

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

Environmental, Social and Corporate Governance (ESG)

3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินธุรกิจเคียงคู่คนไทยมาอย่างยาวนาน เราเป็นบริษัทที่ยึดมั่นในหลักจริยธรรม และความโปร่งใสในการทำงาน ซึ่งเป็นหลักการทำงานของพนักงานเมืองไทยประกันภัยทุกคน เราภูมิใจที่เป็นธุรกิจที่ได้ช่วยเยียวยาผู้คนที่ยามเกิดภัย และเราเชื่อว่า

นอกเหนือจากกำไรทางธุรกิจ สิ่งสำคัญที่เราต้องทำควบคู่กันไป คือ การสร้างกำไรทางใจผ่านการช่วยเหลือสังคมไทย อย่างรอบด้าน มุ่งเน้นคืน "กำไรทางใจ" สูสังคม ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และประชาชนทั่วไป ซึ่งเราได้ทำมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม การส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านผู้สูงอายุ เด็ก/เยาวชน ผู้พิการ กีฬา ตลอดจนเรื่องของภัยพิบัติต่าง ๆ รวมถึงสถานการณ์วิกฤตโควิด-19

เป้าหมายความยั่งยืน

พันธกิจของเมืองไทยประกันภัย	เป้าหมายความยั่งยืน
เป็นองค์กรที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> อัตราความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี
สร้างผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นในระดับที่น่าพอใจ โดยการเติบโตอย่างยั่งยืนและมีผลกำไร ด้วยการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> ทุกความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อองค์กรสามารถบริหารจัดการให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ เพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม
มุ่งปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการ การให้บริการที่เป็นเลิศ และการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> มีผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่หลากหลาย เข้าถึงได้ทุกกลุ่มในสังคม พัฒนาช่องทางการให้บริการ ให้เข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว
ยึดมั่นในบรรษัทภิบาล และมีความรับผิดชอบต่อสังคม	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนดำเนินงานสอดคล้องตามข้อกำหนดและจรรยาบรรณธุรกิจ คู่ค้าดำเนินงานสอดคล้องตามข้อกำหนดและจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจ
เป็นองค์กรที่คนใฝ่ฝันอยากเข้ามาร่วมงานด้วย ในอันดับต้น ๆ	<ul style="list-style-type: none"> การจัดให้มีสวัสดิการที่ตอบสนองการใช้ชีวิตของพนักงานได้อย่างสมดุล การจัดกิจกรรมสร้างความผูกพันกับพนักงาน การสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงาน

สิ่งสำคัญที่เราต้องทำควบคู่กันไป คือ การสร้างกำไรทางใจ ผ่านการช่วยเหลือสังคมไทย อย่างรอบด้าน มุ่งเน้นคืน "กำไรทางใจ" สูสังคม

3.1 Policy and Target of Sustainability Management

Muang Thai Insurance Public Company Limited has been conducting the business alongside Thai people for a long time. We are a company that has always adhered business ethics and to the e and transparency at work. This is the working principle of all employee of Muang Thai Insurance. We are proud that our business has been helping people when

the disasters strike, and we believe that creating emotional encouragement through helping Thai society in all aspects is as important as generating business profit. So, we has been continuously focusing on returning "emotional benefit" to the society, including customers, business partners, employees and the general public. For example, helping the people in need in the society, promoting and supporting the work of women, children and young people, people with disabilities and sport and helping when disasters strike including COVID-19 outbreak.

Sustainability Target

Mission	Sustainability Target
To be a customer centric organization.	<ul style="list-style-type: none"> • Customer satisfactory ratio increases every year
Optimize shareholder's value through sustainable and profitable growth with sound risk management.	<ul style="list-style-type: none"> • Be able to manage and optimize the risks that are significant to the Company.
Emphasize continuous improvement through value added products, service excellence and operational efficiency.	<ul style="list-style-type: none"> • Offer variety of insurance products that can be accessible by different group of the customers. • Improve the service channel to be easily accessible, convenient and quick.
Commit to corporate governance and social responsibilities.	<ul style="list-style-type: none"> • All employees follow the work regulations and business ethics. • Business partners operate their businesses in accordance with business rules and supplier code of conduct.
Be an employer of choice.	<ul style="list-style-type: none"> • Provide benefit and welfare that suits the living of the employees. • Arrange the employee engagement activities to motivate and encourage the employees.

So, we has been continuously focusing on returning "emotional benefit" to the society



3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

หัวข้อ	ประเด็นสำคัญ
การจัดการสิ่งแวดล้อม	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดการพลังงาน 2. การใช้กระดาษอย่างรู้คุณค่า 3. การลดปริมาณการใช้น้ำ 4. ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมที่ดี	<ol style="list-style-type: none"> 1. การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมที่ดี 2. จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ 3. การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	<ol style="list-style-type: none"> 1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และเข้าถึงง่าย 2. นวัตกรรมที่สร้างสรรค์ตอบโจทย์สังคมในทุกมิติ 3. การสร้างมาตรฐานการขายที่ดี 4. การสร้างประสบการณ์ที่เป็นเลิศให้แก่ลูกค้า
การพัฒนาและดูแลพนักงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. การพัฒนาพนักงาน 2. การมีส่วนร่วมของพนักงาน 3. การดูแลและรักษาพนักงาน
การตอบแทนสังคม	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างหัวใจแห่งการเป็นผู้ให้ 2. เพื่อสังคมแห่งรอยยิ้ม 3. สานต่อพลังแห่งการให้ 4. การช่วยเหลือในสถานการณ์โควิด-19

3.2.2 การมีส่วนร่วมและการดูแลผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สำคัญ

คณะกรรมการบริษัทได้ให้ความสำคัญในการดูแล และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งภายใน และภายนอกบริษัท รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการให้ความสำคัญคุ้มครองและรักษาสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย และบริษัทจะไม่กระทำ

การใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย จึงยึดถือแนวทางในการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความเสมอภาคต่อทุกฝ่าย ซึ่งได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ คู่ค้า และสังคม ซึ่งได้แสดงไว้ในคู่มือจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งในแบบรูปเล่ม และบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ สำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้ยึดถือปฏิบัติ ซึ่งมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้



3.2 Impact Management Regarding The Stakeholders Due to Business Value Chain

3.2.1 Business Value Chain

Topic	Main Point
Environmental Management	<ol style="list-style-type: none"> 1. Energy Management 2. Saving Papers 3. Reducing Water Consumption 4. Reducing Greenhouse Gas Emission
Good Corporate Governance and Ethics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Good Corporate Governance and Ethics 2. Code of Conduct 3. Protection of Personal Data
Responsibility to Consumers	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diverse Product Design and easy to Access 2. Creative Innovations that meet the needs of Society in all Dimensions 3. Establishing good sales Standards 4. Creating an Excellent Customer Experience
Employee Development and Welfare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Career Development plan for Employees 2. Employee Participation and Engagement 3. Employee Benefit and Retention
Giving back to the Society	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creating a heart of Giving 2. For a Society of Smiles 3. Forwarding the Power of Giving 4. Relieving COVID-19 Outbreak

3.2.2 Involvement and Treatment to the Key Stakeholders

The Board of Directors had given importance to the treatment to all groups of stakeholders, both inside and outside the company. This included social and environmental responsibility as well as protection and preservation of the rights of stakeholders. The Company will not do any action that might

violate the rights of stakeholders. Therefore, it had been abiding by the guidelines on equal treatment for all parties such as shareholders, employees, customers, competitors, creditors, business partners and society. Aforementioned activities are shown in the Company's Code of Conduct, both in book format and on the company's website for directors, executives and employees to comply to. The key points are summarized as follows:

ผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมและความถี่	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนอง
1. ลูกค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1) การจัดให้มีผู้ดูแลความสัมพันธ์ลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกต่อความต้องการของลูกค้า 2) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และโปร่งใส 3) การจัดช่องทางให้ลูกค้า แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน 4) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำ อย่างต่อเนื่อง 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การให้บริการลูกค้าอย่าง รับผิดชอบและเป็นธรรม 2) สินค้าและบริการที่หลากหลาย มีคุณภาพตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า 3) ความสะดวกในการรับบริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การกำหนดหลักการและ มาตรฐานขั้นพื้นฐานด้าน การบริหารลูกค้าอย่าง รับผิดชอบและเป็นธรรม 2) นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ตรงตามความต้องการและ โลกทัศน์ของลูกค้า 3) การสร้างช่องทางเพื่อสื่อสาร กับลูกค้าที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว 4) การบริหารความเสี่ยง ด้านไซเบอร์
2. พนักงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1) การจัดปฐมนิเทศสำหรับ พนักงานในทุกกระดับ 2) การบริหารการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจในการ ดำเนินธุรกิจและการส่งเสริม ให้เกิดความผูกพันในองค์กร ผ่านช่องทางการสื่อสารที่ หลากหลายทั้งออนไลน์และ ออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงพนักงาน ทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง เช่น Office 365, Line, Facebook 3) กิจกรรมส่งเสริมด้านสุขภาพ จัดสวัสดิการต่าง ๆ และ สร้างความผูกพันองค์กร 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การจัดค่าตอบแทนและ สวัสดิการที่เป็นธรรม 2) ความก้าวหน้าในงาน 3) การพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะในการทำงานและ การดำเนินชีวิต 4) การเปิดโอกาสให้พนักงาน จัดสรรเวลาเพื่อสร้างสมดุล ระหว่างชีวิตการทำงานและ ชีวิตส่วนตัว 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การกำหนดนโยบายและ วิธีปฏิบัติของฝ่ายทรัพยากร บุคคล และปฏิบัติตามกฎหมาย แรงงาน 2) การกำหนดนโยบายด้าน สิทธิมนุษยชนและแนวทาง ในการบริหารความหลากหลาย 3) การจัดหลักสูตรฝึกอบรม ที่สอดคล้องกับความต้องการ ของพนักงาน ในระดับต่าง ๆ
3. คู่ค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1) แจกข่าวสารผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เครื่องมือสนับสนุนการขาย 2) สรุปรายงานการต่ออายุ กรมธรรม์ และผลงานทุกเดือน 3) เข้าพบเยี่ยมเยียน หรือร่วม แนวทางการขยายงานคู่ค้า ทุกเดือน/ทุกไตรมาส 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองกับกลุ่ม ลูกค้าและแข่งขันในตลาดได้ 2) การได้รับการบริการที่สะดวก และรวดเร็ว 3) สามารถหาแนวทางแก้ไข ปัญหาให้กับคู่ค้าได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ หลากหลาย 2) เพิ่มช่องทางการติดต่อ เพื่อการประสานงาน และ การแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว
4. ชุมชน/สังคม	<ol style="list-style-type: none"> 1) การจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ผ่านกิจกรรมอาสาของพนักงาน และกิจกรรมเพื่อสังคม ของบริษัท อย่างน้อย 2 เดือน ต่อครั้ง 2) การส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรม ที่เป็นประโยชน์กับสังคม แก่หน่วยงาน หรือชุมชนต่าง ๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การพัฒนาเพื่อผลประโยชน์ ร่วมกันกับชุมชน 	<ol style="list-style-type: none"> 1) อาสาสมัครใหม่เมืองไทย 2) คลองเตยดีดี 3) ครีมาตาม 4) เมืองไทยไร้ขยะ

Stakeholders	Engagement and Frequency	Interest and Expectation	Responsive Actions
1. Customer	<ol style="list-style-type: none"> 1) Establishing a customer relationship management unit to facilitate the customers. 2) Producing public relations media to provide accurate and clear information about the products and services. 3) Providing a channel for customers to express their opinions, suggestions and complaints. 4) Conducting regular customer satisfaction surveys. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Providing services to the customers with responsibility and fairness. 2) Offering a wide variety of products and services that meet the need of customers. 3) Convenient service 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Establishing principles and standards for responsible and fair customer management. 2) Offering products and services that meet customer needs and lifestyles. 3) Creating various communication channels to respond to customer needs quickly. 4) Cyber Risk Management
2. Employees	<ol style="list-style-type: none"> 1) Orientation for employees at all levels 2) Communication management to create understanding in business operations and foster employee engagement through various communication channels, both online and offline channel in order to thoroughly reach all groups of employees such as Office 365, Line, Facebook. 3) Promoting activities about health and welfare in order to strengthen the engagement and involvement. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Fair remuneration and welfare 2) Career advancement 3) Enhancing knowledge, abilities and skills for work and life. 4) Promoting work-life balance 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Formulating the policy and practice of the Human Resources Department and abided by labor laws. 2) Formulating human rights policy and approach on diversity management. 3) Organizing training courses that correspond to the needs of employees at different levels.
3. Business Partners	<ol style="list-style-type: none"> 1) Communicating via news about new products and sales support tools. 2) Summary report of policy renewal and monthly performance. 3) Visiting and discussing with business partners about business expansion on a monthly/ quarterly basis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Products that meet the need of customers and be competitive in the market. 2) Convenient and quick service 3) Able to find solutions to problems for the business partners. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Variety of products 2) Offered different ways of communication channel and quick response to the problems.

ผู้มีส่วนได้เสีย	การมีส่วนร่วมและความถี่	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนอง
5. ผู้ถือหุ้น	<ol style="list-style-type: none"> 1) การประชุมสามัญและ/หรือวิสามัญผู้ถือหุ้น 2) การเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบ SET Portal Straight Through ของตลาดหลักทรัพย์ 3) การเข้าพบและให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุนสถาบัน และบุคคลทั่วไป ทั้งแบบรายบุคคล และคณะทั้งในประเทศ และต่างประเทศ 4) การจัดให้มีช่องทางการสอบถามข้อมูลผ่านเว็บไซต์ 5) การตอบแบบสอบถาม 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ผลตอบแทนการลงทุนสูงและเติบโตอย่างมั่นคง ยั่งยืน 2) การดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม 3) การบริหารความเสี่ยงด้วยความรอบคอบ 4) การดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม และมีการพิจารณาประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติภิบาล 5) ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ ของหน่วยงานกำกับดูแล 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีนโยบายในการยึดถือปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน เช่น สิทธิในการเข้าร่วมประชุมและการออกเสียงลงคะแนน สิทธิในการเสนอวาระ และเสนอชื่อบุคคลเพื่อเป็นกรรมการ สิทธิในการรับส่วนแบ่งกำไร ตลอดจนสิทธิในการรับทราบข้อมูล ข่าวสาร ผลการดำเนินงาน
6. คู่แข่งทางการค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1) การประชุมพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือกันตามวาระต่าง ๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดี และสุจริต 	<ol style="list-style-type: none"> 1) บริษัทฯ ยึดมั่นในกรอบการแข่งขันทางธุรกิจตามกฎหมายกติกาและจริยธรรมของการแข่งขันที่เป็นธรรม 2) ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย
7. เจ้าหนี้	<ol style="list-style-type: none"> 1) การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และให้ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี 2) การจัดให้มีช่องทางในการรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน 	<ol style="list-style-type: none"> 1) การจ่ายดอกเบี้ยและชำระคืนตามกำหนด 2) การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลอย่างต่อเนื่อง 	<ol style="list-style-type: none"> 1) ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่กำหนดไว้ในสัญญาระหว่างกันอย่างเคร่งครัด



