

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ความเป็นมาของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เริ่มต้นจาก ฯพณฯ ควง อภัยวงศ์ (อดีต นายกรัฐมนตรี) พระยาศรวิศาลวาจา 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

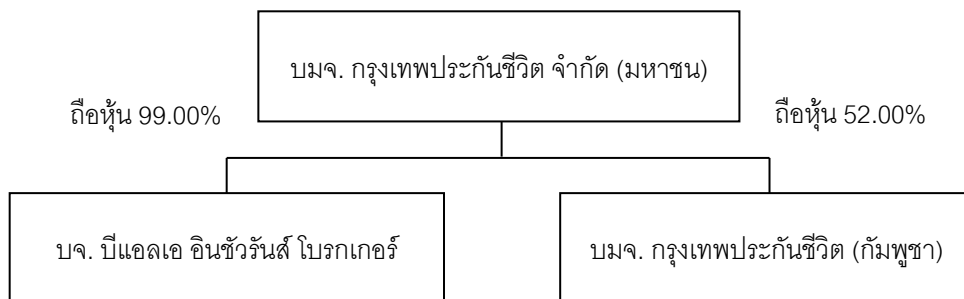
ในปี 2561 การดำเนินธุรกิจของบริษัทยังคงได้รับผลกระทบจากอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวขึ้นเพียง เล็กน้อย รวมไปถึงผลกระทบของการประกาศบังคับใช้ตารางมรณะใหม่ในช่วงกลางปี และ การเปลี่ยนแปลง มาตรฐานการบัญชีฉบับใหม่และการดำรงเงินกองทุนที่กำลังจะประกาศบังคับใช้ต่อไปในอนาคตอันใกล้ นอกจากนี้ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ยังมีความเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับช่องทางการขายทาง ธนาคาร ในปีที่ผ่านมา บริษัทจึงได้ทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในหลายด้านเพื่อเป็นการรักษาศักยภาพของ บริษัทและเพื่อการเติบโตในอนาคตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน อาทิ



- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบใจลูกค้าในแต่ละช่องทาง โดยมุ่งเน้นการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เน้นความคุ้มครอง เพิ่มสัดส่วนของการแนบสัญญาเพิ่มเติม และลดสัดส่วนการขายสินค้าระยะสั้นลง รวมถึงการปรับปรุงกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายผ่านทางช่องทางธนาคารใหม่
- พัฒนาคุณภาพตัวแทนประกันชีวิตและการสร้างทีมที่ปรึกษาทางการเงินที่มีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญ พร้อมพัฒนาตนเองให้ทำงานในแนวทางของนักวางแผนการเงิน และยังได้พัฒนาหลักสูตรการอบรมให้ความรู้ด้านต่าง ๆ เพื่อผลักดันศักยภาพบุคลากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- พัฒนาและเปิดใช้ BLA Happy Life Mobile Application ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันบนมือถือที่ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ของบริษัท ทั้งการตรวจสอบข้อมูลกรมธรรม์ การชำระเบี้ยประกันภัย รวมถึงการรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของลูกค้า ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

1.2 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

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



- บริษัทเข้าร่วมลงทุนในบริษัท บีแอลเอ อินชัวร์ันส์ โบรกเกอร์ จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2555 ซึ่งเป็นบริษัทนายหน้าประกันวินาศภัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และขยายความสามารถในการเสนอขายสินค้าและบริการให้มีความหลากหลายในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และถือเป็นการสนับสนุนให้ตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทเป็นที่ปรึกษาทางการเงินที่ครบวงจรมากขึ้น (โปรดศึกษาเพิ่มเติม หน้า 115 - 116)

- 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

ในปี 2561 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2561 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ Bangkok Life Assurance (Cambodia) Public Limited Company ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทมีมติอนุมัติให้หยุดการประกอบกิจการและดำเนินการชำระบัญชีโดยสมัครใจ ทั้งนี้บริษัทได้จัดประเภทขาดทุนสุทธิของ Bangkok Life Assurance (Cambodia) Public Limited Company เป็นการดำเนินงานที่ยกเลิก

สำหรับการบริหารงานในบริษัทกับบริษัทย่อย บริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงไปดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการและกรรมการในบริษัทย่อย เพื่อให้การบริหารงานในบริษัทย่อยมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับบริษัท (โปรดศึกษาเพิ่มเติมในเอกสารแนบ 2)

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โปรดศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม หน้า 103 - 112

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจประกันชีวิตและบริการวางแผนทางการเงินอย่างรอบด้าน โดยการประกันชีวิตเป็นวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งร่วมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องจากการเสียชีวิต การสูญเสียอวัยวะ ทูพพลภาพ 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 เหมาะสำหรับผู้ที่คาดว่าจะมีอายุยืนยาวเป็นการประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองการสูญเสียทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากการสูญเสียรายได้เมื่อมีอายุมากขึ้นหรือเมื่อพ้นวัยทำงาน โดยบริษัทจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันอย่างสม่ำเสมอให้แก่ผู้เอาประกันภัยทุกเดือนหรือทุกปี นับแต่ผู้เอาประกันภัยเกษียณอายุ หรือมีอายุครบ 55 ปี หรือ 60 ปี เป็นต้น แล้วแต่เงื่อนไขในกรมธรรม์ประกันภัยที่กำหนดไว้ สำหรับระยะเวลาการจ่ายเงินขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เอาประกันภัยที่จะเลือกซื้อ
- 1.3 **แบบชั่วระยะเวลา (Term Life Insurance)** หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้ทำประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์ประกันภัย แบบประกันลักษณะนี้มีจุดเด่นที่อัตราเบี้ยประกันภัยต่ำ
- 1.4 **แบบสะสมทรัพย์ (Endowment Insurance)** หมายถึง แบบประกันชีวิตที่กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินเอาประกันภัยให้แก่ผู้รับประโยชน์ เมื่อผู้เอาประกันภัยเสียชีวิตภายในระยะเวลาที่กำหนดในกรมธรรม์ หรือจ่ายเงินเอาประกันภัยให้กับผู้เอาประกันภัย เมื่อผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่จนครบสัญญาประกันภัย ซึ่งอาจมีทางเลือกการชำระเบี้ยประกันภัยหลากหลายระยะเวลา และเพิ่มการคืนเงินผลประโยชน์ในระหว่างระยะเวลาของกรมธรรม์ประกันภัย แบบประกันชีวิตนี้จึงเป็นแบบที่เน้นผลประโยชน์ด้านการออมทรัพย์
- 1.5 **สัญญาเพิ่มเติม (Rider)** เป็นสัญญาที่ทำให้กับผู้ที่มีกรมธรรม์ประกันภัย เพื่อให้ความคุ้มครองเพิ่มเติมจากกรมธรรม์หลักที่ผู้เอาประกันภัยได้ทำกับบริษัทแล้ว มีสัญญาเพิ่มเติมให้ผู้เอาประกันภัยเลือก 2 ประเภทหลัก ๆ คือ สัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุ (Personal Accident; PA) และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพซึ่งสัญญาเพิ่มเติมอุบัติเหตุให้ความคุ้มครองการเสียชีวิตและการสูญเสียอวัยวะเนื่องจากอุบัติเหตุ และสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพให้ความคุ้มครองเกี่ยวกับการชดเชยค่ารักษาพยาบาลที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเกิดจากการเจ็บป่วยหรือจากอุบัติเหตุ

