

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)

“ให้ประชาชนเห็นประโยชน์การประกันชีวิต และทำประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและคุณค่าชีวิต”

ภารกิจ (Mission)

“บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยการปกป้องคุณค่าชีวิต การให้คำแนะนำด้านการวางแผนทางการเงินและบริการที่ประทับใจ ผ่านตัวแทนประกันชีวิต คู่ค้า และพนักงานที่มีความจริงใจ และมีความรู้ระดับแนวหน้าของประเทศ”

ค่านิยมองค์กร (Value)

<u>ศรัทธา</u>	ส่งเสริมการประกันชีวิตด้วยความยินดี มุ่งมั่นสร้างเสริมให้ประชาชนเห็นประโยชน์และคุณค่าการทำประกันชีวิต
<u>รับผิดชอบ</u>	มุ่งมั่นให้งานสำเร็จและเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ที่ได้รับมอบหมายภายในเวลาที่กำหนด ประพฤติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพและเคารพในสิทธิของผู้อื่น
<u>จริงใจ</u>	สร้างความไว้วางใจให้ลูกค้าและผู้มาติดต่อด้วยการบริการที่ประทับใจเกินความคาดหมาย มีการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่เปิดเผยตรงไปตรงมา
<u>พัฒนาตน</u>	มุ่งมั่นด้วยเป้าหมายที่ชัดเจน มีความคิดริเริ่ม แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ พัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จนก้าวขึ้นสู่ความสำเร็จในอาชีพ
<u>ทำงานเป็นทีม</u>	ทำงานเชิงรุกอย่างมีเป้าหมาย มีการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งมั่นสู่จุดหมายที่วางไว้ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ เป็นกำลังใจและเป็นมิตรต่อเพื่อนร่วมงาน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

รางวัลแห่งความภูมิใจ

บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลบริษัทประกันภัยที่มีการบริหารงานดีเด่น อันดับ 1 ประจำปี 2558 โดยขยับขึ้นจากอันดับ 3 ในปีก่อน จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ซึ่งรางวัลนี้มอบเพื่อประกาศเกียรติคุณผู้ประกอบการธุรกิจประกันภัยและผู้ประกอบวิชาชีพในธุรกิจประกันภัย เพื่อส่งเสริมบทบาทของอุตสาหกรรมประกันภัยให้เป็นที่เชื่อถือศรัทธา เป็นที่ยอมรับของประชาชน รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพอันมั่นคงของกรุงเทพมหานครประกันชีวิต ทั้งด้านบริหารงาน และบุคลากร ในฐานะผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม รางวัลนี้เป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของกรุงเทพมหานครประกันชีวิตที่ทำให้บุคลากรทุกคนพร้อมจะทุ่มเทแรงกายแรงใจ

พัฒนาคุณภาพการบริหารงาน ด้านต่าง ๆ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อความมั่นคงและมั่งคั่งของประชาชนอย่างแท้จริง

บริษัทได้รับรางวัล “Thailand's Top Corporate Brands Value” เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุด ในแต่ละหมวดธุรกิจของอุตสาหกรรมในประเทศไทย โดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งรางวัลนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักในคุณค่าของแบรนด์องค์กร (Corporate Brand) อันเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนในอนาคต โดยกรุงเทพประกันชีวิตเป็นบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตที่มีมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุดถึง 66,966 ล้านบาท

บริษัทได้รับการจัดอันดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance rating, CG rating) ปี 2559 ในระดับ “4 ดาว” เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัทได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 หรือการรับรองมาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information security management systems (ISMS)) จากบริษัท บูโร เวอร์ิตัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่มุ่งเน้นด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศขององค์กร เน้นการจัดการข้อมูลที่สำคัญและใช้เป็นมาตรฐานอ้างอิง เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศขององค์กรอย่างแพร่หลาย เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2559 บริษัทยังได้รับการขยายขอบข่ายการรับรองครอบคลุมในส่วน of สำนักงานสาขาทั่วประเทศอีกด้วย

บริษัทได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO 22301:2012 หรือการรับรองระบบมาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management Systems (BCMS)) จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. ซึ่ง ISO 22301:2012 ถือเป็นมาตรฐานสากลที่ช่วยในการบริหารจัดการในสภาวะวิกฤต เพื่อป้องกันความไม่แน่นอน และความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทำให้บริษัทมีระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้แข็งแกร่ง

1. ด้านการสื่อสาร สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในแบรนด์

ในปี 2559 บริษัทยังคงยึดหลักภารกิจในการเสริมสร้างจุดยืนของบริษัทที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เพื่อสร้างการเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชน ดังนี้

- การสื่อสารให้ประชาชนทราบถึงวิสัยทัศน์และภารกิจของกรุงเทพประกันชีวิต ด้วยแนวคิด “การสร้างความมั่นคงทางการเงิน ด้วยการวางแผนการเงินอย่างรอบด้าน สร้างหลักประกันควบคู่กับการสร้างฐานะ” อย่างต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้
 - การให้ความรู้เกี่ยวกับแผนคุ้มครองสุขภาพ ผ่านแนวคิด BLA Health Plan “เพราะความสุข เริ่มต้นจากสุขภาพดี” เปิดตัวแผนประกันคุ้มครองสุขภาพแนวคิดใหม่และครอบคลุมทุกความเสี่ยง
 - ให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน ผ่านการเปิดตัวโครงการ smart 3B โดยร่วมกับพันธมิตร 3B คือ บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) และ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด(มหาชน) ด้วยจุดเด่นความพร้อมของทีมที่ปรึกษาการเงินมืออาชีพ ระดับ CFP ที่พร้อมให้คำปรึกษาด้านวางแผนการเงินรอบด้านและผลิตภัณฑ์หลากหลายตอบครบทุกความต้องการ
 - ให้บริการ “วางแผนการเงินรอบด้าน” ต่อประชาชนฟรีภายใต้แนวคิด “บ้านแห่งความสุข” ในงานมหกรรมการเงิน “มันนี่ เอ็กซ์โป”
 - การให้ความรู้ด้านการเงินต่าง ๆ ผ่าน Social Network และ Mass Media : Corporate Facebook Fan Page “Bangkoklife” เพื่อให้ประชาชนในโลกออนไลน์สามารถรับรู้แนวคิดของบริษัทมากยิ่งขึ้น รวมถึงการให้ความรู้ประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินผ่านทางสถานีโทรทัศน์วิทยุ เป็นต้น
- จัดกิจกรรมเพื่อสร้างสุขและเป็นการตอบแทนสิ่งดี ๆ ให้กับสังคมและชุมชน ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างความเชื่อถือไว้วางใจต่อบริษัท ตัวแทนของบริษัท และยังสามารถสร้างตัวแทนใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม การสร้างจิตสำนึกรักสิ่งแวดล้อม การสร้างเสริมสุขภาพ และการสร้างความสุข ผ่านโครงการที่สำคัญ ได้แก่ งานเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพการกุศล กรุงเทพประกันชีวิต ฮาล์ฟ มาราธอน 2016 ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี งานวิ่งที่ยิ่งใหญ่รวมพลคนรักสุขภาพกว่า 5,000 คน โครงการแจกแว่นตาสำหรับผู้สูงอายุ โครงการการมอบน้ำดื่ม โครงการจัดทำสวนสุขภาพ และการสนับสนุนนักกรีฑา สมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย เป็นต้น
- จัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านการส่งมอบกิจกรรมพิเศษที่หลากหลายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กิจกรรมการตรวจสุขภาพประจำปี กิจกรรมเรียนทำอาหาร กิจกรรมเรียนรู้เรื่องการเกษตร เป็นต้น โดยบริษัททำการสื่อสารกิจกรรมผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง อาทิเช่น สิ่งพิมพ์วารสาร Happy life ที่จัดส่งลูกค้า ทุกไตรมาส หรือลูกค้าสามารถรับรู้ข่าวสารกิจกรรมผ่านแอปพลิเคชัน BLA Happy Life Club เป็นต้น

2. ด้านระบบการดำเนินงานและการจัดการ

มาตรฐานงานบริการ (ISO 9001:2008)

บริษัทมุ่งมั่นต่อการสร้างสรรคงานบริการภายใต้ระบบการบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริการได้คุณภาพมาตรฐานถูกต้องสมบูรณ์และสะดวกรวดเร็วทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยยังคงรักษามาตรฐานงานบริการ ISO 9001:2008 จาก International Certification Ltd., Auckland New Zealand (ICL) ด้านการดำเนินงานกรมธรรม์สามัญ สายประกันชีวิต ฝ่ายประกันกลุ่มและสำนักงานสาขาทั้งหมดจำนวน 72 สาขา

มาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO/IEC 27001:2013)