Stakeholders	Engagement and Frequency	Interest and Expectation	Responsive Actions
4. Community/Society	<ol style="list-style-type: none"> 1) Organizing activities about community relations through employee volunteer activities and the Company's social contribution activities at least 1 time per 2 months. 2) Promoting and supporting activities that benefit society, organizations or communities. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Development for mutual benefit of the community. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) MTI new volunteers 2) Good Klong Toey 3) Madame's Kitchen 4) MTI waste free project
5. Shareholders	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ordinary and extraordinary shareholders' meetings 2) Disclosure of information through the system SET Portal Straight of the Stock Exchange of Thailand 3) Meeting and providing information to shareholders, investors and the public for individual and a group in the country and overseas. 4) Providing a channel for information inquiries through the website. 5) Questionnaire response 	<ol style="list-style-type: none"> 1) High return on investment and sustainable growth 2) Business operation is transparent and fair. 3) Sound risk management 4) Operating the business ethically with concerns about environment, society and corporate governance. 5) Educating about the new regulations of regulators. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Establishing a policy to treat all shareholders equally, such as the right to attend meetings and vote. The right to propose agenda, the right to receive a profit share and the right to receive information and news about the performance.
6. Competitors	<ol style="list-style-type: none"> 1) Meetings, discussions, exchanging ideas and cooperation on various agendas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Conducting business and competing with transparency and fairness in accordance with the framework of fair and honest competition. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) The Company has been adhering to the framework of business rules and fair competition. 2) The Company does not seek competitors' confidential information through dishonest means and not destroy the reputation of the competitors under the laws.
7. Creditors	<ol style="list-style-type: none"> 1) Organizing activities to strengthen relationships and sharing knowledge in various forms annually. 2) Providing communication channel to for suggestions or complaints. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Interest payment and repayment on schedule. 2) Frequent communication and regular disclosure of information. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Strictly complying with terms and conditions stipulated in the contracts.

3.3 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

3.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ เชื่อว่าการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต และรักษา สิ่งแวดล้อม จะเป็นหลักประกันความมั่นคง ก้าวหน้าของสังคม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนใน ชุมชน และการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับพนักงาน ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยเฉพาะการรณรงค์ให้พนักงานร่วมมือ กันประหยัดพลังงาน และขยายไปสู่การส่งเสริมให้คนในชุมชนรักษาสิ่งแวดล้อม ผ่านการจัดทำโครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะ เป็นต้น

3.3.2 ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

1) การจัดการพลังงาน

บริษัทฯ บริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งระบบไฟ แสงสว่างและระบบปรับอากาศ โดยติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์ ควบคุมการทำงานของระบบไฟฟ้าที่เกี่ยวข้อง โดยในปี 2564 บริษัทฯ ใช้พลังงานไฟฟ้ารวม 2,610,477 หน่วย สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าลงได้ จำนวน 166,687.97 บาท หรือ ร้อยละ 1.34 เมื่อเทียบกับปี 2563

2) การใช้กระดาษอย่างรู้คุณค่า

บริษัทฯ ตระหนักดีถึงการที่จะต้องลดจำนวนการใช้กระดาษลง เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับการรับประกันวินาศภัย ทรัพยากรอย่างกระดาษจึงถือเป็นวัสดุสิ้นเปลืองที่จำเป็นในการ

ดำเนินงานขององค์กร หากบริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้ได้ นอกจากเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังส่งผลให้บริษัทฯ ลดต้นทุน ในการจัดซื้อกระดาษอีกด้วย

ดังนั้นตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ จึงสนับสนุนให้แต่ละฝ่ายงาน มีการใช้ระบบออนไลน์ทดแทนการใช้กระดาษ และรณรงค์ให้พนักงาน ใช้กระดาษสองหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฝ่ายงานรับประกัน ที่มี นโยบายให้ออกเอกสารให้ลูกค้าในรูปแบบ e-Policy ทำให้บริษัทฯ สามารถลดการใช้กระดาษมาได้อย่างต่อเนื่อง

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบจำนวนการใช้กระดาษในปี 2564 ลดลงกว่าในปี 2563 จำนวน 2,804 รีม คิดเป็นร้อยละ 9.25 ซึ่งเท่ากับการประหยัด กระดาษได้ถึง 7 ตัน หรือเท่ากับช่วยรักษาต้นไม้ได้ถึง 17 ต้น และลดการใช้พลังงานในการผลิตกระดาษกว่า 120 ตัน โดยลดการใช้ น้ำกว่า 220,500 ลิตร และลดการสูญเสียกระแสไฟฟ้ามากถึงชั่วโมงละ 28,700 กิโลวัตต์ ซึ่งส่งผลให้ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศได้ถึง 2,911 กิโลกรัม (อ้างอิงข้อมูลจาก สำนักข่าว สิ่งแวดล้อม)

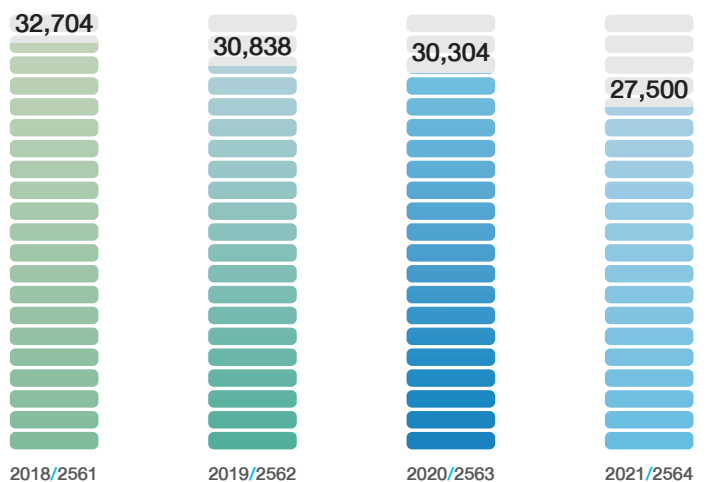
3) ลดปริมาณการใช้กระดาษ

บริษัทฯ มีการซ่อมบำรุงและตรวจสอบสภาพของระบบการจ่ายน้ำภายใน กระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง สำหรับอาคาร สำนักงานมีการปรับอัตราไหลของน้ำที่อ่างล้างหน้าและสุขภัณฑ์ ภายในอาคาร โดยในปี 2564 บริษัทฯ มีปริมาณการใช้น้ำรวม 12,197 ลูกบาศก์เมตร ลดลงจำนวน 2,987 ลูกบาศก์เมตร หรือ ร้อยละ 19.67 เมื่อเทียบกับปี 2563

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบจำนวนการใช้กระดาษ ในปี 2564 ลดลงกว่าในปี 2563 จำนวน 2,804 รีม คิดเป็นร้อยละ 9.25 ซึ่งเท่ากับการประหยัดกระดาษได้ถึง 7 ตัน

ปริมาณการใช้กระดาษ Paper Consumption

(Unit: Ream)



3.3 Sustainability Management Regarding Environmental Dimension

3.3.1 Environmental Policy and Practice

Environmental Policy

The Company believed that improving quality of life and preserving environment will be a guarantee of social stability and progress. The Company therefore had focused on continuously improving the quality of life of the community and preserving the environment, by building an awareness of environmental conservation with employees and using resources wisely. The Company had promoted a campaign especially for the employees to save the energy and expand to this idea to the community to protect the environment through various projects such as reducing wastes.

