

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ด้วยเจตนารมณ์อันแน่วแน่ที่ต้องการเห็นสังคมไทยมีความสุข โดยให้ประชาชนมีหลักประกันทางการเงินที่มั่นคงและมีคุณภาพชีวิตที่ดี พันตรีควง อภัยวงศ์ (อดีตนายกรัฐมนตรี) พระยาศรวิศาลวาจา และนายชิน โสภณพนิช ก่อตั้งบริษัทโดยใช้ชื่อว่า “บริษัท สุขสวัสดิ์ประกันชีวิต จำกัด” และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท กรุงสยามประกันชีวิต จำกัด” และได้เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2494 เป็นต้นมา

ในระยะแรกการประกอบธุรกิจของบริษัทได้เน้นไปในด้านสวัสดิการสงเคราะห์เป็นส่วนใหญ่ จนกระทั่งถึงปี 2520 คุณชิน โสภณพนิช ประธานที่ปรึกษาของบริษัทในขณะนั้น ได้แนะนำให้บริษัทเริ่มพัฒนาด้านประกันชีวิตอย่างจริงจัง โดยได้ มอบหมายให้คุณวัย วรธนกุล ผู้ซึ่งมากไปด้วยประสบการณ์และคุณวุฒิเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศมาวางโครงสร้าง และจัดองค์กรการบริหารโดยอาศัยคำแนะนำจาก Mr.K.V. Claridge , F.I.A.ผู้เชี่ยวชาญด้านคณิตศาสตร์ประกันชีวิตของบริษัท สวิสอินชัวร์نس 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

เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2552 บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ด้วยทุนจดทะเบียน 1,220,000,000 บาท

ปัจจุบัน นอกจากการประกอบธุรกิจด้านการประกันชีวิตแล้ว บริษัทยังมุ่งมั่นในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่ประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงการเสริมสร้างคุณค่าชีวิตโดยการให้คำแนะนำด้านการวางแผนทางการเงินอย่างรอบด้านอีกด้วย

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ให้คนไทยเห็นประโยชน์การประกันชีวิต และทำประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและคุณค่าชีวิต”

ภารกิจ (Mission)

“ บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยการปกป้องคุณค่าชีวิต การให้คำแนะนำด้านการวางแผนการเงิน และบริการที่ประทับใจ ผ่านตัวแทน คู่ค้า และพนักงานที่มีความจริงใจ และมีความรู้ระดับแนวหน้าของประเทศ ”

ค่านิยมองค์กร (Value)

ศรัทธา :: ส่งมอบการประกันชีวิตด้วยความยินดี มุ่งมั่นสร้างเสริมให้ประชาชนเห็นประโยชน์และคุณค่าการทำประกันชีวิต

รับผิดชอบ :: มุ่งมั่นในงานสำเร็จและเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้รับมอบหมายภายในเวลาที่กำหนด ประพฤติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพและเคารพในสิทธิของผู้อื่น

- จริงใจ** :: สร้างความไว้วางใจให้ลูกค้าและผู้มาติดต่อ ด้วยการบริการที่ประทับใจเกินความคาดหมาย มีการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่เปิดเผยตรงไปตรงมา
- พัฒนาตน** :: มุ่งมั่นด้วยเป้าหมายที่ชัดเจน มีความคิดริเริ่ม แสวงหาความรู้ใหม่ๆ พัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง จนก้าวขึ้นสู่ความสำเร็จในอาชีพ
- ทำงานเป็นทีม** :: ทำงานเชิงรุกอย่างมีเป้าหมาย มีการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งมั่นสู่จุดหมายที่วางไว้ ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ เป็นกำลังใจและเป็นมิตรต่อเพื่อนร่วมงาน

เป้าหมายระยะยาวของบริษัท

บริษัทมุ่งเน้นกลยุทธ์หลักที่จะเชื่อมโยงทุกเป้าหมายของแผนงานของบริษัท คือ **“การเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินแก่ประชาชนทุกกลุ่ม”** และมีเป้าหมายเป็นบริษัทระดับแนวหน้า โดยมีเป้าหมายประกันชีวิตรวบรวมอยู่ในกลุ่ม TOP 3 ของธุรกิจประกันชีวิตภายในปี 2561 ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายพร้อมกับนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ในการสร้างหลักประกันชีวิตอย่างเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม
- มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าอย่างลึกซึ้งด้วยการแบ่งกลุ่มลูกค้า พร้อมกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อเพิ่มความสามารถในการขายทั้งในกลุ่มลูกค้าเดิมและศักยภาพในการหาลูกค้าใหม่
- เพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางขายและบริการที่หลากหลายด้วยสัดส่วนการขายในแต่ละช่องทางอย่างเหมาะสม
- การบริการเป็นเลิศในการสร้างประสบการณ์อันดีแก่ลูกค้า ด้วยการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- การลงทุนที่มีผลตอบแทนมากกว่า risk-return
- การพัฒนาทรัพยากรบุคคล และเป็นองค์กรที่ High Performance ที่ดึงดูดผู้มีศักยภาพให้มาร่วมงาน
- เพิ่มศักยภาพการใช้เทคโนโลยีในการบริหารงานโดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
- การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

รางวัลแห่งความภูมิใจ

- บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล “ศูนย์รับเรื่องและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคดีเด่น ประจำปี 2557” ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพศูนย์รับเรื่องและแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค (Call Center) ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) เนื่องในโอกาสที่บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต เป็นผู้ประกอบการที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนในด้านการรับเรื่องราวร้องทุกข์และการแก้ไขปัญหาได้อย่างดีมาโดยตลอด ดอกยี่มามาตรฐานการจัดการและคุณภาพการให้บริการอันเป็นเลิศอย่างแท้จริง
- บริษัทได้รับรางวัล “องค์กรโปร่งใสประจำปี 2556” เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2557 ถือเป็นบริษัทประกันชีวิตเพียงรายเดียวที่ได้รับเกียรติรับรางวัลนี้ จากผลของนโยบายและการดำเนินงานด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ ตามเกณฑ์การคัดเลือก และด้วยความมุ่งมั่นในการให้บริการ เสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชน ทั้งการสร้างหลักประกันและสร้างฐานะ พร้อมกับเสริมสร้างความมั่นคงขององค์กร ตลอดจนการสร้างสรรค์สังคมในมิติต่างๆ
- บริษัทได้รับการรับรองเป็น “สมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต” โดยผ่านการรับรองจากคณะกรรมการแนวร่วมฯ

- บริษัทได้รับการประเมินคุณภาพจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (Annual General Meeting, AGM) ประจำปี 2557 ด้วยคะแนน 100 คะแนนเต็ม ในระดับ “ดีเลิศ+สมควรเป็นตัวอย่าง” เป็นปีแรก โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- บริษัทได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance rating, CG rating) ปี 2557 ในระดับ “4 ดาว” เป็นปีที่ 2 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ด.

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้แข็งแกร่ง

- ด้านการสื่อสาร สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในแบรนด์

ในปี 2557 บริษัทมีการสื่อสารให้ประชาชนทราบถึงวิสัยทัศน์และภารกิจของบริษัทอย่างต่อเนื่อง และให้ประชาชนทราบถึงแนวคิด “สร้างความมั่นคงทางการเงิน ด้วยการวางแผนการเงินอย่างรอบด้าน สร้างหลักประกันควบคู่กับการสร้างฐานะ” โดยการให้ความรู้เรื่อง “การสร้างมั่นคงทางการเงินให้ตนเอง และครอบครัว ด้วยการวางแผนทางการเงิน” ผ่านทางกิจกรรมที่สำคัญคือ