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยเป็นบริษัทประกันชีวิตแห่งแรกที่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 หรือ การรับรองมาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information security management systems (ISMS)) จากบริษัท บูโรเวอร์ริทัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่มุ่งเน้นด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศขององค์กร เน้นการจัดการข้อมูลที่สำคัญ และใช้เป็นมาตรฐานอ้างอิงเพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศขององค์กรอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทได้มีการขยายขอบข่ายการรับรองครอบคลุมเพิ่มเติมในส่วน of สำนักงานสาขาทั่วประเทศอีกด้วย

มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (ISO 22301:2012)

บริษัทได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO 22301:2012 หรือการรับรองระบบมาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management Systems (BCMS)) จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Ltd. ซึ่ง ISO 22301:2012 ถือเป็นมาตรฐานสากลที่ช่วยในการบริหารจัดการในสภาวะวิกฤต เพื่อป้องกันความไม่แน่นอน และความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทำให้บริษัทมีระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านช่องทางการขายตรง

บริษัทยังคงพัฒนาช่องทางการขายเดิมอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงได้พัฒนาช่องทางการขายใหม่ผ่านทางออนไลน์ และได้เปิดวางจำหน่ายแบบประกันชีวิตคุ้มครองสินเชื่อเพื่อประชาชนตามนโยบายของภาครัฐที่ต้องการสร้างทางเลือกให้ประชาชนในการมีประกันชีวิตเพื่อสินเชื่อที่อยู่อาศัยเมื่อเดือนมิถุนายน จากนั้นในช่วงปลายปีบริษัทได้ทำการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจขายผ่านทางช่องทางออนไลน์โดยเฉพาะ โดยในอนาคตบริษัทคาดว่าจะนำเสนอแบบประกันชีวิตอื่น ๆ ขาย

ผ่านทางช่องทางออนไลน์เพิ่มเติม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

4. ด้านการบริการ

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

นอกจากนี้ ในปี 2559 บริษัทได้มุ่งเน้นการพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ อาทิเช่น ระบบบริการลูกค้า (Smart customer) และระบบบริการตัวแทน (Smart agent) ซึ่งเป็นการบริการออนไลน์ ใช้ในการตรวจสอบข้อมูลกรมธรรม์ ผลประโยชน์ของกรมธรรม์ ยื่นคำร้องการเรียกร้องและติดตามผลการเรียกร้องสินไหม การพิมพ์ใบเตือนและหนังสือรับรองการชำระเบี้ย เป็นต้น รวมไปถึงการชำระเงินผ่านบริการ Online Payment ทั้งนี้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้าและตัวแทนที่นิยมใช้บริการผ่านระบบ Online ให้สามารถรับบริการได้ทุกที่ทุกเวลาพร้อมกับมาตรฐานการจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่บริษัทได้รับ จึงทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลในการมาเข้ารับบริการ

5. ด้านการพัฒนาคุณภาพตัวแทนประกันชีวิตและการสร้างทีมที่ปรึกษาทางการเงิน

บริษัทมีตัวแทนประกันชีวิตที่ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ (TNQA) ประจำปี 2559 ทั้งสิ้น 460 คน จากทั้งธุรกิจ 3,498 คน เป็นอันดับที่ 4 ของธุรกิจ และในปี 2559 มีที่ปรึกษาทางการเงินที่ผ่านการอบรมจากสถาบันชั้นนำและได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) จำนวน 1,105 คน ซึ่งการมุ่งมั่นพัฒนาดังกล่าวเพื่อสนับสนุนภารกิจของบริษัทในการที่จะเป็นผู้นำทางการเงินในการสร้างความมั่นคงให้ประชาชนทุกกลุ่ม โดยปัจจุบันบริษัทมีที่ปรึกษาทางการเงินจำนวนกว่าพันคนเพื่อให้คำแนะนำด้านการวางแผนการเงินอย่างครบวงจร

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ดำเนินการลงทุนประกอบธุรกิจเพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและขยายการเสนอขายสินค้าและบริการด้านการประกันภัยให้มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของลูกค้า อีกทั้ง เพื่อเป็นการขยายการประกอบธุรกิจและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทให้กว้างขวางและครอบคลุมการบริการด้านการประกันภัย ดังนี้

1.3.1 บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์ันส์ โบรเกอร์ จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2555 ซึ่งเป็นบริษัทนายหน้าประกันวินาศภัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และขยายความสามารถในการเสนอขายสินค้าและบริการให้มีความหลากหลาย ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และถือเป็นการสนับสนุนให้ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่ครบวงจรมากขึ้น บริษัท บีแอลเอ อินชัวร์ันส์ โบรเกอร์ จำกัด

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์ันส์ โบรเกอร์ จำกัด

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

1.3.2 บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมลงทุนในบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต (กัมพูชา) จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทประกันชีวิตที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งและประกอบธุรกิจในประเทศ กัมพูชา จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559 มีทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 28,000,000,000 เรียล (7,000,000 ดอลลาร์สหรัฐ) (คำนวณที่อัตราแลกเปลี่ยน 4,000 เรียล/ดอลลาร์สหรัฐ) แบ่งออกเป็น 280,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100,000 เรียล (หนึ่งแสนเรียล) ทั้งนี้ ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2559 และได้เริ่มประกอบธุรกิจในประเทศกัมพูชาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต (กัมพูชา) จำกัด (มหาชน)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	145,600	52.00
2	Pt Asuransi Central Asia of Indonesia	70,000	25.00
3	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)	42,000	15.00
4	Asia Insurance Company Limited	22,400	8.00

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โปรดศึกษารายการระหว่างกันหน้า 103 - 114

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 60 แบบ แบ่งตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังต่อไปนี้

2.1.1.1 ประกันชีวิตสามัญ (Ordinary Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิตรายบุคคลที่จำนวนเงินเอาประกันภัยขึ้นอยู่กับความสามารถในการชำระเบี้ยของแต่ละบุคคล ความคุ้มครองและระยะเวลาในการชำระเบี้ยประกันภัยขึ้นอยู่กับแบบของการประกันชีวิตแต่ละแบบ เช่น 5 ปี 10 ปี 15 ปี หรือจนผู้ทำประกันภัยมีอายุครบตามเงื่อนไขที่สัญญากำหนดไว้ โดยอาจมีงวดการชำระเบี้ยประกันภัยเป็นรายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน หรือรายเดือน การทำประกันชีวิตประเภทนี้ ผู้เอาประกันภัยจะได้รับผลประโยชน์หลักคือ ความคุ้มครองชีวิตและการออมทรัพย์ โดยประกันชีวิตสามัญแบบต่าง ๆ 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 ประเภทหลัก ๆ คือ

สัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุ (Personal Accident; PA) และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพ ซึ่งสัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตและการสูญเสียอวัยวะเนื่องจากอุบัติเหตุ และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพให้ความคุ้มครองเกี่ยวกับการชดเชยค่ารักษาพยาบาลที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเกิดจากการเจ็บป่วยหรือจากอุบัติเหตุ

2.1.1.2 การประกันชีวิตกลุ่ม (Group Life Insurance)

ประกันชีวิตกลุ่มเป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งจะมีผู้เอาประกันภัยร่วมกันตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ส่วนมากจะเป็นกลุ่มของพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นสวัสดิการที่บริษัทห้างร้าน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล และเอกชนจัดให้กับลูกจ้างหรือสมาชิก โดยมีหลักการพิจารณาความเสี่ยงของบุคคลในกลุ่มทั้งหมดด้วยอัตราเฉลี่ย ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ หน้าที่การงาน หรือจำนวนเงินเอาประกันภัย โดยจะคำนวณออกมาเป็นอัตราเบี้ยประกันภัยเพียงอัตราเดียว และจะใช้กับบุคคลทุกคนในกลุ่มนั้น และเนื่องจากประกันชีวิตกลุ่มมีค่าใช้จ่ายในการรับประกันภัยหลาย ๆ อย่างต่ำ จึงเป็นผลดีและมีส่วนทำให้เบี้ยประกันภัยรวมโดยส่วนใหญ่ต่ำกว่าการประกันชีวิตรายบุคคล โดยปกติกรมธรรม์ประกันชีวิตกลุ่มจะเป็นสัญญาปีต่อปี

2.1.1.3 แบบคุ้มครองสินเชื่อ

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่คุ้มครองการเสียชีวิต หรือ คุ้มครองการเสียชีวิตและทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงภายในระยะเวลาเอาประกันภัย ด้วยจำนวนเงินเอาประกันภัยที่ลดลงเป็นรายงวด

สัดส่วนผลผลิตแยกตามปีที่ชำระเบี้ยประกันภัยและผลิตภัณฑ์

สัดส่วนผลผลิตรายใหม่ หรือเบี้ยประกันภัยรับปีแรก ของบริษัท ประจำปี 2557 - 2559 แบ่งตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังต่อไปนี้