3.3.2 Result of the Environmental Activities

1) Power Management

The Company has efficient energy management, by installing and maintaining equipment to control lighting and air conditioning systems. In 2021, the Company uses the electric power in total of 2,610,477 units and can save 166,687.97 Baht for electricity bill or 1.34% compared the expense in 2020.

2) Saving papers

The Company is well aware of the need to reduce the amount of paper usage. Because we as an insurance service provider, we has realized that using papers, which are necessary for the operation, are consumable resources. If the Company can

reduce paper consumption, we can help protect the environment and reduce the cost of purchasing paper at the same time.

Therefore, the Company has always encouraged every department to use online system instead of using papers, and campaigned for employees to use double-sided papers, especially the Underwriting Department, where insurance policies are issued for the customers, has set a policy to issue the document in the form of e-Policy. Therefore, the Company can continuously reduce the use of paper since then.

In comparison, number of paper used in 2021 is lower than in 2020 around 2,804 reams or 9.25%, which is equal to saving 7 tons of paper or 17 trees and reducing the energy consumption of 120 tons of paper production by reducing water used for the production by more than 220,500 liters and reduce electricity loss up to 28,700 kilowatt-hour, resulting in a reduction of CO2 emissions by 2,911 kilogram (according to information from Greennews Agency)

3) Reducing Water Consumption

The Company has continually maintained and inspected the condition of water distribution system in order to meet the standards. Water flow rate for the washbasins and sanitary wares in the office buildings has been adjusted. In 2021, the Company total water consumption is 12,197 cubic meters decreased by 2,987 cubic meter or 19.67% compared to the water consumption in 2020.

In comparison, number of paper used in 2021 is lower than in 2020 around 2,804 reams or 9.25%, which is equal to saving 7 tons of paper



บริษัทได้บริหารจัดการ โดยมุ่งเน้นการเป็นส่วนหนึ่ง
ในการลดใช้ พลังงาน ลดสาเหตุและปริมาณการปล่อย
ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และก๊าซเรือนกระจก

The Company focuses on being a part of reducing energy
consumption and reducing the cause and amount of
carbon dioxide and greenhouse gas emissions

4) ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ คำนึงถึงความเสี่ยงของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
สิ่งแวดล้อม ด้วยการส่งเสริมให้พนักงานร่วมกันลดการใช้พลังงาน
และไม่ดำเนินกิจกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน บริษัทฯ
ได้บริหารจัดการ โดยมุ่งเน้นการเป็นส่วนหนึ่งในการลดใช้ พลังงาน
ลดสาเหตุและปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และก๊าซ
เรือนกระจก ดังนี้

- ปรับรูปแบบการใช้ทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจผ่านกลยุทธ์
3R ด้วยการลดการใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Reduce,
Reuse และ Recycle) เน้นความสำคัญด้านการทำธุรกิจที่เป็นมิตร
กับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เช่น การรับบริจาควัสดุรีไซเคิล นำไป
ทำให้เกิดประโยชน์ เช่น กระจังอลูมิเนียม ขวดพลาสติก ถุงพลาสติก
 เป็นต้น การเชิญชวนพนักงานบริจาคเสื้อกันหนาว ให้กับเด็ก ๆ
 เพื่อเป็นการรักษาคุณค่าของทรัพยากร ลดการสร้างขยะ ส่งเสริม
การใช้ทรัพยากรหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสิ่งแวดล้อม สังคม
และชุมชนอย่างยั่งยืน

- บริษัทฯ ได้จัดทำสื่อบริษัท ในแนวคิด “Let’s Save The Earth”
ให้กับพนักงานเพื่อให้เกิดความเป็น Unity กับพนักงาน
ทั้งองค์กร โดยทางบริษัทได้เลือกใช้เนื้อผ้าที่ผลิตจาก
ขวดพลาสติก มารีไซเคิลเป็นผ้า การรีไซเคิลขวดพลาสติก
มีส่วนช่วยในการประหยัดพลังงาน ช่วยลดปริมาณขยะและ
มลพิษในการกำจัดขยะ เนื่องจากบริษัทฯ เล็งเห็นถึงความ
สำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- ให้การดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นวัฒนธรรมขององค์กร
โดยมุ่งเน้นการประหยัดพลังงานและการดูแลสิ่งแวดล้อม
เช่น ลดปริมาณการพิมพ์และการใช้กระดาษในเครื่อง
ถ่ายเอกสาร ปรับเปลี่ยน รูปแบบการติดต่อหรือประสานงาน
ทางธุรกิจผ่านช่องทาง Online มากขึ้น และนำเทคโนโลยีมาใช้
เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ เพื่อลดการเผาผลาญน้ำมันจากการเดินทาง
ลดการใช้พลังงานภายในอาคารสำนักงาน และลดความเสี่ยง
ในการแพร่ระบาดของโควิด-19



4) Reduce Greenhouse Gas Emission

The Company takes into account the risks of climate change and change in the environment by encouraging employees to reduce energy consumption and stop conducting the activities that will affect global warming. The Company focuses on being a part of reducing energy consumption and reducing the cause and amount of carbon dioxide and greenhouse gas emissions as follows:

- Adjusting resource usage in business operations using 3R strategy: Reduce, Reuse and Recycle. Emphasizing the importance of operating business that is environmentally friendly and sustainable such as opening for donations of recyclable materials like aluminum cans, plastic bottles, plastic bags, etc. Inviting employees to donate sweaters to children which helps preserve resources, reduce waste and promote the use of renewable resources for the best benefits for the environment, sustainable society and community.
- Making a company shirt with the concept “Let’s Save the Earth” in order to create ‘unity’ among the employees. The Company has chosen to use fabrics made from recycled plastic bottles that can contribute to energy savings and help reduce the amount of waste and pollution in waste disposal, because the Company has always been aware of the importance of being a part in environmental sustainability.
- Establishing the care for environment and society as an organizational culture, by focusing on saving energy and taking care of the environment, such as reducing the amount of printing and paper used for copiers, changing the form of communication or business coordination through online channel instead and adopting technology to allow the employees to work from home more efficiently in order to reduce the use of fuel from traveling to a workplace, reduce energy used in office building and reduce the risk of spreading COVID-19.

3.4 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม

3.4.1 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมที่ดี

บริษัทฯ เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญและมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมที่ดี (Good Corporate Governance) สนับสนุนในเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่ให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรม

บริษัทฯ จึงได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG Code) เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ซึ่งออกโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และประกาศ เรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯประกันวินาศภัย พ.ศ. 2562 ซึ่งออกโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

CG Code เมืองไทยประกันภัย

- มีการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน
- มีการบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
- มีกิจกรรมควบคุมที่เพียงพอ
- การนำข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารมาพัฒนาได้ตามมาตรฐาน
- การกำหนดให้มีการติดตามและประเมินผลเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขภายในระยะเวลาที่เหมาะสม
- สร้างมูลค่าเพิ่มในการปฏิบัติงาน
- ลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน

การต่อต้านคอร์รัปชัน

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินการตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง ส่งผลในบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผ่านการประเมินผลและการรับรองการเป็นสมาชิกครั้ง 3 (ต่ออายุครั้งที่ 2) จากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตในโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการรับรองครั้งนี้มีอายุ 3 ปี (ปี 2564 - 2567) และในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเพิ่มวิธีการให้ความรู้ผ่านระบบ e-Learning เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจและสร้างวัฒนธรรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงให้เกิดความตระหนักและให้ความสำคัญกับนโยบายดังกล่าว

