

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ด้วยเจตนารมณ์อันแน่วแน่ที่ต้องการเห็นสังคมไทยมีความสุข โดยให้ประชาชนมีหลักประกันทางการเงินที่มั่นคงและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ๆ ผนวกด้วย อดิศักดิ์ (อดีตนายกรัฐมนตรี) พระยาศรัยวิศาลวาจา คุณชิน โสภณพนิช และ คหบดีผู้มีเกียรติ อีกหลายท่านได้ร่วมกันก่อตั้งบริษัทประกันชีวิตขึ้น โดยใช้ชื่อว่า "บริษัท กรุงสยามประกันชีวิต จำกัด" และได้เริ่มดำเนิน กิจการตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2494 เป็นต้นมา

ในระยะแรกการประกอบธุรกิจของบริษัทได้เน้นไปในด้านสวัสดิการสงเคราะห์เป็นส่วนใหญ่ จนกระทั่งถึงปี 2520 คุณชิน โสภณพนิช ประธานที่ปรึกษาของบริษัทในขณะนั้น ได้แนะนำให้บริษัทเริ่มพัฒนาด้านประกันชีวิตอย่างจริงจัง โดยได้ มอบหมายให้คุณวัย วรรณะกุล ผู้ซึ่งมากไปด้วยประสบการณ์และคุณวุฒิเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศมาวางโครงสร้าง และจัดองค์กรการบริหารโดยอาศัยคำแนะนำจาก Mr.K.V. Claridge , F.I.A.ผู้เชี่ยวชาญด้านคณิตศาสตร์ประกันชีวิตของบริษัท สวิสรีอินชัวร์نس คอมปะนี แห่งประเทศสวิตเซอร์แลนด์

เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2522 บริษัท กรุงสยามประกันชีวิต จำกัด ได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็น "บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด" บ่งบอกถึงความเป็นบริษัทในเครือของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และได้ให้การสนับสนุน ธุรกิจของบริษัทด้วยดีมาโดยตลอด

ต่อมาเมื่อ วันที่ 17 ธันวาคม 2550 บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ได้แปรสภาพเป็น บริษัท มหาชน จำกัด เพื่อให้บริษัท มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการ ตรวจสอบได้ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและให้บริการที่ดีแก่ประชาชน

ปัจจุบัน นอกจากการประกอบธุรกิจด้านการประกันชีวิตแล้ว บริษัทยังมุ่งเน้นในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่ประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงการเสริมสร้างคุณค่าชีวิตโดยการให้คำแนะนำด้านการวางแผนทางการเงินอย่างรอบด้านอีกด้วย

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

วิสัยทัศน์ (Vision)

"ให้คนไทยเห็นประโยชน์ การประกันชีวิต และทำประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและคุณค่าชีวิต"

ภารกิจ (Mission)

" บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยการปกป้องคุณค่าชีวิต การให้คำแนะนำด้านการวางแผนการเงิน และบริการที่ประทับใจ ผ่านตัวแทน คู่ค้า และพนักงานที่มีความจริงใจ และ มีความรู้ระดับแนวหน้าของประเทศ "

ค่านิยมองค์กร (Value)

ศรัทธา :: ในการเป็นผู้ส่งมอบการประกันชีวิต มีความมุ่งมั่นในการสร้างเสริมให้ผู้คนเห็นประโยชน์และคุณค่าการทำประกันชีวิต

รับผิดชอบ :: มุ่งมั่นให้งานสำเร็จและเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้รับมอบหมาย ภายในเวลาที่กำหนด ประพฤติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพและเคารพในสิทธิของผู้อื่น

- จริงใจ** :: สร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า และผู้มาติดต่อ ด้วยการบริการที่ประทับใจเกินความคาดหมาย มีการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่เปิดเผยตรงไปตรงมา
- พัฒนาตน** :: มีใจมุ่งมั่นและเป้าหมายที่ชัดเจน มีความคิดริเริ่ม แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จนก้าวขึ้นสู่ความสำเร็จในอาชีพ
- ทำงานเป็นทีม** :: ทำงานเชิงรุกอย่างมีเป้าหมาย มีการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งมั่นสู่จุดหมายที่วางไว้ ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ เป็นกำลังใจและเป็นมิตรต่อเพื่อนร่วมงาน

นโยบาย (Policies)

1. นโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทมีเจตนารมณ์ที่จะส่งเสริมให้บริษัทเป็นองค์กรที่ดำเนินกิจการภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรู้ความสามารถ ภายใต้กฎระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมกัน มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ มีจริยธรรม และจรรยาบรรณ ซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจและรับผิดชอบต่อสังคม

2. นโยบายการบริหารความเสี่ยง

บริษัทกำหนดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรอย่างเป็นระบบ และครอบคลุมความเสี่ยงในทุกๆ ด้าน โดยจัดให้มีการระบุปัจจัยและเหตุที่มาของความเสี่ยง มีการประเมิน วิเคราะห์ จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง มีการจัดการ ติดตาม ประเมินผลการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัท บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายเป็นสำคัญ

3. นโยบายด้านการบริการด้วยคุณภาพ ISO

บริษัทมีความมุ่งมั่นต่อการสร้างสรรคงานบริการภายใต้ระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพนักงานทุกท่านมีหน้าที่ปฏิบัติตามระบบคุณภาพที่ได้กำหนดไว้ และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้การบริการได้คุณภาพตามมาตรฐาน ถูกต้องสมบูรณ์ สะดวกรวดเร็ว อันจะก่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าทุกท่าน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

4. นโยบายด้านบุคลากร

บริษัทมุ่งเน้นการบริหารและพัฒนาศักยภาพบุคลากร เพื่อสร้างให้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญและเป็นมืออาชีพ ภายใต้หลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึกในการบริการและรับผิดชอบต่อสังคม ปลุกฝังค่านิยมเพื่อนำไปสู่ความเชื่อมั่น ศรัทธาและความน่าเชื่อถือ มีความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการประกันชีวิต ในนามของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ซึ่งดำเนินธุรกิจด้วยปรัชญาแห่งการเป็นผู้ให้แก่สังคมเป็นสำคัญ

5. นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นทรัพยากรระบบฐานองค์ความรู้แบบบูรณาการ และทันสมัยด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ สามารถสนับสนุนและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ รวมทั้งพัฒนาให้เกิดความสัมพันธ์และสอดคล้องกันทั้งระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้ระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความลับของลูกค้า

6. นโยบายด้านการตลาด

การตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นในองค์กร สร้างความผูกพันด้วยการมอบคุณค่าและการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างเป็นระบบในทุกๆ ด้าน ตอบสนองปรัชญาของธุรกิจผ่านผลิตภัณฑ์และบริการในแนวทางที่สอดคล้องกับการประกันชีวิต ภายใต้หลักการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าและซื่อสัตย์เป็นสำคัญ สนับสนุน ส่งเสริมคู่ค้าและพันธมิตร ไม่ขัดแย้งทางธุรกิจ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาด้านการตลาดเพื่อเสริมสร้างมูลค่าเพิ่ม และศักยภาพในการแข่งขันและการดำเนินธุรกิจ

7. นโยบายด้านการเงินและการลงทุน

รักษาสภาพคล่องที่เพียงพอ บริหารส่วนต่างระหว่างผลตอบแทนจากการลงทุน และภาระที่มีต่อผู้เอาประกันที่เหมาะสมในระยะยาว โดยการกระจายการลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ เน้นการลงทุนในตราสารระยะยาวที่มีคุณภาพ เพื่อควบคุมความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย และจำกัดความเสียหายของเงินลงทุน ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงภาระที่มีต่อผู้เอาประกัน และฐานะทางการเงินของบริษัท เป็นสำคัญ

8. นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

มุ่งเน้นการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ที่สะท้อนปรัชญาและทัศนคติที่สร้างความน่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อการขับเคลื่อนเรื่องราวทุกก้าวจังหวะขององค์กรสู่สาธารณะ เพื่อการรับรู้ ตระหนักในเอกลักษณ์และตราสินค้าของบริษัท สร้างการยอมรับ และความผูกพัน

9. นโยบายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีส่วนในการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินซึ่งนำไปสู่ความมั่นคงและความสุขในชีวิตของประชาชนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง รวมทั้งให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ

บริษัทส่งเสริมให้พนักงาน ตัวแทน และครอบครัว ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อองค์กรและของตนเองต่อสังคม ในด้านการศึกษา สุขภาพ ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสังคมอย่างเป็นรูปธรรม

บริษัทให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนของบริษัท ซึ่งประกอบด้วยพนักงานและครอบครัว ตัวแทน คู่ค้า และพันธมิตร ด้วยการให้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ด้วยหลักการใช้อย่างประหยัดลดการสูญเสีย การนำมาใช้ซ้ำ หรือการใช้วัสดุที่ผ่านกระบวนการแปรสภาพตามความเหมาะสมแล้วแต่กรณี และโดยสนับสนุนกิจกรรมฟื้นฟูธรรมชาติ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และปลูกฝังจิตสำนึกการรักษาสิ่งแวดล้อมในมิติต่างๆ ให้เยาวชน เพื่อผลระยะยาวและความยั่งยืน

10. นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

▪ บริษัทสนับสนุนการคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพและความเสมอภาคของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท ตามหลักสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน

- บริษัทสนับสนุนสิทธิมนุษยชนในการใช้สิทธิเสรีภาพของบุคคล ให้การยอมรับและเคารพสิทธิเสรีภาพอันควรของผู้อื่น โดยคำนึงถึง ศีลธรรม ความสงบเรียบร้อยของประชาชน ในสังคมประชาธิปไตยภายใต้กฎหมายแห่งราชอาณาจักรไทย
- บริษัทเคารพในสิทธิและเสรีภาพของผู้มีส่วนได้เสีย โดยไม่เลือกปฏิบัติแก่บุคคลใดๆ ด้วยเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สถานะทางสังคม ความสมบูรณ์ของร่างกาย ความเชื่อทางวัฒนธรรม หรือ ความเชื่อทางการเมือง ภายใต้กฎหมายและมาตรฐานสากลด้านการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน
- บริษัทเคารพต่อสิทธิเสรีภาพของพนักงานในการได้รับค่าตอบแทนการทำงาน สวัสดิการ และการประเมินผลงานที่เป็นธรรม สิทธิการลาหยุดงานเพื่อทำภารกิจที่จำเป็น หรือเพื่อพักผ่อนเป็นครั้งคราวโดยได้รับค่าจ้างตามกฎหมายแรงงาน รวมทั้งการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับการคุ้มครองแรงงาน
- บริษัทสนับสนุนและจัดให้มีการปลอดภัยในสถานประกอบการทั้งในด้านสุขอนามัย อาคารสถานที่ และการดูแลรักษาความสะอาดของสภาพแวดล้อม
- บริษัทสนับสนุนการมีสิทธิในหลักประกันทางสังคมที่รัฐจัดให้แก่ประชาชน

- กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และตัวแทนประกันชีวิต ให้ความเคารพในสิทธิส่วนบุคคล เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และการแสดงออก ตลอดจนศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ซึ่งกันและกัน ภายใต้กรอบของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

- บริษัทบริหารงานด้วยความจริงใจ และรับผิดชอบดูแลลูกค้าให้ได้รับสิทธิความคุ้มครอง และสิทธิประโยชน์ตามกรมธรรม์ประกันภัย อย่างเป็นธรรม และจัดให้มีระบบรับเรื่องร้องเรียนเพื่อแก้ไขเรื่องร้องเรียนด้วยความยุติธรรม

11. นโยบายต่อต้านการทุจริต

บริษัทจะต่อต้านการทุจริต และไม่ยอมรับการให้หรือการรับของขวัญ สินบน หรือ ผลประโยชน์อื่นใด ที่มีเจตนาจงใจให้เกิดการดำเนินการ หรือเกิดการกระทำการใดๆ เพื่อแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบด้วยกฎหมาย

บริษัทต้องมีจรรยาบรรณและมีความมุ่งมั่นในการป้องกันมิให้เกิดการทุจริต รวมถึงมีหน้าที่ในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อการต่อต้านการทุจริต อีกทั้งต้องมีการสอบทานตามแนวทางปฏิบัติที่บริษัทได้กำหนดไว้ อย่างสม่ำเสมอ

ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทมีหน้าที่ป้องกันและดูแลไม่ให้เกิดการทุจริต หากพบการทุจริตหรือพบเหตุที่สื่อไปในทางทุจริต ให้แจ้งต่อผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาทราบโดยเร็ว

12. นโยบายด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการต่อต้าน

การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย

บริษัทมีหน้าที่และจรรยาบรรณในการกำหนดนโยบาย และแนวทางในการปฏิบัติเพื่อป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และมุ่งมั่นในการป้องกันมิให้บริษัทเป็นแหล่งฟอกเงินและสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย โดยปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องและแนวทางปฏิบัติที่สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินกำหนดขึ้นอย่างเคร่งครัด

บริษัทกำหนดนโยบายลำดับรองและมาตรการต่างๆ เพื่อรองรับนโยบายข้างต้น อันได้แก่นโยบายการรับลูกค้า นโยบายการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการฟอกเงินของลูกค้า แนวปฏิบัติในการตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า รวมทั้งการกำกับดูแลให้บุคลากรภายในองค์กรปฏิบัติตามนโยบายมาตรการ และแนวทางปฏิบัติดังกล่าว อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

นโยบายการรับลูกค้า

บริษัทมีหน้าที่ต้องจัดให้ลูกค้าแสดงตน ดำเนินการตรวจสอบพิสูจน์ทราบและระบุตัวตนของลูกค้า ก่อนพิจารณาอนุมัติรับลูกค้า ตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

นโยบายการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการฟอกเงินของลูกค้า

บริษัทมีหน้าที่บริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการฟอกเงินของลูกค้า ก่อนพิจารณาอนุมัติรับลูกค้าตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

แนวปฏิบัติในการตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า

บริษัทมีหน้าที่ตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จนกว่าจะยุติความสัมพันธ์กับลูกค้าตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

การกำกับดูแลให้บุคลากรภายในองค์กรปฏิบัติตามนโยบายด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายของบริษัท

- (1) บริษัทกำหนดให้ผู้บริหารทุกระดับ พนักงาน ตัวแทน รวมทั้ง นายหน้าของบริษัท ปฏิบัติตามนโยบาย และระเบียบวิธีปฏิบัติด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายโดยเคร่งครัด

- (2) บริษัทกำหนดให้มีผู้บริหารที่มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน
- (3) บริษัทกำหนดมาตรการการควบคุมความเสี่ยงในการฟอกเงินและการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการต่างๆ ของบริษัท
- (4) บริษัทสนับสนุนและส่งเสริมให้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน ตัวแทน รวมทั้ง นายหน้าของบริษัท มีความรู้ความเข้าใจด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายอย่างเพียงพอที่จะสามารถปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (5) บริษัทกำหนดให้มี คำสั่ง ระเบียบ และคู่มือการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับนโยบายด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย
- (6) ผู้บริหารทุกระดับ พนักงาน ตัวแทน รวมทั้ง นายหน้าของบริษัท ต้องปฏิบัติตามนโยบาย และระเบียบวิธีปฏิบัติด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายโดยเคร่งครัด

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

รางวัลแห่งความภูมิใจ

- บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล "Thailand's Corporate Brand Rising Star 2013" ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุดในหมวดการเงิน จากการทำวิจัยเรื่อง การประเมินค่าและจัดอันดับแบรนด์องค์กรในไทย โดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การศึกษาดังกล่าววัดมูลค่าแบรนด์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 8 หมวดอุตสาหกรรม โดยนำข้อมูลจากงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ย้อนหลัง 3 ปีจำนวน 492 องค์กร เปรียบเทียบตัวเลขการเติบโตทั้งในส่วนของการบัญชี การเงิน และการตลาด ครอบคลุมถึงมูลค่าสินทรัพย์ มูลค่าหุ้น และยอดขาย ที่มีการเติบโตต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทมีการเติบโต 34.95% มีมูลค่าแบรนด์องค์กร 35,210 ล้านบาท ซึ่งถือว่ามีความพัฒนาการของมูลค่าแบรนด์องค์กรที่เติบโตแบบก้าวกระโดด จากการที่บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กร พร้อมๆกับการบริหารการเงิน การให้บริการลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเสริมสร้างความเชื่อถือในแบรนด์

- บริษัทได้รับการประเมินคุณภาพจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (Annual General Meeting, AGM) ประจำปี 2556 ในระดับ "ดีเยี่ยม" เป็นปีที่ 3 โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

- บริษัทได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance rating, CG rating) ปี 2556 ในระดับ " 4 ดาว" เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ได้ในระดับ 3 ดาว ซึ่งเป็นโครงการที่สำนักงาน ก.ล.ด. และตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นผู้ดำเนินการ โดยมีบริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (TRIS) ทำหน้าที่เป็นผู้จัดอันดับ

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้แข็งแกร่ง

- ด้านการสื่อสาร สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในแบรนด์

ในปี 2556 บริษัทได้เพิ่มการรับรู้ของแบรนด์เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนเพิ่มมากขึ้น ด้วยการเพิ่มงบประมาณในการใช้สื่อและโฆษณาต่างๆ หลายประเภท ดังนี้

- โฆษณาผ่านทีวี วิทยุ เคเบิลทีวี หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- สื่อ outdoor ต่างๆ เช่น Billboard รมสนาม เต้นท์ ป้าย
- การออกบูธในงานต่างๆ

- ด้านระบบการดำเนินงานและการจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นต่อการสร้างสรรคงานบริการภายใต้ระบบการบริหารคุณภาพมาตรฐานคุณภาพ ISO 9001:2008 ในด้านการดำเนินงานกรรมธรรม์สามัญสาขประกันชีวิต ฝ่ายประกันกลุ่ม และสำนักงานสาขา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการกระจายสู่สาขาทั่วทุกภูมิภาคแบบครบวงจร โดยในปี 2556 บริษัทได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 เพิ่มอีก 11 สาขา รวมเป็น 42 สาขาจากทั้งหมด 75 สาขา และในอนาคตบริษัทมีเป้าหมายที่จะเพิ่มระดับมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพให้กระจายสู่สาขาอย่างต่อเนื่องต่อไป

นอกจากนี้บริษัทยังมีหน่วยงานปฏิบัติการนายหน้าหน่วยลงทุน ซึ่งสนับสนุนการซื้อและขายหน่วยลงทุนให้กับตัวแทนของบริษัทเพื่อเป็นที่ปรึกษาและนำเสนอในการวางแผนการเงินอย่างครบวงจร

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทได้พัฒนาช่องทางการขายตรงผ่าน Tele marketing โดยได้เริ่มจำหน่ายผ่านช่องทางนี้เมื่อ มิถุนายน 2556 เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้มากขึ้น โดยเริ่มจากฐานลูกค้าจากช่องทางการขายเดิมที่มีอยู่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางนี้ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นในปีต่อไป