ประเภทการประกันชีวิต	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สามัญ - ชำระเบี้ยครั้งเดียว	12,044.67	63.17	2,637.96	19.36	2,779.28	24.93
สามัญ	4,716.77	24.74	8,730.62	64.07	6,084.63	54.57
ตลอดชีพและบำนาญ	679.95	3.57	642.99	4.72	738.77	6.63
ชั่วระยะเวลา	34.36	0.18	36.82	0.27	42.61	0.38
สะสมทรัพย์	3,793.68	19.9	7,840.14	57.53	5,059.83	45.38
สัญญาเพิ่มเติม	208.78	1.09	210.67	1.55	243.42	2.18
ประกันกลุ่ม	309.98	1.63	352.49	2.59	451.38	4.05
คุ้มครองสินเชื่อ	1,997.10	10.47	1,906.13	13.99	1,834.21	16.45
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	19,068.52	100	13,627.20	100	11,149.50	100

หมายเหตุ: เบี้ยประกันภัยรับปีแรก หักเบี้ยประกันภัยส่งคืนให้กับผู้เอาประกันที่ยกเลิกกรมธรรม์

- ปี 2557 เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของบริษัททุกประเภท มีจำนวนทั้งสิ้น 19,068.52 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 81.01 ปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 13,627.20 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 28.54 และปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 11,149.50 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.18 โดยผลผลิตในแต่ละประเภทการประกันชีวิต เป็นดังนี้

ผลผลิตประเภทสามัญ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ปี 2557 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 4,716.77 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 24.74 ของผลผลิตทุกประเภท และมีอัตราการเติบโตลดลง ร้อยละ 27.81 สำหรับปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 8,730.62 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 64.07 ของผลผลิตทุกประเภทเพิ่มขึ้นร้อยละ 85.10 และปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 6,084.63 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 54.57 ของผลผลิตทุกประเภท ลดลงร้อยละ 30.31

เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของแบบประกันชีวิตตลอดชีพและบำนาญในปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 679.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 17.34 สำหรับปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 642.99 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 5.44 และปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 738.77 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 14.90

ระหว่างผลผลิตของแบบประกันชีวิตต่าง ๆ ในการประกันชีวิตประเภทสามัญ แบบสะสมทรัพย์มีสัดส่วนสูงที่สุด โดยในปี 2557 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 3,793.68 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.90 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 33.29 สำหรับปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 7,840.14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 57.53 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 106.66 และปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 5,059.83 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45.38 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 35.46 โดยที่การประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลามีอัตราการเติบโตสูงสุดในปี 2559

สำหรับสัญญาเพิ่มเติม ปี 2557 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 208.78 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 7.48 ปี 2558 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 210.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 0.91 และปี 2559 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 243.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 15.55

ประกันชีวิตกลุ่ม ปี 2557 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 1.63 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 309.98 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 9.64 สำหรับปี 2558 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้น ร้อยละ 2.59 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 352.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 13.71 และ ปี 2559 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 4.05 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 451.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 28.05

แบบคุ้มครองเงินเชื่อ ปี 2557 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 10.47 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,997.10 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.77 สำหรับปี 2558 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 13.99 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,906.13 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 4.56 และปี 2559 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 16.45 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,834.21 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.77

- สัดส่วนเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป และเบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัท ประจำปี 2557 - ปี 2559 แบ่งตามประเภทการประกันชีวิต ได้ดังนี้

เบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวม

ประเภท การประกันชีวิต	ปี 2557				ปี 2558			
	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	-	-	12,044.67	23.25	-	-	2,637.96	5.88
สามัญ	31,871.09	97.34	36,587.86	70.62	30,342.50	97.21	39,073.12	87.14
ตลอดชีพและบำนาญ	2,594.25	7.92	3,274.20	6.32	2,969.66	9.51	3,612.65	8.06
ชั่วระยะเวลา	36.19	0.11	70.55	0.14	45.90	0.15	82.72	0.18
สะสมทรัพย์	27,469.65	83.90	31,263.33	60.34	25,528.22	81.79	33,368.36	74.42
สัญญาเพิ่มเติม	1,771.00	5.41	1,979.78	3.82	1,798.72	5.76	2,009.39	4.48
ประกันกลุ่ม	870.28	2.66	1,180.26	2.28	868.66	2.78	1,221.15	2.72
คุ้มครองสินเชื่อ	0.24	0.00	1,997.34	3.86	1.86	0.01	1,907.99	4.26
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	32,741.61	100.00	51,810.13	100.00	31,213.02	100.00	44,840.22	100.00

ประเภท การประกันชีวิต	ปี 2559			
	เบี้ยประกันภัย รับปีต่อไป		เบี้ยประกันภัย รวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ	-	-	2,779.28	6.41
สามัญ	31,286.62	97.21	37,371.25	86.24
ตลอดชีพและบำนาญ	3,401.09	10.57	4,139.86	9.55
ชั่วระยะเวลา	55.71	0.17	98.32	0.23
สะสมทรัพย์	26,001.94	80.79	31,061.77	71.68
สัญญาเพิ่มเติม	1,827.88	5.68	2,071.30	4.78
ประกันกลุ่ม	895.77	2.78	1,347.15	3.11
คุ้มครองสินเชื่อ	1.03	0.00	1,835.24	4.24
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	32,183.42	100.00	43,332.92	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวม หักเบี้ยประกันภัยสงคืนให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยกเลิกกรมธรรม์

สำหรับเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทในปี 2557 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,741.61 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.70 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 51,810.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.58 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate) สูงถึงร้อยละ 93 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 87

สำหรับในปี 2558 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 31,213.02 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 4.67 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 44,840.22 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13.45 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ร้อยละ 83 ซึ่งเป็นอัตราที่เท่ากับอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์¹ โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 83

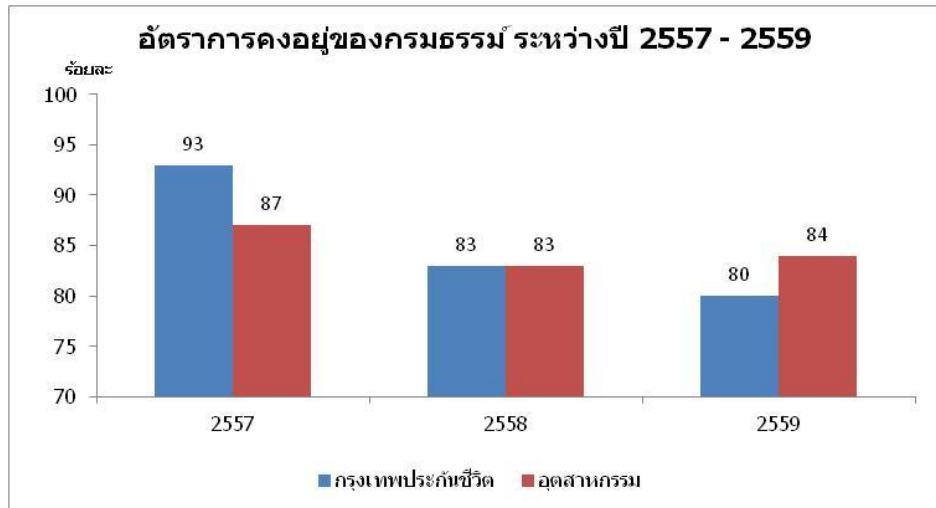
สำหรับในปี 2559 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,183.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.11 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 43,332.92 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.36 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ ร้อยละ 80 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 84 โดยสามารถพิจารณาแยกตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังนี้

ผลผลิตประเภทสามัญ ในปี 2557 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 31,871.09 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 14.90 สำหรับในปี 2558 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 30,342.50 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 4.80 ในปี 2559 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 31,286.62 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 3.11 สำหรับเบี้ยประกันภัยรับรวมในปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 36,587.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.76 ในปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 39,073.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.79 และในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 37,371.25 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.36

ประกันชีวิตกลุ่ม ในปี 2557 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 870.28 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.98 และมีเบี้ยรับรวม 1,180.26 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 8.41 สำหรับในปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 868.66 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อน ร้อยละ 0.19 และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,221.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.46 และสำหรับในปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 895.77 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 3.12 และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,347.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 10.32

แบบคุ้มครองเงินเชื่อ ในปี 2557 มีเบี้ยรับรวม 1,997.34 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 8.77 สำหรับในปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,907.99 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 4.47 และสำหรับในปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,835.24 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 3.81

¹ อัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate) คำนวณจากเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปของปีปัจจุบันหารด้วยเบี้ยรับรวมของปีก่อนหน้าหักด้วยเบี้ยประกันภัยรับครั้งเดียวของปีก่อนหน้า



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทยังคงนโยบายการเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชน ตามแนวความคิดการให้บริการวางแผนการเงินรอบด้านอย่างต่อเนื่อง ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของบริษัทและพันธมิตร ดังนี้

