

# MTL Fact Sheet

เมืองไทย  
ประกันชีวิต  
MUANG THAI LIFE ASSURANCE

The Company for forward Thinking People

## วิสัยทัศน์ของบริษัท

“ มุ่งมั่นเป็นคู่คิดที่ลูกค้าวางใจ  
ผ่านนวัตกรรมเพื่อตอบสนองทุกความต้องการ  
ด้วยการทำงานที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ”

ฉบับที่ 13: กุมภาพันธ์ 2559



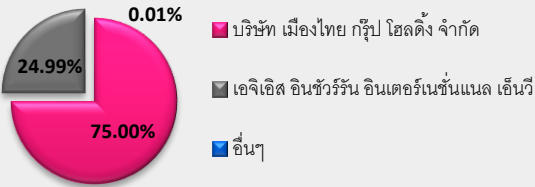
## Key information

ประวัติความเป็นมา :

6 เมษายน 2494 ก่อตั้งบริษัท  
1 ตุลาคม 2555 แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด

ทุนจดทะเบียน : 1,000 ล้านบาท

สัดส่วนผู้ถือหุ้น :



ประธานกรรมการ :  
นายโพธิพงษ์ คำชา

กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร :  
นายสวระ คำชา

ค่านิยมองค์กร : **The M Powered C**

- Customer Centric
- Creativity
- Commitment to Success
- Collaboration
- Caring

สำนักงานใหญ่ :

กรุงเทพมหานคร

จำนวนสาขา :

168 สาขา

จำนวนสำนักงานตัวแทน :

60 แห่ง (ณ สิ้นปี 2558)

จำนวนโรงพยาบาลเครือข่าย :

โรงพยาบาล (282), คลินิก (126)

สำนักงานผู้แทน :

กรุงเทพฯ ings สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

## Credit Ratings

FitchRatings

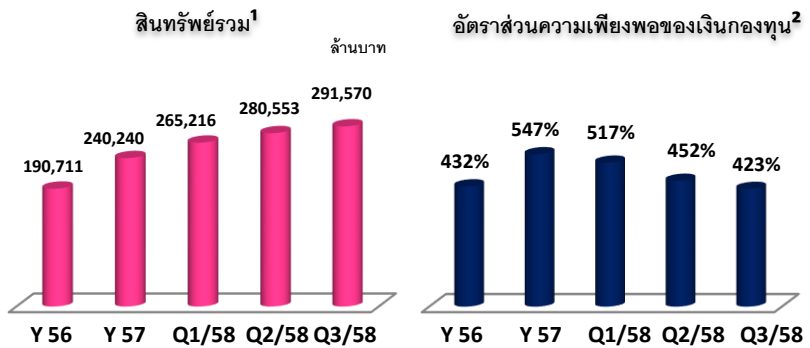
STANDARD & POOR'S  
RATINGS SERVICES

	Rating	Outlook	Rating	Outlook
International	A-	Stable	BBB+	Stable
National	AAA	Stable	axA+ (Asean)	-

(ณ วันที่ 16 มิ.ย. 58) (ณ วันที่ 29 พ.ย. 58)



## Financial Highlight



หมายเหตุ: 1. ข้อมูลสินทรัพย์ผ่านการสอบทานแล้วโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต  
2. การคำนวณเงินกองทุนของบริษัทฯ ดำเนินการตามหลักการดำรงเงินกองทุนตามระดับความเสี่ยง (RBC)



## Market Position

1 - 31 ธันวาคม 2558

### เบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่

MTL เป็น **อันดับที่ 1** ของธุรกิจประกันชีวิต  
จำนวน 2,653.23 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโต 2.23% (YoY)  
คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด **16.95%**

### เบี้ยประกันชีวิตรับปีแรก

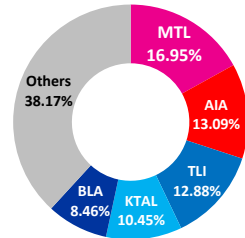
MTL เป็น **อันดับที่ 1** ของธุรกิจประกันชีวิต  
จำนวน 1,668.05 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโต -10.45% (YoY)  
คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด **15.71%**

### เบี้ยประกันชีวิตรับรวม

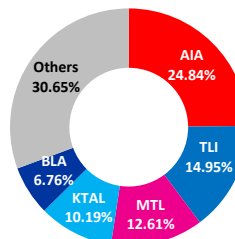
MTL เป็นอันดับที่ 3 ของธุรกิจประกันชีวิต  
จำนวน 6,993.74 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโต 10.90% (YoY)  
คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด **12.61%**