2) การประกันชีวิตกลุ่ม (Group Life Insurance)

ประกันชีวิตกลุ่มเป็นการประกันชีวิตที่กรมธรรม์หนึ่งจะมีผู้เอาประกันภัยร่วมกัน ส่วนมากจะเป็นกลุ่มของพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นสวัสดิการที่บริษัทห้างร้าน และองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล และเอกชนจัดให้กับลูกจ้างหรือสมาชิก โดยมีหลักการพิจารณาความเสี่ยงของบุคคลในกลุ่มทั้งหมดด้วยอัตราเฉลี่ย ไม่ว่าจะเป็นอายุ เพศ หน้าที่การงาน หรือจำนวนเงินเอาประกันภัย โดยจะคำนวณออกมาเป็นอัตราเบี้ยประกันภัยเพียงอัตราเดียว และจะใช้กับบุคคลทุกคนในกลุ่มนั้น และเนื่องจากประกันชีวิตกลุ่มมีค่าใช้จ่ายในการรับประกันภัยหลาย ๆ อย่างต่ำ จึงเป็นผลดีและมีส่วนทำให้เบี้ยประกันภัยรวม โดยส่วนใหญ่ต่ำกว่าการประกันชีวิตรายบุคคล โดยปกติกรมธรรม์ประกันชีวิตกลุ่มจะเป็นสัญญาปีต่อปี

3) แบบคุ้มครองสินเชื่อ

หมายถึง แบบประกันชีวิตที่คุ้มครองการเสียชีวิต หรือ คุ้มครองการเสียชีวิตและทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิงภายในระยะเวลาเอาประกันภัย ด้วยจำนวนเงินเอาประกันภัยที่ลดลงเป็นรายงวด

สัดส่วนผลผลิตแยกตามปีที่ชำระเบี้ยประกันภัยและผลิตภัณฑ์

สัดส่วนผลผลิตรายใหม่ หรือเบี้ยประกันภัยรับปีแรก ของบริษัท ประจำปี 2559 - 2561 แบ่งตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังต่อไปนี้

ประเภทการประกันชีวิต	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
สามัญ - ชำระเบี้ยครั้งเดียว	2,779.28	24.93	1,226.60	10.27	356.85	4.40
สามัญ	6,084.63	54.57	8,548.78	71.56	5,736.99	70.82
ตลอดชีพ	925.09	8.30	1,718.95	14.39	2,130.24	26.30
บำนาญ	139.33	1.25	151.63	1.27	132.24	1.63
ชั่วระยะเวลา	42.61	0.38	37.19	0.31	20.61	0.25
สะสมทรัพย์	4,734.18	42.46	6,390.04	53.49	3,161.61	39.03
สัญญาเพิ่มเติม	243.42	2.18	250.97	2.10	292.29	3.61
ประกันกลุ่ม	451.38	4.05	507.11	4.24	585.60	7.23
คุ้มครองสินเชื่อ	1,834.21	16.45	1,664.04	13.93	1,421.71	17.55
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	11,149.50	100.00	11,946.53	100.00	8,101.15	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันภัยรับปีแรก หักเบี้ยประกันภัยส่งคืนให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยกเลิกกรมธรรม์

- ปี 2559 เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของบริษัททุกประเภท มีจำนวนทั้งสิ้น 11,149.50 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.18 ปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 11,946.53 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.15 และ ปี 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 8,101.15 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 32.19 โดยผลผลิตในแต่ละประเภทการประกันชีวิต เป็นดังนี้

ผลผลิตประเภทสามัญ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 6,084.63 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 54.57 ของผลผลิตทุกประเภท ลดลงร้อยละ 30.31 สำหรับปี 2560 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 8,548.78 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 71.56 ของผลผลิตทุกประเภท เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.50 และปี 2561 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 5,736.99 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 70.82 ของผลผลิตทุกประเภท ทำให้อัตราการเติบโตลดลง ร้อยละ 32.89

เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของแบบประกันชีวิตตลอดชีพในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 925.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 64.58 สำหรับปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,718.95 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน ร้อยละ 85.81 และปี 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,130.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 23.93

เบี้ยประกันภัยรับปีแรกของแบบประกันชีวิตบำนาญในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 139.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 72.22 ปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 151.63 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 8.83 และปี 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 132.24 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 12.79

ระหว่างผลผลิตของแบบประกันชีวิตต่าง ๆ ในการประกันชีวิตประเภทสามัญ แบบสะสมทรัพย์มีสัดส่วนสูงที่สุด โดยในปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 4,734.18 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.46 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 39.62 สำหรับปี 2560 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 6,390.04 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.49 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม เพิ่มขึ้น ร้อยละ 34.98 และปี 2561 มีเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 3,161.61 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.03 ของเบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวม ลดลงร้อยละ 50.52 ทั้งนี้การประกันชีวิตแบบตลอดชีพมีอัตราการเติบโตสูงสุดในปี 2561

สำหรับสัญญาเพิ่มเติม ปี 2559 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 243.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 15.55 ปี 2560 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 250.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.10 และปี 2561 มีจำนวนเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 292.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 16.46

ประกันชีวิตกลุ่ม ปี 2559 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้น ร้อยละ 4.05 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 451.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 28.05 สำหรับปี 2560 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 4.24 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 507.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 12.35 และปี 2561 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 7.23 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 585.60 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 15.48

แบบคุ้มครองเงินเชื่อ ปี 2559 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 16.45 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,834.21 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.77 สำหรับปี 2560 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 13.93 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,664.04 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 9.28 และปี 2561 มีสัดส่วนในผลผลิตรวมทั้งสิ้นร้อยละ 17.55 ด้วยเบี้ยประกันภัยรับปีแรก 1,421.71 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 14.56

- สัดส่วนเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป และเบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัท ประจำปี 2559 - ปี 2561 แบ่งตามประเภทการประกันชีวิต ได้ดังนี้

เบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวม

ประเภท การประกันชีวิต	ปี 2559				ปี 2560			
	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	-	-	2,779.28	6.41	-	-	1,226.60	2.79
สามัญ	31,286.62	97.21	37,371.25	86.24	31,083.68	96.86	39,632.46	89.99
ตลอดชีพ	3,116.41	9.68	4,041.50	9.33	3,492.30	10.88	5,211.25	11.83
บำนาญ	284.68	0.88	424.01	0.98	393.02	1.22	544.65	1.24
ชั่วระยะเวลา	55.71	0.17	98.32	0.23	68.57	0.21	105.76	0.24
สะสมทรัพย์	26,001.94	81.80	30,736.12	70.92	25,252.79	78.70	31,642.83	71.85
สัญญาเพิ่มเติม	1,827.88	5.68	2,071.30	4.78	1,877.00	5.85	2,127.97	4.83
ประกันกลุ่ม	895.77	2.79	1,347.15	3.11	1,008.12	3.14	1,515.23	3.44
คุ้มครองสินเชื่อ	1.03	0.00	1,835.24	4.24	0.88	0.00	1,664.92	3.78
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	32,183.42	100.00	43,332.92	100.00	32,092.68	100.00	44,039.21	100.00

ประเภท การประกันชีวิต	ปี 2561			
	เบี้ยประกันภัย รับปีต่อไป		เบี้ยประกันภัย รวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
เบี้ยชำระครั้งเดียว-สามัญ	-	-	356.85	0.87
สามัญ	31,647.90	96.51	37,384.89	91.42
ตลอดชีพ	4,915.87	14.99	7,046.11	17.23
บำนาญ	513.21	1.57	645.45	1.58
ชั่วระยะเวลา	73.44	0.22	94.05	0.23
สะสมทรัพย์	24,239.87	73.92	27,401.48	67.01
สัญญาเพิ่มเติม	1,905.51	5.81	2,197.80	5.37
ประกันกลุ่ม	1,142.41	3.49	1,728.01	4.23
คุ้มครองสินเชื่อ	0.64	0.00	1,422.35	3.48
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	32,790.95	100.00	40,892.10	100.00

หมายเหตุ: เบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวม หักเบี้ยประกันภัยส่งคืนให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยกเลิกกรมธรรม์

สำหรับเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปและเบี้ยประกันภัยรับรวมของบริษัทในปี 2559 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,183.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 3.11 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 43,332.92 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.36 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate) ร้อยละ 80 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์¹ โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 84

สำหรับในปี 2560 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,092.68 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 0.28 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 44,039.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.63 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ ร้อยละ 83 ซึ่งต่ำกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 84

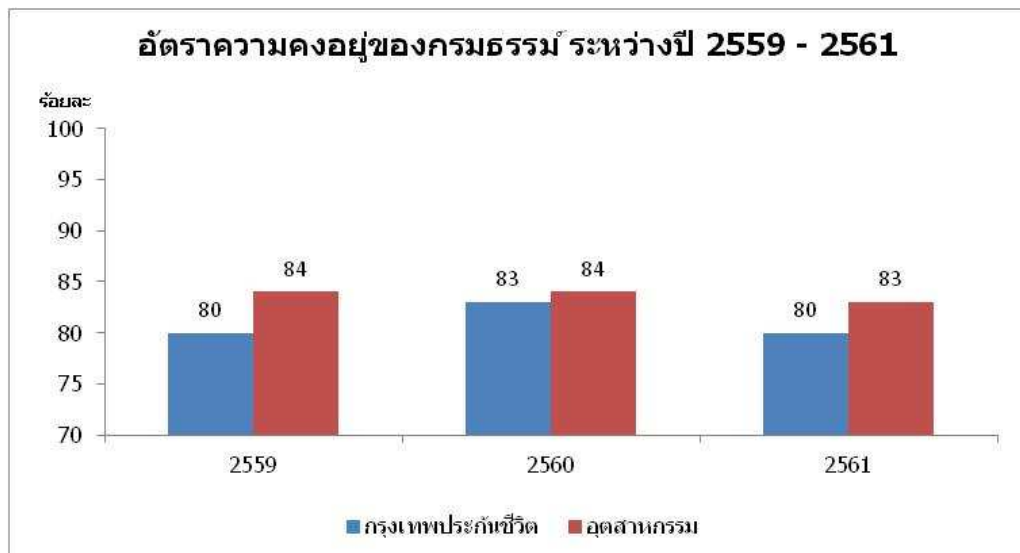
สำหรับในปี 2561 บริษัทมีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปทั้งสิ้น 32,790.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 2.18 และเบี้ยประกันภัยรับรวมทั้งสิ้น 40,892.10 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.15 โดยมีอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ ร้อยละ 80 ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าอัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์โดยรวมของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 83 โดยสามารถพิจารณาแยกตามประเภทการประกันชีวิตได้ดังนี้

ผลผลิตประเภทสามัญ ในปี 2559 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 31,286.62 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.11 ปี 2560 มีเบี้ยปีต่อไปทั้งสิ้น 31,083.68 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 0.65 และปี 2561 มีเบี้ยประกันภัยปีต่อไปทั้งสิ้น 31,647.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 1.82 สำหรับเบี้ยประกันภัยรับรวมในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 37,371.25 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.36 ในปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 39,632.46 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.05 และปี 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 37,384.89 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.67

ประกันชีวิตกลุ่ม ในปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 895.77 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 3.12 และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,347.15 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 10.32 ในปี 2560 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 1,008.12 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 12.54 และมีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,515.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 12.48 และสำหรับปี 2561 มีเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไป 1,142.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 13.32 และมีเบี้ยรับรวม 1,728.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 14.04

แบบคุ้มครองสินเชื่อ ในปี 2559 มีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,835.24 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.81 สำหรับในปี 2560 มีเบี้ยประกันภัยรับรวม 1,664.92 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 9.28 และในปี 2561 มีเบี้ยรับรวม 1,422.35 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน ร้อยละ 14.57

¹ อัตราความคงอยู่ของกรมธรรม์ (Persistency rate) คำนวณจากเบี้ยประกันภัยรับปีต่อไปของปีปัจจุบันหารด้วยเบี้ยรับรวมของปีก่อนหน้าหักด้วยเบี้ยประกันภัยรับครั้งเดียวของปีก่อนหน้า



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทดำเนินนโยบายเรื่องการวางแผนการเงินรอบด้าน ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุม ทั้งการ สร้างฐานะและการสร้างหลักประกันในปัจจุบันและอนาคตต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

• ด้านผลิตภัณฑ์

มีการปรับปรุงแบบประกันเดิม และการพัฒนาแบบประกันใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน ตามตารางมรณะใหม่ รวมทั้งการรองรับสังคมผู้สูงอายุซึ่งกำลังเติบโต และความเสี่ยงจากโรคภัยที่เพิ่มขึ้น ด้วยผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิต ผลิตภัณฑ์เตรียมเกษียณ ผลิตภัณฑ์เพื่อการคุ้มครองสุขภาพและโรคร้ายแรง นอกจากนี้ยังมีการกระตุ้นการสร้างผลผลิตของสัญญาเพิ่มเติมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าและผลกำไรที่ดีของบริษัทในอนาคต

• ด้านการพัฒนาคุณภาพตัวแทน

ส่งเสริมให้มีการเพิ่มปริมาณและคุณภาพของที่ปรึกษาการเงิน ตัวแทนประกันชีวิต และทีมงานคู่ค้า เพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการ ดังนี้