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

• ด้านผลิตภัณฑ์

นอกจากผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างฐานะ ที่ได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรแล้ว ในปีนี้ บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิต ผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะยาว ผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรง เพื่อการสร้างหลักประกันต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ตามความต้องการประกันสุขภาพและโรคร้ายแรงที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค พร้อมกับผลิตภัณฑ์เพื่อเตรียมเกษียณสำหรับรองรับสังคมผู้สูงวัยในอนาคต

• ด้านการพัฒนาคุณภาพตัวแทน

ส่งเสริมให้มีการเพิ่มปริมาณและคุณภาพของที่ปรึกษาการเงิน ตัวแทนประกันชีวิต และทีมงานคู่ค้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ ดังนี้

1. การพัฒนาและเพิ่มจำนวนที่ปรึกษาการเงิน

1.1 พัฒนาผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ด้วยหลักสูตรผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Securities Investment Consultant) เพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ให้กับตัวแทนประกันชีวิต โดยปัจจุบันบริษัทมีผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ที่ผ่านการอบรมและได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จำนวน 1,144 คน

1.2 พัฒนานักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ เพื่อสามารถให้บริการวางแผนและให้คำปรึกษาทางการเงินในทุกด้าน ทำให้ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายการเงินตามความต้องการ โดยในปัจจุบันบริษัทมีนักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ ที่ได้รับคุณวุฒิวิชาชีพจากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย จำนวน 106 คน

2. การพัฒนาตัวแทนประกันชีวิต เน้นการพัฒนาตัวแทนเพื่อให้มีความยั่งยืนในวิชาชีพ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยได้รับรางวัลที่สำคัญ ดังนี้

2.1 ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ หรือ TNQA (Thailand National Quality Awards) ตามหลักเกณฑ์ของสมาคมประกันชีวิตไทย จำนวน 479 คน

2.2 ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นนานาชาติ หรือ IQA (International Quality Awards) ตามหลักเกณฑ์ของ Limra International จำนวน 474 คน

2.3 ได้รับรางวัลสโมสรล้านเหรียญโต๊ะกลม หรือ MDRT (Million Dollar Round Table) จำนวน 99 คน และตัวแทนที่มีศักยภาพผลิตผลงานได้ระดับ COT (Court of table) และ TOT (Top of the table) อีกจำนวน 17 คน ตามหลักเกณฑ์ของสโมสร MDRT รวมทั้งสิ้น 116 คน

2.4 ได้รับรางวัลตัวแทนประกันชีวิตคุณภาพดีเด่นตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย จำนวน 2 คน

3. การพัฒนาทีมงานของคู่ค้าเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน ตามกฎเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย และกฎหมายอื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนได้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อผลิตภัณฑ์

- **ด้านความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ**

บริษัทได้มีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างจุดยืนในการเป็นผู้นำด้านการวางแผนทางการเงิน ร่วมกับพันธมิตรหลักอย่างต่อเนื่อง โดยได้ริเริ่มจัดตั้งทีมขายกลุ่มใหม่ ภายใต้ชื่อ “Professional Financial Adviser” ขึ้น เพื่อเสริมความแข็งแกร่งด้านการวางแผนทางการเงินของบริษัทเพิ่มเติมด้วย

สำหรับความร่วมมือกับธนาคารพันธมิตร ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองและเป็นมรดกให้กับลูกหลานนำเสนอผ่านสาขานาครทั่วประเทศ โดยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ริเริ่มรับบริหารจัดการค่ารักษาพยาบาลให้กับองค์กรต่าง ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียม และริเริ่มขยายตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อคุ้มครองโรคร้ายแรงกลุ่มผ่านบริษัทในเครือ เพื่อศึกษาวิธีการ แนวทางในการขยายตลาดประกันกลุ่ม ด้วยบริการและผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในปัดต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายพันธมิตรเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการร่วมมือกับบริษัทรับประกันภัยต่อทั้งในและต่างประเทศที่มีประสบการณ์สูง เพื่อการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมาด้วย

- **ด้านช่องทางการขายใหม่**

บริษัทมีการพัฒนาช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางใหม่เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้และมีพฤติกรรมซื้อสินค้าหรือทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นฐานตลาดที่สำคัญของบริษัทได้ในอนาคต ทั้งนี้การซื้อกรรมธรรม์ผ่านช่องทางออนไลน์สามารถกรอกใบสมัคร ชำระเงินผ่าน จนถึงการอนุมัติแบบประกันผ่านระบบออนไลน์ได้ทันที

- **ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า**

บริษัทได้มีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างจุดยืนในการเป็นผู้นำด้านการวางแผนทางการเงินโดยใช้แคมเปญการสื่อสาร “Change is Good ทุกการเปลี่ยนแปลงของช่วงชีวิตมีสิ่งที่ดีเสมอ” ที่ต่อเนื่องจากปีก่อน รวมทั้งแคมเปญการสื่อสารสำหรับผลิตภัณฑ์สำคัญ เช่น บีแอลเอ บันสุข และบีแอลเอ พร้อมเกษียณ เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้ทำแคมเปญเผยแพร่รางวัลบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่นอันดับ 1 ซึ่งบริษัทได้รับในปี 2559 ตลอดจนดำเนินกิจกรรมการตลาด สำหรับที่ปรึกษาทางการเงินและลูกค้าของบริษัท

บริษัทยังให้ความสำคัญกับ โครงการ BLA Happy Life Club อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุน กิจกรรมการให้ความรู้เรื่องการวางแผนการเงิน และกิจกรรมเพื่อมอบความสุขให้กับลูกค้า ตลอดจนสิทธิพิเศษ ในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ให้บริษัทได้ดูแลกรรมธรรม์ของลูกค้า อย่างต่อเนื่องต่อไป

(2) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2557

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรับรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	2,081	10.92	11,787	36.00	13,868	26.77
ธนาคาร	16,699	87.58	20,009	61.11	36,708	70.85
อื่น ๆ	288	1.51	946	2.89	1,234	2.38
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	19,069	100.00	32,742	100.00	51,810	100.00

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2558

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรับรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	2,488	18.26	11,803	37.81	14,291	31.87
ธนาคาร	10,841	79.55	18,456	59.13	29,296	65.33
อื่น ๆ	299	2.19	954	3.06	1,253	2.79
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	13,627	100.00	31,213	100.00	44,840	100.00

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2559

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรับรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	2,541	22.79	12,525	38.92	15,065	34.77
ธนาคาร	8,199	73.54	18,680	58.04	26,879	62.03
อื่นๆ	409	3.67	979	3.04	1,388	3.20
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	11,149	100.00	32,183	100.00	43,332	100.00

หมายเหตุ : *เบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียว

เบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทแยกตามช่องทางจำหน่ายในปี 2559 ประกอบด้วยช่องทางจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง โดยมีเบี้ยประกันภัยรับรวมจากช่องทางธนาคารเป็นช่องทางหลักที่ร้อยละ 62.03 รองลงมาคือ ช่องทางตัวแทนอยู่ที่ร้อยละ 34.77 และช่องทางอื่นๆ อยู่ที่ร้อยละ 3.20 โดยบริษัทมีนโยบายด้านช่องทางจำหน่ายที่สำคัญ ดังนี้

- **ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน**

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยประกันภัยรับรวม และเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียวจากช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทนปี 2559

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรก รวมเบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	112,307	39.11	2.04	18,930	31.65	-8.59
2. ไทยประกันชีวิต	62,134	21.64	10.32	14,587	24.39	19.69
3. เมืองไทยประกันชีวิต	23,716	8.26	9.04	7,352	12.29	-6.45
4. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	22,829	7.95	8.43	5,287	8.84	-5.12
5. กรุงเทพประกันชีวิต	15,065	5.25	5.42	2,541	4.25	2.12
6. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	14,362	5.00	-0.04	1,922	3.21	2.29
7. ไทยสมุทรประกันชีวิต	11,589	4.04	-4.58	1,956	3.27	-6.81
ธุรกิจ	287,157	100.00	4.53	59,819	100.00	-1.38

หมายเหตุ : ข้อมูลของบริษัทอื่น จากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2559 บริษัทมีเบี้ยรับรวมอยู่ในอันดับที่ 5 ดีขึ้นจากปี 2558 ที่อยู่ในอันดับที่ 6 โดยมีอัตราเติบโตดีกว่าธุรกิจ จากการเติบโตของเบี้ยปีต่อไปที่เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.11 ใกล้เคียงกับธุรกิจที่เติบโตร้อยละ 6.20 และการรักษาอัตราการเติบโตของเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว ไม่ให้มีอัตราลดลงตามธุรกิจได้ โดยมีอัตราเติบโตของเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวอยู่ที่ร้อยละ 2.12 ในขณะที่ธุรกิจมีอัตราเติบโตลดลงที่ร้อยละ 1.38

