

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ความเป็นมาของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เริ่มต้นจาก ฯพณฯ ควง อภัยวงศ์ (อดีต นายกรัฐมนตรี) พระยาศรัยวิศาลวาจา คุณชิน โสภณพนิช และคหบดีผู้มีเกียรติอีกหลายท่านได้ร่วมกันก่อตั้ง บริษัทประกันชีวิตขึ้น โดยใช้ชื่อว่า "บริษัท กรุงสยามประกันชีวิต จำกัด" และได้เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2494 เป็นต้นมา โดยในระยะแรกการประกอบธุรกิจของบริษัทได้เน้นไปในด้านสวัสดิการ สงเคราะห์เป็นส่วนใหญ่ จนกระทั่งถึงปี 2520 คุณชิน โสภณพนิช ประธานที่ปรึกษาของบริษัทในขณะนั้น ได้แนะนำให้บริษัทเริ่มพัฒนาด้านประกันชีวิตอย่างจริงจัง โดยได้มอบหมายให้คุณวีย์ วรรณะกุล ผู้ซึ่งมาก ด้วยประสบการณ์และคุณวุฒิเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศมาวางโครงสร้าง และจัดองค์การบริหารโดยอาศัยคำแนะนำจาก Mr. K.V. Claridge, F.I.A. ผู้เชี่ยวชาญด้านคณิตศาสตร์ประกันชีวิตของบริษัท สวิสรีอินชัวร์นส์ คอมปะนี แห่งประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2522 บริษัท กรุงสยามประกันชีวิต จำกัด ได้ทำการเปลี่ยนชื่อเป็น "บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด" จากนั้นบริษัทได้ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2552 เป็นต้นมา

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ให้ประชาชนเห็นประโยชน์การประกันชีวิต และทำประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและ คุณค่าชีวิต”

ภารกิจ (Mission)

“บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยการปกป้องคุณค่าชีวิต การให้คำแนะนำด้านการวางแผนทางการเงินและบริการที่ประทับใจ ผ่านตัวแทน ประกันชีวิต คู่ค้า และพนักงานที่มีความจริงใจ และมีความรู้ระดับแนวหน้าของประเทศ”

1.1 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

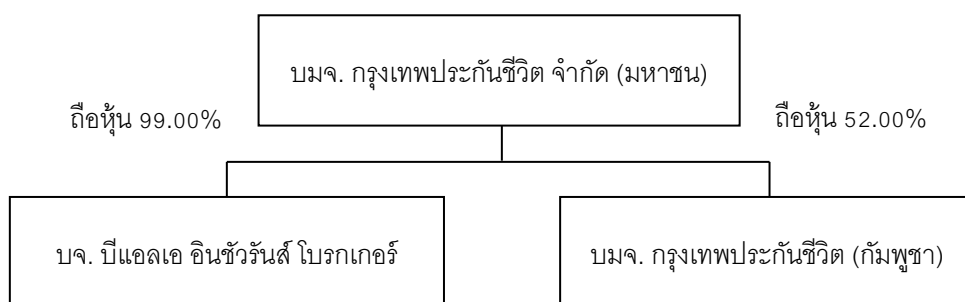
เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจปี 2560 ที่ผ่านมายังอยู่ในภาวะทรงตัว อัตราดอกเบี้ยยังมีความผันผวนและ ทรงตัวอยู่ในระดับที่ต่ำ ประกอบกับการแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อการลงทุนและการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ทำให้บริษัทต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นในด้านการลงทุน ด้าน การขาย ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและแข่งขันในธุรกิจได้ รวมถึงเป็นการสร้างศักยภาพและ การเติบโตในอนาคตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการวางแผนการเงิน ช่องทางการขาย ดิจิทัลแพลตฟอร์ม การพัฒนาบุคลากร ตลอดจนการยกระดับตัวแทนและที่ปรึกษาการเงินให้

พร้อมบริการ ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ภายใต้แนวคิด “Make a Change หรือ เปลี่ยนเพื่อชีวิตที่แตกต่าง” อาทิ

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ลูกค้าในแต่ละช่องทาง อาทิ ช่องทางออนไลน์ที่ได้รับอนุมัติ นำเสนอแบบประกันออนไลน์เต็มรูปแบบจากสำนักงาน คปภ. และได้รับการรับรอง มาตรฐานสากลด้านการจัดการความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013
- พัฒนาคุณภาพตัวแทนประกันชีวิตและการสร้างทีมที่ปรึกษาทางการเงินที่มีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญ พร้อมพัฒนาตนเองให้ทำงานในแนวทางของนักวางแผนการเงิน และยังได้พัฒนา หลักสูตรการอบรมให้ความรู้ด้านต่างๆ เพื่อผลักดันศักยภาพบุคลากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- พัฒนาเครื่องมือสนับสนุนการวางแผนการเงินภายใต้โครงการ 3B Link ในรูปแบบแผนการลงทุน คู่ความคุ้มครอง เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ที่ปรึกษาการเงิน สามารถวางแผนการเงินได้รอบด้าน ทั้งผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและกองทุนรวมให้กับลูกค้าเป้าหมายได้อย่างสะดวกรวดเร็วมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์ันส์ โบรคเกอร์ จำกัด และบริษัท Bangkok Life Assurance (Cambodia) Plc. เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการประกันภัยให้รอบด้าน และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทให้กว้างขวางและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ดังนี้



- บริษัทเข้าร่วมลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์ันส์ โบรคเกอร์ จำกัด จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2555 ซึ่งเป็นบริษัทนายหน้าประกันวินาศภัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และขยายความสามารถในการเสนอขายสินค้าและบริการให้มีความหลากหลายในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และถือเป็นการสนับสนุนให้ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่ครบวงจรมากขึ้น

- บริษัทเข้าร่วมลงทุนในบริษัท Bangkok Life Assurance (Cambodia) Plc. ซึ่งเป็นบริษัทประกันชีวิตที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งและประกอบธุรกิจในประเทศกัมพูชา จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559 มีทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 28,000,000,000 เรียล (7,000,000 ดอลลาร์สหรัฐ) แบ่งออกเป็น 280,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100,000 เรียล (หนึ่งแสนเรียล) ทั้งนี้ ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันชีวิต เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2559

สำหรับการบริหารงานในบริษัทกับบริษัทย่อย บริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงไปดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการและกรรมการในบริษัทย่อย เพื่อให้การบริหารงานในบริษัทย่อยมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับบริษัท (โปรดศึกษาเพิ่มเติมในเอกสารแนบ 2)

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โปรดศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม หน้า 89 – 100

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตและบริการวางแผนทางการเงินอย่างรอบด้าน โดยการประกันชีวิตเป็นวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการเสียชีวิต การสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา เมื่อบุคคลใดต้องประสบกับภัยเหล่านั้น จะได้รับเงินตามเงื่อนไขข้อตกลงที่ตกลงกันไว้ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัทจะจ่ายให้แก่ผู้ประสบภัยหรือผู้รับผลประโยชน์

บริษัทได้ทำการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายในแต่ละช่วงวัย และก่อให้เกิดประโยชน์กับลูกค้าสูงสุด โดยหลักแล้วการทำประกันชีวิตจะให้ผลประโยชน์กับผู้เอาประกันภัยในสองรูปแบบหลัก คือ ผลประโยชน์ทางด้านความคุ้มครองชีวิตเพื่อเป็นหลักประกัน และผลประโยชน์ทางด้านการออมทรัพย์เพื่อสร้างฐานะ ผู้เอาประกันภัยได้รับประโยชน์ทางด้านความคุ้มครองชีวิต โดยบริษัทจะชำระเงินค่าความคุ้มครองชีวิตให้กับผู้รับประโยชน์หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต สำหรับประโยชน์ทางด้านการออมทรัพย์ ผู้เอาประกันภัยจะได้รับเงินผลประโยชน์ในระหว่างระยะเวลาของสัญญาประกันภัย

