่ระบาดมีความร้ายแรงมากขึ้นรัฐบาลจึงได้ประกาศใช้พระราชกำหนดบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินพ.ศ. 2548 และออกข้อกำหนดความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 และมาตรา 11 แห่งพระราชกำหนดบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 เพื่อควบคุมสถานการณ์และจำกัดพื้นที่การแพร่ระบาด กทม.เป็นศูนย์กลางสำคัญทางเศรษฐกิจ การคมนาคม การท่องเที่ยวและมีความหนาแน่นของประชากรสูงเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด19 บริษัทได้ตระหนักถึงภัยพิบัติดังกล่าวจึงได้กำหนดมาตรการแก้ไขป้องกัน โดยได้ตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบกำหนดมาตรการแก้ไขป้องกันความเสี่ยงที่บริษัทจะได้รับผลกระทบได้มีการควบคุมการเข้าออกภายในอาคารมีเครื่องตรวจวัดไข้ การสวมใส่หน้ากากเมื่อเข้าภายในอาคาร บริษัทได้ให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้แก่พนักงาน เพื่อที่พวกเขาจะได้ทราบถึงวิธีการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อาจสัมผัสกับบุคคลที่มีความเสี่ยง ไม่ว่าจะจากในบ้านหรือในที่ทำงาน

การวางแผนวิเคราะห์หัตถ์กรกำลังและการดำเนินงานของบริษัทให้สามารถดำเนินต่อไปตามปกติ ในกรณีที่พนักงานไม่สามารถเดินทางมาที่สำนักงานได้ การกำหนดมาตรการการทำงานที่บ้านเพื่อลดการแออัดของพนักงานตามนโยบาย Social Distancing เปลี่ยนรูปแบบการประชุมเป็นการประชุมการจัดการอบรมสัมมนาผ่าน ผ่าน ระบบ Zoom Video Conference รวมทั้งให้หัวหน้าหน่วยงานควบคุมเส้นทางการเดินทางการเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ ของพนักงานในสังกัดอย่างเข้มงวด เพื่อเป็นการเฝ้าระวังและควบคุมการแพร่เชื้อ

3.4.3 ความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาล (Governance Risk)

ความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาลที่มีผลกระทบต่อบริษัท ได้แก่ เรื่องการเปิดเผยข้อมูลที่มีนัยสำคัญที่เป็นประเด็นที่เป็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และความบกพร่องในมาตรการกำกับดูแลภายในองค์กร

บริษัทได้ให้ความสำคัญในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญตามหลักเกณฑ์ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนดทั้งระดับนโยบาย ระดับกลยุทธ์ ข้อมูลแผนการดำเนินงานและข้อมูลผลการดำเนินงาน โดยเปิดเผยในรูปแบบรายงานการเปิดเผยข้อมูลประจำปีตามที่คณะกรรมการ ก.ล.ต.กำหนดในรูปแบบแสดงรายงานข้อมูลแบบ 56-1 และรายงานประจำปีของบริษัท

บริษัทได้มุ่งดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส โดยยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลที่ดี มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจไม่สนับสนุนการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบพร้อมทั้งดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความลับของลูกค้าตามข้อบังคับของกฎหมายและมาตรฐานสากล โดยมีระบบการบริหารจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลตลอดวงจรชีวิตของข้อมูลเพื่อปกป้องข้อมูลไม่ให้สูญหาย รั่วไหลหรือถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลง โดยบริษัทได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยตามมาตรฐานสากลมาใช้ในการจัดการและพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการรับมือภัยทางไซเบอร์รวมทั้งสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานของบริษัททุกระดับอย่างต่อเนื่องเพื่อเฝ้าระวังสถานการณ์หรือเหตุผิดปกติที่อาจสร้างความเสียหายต่อข้อมูลและระบบสารสนเทศขององค์กร

ในด้านการบริหารจัดการด้านการรักษาความลับของลูกค้า บริษัทได้กำหนดแนวทางดำเนินงานและการบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าให้เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กำหนดแนวทางการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าและได้ดำเนินการปรับปรุงนโยบายรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Policy) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล การนำข้อมูลลูกค้าไปใช้ต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้าและต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจของบริษัท เท่านั้น โดยการกำกับควบคุมข้อมูลลูกค้าดังกล่าวจะสอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่จะมีผลบังคับใช้ในเดือน พฤษภาคม 2564