การเติบโตของเบี้ยปีต่อไปที่เพิ่มขึ้นนั้น เกิดจากการมุ่งเน้นขยายตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิต ผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะยาว ผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสทางการตลาด จากความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค และเป็นแบบประกันที่สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทในระยะยาว การรักษาระดับการขายผลิตภัณฑ์บำนาญ สำหรับรองรับสังคมผู้สูงอายุในอนาคต รวมถึงควบคุมการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ชำระเบี้ยระยะสั้น โดยใช้เป็นผลิตภัณฑ์ประกอบการวางแผนการเงินสำหรับลูกค้าเป็นหลักเท่านั้น สำหรับกลยุทธ์หลักของบริษัทยังคงเป็นการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์การวางแผนการเงิน และการปกป้องคุณค่าชีวิตที่แตกต่างจากที่อื่น ๆ ทั้งการเสริมสร้างฐานะและการสร้างหลักประกัน ที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตและภาระความรับผิดชอบของแต่ละคน

ในด้านของทีมงาน บริษัทได้เพิ่มการลงทุนเพื่อเพิ่มจำนวนตัวแทนใหม่ โดยมีผู้สมัครสอบในปี 2559 เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.31 สูงกว่าธุรกิจที่เติบโตอยู่ที่ร้อยละ 7.07 และมีจำนวนตัวแทนใหม่ที่ขึ้นทะเบียนกับบริษัท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.61

สำหรับการเพิ่มจำนวนที่ปรึกษาการเงิน เพื่อขยายการให้บริการวางแผนการเงินของผู้บริโภคที่มีความต้องการเพิ่มมากขึ้น บริษัทได้สนับสนุนการพัฒนาความรู้ความสามารถ เพื่อให้ตัวแทนของบริษัทสามารถสอบ รับใบอนุญาตคุณวุฒิต่างๆ ได้แก่ ใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัย โดยเฉพาะใบอนุญาตผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Securities Investment Consultant) เพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คุณวุฒิวิชาชีพนักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ จากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการวางแผนการเงินส่วนบุคคลได้ในทุกด้านด้วย โดย ณ สิ้นปี 2559 บริษัทมีทีมผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.62

• ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยประกันภัยรับรวม และเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียวจากช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร ปี 2559

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เมืองไทยประกันชีวิต	69,548	28.10	11.18	25,604	28.60	-11.17
2. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	47,036	19.01	0.57	11,283	12.60	-32.17
3. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	30,770	12.43	-3.85	7,537	8.42	-33.41
4. กรุงเทพประกันชีวิต	26,879	10.86	-8.25	8,199	9.15	-24.37
5. พู่อันเชี่ยลประกันชีวิต	16,610	6.71	13.38	7,089	7.92	-6.18
6. ไทยประกันชีวิต	15,295	6.18	34.43	6,523	7.29	24.39
7. เอฟ ดีบีบลิว ดี ประกันชีวิต	13,615	5.50	23.36	5,304	5.92	9.05
ธุรกิจ	247,494	100.00	8.27	89,556	100.00	-8.07

หมายเหตุ : ข้อมูลของบริษัทอื่น จากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2559 บริษัทมีเบี้ยรับรวมอยู่ในอันดับเดิม คืออันดับที่ 4 เติบโตลดลงร้อยละ 8.25 จากการลดลงของเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวที่เติบโตลดลงมากถึงร้อยละ 24.37 โดยบริษัทมีนโยบายในการลดการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ชำระเบี้ยระยะสั้น และเพิ่มการขายผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิต ผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะยาว และผลิตภัณฑ์บำนาญ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกำไร สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทคุ้มครองสินเชื่อ บริษัทมีอัตราเติบโตลดลง เป็นไปในทิศทางเดียวกับธุรกิจ จากภาวะการชะลอตัวของสินเชื่อในตลาด

บริษัทมีการประสานความร่วมมือกับธนาคารพันธมิตร ในเรื่องของแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเสริมสร้างความรู้ด้านการประกันชีวิตและทักษะการขายใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรของธนาคารเพื่อสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ครบถ้วนตามรายละเอียดกรมธรรม์ที่นำเสนอต่อลูกค้า และถูกต้องตามหลักเกณฑ์นายหน้าประกันชีวิตที่กฎหมายกำหนดไว้ รวมถึงสนับสนุนการให้บริการลูกค้าและประสานงานภายในสาขานิติกรรม โดยการเพิ่มทีมเจ้าหน้าที่พัฒนาการตลาด เข้าดูแลอำนวยความสะดวกในทุกสาขานิติกรรมทั่วประเทศด้วย

- ด้านช่องทางจำหน่ายอื่น ๆ

บริษัทได้เพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตจากช่องทางที่มีในปัจจุบัน และได้พัฒนาช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่เพิ่มมากขึ้น

(3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทดำเนินธุรกิจหลัก 2 ประเภท คือ การประกันชีวิตประเภทสามัญและประกันชีวิตกลุ่ม โดยมีลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

- ประกันชีวิตประเภทสามัญ

เป็นประกันชีวิตรายบุคคลสำหรับผู้มีรายได้และผู้ที่ต้องการออมเงินทั่วไป เช่น ผลิตภัณ์เพื่อการคุ้มครอง และผลิตภัณ์สะสมทรัพย์ แก่ลูกค้าที่ต้องการสร้างหลักประกันเพื่อความมั่นคงให้กับชีวิตและธุรกิจ โดยจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตัวแทน ช่องทางธนาคาร ช่องทางขายตรง และช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายใหม่ด้วย

- ประกันชีวิตประเภทกลุ่ม

เป็นประกันชีวิตรายกลุ่มบุคคลสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจ อุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการขยายตลาดในกลุ่มลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ที่สามารถสร้างผลกำไร มีความเสี่ยงต่อภาระค่าสินไหมต่ำ รวมถึงเพิ่มการให้บริการบริหารจัดการค่ารักษาพยาบาลให้กับองค์กรต่าง ๆ ด้วย

ด้านการขยายตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าสินเชื่อ บริษัทได้มีการขยายตลาดความคุ้มครองภาระหนี้สินดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เช่น สินเชื่อสำหรับสมาชิกสหกรณ์ สินเชื่อบ้าน และสินเชื่อธุรกิจ เป็นต้น โดยผลิตภัณ์คุ้มครองเครดิตเป็นผลิตภัณ์ที่สามารถสร้างผลกำไร และสร้างความมั่นคงให้กับบริษัทได้ในระยะยาว

2.2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

(1) ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ : เบียร์รับรวม และเบียร์ปีแรกรวมเบียร์ชำระครั้งเดียว ปี 2559

บริษัท	เบียร์ประกันภัยรับรวม			เบียร์ประกันภัยรับปีแรก รวมเบียร์ประกันภัยแบบชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	121,254	21.34	1.42	24,464	15.14	-6.53
2. เมืองไทยประกันชีวิต	97,013	17.07	10.39	33,815	20.93	-10.87
3. ไทยประกันชีวิต	80,523	14.17	17.76	23,071	14.28	30.95
4. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	55,875	9.83	2.07	14,938	9.25	-18.90
5. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	52,721	9.28	-0.48	12,233	7.57	-30.13
6. กรุงเทพประกันชีวิต	43,332	7.63	-3.36	11,149	6.90	-18.19
7. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	31,073	5.47	7.70	6,861	4.25	7.98
ธุรกิจ	568,259	100.00	5.72	161,568	100.00	-5.75

หมายเหตุ : ข้อมูลของบริษัทอื่น จากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบียร์รับรวม

ภาพรวมธุรกิจ เบียร์รับรวมมีอัตราเติบโตร้อยละ 5.72 จากปีก่อนหน้า โดยการเติบโตหลักมาจากการต่ออายุกรมธรรม์เดิมที่มีอยู่ จะเห็นได้จากเบียร์ปีต่อไปที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.09 ในขณะที่การขยายตัวของธุรกิจใหม่ลดลง เบียร์ปีแรกรวมเบียร์ชำระครั้งเดียวมีการเติบโตลดลงร้อยละ 5.75 จากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลง แม้ว่าการบริโภคในครัวเรือนจะมีอัตราการขยายตัวที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ ก็ตาม ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยที่ลดต่ำลง ทำให้บริษัทประกันชีวิต ลดการขายผลิตภัณฑ์ประเภทสะสมทรัพย์ชำระเบียร์ระยะสั้น ซึ่งเคยเป็นผลิตภัณฑ์หลักในการขายตลาดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และหันมาเน้นการขายผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิตมากขึ้น ส่งผลให้ขนาดของเบียร์ประกันชีวิตลดลง สำหรับบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต มีเบียร์รับรวมอยู่ในอันดับเดิม คืออันดับที่ 6 โดยมีอัตราเติบโตลดลงที่ร้อยละ 3.36 จากการลดการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ชำระเบียร์ระยะสั้นลงจำนวนมาก และเน้นขายตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะยาว และผลิตภัณฑ์บำนาญ ที่มีกำไรทดแทน เป็นผลให้เบียร์ปีแรกรวมเบียร์ชำระครั้งเดียวมีขนาดลดลง โดยมีอัตราเติบโตลดลงที่ร้อยละ 18.19