ประเภทการประกันชีวิต

ปัจจุบันบริษัทมีแบบประกันชีวิตที่สามารถเสนอให้กับลูกค้ามากกว่า 60 แบบ แบ่งตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังต่อไปนี้

1) ประกันชีวิตสามัญ (Ordinary Life Insurance)

เป็นการประกันชีวิต ซึ่งบริษัทให้ความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกันภัยรายบุคคล ทั้งความคุ้มครองกรณีเสียชีวิต โดยบริษัทจะจ่ายเงินสินไหมให้แก่ผู้รับประโยชน์ และ/หรือการจ่ายเงินผลประโยชน์ในระหว่างที่ผู้เอาประกันภัยยังมีชีวิตอยู่และกรมธรรม์ยังมีผลบังคับ ทั้งนี้ เป็นไปตามรายละเอียดที่ได้ตกลงกันไว้ในเงื่อนไขกรมธรรม์ โดยมีแบบประกันที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

- 1.1 **แบบตลอดชีพ (Whole Life Insurance)** หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันภัยให้กับผู้รับผลประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต หรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้เอาประกันภัยในกรณีที่ผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่ในวันที่กรมธรรม์ครบกำหนดสัญญา ซึ่งโดยทั่วไปจะกำหนดวันครบอายุสัญญาเมื่อผู้เอาประกันภัยมีอายุครบ 90 หรือ 99 ปี และเป็นแบบประกันชีวิตสามัญที่เน้นผลประโยชน์ด้านความคุ้มครองชีวิต

- 1.2 **แบบบำนาญ (Pension)** หมายถึง การประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ เหมาะสำหรับผู้ที่มีความคิดว่า จะ มีอายุยืนยาวเป็นการประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองการสูญเสียทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากการ สูญเสียรายได้เมื่อมีอายุมากขึ้นหรือเมื่อพ้นวัยทำงาน โดยบริษัทจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากัน อย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันภัยทุกเดือนหรือทุกปี นับแต่ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุ หรือมี อายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้น แล้วแต่เงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันภัยที่กำหนดไว้ สำหรับ ระยะเวลาการจ่ายเงินขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เอาประกันภัยที่จะเลือกซื้อ
- 1.3 **แบบชั่วระยะเวลา (Term Life Insurance)** หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการ จ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้ทำประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนด ไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย แบบประกันลักษณะนี้มีจุดเด่นที่อัตราเบี้ยประกันภัยต่ำ
- 1.4 **แบบสะสมทรัพย์ (Endowment Insurance)** หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการ จ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่ กำหนดในกรมธรรม์ หรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้กับผู้เอาประกันภัย เมื่อผู้เอาประกันภัยมีชีวิต อยู่จนครบสัญญาประกันภัย ซึ่งอาจมีทางเลือกการชำระเบี้ยประกันภัยหลากหลายระยะเวลา และเพิ่มการคืนเงินผลประโยชน์ในระหว่างระยะเวลาของกรมธรรม์ประกันภัย แบบประกันชีวิตนี้ จึงเป็นแบบที่เน้นผลประโยชน์ด้านการออมทรัพย์
- 1.5 **สัญญาเพิ่มเติม (Rider)** เป็นสัญญาที่ทำให้กับผู้ที่มีกรมธรรม์ประกันภัย เพื่อให้ความคุ้มครอง เพิ่มเติมจากกรมธรรม์หลักที่ผู้เอาประกันภัยได้ทำกับบริษัทแล้ว มีสัญญาเพิ่มเติมให้ผู้เอา ประกันภัยเลือก 2 ประเภทหลัก ๆ คือ สัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุ (Personal Accident; PA) และ สัญญาเพิ่มเติมสุขภาพซึ่งสัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตและการสูญเสีย อยุ่เพราะเนื่องจากอุบัติเหตุ และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพให้ความคุ้มครองเกี่ยวกับการชดเชยค่า รักษาพยาบาลที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเกิดจากการเจ็บป่วยหรือจากอุบัติเหตุ

2) การประกันชีวิตกลุ่ม (Group Life Insurance)

ประกันชีวิตกลุ่มเป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งจะมีผู้เอาประกันภัยร่วมกัน ส่วนมากจะเป็นกลุ่ม ของพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นสวัสดิการที่บริษัทห้างร้าน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล และเอกชนจัดให้กับ ลูกจ้างหรือสมาชิก โดยมีหลักการพิจารณาความเสี่ยงของบุคคลในกลุ่มทั้งหมดด้วยอัตราเฉลี่ย ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ หน้าที่การงาน หรือจำนวนเงินเอาประกันภัย โดยจะคำนวณออกมาเป็นอัตราเบี้ยประกันภัยเพียง อัตราเดียว และจะใช้กับบุคคลทุกคนในกลุ่มนั้น และเนื่องจากประกันชีวิตกลุ่มมีค่าใช้จ่ายในการรับประกันภัย หลาย ๆ อย่างต่ำ จึงเป็นผลดีและมีส่วนทำให้เบี้ยประกันภัยรวม โดยส่วนใหญ่ต่ำกว่าการประกันชีวิต รายบุคคล โดยปกติกรมธรรม์ประกันชีวิตกลุ่มจะเป็นสัญญาปีต่อปี

3) แบบคุ้มครองสินเชื่อ

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่คุ้มครองการเสียชีวิต หรือ คุ้มครองการเสียชีวิตและทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงภายในระยะเวลาเอาประกันภัย ด้วยจำนวนเงินเอาประกันภัยที่ลดลงเป็นรายงวด

สัดส่วนผลผลิตแยกตามปีที่ชำระเบี้ยประกันภัยและผลิตภัณฑ์

สัดส่วนผลผลิตรายใหม่ หรือ เบี้ยประกันภัยรับปีแรก ของบริษัท ประจำปี 2558 - 2560 แบ่งตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังต่อไปนี้

ประเภทการประกันชีวิต	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สามัญ - ชำระเบี้ยครั้งเดียว	2,637.96	19.36	2,779.28	24.93	1,226.60	10.27
สามัญ	8,730.62	64.07	6,084.63	54.57	8,548.78	71.56
ตลอดชีพและบำนาญ	642.99	4.72	1,064.42	9.55	1,870.58	15.66
ชั่วระยะเวลา	36.82	0.27	42.61	0.38	37.19	0.31
สะสมทรัพย์	7,840.14	57.53	4,734.18	42.46	6,390.04	53.49
สัญญาเพิ่มเติม	210.67	1.55	243.42	2.18	250.97	2.10
ประกันกลุ่ม	352.49	2.59	451.38	4.05	507.11	4.24
คุ้มครองสินเชื่อ	1,906.13	13.99	1,834.21	16.45	1,664.04	13.93
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	13,627.20	100.00	11,149.50	100.00	11,946.53	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันภัยรับปีแรก หักเบี้ยประกันภัยส่งคืนให้กับผู้เอาประกันภัยเล็กน้อย

- ปี 2558 เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของบริษัททุกประเภท มีจำนวนทั้งสิ้น 13,627.20 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 28.51 ปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 11,149.50 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.18 และ ปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 11,946.53 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.15 โดยผลผลิตในแต่ละประเภทการประกันชีวิต เป็นดังนี้

ผลผลิตประเภทสามัญ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 8,730.62 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 64.07 ของผลผลิตทุกประเภท และมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 85.10 สำหรับปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 6,084.63 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 54.57 ของผลผลิตทุกประเภท ลดลงร้อยละ 30.31 และปี 2560 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 8,548.78 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 71.56 ของผลผลิตทุกประเภท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 40.50

เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของแบบประกันชีวิตตลอดชีพและบำนาญในปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 642.99 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 5.44 สำหรับปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,064.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 65.54 และปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,870.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 75.74