- 1) เผยแพร่แนวคิดโดยผู้บริหาร, สกู๊ปให้ความรู้ และตอบคำถามเกี่ยวกับการวางแผนการเงินและการสร้างหลักประกันควบคู่กับการสร้างฐานะ ผ่านสื่อสาธารณะ ทั้ง Free TV / Cable TV / วิทยุ และสิ่งพิมพ์
- 2) ให้บริการ “วางแผนการเงิน” ต่อประชาชนโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ในงานกิจกรรมด้านการเงินที่สำคัญต่างๆ เช่น Money Expo, งานวันประกันชีวิตแห่งชาติ และงาน Post Today Expo เพื่อเป็นการสร้าง Brand Experience
- 3) เปิด Corporate Facebook Fan Page “Bangkoklife” เพื่อให้ประชาชนในโลกออนไลน์สามารถรับรู้ถึงแนวความคิด วิสัยทัศน์ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกรุงเทพประกันชีวิตมากยิ่งขึ้น
- 4) การให้ความรู้ด้านการเงินต่างๆ ผ่าน Social Network: Corporate Facebook Fan Page “Bangkoklife” เพื่อให้ประชาชนในโลกออนไลน์สามารถรับรู้แนวคิดของบริษัทมากยิ่งขึ้น รวมถึงการอัปเดตข่าวสารกิจการด้าน CSR ผ่าน Facebook : BLA Happy Life
- 5) ร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ บลจ.บัวหลวง และบมจ.กรุงเทพประกันภัย จัดเสวนาภายใต้หัวข้อ “ชีวิตออกแบบได้” ด้วยการวางแผนการเงินอย่างรอบด้าน โดยนำเสนอแนวทางการออกแบบแผนทางการเงิน ตามช่วงอายุที่มีไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างความพร้อมในการดำเนินชีวิตในอนาคตอย่างมีความสุข
- 6) โฆษณาทางสื่อสาธารณะต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์กรุงเทพประกันชีวิต ในแคมเปญ “ความเสี่ยงไม่สะท้อนความสุข เมื่อพร้อมทั้งหลักประกันและฐานะ” เพื่อสื่อถึงแนวความคิดของกรุงเทพประกันชีวิตในเรื่องการวางแผนการเงินให้ประชาชน เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความเสี่ยง ผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อออนไลน์
- 7) ขยายการรับรู้แบรนด์กรุงเทพประกันชีวิต ด้วยผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในสื่อออนไลน์ และเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น เช่น การทำ Google Adwords เพื่อให้คนที่ใช้ Search engine ได้พบชื่อบริษัทและได้เห็นผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น
- 8) สร้างการจดจำในชื่อ และแบรนด์กรุงเทพประกันชีวิต โดยเน้นการทำ Brand Visibility ตามสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น VTR ในโทรทัศน์ Jingle ในวิทยุ ป้ายโฆษณาต่างๆ เพื่อให้คนเห็น และรับรู้ถึงแบรนด์ให้มากที่สุด

9) เพิ่มความคุ้นเคยกับแบรนด์ และสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผ่านทาง

- กิจกรรมต่างๆ (Brand Visibility) โดยสื่อ Outdoor ทั้งการใส่เสื้อที่มีตราสัญลักษณ์ของกรุงเทพประกันชีวิตในงานต่างๆ ป้ายข้างทางในต่างจังหวัด Billboard ร่มสนาม เติ้นท์ หรือป้ายต่างๆ ในพื้นที่ศักยภาพทั่วประเทศ
- กิจกรรม Brand Activation ที่จะให้กรุงเทพประกันชีวิตเป็นที่รู้จัก ด้วยการออกกิจกรรมในงานต่างๆ เช่น ออกบูธงาน ทวี 3 สัญจร

- ด้านระบบการดำเนินงานและการจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นต่อการสร้างสรรค์งานบริการภายใต้ระบบการบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริการได้คุณภาพมาตรฐานถูกต้องสมบูรณ์และสะดวกรวดเร็วทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเป็นบริษัทประกันชีวิตแห่งแรกที่ผ่านมาการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 จาก International Certifications Ltd., Auckland New Zealand (ICL) ด้านการดำเนินงานกรมธรรม์สามัญ สายประกันชีวิต ฝ่ายประกันกลุ่ม และสำนักงานสาขา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการกระจายสู่สาขาทั่วทุกภูมิภาคแบบครบวงจร โดยในปี 2557 บริษัทได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 เพิ่มอีก 4 สาขา รวมเป็น 46 สาขาจากทั้งหมด 76 สาขา และในอนาคตบริษัทมีเป้าหมายที่จะเพิ่มระดับมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพให้กระจายสู่สาขาอย่างต่อเนื่องต่อไป

นอกจากนี้บริษัทยังมีหน่วยงานปฏิบัติการนายหน้าหน่วยลงทุน ซึ่งสนับสนุนการซื้อและขายหน่วยลงทุนให้กับตัวแทนของบริษัทเพื่อเป็นที่ปรึกษาและนำเสนอในการวางแผนการเงินอย่างครบวงจร

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทได้พัฒนาช่องทางการขายตรงผ่าน Telemarketing ต่อเนื่องจากปี 2556 ด้วยการขยายผลผลิต Telemarketing โดยเพิ่มการ Cross Selling ผ่านฐานลูกค้าของ I-direct broker เพื่อขยายฐานลูกค้ารายใหม่ให้มากยิ่งขึ้น ร่วมกับการออกแบบประกันเพื่อการคุ้มครองสุขภาพและรายได้ เพื่อขยายตลาดทั้งในฐานลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่

- ด้านการบริการ

บริษัทได้เปิดให้บริการ Service Center ที่สำนักงานใหญ่ เมื่อเดือนมกราคม 2557 โดยให้บริการแบบครบวงจร (One Stop Service) ทั้งการให้บริการด้านการชำระเงินและงานบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เอาประกันและตัวแทน

- ด้านการพัฒนาคุณภาพตัวแทนและการสร้างทีมที่ปรึกษาทางการเงิน

บริษัทมีตัวแทนที่ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ (TNQA) ประจำปี 2557 ทั้งสิ้น 514 คน จากทั้งหมด 2,910 คน เป็นอันดับที่ 3 ของธุรกิจ และมีที่ปรึกษาการวางแผนทางการเงินที่ผ่านการอบรมจากสถาบันชั้นนำและได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จำนวน 730 คน ซึ่งการมุ่งมั่นพัฒนาดังกล่าวเพื่อสนับสนุนภารกิจของบริษัทในการที่จะเป็นผู้นำทางการเงินในการสร้างความมั่นคงให้ประชาชนทุกกลุ่มและให้คำแนะนำด้านการวางแผนการเงินได้อย่างครบวงจร

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทนายหน้าประกันวินาศภัย เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2555 เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และขยายความสามารถในการเสนอขายสินค้าและบริการให้มีความหลากหลาย ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และถือเป็นการสนับสนุนให้ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่ครบวงจรมากขึ้น

บริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน 4,000,000 บาท จำนวนหุ้น 400,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 10 บาทต่อหุ้น ทั้งนี้ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นจากเดิมร้อยละ 15 เป็นร้อยละ 99 เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2557 โดยได้ซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิมซึ่งไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องในราคาที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557 บริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 4,000,000 บาท โดยออกหุ้นใหม่ จำนวน 200,000 หุ้น ขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนในราคาที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	396,000	99.00
2	นางกัลยา ม้ามณี	2,000	0.50
3	นายประสิทธิ์ บุญเจริญ	1,998	0.50
4	นางสมใจ สุทธิศักดิ์โสภาคกุล	2	0.00

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 และการสูญเสีย รายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบภัยเหล่านั้น ก็ได้รับเงินเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน แก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัททำหน้าที่นำเงินดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ประสบภัยหรือผู้รับผลประโยชน์

ในอดีตบริษัทเริ่มประกอบการธุรกิจประกันชีวิตโดยเน้นกรมธรรม์ประกันชีวิตสามัญประเภทคุ้มครองตลอดชีวิต ปัจจุบันบริษัทได้ทำการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดประโยชน์กับ ลูกค้าสูงสุด โดยหลักแล้วการทำประกันชีวิตจะให้ผลประโยชน์กับผู้เอาประกันในสองรูปแบบหลัก คือ ผลประโยชน์ ทางด้านความคุ้มครอง และผลประโยชน์ทางด้านการออมทรัพย์ ผู้เอาประกันได้รับประโยชน์ทางด้านความคุ้มครอง โดยบริษัทประกันจะชำระเงินคุ้มครองให้กับผู้รับประโยชน์ หากผู้เอาประกันเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุหรือเสียชีวิต สำหรับประโยชน์ทางด้านการออมทรัพย์ ผู้เอาประกันจะได้รับเงินผลประโยชน์ในระหว่างระยะเวลาของสัญญา ประกันภัย

2.1.1 ประเภทการประกันชีวิต

ปัจจุบันบริษัทมีแบบประกันที่สามารถเสนอให้กับลูกค้ามากกว่า 60 แบบ แบ่งตามประเภทการประกันได้ ดังต่อไปนี้

2.1.1.1 ประกันชีวิตสามัญ (Ordinary Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิตรายบุคคลที่จำนวนเงินเอาประกันภัยขึ้นอยู่กับความสามารถในการชำระเบี้ยของแต่ละ บุคคล ความคุ้มครองและระยะเวลาในการชำระเบี้ยขึ้นอยู่กับแบบของการประกันแต่ละแบบ เช่น 5 ปี 10 ปี 15 ปี หรือ จนผู้ทำประกันมีอายุครบอายุใดอายุหนึ่งที่กำหนดไว้ โดยอาจมีงวดการชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือนหรือรายเดือน การทำประกันชีวิตประเภทนี้ผู้เอาประกันจะได้รับผลประโยชน์หลักคือความคุ้มครองและการออม ทรัพย์ โดยประกันชีวิตสามัญแบบต่างๆ จะมีสัดส่วนผลประโยชน์ของความคุ้มครองและการออมทรัพย์ต่างกันออกไป ประกันชีวิตสามัญมีลักษณะแบบประกันดังนี้