ในด้านของช่องทางจำหน่าย ทุกช่องทางมีการเติบโตของธุรกิจใหม่ลดลง โดยช่องทางตัวแทนมีการเติบโตลดลงน้อยที่สุด จากการที่ผู้บริโภคยังต้องการซื้อกรรมธรรม์โดยมีตัวแทนให้คำแนะนำ ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการให้บริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้มากกว่า โดยเฉพาะบริการด้านการวางแผนการเงิน สำหรับช่องทางขายตรงได้รับผลกระทบมากที่สุด กฎเกณฑ์จากภาครัฐที่มีมากขึ้น ทำให้การขายตลาดใหม่ทำได้ยากขึ้น

(2) ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์

ธุรกิจมีการแข่งขันสูง โดยเบียดรวมของธุรกิจเติบโตได้จากการรักษาเบี้ยปีต่อไปซึ่งเป็นฐานตลาดเดิมของแต่ละบริษัท สำหรับการขยายตลาดใหม่ชะลอตัวลง จากการลดการขายสินค้าประเภทสะสมทรัพย์ชำระเบี้ยระยะสั้นและแบบชำระเบี้ยครั้งเดียวลง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาด ภาวะอัตราดอกเบี้ยและกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยในปีนี้อธิบายเน้นที่ผลิตภัณฑ์ระยะกลาง-ระยะยาว ผลิตภัณฑ์เพื่อคุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรงที่มีโอกาสสร้างผลกำไรได้มากกว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่น ๆ

กลยุทธ์หลักของธุรกิจ เน้นการสร้างโอกาสขยายฐานลูกค้า ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการในปัจจุบันออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่น ผลิตภัณฑ์บำนาญ ผลิตภัณฑ์คุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรง โดยมีผลิตภัณฑ์ประเภทสะสมทรัพย์ชำระเบี้ยระยะสั้นวางจำหน่ายเป็นระยะตามความเหมาะสมของสถานการณ์การตลาด นอกจากนี้การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ เช่น ช่องทางออนไลน์ การพัฒนาคุณภาพตัวแทน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการธุรกิจเพื่อสนับสนุนการขายและบริการมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะผ่านทางโซเชียลมีเดีย ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวกรวดเร็ว เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสนับสนุนการขายตลาดในอนาคต และเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ส่งผลดีต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

(3) แนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตปี 2560

การเติบโตของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยช่องทางการขายหลักที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตดังกล่าวคือ ช่องทางธนาคารซึ่งมีการจำหน่ายสินค้าประเภทสะสมทรัพย์เป็นหลักเป็นแบบประกันชีวิตที่มีเบี้ยประกันภัยรับที่ค่อนข้างสูงอยู่แล้ว นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายหลักของช่องทางธนาคารเป็นกลุ่มที่มีรายได้ในระดับปานกลางถึงสูงซึ่งมีความสามารถในการชำระเบี้ยในปีถัด ๆ ไปได้ ส่งผลให้การเก็บเบี้ยประกันภัยปีต่อของธุรกิจอยู่ที่ร้อยละ 83 คงที่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทำให้เบี้ยประกันภัยรับรวมของธุรกิจยังคงเติบโตได้ดี

ผลการดำเนินงานของธุรกิจในปี 2559 ชะลอตัวลง ด้วยผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและภาวะตกต่ำของอัตราดอกเบี้ย ทำให้บริษัทประกันชีวิตลดการขายสินค้าประเภทสะสมทรัพย์ และหันมาให้ความสำคัญกับสินค้าประเภทความคุ้มครองและสินค้าสุขภาพมากขึ้น

สำหรับแนวโน้มในอนาคต คาดว่าอัตราการเติบโตของธุรกิจใหม่ที่สะท้อนในรูปแบบเบี้ยประกันภัยรับปีแรกจะยังคงมีอัตราการเติบโตที่ดี ด้วยอัตราการเข้าถึงกรมธรรม์ของประชาชน (penetration rate) ยังคงอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่ความต้องการสินค้าประกันชีวิตทั้งเพื่อความคุ้มครองชีวิต สุขภาพ และเพื่อรายได้ยามเกษียณอายุจะมีเพิ่มขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและการพัฒนาประเทศสู่ชุมชนเมืองเพิ่มขึ้น (Urbanization) ประกอบกับภาวะการแข่งขันของ บริษัทประกันชีวิตในการพัฒนาสินค้าและการบริการให้เข้าถึงเป้าหมายลูกค้าในแต่ละกลุ่มเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งนโยบายส่งเสริมของภาครัฐที่ต้องการให้บริษัทประกันชีวิตมีบทบาทมากขึ้นในการสร้างความมั่นคงพื้นฐานให้กับประชาชน นอกจากปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจประกันชีวิต ดังนี้

1. เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น

การเติบโตดีขึ้นของภาคการส่งออกที่จะช่วยให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมและการลงทุนภาคเอกชนฟื้นตัวได้ดีขึ้น การฟื้นตัวของการผลิตภาคเกษตร รวมถึงการลงทุนจากภาครัฐที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ประชาชนยังคงมีรายได้ที่จะใช้จ่าย

2. แนวโน้มประชากรผู้สูงอายุ และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายรักษาพยาบาล

ประเทศไทยมีแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรของประเทศไทย ส่งผลให้ประชากรวัยทำงานจะต้องเลี้ยงดูประชากรวัยเด็กและวัยสูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้น และจากสถิติอายุขัยเฉลี่ยของประชากรไทยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดูผู้สูงอายุจะต้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

3. อัตราการถือครองกรมธรรม์ในประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำ

แม้ว่าสัดส่วนเบี้ยประกันชีวิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจะเพิ่มขึ้น ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา แต่ยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศที่มีการพัฒนาแล้วมาก นอกจากนั้นการเติบโตของธุรกิจในระยะที่ผ่านมาถูกขับเคลื่อนด้วยสินค้าสะสมทรัพย์เป็นส่วนใหญ่ จึงอาจพิจารณาได้ว่าระดับความคุ้มครองที่ครัวเรือนมียังต่ำมาก

4. ความต้องการการวางแผนการเงินส่วนบุคคล (Financial Planning Need)

จากการเติบโตของเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศแถบเอเชียส่งผลให้กลุ่มคนชั้นกลางมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยการเติบโตเพิ่มขึ้นของจำนวนคนชั้นกลางนี้เป็นกลุ่มซึ่งมีการศึกษาสูงขึ้น มีความรู้ความเข้าใจ มีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของการวางแผนการเงินส่วนบุคคล การวางแผนการเงินแบบรอบด้านทั้งการประกันชีวิต ทรัพย์สินและกองทุนรวมจึงเริ่มมีบทบาทมากขึ้น ทำให้เพิ่มโอกาสในการขยายตลาดประกันชีวิต

5. การเกิดช่องทางขายและผู้เล่นรายใหม่จากการพัฒนาของเทคโนโลยีทางการเงิน

จากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจการเงินขยายตัว แต่ในขณะเดียวกันเทคโนโลยีทางการเงินยังส่งผลให้เกิดช่องทางขายและผู้เล่นใหม่ในตลาดมากขึ้น ด้วย การพัฒนาบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถเติมเต็มความต้องการของลูกค้า โดยช่องทางขายประกันชีวิตผ่านธนาคารเป็นช่องทางแรก ๆ ที่จะได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินนี้ เนื่องจากเทคโนโลยีจะช่วยให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องติดต่อแบบพบหน้า (Face to Face) กับธนาคารอีกต่อไป

6. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้สื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นโอกาสให้บริษัทประกันชีวิตสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันผู้บริโภคจะสามารถตรวจสอบและค้นหาข้อมูลตามสื่อออนไลน์ รวมไปถึงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของสินค้า ราคาและบริการได้ง่ายและสะดวกมากขึ้นด้วย ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงมากขึ้นตามมาด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

(1) แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทประกอบด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้น เบี้ยประกันภัยรับสุทธิ และกำไรจากการลงทุนสุทธิ ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 25,579.23 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 14.89 จากปี 2556 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยภัยภัยรับสุทธิ 51,172.06 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 8,811.63 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตรากำไรเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.88