ระหว่างผลผลิตของแบบประกันชีวิตต่าง ๆ ในการประกันชีวิตประเภทสามัญ แบบสะสมทรัพย์มีสัดส่วนสูงที่สุด โดยในปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก 7,840.14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 57.53 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 106.66 สำหรับปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก 4,734.18 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.46 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 39.62 และปี 2560 มีเบี้ยประกันภัยปีแรก 6,390.04 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.49 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม เพิ่มขึ้น ร้อยละ 34.98 โดยที่การประกันชีวิตแบบตลอดชีพและบำนาญมีอัตราการเติบโตสูงสุดในปี 2560

สำหรับสัญญาเพิ่มเติม ปี 2558 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 210.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 0.91 ปี 2559 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 243.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 15.55 และปี 2560 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 250.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.10

ประกันชีวิตกลุ่ม ปี 2558 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 2.59 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 352.49 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 13.71 สำหรับปี 2559 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้น ร้อยละ 4.05 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 451.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 28.05 และ ปี 2560 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 4.24 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 507.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 12.35

แบบคุ้มครองเงินเชื่อ ปี 2558 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 13.99 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,906.16 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 4.56 สำหรับปี 2559 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 16.45 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,834.21 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.77 และ ปี 2560 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 13.93 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,664.04 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 9.28

- สัดส่วนเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป และเบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัท ประจำปี 2558 - ปี 2560 แบ่งตามประเภทการประกันชีวิต ได้ดังนี้

เบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวม

ประเภท การประกันชีวิต	ปี 2558				ปี 2559			
	เบี้ยประกันภัย รับปีต่อไป		เบี้ยประกันภัย รวม		เบี้ยประกันภัย รับปีต่อไป		เบี้ยประกันภัย รวม	
	จำนวนเงิน	สัดส่วน	จำนวนเงิน	สัดส่วน	จำนวนเงิน	สัดส่วน	จำนวนเงิน	สัดส่วน
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)
เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ	-	-	2,637.96	5.88	-	-	2,779.28	6.41
สามัญ	30,342.50	97.21	39,073.12	87.14	31,286.62	97.21	37,371.25	86.24
ตลอดชีพและบำนาญ	2,969.66	9.51	3,612.65	8.06	3,401.09	10.57	4,465.51	10.31
ชั่วระยะเวลา	45.90	0.15	82.72	0.18	55.71	0.17	98.32	0.23
สะสมทรัพย์	25,528.22	81.79	33,368.36	74.42	26,001.94	80.79	30,736.12	70.92
สัญญาเพิ่มเติม	1,798.72	5.76	2,009.39	4.48	1,827.88	5.68	2,071.30	4.78
ประกันกลุ่ม	868.66	2.78	1,221.15	2.72	895.77	2.78	1,347.15	3.11
คุ้มครองสินเชื่อ	1.86	0.01	1,907.99	4.26	1.03	0.00	1,835.24	4.24
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	31,213.02	100.00	44,840.22	100.00	32,183.42	100.00	43,332.92	100.00

ประเภท การประกันชีวิต	ปี 2560			
	เบี้ยประกันภัย รับปีต่อไป		เบี้ยประกันภัย รวม	
	จำนวนเงิน	สัดส่วน	จำนวนเงิน	สัดส่วน
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)
เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ	-	-	1,226.60	2.79
สามัญ	31,083.68	96.86	39,632.46	89.99
ตลอดชีพและบำนาญ	3,885.33	12.11	5,755.91	13.07
ชั่วระยะเวลา	68.57	0.21	105.76	0.24
สะสมทรัพย์	25,252.78	78.69	31,642.82	71.85
สัญญาเพิ่มเติม	1,877.00	5.85	2,127.97	4.83
ประกันกลุ่ม	1,008.12	3.14	1,515.23	3.44
คุ้มครองสินเชื่อ	0.88	0.00	1,664.92	3.78
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	32,092.68	100.00	44,039.21	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวม หักเบี้ยประกันภัยสงคืนให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยกเลิกกรมธรรม์

สำหรับเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทในปี 2558 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 31,213.02 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 4.67 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 44,840.22 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13.45 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate) ร้อยละ 83 ซึ่งเป็นอัตราที่เท่ากับอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์¹ โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 83

สำหรับในปี 2559 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,183.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 3.11 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 43,332.92 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.36 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ร้อยละ 80 ซึ่งต่ำกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 84

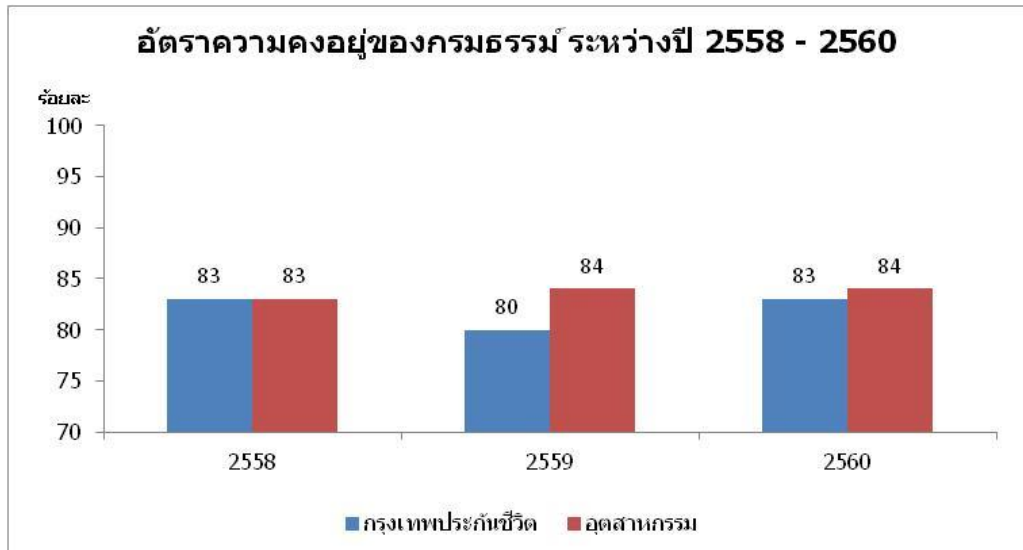
สำหรับในปี 2560 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,092.68 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 0.28 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 44,039.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.63 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ร้อยละ 83 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 84 โดยสามารถพิจารณาแยกตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังนี้

ผลผลิตประเภทสามัญ ในปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 30,342.50 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 4.80 สำหรับในปี 2559 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 31,286.62 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.11 ในปี 2560 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 31,083.68 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 0.65 สำหรับเบี้ยประกันภัยรับรวมในปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 39,073.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.97 ในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 37,371.25 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.36 และในปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 39,632.46 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.05

ประกันชีวิตกลุ่ม ในปี 2558 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 868.66 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อน ร้อยละ 0.19 และมีเบี้ยรับรวม 1,221.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.46 สำหรับในปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 895.77 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.12 และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,347.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 10.32 และสำหรับในปี 2560 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 1,008.12 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 12.54 และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,515.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 12.48

แบบคุ้มครองเงินเชื่อ ในปี 2558 มีเบี้ยรับรวม 1,907.99 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 4.47 สำหรับในปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,835.24 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 3.81 และสำหรับในปี 2560 มีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,664.92 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 9.28

¹ อัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate) คำนวณจากเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปของปีปัจจุบันหารด้วยเบี้ยรับรวมของปีก่อนหน้าหักด้วยเบี้ยประกันภัยรับครั้งเดียวของปีก่อนหน้า



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ

นโยบายการขยายตลาดยังเน้นการวางแผนการเงินรอบด้าน ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมทั้งการสร้างฐานะและการสร้างหลักประกันทั้งในปัจจุบันและอนาคต สามารถรองรับสังคมผู้สูงอายุภายในประเทศซึ่งกำลังเติบโต และสอดคล้องกับสถานการณ์อัตราดอกเบี้ยที่ยังอยู่ในระดับต่ำอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าขนาดของเบี้ยต่อกรมธรรม์จะลดลงจากในอดีต ที่ขยายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์แบบสะสมทรัพย์ระยะสั้นก็ตาม แต่ก็ส่งผลกระทบต่อขนาดของเบี้ยรับในระยะสั้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยสามารถสร้างประโยชน์ต่อลูกค้าและสร้างผลกำไรของบริษัทในอนาคตได้เป็นอย่างดี

