

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ด้วยเจตนารมณ์อันแน่วแน่ที่ต้องการเห็นสังคมไทยมีความสุข โดยให้ประชาชนมีหลักประกันทางการเงินที่มั่นคงและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ๆ พณฯ ควง อภัยวงศ์ (อดีตนายกรัฐมนตรี) พระยาศรีวิศาลวาจา คุณชิน โสภณพนิช และคหบดีผู้มีเกียรติอีกหลายท่านได้ร่วมกันก่อตั้งบริษัทประกันชีวิตขึ้น โดยใช้ชื่อว่า "บริษัท กรุงสยามประกันชีวิต จำกัด" และได้เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2494 เป็นต้นมา

ในระยะแรกการประกอบธุรกิจของบริษัทได้เน้นไปในด้านสวัสดิการสงเคราะห์เป็นส่วนใหญ่ จนกระทั่งถึงปี 2520 คุณชิน โสภณพนิช ประธานที่ปรึกษาของบริษัทในขณะนั้น ได้แนะนำให้บริษัทเริ่มพัฒนา ด้านประกันชีวิตอย่างจริงจัง โดยได้มอบหมายให้คุณวัย วรรณะกุล ผู้ซึ่งมากไปด้วยประสบการณ์และคุณวุฒิ เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศมาวางโครงสร้าง และจัดองค์การบริหารโดยอาศัยคำแนะนำจาก Mr. K.V. Claridge , F.I.A. ผู้เชี่ยวชาญด้านคณิตศาสตร์ประกันชีวิตของบริษัท สวิสรีอินชัวรันส์ คอมปะนี แห่งประเทศสวิตเซอร์แลนด์

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

ต่อมาเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2550 บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด ได้แปรสภาพเป็นบริษัท มหาชน จำกัด เพื่อให้บริษัทมีความโปร่งใสในการบริหารจัดการ ตรวจสอบได้ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและให้บริการที่ดีแก่ประชาชน

ในปี 2552 บริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในวันที่ 25 กันยายน 2552 ด้วยทุนจดทะเบียน 1,220,000,000 บาท ราคาพาร์ 1 บาท

ปัจจุบัน นอกจากการประกอบธุรกิจด้านการประกันชีวิตแล้ว บริษัทยังมุ่งเน้นในการสร้างความ มั่นคงทางการเงินให้แก่ประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงการเสริมสร้างคุณค่าชีวิตโดยการให้คำแนะนำด้านการ วางแผนทางการเงินอย่างรอบด้านอีกด้วย

1.1 วิสัยทัศน์ ภารกิจ ค่านิยมองค์กร

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ให้คนไทยเห็นประโยชน์การประกันชีวิต และทำประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและคุณค่าชีวิต”

ภารกิจ (Mission)

“บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยการปกป้องคุณค่าชีวิต การให้คำแนะนำด้านการวางแผนทางการเงินและบริการที่ประทับใจ ผ่านตัวแทนประกันชีวิต คู่ค้า และพนักงานที่มีความจริงใจ และมีความรู้ระดับแนวหน้าของประเทศ”

ค่านิยมองค์กร (Value)

| | |
|---------------------|---|
| <u>ศรัทธา</u> | ส่งมอบการประกันชีวิตด้วยความยินดี มุ่งมั่นสร้างเสริมให้ประชาชนเห็นประโยชน์และคุณค่าการทำประกันชีวิต |
| <u>รับผิดชอบ</u> | มุ่งมั่นให้งานสำเร็จและเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้รับมอบหมายภายในเวลาที่กำหนด ประพฤติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพและเคารพในสิทธิของผู้อื่น |
| <u>จริงใจ</u> | สร้างความไว้วางใจให้ลูกค้าและผู้มาติดต่อด้วยการบริการที่ประทับใจเกินความคาดหมาย มีการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่เปิดเผยตรงไปตรงมา |
| <u>พัฒนาตน</u> | มุ่งมั่นด้วยเป้าหมายที่ชัดเจน มีความคิดริเริ่ม แสวงหาความรู้ใหม่ๆ พัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จนก้าวขึ้นสู่ความสำเร็จในอาชีพ |
| <u>ทำงานเป็นทีม</u> | ทำงานเชิงรุกอย่างมีเป้าหมาย มีการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งมั่นสู่จุดหมายที่วางไว้ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ เป็นกำลังใจและเป็นมิตรต่อเพื่อนร่วมงาน |

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญ

รางวัลแห่งความภูมิใจ

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลบริษัทประกันภัยที่มีการบริหารงานดีเด่น ประจำปี 2557 อันดับ 3 จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ซึ่งรางวัลนี้มอบเพื่อประกาศเกียรติคุณผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัย และผู้ประกอบการวิชาชีพในธุรกิจประกันภัย เพื่อส่งเสริมบทบาทของอุตสาหกรรมประกันภัยให้เป็นที่เชื่อถือศรัทธา เป็นที่ยอมรับของประชาชน รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพอันมั่นคงของกรุงเทพประกันชีวิต ทั้งด้านบริหารงาน และบุคลากร ในฐานะผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม รางวัลนี้เป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของ

กรุงเทพประกันชีวิตที่ทำให้บุคลากรทุกคนพร้อมจะทุ่มเทร่างกายแรงใจ พัฒนาคุณภาพการบริหารงานด้านต่างๆ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพของตนเองต่อไป เพื่อความมั่นคงและมั่งคั่งของประชาชนอย่างแท้จริง

บริษัทได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 หรือ การรับรองมาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information security management systems (ISMS)) จากบริษัท บูโรเวอร์ทิส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่มุ่งเน้นด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศขององค์กร เน้นการจัดการข้อมูลที่สำคัญ และใช้เป็นมาตรฐานอ้างอิงเพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศขององค์กรอย่างแพร่หลาย เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

บริษัทได้รับรางวัล “ศูนย์รับเรื่องและแก้ไขปัญหาผู้บริโภคดีเด่น” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการที่เป็นเลิศ ตลอดจนการรับเรื่องและการแก้ไขปัญหา ข้อร้องเรียนต่างๆ โดยยึดหลักความซื่อสัตย์สุจริต บนหลักความยุติธรรม ความเป็นธรรมอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ และเน้นด้านการพัฒนาประสิทธิภาพระบบบริหารบุคลากร เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบันบริษัทมีช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการให้บริการข้อมูล แก้ไขปัญหาและรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ ประกอบด้วย ศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) ศูนย์บริการลูกค้า (Customer Service Center : CSC) สำนักงานใหญ่ และสาขาที่มีอยู่ทั่วประเทศ รวมถึงช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น

บริษัทได้รับรางวัลโล่ประกาศเกียรติคุณสถานประกอบการดีเด่นจากสำนักงานประกันสังคม เพื่อเชิดชูเกียรติ ด้วยเป็นสถานประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อการนำส่งเงินสมทบตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด เป็นสถานประกอบการที่มีสถานะยังดำเนินกิจการและไม่มีหนี้ค้างชำระ มีการนำส่งเงินสมทบถูกต้องครบถ้วนมาโดยตลอด

บริษัทได้รับรางวัล “Thailand's Top Corporate Brands 2015” ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุด 19 องค์กร จาก 19 หมวดธุรกิจของอุตสาหกรรมในประเทศไทย รางวัลนี้มอบให้เพื่อสร้างความตระหนักในคุณค่าของแบรนด์องค์กร (Corporate Brand) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนในอนาคต โดยกรุงเทพประกันชีวิตเป็นบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่มีมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุด โดยมีมูลค่าแบรนด์สูงสุดถึง 56,117 ล้านบาท จากผลงานวิจัย “การประเมินค่าและจัดอันดับแบรนด์องค์กรในประเทศไทย” ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ได้รับรางวัลผลงานวิจัยดีเด่นจากคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปี 2557

บริษัทได้รับรางวัล “ESG 100” 1 ใน 100 บริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance : ESG) โดยสถาบันไทยพัฒน์ สำหรับรางวัล ESG 100 นี้ เป็นรางวัลที่ยอมรับในทั่วโลก ถือเป็นมิติใหม่ของการขับเคลื่อนการลงทุนที่ยั่งยืนในประเทศไทย ใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนสำหรับผู้ลงทุนที่พิจารณาเรื่องความน่าเชื่อถือ โปร่งใสเป็นพื้นฐาน และให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้รับการประเมินในการดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption) ของบริษัทจดทะเบียนไทย ในระดับ 4 Certified คือ แสดงให้เห็นถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติจริง โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้กำกับดูแลกระบวนการตรวจสอบ โดยสถาบันไทยพัฒน์

บริษัทได้รับรางวัล “Thailand Top Company Awards 2558 สาขาการประกัน” จัดโดยนิตยสาร Business+ ร่วมกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งเป็นรางวัลอันทรงเกียรติมอบให้กับองค์กรธุรกิจที่มีผลการดำเนินงานยอดเยี่ยมระดับสูงของประเทศในกลุ่มธุรกิจประกัน ทั้งด้านความสามารถในการแข่งขัน และการบริหารจัดการในมิติต่างๆ

บริษัทได้รับการประเมินคุณภาพจัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (Annual General Meeting, AGM) ประจำปี 2558 ด้วยคะแนน 100 คะแนนเต็ม ในระดับ “ดีเลิศ+สมควรเป็นตัวอย่าง” โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

บริษัทได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance rating, CG rating) ปี 2558 ในระดับ “4 ดาว” โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้แข็งแกร่ง

1. ด้านการสื่อสาร สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในแบรนด์

ในปี 2558 บริษัทยังคงยึดหลักภารกิจในการเสริมสร้างจุดยืนของบริษัทที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เพื่อสร้างการเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชน ดังนี้

- การสื่อสารให้ประชาชนทราบถึงวิสัยทัศน์และภารกิจของกรุงเทพประกันชีวิตอย่างต่อเนื่องด้วยแนวคิด “การสร้างความมั่นคงทางการเงิน ด้วยการวางแผนการเงินอย่างรอบด้าน สร้างหลักประกันควบคู่กับการสร้างฐานะ” โดยการให้ความรู้เรื่อง “การสร้างความมั่นคงทางการเงินให้ตนเองและครอบครัว ด้วยการวางแผนทางการเงิน” เน้นให้

ความรู้ผ่านงานอีเว้นท์ เช่น Money Expo และ ผ่านสื่อ Social network : Corporate Facebook Fan Page