1. การพัฒนาและเพิ่มจำนวนที่ปรึกษาการเงิน

- 1.1 พัฒนาผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ ด้วยหลักสูตรผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Securities Investment Consultant) เพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ให้กับตัวแทน โดยปัจจุบันบริษัทมีผู้แนะนำการลงทุนด้าน

หลักทรัพย์ที่ผ่านการอบรม และได้รับใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จำนวน 1,414 คน

- 1.2 พัฒนานักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ เพื่อสามารถให้บริการวางแผนและให้คำปรึกษาทางการเงินในทุกด้าน ทำให้ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายการเงินตามความต้องการ โดยในปัจจุบันบริษัทมีนักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ ที่ได้รับคุณวุฒิวิชาชีพจากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย จำนวน 107 คน
2. การพัฒนาตัวแทนประกันชีวิต เน้นการพัฒนาตัวแทนเพื่อให้มีความยั่งยืนในวิชาชีพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยได้รับรางวัลที่สำคัญดังนี้
 - 2.1 ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ หรือ TNQA (Thailand National Quality Awards) ตามหลักเกณฑ์ของสมาคมประกันชีวิตไทย จำนวน 322 คน
 - 2.2 ได้รับรางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นนานาชาติ หรือ IQA (International Quality Awards) ตามหลักเกณฑ์ของ Limra International จำนวน 309 คน
 - 2.3 ได้รับรางวัลสโมสร์ล้านเหรียญโต๊ะกลม หรือ MDRT (Million Dollar Round Table) จำนวน 107 คน และตัวแทนที่มีศักยภาพผลิตผลงานได้ระดับ COT (Court of table) และ TOT (Top of the table) อีกจำนวน 4 คน ตามหลักเกณฑ์ของสโมสร์ MDRT รวมทั้งสิ้น 111 คน
 - 2.4 ได้รับรางวัลตัวแทนประกันชีวิตคุณภาพดีเด่น ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย จำนวน 2 คน
3. พัฒนาทีมงานของคู่ค้าเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องครบถ้วน ตามการปรับปรุงและพัฒนาแบบประกันใหม่ ให้เป็นปัจจุบันตามกฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย และกฎหมายอื่นๆ เพื่อให้ประชาชนได้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อผลิตภัณฑ์

● ด้านความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทได้มีการพัฒนาเครื่องมือช่วยสนับสนุนการวางแผนการเงิน การลงทุน และประกันชีวิต เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการวางแผนการเงินที่ดีให้กับ FA และการทำงานของตัวแทน ดังนี้

Smart FA ข้อมูลการซื้อขายกองทุน ช่วยให้ FA สามารถเช็คประวัติการลงทุนของลูกค้าได้

Smart FA Service ระบบส่งคำสั่งซื้อขายกองทุนรวม สำหรับ FA

Smart Fund แอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า เพื่อดูพอร์ตการลงทุนของตนเอง

Smart Go แอปพลิเคชันสำหรับตัวแทน ในจัดทำใบเสนอขายแบบออฟไลน์

- ด้านช่องทางการขายใหม่

บริษัทได้มีการพัฒนาช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยได้เพิ่มแบบประกันสะสมทรัพย์ใหม่ เพื่อเพิ่มทางเลือกการซื้อประกันชีวิตเพื่อการลดหย่อนภาษีในช่วงปลายปี สำหรับช่องทางออนไลน์โดยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สามารถสร้างผลผลิตได้สูงกว่าปีที่ผ่านมา 100%

- ด้านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กลยุทธ์การตลาดปี 2561 มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการวางแผนการเงิน ช่องทางการขายดิจิทัลแพลตฟอร์มและการพัฒนาบุคลากร โดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างความเปลี่ยนแปลงตามแนวคิด “Make a Change หรือ เปลี่ยนเพื่อชีวิตที่แตกต่าง”

1. สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัท การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ได้รับการพัฒนาให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภค และการปรับเปลี่ยนตารางมรณะใหม่ โดยเน้นผลิตภัณฑ์คุ้มครองชีวิต ผลิตภัณฑ์เตรียมเกษียณ ผลิตภัณฑ์รองรับความเสี่ยงด้านสุขภาพและโรคร้ายแรง รวมถึงแผนที่ช่วยสร้างวินัยการออมให้คนไทย เช่น แบบประกันบีแอลเอ สมาร์ท เซฟวิง 105
2. สื่อสารแคมเปญ BLA FA 3B เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนการเงินสำหรับผู้บริโภค และเชิญชวนผู้สนใจร่วมงานกับ BLA FA 3B ผ่านช่องทางออนไลน์ วีดีโอ หนังสือพิมพ์ และสื่อภายนอก
3. ให้ความรู้การวางแผนการเงินรอบด้านกับกรุงเทพประกันชีวิต ผ่านงานเขียนคอลัมน์ทางการเงินจากที่ปรึกษาทางการเงินมืออาชีพ ผ่านบทในงานมหกรรมการเงิน รวมถึงผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ
4. เพิ่มคุณภาพการให้บริการและขยายช่องทางการสื่อสารของกรุงเทพประกันชีวิต ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ BLA Happy Life Application & Line เพื่อรองรับไลฟ์สไตล์ในปัจจุบัน และเพิ่มความสะดวกสบาย และง่ายดายให้กับลูกค้าในการเข้าถึงบริการกรมธรรม์ต่าง ๆ บนออนไลน์ด้วยตนเอง รวมถึงการรับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้นผ่านแอปพลิเคชัน
5. สร้างความเชื่อมั่นในบริษัท ด้วยรางวัลสุดยอดองค์กรแห่งปี Thailand Top Corporate Brand 2018 สุดยอดองค์กรมูลค่าแบรนด์สูงสุดประจำปี 2561 ในกลุ่มธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต 4 ปีซ้อน, รางวัลตัวแทนคุณภาพดีเด่นแห่งชาติ (TNQA) และการเปิดตัวประธานเจ้าหน้าที่บริหารใหม่ ม.ล. จิรเศรษฐ ศุขสวัสดิ์ พร้อมรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจประกันชีวิต ด้วยแนวคิด “ก้าวสู่นาคตที่ยั่งยืน กับกรุงเทพประกันชีวิต “

บริษัทยังให้ความสำคัญกับ โครงการ BLA Happy Life Club อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุน กิจกรรมการให้ความรู้เรื่องการวางแผนการเงิน และกิจกรรมสร้างความสุขให้กับลูกค้า ตลอดจนสิทธิพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยได้เพิ่มสิทธิประโยชน์ของกลุ่มลูกค้าระดับ VIP ทั้งการตรวจสุขภาพประจำปี 2561 “วางแผนความสุข” บริการข้อมูลช่วยเหลือฉุกเฉินทางการแพทย์ การบริการข้อมูลสำรองเข้าใช้บริการ ห้องรับรองที่สนามบินทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ให้บริษัทได้ดูแลกรรมธรรม์ของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