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

● ด้านผลิตภัณฑ์

นอกจากผลิตภัณฑ์ด้านการเสริมสร้างฐานะที่ได้รับความนิยมแล้ว ในปีนี้ บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรง ผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองกรณีทุพพลภาพ ต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา เพื่อรองรับแผนการสร้างหลักประกันเพิ่มเติม นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการออมระยะยาวที่ให้ความคุ้มครองชีวิตเพิ่มขึ้นตามระยะเวลา สำหรับวัยเริ่มทำงานและผู้ที่มีสนใจ โดยไม่ต้องตรวจสุขภาพหรือตอบคำถามสุขภาพเพิ่มเติมด้วย

- ด้านการพัฒนาคุณภาพตัวแทน

ส่งเสริมให้มีการเพิ่มปริมาณและคุณภาพของที่ปรึกษาการเงิน ตัวแทนประกันชีวิต และทีมงานคู่ค้า ที่เพียงพอต่อการให้บริการ ดังนี้

1. การพัฒนาและเพิ่มจำนวนที่ปรึกษาการเงิน
 - 1.1 พัฒนาผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ ด้วยหลักสูตรผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Securities Investment Consultant) เพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ให้กับตัวแทน โดยปัจจุบันบริษัทมีผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ที่ผ่านการอบรม และได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จำนวน 1,294 คน
 - 1.2 พัฒนานักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ เพื่อสามารถให้บริการวางแผนและให้คำปรึกษาทางการเงินในทุกด้าน ทำให้ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายการเงินตามความต้องการ โดยในปัจจุบันบริษัทมีนักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ ที่ได้รับคุณวุฒิวิชาชีพจากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย จำนวน 121 คน
2. การพัฒนาตัวแทนประกันชีวิต เน้นการพัฒนาตัวแทนเพื่อให้มีความยั่งยืนในวิชาชีพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยได้รับรางวัลที่สำคัญดังนี้
 - 2.1 ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ หรือ TNQA (Thailand National Quality Awards) ตามหลักเกณฑ์ของสมาคมประกันชีวิตไทย จำนวน 356 คน
 - 2.2 ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นนานาชาติ หรือ IQA (International Quality Awards) ตามหลักเกณฑ์ของ Limra International จำนวน 339 คน
 - 2.3 ได้รับรางวัลสโมสรล้านเหรียญโต๊ะกลม หรือ MDRT (Million Dollar Round Table) จำนวน 86 คน และตัวแทนที่มีศักยภาพผลิตผลงานได้ระดับ COT (Court of table) และ TOT (Top of the table) อีกจำนวน 2 คน ตามหลักเกณฑ์ของสโมสร MDRT รวมทั้งสิ้น 88 คน
 - 2.4 ได้รับรางวัลตัวแทนประกันชีวิตคุณภาพดีเด่น ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย จำนวน 1 คน
3. พัฒนาทีมงานของคู่ค้าเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องครบถ้วนและเป็นปัจจุบันตามกฎหมายเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัยและกฎหมายอื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนได้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อผลิตภัณฑ์

- **ด้านความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ**

ด้วยความร่วมมือจากพันธมิตรทางธุรกิจ บริษัทได้เพิ่มนโยบายการขยายทีม Professional Financial Adviser: PFA สุภูมิภาค เพื่อเสริมจุดยืนในการเป็นผู้นำด้านวางแผนการเงิน โดยเริ่มทดลองนำร่องในจังหวัดที่เป็นยุทธศาสตร์หลัก คือ จังหวัดชลบุรี พร้อมแผนการพัฒนาศักยภาพ เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งของทีม และแผนการขยายทีม PFA สุภูมิภาคอื่นต่อไป

นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกันพัฒนา 3B Link เครื่องมือช่วยสนับสนุนการวางแผนการเงิน การลงทุน และประกันชีวิต เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการวางแผนการเงินที่ดีให้กับ FA ด้วย

ด้านความร่วมมือกับธนาคารพันธมิตร ได้เพิ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการออมระยะยาวที่ให้ความคุ้มครองเพิ่มขึ้นตามระยะเวลา สำหรับกลุ่มวัยเริ่มทำงานและผู้สนใจ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของธนาคาร โดยมีจุดเด่น คือ ไม่ต้องตรวจสุขภาพและไม่ต้องตอบคำถามสุขภาพ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

บริษัทยังได้ร่วมมือกับพันธมิตรรายใหม่ที่มีประสบการณ์สูง เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มตลาดใหม่ (Lead) โดยสามารถเพิ่มรายชื่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น และใช้ต้นทุนที่ถูกลง

- **ด้านช่องทางการขายใหม่**

บริษัทได้มีการพัฒนาช่องทางดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคสามารถซื้อประกันได้สะดวกตลอด 24 ชั่วโมง รวดเร็วด้วยขั้นตอนการซื้อง่าย ๆ เพียงไม่กี่ขั้นตอน และปลอดภัยด้วยมาตรฐานระดับสากล โดยเป็นบริษัทประกันชีวิตแห่งแรกที่ได้รับอนุมัตินำเสนอแบบประกันออนไลน์เต็มรูปแบบจากคปภ. และได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านการจัดการความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 โดยเปิดตัวครั้งแรกด้วยแบบประกันเพื่อการออม บีแอลเอ สมาร์ทเซฟวิง 168 เมื่อกลางเดือนพฤศจิกายน 2559 และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในปีที่ผ่านมาสำหรับผลิตภัณฑ์ บีแอลเอ สมาร์ทเกน (10/1)

- **ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า**

บริษัทได้มีการสื่อสารถึงการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนนโยบายการวางแผนการเงินรอบด้านอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1. สร้างการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อตอบโจทย์การวางแผนการเงิน โดยเน้นแผนผลิตภัณฑ์ที่รองรับความเสี่ยงด้านสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บ และการดูแลสุขภาพ ทั้งโครงการ บีแอลเอ ชุ่นใจโรคภัย และ บีแอลเอ ดูแลสุขภาพ โพรเทค รวมถึงแผนที่ช่วยสร้างวินัยการออมให้คนไทย เช่น แบบประกันกรุงเทพ 200 และ แบบประกัน บีแอลเอ สมาร์ทเซฟวิง 168

2. สื่อสารถึงโครงการ 3B Link แผนการลงทุนคู่ความคุ้มครอง นวัตกรรมทางการเงินที่จะช่วยตอบโจทย์การวางแผนการเงิน โดยพันธมิตร 3B เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านการวางแผนการเงินส่วนบุคคล
3. ให้ความรู้การวางแผนการเงินรอบด้านกับกรุงเทพประกันชีวิต ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี และให้บริการวางแผนการเงินรอบด้านต่อประชาชนฟรี ในงานมหกรรมการเงินต่างๆ ภายใต้แนวคิด “ไม่ต้องรอปลายปี ก็มีเงินเก็บได้ ด้วยการวางแผนการเงินอย่างต่อเนื่อง
4. สร้างความเชื่อมั่นในบริษัท ด้วยรางวัลสุดยอดองค์กรแห่งปี Thailand Top Company Awards 2017 กลุ่มธุรกิจประกัน 3 ปีซ้อน, รางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ (TNQA) และการเปิดศูนย์วางแผนการเงินส่วนบุคคล เพื่อขยายการให้บริการวางแผนการเงินรอบด้านสู่ประชาชนทั่วประเทศ