(1) นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทฯ ได้กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งต้องปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนด้วยความโปร่งใส โดยห้ามกระทำการใด ๆ ที่เป็นการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการรับหรือให้สินบน ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดแก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง รวมถึงห้ามจ่ายสินบนเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจและการดำเนินการใด ๆ ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติด้วยความระมัดระวัง นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้จัดให้มีกระบวนการประเมินและบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน และจัดทำมาตรการ แนวทางปฏิบัติในการควบคุมและกำกับดูแล

ได้กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งต้องปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนด้วยความโปร่งใส โดยห้ามกระทำการใด ๆ ที่เป็นการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการรับหรือให้สินบน ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดแก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

3.4 Sustainability Management Regarding Social Dimension

3.4.1 Good Corporate Governance

Muang Thai Insurance Public Company Limited had realized the importance of and committed to conduct the business under the good corporate governance by supporting for accountability and responsibility in order to create transparency and fairness. Therefore, the Company has established a good corporate governance policy (CG Code) in order to comply with good corporate governance principles for listed companies B.E. 2560 (2017) by the Office of the Securities and Exchange Commission and the notification on Good Corporate Governance of Non-life Insurance Companies B.E. 2562 (2019) by the Office of Insurance Commission (OIC).

CG Code of Muang Thai Insurance

- Clear separation of authorities and duties
- Risk is managed to an acceptable level
- Adequate internal control activities
- Use of information and communication for development to meet the standard
- Establish monitoring and evaluation process in order to have the improvement within appropriate period of time
- Create added value in the work operations
- Reduce expenses which is the important foundation of sustainable growth

Anti-corruption

The Company has been committed to continuously follow up the compliance of anti-corruption policy. The Company is being a Certified Company and passed the evaluation for membership 3 times (Renewed 2 times) from the Thai Private Sector Collective Action Coalition against Corruption (CAC) by the Thai Institute of Directors Association (IOD). This certification is valid for 3 years (2022 - 2024). In 2021, The Company has continuously organized training and education on the anti-corruption policy. The Company also provides other channels to provide the knowledge which is the e-Learning system to educate the executives and employees, to build understanding and to create a culture of anti-corruption, including raising awareness and gave the importance to the policy.

(1) Anti-Corruption Policy

The Company realizes the importance of anti-corruption, by establishing the Company's anti-corruption policy and measures stipulating that all executives and employees have a duty to comply with the law, business ethics and regulations related to the anti-corruption, including having to perform their duties with transparency. Any action that may imply or indicate the intention that it is a corruption shall be prohibited. Accepting or giving bribes, gifts, assets or any other benefits to the stakeholders involved shall be prohibited as well. This includes prohibiting the payment of bribes for the benefit of business operations, by taking any action that may be at risk of committing corruption. So, all executives and employees must take cautious action.

including having to perform their duties with transparency. Any action that may imply or indicate the intention that it is a corruption shall be prohibited. Accepting or giving bribes, gifts, assets or any other benefits to the stakeholders involved shall be prohibited as well

โดยในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีการจัดทำและเผยแพร่การให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบาย No Gift Policy ผ่านสื่อทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วย Concept เปลี่ยนจาก “ของขวัญ” เป็น “คำอวยพร”

เพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ มีการกำหนดแนวทางในการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น ทั้งนี้สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทเพิ่มเติมได้ที่ www.muangthaiinsurance.com

(2) นโยบายป้องกันการฟอกเงินและการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย

บริษัทฯ ได้กำหนดให้ลูกค้าแสดงตนและตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้าก่อนทำธุรกรรมทุกครั้ง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการตรวจสอบรายชื่อลูกค้ากับรายชื่อบุคคลที่มีความเสี่ยงด้านการฟอกเงินและรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนด ตามรายชื่อที่สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) ประกาศกำหนด

ในปี 2564 บริษัทฯ ได้รับอนุมัติจากสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) ให้เป็นผู้จัดการอบรมหลักสูตรและออกหนังสือรับรองผู้ผ่านหลักสูตร การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงของสถาบันการเงินประเภทธุรกิจประกันภัย ตามระเบียบคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ว่าด้วยการจัดให้มีการฝึกอบรมให้แก่ผู้มีหน้าที่รายงานตามมาตรา ๑๓ และมาตรา ๑๖ พ.ศ. ๒๕๖๓ ให้แก่ผู้บริหาร พนักงานและบุคลากรของบริษัทฯ

(3) นโยบาย No Gift Policy

นโยบายนี้เป็นส่วนหนึ่งของมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยการงดการรับของขวัญ (No Gift Policy) ในช่วงเทศกาลและในโอกาสอื่นใดไปยังพนักงาน คู่ค้า และผู้เกี่ยวข้องภายนอกได้ทราบ โดยนโยบาย No Gift Policy เริ่มในปี 2562 เป็นปีแรก เพื่อตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างหลักธรรมาภิบาลที่ดี โดยในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีการจัดทำและเผยแพร่การให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบาย No Gift Policy ผ่านสื่อทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วย Concept เปลี่ยนจาก “ของขวัญ” เป็น “คำอวยพร” ซึ่งผู้บริหารและพนักงาน ได้ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ในการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความโปร่งใส

(4) การแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)

คณะกรรมการบริษัทฯ กำกับดูแลให้มีกระบวนการรับข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการคอร์รัปชันในหลายช่องทาง รวมทั้งเปิดเผยช่องทางรับเรื่องร้องเรียนไว้ในเว็บไซต์ หรือรายงานประจำปีของบริษัทฯ พร้อมทั้งเปิดรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันจากพันธมิตรและผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใส คณะกรรมการบริษัทฯ กำกับดูแลให้มีการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลที่กระทำโดยเจตนาสุจริต โดยห้ามการเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามคำสั่งโดยชอบด้วยกฎหมาย ตามคำสั่งศาลหรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง



In the year 2021, the Company has prepared and communicated the policy with a slogan “Change from ‘gift’ to ‘blessing’”

Moreover, the Company provides a corruption assessment and establishes corruption risk management, measures, guidelines for supervision and controls for prevention. It has been monitoring risks to be within an acceptable level. The guidelines for monitoring and evaluating the compliance of the policy are established as well. More information about the Company's anti-corruption policy, please visit: www.muangthaiinsurance.com

(2) Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism Policy

The Company's customers are required to identify and verify their information before every transaction. The Company also reviews and checks blacklist and watching list collected by the Anti-Money Laundering Office Through electronic system before every transaction.

In 2021, the Company is approved by the Anti-Money Laundering Office to provide the training course and issue certificates for those who have passed the course on prevention and suppression of money laundering and the prevention and suppression of the financing of terrorism and the proliferation of weapons of mass destruction in the non-life insurance companies which is classified as financial institutions, according to the regulation of the Anti-Money Laundering Commission requiring the company to provide training course to those who has reporting duty, which are the executives and employees of the Company under the law Section 13 and Section 16 B.E. 2564.

(3) Gift Policy

This policy is a part of the against corruption measures by refraining from accepting gifts during festivals and on any other occasions. The policy applies to employees, business partners and related parties. The no gift policy was initially implemented in 2019 to reinforce the Company's commitment in building good governance principles. In the year 2021, the Company has prepared and communicated the policy with a slogan “Change from ‘gift’ to ‘blessing’” through both internal and external media. This policy has the objectives to adhere to the principles of good governance and to ensure the business operations comply with the corporate governance policy that enhances the culture of transparency.