- ด้านการบริการ

บริษัทได้จัดตั้ง Service Center ที่สำนักงานใหญ่ โดยการให้บริการแบบครบวงจร (One Stop Service) แก่ลูกค้าและตัวแทน ซึ่งจะสามารถเปิดทำการได้ในเดือนมกราคม 2557

นอกจากนี้

- ด้านการพัฒนาคุณภาพตัวแทนและการสร้างทีมที่ปรึกษาทางการเงิน

ในปี 2556 บริษัทมีตัวแทนที่ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ (TNQA) ทั้งสิ้น 599 คน จากทั้งธุรกิจ 3,117 คน เป็นอันดับที่ 3 ของธุรกิจ และมีที่ปรึกษาการวางแผนทางการเงินที่ผ่านการอบรมจากสถาบันชั้นนำ และได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ด) จำนวน 482 คน ซึ่งการมุ่งมั่นพัฒนาดังกล่าวเพื่อสนับสนุนภารกิจของบริษัทในการที่จะเป็นผู้นำทางการเงินในการสร้างความมั่นคงให้ประชาชนทุกกลุ่มและให้คำแนะนำด้านการวางแผนการเงินได้อย่างครบวงจร

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทได้มีการดำเนินธุรกิจผ่านบริษัทย่อย หรือบริษัทรวม

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท มิได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ธุรกิจหลักของบริษัท คือ ธุรกิจประกันชีวิต โดยเบี้ยประกันภัยรับส่วนหนึ่งจะถูกกันไว้เป็นเงินสำรองประกันชีวิต โดยมีการดำเนินการบริหารเงินสำรองประกันชีวิตส่วนนี้โดยนำไปลงทุน

ภายใต้พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติประกันชีวิต (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 ปัจจุบัน บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหลัก คือ การประกันชีวิต การประกันชีวิต เป็นวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการเสียชีวิต การสูญเสียอวัยวะ ทพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบกับภัยเหล่านั้น ก็ได้รับเงินเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน แก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัททำหน้าที่นำเงินดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ประสบภัยหรือผู้รับผลประโยชน์

ในอดีตบริษัทเริ่มประกอบการธุรกิจประกันชีวิตโดยเน้นกรมธรรม์ประกันชีวิตสามัญประเภทคุ้มครองตลอดชีวิต ปัจจุบันบริษัทได้ทำการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดประโยชน์กับลูกค้าสูงสุด โดยหลักแล้วการทำประกันชีวิตจะให้ผลประโยชน์กับผู้เอาประกันในสองรูปแบบหลัก คือ ผลประโยชน์ทางด้านความคุ้มครอง และผลประโยชน์ทางการออมทรัพย์ ผู้เอาประกันได้รับประโยชน์ทางด้านความคุ้มครอง โดยบริษัทประกันจะชำระเงินคุ้มครองให้กับผู้รับประโยชน์ หากผู้เอาประกันเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุหรือเสียชีวิต สำหรับประโยชน์ทางการออมทรัพย์ ผู้เอาประกันจะได้รับเงินผลประโยชน์ในระหว่างระยะเวลาของสัญญาประกันภัย

2.1.1 ประเภทการประกันชีวิต

ปัจจุบันบริษัทมีแบบประกันที่สามารถเสนอให้กับลูกค้ามากกว่า 50 แบบ แบ่งตามประเภทการประกันได้ดังต่อไปนี้

2.1.1.1 ประกันชีวิตสามัญ (Ordinary Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิตรายบุคคลที่จำนวนเงินเอาประกันภัยขึ้นอยู่กับความสามารถในการชำระเบี้ยของแต่ละบุคคล ความคุ้มครองและระยะเวลาในการชำระเบี้ยขึ้นอยู่กับแบบของการประกันแต่ละแบบ เช่น 5 ปี 10 ปี 15 ปี หรือจนผู้ทำประกันมีอายุครบอายุใดอายุหนึ่งที่กำหนดไว้ โดยอาจมีงวดการชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือนหรือรายเดือน การทำประกันชีวิตประเภทนี้ผู้เอาประกันจะได้รับผลประโยชน์หลักคือความคุ้มครองและการออมทรัพย์ โดยประกันชีวิตสามัญแบบต่างๆ จะมีสัดส่วนผลประโยชน์ของความคุ้มครองและการออมทรัพย์ต่างกันออกไป ประกันชีวิตสามัญมีลักษณะแบบประกันดังนี้

(1) แบบตลอดชีพ (Whole Life Insurance)

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันให้ผู้รับผลประโยชน์เมื่อผู้ทำประกันเสียชีวิตหรือ จ่ายเงินเอาประกันให้แก่ผู้เอาประกันในกรณีที่ผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่ในวันที่กรมธรรม์ครบกำหนดสัญญา ซึ่งโดยทั่วไป จะกำหนดวันครบอายุสัญญาเมื่อผู้เอาประกันมีอายุครบ 90 หรือ 99 ปี และเป็นแบบประกันชีวิตสามัญที่เน้นผลประโยชน์ด้านความคุ้มครองและได้รับความนิยมนำมาใช้ประเภทหนึ่ง โดยทั่วไปแบบประกันแบบตลอดชีพ จะกำหนดการชำระเบี้ยตลอดชีพ แต่บางแบบอาจจะลดระยะเวลาชำระเบี้ยลงเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เช่น ชำระเบี้ย 15 ปี 20 ปี หรือ จนถึงอายุ 60 ปี

(2) แบบชั่วระยะเวลา (Term Insurance)

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันให้แก่ผู้รับประโยชน์ในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ เมื่อผู้ทำประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย โดยทั่วไปมีระยะเวลาคู่คุ้มครองหรืออายุกรมธรรม์ 5 ปี ถึง 15 ปี แบบประกันลักษณะนี้มีจุดเด่นที่อัตราเบี้ยประกันภัยต่ำ

(3) แบบสะสมทรัพย์ (Endowment Insurance)

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้ทำประกันเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดในกรมธรรม์ หรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้กับผู้ทำประกันภัย เมื่อผู้ทำประกันภัยมีชีวิตอยู่จนครบสัญญาประกันภัย ซึ่งอาจมีทางเลือกการชำระเบี้ยหลากหลายระยะเวลา และเพิ่มการคืนเงินผลประโยชน์ในระหว่างระยะเวลาของสัญญาประกันภัย ทำให้แบบประกันนี้เป็นแบบประกันชีวิตสามัญที่เพิ่มผลประโยชน์ด้านการออมทรัพย์

(4) แบบบำนาญ (Pension)

การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ เหมาะสำหรับผู้ที่คาดว่าจะยังชีพ และมีอายุยืนยาว เป็นการประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองการสูญเสียทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากการสูญเสียรายได้เมื่อมีอายุมากขึ้นหรือเมื่อพ้นวัยทำงาน บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันชีวิตทุกเดือนหรือทุกปี นับแต่ผู้เอาประกันชีวิตเกษียณอายุ หรือมีอายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้น แล้วแต่เงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันชีวิตที่กำหนดไว้สำหรับระยะเวลาการจ่ายเงินขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เอาประกันชีวิตที่จะเลือกซื้อ

(5) สัญญาเพิ่มเติม (Rider)

สัญญาเพิ่มเติมเป็นสัญญาที่บริษัทประกันชีวิตทำให้กับผู้ที่มีกรมธรรม์ประกันชีวิตกับบริษัท เพื่อให้ความคุ้มครองเพิ่มเติมจากกรมธรรม์หลักที่ผู้เอาประกันได้ทำกับบริษัทแล้ว บริษัทมีสัญญาเพิ่มเติมให้ผู้เอาประกันเลือก 2 ประเภทหลัก ๆ คือ สัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุ (Personal Accident; PA) และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพ ซึ่งสัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตและการสูญเสียอวัยวะเนื่องจากอุบัติเหตุ และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพให้ความคุ้มครองเกี่ยวกับการชดเชยค่ารักษาพยาบาล ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเกิดจากการเจ็บป่วยหรือจากอุบัติเหตุ

2.1.1.2 การประกันชีวิตกลุ่ม (Group Life Insurance)

ประกันกลุ่มเป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งจะมีผู้เอาประกันชีวิตรวมกันตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ส่วนมากจะเป็นกลุ่มของพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นสวัสดิการที่บริษัทห้างร้าน และองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐบาล และเอกชนจัดให้กับลูกจ้างหรือสมาชิก โดยมีหลักการพิจารณาความเสี่ยงของบุคคลในกลุ่มทั้งหมดด้วยอัตราเฉลี่ย ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ หน้าที่การงาน หรือจำนวนเงินเอาประกันภัย โดยจะคำนวณออกมาเป็นอัตราเบี้ยประกันภัยเพียงอัตราเดียว และจะใช้กับบุคคลทุกคนในกลุ่มนั้น และเนื่องจากประกันกลุ่มมีค่าใช้จ่ายในการรับประกันหลาย ๆ อย่างต่ำลง จึงเป็นผลดีและมีส่วนทำให้เบี้ยประกันภัยรวมโดยส่วนใหญ่ ต่ำกว่าการประกันชีวิตรายบุคคล โดยปกติกรมธรรม์ประกันชีวิตกลุ่มจะเป็นสัญญาปีต่อปี ซึ่งต้องเก็บเบี้ยทุกปี ยกเว้นกรมธรรม์ที่ออกแบบพิเศษซึ่งอาจชำระเบี้ยเพียงครั้งเดียวตลอดระยะเวลาคุ้มครองก็ได้

2.1.1.3 แบบคุ้มครองสินเชื่อ

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่คุ้มครองการเสียชีวิต หรือ คุ้มครองการเสียชีวิตและทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง ภายในระยะเวลาเอาประกันภัย ด้วยจำนวนเงินเอาประกันภัยที่ลดลงรายงวด