(1) แบบตลอดชีพ (Whole Life Insurance)

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันให้ผู้รับผลประโยชน์เมื่อผู้ทำ ประกันเสียชีวิตหรือ จ่ายเงินเอาประกันให้แก่ผู้เอาประกันในกรณีที่ผู้เอาประกันมีชีวิตอยู่ในวันที่กรมธรรม์ครบกำหนด สัญญา ซึ่งโดยทั่วไปจะกำหนดวันครบอายุสัญญาเมื่อผู้เอาประกันมีอายุครบ 90 หรือ 99 ปี และเป็นแบบประกันชีวิต สมัยที่เน้นผลประโยชน์ด้านความคุ้มครองและได้รับความนิยมนามากประเภทหนึ่ง โดยทั่วไปแบบประกันแบบตลอดชีพ จะกำหนดการชำระเบี้ยตลอดชีพ แต่บางแบบอาจจะลดระยะเวลาชำระเบี้ยลงเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของ ลูกค้า เช่น ชำระเบี้ย 15 ปี 20 ปี หรือ จนถึงอายุ 70 ปี

(2) แบบชั่วระยะเวลา (Term Insurance)

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันให้แก่ผู้รับประโยชน์ในช่วงระยะเวลา หนึ่งๆ เมื่อผู้ทำประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย โดยทั่วไปมีระยะเวลาคumครอง หรืออายุกรมธรรม์ 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)

ประกันกลุ่มเป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งจะมีผู้เอาประกันชีวิตร่วมกันตั้งแต่ 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 คุ้มครองการเสียชีวิตและทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงภายในระยะเวลาเอาประกันภัย ด้วยจำนวนเงินเอาประกันภัยที่ลดลงรายงวด

สัดส่วนผลผลิตแยกตามกลุ่มธุรกิจ

สัดส่วนผลผลิตรายใหม่ หรือเบี่ยประกันรับปีแรก ของบริษัท ประจำปี 2555 - 2557 แบ่งตามประเภทการประกันได้ดังต่อไปนี้

ประเภทการประกัน	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สามัญ - ชำระเบี้ยครั้งเดียว	2,425.46	27.66	1,881.85	17.86	12,044.67	63.17
สามัญ	4,628.16	52.79	6,534.10	62.02	4,716.78	24.74
ตลอดชีพ	661.09	7.54	579.48	5.50	679.95	3.57
ชั่วระยะเวลา	11.33	0.13	42.41	0.40	34.36	0.18
สะสมทรัพย์	3,688.02	42.07	5,686.54	53.98	3,793.69	19.90
สัญญาเพิ่มเติม	267.72	3.05	225.67	2.14	208.78	1.09
ประกันกลุ่ม	1,713.77	19.55	2,118.74	20.11	2,307.07	12.10
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	8,767.39	100.00	10,534.69	100.00	19,068.52	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันรับปีแรก หักเบี่ยประกันส่งคืนให้กับผู้เอาประกันภัยยกเลิกรวม

ปี 2555 เบี้ยรับปีแรกของบริษัททุกประเภทธุรกิจ มีจำนวนทั้งสิ้น 8,767.39 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.91 ปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 10,534.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.16 และ ปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 19,068.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 81.01 โดยผลผลิตในแต่ละประเภทการประกัน เป็นดังนี้

- ผลผลิตประเภทสามัญ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ปี 2555 มีเบี้ยรับปีแรก 4,628.16 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 52.79 ของผลผลิตทุกประเภท และมีอัตราการเจริญเติบโตลดลงร้อยละ 29.88 สำหรับปี 2556 มีเบี้ยรับปีแรก 6,534.10 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 62.02 ของผลผลิตทุกประเภท เพิ่มขึ้นร้อยละ 41.18 และปี 2557 มีเบี้ยรับปีแรก 4,716.78 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 24.74 ของผลผลิตทุกประเภท ลดลงร้อยละ 27.81
- เบี้ยรับปีแรกของแบบประกันชีวิตตลอดชีพในปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 661.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 32.61 สำหรับปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 579.48 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 12.34 และปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 679.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 17.34
- ระหว่างผลผลิตของแบบประกันต่างๆ ในประกันชีวิตประเภทสามัญนั้น การประกันแบบสะสมทรัพย์มีอัตราเติบโตสูงที่สุด และมีสัดส่วนสูงสุด โดยในปี 2555 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก ถึง 3,688.02 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.07 ของเบี้ยประกันรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 36.92 สำหรับปี 2556 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก ถึง 5,686.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.98 ของเบี้ยประกันรับปีแรกรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 54.19 และปี 2557 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก ถึง 3,793.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.90 ของเบี้ยประกันรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 33.29
- ในส่วนสัญญาเพิ่มเติม ปี 2555 มีจำนวนเบี้ยประกันรับปีแรก 267.72 ล้านบาท เพิ่มจากปีก่อน ร้อยละ 5.38 ปี 2556 มีจำนวนเบี้ยประกันรับปีแรก 225.67 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 15.71 และปี 2557 มีจำนวนเบี้ยประกันรับปีแรก 208.78 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 7.48
- ประกันกลุ่ม ปี 2555 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 19.55 ด้วยเบี้ยรับปีแรกรวม 1,713.77 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.75 สำหรับปี 2556 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 20.11 ด้วยเบี้ยรับปีแรกรวม 2,118.74 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 23.63 และ ปี 2557 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 12.10 ด้วยเบี้ยรับปีแรกรวม 2,307.07 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.89

สัดส่วนเบี้ยประกันรับปีต่อไป และเบี้ยประกันรับรวมของบริษัท ประจำปี 2555 - ปี 2557 แบ่งตามประเภทการประกันได้ดังนี้

เบี้ยประกันรับปีต่อไปและเบี้ยประกันรับรวม

ประเภทการประกัน	ปี 2555				ปี 2556			
	เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ	-	-	2,425.46	7.00	-	-	1,881.85	4.82
สามัญ	25,139.66	97.17	29,767.82	85.93	27,738.24	97.18	34,272.34	87.70
ตลอดชีพ	1,887.07	7.29	2,548.17	7.36	2,402.57	8.42	2,982.05	7.63
ชั่วระยะเวลา	38.79	0.15	50.12	0.14	25.33	0.09	67.74	0.17
สะสมทรัพย์	21,601.52	83.49	25,289.54	73.01	23,597.43	82.67	29,283.97	74.93
สัญญาเพิ่มเติม	1,612.27	6.23	1,879.99	5.43	1,712.92	6.00	1,938.58	4.96
ประกันกลุ่ม	733.15	2.83	2,446.93	7.06	806.25	2.82	2,924.99	7.48
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	25,872.81	100.00	34,640.20	100.00	28,544.50	100.00	39,079.19	100.00

ประเภทการประกัน	ปี 2557			
	เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ	-	-	12,044.67	23.25
สามัญ	31,871.09	97.34	36,587.87	70.62
ตลอดชีพ	2,594.25	7.92	3,274.20	6.32
ชั่วระยะเวลา	36.19	0.11	70.55	0.14
สะสมทรัพย์	27,469.65	83.90	31,263.34	60.34
สัญญาเพิ่มเติม	1,771.00	5.41	1,979.78	3.82
ประกันกลุ่ม	870.52	2.66	3,177.59	6.13
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	32,741.61	100.00	51,810.13	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันรับปีต่อไปและเบี้ยรับรวม หักเบี้ยประกันส่งคืนให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยกเลิกกรมธรรม์

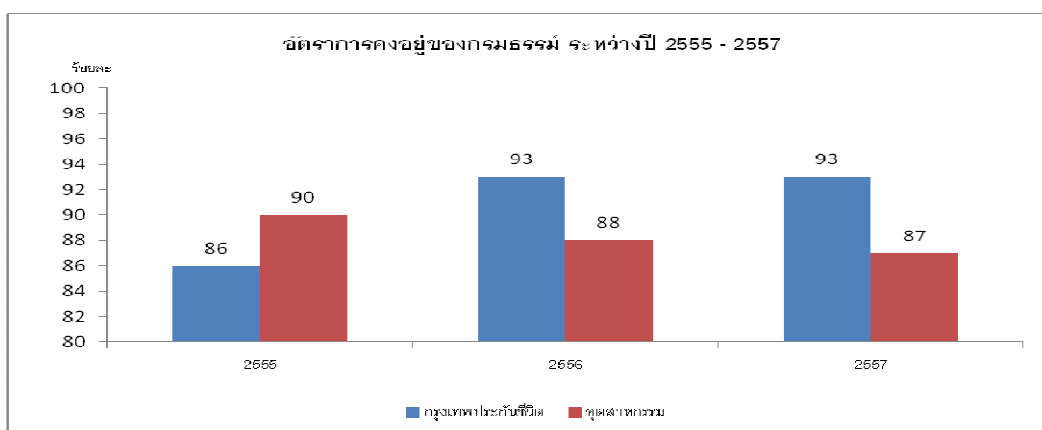
สำหรับเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันรับรวมของบริษัทในปี 2555 บริษัทมีเบี้ยประกันรับปีต่อไปทั้งสิ้น 25,872.81 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 11.15 และเบี้ยรับรวม ทั้งสิ้น 34,640.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.77