(4) Whistleblowing

The Board of Directors has been ensuring that there is a process for receiving complaints of stakeholders, by providing several channels for reporting clues and complaints regarding corruption. The Company also provides the channels for receiving complaints on its website or its annual report and open to suggestions about anti-corruption measures from business partners and stakeholders with transparency. The Board of Directors oversees the handling of complaints in a systematic way to protect the rights of complainants and informants acting in good faith. It is prohibited to disclose information to other persons who are not involved, unless it is a lawful order or order of the court or the relevant regulators.

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อการให้บริการและการดูแลลูกค้า รวมถึง กรณีผู้ที่ไม่ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแจ้งปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนมายังบริษัท ได้ โดยบริษัท มีหน่วยงานบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่ทำหน้าที่ตรวจสอบข้อเท็จจริง ประสานงานและบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนอย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามหลักการและตรงตามวัตถุประสงค์ของการร้องเรียน ซึ่งนอกจากจะเป็นการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนแล้ว ยังเป็นการสื่อสาร ทำความเข้าใจกับผู้ร้องเรียน ให้ได้รับทราบข้อเท็จจริงที่ถูกต้องอีกด้วย อันส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและภาคธุรกิจประกันภัยโดยรวมอีกด้วย ในกรณีนี้บริษัท เปิดรับเรื่องร้องเรียนจากทุกช่องทาง เพื่อความสะดวกและช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ร้องเรียน ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน เว็บไซต์ของบริษัท <https://www.mticonnect.com/Contact/Comment>

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ได้ปลูกฝังจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสและเป็นธรรม ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานในบริษัท เพื่อต่อต้านการทุจริต เพราะจุดเริ่มต้นของการส่งต่อสิ่งที่ดีต้องเริ่มจากการที่บริษัทเป็นต้นแบบที่ดีในสังคม ซึ่งในปี 2564 บริษัท ได้รับรางวัลจรรยาบรรณดีเด่นจากหอการค้าไทยโดยได้รับคะแนนเป็นอันดับ 1 (ในรอบที่ 1) และทางผู้วิจัยของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้มีเก็บข้อมูลด้านจรรยาบรรณของบริษัทกับพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลที่ได้จากการเก็บข้อมูล ดังนี้

- คะแนนจากพนักงาน ร้อยละ 93.42, การรักษาความสุจริต ร้อยละ 95.34, ความพึงพอใจงาน ร้อยละ 87.65
- คะแนนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ร้อยละ 95.58 และการรักษาความสุจริต ร้อยละ 95.37

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัท ตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการของบริษัท ประกอบกับปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ทั้งระบบการสื่อสาร รวมถึงระบบการทำงานของ บริษัท ทำให้การเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลสามารถทำได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว อันอาจนำมาจากความเสียหายในกรณีที่มีการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ

บริษัท จึงได้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎหมายข้อมูลส่วนบุคคลอย่างสม่ำเสมอ และกำหนดให้พนักงานทุกคนต้องผ่านการฝึกอบรม เพื่อให้มีความตระหนักรู้และสามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามคู่มือปฏิบัติงาน อำนาจในการดำเนินงานและความรับผิดชอบ รวมถึงนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทและกฎหมายดังกล่าว

ข้อปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูล

บริษัท เคารพสิทธิในความเป็นส่วนตัวและมีความรับผิดชอบในการเก็บรวบรวม การใช้ การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า บริษัท จึงได้จัดทำคำประกาศเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) เพื่อแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทเพิ่มเติมได้ที่ www.muangthaiinsurance.com

การให้ความเชื่อมั่นด้านการเปิดเผยข้อมูลต่อหน่วยงานหรือบุคคลภายนอก

การเปิดเผยข้อมูล บริษัท มีช่องทางประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเปิดเผยข้อมูลของบริษัท แก่หน่วยงาน นักลงทุนสถาบัน บุคคลภายนอก และผู้ถือหุ้น ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และทันการสม่ำเสมอ

ช่องทางการสื่อสาร

- www.muangthaiinsurance.com
- Facebook ของบริษัท "เมืองไทยประกันภัย Muang Thai Insurance "MTI"
- Line OA: เมืองไทยประกันภัย
- Instagram: muangthai.insurance
- Twitter: Muangthai_mti
- ป้ายสื่อโฆษณา

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญต่อการให้บริการและการดูแลลูกค้า รวมถึง กรณีผู้ที่ไม่ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแจ้งปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนมายังบริษัท ได้

The Company gives the importance to the service and customer care. This includes those who experience the inconvenience of using the Company's services or products, reporting problems or filing complaints to the Company. The department is set up to handle complaints with the functions of searching, investigating, coordinating and managing the complaints in order to be able to find solution for the problem and meet the purpose of the complaint based on the principles and regulation of the related departments or agencies. The Company aims to understand the informants or complainants. This is not just to handle the complaints, we also focus on the communication to get the correct understanding to the informants or complainants, at the same time to make them aware of the facts. The Company is complaints from all channels because we are concern about the complaint from those who suffer, not just only our reputation and the insurance industry. The whistleblowing or complaint channel of the Company is at <https://www.mtconnect.com/Contact/Comment>.

Code of Conduct

The Company has instilled a transparent and fair business ethics from the executives and employees of the Company as a tool to combat corruption. Because the starting point of forwarding good things in the society must start with the Company being a good role model. In 2021, the Company has received an outstanding ethics award from the Thai Chamber of Commerce with the top score (In the first round)

In addition, the researchers from the University of Thai Chamber of Commerce have collected information on the business from the Company, employees and stakeholders. The results obtained from the data collection are as follows:

- Score from employee is 93.42%, honesty is 95.34% and job satisfaction is 87.65%.
- Score from stakeholders is 95.58% and honesty is 95.37%.

Protection of Personal Information

The Company recognizes the importance of protecting the user's personal information. In addition, advancement of information technology has a huge influence on current business operations including the whole communication system and working system that facilitate collection, use and disclosure of personal information to be easy, convenient and quick. This may cause damage in case of misuse of personal information.

Therefore, the Company has regularly promoted the information regarding the Personal Data Protection Act and required all employees to attend the training course in order to raise an awareness and able to work properly according to the operating manual, work authority and responsibilities including the Company's privacy policy and the aforementioned law.

Information Disclosure Practices

The Company respects the privacy right and is responsible for the collection, use and disclosure of customers' personal information. Therefore, the Company has prepared a privacy notice to inform the customer about the processing of the customer's personal data according to the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019) and other relevant laws. More information about the protection of personal information of the Company can be found at www.muangthaiinsurance.com.

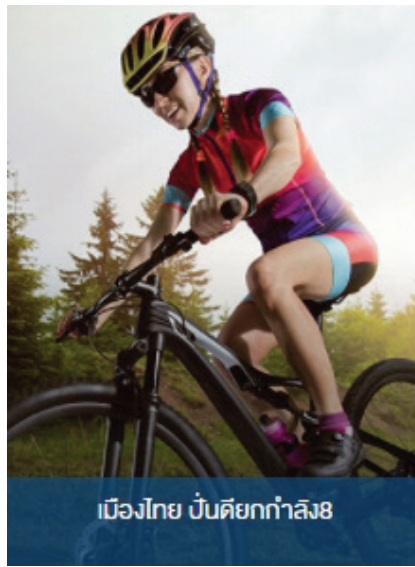
Assurance of Information Disclosures from other Agencies or Third Parties

The company has channels to regularly publicize news and information of the Company to other agencies, institutional investors, third parties and shareholders through both online and offline channels.