- แคมเปญสื่อสารครบวงจร ให้ทราบถึงแนวคิดของบริษัท คือ “ทุกความเปลี่ยนแปลงของช่วงชีวิตมีสิ่งที่ดีเสมอ” สื่อสารให้ประชาชนเห็นความสำคัญการวางแผนการเงินในทุกช่วงชีวิต
 1. โฆษณาทางสื่อสาธารณะทั่วประเทศ ด้วย Sustaining weight โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor) และสื่อออนไลน์
 2. การทำประชาสัมพันธ์ต่อยอดจากแคมเปญ เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความจำเป็นของการวางแผนการเงิน เช่น การทำ Branding Concept ลงใน Magazine
 3. การทำ Branded Content VDO : หนังสั้น 5 เรื่อง เพื่อสื่อสารให้คนเข้าใจถึงการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นสามารถทำได้ ถ้าเราได้มีการวางแผนการเงินวางแผนชีวิตที่ดีไว้แล้ว
- การให้ความรู้ด้านการวางแผนการเงิน ผ่านกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์
 1. ให้บริการ “วางแผนการเงิน” ต่อประชาชนฟรี ในงานอีเว้นท์ต่างๆ เป็นการสร้าง Brand Experience ได้แก่ งานวันประกันชีวิตแห่งชาติ ครั้งที่ 16
 2. การให้ความรู้ด้านการเงินต่างๆ ผ่าน Social Network : Corporate Facebook Fan Page “Bangkoklife” เพื่อให้ประชาชนในโลกออนไลน์สามารถรับรู้แนวคิดของบริษัทมากยิ่งขึ้น รวมถึงการอัปเดตข่าวสารกิจการด้าน CSR ผ่าน Facebook : BLA Happy Life หรือออนไลน์

2. ด้านระบบการดำเนินงานและการจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นต่อการสร้างสรรคงานบริการภายใต้ระบบการบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริการได้คุณภาพมาตรฐานถูกต้องสมบูรณ์และสะดวกรวดเร็วทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเป็นบริษัทประกันชีวิตแห่งแรกที่ผ่านการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 จาก International Certifications Ltd., Auckland New Zealand (ICL) ด้านการดำเนินงานกรมธรรม์สามัญสาขaprประกันชีวิต ฝ่ายประกันกลุ่ม และสำนักงานสาขา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการกระจายสู่สาขาทั่วทุกภูมิภาคแบบครบวงจร โดยในปี 2558 บริษัทได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 ครบทั้งหมด 75 สาขา

นอกจากนี้ บริษัทยังมีหน่วยงานปฏิบัติการนายหน้าหน่วยลงทุน ซึ่งสนับสนุนการซื้อและขายหน่วยลงทุนให้กับตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเพื่อเป็นที่ปรึกษาและนำเสนอในการวางแผนการเงินอย่างครบวงจร

3. ด้านช่องทางการขายตรง

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

4. ด้านการบริการ

บริษัทได้ให้บริการ Service Center ที่สำนักงานใหญ่ โดยให้บริการแบบครบวงจร (One Stop Service) ทั้งการให้บริการด้านการชำระเงินและงานบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เอาประกันภัยและตัวแทนประกันชีวิต

นอกจากนี้ ในปี 2558 บริษัทได้เปิดศูนย์บริการ สาขาศูนย์ราชการ ให้บริการกับประชาชนในเขตแจ้งวัฒนะ และพื้นที่ใกล้เคียง โดยเปิดสาขาในรูปแบบใหม่บนพื้นที่เปิดกว้าง และสร้างความมั่นใจด้านการบริการแก่ประชาชนทุกกลุ่ม ทุกพื้นที่ ด้วยการบริการแบบครบวงจร พร้อมทีมตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงินมืออาชีพที่พร้อมให้คำปรึกษาเรื่องการวางแผนการเงินรอบด้าน และนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้กับผู้ที่ต้องการวางแผนการเงิน หรือวางแผนภาษี โดยสาขาแห่งนี้ตั้งอยู่ ณ ชั้น 1 โดมทิศใต้ อาคารบี ภายในศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐

5. ด้านการพัฒนาคุณภาพตัวแทนประกันชีวิตและการสร้างทีมที่ปรึกษาทางการเงิน

บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตที่ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ (TNQA) ประจำปี 2558 ทั้งสิ้น 521 คน จากทั้งธุรกิจ 2,946 คน เป็นอันดับที่ 4 ของธุรกิจ และในปี 2558 มีที่ปรึกษาทางการเงินที่ผ่านการอบรมจากสถาบันชั้นนำและได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จำนวน 933 คน ซึ่งการมุ่งมั่นพัฒนาดังกล่าวเพื่อสนับสนุนภารกิจของบริษัทในการที่จะเป็นผู้นำทางการเงินในการสร้างความมั่นคงให้ประชาชนทุกกลุ่มและให้คำแนะนำด้านการวางแผนการเงินได้อย่างครบวงจร

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทนายหน้าประกันวินาศภัย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 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 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557 บริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 4,000,000 บาท โดยออกหุ้นใหม่ จำนวน 200,000 หุ้น เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนในราคาที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2558 บริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียน จำนวน 20,000,000 บาท โดยออกหุ้นใหม่จำนวน 2,400,000 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนในราคาที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์نس โบรกเกอร์ จำกัด

| ลำดับ | ชื่อ-นามสกุล | จำนวนหุ้น | ร้อยละ |
|-------|---|-----------|--------|
| 1 | บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) | 2,376,000 | 99.00 |
| 2 | นางกัลยา ม้ามณี | 12,000 | 0.50 |
| 3 | นายประสิทธิ์ บุญเจริญ | 11,988 | 0.50 |
| 4 | นางสมใจ สุทธิศักดิ์โสภาคกุล | 12 | 0.00 |

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

การดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท มิได้มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอื่นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ภายใต้พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติประกันชีวิต (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ปัจจุบันบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหลัก คือ การประกันชีวิต การประกันชีวิตเป็นวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการเสียชีวิต การสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา เมื่อบุคคลใดต้องประสบกับภัยเหล่านั้น จะได้รับเงินตามเงื่อนไขข้อตกลงที่ตกลงกันไว้ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัทจะจ่ายให้แก่ผู้ประสบภัย หรือผู้รับผลประโยชน์

ในอดีตบริษัทเริ่มประกอบธุรกิจประกันชีวิตโดยเน้นกรมธรรม์ประกันชีวิตสามัญประเภทคุ้มครองตลอดชีวิต ปัจจุบันบริษัทได้ทำการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและก่อให้เกิดประโยชน์กับลูกค้าสูงสุด โดยหลักแล้วการทำประกันชีวิตจะให้ผลประโยชน์กับผู้เอาประกันภัยในสองรูปแบบหลัก คือ ผลประโยชน์ทางด้านความคุ้มครองชีวิต และผลประโยชน์ทางการออมทรัพย์ ผู้เอาประกันภัยได้รับประโยชน์ทางด้านความคุ้มครองชีวิต โดยบริษัทจะชำระเงินค่าความคุ้มครองชีวิตให้กับผู้รับประโยชน์หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต สำหรับประโยชน์ทางการออมทรัพย์ ผู้เอาประกันภัยจะได้รับเงินผลประโยชน์ในระหว่างระยะเวลาของสัญญาประกันภัย

2.1.1 ประเภทการประกันชีวิต

ปัจจุบันบริษัทมีแบบประกันชีวิตที่สามารถเสนอให้กับลูกค้ามากกว่า 70 แบบ แบ่งตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังต่อไปนี้

2.1.1.1 ประกันชีวิตสามัญ (Ordinary Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิตรายบุคคลที่จำนวนเงินเอาประกันภัยขึ้นอยู่กับความสามารถในการชำระเบี้ยของแต่ละบุคคล ความคุ้มครองและระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกันภัยขึ้นอยู่กับแบบของการประกันชีวิตแต่ละแบบ เช่น 5 ปี 10 ปี 15 ปี หรือจนผู้ทำประกันภัยมีอายุครบตามเงื่อนไขที่สัญญากำหนดไว้ โดยอาจมีงวดการชำระเบี้ยประกันภัยรายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือนหรือรายเดือน การทำประกันชีวิตประเภทนี้ผู้เอาประกันภัยจะได้รับผลประโยชน์หลักคือความคุ้มครองชีวิตและการออมทรัพย์ โดยประกันชีวิตสามัญแบบต่างๆ จะมีสัดส่วนผลประโยชน์ของความคุ้มครองและการออมทรัพย์ต่างกันออกไป ประกันชีวิตสามัญมีลักษณะแบบประกันดังนี้

- (1) **แบบตลอดชีพ (Whole Life Insurance)** หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันภัยให้กับผู้รับผลประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตหรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยมีชีวิตรอดอยู่ในวันที่กรมธรรม์ครบกำหนดสัญญา ซึ่งโดยทั่วไปจะกำหนดวันครบอายุสัญญาเมื่อผู้เอาประกันภัยมีอายุครบ 90 หรือ 99 ปี และเป็นแบบประกันชีวิตสามัญที่เน้นผลประโยชน์ด้านความคุ้มครองชีวิตและได้รับความนิยมมากประเภทหนึ่ง โดยวิธีการชำระเบี้ยประกันภัยอาจเป็นการชำระเบี้ยประกันภัยตลอดอายุของสัญญา หรืออาจจะลดระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัยลง เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เช่น ชำระเบี้ยประกันภัย 15 ปี หรือ 20 ปี เป็นต้น
- (2) **แบบชั่วระยะเวลา (Term Life Insurance)** หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้ทำประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย โดยทั่วไปมีระยะเวลาคู่ครอง หรืออายุกรมธรรม์ 5 ปี ถึง 15 ปี แบบประกันลักษณะนี้มีจุดเด่นที่อัตราเบี้ยประกันภัยต่ำ
- (3) **แบบสะสมทรัพย์ (Endowment Insurance)** หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดในกรมธรรม์ หรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้กับผู้เอาประกันภัย เมื่อผู้เอาประกันภัยมีชีวิตรอดจนครบสัญญาประกันภัย ซึ่งอาจมีทางเลือกการชำระเบี้ยประกันภัยหลากหลายระยะเวลา และเพิ่มการคืนเงินผลประโยชน์ในระหว่างระยะเวลาของกรมธรรม์ประกันภัย แบบประกันชีวิตนี้จึงเป็นแบบที่เน้นผลประโยชน์ด้านการออมทรัพย์
- (4) **แบบบำนาญ (Pension)** การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ เหมาะสำหรับผู้ที่คาดว่าจะมีอายุยืนยาว เป็นการประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองการสูญเสียทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากการสูญเสียรายได้เมื่อมีอายุมากขึ้นหรือเมื่อพ้นวัยทำงาน บริษัทประกันชีวิต จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันภัยทุกเดือนหรือทุกปี นับแต่ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุ หรือมีอายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้น แล้วแต่เงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันภัยที่กำหนดไว้ สำหรับระยะเวลาการจ่ายเงินขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เอาประกันภัยที่จะเลือกซื้อ
- (5) **สัญญาเพิ่มเติม (Rider)** เป็นสัญญาที่บริษัทประกันชีวิตทำให้กับผู้ที่มีกรมธรรม์ประกันภัยกับบริษัท เพื่อให้ความคุ้มครองเพิ่มเติมจากกรมธรรม์หลักที่ผู้เอาประกันภัยได้ทำกับบริษัทแล้ว บริษัทมีสัญญาเพิ่มเติมให้ผู้เอาประกันภัยเลือก 2 ประเภทหลักๆ คือ

สัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุ (Personal Accident; PA) และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพ ซึ่งสัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตและการสูญเสียอวัยวะเนื่องจากอุบัติเหตุ และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพให้ความคุ้มครองเกี่ยวกับการชดเชยค่ารักษาพยาบาลที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเกิดจากการเจ็บป่วยหรือจากอุบัติเหตุ

2.1.1.2 การประกันชีวิตกลุ่ม (Group Life Insurance)

ประกันชีวิตกลุ่มเป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งจะมีผู้เอาประกันภัยร่วมกันตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ส่วนมากจะเป็นกลุ่มของพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นสวัสดิการที่บริษัทห้างร้าน และองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐบาล และเอกชนจัดให้กับลูกจ้างหรือสมาชิก โดยมีหลักการพิจารณาความเสี่ยงของบุคคลในกลุ่มทั้งหมดด้วยอัตราเฉลี่ย ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ หน้าที่การงาน หรือจำนวนเงินเอาประกันภัย โดยจะคำนวณออกมาเป็นอัตราเบี้ยประกันภัยเพียงอัตราเดียว และจะใช้กับบุคคลทุกคนในกลุ่มนั้น และเนื่องจากประกันชีวิตกลุ่มมีค่าใช้จ่ายในการรับประกันภัยหลายๆ อย่างต่ำลง จึงเป็นผลดีและมีส่วนทำให้เบี้ยประกันภัยรวมโดยส่วนใหญ่ต่ำกว่าการประกันชีวิตรายบุคคล โดยปกติกรมธรรม์ประกันชีวิตกลุ่มจะเป็นสัญญาปีต่อปี ซึ่งต้องเก็บเบี้ยประกันภัย ยกเว้นกรมธรรม์ที่ออกแบบพิเศษซึ่งอาจชำระเบี้ยประกันภัยเพียงครั้งเดียวตลอดระยะเวลาคุ้มครองก็ได้

2.1.1.3 แบบคุ้มครองสินเชื่อ

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่คุ้มครองการเสียชีวิต หรือ คุ้มครองการเสียชีวิตและทุพพลภาพการสิ้นเชิงภายในระยะเวลาเอาประกันภัย ด้วยจำนวนเงินเอาประกันภัยที่ลดลงเป็นรายงวด

สัดส่วนผลผลิตแยกตามปีที่ชำระเบี้ยประกันภัยและผลิตภัณฑ์

สัดส่วนผลผลิตรายใหม่ หรือเบี้ยประกันภัยรับปีแรก ของบริษัท ประจำปี 2556 - 2558 แบ่งตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังต่อไปนี้

| ประเภทการประกันชีวิต | ปี 2556 | | ปี 2557 | | ปี 2558 | |
|-----------------------------|------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| สามัญ - ชำระเบี้ยครั้งเดียว | 1,881.85 | 17.86 | 12,044.67 | 63.17 | 2,637.96 | 19.36 |
| สามัญ | 6,534.10 | 62.02 | 4,716.78 | 24.74 | 8,730.61 | 64.07 |
| ตลอดชีพ | 579.48 | 5.50 | 679.95 | 3.57 | 642.99 | 4.72 |
| ชั่วระยะเวลา | 42.41 | 0.40 | 34.36 | 0.18 | 36.82 | 0.27 |
| สะสมทรัพย์ | 5,686.54 | 53.98 | 3,793.69 | 19.90 | 7,840.13 | 57.53 |
| สัญญาเพิ่มเติม | 225.67 | 2.14 | 208.78 | 1.09 | 210.67 | 1.55 |
| ประกันกลุ่ม | 2,118.74 | 20.11 | 2,307.07 | 12.10 | 2,258.62 | 16.57 |
| ผลผลิตรวมทั้งสิ้น | 10,534.69 | 100.00 | 19,068.52 | 100.00 | 13,627.20 | 100.00 |

หมายเหตุ: เบี้ยประกันภัยรับปีแรก หักเบี้ยประกันภัยส่งคืนให้กับผู้เอาประกันที่ยกเลิกกรมธรรม์

- ปี 2556 เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของบริษัททุกประเภท มีจำนวนทั้งสิ้น 10,534.69 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.16 ปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 19,068.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 81.01 และปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 13,627.20 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 28.54 โดยผลผลิตในแต่ละประเภทการประกันชีวิต เป็นดังนี้

ผลผลิตประเภทสามัญ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ปี 2556 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 6,534.10 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 62.02 ของผลผลิตทุกประเภท และมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.18 สำหรับปี 2557 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 4,716.78 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 24.74 ของผลผลิตทุกประเภท ลดลงร้อยละ 27.81 และปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 8,730.61 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 64.07 ของผลผลิตทุกประเภท เพิ่มขึ้นร้อยละ 85.10

เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของแบบประกันชีวิตตลอดชีพในปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 579.48 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 12.34 สำหรับปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 679.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 17.34 และปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 642.99 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 5.44

ระหว่างผลผลิตของแบบประกันชีวิตต่างๆ ในประกันชีวิตประเภทสามัญนั้น การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์มีอัตราเติบโตสูงที่สุด และมีสัดส่วนสูงสุด โดยในปี 2556 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 5,686.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.98 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 54.19 สำหรับปี 2557 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 3,793.69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.90 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 33.29 และปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรกสูงถึง 7,840.13 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 57.53 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 106.66

สำหรับสัญญาเพิ่มเติม ปี 2556 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 225.67 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 15.71 ปี 2557 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 208.78 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 7.48 และปี 2558 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 210.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 0.91

ประกันชีวิตกลุ่ม ปี 2556 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 20.11 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม 2,118.74 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 23.63 สำหรับปี 2557 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 12.10 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม 2,307.07 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.89 และปี 2558 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 16.57 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม 2,258.62 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 2.10

- สัดส่วนเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป และเบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัท ประจำปี 2556 - ปี 2558 แบ่งตามประเภทการประกันชีวิต ได้ดังนี้

เบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวม

| ประเภท การประกันชีวิต | ปี 2556 | | | | ปี 2557 | | | |
|---------------------------|------------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|------------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| | เบี้ยประกันภัย รับปีต่อไป | | เบี้ยประกันภัย รวม | | เบี้ยประกันภัย รับปีต่อไป | | เบี้ยประกันภัย รวม | |
| | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ | - | - | 1,881.85 | 4.82 | - | - | 12,044.67 | 23.25 |
| สามัญ | 27,738.24 | 97.18 | 34,272.34 | 87.70 | 31,871.09 | 97.34 | 36,587.87 | 70.62 |
| ตลอดชีพ | 2,402.57 | 8.42 | 2,982.05 | 7.63 | 2,594.25 | 7.92 | 3,274.20 | 6.32 |
| ชั่วระยะเวลา | 25.33 | 0.09 | 67.74 | 0.17 | 36.19 | 0.11 | 70.55 | 0.14 |
| สะสมทรัพย์ | 23,597.43 | 82.67 | 29,283.97 | 74.93 | 27,469.65 | 83.90 | 31,263.34 | 60.34 |
| สัญญาเพิ่มเติม | 1,712.92 | 6.00 | 1,938.58 | 4.96 | 1,771.00 | 5.41 | 1,979.78 | 3.82 |
| ประกันกลุ่ม | 806.25 | 2.82 | 2,924.99 | 7.48 | 870.52 | 2.66 | 3,177.59 | 6.13 |
| ผลผลิตรวมทั้งสิ้น | 28,544.50 | 100.00 | 39,079.19 | 100.00 | 32,741.61 | 100.00 | 51,810.13 | 100.00 |

| ประเภท การประกันชีวิต | ปี 2558 | | | |
|---------------------------|------------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| | เบี้ยประกันภัย รับปีต่อไป | | เบี้ยประกันภัย รวม | |
| | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | จำนวนเงิน (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ | - | - | 2,637.96 | 5.88 |
| สามัญ | 30,342.50 | 97.21 | 39,073.11 | 87.14 |
| ตลอดชีพ | 2,969.66 | 9.51 | 3,612.65 | 8.06 |
| ชั่วระยะเวลา | 45.90 | 0.15 | 82.72 | 0.18 |
| สะสมทรัพย์ | 25,528.22 | 81.79 | 33,368.35 | 74.42 |
| สัญญาเพิ่มเติม | 1,798.72 | 5.76 | 2,009.39 | 4.48 |
| ประกันกลุ่ม | 870.52 | 2.79 | 3,129.14 | 6.98 |
| ผลผลิตรวมทั้งสิ้น | 31,213.02 | 100.00 | 44,840.22 | 100.00 |

หมายเหตุ: เบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวม หักเบี้ยประกันภัยสงคืนให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยกเลิกกรมธรรม์

สำหรับเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทในปี 2556 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 28,544.50 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.33 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 39,079.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.81

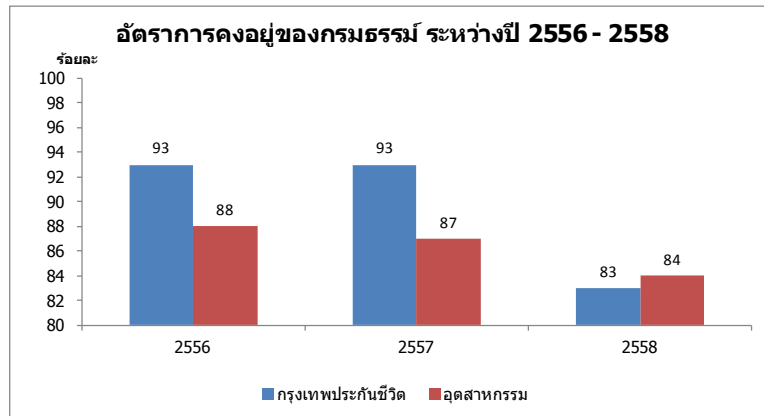
สำหรับในปี 2557 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,741.61 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.70 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 51,810.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.58

สำหรับในปี 2558 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 31,213.02 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 4.67 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 44,840.22 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13.45 โดยสามารถพิจารณาแยกตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังนี้