สัดส่วนผลผลิตแยกตามกลุ่มธุรกิจ

สัดส่วนผลผลิตรายใหม่ หรือเบี่ยประกันรับปีแรก ของบริษัท ประจำปี 2554 - 2556 แบ่งตามประเภทการประกันได้ดังต่อไปนี้

ประเภทการประกัน	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สามัญ - ชำระเบี้ยครั้งเดียว	101.95	1.23	2,425.46	27.66	1,881.85	17.86
สามัญ	6,600.65	79.73	4,628.16	52.79	6,534.10	62.02
ตลอดชีพ	498.51	6.02	661.09	7.54	579.48	5.50
ชั่วระยะเวลา	1.55	0.02	11.33	0.13	42.41	0.40
สะสมทรัพย์	5,846.56	70.62	3,688.02	42.07	5,686.54	53.98
สัญญาเพิ่มเติม	254.04	3.07	267.72	3.05	225.67	2.14
ประกันกลุ่ม	1,575.82	19.04	1,713.77	19.55	2,118.74	20.11
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	8,278.43	100.00	8,767.39	100.00	10,534.69	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันรับปีแรก หักเบี่ยประกันส่งคืนให้กับผู้เอาประกันที่ยกเลิกกรมธรรม์

ปี 2554 เบี้ยรับปีแรกของบริษัททุกประเภทธุรกิจ มีจำนวนทั้งสิ้น 8,278.43 ล้านบาท เติบโตลดลงร้อยละ 9.11 ปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 8,767.39 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.91 และ ปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 10,534.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.16 โดยผลผลิตในแต่ละประเภทการประกัน เป็นดังนี้

- ผลผลิตประเภทสามัญ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ปี 2554 มีเบี้ยรับปีแรก 6,600.65 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 79.73 ของผลผลิตทุกประเภท และมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงร้อยละ 11.48 สำหรับปี 2555 มีเบี้ยรับปีแรก 4,628.16 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 52.79 ของผลผลิตทุกประเภท ลดลงร้อยละ 29.88 และปี 2556 มีเบี้ยรับปีแรก 6,534.10 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 62.02 ของผลผลิตทุกประเภท เพิ่มขึ้นร้อยละ 41.18
- เบี้ยรับปีแรกของแบบประกันชีวิตตลอดชีพในปี 2554 มีจำนวนทั้งสิ้น 498.51 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 29.80 สำหรับปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 661.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 32.61 และปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 579.48 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 12.35
- ระหว่างผลผลิตของแบบประกันต่างๆ ในประกันชีวิตประเภทสามัญนั้น การประกันแบบสะสมทรัพย์มีอัตราเติบโตสูงที่สุด และมีสัดส่วนสูงสุด โดยในปี 2554 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก ถึง 5,846.56 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 70.62 ของเบี้ยประกันรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 14.43 สำหรับปี 2555 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก ถึง 3,688.02 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.07 ของเบี้ยประกันรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 36.92 และปี 2556 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก ถึง 5,686.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.98 ของเบี้ยประกันรับปีแรกรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 54.19
- ในส่วนสัญญาเพิ่มเติม ปี 2554 มีจำนวนเบี้ยประกันรับปีแรก 254.04 ล้านบาท เพิ่มจากปีก่อน ร้อยละ 6.52 ปี 2555 มีจำนวนเบี้ยประกันรับปีแรก 267.72 ล้านบาท เพิ่มจากปีก่อน ร้อยละ 5.39 และปี 2556 มีจำนวนเบี้ยประกันรับปีแรก 225.67 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 15.71
- ประกันกลุ่ม ปี 2554 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 19.04 ด้วยเบี้ยรับปีแรกรวม 1,575.82 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 4.55 สำหรับปี 2555 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 19.55 ด้วยเบี้ยรับปีแรกรวม 1,713.77 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.75 และ ปี 2556 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 20.11 ด้วยเบี้ยรับปีแรกรวม 2,118.74 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 23.63

สัดส่วนเบี้ยประกันรับปีต่อไป และเบี้ยประกันรับรวมของบริษัท ประจำปี 2554 - ปี 2556 แบ่งตามประเภทการประกันได้ดังนี้

เบี้ยประกันรับปีต่อไปและเบี้ยประกันรับรวม

ประเภทการประกัน	ปี 2554				ปี 2555			
	เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ	-	-	101.95	0.32	-	-	2,425.46	7.00
สามัญ	22,569.92	96.96	29,170.57	92.44	25,139.66	97.17	29,767.82	85.93
ตลอดชีพ	1,538.48	6.61	2,036.98	6.46	1,887.07	7.29	2,548.17	7.36
ชั่วระยะเวลา	53.64	0.23	55.19	0.17	38.79	0.15	50.12	0.14
สะสมทรัพย์	19,492.50	83.74	25,339.07	80.30	21,601.52	83.49	25,289.54	73.01
สัญญาเพิ่มเติม	1,485.30	6.38	1,739.34	5.51	1,612.27	6.23	1,879.99	5.43
ประกันกลุ่ม	707.82	3.04	2,283.65	7.24	733.15	2.83	2,446.93	7.06
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	23,277.74	100.00	31,556.17	100.00	25,872.81	100.00	34,640.20	100.00

ประเภทการประกัน	ปี 2556			
	เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้าน บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้าน บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ	-	-	1,881.85	4.82
สามัญ	27,738.24	97.18	34,272.34	87.70
ตลอดชีพ	2,402.57	8.42	2,982.05	7.63
ชั่วระยะเวลา	25.33	0.09	67.74	0.17
สะสมทรัพย์	23,597.43	82.67	29,283.97	74.93
สัญญาเพิ่มเติม	1,712.92	6.00	1,938.58	4.96
ประกันกลุ่ม	806.25	2.82	2,924.99	7.48
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	28,544.50	100.00	39,079.19	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันรับปีต่อไปและเบี้ยรับรวม หักเบี้ยประกันส่งคืนให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยกเลิกกรมธรรม์

สำหรับเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันรับรวมของบริษัทในปี 2554 บริษัทมีเบี้ยประกันรับปีต่อไปทั้งสิ้น 23,277.74 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 34.99 และเบี้ยรับรวม ทั้งสิ้น 31,556.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.75

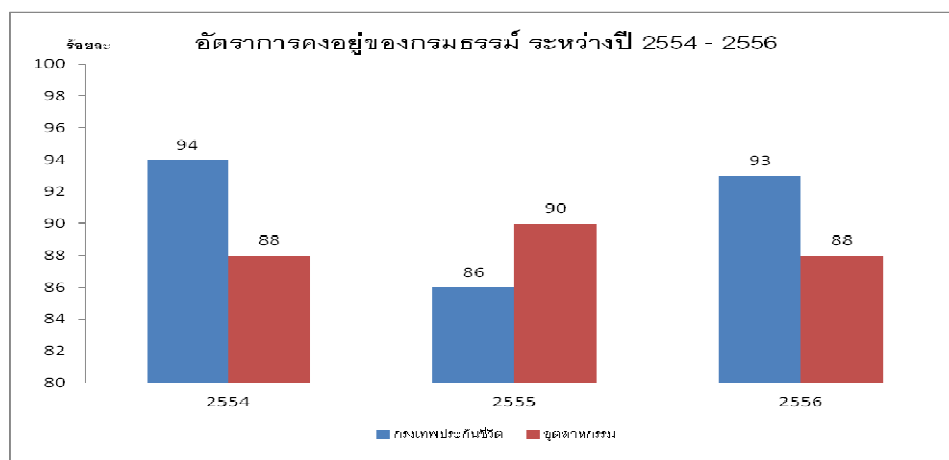
สำหรับในปี 2555 บริษัทมีเบี้ยประกันรับปีต่อไปทั้งสิ้น 25,872.81 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 11.15 และเบี้ยรับรวม ทั้งสิ้น 34,640.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.77

สำหรับในปี 2556 บริษัทมีเบี้ยประกันรับปีต่อไปทั้งสิ้น 28,544.50 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.33 และเบี้ยรับรวม ทั้งสิ้น 39,079.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.81 โดยสามารถพิจารณาแยกตามประเภทการประกันได้ดังนี้

- ผลผลิตประเภทสามัญ ในปี 2554 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 22,569.92 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 35.97 และมีอัตราคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate)¹ สูงถึงร้อยละ 94 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราความยั่งยืนของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 88 ในปีเดียวกัน สำหรับในปี 2555 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 25,139.66 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 11.39 และมีอัตราคงอยู่ของกรมธรรม์ ร้อยละ 86 ซึ่งเป็นอัตราที่

ต่ำกว่าอัตราความยั่งยืนของกรรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 88 ในปี 2556 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 27,738.24 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10.34 และมีอัตราคงอยู่ของกรรมธรรม์ ร้อยละ 86 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าอัตราความยั่งยืนของกรรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 88 สำหรับเบี้ยรับรวม ในปี 2554 มีจำนวนทั้งสิ้น 29,170.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.26 ในปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 29,767.82 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.05 และในปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 34,272.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.13

- ประกันกลุ่ม ในปี 2554 มีเบี้ยรับปีต่อไป 707.82 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.84 และมีเบี้ยรับรวม 2,283.65 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 6.14 สำหรับในปี 2555 มีเบี้ยรับปีต่อไป 733.15 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.58 และมีเบี้ยรับรวม 2,446.93 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 7.15 และสำหรับในปี 2556 มีเบี้ยรับปีต่อไป 806.25 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.97 และมีเบี้ยรับรวม 2,924.99 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 19.54



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ

ในปี 2556 บริษัทยังคงดำเนินนโยบายต่อเนื่องจากปี 2555 ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมการวางแผนการเงินอย่างรอบด้านให้กับประชาชนทั่วไป โดยมีกลยุทธ์หลักในปี 2556 ดังนี้