(2) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

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

โครงสร้างเบี้ยประกันภัยรับ จำแนกตามช่องทางจำหน่าย ปี 2561

ช่องทางการจำหน่าย	*เบี้ยปีแรก		เบี้ยรับปีต่อไป		เบี้ยรวม	
	จำนวนเงิน	สัดส่วน	จำนวนเงิน	สัดส่วน	จำนวนเงิน	สัดส่วน
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)
ตัวแทน	2,007.65	24.78	11,922.23	36.36	13,929.87	34.06
ธนาคาร	5,471.79	67.54	19,634.13	59.88	25,105.92	61.40
อื่นๆ	621.71	7.68	1,234.59	3.76	1,856.29	4.54
ผลผลิตรวมทั้งสิ้น	8,101.15	100.00	32,790.95	100.00	40,892.09	100.00

หมายเหตุ : *เบี้ยประกันภัยรับปีแรกรวมเบี้ยประกันภัยแบบชำระครั้งเดียว โดย PA Group อยู่ในช่องทางอื่น

● ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านตัวแทน

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยรับรวม และเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว ผ่านช่องทางตัวแทน ปี 2561

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรก รวมเบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	123,030	40.27	5.58	22,082	36.34	13.16
2. ไทยประกันชีวิต	63,841	20.90	0.44	14,547	23.94	1.17
3. กรุงเทพ-แอกซ่าประกันชีวิต	26,517	8.68	5.37	5,100	8.39	-12.12
4. เมืองไทยประกันชีวิต	23,158	7.58	-2.09	5,228	8.60	-28.45
5. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	14,508	4.75	2.07	2,207	3.63	23.05
6. กรุงเทพประกันชีวิต	13,932	4.56	-1.76	2,008	3.30	-8.61
7. ไทยสมุทรประกันชีวิต	11,852	3.88	1.65	2,211	3.64	5.91
ธุรกิจ	305,478	100.00	3.19	60,773	100.00	0.54

หมายเหตุ : ข้อมูลของบริษัทอื่นจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ปี 2561 บริษัทที่มีเบี้ยรับรวมอยู่ในอันดับที่ 6 เช่นเดียวกับในปี 2560 โดยมีอัตราเติบโตต่ำกว่าธุรกิจ จากการเติบโตที่ลดลงของเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว เนื่องจากการลดการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะสั้น และยกเลิกการขายผลิตภัณฑ์บำนาญแบบชำระครั้งเดียว การปรับเปลี่ยนอัตราเบี้ยประกันตามตารางมรณะใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะยาวหลายแบบ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักในการขยายตลาดทั้งหมดนี้ ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของเบี้ยรับปีแรกโดยรวม แต่สามารถช่วยลดภาระของบริษัทในระยะยาวและสร้างผลกำไรที่ดีให้กับบริษัทได้ในอนาคต

โดยบริษัทได้ทำการเพิ่มรายได้และสร้างผลกำไรเพิ่มขึ้น ด้วยมุ่งขยายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิต โดยเฉพาะการพัฒนาแบบประกันเพื่อความคุ้มครองชีวิตเฉพาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาแผนประกันด้านความคุ้มครองชีวิตควบคู่กับความคุ้มครองด้านสุขภาพ โรคร้ายแรง และอุบัติเหตุ เพิ่มขึ้นด้วย ส่งผลให้เบี้ยประกันปีแรกของแบบประกันเพื่อความคุ้มครองเติบโตกว่า 20% พร้อมกันนี้ ยังได้มีการปรับเงื่อนไขการขาย การเพิ่มค่าตอบแทนการขาย เพื่อสนับสนุนการสร้างผลผลิตสัญญาเพิ่มเติมที่สามารถสร้างผลกำไรให้มากขึ้น อีกทางหนึ่งด้วย

ด้านการสร้างและพัฒนาตัวแทนและที่ปรึกษาทางการเงิน บริษัทได้ดำเนินการตามนโยบาย และแผนงานที่ได้รับอนุมัติอย่างต่อเนื่อง ภายใต้สถานการณ์การสร้างตัวแทนใหม่ของธุรกิจที่มีแนวโน้มลดลง โดยจะเห็นได้จากอัตราการสมัครสอบตัวแทนของธุรกิจ ที่มีผู้สมัครสอบลดลงถึง 13.34% โดยบริษัทได้พยายามผลักดันและพัฒนาตัวแทนใหม่ที่มีจำนวนลดลงตามสถานการณ์ธุรกิจดังกล่าว ให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น สามารถต่อยอดเป็นที่ปรึกษาทางการเงินได้มากขึ้น โดยในปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัทมีจำนวนผู้ได้รับใบอนุญาต ผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ (Securities Investment Consultant) เพื่อขึ้นทะเบียนผู้แนะนำการลงทุน ด้านหลักทรัพย์ จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพิ่มขึ้นจำนวน 214 คน เติบโต 15.68% ทำให้ ณ สิ้นปี 2561 บริษัทมีทีมผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาต จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จำนวน 1,414 คน เติบโตเพิ่มขึ้น 9.27% จากปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ บริษัทยังได้สนับสนุนการพัฒนาความรู้ความสามารถ เพื่อให้ตัวแทนของบริษัทสามารถสอบรับใบอนุญาตคุณวุฒิต่าง ๆ ทั้งใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัย คุณวุฒิวิชาชีพ นักวางแผนการเงิน CFP® และที่ปรึกษาการเงิน AFPT™ จากสมาคมนักวางแผนการเงินไทย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการวางแผนการเงินส่วนบุคคลอย่างต่อเนื่องด้วย

● ด้านช่องทางจำหน่ายผ่านธนาคาร

ภาพรวมธุรกิจ : เบี้ยรับรวม และเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว ผ่านช่องทางธนาคาร ปี 2561

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เมืองไทยประกันชีวิต	66,856	23.84	-11.16	16,270	15.79	-29.11
2. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	45,924	16.38	3.31	13,252	12.86	70.19
3. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	38,558	13.75	7.91	15,111	14.66	46.27
4. กรุงเทพประกันชีวิต	25,106	8.95	-11.13	5,472	5.31	-40.76
5. พู่อันเชี่ยลประกันชีวิต	22,773	8.12	20.53	12,486	12.12	47.29
6. เอฟ ดีบีบลิว ดี ประกันชีวิต	19,907	7.10	33.95	6,773	6.57	45.34

บริษัท	เบี้ยรับรวม			เบี้ยปีแรกรวม เบี้ยชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
7. ไทยประกันชีวิต	17,124	6.11	6.73	6,818	6.62	3.93
ธุรกิจ	280,432	100.00	3.80	103,043	100.00	9.51

หมายเหตุ : ข้อมูลของบริษัทอื่นจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบี้ยรับรวม