ในด้านการต่อต้านและป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบได้กำหนดค่านิยมองค์กรและแรงจูงใจส่งเสริมให้พนักงานนำค่านิยมองค์กรที่กำหนดไปยึดถือปฏิบัติ คือ ซื่อสัตย์ ยุติธรรม บริการเยี่ยม ตอบแทนสังคม บริษัทมีความมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการต่อต้านและป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันโดยได้กำหนดเป็นนโยบายและประกาศให้พนักงานทุกคนได้รับทราบและยึดถือปฏิบัติ โดยบริษัทเชื่อมั่นว่าการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาลที่ดีจะเป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยป้องกันความเสี่ยงที่เกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน เช่น ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องดำเนินคดี ความเสี่ยงในการจ่ายค่าปรับหรือเงินชดเชยความเสียหาย เป็นต้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

- **ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อย มีสินทรัพย์ถาวรประเภท ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ โดยไม่ติดภาระจำนองหรือจำนำ ซึ่งมีมูลค่าสุทธิตามบัญชี เท่ากับ 93.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.89 ของสินทรัพย์รวม รายละเอียดดังต่อไปนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

รายการ	2563	2562	2561
1. อาคาร	1.8	1.8	1.8
2. ส่วนปรับปรุงอาคาร	136.1	136.1	133.3
3. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	193.1	190.0	187.5
4. อุปกรณ์และระบบคอมพิวเตอร์	165.8	154.3	139.1
5. ยานพาหนะ	60.8	41.2	41.2
6. อื่นๆ	-	0.1	0.6
รวม	557.6	523.5	503.5
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	463.9	443.9	411.2
ค่าเผื่อการด้อยค่า	-	-	-
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ	93.7	79.6	92.3

- **ภาระผูกพันตามสัญญาเช่า**

กลุ่มบริษัทได้ทำสัญญาเช่าสินทรัพย์เพื่อใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท โดยมีอายุสัญญาระหว่าง 1-5 ปี โดยมีสิทธิต่อสัญญาเช่าเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญา สำหรับค่าเช่าที่จ่ายให้ผู้ให้เช่าจะปรับปรุงอัตราค่าเช่าตามราคาตลาดฯ

ก) **สินทรัพย์สิทธิการไว้**

สินทรัพย์สิทธิการไว้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

1. ที่ดิน	6.7
2. อาคาร	566.2
3. เครื่องใช้สำนักงาน	5.5
4. ยานพาหนะ	3.5
รวม	581.9

ข) **หนี้สินตามสัญญาเช่า**

กลุ่มบริษัทมีภาระผูกพันการครบกำหนดของหนี้สินตามสัญญาเช่าดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี	98.4
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	355.5
เกินกว่า 5 ปี	138.8
รวม	592.7

4.2 เงินลงทุน

บริษัทประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยปัจจุบันบริษัทมีบริษัทย่อย ที่ประกอบธุรกิจหลักในการให้บริการนายหน้าประกันภัย ได้แก่ TQM Broker, TJN เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันวินาศภัย TQM Life เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นนายหน้าประกันชีวิต Casmatt เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์ TO2020 ประกอบธุรกิจโดยลงทุนหรือถือหุ้นในกิจการอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงบริษัทร่วม คือ TQLD เป็นผู้ให้บริการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย ดังนั้น สินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท จึงเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งจากงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินลงทุนเท่ากับ 475.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.03 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เงินลงทุนในบริษัท	มูลค่าตามบัญชีของเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	สัดส่วนการลงทุนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท ¹ (ร้อยละ)	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
1. เงินลงทุนในบริษัทย่อย				
TQM Broker	410.00	100	18.14	นายหน้าประกันวินาศภัย
TQM Life	50.30	100	2.23	นายหน้าประกันชีวิต
Casmatt	5.15	100	0.23	ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์
TJN	5.00	100	0.22	นายหน้าประกันวินาศภัย
TO 2020	5.00	100	0.22	ลงทุนหรือถือหุ้นในกิจการอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. เงินลงทุนในบริษัทร่วม				
TQLD	-	40	-	ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการประกันภัย

หมายเหตุ : ¹ สินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 2,260.6 ล้านบาท

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่ช่วยสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจหลักในการให้บริการนายหน้าประกันภัย ซึ่งจะพิจารณาลงทุนในบริษัทที่สอดคล้องหรือเอื้อประโยชน์ (Synergy) กับเป้าหมาย วิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ในการเติบโตของบริษัท อันจะส่งผลให้บริษัทมีผลประโยชน์หรือผลกำไรที่ดีต่อเนื่องได้ในระยะยาว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสู่ “การเป็นผู้นำธุรกิจโบรกเกอร์ประกันภัยรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย”