ณ สิ้นปี 2558 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 26,998.32 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 5.55 จากปี 2557 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยภัยภัยรับสุทธิ 43,929.89 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 9,913.19 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตรากำไรเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.50

ณ สิ้นปี 2559 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 33,340.84 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 23.49 จากปี 2558 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 42,281.52 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 10,631.99 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.25

(2) แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน

บริษัทจะจัดส่วนหนึ่งของเงินทุนจากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิไว้สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท และส่วนหนึ่งสำหรับเป็นเงินสำรองประกันชีวิตเพื่อใช้จ่ายค่าสินไหมทดแทน ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์หากครบกำหนดชำระผลตอบแทน หรือผู้รับประโยชน์หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต

แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัทที่สำคัญในปี 2557 ประกอบด้วย ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 12,384.40 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,805.34 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 40,818.25 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2558 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วย ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 15,390.19 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,849.85 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 29,873.54 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2559 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วยผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 17,772.34 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 3,158.82 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 26,104.09 ล้านบาท

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ธุรกิจประกันชีวิตถือเป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่งที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานภาครัฐ ที่มีบทบาทและหน้าที่ในการกำกับดูแลให้บริษัทดำเนินงานภายใต้กฎเกณฑ์ที่กำหนด อาทิ การกำกับดูแล โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระของรัฐ ที่คอยกำกับและส่งเสริมให้ธุรกิจประกันชีวิตมีความเข้มแข็งและมั่นคงรวมไปถึงการกำกับดูแล โดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตามการดำเนินกิจการภายใต้การเป็นบริษัทจดทะเบียน

ซึ่งตามกรอบการกำกับของสำนักงาน คปภ. ด้านความมั่นคงของฐานะทางการเงิน ได้กำหนด แนวทางการดำรงเงินกองทุนตามระดับความเสี่ยง (Risk Based Capital: RBC) ให้บริษัทประกันชีวิตต้องมี อัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน (Capital Adequacy Ratio: CAR) ไม่น้อยกว่า 100% ซึ่งบริษัทตระหนักและให้ความสำคัญต่อการมีระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพและได้พิจารณา ปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำรงเงินกองทุนรวมถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้กำหนด แนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงตามหลักการบริหารความเสี่ยงแบบองค์รวม (Enterprise Risk Management: ERM) ควบคู่ไปกับกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์และสนับสนุนการดำเนินงานตาม แนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี และสอดคล้องกับแนวทางของหลักการสำคัญการประกันภัย Insurance Core Principles, Standards, Guidance and Assessment Methodology : ICP และเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของปัจจัยเสี่ยงที่มีต่อการดำเนินธุรกิจและความมั่นคงทางการเงินของบริษัท บริษัทมีการประเมิน ความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่องินกองทุนและแผนธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ และได้จัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators) ระบบการติดตามและการเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System) แผนบริหาร ความเสี่ยงและมาตรการดำเนินการ ตามกรอบของกระบวนการ การประเมินความมั่นคงและความเสี่ยงของ บริษัท (Own Risk and Solvency Assessment : ORSA) สำหรับกิจกรรมหลักและปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ เช่น กิจกรรมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์, กิจกรรมการพิจารณารับประกันภัย, กิจกรรมการลงทุนและการประกอบธุรกิจอื่น เป็นต้น ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงประเภทต่าง ๆ เช่น ความเสี่ยงด้านการประกันภัย, ความเสี่ยงด้านการตลาด และความเสี่ยงด้านความสัมพันธ์กันระหว่างสินทรัพย์และหนี้สิน เป็นต้น โดยคำนึงถึงความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยจากต่างประเทศที่ระดับและทิศทางการเปลี่ยนแปลงนั้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจและบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งบริษัทได้ ติดตามสถานะและสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด ได้แก่

- ภาวะและแนวโน้มเศรษฐกิจและการเมืองของโลก เศรษฐกิจประชาคมอาเซียนและของประเทศไทย
- แนวโน้มการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตและของพันธมิตร
- กฎระเบียบ ข้อบังคับใหม่ ๆ จากหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ และความมั่นคงทางการเงินของบริษัทดังกล่าว
ข้างต้น ในปี 2559 บริษัทได้ดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

1. **ความเสี่ยงด้านการตลาดและการแข่งขัน** จากภาวะการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตมี
แนวโน้มสูงขึ้น บริษัทตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงดังกล่าว โดยได้พัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพและ
ประสิทธิภาพในด้านต่าง ๆ อย่างรอบด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการขาย ด้านการพัฒนาและ
ออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาระบบงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัทใน
การเข้าถึงลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลายและทั่วถึงมากขึ้น อาทิ การปรับปรุง
กระบวนการทำงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น การพัฒนาเครื่องมือสนับสนุนการให้บริการลูกค้าและ
ช่องทางการขาย เพื่อรองรับการเติบโตและขยายธุรกิจในยุคดิจิทัลเพิ่มเติม ได้แก่ การพัฒนา
ด้านเทคโนโลยีและแอปพลิเคชัน ทั้งด้านการบริการลูกค้าด้วยระบบ Smart Customer Smart
Fund และด้านการขายผ่านออนไลน์ด้วยระบบ Smart Saving ในส่วนของช่องทางตัวแทน
พัฒนาระบบ Smart Agent และ Smart FA และอีกหลายโครงการที่อยู่ระหว่างการพัฒนา
รวมถึงการทำการตลาดแบบดิจิทัลที่ลูกค้าสามารถโต้ตอบและสื่อสารกับบริษัทได้มากขึ้น แต่
ทั้งนี้ยังคงให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ด้วยระบบ
มาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจมาพร้อมเทคโนโลยีด้วย

2. **ความเสี่ยงด้านช่องทางการขาย** คือ ปัจจัยเสี่ยงจากการมีรายได้หลักผ่านช่องทางใดช่องทาง
หนึ่งมากเกินไป ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงที่บริษัทมีอาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้า อาจส่งผลกระทบต่อ
ความสามารถในการแข่งขันหรือการเติบโตทางธุรกิจได้ โดยบริษัทมีรายได้จากเบี้ยประกันภัย
รับรายใหม่จากช่องทางธนาคารในสัดส่วนที่สูง ทั้งนี้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัท
คือ การพัฒนาศักยภาพและเพิ่มสัดส่วนของรายได้จากช่องทางอื่น ๆ อาทิ ช่องทางการขายผ่าน
ตัวแทน ช่องทางขายแบบประกันกลุ่ม และช่องทางการขายผ่านทางโทรศัพท์ให้เพิ่มมากขึ้น
รวมถึงการเพิ่มช่องทางขายใหม่ คือ ช่องทางขายออนไลน์ ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ
การนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้เบี้ย
ประกันชีวิตรับรายใหม่แยกตามช่องทางการขายผ่านช่องทางธนาคารมีแนวโน้มลดลง โดยใน
ปี 2559 มีสัดส่วนร้อยละ 73 ลดลงจากปี 2558 ที่ร้อยละ 79 และปี 2557 ที่ร้อยละ 87 ตามลำดับ
ขณะเดียวกันส่งผลให้สัดส่วนของเบี้ยประกันชีวิตรับรวมจากช่องทางธนาคารลดลงด้วย และ
ส่วนใหญ่มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นมาจากช่องทางขายผ่านตัวแทน

3. ความเสี่ยงจากแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ย อัตราดอกเบี้ยในปี 2559 ปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ และมีแนวโน้มที่จะอยู่ในระดับต่ำต่อไปจากปัจจัยความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกและปัจจัยอัตราดอกเบี้ยภายในประเทศ จนอาจส่งผลกระทบต่อบริษัท ดังนี้

3.1 อัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยส่งผลกระทบต่อการประเมินมูลค่าสินทรัพย์และหนี้สินของบริษัท ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการคำนวณอัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน บริษัทมีปัจจัยเสี่ยงที่เงินกองทุนอาจจะลดต่ำกว่าเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับจะสามารถอนุมัติการจ่ายเงินปันผลได้ เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทกำหนดให้คณะทำงานบริหารเงินกองทุน คอยติดตาม ประเมินและรายงานปัจจัยเสี่ยง และดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (KRI : Key Risk Indicators) อย่างใกล้ชิด รวมถึง การประเมินผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงด้านโครงสร้างของสินทรัพย์และหนี้สิน (Cash Flow) ที่มีความอ่อนไหวต่ออัตราดอกเบี้ยด้วย อีกทั้งบริษัทมีการประเมินและติดตามความเสี่ยงหลักที่อาจกระทบต่อระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของระดับเงินกองทุน โดยได้กำหนดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ในการจัดทำรายงานและสรุปผลการดำเนินงานและรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่