ในปี 2561 บริษัทมีเบี้ยรับรวมอยู่ในอันดับเดิม คือ อันดับที่ 4 เช่นเดียวกับในปี 2560 โดยมีอัตราเติบโตต่ำกว่าธุรกิจ จากการเติบโตที่ลดลงมากของเบี้ยปีแรกรวมเบี้ยชำระครั้งเดียว เนื่องจากการยกเลิกการขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะสั้นที่ไม่ทำกำไรทั้งหมด และการปรับเพิ่มอัตราเบี้ยประกันของผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ระยะยาวตามตารางมรณะใหม่ ส่งผลกระทบกับยอดขายผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ที่เป็นผลิตภัณฑ์หลักของช่องทางธนาคาร โดยบริษัทได้ทำการเพิ่มรายได้และสร้างผลกำไรเพิ่มขึ้น ด้วยการมุ่งขยายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์เพื่อความคุ้มครองชีวิต ส่งผลให้เบี้ยประกันปีแรกของแบบประกันเพื่อความคุ้มครองเติบโตถึง 22%

● ด้านช่องทางจำหน่ายอื่น ๆ

บริษัทได้มีการพัฒนาช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยได้เพิ่มผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์และแคมเปญเพื่อการลดหย่อนภาษีในช่วงปลายปี เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้สนใจ รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงฐานลูกค้ารุ่นใหม่ให้มากขึ้น นอกจากนี้ ยังได้ค้นหาพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อช่วยสนับสนุนให้บริษัทเข้าถึงตลาดกลุ่มใหม่ได้โดยตรง ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มผลกำไรให้กับบริษัทอย่างต่อเนื่องด้วย

2.2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

(1) ภาพรวมธุรกิจ

ภาพรวมธุรกิจ : เบียร์รับรวม และเบียร์ปีแรกรวมเบียร์ชำระครั้งเดียว ปี 2561

บริษัท	เบียร์รับรวม			เบียร์ปีแรก รวมเบียร์ชำระครั้งเดียว		
	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-	จำนวน (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง ตลาด	%+/-
1. เอไอเอ	134,142	21.38	6.22	29,665	16.44	14.57
2. เมืองไทยประกันชีวิต	94,467	15.06	-8.00	22,773	12.62	-26.70
3. ไทยประกันชีวิต	86,268	13.75	4.53	24,606	13.64	8.11
4. กรุงไทย-แอกซ่าประกันชีวิต	67,036	10.68	5.78	21,544	11.94	16.77
5. ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต	50,911	8.11	2.78	13,938	7.73	67.12
6. กรุงเทพประกันชีวิต	40,892	6.52	-7.15	8,101	4.49	-32.19
7. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต	32,982	5.26	2.52	6,092	3.38	-1.51
ธุรกิจ	627,387	100.00	4.26	180,415	100.00	7.50

หมายเหตุ : ข้อมูลของบริษัทอื่นจากสมาคมประกันชีวิตไทย เรียงอันดับตามเบียร์รับรวม

ภาพรวมธุรกิจ เบียร์รับรวมมีอัตราเติบโต 4.26% ต่ำกว่าการเติบโตของปีก่อนหน้าเล็กน้อย โดยการเติบโตหลักมาจากการเติบโตของเบียร์ชำระครั้งเดียวที่มีการเติบโตถึง 30.96% จากผลิตภัณฑ์หลักในตลาดคือ ยูนิคัล ซึ่งหลายบริษัทในธุรกิจได้ทยอยออกวางจำหน่ายตลอดทั้งปี สำหรับในส่วนของเบียร์ประเภทสามัญซึ่งไม่รวมเบียร์ชำระครั้งเดียว ยังคงเติบโตลดลง 7.22% ต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา จากปัจจัยหลักคืออัตราดอกเบี้ยที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ และตารางมรณะใหม่ที่ทำให้อัตราเบี้ยประกันของผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์เพิ่มขึ้น ทำให้การขยายตลาดผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ทำได้ยากและไม่มีกำไร

ในด้านของช่องทางจัดจำหน่าย ทุกช่องทางมีการเติบโตของธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น ยกเว้นช่องทางขายตรง ซึ่งยังคงได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา จากกฎเกณฑ์ของภาครัฐที่มีมากขึ้น ทำให้การขยายตลาดใหม่ทำได้ยาก โดยช่องทางอื่น ๆ นอกเหนือจากสองช่องทางหลัก มีการเติบโตที่ดีต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการขยายตลาด ผ่านช่องทางใหม่และกลุ่มเป้าหมายใหม่ในอนาคต เช่น การขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น

(2) ภาวะการแข่งขันและกลยุทธ์

ธุรกิจมีการแข่งขันสูง โดยทิศทางการเติบโตเปลี่ยนจากการขยายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์สะสมทรัพย์ที่มีอัตราผลตอบแทนสูง ไปเป็นการขยายตลาดด้วยผลิตภัณฑ์ประเภทยูนิคัล ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกกับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทคุ้มครองชีวิตเตรียมเกษียณ ค่ารักษาพยาบาล และโรคร้ายแรง ตามแนวโน้มประชากรที่มีอายุขัยที่ยืนยาวขึ้น และอัตราค่ารักษาพยาบาลที่เพิ่มสูงขึ้น การวางแผนการเงินสำหรับแต่ละช่วงชีวิต เพื่อสร้างความมั่นคงและความมั่งคั่งให้กับชีวิต เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นเพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตของประชาชนในยุคปัจจุบัน นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจประกันชีวิต มีการเติบโตที่ดีอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ เช่น ช่องทางออนไลน์ และการใช้สื่อโซเชียลมีเดียตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความรู้และสนใจในการศึกษาหาข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยเทคโนโลยีรอบตัวที่มีอยู่ เป็นกลยุทธ์หลักที่ช่วยส่งเสริมการขยายตลาดให้เพิ่มสูงและสนับสนุนการรักษาลูกค้าที่มีอยู่ของธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกเหนือจากนโยบายการส่งเสริมธุรกิจประกันชีวิตจากภาครัฐ ภาวะเศรษฐกิจ และการใช้จ่ายของภาคครัวเรือน

(3) แนวโน้มธุรกิจประกันชีวิตปี 2562

ในปีที่ผ่านมา ธุรกิจประกันชีวิตต้องเผชิญความท้าทายจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ รวมถึงปัจจัยเสี่ยงจากตลาดต่างประเทศ ซึ่งทำให้อัตราดอกเบี้ยไม่สามารถปรับตัวขึ้นได้มากและอัตราผลตอบแทนของการลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุนมีความผันผวนสูงตลอดทั้งปี ประกอบกับการปรับใช้ตารางมรณะใหม่ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) และการเตรียมความพร้อมในการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีฉบับใหม่ ทำให้บริษัทในกลุ่มธุรกิจประกันชีวิตมีการพิจารณาปรับกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยหลายบริษัทได้ปรับกลยุทธ์การขายโดยลดการขายสินค้าประเภทจ่ายเบี้ยครั้งเดียว และเพิ่มการขายสินค้าประเภทเน้นความคุ้มครองและสัญญาสุขภาพมากขึ้น ทั้งนี้ ธุรกิจยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) แนวโน้มประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น