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

สำหรับในปี 2557 บริษัทมีเบี้ยประกันรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,741.61 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.70 และเบี้ยรับรวม ทั้งสิ้น 51,810.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.58 โดยสามารถพิจารณาแยกตามประเภทการประกันได้ดังนี้

- ผลผลิตประเภทสามัญ ในปี 2555 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 25,139.66 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 11.39 และมีอัตราคงอยู่ของกรรมธรรม์ (Persistency rate)¹ สูงถึงร้อยละ 86 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าอัตราความยั่งยืนของกรรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 90 ในปีเดียวกัน สำหรับในปี 2556 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 27,738.24 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10.34 และมีอัตราคงอยู่ของกรรมธรรม์ ร้อยละ 93 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราความยั่งยืนของกรรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 88 ในปี 2557 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 32,741.61 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 14.90 และมีอัตราคงอยู่ของกรรมธรรม์ ร้อยละ 93 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราความยั่งยืนของกรรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 87 สำหรับเบี้ยรับรวม ในปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 29,767.82 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.05 ในปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 34,272.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.13 และในปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 36,587.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.76

- ประกันกลุ่ม ในปี 2555 มีเบี้ยรับปีต่อไป 733.15 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.58 และมีเบี้ยรับรวม 2,446.93 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 7.15 สำหรับในปี 2556 มีเบี้ยรับปีต่อไป 806.25 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.97 และมีเบี้ยรับรวม 2,924.99 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 19.54 และสำหรับในปี 2557 มีเบี้ยรับปีต่อไป 870.52 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.97 และมีเบี้ยรับรวม 3,177.59 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 8.64



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทสนับสนุนนโยบายการวางแผนการเงินรอบด้านอย่างต่อเนื่อง ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการการเงินสำหรับประชาชนทั่วไป ดังนี้

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

• ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทยังดำเนินนโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการวางแผนการเงินให้กับประชาชนอย่างต่อเนื่อง ทั้งผลิตภัณฑ์เพื่อการออมและความคุ้มครองที่หลากหลาย สามารถเลือกใช้ได้ในทุกช่วงวัยและระยะเวลาตามที่ต้องการ โดยได้เพิ่มผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสำหรับผู้สูงอายุเพื่อเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพของตนเอง และผลิตภัณฑ์เพื่อการออมสำหรับวัยเกษียณ ซึ่งจะช่วยตอบโจทย์ภาระค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน หลังจากหยุดทำงานประจำแล้ว ในส่วนของผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อได้มีการพัฒนาในเรื่องของระยะเวลาคุ้มครองและการชำระเบี้ยประกันให้เหมาะสมกับภาระหนี้สินของประชาชนมากยิ่งขึ้น สามารถเลือกใช้วางแผนการเงินในแต่ละช่วงชีวิตได้โดยไม่เป็นภาระมากเกินไป

• ด้านบริการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าและคู่ค้าในแต่ละช่องทาง ทั้งช่องทางธนาคาร ช่องทางตัวแทน และช่องทางขายตรง โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนและคุณภาพของทีมงานผู้ให้บริการจากบริษัท ให้สามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการพัฒนาคุณภาพทีมที่ปรึกษาทางการเงินที่ได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) ให้มีจำนวนมากพอ และส่งเสริมให้ได้รับคุณวุฒิการวางแผนการเงิน (CFP : Certified financial planner) จากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย เพื่อสามารถให้บริการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลให้กับลูกค้าได้ในหลาย ๆ ด้าน

สำหรับตัวแทนประกันชีวิต บริษัทยังคงนโยบายการสร้างและพัฒนาตัวแทนประกันชีวิตอย่างต่อเนื่อง ให้มีความรู้และประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า และส่งเสริมให้มีความสามารถในระดับตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ (TNQA)

ในด้านช่องทางขายตรง บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาทีมงานคู่ค้าเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องครบถ้วน เพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อของประชาชน

- **ด้านความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ**

บริษัทได้ร่วมมือกับธนาคารพันธมิตร เพื่อกำหนดเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการให้กับลูกค้าของธนาคาร เพื่อรองรับฐานลูกค้าที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าของธนาคาร นำเสนอผ่านสาขาและสำนักธุรกิจของธนาคารกรุงเทพที่มีอยู่ทั่วประเทศกว่า 1,200 แห่ง ทั้งในกลุ่มลูกค้าเงินฝากและกลุ่มสินเชื่อ

สำหรับความร่วมมือกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด และบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) เน้นการคัดสรรและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ช่วยตอบโจทย์ด้านการวางแผนการเงิน ทั้งในส่วนของการสร้างฐานะและการสร้างหลักประกันทรัพย์สินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายพันธมิตรเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ทั้งการขยายโบรกเกอร์รายใหม่สำหรับช่องทางขายตรง และการร่วมมือกับบริษัทประกันภัยต่อที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มด้วย

- **ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า**

บริษัทดำเนินการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร เพื่อเสริมสร้างจุดยืนเชิงกลยุทธ์ผ่านวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทในการเป็นผู้นำด้านการวางแผนการเงินโดยผู้บริหารของบริษัท สร้างการรับรู้และจดจำในบริษัทเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและคุ้นเคยกับบริษัทผ่านกิจกรรมและสื่อต่าง ๆ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มจำนวนตัวแทนและทีมที่ปรึกษาการเงิน รวมถึงการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เพื่อสร้างความสุข ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในบริษัทและตัวแทนให้กับชุมชน

บริษัทยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า สนับสนุนการให้ความรู้เรื่องการวางแผนการเงินผ่านกิจกรรม Beyond Life งานสัมมนาที่ให้ความรู้และให้ลูกค้าได้ทดลองวางแผนการเงินที่เหมาะสมกับตนเองสำหรับลูกค้าปัจจุบัน เพื่อการรักษาฐานตลาดเดิมและสนับสนุนให้เกิดการซื้อซ้ำ และขยายกิจกรรมให้ครอบคลุมไปถึงกลุ่มผู้มุ่งหวังโดยรอบของลูกค้าเพื่อการขยายตลาดในอนาคตด้วย

(2) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย
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
ธนาคาร**	6,925.90	79.00	14,624.44	56.52	21,550.33	62.21
อื่น ๆ	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
ธนาคาร	8,269.64	78.50	16,416.73	57.51	24,686.37	63.18
อื่น ๆ	278.72	2.65	879.23	3.08	1,157.95	2.96
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	10,534.70	100.00	28,544.51	100.00	39,079.21	100.00

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2557

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	2,081.43	10.92	11,786.63	36.00	13,868.06	26.77
ธนาคาร	16,665.49	87.40	20,008.77	61.11	36,674.26	70.79
อื่น ๆ	321.60	1.69	946.20	2.89	1,267.80	2.45
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	19,068.52	100.00	32,741.61	100.00	51,810.13	100.00

หมายเหตุ : *เบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว ** ช่องทางธนาคารรวม PA Group

เบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทแยกตามช่องทางจำหน่ายในปี 2557 ประกอบด้วยช่องทางจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง ตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีเบี้ยประกันภัยรับรวมจากช่องทางธนาคารเป็นช่องทางหลัก ที่ร้อยละ 70.79 รองลงมาคือ ช่องทางตัวแทนอยู่ที่ร้อยละ 26.77 และช่องทางอื่น ๆ อยู่ที่ร้อยละ 2.45 และมีนโยบายด้านช่องทางจำหน่ายที่สำคัญ ดังนี้

• ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน

ภาพรวมธุรกิจ : เบียร์รวม และเบียร์พรีเมียมเบียร์ครั้งเดียวช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน ปี 2557