บริษัทยังให้ความสำคัญกับ โครงการ BLA Happy Life Club อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการให้ความรู้เรื่องการวางแผนการเงิน และกิจกรรมเพื่อมอบความสุขให้กับลูกค้า ตลอดจนสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยได้เพิ่มสิทธิประโยชน์ของกลุ่มลูกค้าระดับ VIP ทั้งการตรวจสุขภาพประจำปี บริการข้อมูลช่วยเหลือฉุกเฉินทางการแพทย์ การบริการข้อมูลสำรองเข้าใช้บริการห้องรับรองที่สนามบินทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ให้บริษัทได้ดูแลกรรมธรรม์ของลูกค้าอย่างต่อเนื่องต่อไป

(2) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2558

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	2,487.95	18.26	11,803.16	37.81	14,291.11	31.87
ธนาคาร	10,840.72	79.55	18,455.53	59.13	29,296.25	65.33
อื่น ๆ	298.53	2.19	954.33	3.06	1,252.86	2.79
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	13,627.20	100.00	31,213.02	100.00	44,840.22	100.00

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2559

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	2,540.65	22.79	12,524.75	38.92	15,065.40	34.77
ธนาคาร	8,169.42	73.27	18,679.71	58.04	26,849.13	61.96
อื่น ๆ	439.43	3.94	978.96	3.04	1,418.39	3.27
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	11,149.50	100.00	32,183.42	100.00	43,332.92	100.00

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2560

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ตัวแทน	2,196.88	18.39	11,983.75	37.34	14,180.63	32.20
ธนาคาร	9,236.58	77.32	19,013.06	59.24	28,249.64	64.15
อื่น ๆ	513.07	4.29	1,095.87	3.41	1,608.94	3.65
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	11,946.53	100.00	32,092.68	100.00	44,039.21	100.00

หมายเหตุ : *เบี้ยประกันภัยรับปีกรรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียว

เบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทแยกตามช่องทางจำหน่ายในปี 2560 ยังมีสัดส่วนใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยมีช่องทางธนาคารเป็นช่องทางหลัก มีเบี้ยรับรวมที่สัดส่วนร้อยละ 64.15 รองลงมาคือช่องทางตัวแทนอยู่ที่ร้อยละ 32.20 และช่องทางอื่น ๆ อยู่ที่ร้อยละ 3.65 โดยมีนโยบายด้านช่องทางจำหน่ายที่สำคัญ ดังนี้

● ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยรับรวม และเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว ผ่านช่องทางตัวแทน ปี 2560

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรก รวมเบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วน แบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	116,530	39.36	3.76	19,514	32.28	3.08
2. ไทยประกันชีวิต	63,559	21.47	2.29	14,379	23.79	-1.43
3. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	25,165	8.50	10.23	5,804	9.60	9.77
4. เมืองไทยประกันชีวิต	23,652	7.99	-0.27	7,307	12.09	-0.61
5. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	14,214	4.80	-1.04	1,794	2.97	-6.68
6. กรุงเทพประกันชีวิต	14,181	4.79	-5.87	2,197	3.63	-13.53
7. ไทยสมุทรประกันชีวิต	11,659	3.94	0.60	2,087	3.45	6.70
ธุรกิจ	296,045	100.00	3.10	60,449	100.00	1.05

หมายเหตุ : ข้อมูลจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2560 บริษัทมีเบี้ยรับรวมอยู่ในอันดับที่ 6 ต่ำกว่าปี 2559 ที่อยู่ในอันดับที่ 5 โดยมีอัตราเติบโตต่ำกว่าธุรกิจ จากการเติบโตที่ลดลงของเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียวที่ลดลงค่อนข้างมาก เนื่องจากนโยบายลดการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์และผลิตภัณฑ์บำนาญแบบชำระครั้งเดียวลงถึงร้อยละ 28.60 การมุ่งขยายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิต การปรับเพิ่มอัตราเบี้ยประกันและเงื่อนไขการขายสำหรับผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะยาวหลายแบบ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักในการขยายตลาด ทั้งหมดนี้ ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของเบี้ยรับปีแรกโดยรวม แต่เป็นไปเพื่อลดภาระในระยะยาว และสามารถสร้างผลกำไรที่ดีให้กับบริษัทได้ในอนาคต

เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และสร้างผลกำไรให้กับบริษัทมากขึ้น จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อความคุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรง รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองทุพพลภาพ ตามความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น โดยสามารถใช้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสนับสนุนการวางแผนการเงิน ด้านการสร้างหลักประกันให้กับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นด้วย

ด้านการสร้างและพัฒนาตัวแทนและที่ปรึกษาการเงิน บริษัท ได้ดำเนินการตามนโยบายและแผนงานที่ได้รับอนุมัติอย่างต่อเนื่อง ภายใต้สถานการณ์การสร้างตัวแทนใหม่ของธุรกิจที่มีแนวโน้มลดลง โดยจะเห็นได้จากอัตราการสมัครสอบของธุรกิจ ที่มีผู้สมัครสอบลดลงถึง 10.44% แต่ด้วยโครงการ Mega Recruit และโครงการ TII Pilot Project ที่สนับสนุนให้หัวหน้าหน่วยเร่งการสร้างตัวแทนใหม่ และจัดให้เข้าอบรมตัวสอบจากสถาบัน TII (Thailand Insurance Institute : สถาบันประกันภัยไทย) ทำให้ ณ สิ้นเดือนธันวาคม บริษัทมีตัวแทนใหม่ที่มีใบอนุญาต เติบโตเพิ่มขึ้น 10.26%

ในด้านการเพิ่มจำนวนที่ปรึกษาการเงิน บริษัทได้สนับสนุนการพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อให้ตัวแทนของบริษัทสามารถสอบรับใบอนุญาตคุณวุฒิต่าง ๆ ได้แก่ ใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัย โดยเฉพาะใบอนุญาตผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Securities Investment Consultant) เพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คุณวุฒิวิชาชีพนักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ จากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการวางแผนการเงินส่วนบุคคล โดย ณ สิ้นปี 2560 บริษัทมีทีมผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.11%

● ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยรับรวม และเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว ผ่านช่องทางธนาคาร ปี 2560

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เมืองไทยประกันชีวิต	75,251	27.85	8.20	22,950	24.39	-10.36
2. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	44,451	16.45	-5.50	7,787	8.28	-30.99
3. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	35,733	13.23	16.13	10,331	10.98	37.07
4. กรุงเทพประกันชีวิต	28,250	10.46	5.22	9,237	9.82	13.06
5. พรูเด็นเชียลประกันชีวิต	18,895	6.99	13.76	8,477	9.01	19.59
6. ไทยประกันชีวิต	16,044	5.94	4.89	6,560	6.97	0.57
7. เอฟ ดับบลิว ดี ประกันชีวิต	14,861	5.50	9.16	4,660	4.95	-12.14
ธุรกิจ	270,155	100.00	9.17	94,091	100.00	5.10

หมายเหตุ : ข้อมูลของบริษัทอื่น จากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2560 บริษัทมีเบี้ยรับรวมอยู่ในอันดับเดิม คือ อันดับที่ 4 เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.22 โดยมีอัตราเติบโตต่ำกว่าธุรกิจ จากการลดลงของเบี้ยชำระครั้งเดียวที่ลดลงมากถึงร้อยละ 40.27 ตามนโยบายลดการขายผลิตภัณฑ์ประเภทสะสมทรัพย์ชำระเบี้ยระยะสั้น ที่ไม่สามารถสร้างผลกำไร ในขณะที่เบี้ยรับปีแรกไม่รวมเบี้ยชำระครั้งเดียวมีการเติบโตสูงมากถึงร้อยละ 56.95 จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะยาวที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคาร เพื่อการสร้างรายได้และผลกำไรได้เพิ่มขึ้น โดยยังคงเน้นการขายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิต และผลิตภัณฑ์บำนาญ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกำไรให้มีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กันไปด้วย สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทคุ้มครองสินเชื่อ บริษัทมีอัตราการเติบโตลดลงตามภาวะการชะลอตัวของสินเชื่อในธนาคาร