ประเทศไทยมีแนวโน้มจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีอายุยืนยาวขึ้น โดยปัจจุบันประเทศไทยมีประชากร 68 ล้านคน โดยมีผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ร้อยละ 12 จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจที่จะส่งเสริมประชาชนเก็บออมในรูปของประกันชีวิต เพื่อแบ่งเบาภาระในการใช้จ่ายด้านสุขภาพ และค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่มีแนวโน้มสูงขึ้น รวมถึงการเตรียมวางแผนการเงินหลังเกษียณซึ่งจะมีความจำเป็นมากขึ้นในอนาคต

2) อัตราการถือครองกรมธรรม์ในประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำ

อัตราการถือครองกรมธรรม์ของประชากรไทย ยังอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 39.5 ณ สิ้นปี 2560 ถือเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจประกันชีวิต โดยการเริ่มบังคับใช้ประกาศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการออก การเสนอขาย กรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันชีวิต และการปฏิบัติหน้าที่ของตัวแทนประกันชีวิต นายหน้าประกันชีวิต และธนาคาร พ.ศ. 2561 จะเป็นส่วนช่วยให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการซื้อประกันชีวิตมากยิ่งขึ้น

3) ความต้องการการวางแผนการเงินส่วนบุคคล

ประชาชนมีแนวโน้มให้ความสนใจในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นเครื่องมือสำคัญชนิดหนึ่งที่จะเป็นหลักประกันในการแบ่งเบาความเดือดร้อน เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันขึ้น นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่ถูกออกแบบมาเพื่อผู้ที่ต้องการความคุ้มครองควบคู่กับการลงทุน รวมไปถึงความสามารถในการใช้สิทธินำเบี้ยประกันภัยบางประเภทไปลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย

4) การเข้าสู่เศรษฐกิจของโลกดิจิทัล

เทคโนโลยีด้านดิจิทัลที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ช่วยให้บริษัทในธุรกิจสามารถพัฒนาการบริการให้ลูกค้า พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า รวมถึงพัฒนาระบบการทำงานภายในของบริษัท ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็ว รวมไปถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลางมากยิ่งขึ้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

(1) แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทประกอบด้วย ส่วนของผู้ถือหุ้น เบี้ยประกันภัยรับสุทธิ และกำไรจากการลงทุนสุทธิ ณ สิ้นปี 2559 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 33,340.84 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 23.49 จากปี 2558 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 42,354.48 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 10,600.07 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.96

ณ สิ้นปี 2560 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 38,786.30 ล้านบาท เพิ่มอัตราร้อยละ 16.33 จากปี 2559 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 42,942.40 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 11,552.14 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.98

ณ สิ้นปี 2561 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 38,495.73 ล้านบาท ลดลงอัตราร้อยละ 0.75 จากปี 2560 แหล่งที่มาสำคัญของเงินทุนของบริษัทได้จากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิ 39,588.55 ล้านบาท และรายได้จากการลงทุนสุทธิจำนวน 12,202.36 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.63

(2) แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน

บริษัทจะจัดส่วนหนึ่งของเงินทุนจากเบี้ยประกันภัยรับสุทธิไว้สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท และส่วนหนึ่งสำหรับเป็นเงินสำรองประกันชีวิตเพื่อใช้จ่ายค่าสินไหมทดแทน ผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์หากครบกำหนดชำระผลตอบแทน หรือผู้รับประโยชน์หากผู้เอาประกันภัยเสียชีวิต

แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัทที่สำคัญในปี 2559 ประกอบด้วยผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 17,772.34 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 3,158.82 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 26,104.09 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2560 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วยผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 22,824.35 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 3,498.85 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 23,182.75 ล้านบาท

ณ สิ้นปี 2561 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุนของบริษัท ประกอบด้วยผลประโยชน์จ่ายตามกรมธรรม์ค่าสินไหมทดแทน และค่าใช้จ่ายในการจัดการค่าสินไหมทดแทน จำนวนรวม 24,671.25 ล้านบาท ค่าจ้างและบำเหน็จให้กับนายหน้า 3,455.23 ล้านบาท และเงินสำรองประกันชีวิตเพิ่มจากปีก่อน ทั้งสิ้น 17,313.05 ล้านบาท

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปี 2561 เป็นอีกปีหนึ่งที่อยู่ในสภาพแวดล้อมของการเปลี่ยนแปลง ทั้งในรูปแบบการดำเนินธุรกิจจากการนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้นและการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบการกำกับดูแล บริษัทได้สื่อสารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการทบทวนและผลักดันวัฒนธรรมการตระหนักถึงการบริหารความเสี่ยงเพื่อหลีกเลี่ยงและลดการสูญเสีย แต่ขณะเดียวกันยังพิจารณาโอกาสในการสร้างมูลค่าให้กับองค์กรให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่สำคัญ พร้อมปฏิบัติตามค่านิยมองค์กรและหลักจรรยาบรรณของบริษัทตามแนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทมีกระบวนการระบุและประเมินความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก ตามกรอบและนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ได้พัฒนาให้สอดคล้องกับแนวทางมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และเป็นไปตามแนวทางของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงได้มีการทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสมกับสถานะการณ์ปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยการบริหารความเสี่ยงหลักขององค์กร ได้แก่

1. **ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน** ทั้งด้านช่องทางการขาย การสร้างความแข็งแกร่งและภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้นมากจากปัจจัยหลัก ได้แก่

- 1.1) **ความเสี่ยงด้านช่องทางธนาคาร** สาเหตุจากการมีคู่แข่งรายใหม่ เข้ามาแข่งขันในช่องทางธนาคาร และข้อจำกัดด้านผลิตภัณฑ์ในการขาย
- 1.2) **ความเสี่ยงด้านช่องทางตัวแทน** การแข่งขันด้านบริการของตัวแทนและที่ปรึกษาทางการเงิน (FA) มีการแข่งขันสูงและทั้งต้องใช้เวลาในการสร้างและเพิ่มศักยภาพการของผู้ขายในการแข่งขันในตลาด

บริษัทมีการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่องทางตลอดจนรูปแบบการดำเนินธุรกิจของลูกค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและการบริการที่ประทับใจ สร้างแรงจูงใจและความร่วมมือให้สามารถขยายขีดความสามารถหลักในการแข่งขันต่อทั้งบริษัทและพันธมิตร โดยการพัฒนากลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ด้านการบริการลูกค้า ด้วยการพัฒนากระบวนการต่าง ๆ โดยนำเทคโนโลยีและดิจิทัลในการเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการขายอย่างต่อเนื่อง รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดและการปรับปรุงสัดส่วนผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม เพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนและรักษาตำแหน่งทางการตลาด