### ภาพรวมธุรกิจประกันชีวิต

- ✓ **เบี้ยประกันชีวิตรับรวม** จำนวน 55,468.06 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตที่ 9.39% (YoY)
- ✓ **เบี้ยประกันรับรายใหม่** จำนวน 15,649.52 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตที่ 12.97% (YoY)
- ✓ **เบี้ยประกันรับต่ออายุ** จำนวน 39,818.54 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตที่ 8.04% (YoY)



เบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่



เบี้ยประกันชีวิตรับรวม

ที่มา: สมาคมประกันชีวิตไทย

# Market Position (Cont'd)

มกราคม - ธันวาคม 2558

## MTL อันดับที่ 1 เบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่

เป็นจำนวนเงิน 37,938.07 ล้านบาท

คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 22.13%



**MTL: 7.55% growth (YoY)**  
Industry: 0.47% growth (YoY)

➢ ธุรกิจประกันชีวิตมี  
เบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่ 171,428.22 ล้านบาท

## MTL อันดับที่ 1 เบี้ยประกันชีวิตรับปีแรก

เป็นจำนวนเงิน 26,247.45 ล้านบาท

คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 21.93%



**MTL: 18.22% growth (YoY)**  
Industry: 10.54% growth (YoY)

➢ ธุรกิจประกันชีวิตมี  
เบี้ยประกันชีวิตรับปีแรก 119,698.96 ล้านบาท

## MTL อันดับที่ 3 เบี้ยประกันรับต่ออายุ

เป็นจำนวนเงิน 49,942.28 ล้านบาท

คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 13.64%



**MTL: 24.99% growth (YoY)**  
Industry: 9.86% growth (YoY)

➢ ธุรกิจประกันชีวิตมี  
เบี้ยประกันรับต่ออายุ 366,081.40 ล้านบาท

## MTL อันดับที่ 2 เบี้ยประกันชีวิตรับรวม

เป็นจำนวนเงิน 87,880.36 ล้านบาท

คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 16.35%



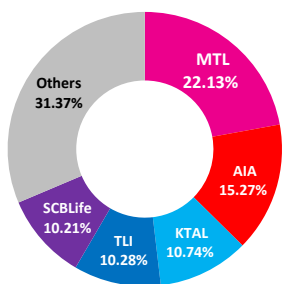
**MTL: 16.81% growth (YoY)**  
Industry: 6.68% growth (YoY)

➢ ธุรกิจประกันชีวิตมี  
เบี้ยประกันชีวิตรับรวม 537,509.62 ล้านบาท

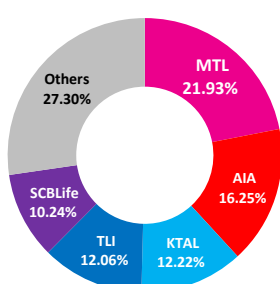
## Market Share Summary: มกราคม - ธันวาคม 2558

ที่มา: สมาคมประกันชีวิตไทย

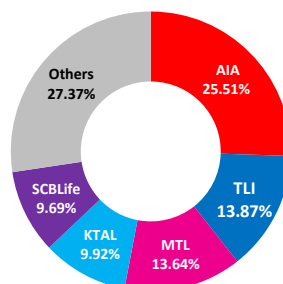
เบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่



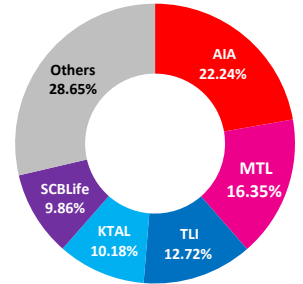
เบี้ยประกันชีวิตรับปีแรก



เบี้ยประกันรับต่ออายุ



เบี้ยประกันชีวิตรับรวม



# Highlight Products



เมืองไทย สมาร์ท เซฟวิ้ง 10/6



มีเงินจ่ายคืนทุกสิ้นปีกรมธรรม์ 10%\*



ความคุ้มครองชีวิตที่เพิ่มขึ้นสูงสุดถึง 600%\*



รวมผลประโยชน์ตลอดสัญญาสูงถึง 700%\*

% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย ณ วันเริ่มสัญญา

- การพิจารณารับประกันเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของบริษัทฯ
- เงื่อนไขและข้อยกเว้นเป็นไปตามที่ระบุในกรมธรรม์
- **คำเตือน:** ผู้ซื้อควรทำความเข้าใจในรายละเอียดความคุ้มครองและเงื่อนไขก่อนตัดสินใจทำประกันภัยทุกครั้ง