Communication Channel:

- www.muangthaiinsurance.com
- Facebook of the Company: Muang Thai Insurance "MTI"
- Line OA: Muang Thai Insurance
- Instagram: [muangthai.insurance](https://www.instagram.com/muangthai.insurance)
- Twitter: [Muangthai_mti](https://twitter.com/Muangthai_mti)
- Billboards

The Company gives the importance to the service and customer care. This includes those who experience the inconvenience of using the Company's services or products, reporting problems or filing complaints to the Company.



3.4.2 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และเข้าถึงง่าย

แนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัท คือ ต้องทำขึ้นมาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ปรับเปลี่ยนไป รวมถึงคำนึงถึงการให้บริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเข้าถึงการรับบริการ หากเกิดเหตุไม่คาดถึงสามารถช่วยเหลือและบรรเทาภัยให้กับลูกค้าได้

สำหรับผลิตภัณฑ์เด่นในปี 2564 บริษัท มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอตามเทรนด์ของโลก ได้แก่ เรื่องออนไลน์ และเรื่องสุขภาพ เช่น

- ประกันภัย Shopping Online F ภัย: เป็นประกันภัยที่คุ้มครองความเสียหายที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ ทั้งทรัพย์สิน ข้อมูล และการหมิ่นประมาท สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน มีการใช้พื้นที่บนโลกออนไลน์เสมือนกับโลกจริงในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทั้งการติดต่อสื่อสาร การซื้อขายสินค้า การทำธุรกรรม เป็นต้น
- ประกันภัยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ให้ความคุ้มครองในโรคอุบัติใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งบริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นต่อผู้บริโภค จึงได้ทำการออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเพื่อช่วยรองรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น และได้เล็งเห็นถึงปัญหาด้านสุขภาพที่จะตามมา บริษัทจึงได้ทำการออกผลิตภัณฑ์ที่เน้นให้ความคุ้มครองในการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยมากกว่าให้ความคุ้มครองแบบเหมาจ่าย เพื่อให้ผู้เอาประกันภัยเกิดความมั่นใจในการเข้ารับรักษาตัว จนหายขาด รวมไปถึงความคุ้มครองของประกันภัยแพ็คชีนโควิด-19 ด้วยเช่นกัน
- ประกันสุขภาพ เมืองไทย Mobile Syndrome ที่ให้ความคุ้มครองครอบคลุมถึง 11 โรคฮิตของโรค Mobile Syndrome และบางโรคก็เป็นโรคที่เกี่ยวข้องกับโรค Office Syndrome อันก่อให้เกิดเป็นปัญหาสุขภาพเรื้อรัง สำหรับคนวัยทำงาน

ซึ่งมีเหตุมาจากการใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็น Smart Phone, Tablet หรือ Computer ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ประชากรส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้เพื่อการดำรงชีพในปัจจุบัน

นอกจากนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัท ยังมุ่งเน้นให้ตอบสนองความต้องการ และสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึงความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อผู้บริโภค

- ประกันสุขภาพและอุบัติเหตุรายย่อย กลุ่มสบายใจ และสบายกระเป๋า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัท เน้นขยายกลุ่มการรับประกันให้ครอบคลุมบุคคลในหลายกลุ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มของชาวบ้าน เกษตรกร ชาวประมง ที่เดิมเป็นกลุ่มยกเว้นในการรับประกันของประกันอุบัติเหตุ และสุขภาพ แต่ด้วยสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป มีโรคและภัยใหม่ ๆ อุบัติขึ้นไม่เว้นแต่ละวัน เช่น ฝุ่น PM 2.5 หรือโรค COVID-19 เป็นต้น บริษัท จึงมีความห่วงใยต่อสุขภาพของประชาชน และปัญหาในเรื่องของการเข้าถึงการรักษาพยาบาล จึงออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อให้ประชาชนมีทางเลือกในการเข้าถึงการรักษาพยาบาลมากขึ้น นอกจากนี้บริษัท ยังได้คำนึงถึงการเข้าถึงความคุ้มครองของผู้บริโภค จึงได้ออกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเบี้ยประกันภัยที่สามารถจับต้องได้ในหลายกลุ่มคน สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันของสังคม
- ประกันภัยรถยนต์ระยะสั้น เป็นประกันภัยที่ถูกออกแบบมาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่รายได้ของประชากรลดลง ปัญหาการว่างงานเพิ่มสูงขึ้น เนื่องมาจากวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ประกอบกับพฤติกรรมในการใช้รถยนต์ของประชาชนลดลง ส่วนหนึ่งด้วยมาตรการของรัฐ แต่ประชาชนก็ยังคงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้รถยนต์ จึงต้องมีประกันภัยประเภทดังกล่าวคุ้มครองไว้ เพื่อไม่ให้ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นก่อให้เกิดเป็นปัญหาด้านค่าใช้จ่ายกับกลุ่มผู้ใช้รถซ้ำขึ้นอีก

สำหรับผลิตภัณฑ์เด่นในปี 2564 บริษัทฯ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เปลี่ยนไปอยู่เสมอ
ตามเทรนด์ของโลก ได้แก่ เรื่องออนไลน์ และเรื่องสุขภาพ

For the highlight products in 2021, the Company has always
designed new products in accordance with the changes of our
society and global trends including online and health

3.4.2 Responsibility to Consumers

1) Product Development for Variety and easy Accessible Products

The concept of product design and development is that it must be designed to meet the changing in the customer needs, including taking into account after-sales service to provide customers with convenient access to the service when unexpected incident happens. So the Company can help and mitigate loss or damage for the customers.

For the highlight products in 2021, the Company has always designed new products in accordance with the changes of our society and global trends including online and health trends for example:

- Shopping Online F Keng Insurance: This insurance protects against damage, incurred on the online platform, to property, information and defamation. This product is designed to suit the changing behavior of consumers these days, where the online space has become more like the real world in everyday life such as communication, trading, transactions, etc.
- COVID-19 Insurance: This insurance provides the protection for emerging diseases occurring at the moment. The Company has foreseen the risks that may occur to consumers. Therefore, this product has been developed to help cover the potential risk. As the Company has foreseen the health problems that will follow afterwards, therefore the product has been developed focusing on medical treatment coverage for patients rather than providing a lump-sum payment coverage. Therefore the insured will be confident when getting the medical treatment. The Company also provide the coverage for COVID-19 vaccine.
- Muang Thai Mobile Syndrome Insurance: This product covers 11 diseases which are popular mobile syndrome

diseases and some diseases are related to the office syndrome diseases causing a chronic health problem for working people. The cause is mainly from the use of electronic devices such as smart phone, tablet or computer which are the devices for facilitating the life of most people these days.

In addition, the new product launched has focused on meeting the needs of consumer and the changing world by taking into account the necessity of products that are essential to consumers.

- PA and Health Insurance for retail customer group which makes the insured comfortable and is pocket-friendly. It is a product that the Company aims to expand to several target groups, especially villagers, farmers, and fishermen whose occupations are used to be excluded PA and Health insurance. However with the changing world and new diseases occurring such as PM 2.5 or COVID-19, etc. The Company has a concern about everyone health and problems in accessing medical care, therefore we has released the products to give people more options for accessing medical care. In addition, the Company also take into account access to the insurance coverage. So, a product with a premium that is easy to access for everyone is developed and it is in line with the current situation of our society.
- Short-term motor insurance: This is an insurance that is designed based on the current situation, where the people's income has decreased and unemployment is increasing due to COVID-19 Pandemic. Also, the consumer's behavior of using cars has decreased partly by the government control measures. However, most people still need to use a car. They still need to have motor insurance for their cars in order to cover the unforeseen risk that may occur causing a costly problem.