ผลผลิตประเภทสามัญ ในปี 2556 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 27,738.24 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 10.34 และมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate) สูงถึงร้อยละ 93 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 88 ในปีเดียวกัน สำหรับในปี 2557 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 31,871.09 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 14.90 และมีอัตราคงอยู่ของกรมธรรม์ร้อยละ 93 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์¹ โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 87 ในปี 2558 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 30,342.50 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 4.80 และมีอัตราคงอยู่ของกรมธรรม์ ร้อยละ 83 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ ร้อยละ 84 สำหรับเบี้ยประกันภัยรับรวมในปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 34,272.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.13 ในปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 36,587.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.76 และในปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 39,073.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.79

ประกันชีวิตกลุ่ม ในปี 2556 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 806.25 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.97 และมีเบี้ยรับรวม 2,924.99 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 19.54 สำหรับในปี 2557 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 870.52 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.97 และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 3,177.59 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 8.64 และสำหรับในปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 870.52 ล้านบาท คงที่จากปีก่อน และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 3,129.14 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 1.52

¹ อัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate) คำนวณจากเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปของปีปัจจุบันหารด้วยเบี้ยรับรวมของปีก่อนหน้าหักด้วยเบี้ยประกันภัยรับครั้งเดียวของปีก่อนหน้า



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทมีบทบาทในการเป็นผู้ร่วมสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชน ตามแนวคิดการให้บริการวางแผนการเงินรอบด้านอย่างต่อเนื่อง ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของบริษัทและพันธมิตร ดังนี้

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

• ด้านผลิตภัณฑ์

ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์การวางแผนการเงินและการปกป้องคุณค่าชีวิตที่แตกต่างจากที่อื่นๆ ทั้งการเสริมสร้างฐานะและการสร้างหลักประกัน เหมาะสมกับวิถีชีวิตและการระมัดระวังของแต่ละคนในทุกช่วงชีวิต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ในการสร้างหลักประกันและปกป้องคุณค่าชีวิต เพื่อให้เกิดความสุขจากความพร้อม สามารถเสริมสร้างฐานะโดยไม่ต้องกังวลกับปัญหาที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์เพื่อการเตรียมความพร้อมในการเกษียณ และผลิตภัณฑ์เพื่อเตรียมความพร้อมในการดูแลค่ารักษาพยาบาลด้านสุขภาพ ที่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ตามแนวโน้มของการมีชีวิตที่ยืนยาวขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง การใช้ชีวิตอิสระและพึ่งพาตัวเองมากยิ่งขึ้น

• ด้านบริการ

เพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณลูกค้า คู่ค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีเพิ่มมากขึ้น ให้มีปริมาณและคุณภาพเพียงพอต่อการให้บริการ โดย

1. พัฒนาและเพิ่มจำนวนผู้แนะนำการลงทุน โดยความร่วมมือจากพันธมิตร คือ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนบัวหลวง จำกัด และบริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ส่งเสริม ซึ่งมีการจัดอบรมหลักสูตรภายในองค์กร โดยวิทยากรของบริษัทและผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก เพื่อให้ตัวแทนได้รับความรู้ และสามารถสอบรับใบอนุญาต รวมถึงคุณสมบัติต่างๆ ได้แก่ ใบอนุญาตผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Securities Investment Consultant) เพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์จากสำนักงาน

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิต ใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัย และคุณวุฒิวิชาชีพนักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ จากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย โดยปัจจุบันบริษัทมีทีมงานที่ได้รับใบอนุญาตผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์แล้วเกือบ 1,000 คน

2. ส่งเสริมตัวแทนประกันชีวิตให้เป็นมืออาชีพในด้านการงานและบริการลูกค้า โดยได้รับการยอมรับในมาตรฐานระดับประเทศและระหว่างประเทศ ในคุณวุฒิต่างๆ คือ TNQA, IQA และ MDRT

3. พัฒนาทีมงานของคู่ค้าเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องครบถ้วน ตามกฎเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย และกฎหมายอื่นๆ เพื่อให้ประชาชนได้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อผลิตภัณฑ์

● ด้านความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ร่วมกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการเตรียมความพร้อมด้านการดูแลสุขภาพให้กับกลุ่มลูกค้าของธนาคาร ด้วยแผนประกันสุขภาพที่ให้ความคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลสำหรับผู้ป่วยใน (IPD) ผู้ป่วยนอก (OPD) และการชดเชยรายได้รายวัน เจาะตลาดกลุ่มวัยทำงาน ด้วยเบี้ยประกันภัยที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และไม่ต้องตรวจสุขภาพ นำเสนอผ่านสาขาและสำนักธุรกิจของธนาคารกรุงเทพที่มีอยู่ทั่วประเทศกว่า 1,200 แห่ง ทั้งในกลุ่มลูกค้าเงินฝากและกลุ่มสินเชื่อ

สำหรับความร่วมมือกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด และบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) เน้นการคัดสรรและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ช่วยตอบโจทย์ด้านการวางแผนการเงินที่เหมาะสมกับสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจและการเงินในปัจจุบัน ทั้งกองทุนรวม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนส่วนบุคคล และแผนประกันวินาศภัย เพื่อตอบโจทย์ด้านการสร้างฐานะและการปกป้องทรัพย์สิน

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายพันธมิตรเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการร่วมมือกับบริษัทรับประกันภัยต่อทั้งในและต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพสูง เพื่อพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มด้วย

● ด้านช่องทางการขายใหม่

ในปี 2558 บริษัทได้ขยายช่องทาง Media Direct ร่วมกับบริษัท ไทยรับประกันภัยต่อ จำกัด (มหาชน) ออกผลิตภัณฑ์สูงวัยเบิกได้ ซึ่งให้ความคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยนอกในช่วงกลางปี สำหรับสินค้าผู้สูงวัยในปลายไตรมาส 3 ที่ผ่านมา วงการธุรกิจประกันชีวิตมีการชะลอการขายผลิตภัณฑ์ของผู้สูงอายุเพื่อรอข้อสรุปที่ชัดเจนเกี่ยวกับระเบียบการขายจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

• **ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า**

บริษัทมีการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร เพื่อเสริมสร้างจุดยืนเชิงกลยุทธ์ผ่านวิสัยทัศน์ และพันธกิจของบริษัท ในการเป็นผู้นำด้านการวางแผนการเงิน สร้างการรับรู้และจดจำในบริษัท เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและคุ้นเคยกับบริษัทผ่านกิจกรรมและสื่อต่างๆ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มจำนวนตัวแทน และทีมที่ปรึกษาการเงิน รวมถึงการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เพื่อสร้างความสุข ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในบริษัทและตัวแทน

บริษัทยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สนับสนุนการให้ความรู้เรื่องการวางแผนการเงิน การมอบความสุขให้ลูกค้าผ่านกิจกรรม BLA Happy Life Club ซึ่งเป็นการมอบสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าและครอบครัวเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ

(2) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2556

| ช่องทางการจำหน่าย | *เบี้ยปีแรก | | เบี้ยรับปีต่อไป | | เบี้ยรวม | |
|-------------------|-------------|----------|-----------------|----------|-----------|----------|
| | จำนวนเงิน | สัดส่วน | จำนวนเงิน | สัดส่วน | จำนวนเงิน | สัดส่วน |
| | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) |
| ตัวแทน | 1,986.34 | 18.86 | 11,248.55 | 39.41 | 13,234.89 | 33.87 |
| ธนาคาร | 8,269.63 | 78.50 | 16,416.72 | 57.51 | 24,686.34 | 63.17 |
| อื่น ๆ | 278.72 | 2.65 | 879.23 | 3.08 | 1,157.95 | 2.96 |
| ผลผลิตรวมทั้งสิ้น | 10,534.69 | 100.00 | 28,544.50 | 100.00 | 39,079.19 | 100.00 |

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2557

| ช่องทางการจำหน่าย | *เบี้ยปีแรก | | เบี้ยรับปีต่อไป | | เบี้ยรวม | |
|-------------------|-------------|----------|-----------------|----------|-----------|----------|
| | จำนวนเงิน | สัดส่วน | จำนวนเงิน | สัดส่วน | จำนวนเงิน | สัดส่วน |
| | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | (ล้านบาท) | (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 |

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2558

| ช่องทางการจำหน่าย | *เบี้ยปีแรก | | เบี้ยรับปีต่อไป | | เบี้ยรวม | |
|-------------------|-------------|----------|-----------------|----------|-----------|----------|
| | จำนวนเงิน | สัดส่วน | จำนวนเงิน | สัดส่วน | จำนวนเงิน | สัดส่วน |
| | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) | (ล้านบาท) | (ร้อยละ) |
| ตัวแทน | 2,487.95 | 18.26 | 11,803.16 | 37.81 | 14,291.10 | 31.87 |
| ธนาคาร | 10,808.63 | 79.32 | 18,455.53 | 59.13 | 29,264.16 | 65.26 |
| อื่นๆ | 330.63 | 2.43 | 954.33 | 3.06 | 1,284.96 | 2.87 |
| ผลผลิตรวมทั้งสิ้น | 13,627.20 | 100.00 | 31,213.02 | 100.00 | 44,840.22 | 100.00 |

หมายเหตุ : *เบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียว

เบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทแยกตามช่องทางจำหน่ายในปี 2558 ประกอบด้วยช่องทางจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง ตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีเบี้ยประกันภัยรับรวมจากช่องทางธนาคารเป็นช่องทางหลักที่ร้อยละ 65.26 รองลงมาคือ ช่องทางตัวแทนอยู่ที่ร้อยละ 31.87 และช่องทางอื่นๆ อยู่ที่ร้อยละ 2.87 โดยบริษัทมีนโยบายด้านช่องทางจำหน่ายที่สำคัญ ดังนี้

- **ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน**

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยประกันภัยรับรวม และเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียวจากช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน ปี 2558

| บริษัท | เบี้ยรับรวม | | | เบี้ยปีแรก รวมเบี้ยชำระครั้งเดียว | | |
|--------------------------------|--------------------|------------------|-------|--------------------------------------|------------------|--------|
| | จำนวน (ล้านบาท) | ส่วนแบ่ง ตลาด | %+/- | จำนวน (ล้านบาท) | ส่วนแบ่ง ตลาด | %+/- |
| 1. เอไอเอ | 110,058 | 40.06 | 4.27 | 20,709 | 34.14 | 2.30 |
| 2. ไทยประกันชีวิต | 56,323 | 20.50 | 5.87 | 12,188 | 20.09 | 13.14 |
| 3. เมืองไทยประกันชีวิต | 21,750 | 7.92 | 11.72 | 7,859 | 12.96 | 20.25 |
| 4. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต | 21,054 | 7.66 | 15.25 | 5,572 | 9.19 | 11.59 |
| 5. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต | 14,368 | 5.23 | 1.08 | 1,879 | 3.10 | -6.01 |
| 6. กรุงเทพประกันชีวิต | 14,291 | 5.20 | 3.05 | 2,488 | 4.10 | 19.53 |
| 7. ไทยสมุทรประกันชีวิต | 12,146 | 4.42 | -5.26 | 2,099 | 3.46 | -18.48 |
| ธุรกิจ | 274,717 | 100.00 | 5.67 | 60,655 | 100.00 | 8.28 |