# MTL Happenings

19 ม.ค. 58: บมจ. เมืองไทยประกันชีวิตเปิดตัว "Personalized VDO" รูปแบบใหม่ในการสื่อสารกับลูกค้าแบบเฉพาะบุคคล ผ่านช่องทางอีเมลล์ ของลูกค้าที่ได้แจ้งไว้สำหรับส่งข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ เพื่อเป็นการเติมเต็มการวางแผนด้านประกันชีวิตให้แก่ลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ซึ่งผ่านการวิเคราะห์มาแล้วว่ามีความเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคน ทั้งในแง่ของอายุ ความต้องการ และรูปแบบไลฟ์สไตล์ของลูกค้า หากลูกค้ามีความสนใจแบบประกันชีวิตหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ก็สามารถติดต่อมายังบริษัทฯ ตามข้อมูลที่จะพบไว้ในวิดีโอได้ทันที



**เมืองไทยประกันชีวิต**  
ประกาศวิสัยทัศน์ใหม่ปูทางธุรกิจ  
เติบโตอย่างแข็งแกร่งระยะยาว  
เชื่อมั่นศักยภาพองค์กรพร้อมเดินหน้าสู่  
"บริษัทประกันชีวิตระดับภูมิภาค"

- 29 ม.ค. 59: บมจ. เมืองไทยประกันชีวิตแถลงข่าวนโยบายสำหรับ ปี 2559 โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยล่าสุดได้เปิดตัววิสัยทัศน์ใหม่ และได้พัฒนาค่านิยมหลัก (Core Value) ชุดใหม่ เพื่อสะท้อนถึงบุคลิกที่เมืองไทยประกันชีวิตให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีคุณภาพ มั่นคงแข็งแกร่งในระยะยาว
- เมืองไทยประกันชีวิต มีนโยบาย "ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง" (Customer Centric) ยังคงเป็นหัวใจของการดำเนินงานธุรกิจ ทั้งในมิติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เครือข่ายช่องทางขายที่ครอบคลุม เข้าถึง และเป็นมืออาชีพ ช่องทางบริการที่หลากหลายสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ตลอดจนกิจกรรมเพื่อความสุขและรอยยิ้มผ่าน "เมืองไทย Smile Club"
- นอกจากนั้นเมืองไทยประกันชีวิต ได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้อย่างยิ่ง โดยมีความมุ่งมั่นที่จะเป็น "ดิจิทัล อินชัวร์เออร์" ด้วยการนำระบบดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนกระบวนการทำงานในทุกขั้นตอนของธุรกิจ นอกจากนี้ช่องทางเว็บไซต์แล้ว บริษัทฯ ยังได้ใช้ช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Media) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์การสื่อสารกับผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนา Application เพื่อตอบโจทย์การบริการรูปแบบต่างๆ
- ล่าสุด บริษัทฯ ยังได้จัดตั้ง "Innovation Center" เพื่อติดตามและศึกษาแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น พหุติกรรมผู้บริโภคร และ FinTech (Financial Technology) ที่อาจจะเกิดขึ้นอีกมากมายและสามารถเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว
- นอกจากนี้ ในฐานะหนึ่งในผู้นำของธุรกิจประกันชีวิตของประเทศไทย ยังคงให้ความสำคัญกับการขยายศักยภาพทางธุรกิจออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายที่จะยกระดับเป็น "บริษัทประกันชีวิตระดับภูมิภาค" หรือ Regional Life Insurance Company ซึ่งล่าสุด เมืองไทยประกันชีวิต ได้ร่วมจัดตั้ง Sovannaphum Life Assurance PLC เพื่อดำเนินธุรกิจประกันชีวิตในประเทศกัมพูชา

Find MTL on



ที่มันักลงทุนสัมพันธ์ - ฝ่ายเลขานุการองค์กร



# Awards and Recognition



รางวัลบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่นอันดับ 1  
ต่อเนื่อง 9 ปี (ประจำปี 2549 – 2557)

รางวัลเกียรติยศ บริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่น ปี 2551 และ 2554 จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย



รางวัลสุดยอดบริษัทประกันชีวิตแห่งปี ประจำปี 2557

รางวัล Asia Insurance Industry Awards ปี 2556

สาขา Corporate Social Responsibility โดยนิตยสาร Asia Insurance Review



รางวัล Brand of the Year 2015-2016

หมวดธุรกิจ "ประกันชีวิต" โดย World Branding Forum



มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ISO 22301:2012 ใบรับรองเลขที่ 44 756 150640



ระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001: 2008

ใบรับรองเลขที่ TH 98/1709



รางวัล Superbrands 2549 จาก Superbrands International  
รางวัล Superbrands 2551-2558 จาก Superbrands Thailand



รางวัล Trusted Brand ระดับ Gold ประจำปี 2553-2556

จากนิตยสาร Reader's Digest