- 3.1.1 การรายงานการดำรงเงินกองทุนตามกรอบของกฎหมาย การทดสอบภาวะวิกฤต (Stress Test)
- 3.1.2 การบริหารความเสี่ยงด้านสินทรัพย์และหนี้สิน (Asset and Liability Management) การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการดำรงเงินกองทุน ความสอดคล้องของกระแสเงินสด (Cash Flow Matching) และการบริหาร Duration Matching ของสินทรัพย์และหนี้สิน
- 3.1.3 การวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการลงทุนด้วยดัชนีความเสี่ยง VaR (Value at Risk) การวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากอัตราดอกเบี้ย และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากราคาหุ้น
- 3.1.4 การประเมินอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในระบบสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System)

3.2 ความสามารถในการสร้างรายได้จากการลงทุน ภาวะอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงปัจจัยการขาดแคลนแหล่งลงทุนที่เหมาะสม เป็นอุปสรรคต่อการสร้างรายได้จากการลงทุนในตราสารหนี้ เพื่อรักษาระดับรายได้จากการลงทุนโดยรวมของบริษัท คณะกรรมการลงทุนได้กำหนดนโยบายด้านการลงทุนให้สอดคล้องกับสภาวะการลงทุน ภาวะผูกพันตามกรมธรรม์ และต้นทุนของบริษัท โดยสายการลงทุนจะประเมินติดตามสถานการณ์การลงทุน และทบทวนสัดส่วนการลงทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

- 4. ความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาดทุน** จากภาวะอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับต่ำ การลงทุนในตลาดตราสารทุนเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากการลงทุน แต่ทั้งนี้ด้วยภาวะตลาดทุนที่มีความผันผวนอาจส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุนได้ บริษัทมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยการกำหนดสัดส่วนการลงทุนในตลาดทุนไว้ระดับหนึ่ง และได้ติดตามภาวะตลาดทุนและปัจจัยความเสี่ยงอย่างใกล้ชิด เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุนและรายได้จากการลงทุน
- 5. ความเสี่ยงด้านกฎหมาย** ทั้งด้านการเปลี่ยนแปลง หรือการออกกฎหมายใหม่ของหน่วยงานกำกับอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานได้ รวมถึงการขยายธุรกิจหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพและความหลากหลายในกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท ที่อาจขัดต่อกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายที่มีอยู่ได้ ทั้งนี้บริษัทมีสำนักกฎหมาย และสำนักกำกับการปฏิบัติงาน ในการพิจารณาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และติดตามกฎหมายและกฎระเบียบใหม่ ๆ อย่างใกล้ชิด
- 6. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** เนื่องจากภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งในด้านการขายและการบริการ บริษัทจึงได้พัฒนาระบบเทคโนโลยีและการจัดการด้านสารสนเทศมาใช้ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ทั้งนี้ด้วยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งต่อระบบการทำงานและระบบข้อมูลลูกค้าที่ถือเป็นความลับส่วนบุคคลนั้นอาจรั่วไหลหรือถูกจารกรรมได้หากมีการจัดการที่ไม่เพียงพอและเหมาะสม บริษัทมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงของระบบฐานข้อมูล ระบบสำรองข้อมูล การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้ในการสนับสนุนการดำเนินงาน ภายใต้ระบบ ISO/IEC 27001:2013 ซึ่งเป็นระบบมาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีและสารสนเทศ

7. **การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management)** โดยในปีที่บริษัท ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ISO 22301:2012 Business Continuity Management Systems (BCMS) เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้เอาประกันว่าจะสามารถได้รับบริการได้อย่างต่อเนื่องแม้ขณะบริษัทเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน อาทิ งานบริการด้านสินไหม งานบริการศูนย์ Call Center งานบริการด้านกรมธรรม์ และ ด้านการรับและจ่ายเงิน เป็นต้น
8. **การประเมินความเสี่ยงของบริษัท (Corporate Risk)** ตามกิจกรรมหลัก (Core Business) ประจำปี โดยประเมินความเสี่ยงควบคู่ไปกับการพัฒนากระบวนการทำงานภายในบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าปัจจัยเสี่ยงของแต่ละกิจกรรมและกระบวนการทำงานหลักของบริษัทได้ถูกประเมินตระหนักและมีการเตรียมการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว โดยหน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง และเพื่อเป็นการส่งเสริมความรู้และการปลูกฝังเกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Culture) ซึ่งเป็นกิจกรรมทางตรงที่หน่วยงานได้ร่วมดำเนินการ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินประเภท ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์

บริษัทมีทรัพย์สินประเภท ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์ ดังนี้

- สำนักงานใหญ่ของบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 23/115-121 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 ซึ่งบริษัททำสัญญาเช่าระยะยาวกับผู้ให้เช่า สิ้นสุด ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2563
- ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์สุทธิอื่น ๆ ณ สิ้นปี 2559 มีจำนวน 1,173.41 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ที่ดินเปล่า อาคารชุด และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2559 (ล้านบาท)	พื้นที่ (ตร.วา)	ราคาประเมิน (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	วัตถุประสงค์
อาคารชุด จำนวน 1 ห้องชุด (สาขาเอกมัย) ที่ตั้ง เขต.พระโขนง จ. กรุงเทพมหานคร	12.52	327.08	72.10	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง						
อาคารระหว่างก่อสร้าง						
- ที่ดิน	794.25	5,390.30	787.17	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
- สิ่งปลูกสร้าง	204.82	-	152.80		-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
รวม	1,011.59	5,717.38	1,012.07			

หมายเหตุ: ราคาที่ดินและอาคารประเมินตามกฎหมายการประเมินของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ปี 2557

4.1.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2559 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	8.43	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
เครื่องใช้สำนักงาน	75.64	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	27.54	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
ค่าปรับปรุงทรัพย์สินที่เช่า	50.21	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
รวม	161.82		

สัญญาเช่าระยะยาว

บริษัทมีสัญญาเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงานใหญ่กับบริษัท นารายร่วมพัฒน จำกัด ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน (โปรดดูรายละเอียด หัวข้อ รายการระหว่างกันหน้า 107) มีระยะเวลาการเช่า 25 ปี นับตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2538 - 30 พฤศจิกายน 2563 โดยบริษัทมีการจ่ายเงินล่วงหน้าไปแล้ว รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 294 ล้านบาท และบริษัทยังคงมีภาระการจ่ายค่าเช่าและค่าบริการรายเดือนประมาณ 492,070 บาทต่อเดือน

4.2 การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์นซ์ โบรกเกอร์ จำกัด และบริษัท กรุงเทพมหานคร (กัมพูชา) จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย มูลค่ารวม 132,530,200 บาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยคิดเป็นร้อยละ 0.05 ของสินทรัพย์รวม (โปรดศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมหัวข้อ 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท หน้า 6 - 7)

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีข้อพิพาททางกฎหมายที่บริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุดและเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท ดังนี้

1. บริษัทเป็นจำเลยในคดีเรียกร้อยค่าสินไหม เนื่องจากบริษัทได้ทำการปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมกับผู้เอาประกันภัยสำหรับกรณีและผู้เอาประกันภัยได้ทำผิดข้อตกลงที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ทั้งสิ้นจำนวน 11 คดี โดยมีการเรียกร้อยค่าเสียหาย จำนวน 48.26 ล้านบาท คดีที่มีการเรียกร้อยค่าเสียหายสูงสุดมีการเรียกร้อยค่าเสียหายเป็นเงินจำนวน 12.00 ล้านบาท โดยปัจจุบันบริษัทได้แต่งตั้งทนายความเข้าสู่คดีดังกล่าว เพื่อไม่ต้องรับผิดชอบตามข้อกล่าวหาดังกล่าว
2. บริษัทเป็นจำเลยในคดีที่มีผู้แอบอ้างเป็นตัวแทนของบริษัทไปเก็บเบี้ยประกันชีวิตจากผู้เอาประกันภัยของบริษัทจำนวน 7 แสนบาท โดยปัจจุบันบริษัทได้แต่งตั้งทนายความเข้าสู่คดีดังกล่าว เพื่อไม่ต้องรับผิดชอบตามข้อกล่าวหาดังกล่าว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value)

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2558 โดยมีบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาในการประเมินมูลค่าดังกล่าว มีรายละเอียดเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาดังนี้

	31 ธันวาคม			
	2558		2557	
	ล้านบาท	บาทต่อหุ้น	ล้านบาท	บาทต่อหุ้น
Embedded Value (EV)	51,240	30.07	47,785	28.14
Value of One Year New Business (VNB)	1,441	0.85	1,143	0.67
สมมติฐานที่สำคัญ :				
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	4.25%		4.75%	
อัตราดอกเบี้ยคิดลด (Discount Rate)	9.00%		10.00%	

สำหรับการประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2559 จะแล้วเสร็จ และสามารถเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ประมาณเดือนเมษายน 2560