หมายเหตุ : ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2558 บริษัทยังคงรักษาเบี้ยประกันภัยรับรวมได้ในอันดับที่ 6 โดยมีอัตราเติบโตต่ำกว่าธุรกิจเล็กน้อย สาเหตุจากอัตราการเติบโตของเบี้ยประกันภัยรับปีต่อที่เพิ่มสูงขึ้นเพียงเล็กน้อย ซึ่งเป็นผลจากการปรับเพิ่มการขายผลิตภัณฑ์ระยะสั้นในปี 2557 ที่ผ่านมา สำหรับเบี้ยประกันภัยรับปีแรกมีอัตราเติบโตที่ดีถึงร้อยละ 19.53 สูงกว่าอุตสาหกรรมที่เติบโตอยู่ที่ร้อยละ 8.28 จากการขยายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์บำนาญผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกำไรดี โอกาสทางการตลาดจากอัตราความเจ็บป่วยของประชากรที่เพิ่มขึ้น และความต้องการแบ่งเบาภาระด้านการรักษาพยาบาลที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ระยะสั้นจะวางขายเป็นช่วงเพื่อการรักษาฐานตลาดและคู่ค้าเท่านั้น โดยกลยุทธ์หลักของบริษัทยังคงเป็นการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์การวางแผนการเงินและการปกป้องคุณค่าชีวิตที่แตกต่างจากที่อื่นๆ ทั้งการเสริมสร้างฐานะและการสร้างหลักประกัน ที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตและภาระความรับผิดชอบของแต่ละคน

ในด้านของทีมงาน บริษัทได้เพิ่มการลงทุนเพื่อพัฒนาและเพิ่มจำนวนผู้แนะนำการลงทุนรองรับการให้บริการวางแผนการเงินของผู้บริโภคที่มีความต้องการเพิ่มมากขึ้น สามารถสอบรับใบอนุญาตรวมถึงคุณสมบัติต่างๆ ได้แก่ ใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิต ใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัย โดยเฉพาะใบอนุญาตผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Securities Investment Consultant) เพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนการได้รับคุณวุฒิวิชาชีพนักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ จากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการวางแผนการเงินส่วนบุคคลได้ในทุกด้านด้วย

ปัจจุบันบริษัทมีทีมผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เกือบ 1,000 คน

● ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยประกันภัยรับรวม และเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียวจากช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร ปี 2558

| บริษัท | เบี้ยรับรวม | | | เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว | | |
|------------------------------|--------------------|------------------|--------|--------------------------------------|------------------|--------|
| | จำนวน (ล้านบาท) | ส่วนแบ่ง ตลาด | %+/- | จำนวน (ล้านบาท) | ส่วนแบ่ง ตลาด | %+/- |
| 1. เมืองไทยประกันชีวิต | 62,555 | 27.37 | 18.19 | 28,823 | 29.60 | 4.08 |
| 2. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต | 46,768 | 20.46 | 11.43 | 16,634 | 17.08 | -1.65 |
| 3. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต | 32,002 | 14.00 | 10.27 | 11,317 | 11.62 | -13.21 |
| 4. กรุงเทพประกันชีวิต | 29,264 | 12.80 | -20.21 | 10,809 | 11.10 | -35.14 |

| บริษัท | เบียร์รวม | | | เบียร์ปีแรกรวม เบียร์ชำระครั้งเดียว | | |
|-------------------------------|--------------------|------------------|-------------|--|------------------|--------------|
| | จำนวน (ล้านบาท) | ส่วนแบ่ง ตลาด | %+/- | จำนวน (ล้านบาท) | ส่วนแบ่ง ตลาด | %+/- |
| 5. พูเด็นเบียร์ประกันชีวิต | 14,650 | 6.41 | -3.14 | 7,556 | 7.76 | -6.34 |
| 6. ไทยประกันชีวิต | 11,378 | 4.98 | 24.59 | 5,244 | 5.38 | 33.37 |
| 7. เอฟ ดับบลิว ดี ประกันชีวิต | 11,037 | 4.83 | 34.97 | 4,864 | 4.99 | 44.53 |
| ธุรกิจ | 228,550 | 100.00 | 8.39 | 97,390 | 100.00 | -2.89 |

หมายเหตุ : ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบียร์รวม

ในปี 2558 บริษัทมีเบียร์ประกันภัยรวมอยู่ในอันดับที่ 4 ลดลง 1 อันดับจากปีก่อนหน้าจากการปรับ Product Mix เน้นเพิ่มการขายผลิตภัณฑ์ระยะยาวที่มีกำไร และลดการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ชำระเบียร์ประกันภัยแบบครั้งเดียวลงจำนวนมาก ส่งผลให้เบียร์ประกันภัยรับปีแรกรวมเบียร์ประกันภัยแบบชำระครั้งเดียวมีอัตราเติบโตลดลงจากปี 2557 และต่ำกว่าธุรกิจมาก สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทคุ้มครองสินเชื่อมีเบียร์ประกันภัยรวมอยู่ในอันดับที่ 7 เช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา โดยมีอัตราเติบโตลดลงร้อยละ 4.52 เนื่องจากลูกค้าสามารถซื้อประกันชีวิตแบบคุ้มครองสินเชื่อเพื่อประชาชน (MRTA) ที่เป็นราคามาตรฐานตามที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) กำหนด ซึ่งมีอัตราถูกกว่าเบียร์ประกันภัยแบบคุ้มครองสินเชื่อทั่วไป ทั้งนี้ บริษัทอยู่ระหว่างดำเนินการ เพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) อนุมัติการขาย MRTA ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และเป็นการเพิ่มยอดเบียร์ประกันภัยของแบบคุ้มครองสินเชื่อของบริษัทให้มากยิ่งขึ้น

สำหรับกลยุทธ์หลักยังคงเป็นการประสานความร่วมมือในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการกับธนาคารกรุงเทพ ในเรื่องของแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเสริมสร้างความรู้ด้านการประกันชีวิต และทักษะการขายใหม่ๆ ให้กับบุคลากรของธนาคารเพื่อสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ครอบคลุมตามรายละเอียดกรมธรรม์ที่น่าเสนอต่อลูกค้า และถูกต้องตามหลักเกณฑ์นายหน้าประกันชีวิตที่กฎหมายกำหนดไว้ รวมถึงสนับสนุนการให้บริการลูกค้าและประสานงานภายในสาขาธนาคาร โดยการเพิ่มทีมเจ้าหน้าที่พัฒนาการตลาดเข้าดูแลอำนวยความสะดวกในทุกสาขานาครทั่วประเทศด้วย

• ด้านช่องทางจำหน่ายอื่น ๆ

บริษัทมีนโยบายในการขยายตลาดผ่านช่องทางขายตรง (Direct Marketing) มากขึ้น โดยเฉพาะการขายตรงผ่านสื่อและ Online เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน ทั้ง Media และ Internet

(3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทดำเนินธุรกิจหลัก 2 ประเภท คือ การประกันชีวิตประเภทสามัญและประกันชีวิตกลุ่ม โดยมีลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

- ประกันชีวิตประเภทสามัญ

เป็นประกันชีวิตรายบุคคลสำหรับผู้มีรายได้และผู้ที่ต้องการออมเงินทั่วไป เช่น ผลิตภัณ์เพื่อการคุ้มครอง และผลิตภัณ์สะสมทรัพย์ แก่ลูกค้าที่ต้องการสร้างหลักประกันเพื่อความมั่นคงให้กับชีวิตและธุรกิจ โดยจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน ช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร และช่องทางขายตรง

- ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม

เป็นประกันชีวิตรายกลุ่มบุคคลสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจ อุตสาหกรรมต่างๆ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการขยายตลาดในกลุ่มลูกค้าที่สามารถสร้างผลกำไร มีความเสี่ยงต่อภาวะค่าสินไหมต่ำ ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้เพิ่มการให้บริการบริหารจัดการค่ารักษาพยาบาลให้กับองค์กรที่ต้องการบริหารค่ารักษาพยาบาลพนักงานของตนเองด้วย

ด้านการขยายตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าสินเชื่อ บริษัทได้มีการขยายตลาดความคุ้มครองภาระหนี้สินดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เช่น สินเชื่อบ้าน สินเชื่อธุรกิจและบัตรเครดิต เป็นต้น โดยเป็นผลิตภัณ์ที่สามารถสร้างผลกำไร และสร้างความมั่นคงให้กับบริษัทได้ในระยะยาว

2.2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

(1) ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยประกันภัยรับรวม และเบี้ยประกันภัยรับปีแรก รวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียว ปี 2558

| บริษัท | เบี้ยประกันภัยรับรวม | | | เบี้ยประกันภัยรับปีแรก รวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียว | | |
|--------------------------------|----------------------|------------------|---------------|--|------------------|---------------|
| | จำนวน (ล้านบาท) | ส่วนแบ่ง ตลาด | %+/- | จำนวน (ล้านบาท) | ส่วนแบ่ง ตลาด | %+/- |
| 1. เอไอเอ | 119,553 | 22.24 | 4.15 | 26,172 | 15.27 | -0.06 |
| 2. เมืองไทยประกันชีวิต | 87,880 | 16.35 | 16.81 | 37,938 | 22.13 | 7.55 |
| 3. ไทยประกันชีวิต | 68,376 | 12.72 | 8.43 | 17,618 | 10.28 | 17.95 |
| 4. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต | 54,743 | 10.18 | 12.00 | 18,420 | 10.75 | -5.42 |
| 5. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต | 52,972 | 9.86 | 8.95 | 17,508 | 10.21 | -4.48 |
| 6. กรุงเทพประกันชีวิต | 44,840 | 8.34 | -13.45 | 13,627 | 7.95 | -28.54 |
| 7. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต | 28,852 | 5.37 | 7.02 | 6,353 | 3.71 | 5.05 |
| ธุรกิจ | 537,509 | 100.00 | 6.68 | 171,420 | 100.00 | 0.44 |

หมายเหตุ : ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยประกันภัยรับรวม

ภาพรวมธุรกิจมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2557 ที่ร้อยละ 6.68 โดยการเติบโตหลักมาจากเบี้ยประกันภัยรับปีที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.88 ในขณะที่เบี้ยประกันภัยรับปีแรก รวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียวทรงตัว สำหรับบริษัทที่มีเบี้ยประกันภัยรับรวมลดลงมาอยู่ในอันดับที่ 6 จากปีก่อนหน้าที่อยู่ในอันดับที่ 4 จากการปรับ Product Mix เน้นขายผลิตภัณฑ์ระยะยาว และลดการขายผลิตภัณฑ์ชำระเบี้ยประกันภัยแบบครั้งเดียวลงจำนวนมากจากร้อยละ 67.64 เพื่อสร้างกำไรให้มากขึ้น