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

• ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทมีนโยบายผลิตภัณฑ์ที่เสริมสร้างความมั่งคั่งและมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมทั้งการออมและความคุ้มครอง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความหลากหลายตั้งแต่ ผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองชีวิตระยะยาว (Whole Life) หรือประเภทคุ้มครองที่มีระยะเวลา (Term) ผลิตภัณฑ์ประเภทบำนาญ (Pension) ไปจนถึง ผลิตภัณฑ์เพื่อการสะสมทรัพย์ (Endowment) ที่สร้างผลตอบแทนที่ดี และสินเชื่อธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมีการพัฒนาในเรื่องของระยะเวลาคumครองและการชำระเบี้ยประกันเพื่อให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการวางแผนการเงินในแต่ละช่วงชีวิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ จะคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า และความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

¹ อัตราความคงอยู่ของกรรมธรรม์ (Persistency rate) คำนวณจากเบี้ยประกันรับปีต่อไปของปีปัจจุบันหารด้วยเบี้ยรับรวมของปีก่อนหน้าหักด้วยเบี้ยประกันรับครั้งเดียวของปีก่อนหน้า

• ด้านบริการ

บริษัทให้ความสำคัญในการบริการแต่ละช่องทาง ทั้งช่องทางธนาคาร ช่องทางตัวแทน และช่องทางขายตรงในช่องทางตัวแทน บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มจำนวนเพื่อให้เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม และการพัฒนาคุณภาพทีมงานที่ปรึกษาทางการเงินที่มีความเชี่ยวชาญและได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ด.) ให้มากเพียงพอ เพื่อช่วยเผยแพร่แนวคิดการวางแผนการเงินรอบด้านและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการวางแผนการเงินที่มากขึ้น

บริษัทยังคงนโยบายการสร้างและพัฒนาทีมที่ปรึกษาประกันชีวิต ที่มีความรู้และมีประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนให้ทีมที่ปรึกษาประกันชีวิตมีความสามารถในระดับตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ (TNQA)

• ด้านความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทได้สานต่อความร่วมมือกับธนาคารที่เป็นพันธมิตรและกำหนดเป้าหมายร่วมกันในการผลักดันผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการให้บริการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า นำเสนอผ่านสาขาและสำนักธุรกิจของธนาคารกรุงเทพที่มีอยู่ทั่วประเทศกว่า 1,000 แห่ง ทั้งในกลุ่มลูกค้าเงินฝากและกลุ่มสินเชื่อ

นอกจากพันธมิตรหลักในด้านช่องทางจำหน่าย บริษัทได้ร่วมมือกับ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด ในการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุน ตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการทางเลือกในการออมเพื่อได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้น และบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันภัยทรัพย์สิน

• ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า โดยมีจุดยืนที่ชัดเจนในการเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ในปีนี้บริษัทจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร สร้างการรับรู้/จดจำในแบรนด์ เผยแพร่แนวคิดด้านการวางแผนการเงินให้กับลูกค้าและประชาชนทั่วไป ผ่านสื่อต่างๆ จัดสัมมนาให้ความรู้ด้านการวางแผนการเงิน และกิจกรรมทดลองวางแผนการเงินด้วยตนเอง เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์จริงและมีทัศนคติที่ดีต่อการประกันชีวิต

(2) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2554

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	1,315.45	15.89	9,677.15	41.57	10,992.59	34.84
ผ่านช่องทางธนาคาร	6,706.42	81.01	12,807.13	55.02	19,513.55	61.84
ช่องทางอื่น	256.56	3.10	793.46	3.41	1,050.02	3.33
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	8,278.43	100.00	23,277.74	100.00	31,556.17	100.00

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2555

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	1,600.06	18.25	10,436.54	40.34	12,036.59	34.75
ผ่านช่องทางธนาคาร	6,925.90	79.00	14,624.44	56.52	21,550.33	62.21
ช่องทางอื่น	241.44	2.75	811.84	3.14	1,053.28	3.04
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	8,767.39	100.00	25,872.81	100.00	34,640.20	100.00

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2556

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	1,986.34	18.86	11,248.55	39.41	13,234.89	33.87
ผ่านช่องทางธนาคาร	8,305.63	78.84	16,416.72	57.51	24,722.34	63.26
ช่องทางอื่น	242.72	2.30	879.23	3.08	1,121.95	2.87
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	10,534.69	100.00	28,544.50	100.00	39,079.19	100.00

หมายเหตุ : *เบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว

เบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทแยกตามช่องทางจำหน่ายในปี 2556 ประกอบด้วยช่องทางจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง ตามลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีเบี้ยประกันภัยรับรวมจากช่องทางธนาคารเป็นช่องทางหลัก ที่ร้อยละ 63.26 รองลงมาคือ ช่องทางตัวแทนอยู่ที่ร้อยละ 33.87 และช่องทางอื่นๆ อยู่ที่ร้อยละ 2.87 และมีนโยบายด้านช่องทางจำหน่ายที่สำคัญ ดังนี้

- ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยรับรวม และเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน ปี 2556

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	% +/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	% +/-
1. เอไอเอ	100,407	41.51	5.12	19,753	36.09	5.45
2. ไทยประกันชีวิต	47,216	19.52	11.27	10,551	19.28	8.88
3. เมืองไทยประกันชีวิต	17,069	7.06	14.20	5,578	10.19	25.32
4. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	15,143	6.26	25.15	4,374	7.99	18.25
5. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	14,068	5.82	3.49	2,409	4.40	0.85
6. กรุงเทพประกันชีวิต	13,234	5.47	9.96	1,986	3.63	24.14
7. ไทยสมุทรประกันชีวิต	13,087	5.41	-6.78	3,329	6.08	-17.64
ธุรกิจ	241,871	100.00	7.66	54,729	100	6.34

ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2556 บริษัทมีอัตราเติบโตที่สูงของเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวจากช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน โดยเป็นอัตราเติบโตที่สูงกว่าธุรกิจค่อนข้างมาก ทำให้บริษัทมีเบี้ยรับรวมขึ้นเป็นอันดับที่ 6 ของธุรกิจ โดยเกิดจากความสำเร็จในการผลักดันกลยุทธ์การให้บริการวางแผนการเงินรอบด้านอย่างต่อเนื่องจากปี 2555 ซึ่งเป็นจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

ในด้านของทีมงาน บริษัทเพิ่มการลงทุนเพื่อพัฒนาทีมที่ปรึกษาทางการเงินเพิ่มขึ้น ด้วยหลักสูตรความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับตลาดการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์ เพื่อขึ้นทะเบียนผู้ขายหลักทรัพย์ (Single License) ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพตัวแทนเพื่อให้มีความเป็นมืออาชีพอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทมีที่ปรึกษาทางการเงินมืออาชีพที่ผ่านการอบรมจากสถาบันชั้นนำและได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ด.) กว่า 500 คน และตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติอีก 599 คน เป็นทรัพยากรที่สำคัญในการเติบโต การสร้างกำไร และความยั่งยืนของบริษัทในอนาคต

• **ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร**

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยรับรวม และเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร ปี 2556

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	% +/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	% +/-
1. เมืองไทยประกันชีวิต	40,898	23.73	27.87	21,286	26.13	28.10
2. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	39,326	22.82	8.44	16,757	20.57	-2.19
3. กรุงเทพประกันชีวิต	24,722	14.35	14.72	8,306	10.20	19.92
4. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	21,601	12.54	33.07	9,401	11.54	24.34
5. พรูเด็นเชียลประกันชีวิต	8,134	4.72	132.55	5,415	6.65	185.69
6. ไทยประกันชีวิต	7,147	4.15	23.09	3,973	4.88	-9.83
7. เอฟ ดับบลิว ดี ประกันชีวิต	6,712	3.90	27.93	2,866	3.52	26.24
ธุรกิจ	172,323	100.00	19.95	81,468	100.00	15.09

ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2556 บริษัทมีเบี้ยรับรวมในช่องทางธนาคารเป็นอันดับที่ 3 ของธุรกิจ บริษัทให้ความสำคัญในการสร้างความร่วมมืออย่างเข้มแข็งกับธนาคารในระดับนโยบาย รวมถึงการพัฒนาระบบปฏิบัติการและการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีร่วมกันในระดับปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่คู่แข่งสามารถดำเนินการได้ยาก

นอกเหนือจากความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทได้เสริมสร้างความรู้ด้านการประกันชีวิต และทักษะการขายใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรของธนาคารเพื่อสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ครบถ้วนตามรายละเอียดกรมธรรม์ที่นำเสนอต่อลูกค้า และถูกต้องตามหลักเกณฑ์นายหน้าประกันชีวิตตามที่กฎหมายกำหนดไว้ รวมถึงสนับสนุนการให้บริการลูกค้าและประสานงานภายในสาขาธนาคาร โดยจัดส่งทีมเจ้าหน้าที่พัฒนาการตลาดเข้าดูแลอำนวยความสะดวกในทุกสาขาธนาคารทั่วประเทศด้วย

• **ด้านช่องทางจำหน่ายอื่น ๆ**

บริษัทมีนโยบายในการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ที่มีศักยภาพให้มากขึ้น เพื่อปิดช่องว่างทางการตลาดและสร้างโอกาสในการขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ บริษัทจึงเพิ่มช่องทาง Tele marketing ในเดือนมิถุนายน 2556

(3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทดำเนินธุรกิจหลัก 2 ประเภท คือ การประกันชีวิตประเภทสามัญและกลุ่ม โดยมีลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