จากการที่บริษัทมีการกำหนดนโยบายและกลไกในการกำกับดูแล มีมาตรการในการติดตามการบริหารงาน และมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมรัดกุมที่เพียงพอ ขณะที่บริษัทมีหลักเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมของสัดส่วนการลงทุน กำไรที่คาดว่าจะได้รับ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และสถานะทางการเงิน โดยมีขั้นตอนที่จะวิเคราะห์การลงทุนอย่างเหมาะสม ซึ่งต้องได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี) นอกจากนี้บริษัทมีการแต่งตั้งผู้แทนของบริษัทที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณสมบัติและประสบการณ์ เพื่อเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการของบริษัทย่อย และบริษัทร่วม เพื่อดำเนินงานในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทในเครือไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท และบริษัทในเครือมากกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทในเครือ อย่างมีนัยสำคัญ



6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

6.1.1) บริษัท

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท ทีคิวเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: TQM Corporation Public Company Limited
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ที่ประกอบธุรกิจหลักนายหน้าประกันภัย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 123 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107561000307
โทรศัพท์	: 0 2119 8888
โทรสาร	: 0 2119 9000
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	: www.tqmcorp.co.th
ทุนจดทะเบียน	: 300.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	
ทุนชำระแล้ว	: 300.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	

6.1.2) บริษัทย่อย

(1) บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวรันส์ โบรคเกอร์ จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท ทีคิวเอ็ม อินซัวรันส์ โบรคเกอร์ จำกัด
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: TQM Insurance Broker Company Limited
ประเภทธุรกิจ	: นายหน้าประกันวินาศภัย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 123 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105510084143
โทรศัพท์	: 0 2119 8888
โทรสาร	: 0 2119 8800
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	: www.tqm.co.th
ทุนจดทะเบียน	: 400.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	
ทุนชำระแล้ว	: 400.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	

(2) บริษัท ที เจ เอ็น อินชัวร์รันส์โบรคเกอร์ จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท ที เจ เอ็น อินชัวร์รันส์โบรคเกอร์ จำกัด
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: TJN Insurance Broker Company Limited
ประเภทธุรกิจ	: นายหน้าประกันวินาศภัย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 123/3 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105559045381
โทรศัพท์	: 0 2119 9599
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	: www.tjn.co.th
ทุนจดทะเบียน	: 5.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	
ทุนชำระแล้ว	: 5.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	

(3) บริษัท ทีคิวเอ็มไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท ทีคิวเอ็มไลฟ์ อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: TQM Life Insurance Broker Company Limited
ประเภทธุรกิจ	: นายหน้าประกันชีวิต
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 123/3 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105551106143
โทรศัพท์	: 0 2119 8888
โทรสาร	: 0 2119 9000
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	: www.tqmlife.co.th
ทุนจดทะเบียน	: 50.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	
ทุนชำระแล้ว	: 50.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	

(4) บริษัท ทีโอ 2020 จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	: บริษัท ทีโอ 2020 จำกัด
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	: TO 2020 Company Limited
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบกิจการลงทุนหรือถือหุ้นในกิจการอื่น ทั้งใน ประเทศ และต่างประเทศ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 9 ซอยลาดปลาเค้า 14 แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105556192391

โทรศัพท์	:	0 2119 8888
โทรสาร	:	-
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	:	-
ทุนจดทะเบียน	:	5.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563		
ทุนชำระแล้ว	:	5.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563		

(5) บริษัท แคสมัท จำกัด

ชื่อบริษัทภาษาไทย	:	บริษัท แคสมัท จำกัด
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	:	Casmatt Company Limited
ประเภทธุรกิจ	:	ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และซอฟต์แวร์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	123 ถนนลาดปลาเค้า แขวงจรัญบุรี เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105550075155
โทรศัพท์	:	0 2119 8888
โทรสาร	:	0 2119 9000
เว็บไซต์/โฮมเพจบริษัท	:	www.casmatt.co.th
ทุนจดทะเบียน	:	5.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563		
ทุนชำระแล้ว	:	5.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563		

6.1.3) บริษัทร่วม

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	:	3.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563		
ทุนชำระแล้ว	:	3.0 ล้านบาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563		

6.1.4) บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

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 : เลอร์ชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ เลขที่ 193/136-137 ชั้น 33
ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ : 0 2264 0777
โทรสาร : 0 2264 0789-90

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

ไม่มีข้อมูลสำคัญอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