ช่องทางตัวแทนเป็นช่องทางเดียวที่มีการขยายธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น โดยมีอัตราเติบโตของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียวที่ร้อยละ 8.28 จากภาวะการแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะบริการด้านการวางแผนการเงิน ที่หลายบริษัทกำลังให้ความสนใจพัฒนาให้มีความรู้ความสามารถ และได้รับใบอนุญาตผู้แนะนำการลงทุนกันอย่างต่อเนื่อง สำหรับช่องทางธนาคารยังคงเป็นช่องทางหลักในการสร้างธุรกิจใหม่ แต่มีการขยายตัวลดลง เนื่องจากผลกระทบการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะสั้นซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักลดลงตามสถานการณ์การตลาดและภาวะการลงทุน

ธุรกิจมีการเติบโตหลักจากการต่ออายุกรมธรรม์เดิมที่มีอยู่ ในขณะที่การขยายตัวของธุรกิจใหม่ ทรงตัวตามภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจและการลงทุนของประเทศ ที่ส่งผลต่อรายได้ การใช้จ่าย และการออมของประชาชนที่ต้องรัดกุมมากขึ้น รวมถึงกฎเกณฑ์และนโยบายจากภาครัฐ ทั้งทางด้านประกันชีวิตแบบคุ้มครองเงินเชื่อเพื่อประชาชน ประกันชีวิตเพื่อผู้สูงอายุ ส่งผลกระทบต่อการขยายธุรกิจในปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ธุรกิจยังมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มเติมได้ดีจากการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและสะดวก รวดเร็ว ทั้งการขายผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อ Media ต่าง ๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ ที่ใช้สื่อในการหา ค้นหาข้อมูลและการบริโภคสินค้า

(2) ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์

ธุรกิจมีการแข่งขันสูง โดยกลยุทธ์หลักเน้นการรักษาฐานตลาดด้วยกิจกรรมการตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าแต่ละระดับ รวมถึงบริการหลังการขายที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการชำระเบี้ย การบริการด้านสินไหม และการบริการเกี่ยวกับกรมธรรม์ในด้านต่างๆ เสริมด้วยการสร้างภาพลักษณ์ทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อให้เป็นแบรนด์ในใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ในด้านการขยายตลาด กลยุทธ์หลักของธุรกิจ คือ การสร้างโอกาสขยายฐานลูกค้าในอนาคต ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะกลุ่ม ตรงกับความต้องการในปัจจุบัน เช่น สินค้าด้านสุขภาพและโรคภัยเรื้อรัง เป็นต้น นอกจากนี้ การพัฒนาช่องทางการขายเดิมและการเพิ่มช่องทางการขายใหม่ เป็นอีกกลยุทธ์ที่สำคัญที่ธุรกิจประกันชีวิต ใช้สร้างฐานลูกค้าใหม่ในอนาคตด้วย

(3) แนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตปี 2559

จากประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2559 ที่มีแนวโน้มเริ่มฟื้นตัว และผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตในปี 2558 คาดการณ์ได้ว่าธุรกิจประกันชีวิตยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2559 เนื่องจากการถือครองกรมธรรม์ของคนไทยส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นธุรกิจประกันชีวิตจึงมีโอกาสอย่างมากในการขยายตัวในต่างจังหวัด รวมถึงการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะส่งผลให้ธุรกิจประกันชีวิตสามารถขยายตัวออกไปได้อีก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตดังนี้

1. การทบทวนโครงสร้างภาษี การลดหย่อนภาษีจะช่วยให้เกิดแรงกระตุ้นให้ประชาชนเห็นข้อดีของการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชาชนตัดสินใจซื้อประกันชีวิตมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรมธรรม์แบบบำนาญ นอกจากนี้ ภาครัฐเริ่มพิจารณาในเรื่องของการทำให้คนไทยเห็นความสำคัญของการทำประกันสุขภาพ รวมถึงการทำประกันชีวิต เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญในประเด็นดังกล่าวเพื่อให้การประกันสุขภาพและประกันชีวิตมีส่วนช่วยแบ่งเบาค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

2. การเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ของคน (Urbanization) ที่เปลี่ยนจากสังคมชนบทเป็นสังคมเมือง รายได้ต่อหัวของคนในประเทศสูงขึ้น จึงทำให้มีการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น พฤติกรรมการบริโภคของคนในสังคมเปลี่ยนไป คนต่างจังหวัดมีการจับจ่ายใช้สอยใกล้เคียงคนเมือง ทั้งนี้ โอกาสที่จะทำให้คนต่างจังหวัดหันมาเห็นความสำคัญของประกันชีวิตก็มีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจประกันชีวิตมีโอกาสที่จะทำตลาดในต่างจังหวัดได้มากยิ่งขึ้น
3. การมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการวางแผนชีวิตหลังเกษียณมากขึ้น
4. ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่สวัสดิการจากภาครัฐมีรองรับไม่เพียงพอ ประชาชนจึงหันมาให้ความสนใจในการสร้างสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลด้วยตนเอง
5. การวางแผนการเงินส่วนบุคคลเริ่มได้รับกระแสตอบรับจากประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการวางแผนเกษียณอายุและการวางแผนภาษี
6. ช่องทางธนาคารเป็นโอกาสในขยายธุรกิจที่ดี เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีศักยภาพสูง มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่และมีสาขาให้บริการทั่วประเทศ ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนโดยเฉพาะตลาดเมือง ส่งผลให้ขนาดและอัตราเติบโตผ่านช่องทางธนาคารมีอย่างต่อเนื่อง
7. ตลาดเมืองยังมีความต้องการสินค้าสะสมทรัพย์ระยะสั้น และระยะกลางสูง สำหรับการแข่งขันด้านสินค้าใหม่จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น
8. การเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้าที่เหมาะสมกับ Life Style ในปัจจุบัน ทั้งบริการก่อนและหลังการขาย เช่น การขยายศูนย์บริการลูกค้าในศูนย์การค้าต่างๆ และกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เป็นกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อการรักษาฐานลูกค้า และขยายลูกค้าใหม่ในอนาคต
9. การใช้สื่อ Social Media ต่างๆ ในปัจจุบัน ทำให้สามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว กว้างขวางมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก
10. มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการขาย ตั้งแต่การเก็บข้อมูลลูกค้าและผู้มุ่งหวัง การพิจารณารับประกัน การแจ้งผลอนุมัติ การให้บริการด้านสินไหม และกิจกรรมลูกค้าต่างๆ

จากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลต่อแนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตดังนี้

- 1. ผลกระทบ:** มีแนวโน้มออกแบบประกันชีวิตที่เน้นการออมระยะยาว หรือออมเพื่อเกษียณอายุ ที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มช่วงอายุ 30 ขึ้นไป รวมถึงมีแนวโน้มออกแบบประกันชีวิตที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าใน AEC เพื่อขยายฐานลูกค้าในอนาคต นอกจากนี้แบบประกันชีวิตที่เน้นการออมระยะสั้นแต่ให้ผลตอบแทนสูงก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ และเป็นที่ต้องการของตลาด เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยยังคงอยู่ในระดับต่ำ
- 2. ช่องทาง:** ช่องทางตัวแทนจะถูกพัฒนาไปเป็นตัวแทนที่มีความสามารถทางเทคโนโลยี โดยสามารถตอบสนองต่อลูกค้าในยุคดิจิทัลที่มักจะเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตทุกที่ ทุกเวลา ทำให้สามารถให้บริการลูกค้าที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม และติดต่อสื่อสารในยุคนี้ นอกจากนี้ตัวแทนจะสามารถให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำด้านการวางแผนทางการเงินในอนาคตให้แก่ลูกค้าได้ ในขณะที่ช่องทางธนาคารจะเน้นความสำคัญกับการให้รายละเอียดแก่ลูกค้าและบริการหลังการขายมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีความเข้าใจเงื่อนไขต่างๆ ในแบบประกันชีวิตเป็นอย่างดี และลดจำนวนข้อร้องเรียน
- 3. การบริการ:** การบริการจะเริ่มปรับรูปแบบเป็นการบริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) มากยิ่งขึ้น ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทุกอย่างให้เสร็จสิ้นได้ในจุดบริการเดียว รวมถึงเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ ทำให้มีการพัฒนา Application ต่างๆ ใน Smart phone หรือ Tablet ซึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็วและแสนสบายเพียงแค่ลูกค้าใช้ปลายนิ้วสัมผัส
- 4. การบริหาร:** บริษัทประกันชีวิตจะเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมดิจิทัลและ สังคมผู้สูงอายุ อีกในไม่กี่ปีข้างหน้า บริษัทจะรู้เท่าทันความต้องการของลูกค้า และออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของลูกค้า นอกจากนี้หลายๆ บริษัทยังจะให้ความสำคัญกับ CSR เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน อันจะเป็นรากฐานให้ตัวบริษัทมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืนเช่นกัน
- 5. ระเบียบข้อบังคับ:** ปรับปรุงและพัฒนาระบบให้สอดคล้องกับนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ พร้อมกับรองรับการขยายตัวของธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งสมาคมประกันประกันชีวิตไทยกำหนดนโยบายไว้ว่า จะเพิ่มขีดความสามารถของการแข่งขันทุกช่องทาง ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจประกันชีวิตให้มีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยตั้งเป้าจะมีผู้ถือกรมธรรม์เป็น 40% ของประชากรทั้งประเทศ ขณะเดียวกันก็ร่วมกับคปภ. ในการกำหนดแนวทางปฏิบัติรวมทั้งปรับปรุงกฎเกณฑ์บางอย่างที่เป็นอุปสรรค

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

(1) แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทประกอบด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้น เบี้ยประกันภัยรับสุทธิ และกำไรจากการลงทุนสุทธิ ณ สิ้นปี 2556 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 22,263.66 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 14.38 จากปี 2555 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยภัยภัยรับสุทธิ 38,795.18 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 7,055.87 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.7

ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 25,579.23 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 14.89 จากปี 2556 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยภัยภัยรับสุทธิ 51,172.06 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 8,811.63 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.88

ณ สิ้นปี 2558 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 26,998.32 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 5.55 จากปี 2557 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยภัยภัยรับสุทธิ 44,174.99 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 10,171.05 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.43

(2) แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน

บริษัทจะจัดส่วนหนึ่งของเงินทุนจากเบี้ยประกันภัยภัยภัยรับสุทธิไว้สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท และส่วนหนึ่งสำหรับเป็นเงินสำรองประกันชีวิตเพื่อใช้จ่ายค่าสินไหมทดแทน ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์หากครบกำหนดชำระผลตอบแทน หรือผู้รับประโยชน์หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต

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

ณ สิ้นปี 2557 แหล่งใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วย ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 12,384.40 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,805.34 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 40,818.25 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2558 แหล่งใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วยผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 15,390.19 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,849.85 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 29,873.54 ล้านบาท

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ธุรกิจประกันชีวิตถือเป็นสถาบันการเงินภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ซึ่งได้กำหนดให้บริษัทประกันชีวิตต้องดำรงเงินกองทุนตามระดับความเสี่ยง (Risk Based Capital: RBC) โดยให้มีอัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน (Capital Adequacy Ratio: CAR) ไม่น้อยกว่า 140% ทำให้ระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งบริษัทตระหนักและให้ความสำคัญต่อการมีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ โดยยึดหลักการบริหารความเสี่ยงแบบองค์รวม (Enterprise Risk Management: ERM) เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของปัจจัยเสี่ยงที่มีต่อการดำเนินธุรกิจและความมั่นคงทางการเงินของบริษัท ทั้งนี้ ความเสี่ยงที่มียุทธศาสตร์ของ บริษัท มีดังนี้

1. ความเสี่ยงจากแนวโน้มการลดลงของอัตราดอกเบี้ย ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอก แต่ก็ส่งผลกระทบต่อ บริษัทในหลายด้าน ดังนี้

ผลกระทบต่ออัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน (CAR) ที่มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกับทิศทางแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ย เนื่องจากกฎเกณฑ์ภาครัฐกำหนดให้บริษัทประเมินมูลค่าสินทรัพย์และหนี้สินที่อ่อนไหวต่ออัตราดอกเบี้ย โดยใช้อัตราคิดลดเป็นอัตราดอกเบี้ยของพันธบัตรรัฐบาลไทยที่ไม่มีดอกเบี้ย (zero coupon yield) ซึ่งมีแนวโน้มที่ลดลงจะทำให้มูลค่าสินทรัพย์เพิ่มขึ้น แต่น้อยกว่ามูลค่าหนี้สินที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เงินกองทุนของบริษัทลดลง เพื่อเป็นการลดผลกระทบดังกล่าว บริษัทได้บริหารจัดการให้อายุเฉลี่ยของสินทรัพย์และหนี้สินใกล้เคียงกันมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันมีส่วนต่างของอายุเฉลี่ย (Duration Gap) ประมาณ 1 ปี เท่านั้น

ผลกระทบต่อความผันผวนของงบการเงิน ที่มีแนวโน้มผันผวนเช่นเดียวกับทิศทางของอัตราดอกเบี้ย เนื่องจากกฎเกณฑ์ภาครัฐในปัจจุบันกำหนดให้บริษัทต้องดำเนินการทดสอบความเพียงพอของหนี้สิน (Liability Adequacy Test: LAT) โดยเปรียบเทียบมูลค่าหนี้สินในงบการเงินกับมูลค่าหนี้สินที่คำนวณด้วยอัตราคิดลดเช่นเดียวกับกฎเกณฑ์ RBC ทำให้เมื่ออัตราดอกเบี้ยลดลง บริษัทจำเป็นต้องตั้งเงินสำรองส่วนเพิ่ม (Contingency Reserve) กำไรในงบการเงินก็จะลดลงเป็นการชั่วคราว และถ้าอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น บริษัทก็สามารถคืนเงินสำรองส่วนเพิ่มที่เคยตั้งไว้ กำไรในงบการเงินก็จะเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติ จึงเกิดเป็นความผันผวนของงบการเงิน เพื่อเป็นการลดผลกระทบดังกล่าว บริษัทได้กำหนดเป็นนโยบายทางบัญชีให้มีการตั้งเงินสำรองส่วนเพิ่มถาวร (Margin) ไว้อีก 4% ของมูลค่าหนี้สินในงบการเงิน ซึ่งจะช่วยลดความผันผวนของงบการเงินได้ส่วนหนึ่ง ทั้งนี้ ภาควิชาการได้ทำการศึกษากฎเกณฑ์การทดสอบ LAT ในปัจจุบันและเตรียมที่จะนำเสนอ คปภ. พิจารณาปรับปรุงกฎเกณฑ์ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งเชื่อว่ากฎเกณฑ์ใหม่จะช่วยลดผลกระทบต่อความผันผวนของงบการเงินได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงิน

ผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนใหม่ ที่การลงทุนในตลาดตราสารหนี้มีแนวโน้มอัตราผลตอบแทนที่ลดลง บริษัทจึงได้วางแผนจัดสรรเงินลงทุน (Asset Allocation) ในสินทรัพย์เสี่ยงเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน แต่อยู่ภายใต้การควบคุมความเสี่ยงการลงทุนที่เหมาะสม และไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุนตามกฎหมายเกณฑ์ RBC มากจนเกินไป

2. **ความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดทุน** ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน (CAR) ที่มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกับแนวโน้มการลดลงของราคาหลักทรัพย์ของหุ้นและกองทุนหุ้น บริษัทจึงได้จำกัดสัดส่วนการลงทุนในหุ้นและกองทุนหุ้นให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และพิจารณาการลงทุนในหุ้นผ่านการวิเคราะห์หุ้นที่มีปัจจัยพื้นฐานและแนวโน้มการเติบโตที่ดีเป็นสำคัญ
3. **ความเสี่ยงจากการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะสั้น** ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญคือสามารถขายได้เบี้ยประกันภัยรับปีแรก (First Year Premium: FYP) จำนวนมาก เพราะเป็นที่ต้องการของตลาด ส่งผลดีต่อการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด แต่ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีภาระเงินสำรองที่สูง ส่งผลให้มีกำไรต่ำ บริษัทจึงต้องจัดสัดส่วนผลิตภัณฑ์ (Products Mix) ที่จะทำตลาดอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาไว้ทั้งส่วนแบ่งการตลาดและความสามารถในการทำกำไร
4. **ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง** ที่เกิดขึ้นได้ทั้งต่อบริษัทและภาพลักษณ์ของธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งในปี 2558 มีประเด็นเรื่องการขายแบบประกันภัยสูงวัยที่เนื้อหาการโฆษณาของบางบริษัทได้สร้างความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ครบถ้วนให้กับลูกค้า จนเกิดเป็นกระแสสังคมในวงกว้าง เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยง บริษัทได้เพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบกระบวนการออกสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ถูกต้องครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงการพิจารณารูปแบบการนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ประชาชนทำความเข้าใจสาระสำคัญได้ดียิ่งขึ้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงสินทรัพย์ของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสาขา (ไม่รวมสำนักงานใหญ่) จำนวน 75 สาขา โดยเป็นทรัพย์สินของบริษัท จำนวน 26 แห่ง อยู่ระหว่างก่อสร้าง 5 แห่ง มีพื้นที่แบ่งให้เช่า 1 แห่ง และสาขาที่บริษัทเช่า จำนวน 51 สาขา

บริษัทมีทรัพย์สินประเภท ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์ ดังนี้

- สำนักงานใหญ่ของบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 23/115-121 รอยัลซิดีอเวนิว ถนนพระราม 9 เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 ซึ่งบริษัททำสัญญาเช่าระยะยาวกับผู้ให้เช่า สิ้นสุด ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2563
- ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์สุทธิอื่นๆ ณ สิ้นปี 2558 มีจำนวน 546.99 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ที่ดินเปล่า อาคารชุด และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง *

| ประเภททรัพย์สิน | มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2558 (ล้านบาท) | พื้นที่ (ตร.วา) | ราคาประเมิน (ล้านบาท) | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพัน | วัตถุประสงค์ |
|--|--|-----------------|-----------------------|-------------------|------------|-----------------|
| อาคารชุด จำนวน 1 ห้องชุด (สาขาเอกมัย) ที่ตั้ง เขต.พระโขนง จ. กรุงเทพมหานคร | 14.35 | 327.08 | 77.15 | บริษัทเป็นเจ้าของ | -ไม่มี- | ที่ตั้งสำนักงาน |
| ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอาคารระหว่างก่อสร้าง | | | | | | |
| - ที่ดิน | 250.23 | 4,186.30 | 326.25 | บริษัทเป็นเจ้าของ | -ไม่มี- | ที่ตั้งสำนักงาน |
| - สิ่งปลูกสร้าง | 103.32 | - | 159.10 | | -ไม่มี- | ที่ตั้งสำนักงาน |
| รวม | 367.90 | 4,513.38 | 562.50 | | | |

หมายเหตุ: ราคาที่ดินและอาคารประเมินตามกฎการประเมินของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ปี 2557

* ส่วนที่เป็นของบริษัท

4.1.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท*

| ประเภททรัพย์สิน | มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2558 (ล้านบาท) | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพัน |
|-----------------------------|--|-------------------|------------|
| ยานพาหนะ | 11.45 | บริษัทเป็นเจ้าของ | -ไม่มี- |
| เครื่องใช้สำนักงาน | 77.08 | บริษัทเป็นเจ้าของ | -ไม่มี- |
| คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ | 24.61 | บริษัทเป็นเจ้าของ | -ไม่มี- |
| ค่าปรับปรุงทรัพย์สินที่เช่า | 65.95 | บริษัทเป็นเจ้าของ | -ไม่มี- |
| รวม | 179.09 | | |

หมายเหตุ: * ส่วนที่เป็นของบริษัท

สัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

1. สำนักงานใหญ่อาคารฝั่งตะวันตก

คู่สัญญา

ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน)

ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพิพัฒน์ จำกัด

วัตถุประสงค์

เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงาน เลขที่ 23/115-121

อาคารฝั่งตะวันตก รอยัลซิดีต็อบเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง

กรุงเทพมหานคร 10310

เนื้อที่ประมาณ

11,766.24 ตารางเมตร

ระยะเวลา

25 ปี นับตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2538 – 30 พฤศจิกายน 2563

อัตราค่าเช่า

อัตราค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า จำนวนรวม 294,156,000 บาท

โดยแบ่งจ่าย 2 งวด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จำนวน 174,000,000 บาท ชำระเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2538

2. จำนวน 120,156,000 บาท ชำระเมื่อวันที่ 24 มกราคม 2539

นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าเช่ารายเดือนในอัตรา 5 บาทต่อตารางเมตร โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 24 มกราคม 2539 โดยผู้ให้เช่ามีสิทธิปรับค่าเช่ารายเดือนขึ้นร้อยละ 10 ตั้งแต่ 1 มกราคม 2541 และสามารถปรับเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ทุกๆ 5 ปี ตั้งแต่ 1 มกราคม 2546 เป็นต้นไป โดยปัจจุบันบริษัทชำระค่าเช่ารายเดือนในอัตรา 7.32 บาท ต่อตารางเมตร