บริษัท	เบียร์รวม			เบียร์พรีเมียม เบียร์ครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	105,547	40.60	5.12	20,244	36.14	2.48
2. ไทยประกันชีวิต	53,202	20.46	12.68	10,772	19.23	2.10
3. เมืองไทยประกันชีวิต	19,469	7.49	14.06	6,535	11.67	17.16
4. ไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	18,268	7.03	20.64	4,994	8.91	14.17
5. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	14,215	5.47	1.05	1,999	3.57	-17.00
6. กรุงเทพประกันชีวิต	13,868	5.33	4.78	2,081	3.72	4.79
7. ไทยสมุทรประกันชีวิต	12,821	4.93	-2.04	2,575	4.60	-22.66
ธุรกิจ	259,984	100.00	7.49	56,016	100.00	2.37

ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบียร์รวม

ในปี 2557 บริษัทยังคงรักษาเบียร์รวมได้ในอันดับที่ 6 โดยมีอัตราเติบโตต่ำกว่าธุรกิจเล็กน้อย จากอัตราเติบโตของเบียร์พรีเมียมเบียร์ครั้งเดียวที่เพิ่มสูงขึ้นเพียงเล็กน้อย ด้วยการใช้นโยบาย Product Mixed ที่เน้นการขยายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์ระยะยาวที่มีกำไรมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ตลอดชีพและผลิตภัณฑ์บำนาญ รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองโรคร้ายแรงและสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ รองรับประชากรผู้สูงอายุที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน โดยใช้ผลิตภัณฑ์ระยะสั้นขยายตลาดในช่วงเวลาที่เหมาะสมตามสถานการณ์การตลาดและการลงทุน สิ่งสำคัญ คือ คำนึงถึงการรักษาสอดคล้องความต้องการของลูกค้าและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาวเป็นหลัก การผลักดันกลยุทธ์การให้บริการวางแผนการเงินรอบด้านอย่างต่อเนื่องจากปี 2556 เป็นจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

ในด้านของทีมงาน บริษัทได้เพิ่มการลงทุนเพื่อพัฒนาทีมที่ปรึกษาทางการเงินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป้าหมายคือการขยายการให้บริการด้านวางแผนการเงินที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยสนับสนุนการเรียนรู้หลักสูตรความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับตลาดการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์ และการสอบรับใบอนุญาตเพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Single License) และคุณสมบัตินักวางแผนการเงิน จากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย เพื่อสามารถให้บริการการวางแผนการเงินส่วนบุคคลได้ในทุกๆ ด้าน

ปัจจุบันบริษัทมีที่ปรึกษาทางการเงินที่ผ่านการอบรมจากสถาบันชั้นนำและได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) กว่า 700 คน และตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติอีก 514 คน เป็นทรัพยากรที่สำคัญในการเติบโต การสร้างกำไร และความยั่งยืนของบริษัทในอนาคต

• ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยรับรวม และเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร ปี 2557

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เมืองไทยประกันชีวิต	52,927	25.10	29.41	27,694	27.62	30.10
2. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	41,969	19.90	6.72	16,914	16.87	0.94
3. กรุงเทพประกันชีวิต	36,674	17.39	48.56	16,665	16.62	101.53
4. กรุงเทพ-แอกซ่าประกันชีวิต	29,021	13.76	34.35	13,039	13.00	38.71
5. พรูเด็นเชียลประกันชีวิต	15,124	7.17	85.94	8,067	8.04	48.98
6. ไทยประกันชีวิต	9,132	4.33	27.78	3,932	3.92	-1.03
7.เอฟ ดับบลิว ดี ประกันชีวิต	8,177	3.88	21.83	3,365	3.36	17.42
ธุรกิจ	210,861	100.00	22.39	100,283	100.00	23.15

ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2557 บริษัทยังคงรักษาเบี้ยรับรวมได้ในอันดับที่ 3 โดยมีอัตราเติบโตสูงกว่าธุรกิจมาก จากการเติบโตของเบี้ยชำระครั้งเดียวประเภทสามัญซึ่งเติบโตถึงร้อยละ 294 เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนที่ดีเป็นที่ต้องการของลูกค้าจำนวนมาก และผลิตภัณฑ์ประเภทคุ้มครองสินเชื่อที่มีอัตราเติบโตประมาณร้อยละ 9 ส่วนทางกับอัตราเติบโตของธุรกิจที่เติบโตลดลงร้อยละ 7 ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ให้มีการพัฒนาความร่วมมืออย่างเข้มแข็งกับธนาคารทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ เพื่อสนับสนุนการผลักดันการขยายตลาดและบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่คู่แข่งสามารถดำเนินการได้ยาก

นอกเหนือจากความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทได้เสริมสร้างความรู้ด้านการประกันชีวิตและทักษะการขายใหม่ๆ ให้กับบุคลากรของธนาคารเพื่อสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ครบถ้วนตามรายละเอียดกรมธรรม์ที่น่าเสนอต่อลูกค้า และถูกต้องตามหลักเกณฑ์นายหน้าประกันชีวิตตามที่กฎหมายกำหนดไว้ รวมถึงสนับสนุนการให้บริการลูกค้าและประสานงานภายในสาขาธนาคาร โดยการเพิ่มทีมเจ้าหน้าที่พัฒนาการตลาดเข้าดูแลอำนวยความสะดวกในทุกสาขานานาชาติทั่วประเทศด้วย

• ด้านช่องทางจำหน่ายอื่น ๆ

บริษัทมีนโยบายในการขยายตลาดผ่านช่องทางขายตรง (Direct Marketing) มากขึ้น โดยการเพิ่มจำนวนโบรคเกอร์ผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายสำหรับ Tele marketing และกระตุ้นการขยายตลาด Direct Mail ผ่านการทำ Cross Selling ช่องทางอื่นๆ ภายในบริษัท

(3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทดำเนินธุรกิจหลัก 2 ประเภท คือ การประกันชีวิตประเภทสามัญและกลุ่ม โดยมีลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังนี้

• ประกันชีวิตประเภทสามัญ

เป็นประกันชีวิตรายบุคคลสำหรับผู้มีรายได้และเงินออมทั่วไป ทั้งในส่วนของผู้มีผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ที่ และผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองสำหรับลูกค้าที่ต้องการสร้างหลักประกันเพื่อความมั่นคงให้กับชีวิตและธุรกิจ โดยจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทนและช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร

• **ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม**

เป็นประกันชีวิตรายกลุ่มบุคคลสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจ อุตสาหกรรมต่างๆ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการขยายตลาดในกลุ่มลูกค้าที่สามารถสร้างผลกำไร มีความเสี่ยงต่อภาวะค่าสินไหมต่ำ นอกจากนี้ยังเพิ่มนโยบายขยายตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าสินเชื่อ ที่ต้องการความคุ้มครองภาระหนี้สินดังกล่าว เช่น สินเชื่อบ้าน สินเชื่อธุรกิจและบัตรเครดิต เป็นต้น โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างผลกำไร และสร้างความมั่นคงให้กับบริษัทได้ในระยะยาว

ภาวะตลาดและการแข่งขัน

(1) ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยรับรวม และเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว ปี 2557

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	114,784	22.78	3.81	26,187	15.34	-2.55
2. เมืองไทยประกันชีวิต	75,234	14.93	24.87	35,275	20.67	27.75
3. ไทยประกันชีวิต	63,060	12.52	14.59	14,936	8.75	1.13
4. กรุงเทพประกันชีวิต	51,810	10.28	32.58	19,069	11.17	81.01
5. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	48,877	9.70	29.55	19,476	11.41	33.30
6. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	48,621	9.65	6.87	18,329	10.74	0.53
7. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	26,958	5.35	7.44	6,048	3.54	2.55
ธุรกิจ	503,850	100.00	13.77	170,664	100.00	15.05

ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ธุรกิจในกลุ่มยังมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2556 ที่ร้อยละ 13.77 โดยบริษัทมีเบี้ยรับรวมขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 4 ของธุรกิจจากเดิมซึ่งอยู่ในอันดับที่ 5 ด้วยอัตราการเติบโตที่สูงกว่าธุรกิจมาก เป็นผลมาจากการเติบโตของเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวที่เติบโตมากกว่าร้อยละ 80 อยู่ในอันดับ 4 ของธุรกิจจากเดิมที่อันดับ 6

ช่องทางธนาคารยังเป็นช่องทางหลักที่ช่วยขยายตลาดอย่างรวดเร็ว จากฐานลูกค้าที่มีศักยภาพทางการเงิน ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และสาขานาครที่มีอยู่มากทำให้ลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการได้สะดวก ส่งผลให้บริษัทประกันชีวิตที่มีช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคารเป็นหลัก เช่น เมืองไทยประกันชีวิต กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต และกรุงเทพประกันชีวิต มีอัตราการเติบโตของเบี้ยรับปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวในระดับที่สูงกว่าธุรกิจค่อนข้างมาก

ธุรกิจเติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากปัจจัยหลัก คือ อัตราการถือครองกรมธรรม์ของประเทศซึ่งยังอยู่ในระดับต่ำ นโยบายจากภาครัฐที่ให้การสนับสนุนการประกันชีวิตทั้งในด้านความรู้ การลดหย่อนภาษี และการเข้าถึงประกันชีวิตได้สะดวกจากช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและกว้างขวางขึ้น การขยายตัวของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยและสินเชื่อเพื่อธุรกิจ ตลอดจนการขยายตัวของเทคโนโลยีทำให้การรับสื่อของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ทำได้อย่างรวดเร็วสามารถรับรู้ทางเลือกการออมด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้มากขึ้น

(2) ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์

ธุรกิจมีการแข่งขันสูงในทุกด้าน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การบริการก่อนและหลังการขาย ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

- ด้านช่องทางจำหน่าย

ช่องทางตัวแทน : การเพิ่มจำนวนตัวแทนที่มีความรู้ในการวางแผนการเงิน และจำนวนตัวแทนคุณภาพ

ช่องทางธนาคาร : สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรหลัก/การขยายพันธมิตรใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย

ช่องทางอื่น ๆ : เพิ่มช่องทางขายตรง ทั้งการขายผ่านโทรศัพท์ เคเบิลทีวี และอินเทอร์เน็ต รวมถึงการขายประกันชีวิตผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส และจุดชำระเงินของห้างสรรพสินค้า

- ด้านการสร้างภาพลักษณ์

เพิ่มการโฆษณาผ่านทาง Social media การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมการตลาดตามแหล่งชุมชนและศูนย์การค้า รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม

- ด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะวัยทำงานที่มีรายได้ระดับกลางขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและการออมเพื่อใช้จ่ายหลังเกษียณ ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ โดยผลิตภัณฑ์หลักที่ได้รับความนิยมโดยตลอด คือ ผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะสั้น

- ด้านบริการและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพิ่มความสะดวกในการสมัครทั้ง E-Application หรือการไม่ต้องตรวจ/ตอบคำถามสุขภาพและการชำระเบี้ยประกันผ่านบัตรเครดิต การเพิ่มศูนย์บริการลูกค้าตามห้างสรรพสินค้า และเพิ่มการสื่อสารช่องทางต่างๆ /ทำกิจกรรมลูกค้าผ่าน Social Media เช่น Face book และ Line และทำกิจกรรมร่วมกับลูกค้าในรูปแบบต่างๆ

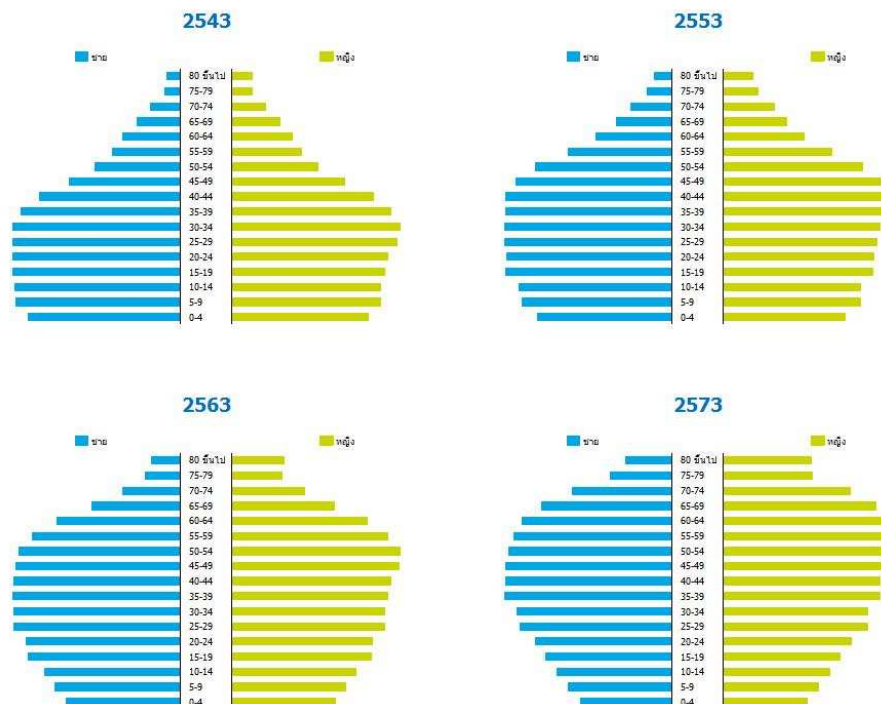
(3) แนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตปี 2558

จากภาพรวมของธุรกิจประกันชีวิตในปี 2557 และประมาณการเศรษฐกิจไทยในปี 2558 ทำให้คาดการณ์ได้ว่าธุรกิจประกันชีวิตยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2558 โดยสมาคมประกันชีวิตไทยคาดการณ์การเติบโตที่ร้อยละ 13-14 เนื่องจากประเทศไทยยังคงมีอัตราการถือครองกรมธรรม์เฉลี่ยทั้งประเทศอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้วในกลุ่มอาเซียน โดยการถือครองกรมธรรม์ส่วนใหญ่ยังอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นธุรกิจยังมีโอกาสในการขยายตลาดประกันชีวิตสู่ต่างจังหวัด ประกอบกับปัจจุบันประชาชนในต่างจังหวัดมีความรู้ความเข้าใจต่อการทำประกันชีวิตมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสที่ธุรกิจประกันชีวิตจะสามารถเติบโตในส่วนของภูมิภาคเพิ่มขึ้น นอกจากนี้โอกาสทางธุรกิจในภาพกว้างแล้วในปี 2558 ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่สนับสนุนต่อการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิต ดังนี้

1. ประชาชนส่วนใหญ่รับรู้และตระหนักถึงการประกันชีวิตเพิ่มขึ้น

2. การทบทวนเรื่องโครงสร้างภาษีต่างๆ รวมถึงแนวทางเตรียมความพร้อมประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของภาครัฐที่มีแนวโน้มสนับสนุนให้ประชาชนมีการออมมากขึ้นผ่านเครื่องมือทางการเงินต่างๆ ซึ่งประกันชีวิตถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนการออมและการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุได้เป็นอย่างดี

3. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ประเทศไทยจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นในอนาคต จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวประกอบกับนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐ จึงเป็นโอกาสในการเติบโตของแบบประกันชีวิตที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งคาดว่าแบบประกันเพื่อการเกษียณอายุและแบบประกันสุขภาพจะเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรื, ประมาณการประชากร จำแนกตามกลุ่มอายุ และเพศ (1 กรกฎาคม) ข้อสมมติภาวะเจริญพันธุ์ปานกลาง ทัวราชอาณาจักร พ.ศ. 2543 – 2573

4. การพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ทำให้สังคมเคลื่อนเข้าสู่ยุคดิจิทัลด้วยการเติบโตของ Smart device ต่างๆ เปิดโอกาสให้สินค้าและบริการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยี Big Data ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและความสนใจของลูกค้าในขณะนั้นได้ เพื่อบริษัทนำเสนอสินค้าได้ตรงความต้องการลูกค้ามากขึ้น

5. แนวโน้มการฟื้นตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่น่าจะส่งผลให้สินเชื่อบ้านเติบโตเพิ่มขึ้นในปี 2558 สร้างโอกาสในการเติบโตของแบบประกันชีวิตประเภทการคุ้มครองสินเชื่อ

6. การขยายธุรกิจในประเทศอาเซียนซึ่งคาดว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ประกอบกับนโยบายการค้าของรัฐบาลที่มีความชัดเจน จึงคาดว่าเศรษฐกิจตามแนวชายแดนจะเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมาก ดังนั้นจึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดประกันชีวิตออกไปทั้งในส่วนแนวชายแดนที่เป็นเขตเศรษฐกิจของไทย รวมถึงของประเทศเพื่อนบ้านที่คาดว่าจะให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของประเทศไทยที่มีความหลากหลายมากกว่า เนื่องจากธุรกิจประกันชีวิตของประเทศเพื่อนบ้านยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น

ซึ่งจากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลต่อแนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตโดยแบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์:** มีแนวโน้มออกแบบประกันที่เน้นการออมระยะยาว หรือออมเพื่อการเกษียณอายุ สำหรับกลุ่มลูกค้าอายุ 30 ขึ้นไป และคาดว่าในอนาคตรัฐบาลจะมีมาตรการส่งเสริมการออมเพื่อการเกษียณอายุเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับล่างถึงระดับกลาง เพื่อลดภาระการดูแลผู้สูงอายุของภาครัฐในอนาคต นอกจากนี้แบบประกันสุขภาพจะมีหลากหลายมากขึ้น หรือขายในลักษณะเป็นแพ็คเกจร่วมกับแบบประกันชีวิตมากขึ้นเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจของลูกค้า โดยเฉพาะการขายผ่านช่องทางโทรศัพท์ และช่องทางธนาคาร