• **ประกันชีวิตประเภทสามัญ**

เป็นประกันชีวิตรายบุคคลสำหรับผู้มีรายได้และเงินออมทั่วไป ทั้งในส่วนของผู้มีผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ที่เน้นกลุ่มลูกค้ารายได้ระดับปานกลางถึงระดับบน และผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองที่เน้นกลุ่มลูกค้าทุกระดับที่ต้องการสร้างหลักประกันเพื่อความมั่นคงให้กับชีวิตและธุรกิจ โดยจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทนและช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร

• **ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม**

เป็นประกันชีวิตรายกลุ่มบุคคลสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจ อุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการขยายตลาดในกลุ่มลูกค้าที่สามารถสร้างผลกำไร มีความเสี่ยงต่อภาระค่าสินไหมต่ำ นอกจากนี้ยังเพิ่มนโยบายขยายตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าสินเชื่อ ที่ต้องการความคุ้มครองภาระหนี้สินดังกล่าว เช่น สินเชื่อบ้าน สินเชื่อธุรกิจและบัตรเครดิต เป็นต้น โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างผลกำไร และสร้างความมั่นคงให้กับบริษัทได้ในระยะยาว

ภาวะตลาดและการแข่งขัน

(1) ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ : เบียร์รับรวม และเบียร์ปีแรกรวมเบียร์ชำระครั้งเดียว ปี 2556

บริษัท	เบียร์รับรวม			เบียร์ปีแรกรวม เบียร์ชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	110,568	24.99	7.32	26,873	18.12	14.17
2. เมืองไทยประกันชีวิต	60,249	13.62	23.29	27,613	18.61	27.45
3. ไทยประกันชีวิต	55,030	12.44	12.66	14,769	9.97	3.21
4. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	45,496	10.18	8.56	18,233	12.31	-2.4
5. กรุงเทพประกันชีวิต	39,079	8.83	12.81	10,535	7.11	20.16
6. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	37,730	8.53	30.45	14,611	9.86	24.40
7. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	25,090	5.67	10.58	5,898	3.98	12.51
ธุรกิจ	442,496	100.00	13.07	148,136	100.00	13.47

ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบียร์รับรวม

ธุรกิจในการรวมยังมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2555 ที่ร้อยละ 13.07 โดยบริษัทมีเบียร์รับรวมอยู่ในอันดับเดิมคืออันดับที่ 5 ของธุรกิจ ด้วยอัตราการเติบโตที่ใกล้เคียงกับธุรกิจ ในด้านการขยายตลาดใหม่บริษัทมีเบียร์ปีแรกรวมเบียร์ชำระครั้งเดียวอยู่ในอันดับเดิมคืออันดับที่ 6 ของธุรกิจ ด้วยอัตราการเติบโตร้อยละ 20.16 สูงกว่าอัตราเติบโตในปีที่ผ่านมา และสูงกว่าการเติบโตของธุรกิจช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคารยังเป็นช่องทางหลักที่ช่วยขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว จากการมีฐานลูกค้าที่มีศักยภาพทางการเงิน และสาขานาครที่มีอยู่มากทำให้ลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการได้สะดวก ส่งผลให้บริษัทประกันชีวิตที่มีช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคารเป็นหลัก เช่น เมืองไทยประกันชีวิต กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต และกรุงเทพประกันชีวิต มีอัตราการเติบโตของเบียร์ปีแรกรวมเบียร์ชำระครั้งเดียวในระดับที่สูงกว่าธุรกิจค่อนข้างมาก

สำหรับธุรกิจสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องจากปัจจัยหลัก คือ อัตราการถือครองกรมธรรม์ของประเทศซึ่งยังอยู่ในระดับต่ำ นโยบายจากภาครัฐที่ให้การสนับสนุนการประกันชีวิตทั้งในด้านความรู้ การลดหย่อนภาษี และการเข้าถึงประกันชีวิตของประชาชนทุกระดับด้วยประกันชีวิตไมโครอินซัวรันส์ การขยายตัวของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยและรถยนต์ ตลอดจนการรับซื้อของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถรับรู้ทางเลือกการออมด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต และใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนการสร้างความมั่งคั่งและความมั่นคงให้กับชีวิตได้มากขึ้น

(2) ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์

ธุรกิจประกันชีวิตมีการแข่งขันที่สูงขึ้นทุกปี โดยเฉพาะในช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคารที่เริ่มตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา เนื่องจากเป็นฐานตลาดขนาดใหญ่ที่มีเงินออมและมีกำลังซื้อ รูปแบบการแข่งขันหลักที่ใช้แบ่งได้ ดังนี้

- ด้านช่องทางจำหน่าย

ช่องทางตัวแทน : การเพิ่มศักยภาพตัวแทนให้มีความรู้ในด้านการวางแผนการเงิน และการสร้างตัวแทนคุณภาพ

ช่องทางธนาคาร : ขยายความร่วมมือกับพันธมิตรรายใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับกลุ่มลูกค้า

ช่องทางขายตรง : เพิ่มช่องทางขายตรง ทั้งการขายผ่านโทรศัพท์ เคเบิลทีวี และอินเทอร์เน็ต

- ด้านการสร้างภาพลักษณ์ มีการใช้สื่อทั้งภาพยนตร์โฆษณา การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมการตลาดรวมถึงกิจกรรมเพื่อสังคม

- ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับความนิยมหลัก คือ ผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะสั้นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก ผลิตภัณฑ์ด้านคุ้มครองอุบัติเหตุ สุขภาพและโรคร้ายแรง โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลางขึ้นไป
- ด้านบริการและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีการพัฒนาระบบข้อมูลและการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้าในทางสรรพสินค้า การพัฒนากิจกรรมสร้างสัมพันธ์และแคมเปญพิเศษอย่างสม่ำเสมอ

(3) แนวโน้มธุรกิจ

สมาคมประกันชีวิตไทยประมาณการอัตราเติบโตของเบี้ยรับรวมในปี 2557 ที่ร้อยละ 15 จากปัจจัยสนับสนุนดังนี้

- อัตราการถือครองกรมธรรม์ของประชากรไทยที่ยังอยู่ในระดับที่ต่ำที่ร้อยละ 31.76 (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2555) ทำให้โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจยังมีอีกมาก
- การสนับสนุนของภาครัฐในการให้ความรู้และสนับสนุนให้ประชาชนมีประกันชีวิต ช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดไปสู่ระดับภูมิภาคมากขึ้น
- การแข่งขันด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลาย ทำให้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคมากขึ้น
- โครงสร้างประชากรไทยสูงส่งคนผู้สูงวัยและอายุเฉลี่ยของประชากรที่มีแนวโน้มสูงขึ้น เพิ่มโอกาสในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ในวัยเกษียณ เช่น ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ ผลิตภัณฑ์บำนาญ
- การขยายตัวของสาขาและจุดรับบริการที่สะดวกเพื่อการให้บริการ เพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น การขยายตัวของเทคโนโลยี ที่เพิ่มความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการทางการเงิน
- การขยายตัวของธุรกิจสินเชื่อในด้านต่าง ๆ ทั้งสินเชื่อธุรกิจ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ และสินเชื่อส่วนบุคคล สร้างโอกาสต่อการขยายตัวของผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองสินเชื่อ
- การแข่งขันด้านการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินและผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตมากยิ่งขึ้น
- การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) ในปี 2558 จะสร้างโอกาสให้ธุรกิจประกันชีวิตเติบโตและขยายไปสู่ภูมิภาคอาเซียนได้มากขึ้น โดยเฉพาะประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจและมีศักยภาพในการเติบโตที่ดี

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

(1) แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้น เบี้ยประกันภัยรับสุทธิ และกำไรจากการลงทุนสุทธิ ณ สิ้นปี 2554 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 13,276.54 ล้านบาท เบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 31,066.70 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุน รวมถึง เงินปันผลรับจากการลงทุนในตราสารทุน/หน่วยลงทุน ดอกเบี้ยรับ และกำไรจากการซื้อขายเงินลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ จำนวนรวม 5,023.50 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2555 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 19,464.77 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 46.61 จากปี 2554 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 34,127.63 ล้านบาท และ รายได้จากการลงทุน รวมถึง เงินปันผลรับจากการลงทุนในตราสารทุน/หน่วยลงทุน ดอกเบี้ยรับ และกำไรจากการซื้อขายเงินลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ จำนวนรวม 6,156.22 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2556 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 22,263.66 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 14.38 จากปี 2555 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 38,795.18 ล้านบาท และ รายได้จากการลงทุน รวมถึง เงินปันผลรับจากการลงทุนในตราสารทุน/หน่วยลงทุน ดอกเบี้ยรับ และกำไรจากการซื้อขายเงินลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทต่างๆ จำนวนรวม 7,601.04 ล้านบาท

(2) แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน

บริษัทจะจัดส่วนหนึ่งของเงินทุนจากเบี้ยประกันรับสุทธิไว้สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท และส่วนหนึ่งสำหรับเป็นเงินสำรองประกันชีวิตเพื่อใช้จ่ายค่าสินไหมทดแทน ผลประโยชน์ให้กับผู้เอาประกันหรือผู้รับประโยชน์กับบริษัท หากผู้เอาประกันเสียชีวิต หรือครบกำหนดชำระผลตอบแทน

แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัทที่สำคัญในปี 2554 ประกอบด้วย ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 6,939.31 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,439.19 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 20,196.61 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2555 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วย ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 7,971.39 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,758.14 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 22,872.80 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2556 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วย ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 10,851.23 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,705.21 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 25,357.21 ล้านบาท