บริษัทมีการประสานความร่วมมือกับธนาคารพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง ในเรื่องของแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเสริมสร้างความรู้ด้านการประกันชีวิตและทักษะการขายใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรของธนาคารเพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ครอบคลุมตามรายละเอียดกรมธรรม์ที่นำเสนอต่อลูกค้า และถูกต้องตามหลักเกณฑ์นายหน้าประกันชีวิตที่กฎหมายกำหนดไว้ รวมถึงสนับสนุนกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ของธนาคาร การให้บริการลูกค้าและการประสานงานภายในสาขาธนาคาร โดยการเพิ่มทีมเจ้าหน้าที่พัฒนาการตลาด เข้าดูแลอำนวยความสะดวกในทุกสาขาธนาคารทั่วประเทศด้วย

- **ด้านช่องทางจำหน่ายอื่น ๆ**

บริษัทได้เพิ่มการพัฒนาช่องทางดิจิทัล ซึ่งเป็นช่องทางใหม่อย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ และการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงฐานลูกค้ารุ่นใหม่ให้มากขึ้น นอกจากนี้ ยังได้ค้นหาพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อช่วยสนับสนุนให้บริษัทเข้าถึงตลาดกลุ่มใหม่ได้โดยตรง ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไรให้กับบริษัทได้อีกทาง

2.2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

(1) ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ : เบียร์รับรวม และเบียร์ปีแรกรวมเบียร์ชำระครั้งเดียว ปี 2560

บริษัท	เบียร์รับรวม			เบียร์ปีแรก รวมเบียร์ชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	126,284	20.99	4.15	25,893	15.43	5.84
2. เมืองไทยประกันชีวิต	102,681	17.06	5.84	31,066	18.51	-8.13
3. ไทยประกันชีวิต	82,527	13.72	2.49	22,760	13.56	-1.35
4. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	63,371	10.53	13.41	18,451	10.99	23.51
5. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	49,535	8.23	-6.04	8,340	4.97	-31.82
6. กรุงเทพประกันชีวิต	44,039	7.32	1.63	11,947	7.12	7.15
7. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	32,171	5.35	3.53	6,185	3.69	-9.84
ธุรกิจ	601,725	100.00	5.89	167,825	100.00	3.87

หมายเหตุ : ข้อมูลของบริษัทอื่น จากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบียร์รับรวม

ภาพรวมธุรกิจ เบียร์รับรวมมีอัตราเติบโตร้อยละ 5.89 ใกล้เคียงกับการเติบโตของปีก่อน โดยการเติบโตหลักมาจากการต่ออายุกรมธรรม์เดิมที่มีอยู่ เห็นได้จากเบียร์ปีต่อไปมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.69 ร่วมกับการเติบโตของเบียร์ชำระครั้งเดียวที่มีการเติบโตสูงถึงร้อยละ 25.94 จากการขยายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะสั้นเป็นระยะ เพื่อรักษาขนาดของรายได้ ร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองชีวิตแบบชำระครั้งเดียว และผลิตภัณฑ์ยูนิคัลเข้าสู่ตลาด เพื่อชดเชยรายได้ในส่วนของเบียร์ปีแรกไม่รวมเบียร์ชำระครั้งเดียวที่มีการเติบโตลดลงร้อยละ 6.42 รวมถึงช่วยลดภาระต้นทุนจากอัตราดอกเบี้ยที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ ทำให้การพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะสั้นจำนวนมาก ทำได้ยากและไม่มีกำไร

ในด้านของช่องทางจำหน่าย ทุกช่องทางมีการเติบโตของธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น ยกเว้นช่องทางขายตรงซึ่งยังคงได้รับผลกระทบมากที่สุด จากกฎเกณฑ์ของภาครัฐที่มีมากขึ้น ทำให้การขายตลาดใหม่ทำได้ยาก และเนื่องจากผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่พัฒนาขึ้นใหม่มีความซับซ้อนมากขึ้น การให้บริการคำแนะนำจึงยังมีความจำเป็น เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ ทำให้สองช่องทางหลัก คือ ช่องทางธนาคารและช่องทางตัวแทน จึงยังมีการเติบโตของเบียร์รับได้อย่างต่อเนื่อง

(2) ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์

ธุรกิจมีการแข่งขันสูง โดยเบี้ยรับรวมของธุรกิจเติบโตได้จากการรักษาเบี้ยปีต่อไปซึ่งเป็นฐานตลาดเดิมของแต่ละบริษัท สำหรับการขยายตลาดใหม่เติบโตเล็กน้อย จากการรักษานาถเบี้ยผลิตประเภทสะสมทรัพย์ชำระเบี้ยระยะสั้นและแบบชำระเบี้ยครั้งเดียว เพื่อรักษานาถของธุรกิจ โดยเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิต ผลิตภัณฑ์เพื่อคุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรง รวมถึงผลิตภัณฑ์ยูนิคัลด์ ที่มีโอกาสสร้างผลกำไรได้มากกว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ เช่น ช่องทางออนไลน์ การพัฒนาคุณภาพตัวแทนเพื่อเป็นที่ปรึกษาการเงิน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจเพื่อสนับสนุนการขายและบริการ ตลอดจนการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะผ่านทางโซเชียลมีเดีย ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวกรวดเร็ว เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสนับสนุนการขยายตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ส่งผลดีต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการของทางภาครัฐที่ให้นำเบี้ยประกันสุขภาพที่ซื้อตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 เป็นต้นไป มาหักลดหย่อนภาษีได้ตามจำนวนที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท และเมื่อรวมกับเบี้ยประกันชีวิตแล้วหักลดหย่อนได้สูงสุดไม่เกิน 100,000 บาทต่อปี มาตรการดังกล่าว ส่งผลดีต่อภาคธุรกิจและประชาชน รวมถึงภาครัฐ เนื่องจากเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดแรงจูงใจในการซื้อประกันสุขภาพมากขึ้น

(3) แนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตปี 2561

เบี้ยประกันภัยยังคงมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยช่องทางการขายหลักที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตดังกล่าวคือ ช่องทางธนาคารซึ่งมีการจำหน่ายสินค้าประเภทสะสมทรัพย์เป็นหลัก ซึ่งเป็นแบบประกันชีวิตที่มีเบี้ยประกันภัยรับที่ค่อนข้างสูงอยู่แล้ว นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายหลักของช่องทางธนาคารเป็นกลุ่มที่มีรายได้ในระดับปานกลางถึงระดับสูงซึ่งมีความสามารถในการชำระเบี้ยปีต่อไปได้ ทำให้เบี้ยประกันภัยรับรวมของธุรกิจยังคงเติบโตได้ดี

สำหรับผลการดำเนินงานของปี 2560 เบี้ยประกันภัยรับรวมขยายตัวได้มากกว่าปี 2559 โดยมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 6 ประกอบด้วยหลายปัจจัย เช่น นโยบายของภาครัฐ รายได้ของผู้บริโภค อัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ สภาพเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ ปัจจัยสนับสนุนจากภาครัฐ และภาคธุรกิจ รวมถึงประชาชนตัดสินใจซื้อเพื่อใช้สิทธิลดหย่อนภาษีด้วย

สำหรับแนวโน้มในอนาคต คาดว่ายังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยอัตราการเข้าถึงกรมธรรม์ (penetration rate) ของประชาชนยังคงอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยส่งเสริมจากภาครัฐ เช่น การปรับปรุงหรือออกกฎระเบียบให้รองรับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตให้มีความยืดหยุ่นเอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล การส่งเสริมด้านการนำเบี้ยมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้ส่วนบุคคล โดยล่าสุดมีมติเห็นชอบเพื่อส่งเสริมการประกันสุขภาพโดยสามารถนำเบี้ยประกันสุขภาพมาลดหย่อนภาษีได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 15,000 บาท เมื่อรวมกับเบี้ยประกันชีวิตแล้วได้สูงสุดไม่เกิน 100,000 บาท นอกจากนี้ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อกิจการประกันชีวิต ดังนี้

1. เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น

เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องอยู่ในช่วงร้อยละ 3.3-4.3 โดยมีการใช้จ่ายภาครัฐเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ ตามกรอบรายจ่ายลงทุนภาครัฐประจำปีงบประมาณ 2561 ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง นอกจากนี้ การลงทุนภาครัฐที่เพิ่มขึ้น รวมถึงความชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการเลือกตั้งช่วยสร้างความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจและยังจะช่วยกระตุ้นการลงทุนภาคเอกชนในประเทศไทยได้มากขึ้น สำหรับเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าของไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้ใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า ซึ่งจะกระทบต่อการส่งออกสินค้าและบริการของไทยที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทยให้ขยายตัว ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนยังคงมีรายได้ที่จะใช้จ่าย

2. แนวโน้มประชากรผู้สูงอายุ และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายรักษาพยาบาล

ประเทศไทยมีแนวโน้มจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีอายุยืนยาวขึ้น โดยประชากรไทยจะมีอายุขัยเฉลี่ยอยู่ที่ 74.9 ปี ผู้ชายมีอายุขัยเฉลี่ยที่ 71.9 ปี และผู้หญิงมีอายุขัยเฉลี่ยที่ 78 ปี ในขณะที่อัตราการเกิดมีแนวโน้มลดลง การเตรียมวางแผนการเงินหลังเกษียณจึงมีความจำเป็นมากขึ้นในอนาคต

3. อัตราการถือครองกรมธรรม์ในประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำ

อัตราการถือครองกรมธรรม์ยังอยู่ในระดับต่ำ จากข้อมูลอัตราการถือครองกรมธรรม์ของประชากรไทย ยังอยู่ในระดับต่ำที่ 37.3% ณ สิ้นปี 2559 เป็นโอกาสในการขยายธุรกิจประกันชีวิต โดยเฉพาะในเขตภูมิภาค

4. ความต้องการการวางแผนการเงินส่วนบุคคล (Financial Planning Need)

แนวโน้มในอนาคตทั่วโลกที่คนให้ความสนใจในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจด้านการเงิน และสามารถช่วยให้บรรลุเป้าหมายในชีวิตของแต่ละบุคคล จึงเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจประกันชีวิตในการขยายตลาด

5. การเข้าสู่เศรษฐกิจของโลกดิจิทัล

การที่เทคโนโลยีด้านดิจิทัลพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีเทคโนโลยีหรือการบริการทางการเงินรูปแบบใหม่ ๆ ช่วยให้บริษัทสามารถพัฒนาการบริการให้ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้เทคโนโลยีใหม่ ๆ สามารถที่จะนำมาช่วยในการขาย การชำระเงิน หรืออื่น ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทก็จะต้องมีการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามาและการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอาจจะมีคู่แข่งในธุรกิจอื่น ๆ ที่เข้ามาสู่ธุรกิจประกันเพิ่มมากขึ้นด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

(1) แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทประกอบด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้น เบี้ยประกันภัยรับสุทธิ และกำไรจากการลงทุนสุทธิ ณ สิ้นปี 2558 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 26,998.32 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 5.55 จากปี 2557 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 43,929.89 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 9,913.19 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 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

ณ สิ้นปี 2560 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 38,786.30 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 16.33 จากปี 2559 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 42,942.40 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 11,602.93 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.13

(2) แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน

บริษัทจะจัดส่วนหนึ่งของเงินทุนจากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิไว้สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท และส่วนหนึ่งสำหรับเป็นเงินสำรองประกันชีวิตเพื่อใช้จ่ายค่าสินไหมทดแทน ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์หากครบกำหนดชำระผลตอบแทน หรือผู้รับประโยชน์หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต

แหล่งใช้ไปของเงินทุนของบริษัทที่สำคัญในปี 2558 ประกอบด้วย ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 15,390.19 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 2,849.85 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อนทั้งสิ้น 29,873.54 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2559 แหล่งใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วยผลประโยชน์จ่ายตามกรรมสิทธิ์
ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 17,772.34 ล้านบาท ค่าจ้าง
และบำเหน็จให้กับนายหน้า 3,158.82 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อนทั้งสิ้น 26,104.09
ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2560 แหล่งใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วยผลประโยชน์จ่ายตามกรรมสิทธิ์
ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 22,824.35 ล้านบาท ค่าจ้าง
และบำเหน็จให้กับนายหน้า 3,498.85 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อนทั้งสิ้น 23,182.75
ล้านบาท

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทประกันชีวิตเป็นสถาบันการเงินที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่กำกับและส่งเสริมให้ธุรกิจประกันชีวิตมีความมั่นคง โดยแนวทางการกำกับที่สำคัญ ได้แก่ การกำกับเงินกองทุนตามระดับความเสี่ยง (Risk Based Capital: RBC) การทดสอบภาวะวิกฤต (Stress Test) และการกำกับการลงทุนและประกอบธุรกิจอื่น เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังอยู่ภายใต้การกำกับดูแลโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) อีกด้วย ส่งผลให้การบริหารความเสี่ยงของบริษัทได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ตามกรอบและนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ถูกพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวทางอันเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และเป็นไปตามแนวทางของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงได้มีการทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน มุ่งเน้นการนำไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ปี 2560 บริษัทต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงที่มีนัยสำคัญด้านต่าง ๆ ซึ่งบริษัทได้ประเมินผลกระทบ และวางแผนการดำเนินงานและมาตรการต่าง ๆ เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยง ดังนี้

- 1. ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน** อุตสาหกรรมกรมประกันชีวิตมีภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นสินค้าที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจและกลุ่มเป้าหมายมีศักยภาพในการชำระเบี้ย ซึ่งมีอัตราส่วนต่อประชากรและอัตราการเพิ่มไม่มากนัก บริษัทตระหนักและได้มุ่งเน้นในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านต่าง ๆ ให้พร้อมรองรับกับการแข่งขัน ได้แก่ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ตลอดจนการสำรวจความต้องการของลูกค้าทั้งจากทีมงานภายในและผู้เชี่ยวชาญภายนอก การเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการขายที่มีอยู่ การเพิ่มช่องทางการขายใหม่คือช่องทางขายออนไลน์ การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้กระชับรวดเร็ว การพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการบริการลูกค้า ด้านการบริการตัวแทน ฯลฯ รวมถึงการเพิ่มการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้บริษัทและผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่รู้จักของสาธารณชนมากยิ่งขึ้น รวมถึงแผนรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ของพันธมิตรใหม่ที่เกิดขึ้นของช่องทางธนาคาร
- 2. ความเสี่ยงด้านช่องทางการขาย** บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงยอดขายจากช่องทางใดช่องทางหนึ่งมากเกินไปมาโดยตลอด จึงได้พยายามพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มสัดส่วนยอดขายของช่องทางอื่น ๆ ให้เพิ่มขึ้น ซึ่งก็ได้ผลเป็นที่น่าพอใจและมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ช่วงปลายปีจะมีการประกาศเพิ่มพันธมิตรใหม่ในธุรกิจประกันชีวิตของธนาคารกรุงเทพ แต่บริษัทก็ยังคงได้รับการสนับสนุนจากธนาคารกรุงเทพในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทให้กับลูกค้าซึ่งเป็นสัดส่วนของยอดขายส่วนใหญ่ของช่องทางธนาคารในปัจจุบัน และบริษัทได้พัฒนาช่องทางการขายอื่น ๆ เพื่อรองรับการกระจายตัวของธุรกิจทั้งในปัจจุบันและในอนาคตเช่นเดียวกัน

3. ความเสี่ยงจากแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ย ปี 2560 อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มลดลงและอยู่ระดับต่ำ แม้ไตรมาส 4 อัตราดอกเบี้ยจะปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ก็ส่งผลกระทบต่อบริษัทในหลายด้าน ดังนี้