2. **ช่องทาง:** ช่องทางตัวแทนจะพัฒนาไปสู่แนวทางแผนทางการเงินมากขึ้น โดยเฉพาะในบริษัทประกันชีวิตที่มีธนาคารสนับสนุน เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ ที่ตัวแทนสามารถนำเสนอให้แก่ลูกค้าได้ และการขายผ่านช่องทางตัวแทนจะขยายสู่ต่างจังหวัดมากขึ้นโดยเฉพาะตามจังหวัดใหญ่ๆ ในภูมิภาค ในขณะที่ช่องทางธนาคารจะให้ความสำคัญกับการขายและการบริการหลังการขายมากขึ้น เพื่อรับรองจำนวนลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นและลดจำนวนข้อร้องเรียน นอกจากนี้เทคโนโลยีสมัยใหม่จะช่วยให้เกิดช่องทางการขายใหม่อย่างช่องทางขายผ่านทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น

3. **การบริการ:** จากการพัฒนาทางเทคโนโลยีทำให้เกิดการบริการใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในธุรกิจประกันชีวิตมากขึ้น ดังนั้นจะมีการร่วมมือระหว่างบริษัทประกันชีวิตกับธุรกิจอื่นๆ อาทิเช่น โรงพยาบาล Fitness อาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อสนับสนุนโปรแกรมการดูแลสุขภาพ Wellness Program เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทประกันชีวิตยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการที่รวดเร็วและมีคุณภาพ ด้วยการบริการที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ตลอดเวลาผ่านทาง mobile application อีกทั้งการให้ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับบริษัทประกันชีวิตได้หลากหลายช่องทาง เช่น email, web chat, automatic call centers ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องทางสาขาที่มีอยู่เดิม สำหรับความคาดหวังในการบริการยังมีความท้าทายอีกมากเพราะลูกค้าสามารถแบ่งปันข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีอิทธิพลอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นบริษัทประกันชีวิตจะต้องปรับปรุงการให้บริการให้เป็นไปตามคุณภาพมาตรฐาน

4. **การบริหาร:** บริษัทประกันชีวิตจะให้ความสำคัญกับลูกค้าและยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางมากขึ้นในการออกแบบประกันชีวิตและบริการต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์และสามารถตอบสนองต่อรูปแบบพฤติกรรมการใช้ชีวิตของประชาชนไทยที่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งปัจจุบันประชาชนไทยมีความรู้ด้านการวางแผนทางการเงินและการประกันชีวิตมากขึ้น และต้องการข้อมูลสินค้าและบริการก่อนการตัดสินใจ ดังนั้นลูกค้ามีแนวโน้มที่จะใช้บริการผ่านหลายช่องทาง บริษัทต่างๆ จึงต้องเตรียมความพร้อมในการเชื่อมโยงข้อมูลบริการเข้าด้วยกัน เพื่อให้ทุกจุดบริการมีมาตรฐานการให้บริการที่เหมือนกัน

5. **ระเบียบข้อบังคับ:** มีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการดำเนินงานทุกด้านให้มีความเป็นสากลตามกฎระเบียบที่จะเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องความมั่นคงทางการเงินของบริษัท ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทประกันสามารถรองรับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดประชาคมอาเซียนได้ พร้อมกับรองรับการขยายตัวของธุรกิจที่จะเพิ่มขึ้นตามนโยบายภาครัฐ

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

(1) แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้น เบี้ยประกันภัยรับสุทธิ และกำไรจากการลงทุนสุทธิ ณ สิ้นปี 2555 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 19,464.77 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 46.61 จากปี 2554 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 34,127.63 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 5,703.83 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.42

ณ สิ้นปี 2556 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 22,263.66 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 14.38 จากปี 2555 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 38,795.18 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 7,055.87 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 23.70

ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 25,579.23 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 14.89 จากปี 2556 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 51,172.06 ล้านบาท และ รายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 8,811.63 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 24.88

(2) แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน

บริษัทจะจัดส่วนหนึ่งของเงินทุนจากเบี้ยประกันรับสุทธิไว้สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท และส่วนหนึ่งสำหรับเป็นเงินสำรองประกันชีวิตเพื่อใช้จ่ายค่าสินไหมทดแทน ผลประโยชน์ให้กับผู้เอาประกัน หรือผู้รับประโยชน์กับบริษัท หากผู้เอาประกันเสียชีวิต หรือครบกำหนดชำระผลตอบแทน

แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัทที่สำคัญในปี 2555 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

ณ สิ้นปี 2557 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วย ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 12,384.40 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,805.34 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 40,818.25 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 จากความผันผวนของตลาดสร้างความไม่เชื่อมั่นในการออมเงิน ผ่านการประกันชีวิตที่เป็นสัญญาระยะยาว การแข่งขันจากคู่แข่งในธุรกิจ ความเสี่ยงจากการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ กระทั่งต่อการสร้างรายได้และผลกำไรของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทเชื่อมั่นและยังคงใช้กลยุทธ์การขายฐานลูกค้าทั้งรายใหม่และลูกค้าเดิม 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 อีกทั้งบริษัทได้พิจารณาช่องทางการประกอบธุรกิจอื่นนอกเหนือจากการประกอบธุรกิจประกันชีวิตเพื่อผลตอบแทนเพิ่มเติมในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยพิจารณาถึงศักยภาพ ระบบงาน บุคลากร และทรัพยากรของบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดกรอบนโยบายการลงทุนและแผนการลงทุน 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) ให้อ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในระดับที่ใกล้เคียงกัน 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 เพื่อให้บริษัทสามารถรับรู้และบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการของบริษัทฯ มีความ

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

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงสินทรัพย์ของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีสาขา (ไม่รวมสำนักงานใหญ่) จำนวน 76 สาขา โดยเป็นทรัพย์สินของบริษัทเอง จำนวน 26 แห่ง และเป็นสาขาที่บริษัทเช่าจำนวน 50 สาขา

บริษัทมีทรัพย์สินประเภท ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์ ดังนี้

- สำนักงานใหญ่ของบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 23/115-121 รอยัลชิดดี้เวนิว ถนนพระราม 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 ซึ่งบริษัททำสัญญาเช่าระยะยาวกับผู้ให้เช่า สิ้นสุด ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2563
- ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์สิทธิอื่นๆ ณ วันที่ สิ้นปี 2557 มีจำนวน 389.20 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ที่ดินเปล่า อาคารชุด และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง *

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2557 (ล้านบาท)	พื้นที่ (ตร.วา)	ราคาประเมิน (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	วัตถุประสงค์
ที่ดินเปล่า 1 แปลง ที่ตั้ง ต.หนองบัว อ.เมือง จ.หนองบัวลำพู	16.05	855.00	18.81	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
อาคารชุด จำนวน 1 ห้องชุด (สาขาเอกมัย) ที่ตั้ง อ.พระโขนง จ. กรุงเทพฯ	16.18	327.08	85.70	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง - ที่ดิน (25 สาขา) - สิ่งปลูกสร้าง (25 สาขา)	153.36 59.49	1,534.55 -	224.60 105.09	บริษัทเป็นเจ้าของ บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี- -ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน ที่ตั้งสำนักงาน
รวม	245.08	2,433.63	434.20			

หมายเหตุ: ราคาที่ดินและอาคารประเมินตามกฎการประเมินของสำนัก คปภ.ปี 2557 เว้นแต่ ที่ดินเปล่า และ อาคาร จังหวัดอยุธยา ประเมินตามกฎการประเมินของสำนัก คปภ.ปี 2556

* ส่วนที่เป็นของบริษัท

4.1.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท*

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2557 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	13.01	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
เครื่องใช้สำนักงาน	44.21	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	20.73	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
ค่าปรับปรุงทรัพย์สินที่เช่า	66.17	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
รวม	144.12	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-