2. **ความเสี่ยงด้านตลาดและความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย** เป็นความเสี่ยงทางการเงินที่ส่งผลกระทบต่อผลกำไร ระดับเงินกองทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัท จากความผันผวนของตลาดทุนและอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงโดยการจัดสรรเงินทุนของพอร์ตการลงทุนให้สอดคล้องกับหนี้สินตามกรรมวิธีประกันภัยอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาระดับเงินกองทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และประมาณการเงินสำรองอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงและการติดตามด้วยระบบสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า โดยการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของความเสี่ยงด้านตลาดในหลากหลายสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่ ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย ความเสี่ยงด้านตราสารทุน และความเสี่ยงด้านเครดิต เพื่อประเมินผลกระทบจากการเคลื่อนไหวตามภาวะตลาดที่อาจกระทบต่อระดับการดำรงเงินกองทุน ตลอดจนฐานะทางการเงินของบริษัท

3. **ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล** เป็นความเสี่ยงที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินธุรกิจ จากการที่บริษัทต้องปรับตัวในการรับเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการทำงานของบริษัท และรองรับการเข้าถึงของประชาชนในยุค 4.0 รวมถึงการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ เป็นอีกหนึ่งช่องทางเลือกสำหรับลูกค้า ซึ่งบริษัทตระหนักถึงระบบความปลอดภัยในการเข้าถึงและความปลอดภัยของข้อมูล ความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่อาจเกิดขึ้น โดยบริษัทกำหนดให้มีการจัดการความเสี่ยงตามมาตรฐานสากล ISO/IEC 27001 เพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ขณะที่ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของเทคโนโลยีได้ดำเนินการภายใต้มาตรฐานสากล ISO 22301:2012 การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ทั้งนี้ ข้อกำหนดและกรอบการบริหารความเสี่ยงนี้ยังครอบคลุมถึงการดำเนินงานของบุคคลที่สาม ในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และภาวะเปราะบางอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. **ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์** เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกซึ่งเกิดกับบริษัทหรือกับภาคธุรกิจที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วส่งผลกระทบในวงกว้างเป็นภาพลบต่อธุรกิจโดยรวมและสามารถเกิดขึ้นได้ในหลากหลายรูปแบบ บริษัทจึงกำหนดให้การบริหารความต่อเนื่องและกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรเป็นกลยุทธ์หลักในการบริหารความเสี่ยงด้านชื่อเสียงภาพลักษณ์ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

5. **ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและการกำกับ** สาเหตุจากการไม่ปฏิบัติตาม หรือปฏิบัติตามไม่ครบถ้วน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบวิธีปฏิบัติ บริษัทได้มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงจากหน่วยงานกำกับและหน่วยงานหลักเฉพาะด้านอย่างใกล้ชิด และสื่อสารให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่ดีให้กับพนักงานทุกระดับ โดยนำเอาหลักการแนวการป้องกัน 3 ชั้น มาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงสินทรัพย์ของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีสาขา (ไม่รวมสำนักงานใหญ่) จำนวน 67 สาขา โดยเป็นทรัพย์สินของบริษัท จำนวน 33 แห่ง (อาคารไม่ใช้ 6 แห่ง ได้แก่ สมุทรสงคราม กาฬสินธุ์ พิษณุโลก เชียงราย นครราชสีมา และอุบลราชธานี และมีชั้นพื้นที่แบ่งให้เช่า 1 แห่ง (หาดใหญ่)) และสาขาที่บริษัทเช่าจำนวน 40 สาขา

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 2561 มีจำนวน 1,349.55 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ที่ดินเปล่า อาคารชุด และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง *

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2561 (ล้านบาท)	พื้นที่ (ตร.วา)	ราคาประเมิน (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	วัตถุประสงค์
อาคารชุด จำนวน 1 ห้องชุด (สาขาเอกมัย) ที่ตั้ง เขตพระโขนง จ. กรุงเทพมหานคร	8.85	327.08	126.23	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง อาคารระหว่างก่อสร้าง						
- ที่ดิน	794.25	6,228.60	914.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
- สิ่งปลูกสร้าง	384.95	-	508.82	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ที่ตั้งสำนักงาน
รวม	1,152.77	6,558.68	1,182.24			

หมายเหตุ: ราคาที่ดินและอาคารประเมินตามกฎหมายการประเมินของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริม

การประกอบธุรกิจประกันภัย

* ส่วนที่เป็นของบริษัท

4.1.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท*

ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชี ณ สิ้นปี 2561 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	20.98	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
เครื่องใช้สำนักงาน	105.34	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	15.13	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
ค่าปรับปรุงทรัพย์สินที่เช่า	20.05	บริษัทเป็นเจ้าของ	-ไม่มี-
รวม	161.50		

หมายเหตุ: * ส่วนที่เป็นของบริษัท

4.2 การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

โปรดศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม หน้า 2 - 3

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีข้อพิพาททางกฎหมายที่บริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุดและเป็นคดีที่อาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัท ดังนี้

- บริษัทเป็นจำเลยในคดีเรียกร้องค่าสินไหม เนื่องจากบริษัทได้ทำการปฏิเสธการจ่ายค่าสินไหมกับผู้เอาประกันภัย สำหรับกรณีที่ผู้เอาประกันภัยได้ทำผิดข้อตกลงที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ ทั้งสิ้นจำนวน 7 คดี โดยมีการเรียกร้องค่าเสียหาย จำนวน 11.85 ล้านบาท คดีที่มีการเรียกร้องค่าเสียหายสูงสุด (ทุนทรัพย์ที่ยื่นฟ้อง) เป็นเงินจำนวน 3.00 ล้านบาท โดยปัจจุบันบริษัทได้แต่งตั้งทนายความเข้าสู่คดีดังกล่าว เพื่อไม่ต้องรับผิดตามข้อกล่าวหาดังกล่าว

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value)

การประเมินมูลค่าธุรกิจ (Embedded Value) ของบริษัท ณ สิ้นปี 2561 โดยมีบริษัท ดีลอยท์ ทูช โธมัทส์ ไซยยส ที่ปรึกษา จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาในการประเมินมูลค่าดังกล่าว มีรายละเอียดเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาดังนี้

	31 ธันวาคม			
	2561		2560	
	ล้านบาท	บาทต่อหุ้น	ล้านบาท	บาทต่อหุ้น
Embedded Value (EV)	62,959	36.86	62,740	36.73
Value of One Year New Business (VNB)	1,396	0.87	1,601	0.94
<u>สมมุติฐานที่สำคัญ :</u>				
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	4.25%		4.25%	
อัตราดอกเบี้ยคิดลด (Discount Rate)	9.00%		9.00%	