2. สำนักงานใหญ่ชั้น 6 และชั้น 7 อาคารฝั่งทิศตะวันออก

| | |
|---------------------|---|
| คู่สัญญา | ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพัฒน จำกัด |
| วัตถุประสงค์ | เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงาน เลขที่ 23/122-123 ชั้น 6 และชั้น 7 อาคารฝั่งทิศตะวันออก รอยัลซิตี้ อเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 |
| เนื้อที่ประมาณ | 3,173.00 ตารางเมตร |
| ระยะเวลา | 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2557 – 31 กรกฎาคม 2560 |
| อัตราค่าเช่า | อัตราค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า เดือนละ 500,000.00 บาท โดยเริ่มชำระในวันที่ 1 สิงหาคม 2557 เป็นต้นไป นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าบริการสำหรับอาคารส่วนกลางเดือนละ 1,038,905.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และค่าบริการสำหรับภายในโครงการเดือนละ 111,055.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยชำระพร้อมกันกับค่าเช่า |
| การบอกเลิกสัญญาเช่า | กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไขสามารถยกเลิกสัญญาเช่าได้ |
| เงื่อนไขอื่นๆ | ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย |

3. อาคารบางส่วนของอาคาร Block D สำหรับใช้เป็นห้องเก็บกรรมธรรม์

| | |
|----------------|--|
| คู่สัญญา | ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพัฒน จำกัด |
| วัตถุประสงค์ | เพื่อเช่าอาคารบางส่วนของอาคาร Block D สำหรับใช้เป็นห้องเก็บกรรมธรรม์ เลขที่ 21/106-107 รอยัลซิตี้ อเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 |
| เนื้อที่ประมาณ | 727.12 ตารางเมตร |
| ระยะเวลา | 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 - 31 ตุลาคม 2561 |

| | |
|---------------------|--|
| อัตราค่าเช่า | อัตราค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า เดือนละ 34,400.00 บาท โดยเริ่มชำระในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 เป็นต้นไป |
| | นอกจากนี้ บริษัทยังต้องชำระค่าบริการสำหรับอาคารส่วนกลางเดือนละ 51,600.00 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และค่าบริการสำหรับภายในโครงการเดือนละ 21,039.20 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยชำระพร้อมกันกับค่าเช่า |
| การบอกเลิกสัญญาเช่า | กรณีผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าผิดสัญญาเช่า คู่กรณีจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่อีกฝ่าย ถ้าหากผ่าน 30 วัน แล้วคู่กรณียังไม่แก้ไข สามารถยกเลิกสัญญาเช่าได้ |
| เงื่อนไขอื่นๆ | ผู้ให้เช่าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวเองอาคาร โดยผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย |

4. อาคารสำหรับใช้เป็นห้อง Club S

| | |
|---------------------|---|
| คู่สัญญา | ผู้เช่า : บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท นารายณ์ร่วมพัฒนา จำกัด |
| วัตถุประสงค์ | เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นห้อง Club S เลขที่ 23/129 รอยัลซิดดีโอเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 |
| เนื้อที่ประมาณ | 428 ตารางเมตร |
| ระยะเวลา | 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 - 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 สามารถยกเลิกสัญญาเช่าได้ |

เงื่อนไขอื่น ๆ

ผู้ให้เข้าเป็นผู้จัดให้มีประกันวินาศภัยในส่วนของตัวอาคาร โดยผู้ให้เข้าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

สัญญาประกันภัยที่สำคัญ

1. เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่ง ห้องกรรมกรรมของสำนักงานใหญ่ และสิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร

กรรมกรรมประกันภัยเลขที่ 715-01551-10959

คู่สัญญา บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน)

ประเภทการประกันภัย ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (Accidental Damage Property Insurance Policy)

ทรัพย์สินที่เอาประกัน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่ง ห้องกรรมกรรมของสำนักงานใหญ่ และสิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท) เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งของอาคารสาขาอื่น 75 สาขา

ระยะเวลาประกันภัย 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2558 - 31 ธันวาคม 2559

วงเงินประกันภัย 985,930,000.00 บาท

เบี้ยประกันภัย 847,330.86 บาท

ผู้รับผลประโยชน์ตามกรรมกรรม บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ยกเว้นอาคารเช่า ซึ่งผู้รับผลประโยชน์ในอาคาร คือ ผู้ให้เช่า

2. เงิน ตู้นิรภัย ห้องนิรภัย ตัวอาคาร

กรรมกรรมประกันภัยเลขที่ เงินสำนักงานใหญ่ 715-01559-68 เงินสาขา 715-01559-70

คู่สัญญา บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน)

ประเภทการประกันภัย การประกันภัยสำหรับเงิน ต่อความเสี่ยงบางชนิดเช่น ความสูญเสียของเงินภายในตู้นิรภัยหรือภายในสถานที่เอาประกันภัย ความสูญเสียของเงินขณะขนส่ง ความเสียหายต่อตู้นิรภัยหรือทรัพย์สินอื่นๆ ที่เกิดขึ้นกับเงินและทรัพย์สินอื่นๆของบริษัท

ทรัพย์สินที่เอาประกัน เงิน ตู้นิรภัย ห้องนิรภัย ตัวอาคาร และทรัพย์สินอื่นๆ ของสำนักงานใหญ่ และสาขา อื่น 75 สาขา

ระยะเวลาประกันภัย 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2558 - 31 ธันวาคม 2559

วงเงินประกันภัย 36,750,000.00 บาท

เบี้ยประกันภัย 197,398.95 บาท

ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมาย กรมธรรม์ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

3. ป้ายโฆษณา

กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่ (ออกเล่มกรมธรรม์ แต่อยู่ระหว่างพิจารณาการทำประกัน)

คู่สัญญา บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ประเภทการประกันภัย ประกันภัยป้ายโฆษณา รวม 28 สาขา

ทรัพย์สินที่เอาประกัน ป้ายโฆษณา โครงเหล็กขนาดกว้าง 11.90 เมตร x สูง 11.30 เมตร
หนา 1.60 เมตร

ระยะเวลาประกันภัย 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559

วงเงินประกันภัย 17,129,000.00 บาท

เบี้ยประกันภัย 1,376,763.73 บาท

ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมาย กรมธรรม์ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

4. ประกันภัยสิทธิการเช่า

กรมธรรม์ประกันภัยเลขที่ 715-01114-29

คู่สัญญา บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ประเภทการประกันภัย ประกันภัยสิทธิการเช่า

ทรัพย์สินที่เอาประกัน -

ระยะเวลาประกันภัย 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2558 - 31 ธันวาคม 2559

วงเงินประกันภัย 69,609,200.00 บาท

เบี้ยประกันภัย 45,989.67 บาท

ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมาย กรมธรรม์ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

5. ประกันภัยรถยนต์

| | |
|--|---|
| ประเภทการประกันภัย | ประกันภัยรถยนต์ |
| คู่สัญญา | บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) |
| ทรัพย์สินที่เอาประกัน | รถยนต์จำนวน 14 คัน |
| ระยะเวลาประกันภัย | 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 17 สิงหาคม 2558 - 17 สิงหาคม 2559 |
| วงเงินประกันภัย | 13,510,000.00 บาท |
| เบี้ยประกันภัยรวม พ.ร.บ. | 480,050.42 บาท |
| ผู้รับผลประโยชน์ตามกฎหมายบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) | |

สัญญาเช่าและการบริการอาคารบริษัทย่อย

| | |
|----------------|--|
| คู่สัญญา | ผู้เช่า : บริษัท บีแอลเอ อินชัวร์นซ์ โบรกเกอร์ จำกัด ผู้ให้เช่า : บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) |
| วัตถุประสงค์ | เพื่อเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงาน เลขที่ 23/115-121 อาคารฝั่งตะวันตก รอยัลซิตี้อเวนิว ถนนพระรามเก้า เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 |
| เนื้อที่ประมาณ | 64.5 ตารางเมตร |
| ระยะเวลา/อัตรา | 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2556 – 31 พฤษภาคม 2557 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 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 และจะพิจารณาส่งเงินของผลผลิตจากเป้าหมายที่ตั้งไว้เป็นรายปีประกอบด้วย |

4.2 การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์ันส์ โบรกเกอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย มูลค่ารวม 23,760,000 บาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยคิดเป็นร้อยละ 0.01 ของสินทรัพย์รวม (โปรดศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมหัวข้อ 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท หน้า 7)

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีข้อพิพาททางกฎหมายที่บริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุดและเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท ดังนี้

1. บริษัทเป็นจำเลยในคดีเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทน เนื่องจากบริษัทได้ทำการปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมทดแทนกับผู้เอาประกันภัย สำหรับกรณีที่ผู้เอาประกันภัยได้ทำผิดข้อตกลงที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ทั้งสิ้นจำนวน 12 คดี โดยมีการเรียกร้อยค่าเสียหาย จำนวน 47.17 ล้านบาท คดีที่มีการเรียกร้อยค่าเสียหายสูงสุดมีการเรียกร้อยค่าเสียหายเป็นเงินจำนวน 12.00 ล้านบาท โดยปัจจุบันบริษัทได้แต่งตั้งทนายความเข้าสู่คดีดังกล่าว เพื่อไม่ต้องรับผิดตามข้อกล่าวหาดังกล่าว
2. บริษัทเป็นจำเลยในคดีที่มีผู้แอบอ้างเป็นตัวแทนของบริษัทไปเก็บเบี้ยประกันชีวิตจากผู้เอาประกันภัยของบริษัทจำนวน 7 แสนบาท โดยปัจจุบันบริษัทได้แต่งตั้งทนายความเข้าสู่คดีดังกล่าว เพื่อไม่ต้องรับผิดตามข้อกล่าวหาดังกล่าว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value)

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2557 โดยมีบริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิภาค สอนบับญชี จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาในการประเมินมูลค่าดังกล่าว มีรายละเอียดเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ดังนี้

| | 31 ธันวาคม | | | |
|--------------------------------------|------------|------------|---------|------------|
| | 2557 | | 2556 | |
| | ล้านบาท | บาทต่อหุ้น | ล้านบาท | บาทต่อหุ้น |
| Embedded Value (EV) | 47,785 | 28.14 | 32,641 | 26.94 |
| Value of One Year New Business (VNB) | 1,143 | 0.67 | 1,862 | 1.54 |
| <u>สมมุติฐานที่สำคัญ :</u> | | | | |
| อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน | 4.75% | | 5.00% | |
| อัตราดอกเบี้ยคิดลด (Discount Rate) | 10.00% | | 10.00% | |

สำหรับการประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2558 จะแล้วเสร็จ และสามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ประมาณเดือนเมษายน 2559