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทดำเนินธุรกิจประกันชีวิตซึ่งต้องรับโอนความเสี่ยงภัยมาจากภาคประชาชน ทำให้การบริหารจัดการจึงต้องทำด้วยความระมัดระวัง รอบคอบ และตระหนักถึงความสำคัญของการมีระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ บริษัทจึงใช้ระบบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร Enterprise Risk Management (ERM) โดยจัดทำแผนธุรกิจและกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) มีการบริหารการดำรงเงินกองทุนตามระดับความเสี่ยง (Risk - Base Capital) และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ทั้งนี้ ปัจจัยที่บริษัทเห็นว่าเป็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

1. ความเสี่ยงจากการสร้างรายได้จากการขาย จากความผันผวนของตลาดสร้างความไม่เชื่อมั่นในการออมเงินผ่านการประกันชีวิตที่เป็นสัญญาระยะยาว การแข่งขันจากคู่แข่งในธุรกิจ ความเสี่ยงจากการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ กระทบต่อการสร้างรายได้และผลกำไรของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทเชื่อมั่นและยังคงใช้กลยุทธ์การขยายฐานลูกค้าทั้งรายใหม่และลูกค้าเดิม ผ่านการจัดการช่องทางการขายที่เหมาะสมจากช่องทางการขายที่มีอยู่และนำเสนอผ่านช่องทางใหม่ๆ เช่น การขายผ่านช่องทางโทรศัพท์ ประกอบกับการวางแผนการตลาดและการบริหารต้นทุนค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ การสร้างความน่าเชื่อถือและการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ตลอดจนงานด้านบริการที่พัฒนาและขยายสู่สาขาให้เป็นมาตรฐานเดียวกับสำนักงานใหญ่ จะยังสามารถลดความเสี่ยงจากปัจจัยต่างๆ ได้ ในปีนี้
2. ความเสี่ยงจากการสูญเสียรายได้จากการลงทุน เป็นการสูญเสียเงินลงทุนอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์ที่ลงทุน ซึ่งเป็นไปตามอุปสงค์ และอุปทานของตลาดตามความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ และปัจจัยทางการเมือง เป็นความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อตลาดทั้งระบบ มักจะเรียกอีกชื่อว่า Market Risk เป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถทำให้ลดลงได้จากการกระจายการลงทุน ทั้งนี้บริษัทฯ จะต้องลงทุนในสินทรัพย์ที่เหมาะสมเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่เพียงพอ สอดคล้องกับภาระผูกพันและระดับต้นทุนที่มีอยู่ บริษัทฯ จึงได้พิจารณาเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในสินทรัพย์ประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากการลงทุนในตราสารหนี้ภาครัฐ ซึ่งได้มีการพิจารณาเรื่องความเสี่ยงและการดำรงเงินกองทุนตามระดับความเสี่ยงจากสินทรัพย์ลงทุนควบคู่ไปด้วย อีกทั้งบริษัทฯ ได้พิจารณาช่องทางการประกอบธุรกิจอื่นนอกเหนือจากการประกอบธุรกิจประกันชีวิตเพื่อผลตอบแทนเพิ่มเติมในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยพิจารณาถึงศักยภาพ ระบบงาน บุคลากร และทรัพยากรของบริษัท ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบนโยบายการลงทุนและแผนการลงทุน ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) อย่างเคร่งครัด
3. ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ และหนี้สินของบริษัท ส่งผลต่อความผันผวนของการดำรงเงินกองทุน บริษัทมีการจัดสรรเงินกองทุนตามประเภทความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าตลอดเวลาในการดำเนินธุรกิจบริษัทมีเงินกองทุนเพียงพอ โดยในการจัดสรรเงินกองทุนจะคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนควบคู่ไปด้วย ดังนี้
 - ติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินผลกระทบต่ออัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน (CAR Ratio) และเพิ่มการติดตามเป็นพิเศษในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ
 - ในช่วงที่อัตราดอกเบี้ยมีการปรับตัวดีขึ้น ทำให้บริษัทมีทางเลือกในการลงทุน จึงได้เน้นการลงทุนในช่วงอายุสินทรัพย์ในช่วง 8-10 ปี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของ Cash Flow Matching เพื่อลดระดับ Interest rate Risk Charge ลง อีกทั้งยังช่วยลด Liquidity Risk ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย
 - แนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย โดยการบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน (ALM: Asset Liability Management) ให้สอดคล้องต่อการ

เปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในระดับที่ใกล้เคียงกัน ทั้งการจัดพอร์ตการลงทุนเพื่อลด Duration Gap ระหว่างสินทรัพย์และหนี้สิน การพิจารณาการลงทุนให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาออกสู่ตลาด พร้อมทั้งจัดหาโปรแกรมประยุกต์ ALM เพื่อเป็นเครื่องมือในการประมาณการและการวางแผนที่เกี่ยวข้องให้มีความถูกต้อง แม่นยำมากยิ่งขึ้น

4. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk) จากการดำเนินธุรกิจที่เป็นผลจากการปฏิบัติงานของบุคลากร กระบวนการปฏิบัติงาน เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ และจากเหตุปัจจัยภายนอกอื่นๆ บริษัทมีแผนงานในการเพิ่มระบบการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นนัยสำคัญเกี่ยวกับลูกค้า เช่น เหตุผลการยกเลิกกรมธรรม์ การเวนคืน เพื่อหามาตรการและแนวทางแก้ไขและป้องกันได้อย่างถูกต้องและทันการณ์ ขณะเดียวกัน บริษัทยังคงส่งเสริมและมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงในด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านบุคลากร บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน และสรรหาบุคลากรที่เหมาะสมและเพียงพอในการปฏิบัติงาน ตลอดจนสนับสนุนเครื่องมือในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม
- ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงระบบงาน Work Flow ต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานในหน้าที่หลัก เช่น กระบวนการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการจ่ายสินไหม งานด้านการเงินและการบัญชี
- ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทฯ ได้ลงทุนและพัฒนาระบบงานสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านฐานข้อมูลและระบบงานที่เกี่ยวข้อง
- ในระดับหน่วยงาน บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างการบริหารความเสี่ยง นโยบายการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้บริษัทสามารถรับรู้และบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการของบริษัทฯ มีความ

การบริหารความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (BCM: Business Continuity Management) บริษัทให้ความสำคัญต่องานด้านการให้บริการลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้งที่เป็นลำดับแรกหากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน จึงได้ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการและแผนงานบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ BCP (Business Continuity Plan) อย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดทำคู่มือแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจแยกตามสถานการณ์ฉุกเฉิน และได้จัดให้มีการซ้อมสถานการณ์ฉุกเฉินและการทดสอบระบบงานศูนย์ปฏิบัติงานสำรองของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าระบบงานต่างๆ ที่จัดเตรียมไว้สามารถใช้งานได้ดีตามแผนที่วางไว้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงสินทรัพย์ของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 บริษัทมีสาขา (ไม่รวมสำนักงานใหญ่) จำนวน 75 สาขา โดยเป็นทรัพย์สินของบริษัทเอง จำนวน 26 แห่ง และเป็นสาขาที่บริษัทเช่าจำนวน 49 สาขา

บริษัทมีทรัพย์สินประเภท ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์ ดังนี้

- สำนักงานใหญ่ของบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 23/115-121 รอยัลชิตตี้เวนิว ถนนพระราม 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 ซึ่งบริษัททำสัญญาเช่าระยะยาวกับผู้ให้เช่า สิ้นสุด ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2563
- ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์สุทธิอื่นๆ ณ วันที่ สิ้นปี 2555 มีจำนวน 304.95 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ที่ดินเปล่า อาคารชุด และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2555 (ล้านบาท)	พื้นที่ (ตร.วา)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน	วัตถุประสงค์
ที่ดินเปล่า จำนวน 1 แปลง (จ.กาญจนบุรี)	2.25	99.00	1.04	เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
อาคารชุด จำนวน 1 ห้องชุด (สาขาเอกมัย)	19.84	327.08	85.00	เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน สาขา
ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง						
- ที่ดิน (26 สาขา)	99.84	1,534.55	162.13	เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
- สิ่งปลูกสร้าง (26 สาขา)	31.25	-	78.04	เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
รวม	153.18	1,960.63	326.21			

หมายเหตุ – ราคาที่ดินและอาคารประเมินตามกฎการประเมินของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ปี 2554

4.1.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2555 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	4.42	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	-ไม่มี-
เครื่องใช้สำนักงาน	56.83	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	-ไม่มี-
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	32.05	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	-ไม่มี-
ค่าปรับปรุงทรัพย์สินที่เช่า	58.47	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	-ไม่มี-
รวม	151.77	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	-ไม่มี-

สรุปสัญญาที่สำคัญ

สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

คู่สัญญา

ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน)

ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพิพัฒน์ จำกัด

วัตถุประสงค์

เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงาน เลขที่ 23/115-121 อาคารฝั่งทิศตะวันตก รอยัลซิติ์ อเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กทม. 10310

เนื้อที่ประมาณ

11,766.24 ตารางเมตร

ระยะเวลา

25 ปี นับตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2538 – วันที่ 30 พฤศจิกายน 2563

อัตราค่าเช่า

อัตราค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า จำนวนรวม 294,156,000 บาท โดยแบ่งจ่าย 2 งวด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จำนวน 174,000,000 บาท ชำระแล้วเมื่อ 17 กรกฎาคม 2538
2. จำนวน 120,156,000 บาท ชำระแล้วเมื่อ 24 มกราคม 2539

นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าเช่ารายเดือนในอัตรา 5 บาทต่อตารางเมตร โดยเริ่มตั้งแต่ วันที่ 24 มกราคม 2539 โดยผู้ให้เช่ามีสิทธิปรับค่าเช่ารายเดือนขึ้นได้ร้อยละ 10 ตั้งแต่ 1 มกราคม 2541 และสามารถปรับเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ทุกๆ 5 ปี โดยปัจจุบันบริษัทชำระค่าเช่ารายเดือนในอัตรา 6.65 บาทต่อตารางเมตร และชำระค่าบริการสำหรับอาคารส่วนกลางเดือนละ 10.00 บาทต่อตารางเมตร และค่าบริการสำหรับภายในโครงการเดือนละ 24.50 บาทต่อตารางเมตร

การบอกเลิกสัญญาเช่า

กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไข สัญญาเช่าสามารถยกเลิกได้

เงื่อนไขอื่นๆ

ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพิพัฒน์ จำกัด	
วัตถุประสงค์	เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงาน เลขที่ 23/122-123 ชั้น 6 และชั้น 7 อาคารฝั่งทิศตะวันออก รอยัลซิดี อเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กทม. 10310
เนื้อที่ประมาณ	3,173.00 ตารางเมตร
ระยะเวลา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2554 – วันที่ 31 กรกฎาคม 2557
อัตราค่าเช่า	อัตราค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า เดือนละ 438,000.00 บาท โดยเริ่มชำระในวันที่ 1 สิงหาคม 2554 เป็นต้นไป
การบอกเลิกสัญญาเช่า	นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าบริการสำหรับอาคารส่วนกลางเดือนละ 878,795.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และค่าบริการสำหรับภายในโครงการ เดือนละ 95,190.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยชำระพร้อมกันกับค่าเช่า กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไข สัญญาเช่าสามารถยกเลิกได้
เงื่อนไขอื่นๆ	ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวเองอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพิพัฒน์ จำกัด	
วัตถุประสงค์	เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นห้องเก็บกรมธรรม์ เลขที่ 21/106-107 รอยัลซิดี อเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กทม. 10310
เนื้อที่ประมาณ	727.12 ตารางเมตร
ระยะเวลา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2555 – วันที่ 31 ตุลาคม 2558
อัตราค่าเช่า	อัตราค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า เดือนละ 34,400.00 บาท โดยเริ่มชำระในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2555 เป็นต้นไป
การบอกเลิกสัญญาเช่า	นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าบริการสำหรับอาคารส่วนกลางเดือนละ 51,600.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และค่าบริการสำหรับภายในโครงการ เดือนละ 21,039.20 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยชำระพร้อมกันกับค่าเช่า กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไข สัญญาเช่าสามารถยกเลิกได้
เงื่อนไขอื่นๆ	ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวเองอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพิพัฒน์ จำกัด
วัตถุประสงค์	เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นห้อง Club S เลขที่ 23/129 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กทม. 10310
เนื้อที่ประมาณ	428 ตารางเมตร
ระยะเวลา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 – วันที่ 30 มิถุนายน 2559
อัตราค่าเช่า	อัตราค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า เดือนละ 87,000.00 บาท โดยเริ่มชำระในวันที่ 1 กรกฎาคม 2556 เป็นต้นไป นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าบริการสำหรับอาคารส่วนกลางเดือนละ 131,280.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และค่าบริการสำหรับภายในโครงการเดือนละ 12,840.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยชำระพร้อมกันกับค่าเช่า
การบอกเลิกสัญญาเช่า	กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไข สัญญาเช่าสามารถยกเลิกได้
เงื่อนไขอื่นๆ	ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวเองอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

สัญญาประกันภัยที่สำคัญ

กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่	512-01551-11139
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ประเภทการประกันภัย	ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (Accidental Damage Property Insurance Policy)
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่ง ห้องกรรมสิทธิ์ของสำนักงานใหญ่ และ สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท) เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งของอาคารสาขาอีก 75 สาขา
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556
วงเงินประกันภัย	969,200,409.00 บาท
เบี้ยประกันภัย	885,014.12 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ยกเว้นอาคารเช่า ซึ่งผู้รับผลประโยชน์ในอาคาร คือ ผู้ให้เช่า
กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่	512-01559-101 และ 512-01559-102
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ประเภทการประกันภัย	การประกันภัยสำหรับเงิน ต่อความเสี่ยงบางชนิดเช่น ความสูญเสียของเงินภายในตู้নিরภัยหรือภายในสถานที่เอาประกันภัย ความสูญเสียของเงินขณะขนส่ง ความเสียหายต่อตู้নিরภัยหรือทรัพย์สินอื่นๆ ที่เกิดขึ้นกับเงินและทรัพย์สินอื่นๆของบริษัท
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	เงิน ตู้নিরภัย ห้องনিরภัย ตัวอาคาร และทรัพย์สินอื่นๆของสำนักงานใหญ่ และสาขา อีก 75 สาขา

ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2555 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556
วงเงินประกันภัย	28,035,000.00 บาท
เบี้ยประกันภัย	139,458.45 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมาย	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่	512-01560-7
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ประเภทการประกันภัย	ประกันภัยป้ายโฆษณา สาขาพิจิตร
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	ป้ายโฆษณา โครงเหล็กขนาดกว้าง 8 เมตร x สูง 10.30 เมตร หนา 1.60 เมตร
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2555 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556
วงเงินประกันภัย	400,000.00 บาท
เบี้ยประกันภัย	25,782.72 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมาย	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่	512-01560-8
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ประเภทการประกันภัย	ประกันภัยป้ายโฆษณา สาขาอุดรธานี
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	ป้ายโฆษณา โครงเหล็กขนาดกว้าง 11.90 เมตร x สูง 11.30 เมตร หนา 1.60 เมตร
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2555 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556
วงเงินประกันภัย	552,000.00 บาท
เบี้ยประกันภัย	35,580.71 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมาย	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่	513-01111-5746
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ประเภทการประกันภัย	ประกันภัยอัดคีย์ (ตึกซื้อใหม่) สาขาชลบุรี
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	อาคารเลขที่ 102/4 หมู่ที่ 4 ถนนสุขุมวิท ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน 2556 ถึงวันที่ 5 เมษายน 2557
วงเงินประกันภัย	11,634,000.00 บาท
เบี้ยประกันภัย	14,997.12 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมาย	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
ประเภทการประกันภัย	ประกันภัยรถยนต์
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	รถยนต์จำนวน 20 คัน
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 17 สิงหาคม 2556 ถึงวันที่ 17 สิงหาคม 2557
วงเงินประกันภัย	19,770,000.00 บาท
เบี้ยประกันภัยรวม พ.ร.บ.	712,404.93 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมาย	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

สัญญาอื่นๆ

ลักษณะสัญญา	สัญญานายหน้าประกันชีวิต สำหรับการจำหน่ายกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านช่องทางธนาคาร (Bancassurance)
คู่สัญญา	ผู้ว่าจ้าง : บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ผู้รับจ้าง : ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ("ธนาคารกรุงเทพ")
วัตถุประสงค์	เพื่อว่าจ้างธนาคารกรุงเทพ ในการดำเนินการเป็นนายหน้าเพื่อจัดจำหน่ายกรมธรรม์ประกันชีวิตให้กับบริษัท
ค่าตอบแทน	บริษัทจะทำการชำระค่าตอบแทนให้กับธนาคารกรุงเทพ เป็นค่าบำเหน็จตามกรมธรรม์ โดยพิจารณาจากชนิดและปริมาณผลผลิตที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือน และจะพิจารณาสวนเกินของผลผลิตจากเป้าหมายที่ตั้งไว้เป็นรายปีประกอบด้วย

4.2 การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมิได้มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีข้อพิพาททางกฎหมายที่บริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุดและเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท ดังนี้

1. บริษัทเป็นจำเลยในคดีเรียกร้องค่าสินไหม เนื่องจากบริษัทได้ทำการปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมกับผู้เอาประกันสำหรับกรณีที่ผู้เอาประกันได้ทำผิดข้อตกลงที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ทั้งสิ้นจำนวน 10 คดี โดยมีการเรียกร้องค่าเสียหายจำนวน 38.03 ล้านบาท คดีที่มีการเรียกร้องค่าเสียหายสูงสุดมีการเรียกร้องค่าเสียหายเป็นเงินจำนวน 12.00 ล้านบาท โดยปัจจุบันบริษัทได้แต่งตั้งทนายความเข้าสู่คดีดังกล่าว เพื่อไม่ต้องรับผิดตามข้อกล่าวหาดังกล่าว

2. บริษัทเป็นจำเลยในคดีที่มีผู้แอบอ้างเป็นตัวแทนของบริษัทไปเก็บเบี้ยประกันชีวิตจากผู้เอาประกันของบริษัทจำนวน 7 แสนบาท โดยปัจจุบันบริษัทได้แต่งตั้งทนายความเข้าสู่คดีดังกล่าว เพื่อไม่ต้องรับผิดตามข้อกล่าวหาดังกล่าว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value)

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2555 โดยมีบริษัท สำนักงาน เอ็นสท์ แอนด์ ยัง จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาในการประเมินมูลค่าดังกล่าว มีรายละเอียดเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ดังนี้

	31 ธันวาคม			
	2555		2554	
	<u>ล้านบาท</u>	<u>บาทต่อหุ้น</u>	<u>ล้านบาท</u>	<u>บาทต่อหุ้น</u>
Embedded Value (EV)	30,610	25.40	25,406	21.17
Value of One Year New Business (VNB)	1,910	1.59	1,605	1.34
<u>สมมติฐานที่สำคัญ :</u>				
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	5.00%		5.25%	
อัตราดอกเบี้ยคิดลด (Discount Rate)	10.00%		10.00%	

สำหรับการประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2556 จะแล้วเสร็จ และสามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ประมาณเดือนเมษายน 2557