หมายเหตุ: * ส่วนที่เป็นของบริษัท

สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร *

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพิพัฒน์ จำกัด
วัตถุประสงค์	เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงาน เลขที่ 23/115-121 อาคารฝั่งตะวันตก รอยัลซิดดีโอเวนิว 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 ชำระเมื่อ 17 กรกฎาคม 2538 2. จำนวน 120,156,000 บาท ชำระเมื่อ 24 มกราคม 2539 นอกจากนี้ บริษัท ยังต้องชำระค่าเช่ารายเดือนในอัตรา 5 บาทต่อตารางเมตร โดยเริ่มตั้งแต่ วันที่ 24 มกราคม 2539 โดยผู้ให้เช่ามีสิทธิปรับค่าเช่ารายเดือน ขึ้นร้อยละ 10 ตั้งแต่ 1 มกราคม 2541 และสามารถปรับเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ทุกๆ 5 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2546 เป็นต้นไป โดยปัจจุบันบริษัทชำระค่าเช่าราย เดือนในอัตรา 7.32 บาท ต่อตารางเมตร

สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพิพัฒน์ จำกัด
วัตถุประสงค์	เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงาน เลขที่ 23/122-123 ชั้น 6 และชั้น 7 อาคารฝั่งทิศตะวันออก รอยัลซิดดี โอเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กทม. 10310
เนื้อที่ประมาณ	3,173.00 ตารางเมตร
ระยะเวลา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2557 – วันที่ 31 กรกฎาคม 2560

อัตราค่าเช่า	อัตราค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า เดือนละ 500,000.00 บาท โดยเริ่มชำระในวันที่ 1 สิงหาคม 2554 เป็นต้นไป นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าบริการสำหรับอาคารส่วนกลางเดือนละ 1,038,905.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และค่าบริการสำหรับภายในโครงการเดือนละ 111,055.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยชำระพร้อมกันกับค่าเช่า
การบอกเลิกสัญญาเช่า	กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไข สัญญาเช่าสามารถยกเลิกได้
เงื่อนไขอื่นๆ	ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย
<u>สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร</u>	
คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพัฒนา จำกัด
วัตถุประสงค์	เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นห้องเก็บกรรมกรรม 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 นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าบริการสำหรับอาคารส่วนกลางเดือนละ 51,600.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และค่าบริการสำหรับภายในโครงการเดือนละ 21,039.20 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยชำระพร้อมกันกับค่าเช่า
การบอกเลิกสัญญาเช่า	กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไข สัญญาเช่าสามารถยกเลิกได้
เงื่อนไขอื่นๆ	ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย
<u>สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร</u>	
คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพัฒนา 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
เงื่อนไขอื่นๆ

กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไข สัญญาเช่าสามารถยกเลิกได้ ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

สัญญาประกันภัยที่สำคัญ
กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่

(อยู่ระหว่างออกเล่มกรมธรรม์)

คู่สัญญา

บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ประเภทการประกันภัย

ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (Accidental Damage Property Insurance Policy)

ทรัพย์สินที่เอาประกัน

เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่ง ห้องกรมธรรม์ของสำนักงานใหญ่ และ สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท) เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งของอาคารสาขาอีก 76 สาขา

ระยะเวลาประกันภัย

1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558

วงเงินประกันภัย

986,441,960.00 บาท

เบี้ยประกันภัย

900,757.03 บาท

ผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ยกเว้นอาคารเช่า ซึ่งผู้รับผลประโยชน์ในอาคาร คือ ผู้ให้เช่า

กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่

(อยู่ระหว่างออกเล่มกรมธรรม์ สำนักงานใหญ่และสาขา)

คู่สัญญา

บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ประเภทการประกันภัย

การประกันภัยสำหรับเงิน ต่อความเสี่ยงบางชนิดเช่น ความสูญเสียของเงินภายในตู้നിറภัยหรือภายในสถานที่เอาประกันภัย ความสูญเสียของเงินขณะขนส่ง ความเสียหายต่อตู้നിറภัยหรือทรัพย์สินอื่นๆ ที่เกิดขึ้นกับเงินและทรัพย์สินอื่นๆของ บริษัท

ทรัพย์สินที่เอาประกัน

เงิน ตู้നിറภัย ห้องനിറภัย ตัวอาคาร และทรัพย์สินอื่นๆของสำนักงานใหญ่ และ สาขา อีก 76 สาขา

ระยะเวลาประกันภัย

1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558

วงเงินประกันภัย

38,285,000.00 บาท

เบี้ยประกันภัย

153,209.02 บาท

ผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่

(อยู่ระหว่างออกเล่มกรมธรรม์)

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 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558

วงเงินประกันภัย

800,000.00 บาท

เบี้ยประกันภัย

25,782.72 บาท

ผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่	(อยู่ระหว่างออกเล่มกรมธรรม์)
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ประเภทการประกันภัย	ประกันภัยป้ายโฆษณา สาขาศุภธรณี
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	ป้ายโฆษณา โครงเหล็กขนาดกว้าง 11.90 เมตร x สูง 11.30 เมตร หนา 1.60 เมตร
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558
วงเงินประกันภัย	1,104,000.00 บาท
เบี้ยประกันภัย	35,580.71 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่	(อยู่ระหว่างออกเล่มกรมธรรม์)
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ประเภทการประกันภัย	ประกันภัยสิทธิการเช่า
ทรัพย์สินที่เอาประกัน	-
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558
วงเงินประกันภัย	69,609,200.00 บาท
เบี้ยประกันภัย	45,989.67 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์	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
ผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

สัญญาเช่าและการบริการอาคารบริษัทย่อย

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด ผู้ให้เช่า : บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์	เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงาน เลขที่ 23/115-121 อาคารฝั่งตะวันตก รอยัลซีตี่โอเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กทม.10310
เนื้อที่ประมาณ	64.5 ตารางเมตร
ระยะเวลา/อัตรา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2556 – 31 พฤษภาคม 2557 3 ปี นับแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2557 – 31 พฤษภาคม 2560 ค่าเช่าและค่าบริการคิดเป็นตรม.ละ 510 บาท โดยปัจจุบันค่าเช่าต่อเดือน 32,895 บาท เงินประกันความเสียหาย 65,790 บาท

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

วันที่ 28 มีนาคม 2556 บริษัทเข้าร่วมเป็นผู้ถือหุ้นในการจัดตั้งบริษัท บีแอลเอ อินชัวรันส์ โปรเกรส จำกัด โดยเข้าร่วมลงทุนในหุ้นสามัญ คิดเป็นร้อยละ 15 ของทุนจดทะเบียน ซึ่งเป็นไปตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องการลงทุนประกอบธุรกิจอื่นของบริษัทประกันชีวิต

วันที่ 15 พฤษภาคม 2557 บริษัทเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในหุ้นสามัญ เป็น 99 % ของทุนจดทะเบียนการเข้าร่วมลงทุนในครั้งนี้ บริษัททำหน้าที่เป็นตัวกลางและอำนวยความสะดวกในการขายให้กับตัวแทนฝ่ายขายของบริษัท สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจการบริการโดยส่งเสริมให้ทรัพยากรบุคคลด้านตัวแทนฝ่ายขาย ซึ่งเป็นตัวแทนประกันชีวิตเดิมของบริษัท ในแต่ละพื้นที่ทั่วภูมิภาคของประเทศไทย เป็นการส่งเสริมให้วิสัยทัศน์ และภารกิจของบริษัทบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการเป็นผู้นำการวางแผนทางการเงินด้านการสร้างหลักประกันให้กับประชาชนทุกกลุ่ม โดยมีการประกันวินาศภัยเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงอย่างหนึ่งในการปกป้องและบรรเทาความสูญเสียชีวิตและทรัพย์สิน โดยยึดหลักธรรมาภิบาล เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นของลูกค้าและความมั่นคงของบริษัท และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างครบวงจร เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดการบริการที่ครบวงจรมากขึ้น

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีข้อพิพาททางกฎหมายที่บริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุดและเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท ดังนี้

1. บริษัทเป็นจำเลยในคดีเรียกร้องค่าสินไหม เนื่องจากบริษัทได้ทำการปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมกับผู้เอาประกันสำหรับกรณีที่ผู้เอาประกันได้ทำผิดข้อตกลงที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ทั้งสิ้นจำนวน 10 คดี โดยมีการเรียกร้องค่าเสียหาย จำนวน 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 2556 โดยมีบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาในการประเมินมูลค่าดังกล่าว มีรายละเอียดเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ดังนี้

	31 ธันวาคม			
	2556		2555	
	<u>ล้านบาท</u>	<u>บาทต่อหุ้น</u>	<u>ล้านบาท</u>	<u>บาทต่อหุ้น</u>
Embedded Value (EV)	32,641	26.94	30,610	25.40
Value of One Year New Business (VNB)	1,862	1.54	1,910	1.59
<u>สมมติฐานที่สำคัญ :</u>				
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	5.00%		5.00%	
อัตราดอกเบี้ยคิดลด (Discount Rate)	10.00%		10.00%	

สำหรับการประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2557 จะแล้วเสร็จ และสามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ประมาณเดือนเมษายน 2558