3.1 เงินกองทุนและอัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน อัตราดอกเบี้ยที่ลดลงอยู่ในระดับต่ำทำให้ระดับเงินกองทุน (Total Capital Available: TCA) และอัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน (Capital Adequacy Ratio: CAR) ลดลง บริษัทได้บริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย ด้วยการบริหารให้สินทรัพย์และหนี้สินที่มีความอ่อนไหวของมูลค่าต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในระดับที่ใกล้เคียงกัน (Duration Matching) ซึ่งดำเนินการควบคู่กับการบริหารกระแสเงินสดของสินทรัพย์และหนี้สินให้สัมพันธ์กันด้วย (Cash Flow Matching) ในขณะเดียวกันยังคงรักษาระดับผลตอบแทนอย่างเหมาะสม

3.2 ความผันผวนของงบการเงิน โดยบริษัทต้องตั้งเงินสำรองพิเศษ (LAT Reserve) จากกฎเกณฑ์การทดสอบความเพียงพอของภาระผูกพันตามสัญญาประกันชีวิต (Liability Adequacy Test: LAT) เมื่ออัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้งบกำไรขาดทุนมีผลการดำเนินงานขาดทุนในบางช่วงเวลา ซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ต้องตั้งเงินสำรองเพิ่มเติม บริษัทจึงได้บริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบจากภาวะดังกล่าว ด้วยการบริหารสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ (Product Mix) ให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ พร้อมทั้งเพิ่มการสื่อสารความรู้ด้านเทคนิคเกี่ยวกับ LAT Reserve แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงนักวิเคราะห์การลงทุน

3.3 ผลตอบแทนจากการลงทุนในตลาดตราสารหนี้ เป็นอีกผลกระทบจากภาวะอัตราดอกเบี้ยดังกล่าวส่งผลให้เงินลงทุนใหม่มีแนวโน้มที่จะได้ผลตอบแทนลดลง โดยเฉพาะการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล ในขณะที่การลงทุนตราสารหนี้ภาคเอกชนที่ให้อัตราผลตอบแทนมากกว่ามีปริมาณสินทรัพย์ให้ลงทุนอย่างจำกัด บริษัทจึงมีมาตรการในการเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนด้วยการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงเพิ่มมากขึ้นในสัดส่วนที่เหมาะสม ควบคู่ไปกับนโยบายควบคุมไม่ให้อัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุนได้รับผลกระทบจากการลงทุนมากเกินไป

4. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและการกำกับ โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางการเข้าสู่มาตรฐานสากล ซึ่งหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง มีการประกาศเปลี่ยนแปลงหรือออกกฎระเบียบใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง บริษัทได้ติดตามข้อมูล ข่าวสารอย่างใกล้ชิด และมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และได้พัฒนาระบบงาน กระบวนการทำงานให้สอดคล้อง ตามแนวทางดังกล่าว ตลอดจนเพิ่มการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงสินทรัพย์ของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีสาขา (ไม่รวมสำนักงานใหญ่) จำนวน 68 สาขา โดยเป็นทรัพย์สินของบริษัท จำนวน 33 แห่ง (อาคารไม่ใช้ 6 แห่ง สมุทรสงคราม, กาฬสินธุ์, พิษณุโลก, เชียงราย, นครราชสีมา, อุบลราชธานี) อยู่ระหว่างก่อสร้าง 1 แห่ง (ขอนแก่น) มีพื้นที่ที่แบ่งให้เช่า 1 แห่ง (หาดใหญ่) และสาขาที่บริษัทเช่าจำนวน 41 สาขา (หมายเหตุ – อาคารสาขาขอนแก่นปัจจุบันเป็นอาคารของบริษัท)

บริษัทมีทรัพย์สินประเภท ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์ ดังนี้

- สำนักงานใหญ่ของบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 23/115-121 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวง บางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 ซึ่งบริษัททำสัญญาเช่าระยะยาวกับผู้ให้เช่า สิ้นสุด ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2563
- ที่ดิน อาคารชุด ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และอุปกรณ์สุทธิอื่น ๆ ณ สิ้นปี 2560 มีจำนวน 1,330.59 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ที่ดินเปล่า อาคารชุด และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง *

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2560 (ล้านบาท)	พื้นที่ (ตร.วา)	ราคาประเมิน (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	วัตถุประสงค์
อาคารชุด จำนวน 1 ห้องชุด (สาขาเอกมัย) ที่ตั้ง เขต.พระโขนง จ. กรุงเทพมหานคร	10.68	327.08	125.87	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง อาคารระหว่างก่อสร้าง						
- ที่ดิน	794.25	6,228.60	816.60	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
- สิ่งปลูกสร้าง	347.84	-	239.77	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
รวม	1,152.77	6,558.68	1,182.24			

หมายเหตุ: ราคาที่ดินและอาคารประเมินตามกฎการประเมินของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบ

ธุรกิจประกันภัย ปี 2557 - 2560

* ส่วนที่เป็นของบริษัท

4.1.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท*

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2560 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	4.48	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
เครื่องใช้สำนักงาน	123.94	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	17.19	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
ค่าปรับปรุงทรัพย์สินที่เช่า	32.21	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
รวม	177.82		

หมายเหตุ: * ส่วนที่เป็นของบริษัท

สัญญาเช่าระยะยาว

บริษัทมีสัญญาเช่าอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงานใหญ่กับบริษัท นารายร่วมพิพัฒน์ จำกัด ซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน (โปรดดูรายละเอียด หัวข้อ รายการระหว่างกัน หน้า 108) มีระยะเวลาการเช่า 25 ปี นับตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2538 - 30 พฤศจิกายน 2563 โดยบริษัทมีการจ่ายเงินล่วงหน้าไปแล้ว รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 294 ล้านบาท และบริษัทยังคงมีภาระการจ่ายค่าเช่าและค่าบริการรายเดือนประมาณ 520,486 บาทต่อเดือน

4.2 การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์ันส์ โบรกเกอร์ จำกัด และบริษัท Bangkok Life Assurance (Cambodia) Plc. ซึ่งเป็นบริษัทย่อย มูลค่ารวม 151,116,600 บาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยคิดเป็นร้อยละ 0.049 ของสินทรัพย์รวม (โปรดศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม หน้า 2 - 3)

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีข้อพิพาททางกฎหมายที่บริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุดและเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท ดังนี้

- บริษัทเป็นจำเลยในคดีเรียกร้องค่าสินไหม เนื่องจากบริษัทได้ทำการปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมกับผู้เอาประกันภัย สำหรับกรณีที่ผู้เอาประกันภัยได้ทำผิดข้อตกลงที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ทั้งสิ้นจำนวน 9 คดี โดยมีการเรียกร้องค่าเสียหาย จำนวน 17.56 ล้านบาท คดีที่มีการเรียกร้องค่าเสียหายสูงสุด(ทุนทรัพย์ที่ยื่นฟ้อง) เป็นเงินจำนวน 8.12 ล้านบาท โดยปัจจุบันบริษัทได้แต่งตั้งทนายความเข้าสู่คดีดังกล่าว เพื่อไม่ต้องรับผิดตามข้อกล่าวหาดังกล่าว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value)

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2560 โดยมีบริษัท ดีลอยท์ ทูช โทมัส ไซยัค ที่ปรึกษา จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาในการประเมินมูลค่าดังกล่าว มีรายละเอียดเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาดังนี้

	31 ธันวาคม			
	2560		2559	
	ล้านบาท	บาทต่อหุ้น	ล้านบาท	บาทต่อหุ้น
Embedded Value (EV)	62,740	36.74	54,739	32.09
Value of One Year New Business (VNB)	1,601	0.94	1,618	0.95
สมมุติฐานที่สำคัญ :				
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	4.25%		4.25%	
อัตราดอกเบี้ยคิดลด (Discount Rate)	9.00%		9.00%	