2) นวัตกรรมที่สร้างสรรคตอบโจทยสังคมในทุกมิติ

บริษัทเมืองไทยประกันภัย ร่วมมือกับบริษัท KBTG ในการสร้าง InsurTech สำหรับการตรวจสภาพรถยนต์ด้วยเทคโนโลยี AI รายแรกในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งเดิมการตรวจสภาพรถยนต์ก่อนที่บริษัทจะอนุมัติประกันภัย ต้องทำการนัดหมายกันระหว่างลูกค้าและบริษัท ซึ่งใช้เวลาและมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง

บริษัทฯ จึงได้นำเอาเทคโนโลยี AI เข้ามาประยุกต์ใช้กับวงการประกันภัยเพื่อประมวลผลข้อมูลตรวจสภาพรถยนต์เป็นรายแรกในประเทศไทย ถือเป็นอีกหนึ่งความร่วมมือในการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า ด้วยการนำเอาเทคโนโลยี Image Processing และ AI เข้ามาผสมผสานกัน เพื่อต่อยอดนวัตกรรมการเรียนรู้และประมวลผลจากแหล่งข้อมูล จนเกิดความเชี่ยวชาญในการตรวจจับร่องรอยความเสียหายของรถยนต์ที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น ผ่านรูปภาพหรือภาพถ่ายที่ลูกค้าส่งเข้ามาตรวจสอบสภาพรถยนต์ก่อนการทำการประกันภัย โดยลูกค้าสามารถดำเนินการตรวจสภาพรถยนต์ได้ทุกที่ด้วยตนเอง เปรียบเสมือน Self-Service ซึ่งใช้เวลาเพียงไม่กี่นาทีผ่านระบบออนไลน์ที่ใช้งานง่ายได้ตลอด 24 ชั่วโมง

การนำ AI เข้ามาช่วยพัฒนาระบบประมวลผลข้อมูลด้านการตรวจสภาพรถยนต์ครั้งนี้ นอกจากจะทำให้สามารถเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายได้อย่างครอบคลุมแล้ว เทคโนโลยีเหล่านี้ยังถูกนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มช่องทางการนำเสนอแผนประกันภัยให้ตอบโจทยตามความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันแบบเฉพาะตัวบุคคล ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง

การเลือกซื้อประกันภัยของลูกค้าได้อย่างหลากหลายและครอบคลุมในยุคของข้อมูลที่ลูกค้าสามารถเป็นผู้เลือกและกำหนดได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ เมืองไทยประกันภัย ยังคงเดินหน้าพัฒนาการให้บริการด้านประกันภัยผ่านเทคโนโลยี AI อย่างต่อเนื่อง

3) การสร้างมาตรฐานการงายที่ดี

- การควบคุมและพัฒนาตัวแทนและนายหน้าประกันภัย เช่น ตัวแทนนายหน้า/นายหน้าประกันภัยต้องผ่านการอบรมตามหลักสูตรที่บริษัทได้กำหนดไว้

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีการดูแลและส่งเสริมพัฒนาตัวแทนประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันวินาศภัยที่เป็นคู่ค้าของบริษัทฯ โดยได้จัดตั้ง ส่วนฝึกอบรมสอบบัตรเพื่อให้เป็นหน่วยงานที่ดูแลและส่งเสริมพัฒนาตัวแทน/นายหน้าประกันวินาศภัย เป็นการเฉพาะ และให้ส่วนฝึกอบรมสอบบัตร ทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- อบรมตัวแทน/นายหน้า ให้มีใบอนุญาตเป็นตัวแทน/นายหน้าประกันวินาศภัย รวมทั้งการต่ออายุใบอนุญาตตามหลักสูตรและเงื่อนไข ที่ คปภ. ได้กำหนดไว้

บริษัท ได้ดำเนินการขอรับความเห็นชอบจากนายทะเบียนเพื่อจัดตั้ง ส่วนฝึกอบรมสอบบัตร เป็นสถาบันอบรมหลักสูตรประกันวินาศภัย ให้แก่ตัวแทน และนายหน้าประกันวินาศภัยที่เป็นคู่ค้าของบริษัทฯ ตามหลักสูตรที่ คปภ. กำหนดไว้ โดยมี 8 หลักสูตร ดังนี้

หลักสูตรที่จัดอบรมในปัจจุบัน

หลักสูตรสำหรับตัวแทน	หลักสูตรสำหรับนายหน้า
1. หลักสูตรขอรับใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัย	1. หลักสูตรขอรับใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัย
2. หลักสูตรขอต่อใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัยครั้งที่ 1	2. หลักสูตรขอต่อใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัยครั้งที่ 1
3. หลักสูตรขอต่อใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัยครั้งที่ 2	3. หลักสูตรขอต่อใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัยครั้งที่ 2
4. หลักสูตรขอต่อใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัยครั้งที่ 3	4. หลักสูตรขอต่อใบอนุญาตตัวแทนประกันวินาศภัยครั้งที่ 3

บริษัทเมืองไทยประกันภัย ร่วมมือกับบริษัท KBTG
ในการสร้าง InsurTech สำหรับการตรวจสภาพรถยนต์
ด้วยเทคโนโลยี AI รายแรกในประเทศไทย

2) Creative Innovations that meet the needs of Society in all Dimensions

The Company has been collaborating with KBTG to create InsurTech for car inspection using AI technology which will be the first company in Thailand that facilitates the customers on the digital platform. Previously, the Company must make an appointment with the customer for insurance application approval which usually takes times and has high cost.

The Company has brought AI technology to be applied to the working processes for car inspection which is the first company in Thailand. This is another collaboration to create a new experience for customers by using image processing and AI technologies as a mixture to develop an innovation of learning and processing from data sources, making the AI to become proficient in detecting the car damage more precisely through pictures or photos sent by the customer for car inspection before getting the insurance. This allows the customers to be able to carry out car inspection anywhere by themselves. It is like a self-service which only takes a few minutes through an easy-to-use and 24/7 online system.

Using AI to help develop the data processing system for car inspection this time is to help enhance the efficiency of risk and cost management capabilities. These technologies are also being applied to increase the ability of the sales channel to meet the needs of different group of customers. This will

facilitate the customer to access variety of insurance products with a wide range and coverage during the time where the customers can use the information to choose and customize the products by themselves. The Company also continue to develop insurance services through AI technology.

3) Establishing Good sales Standards

- **Managing and developing insurance agents and brokers who must undergo training in accordance with the course prescribed by the Company.**

Muang Thai Insurance Public Company Limited has supported and promoted the development of the agents and brokers who are the Company's partners by establishing License Training Section to be responsible for the development of insurance agents and brokers. The License Training Section has following duties:

- **Training agents and brokers to obtain a license to be an agent and broker for non-life insurance, including the renewal of the license according to the courses and conditions by the OIC**

The Company has requested approval from the registrar to establish the License Training Section as a center to train the agents and brokers of the Company according to the courses specified by the OIC as follows:

Current Training Courses

For Agent	For Broker
1. Non-life insurance license for agent	1. Non-life insurance license for broker
2. Non-life insurance license renewal for agent No. 1	2. Non-life insurance license renewal for broker No. 1
3. Non-life insurance license renewal for agent No. 2	3. Non-life insurance license renewal for broker No. 2
4. Non-life insurance license renewal for agent No. 3	4. Non-life insurance license renewal for broker No. 3

The Company has been collaborating with KBTG to create InsurTech for car inspection using AI technology which will be the first company in Thailand

ปัจจุบันส่วนฝึกอบรมมอบบัตรได้รับอนุมัติจาก คปภ. ให้สามารถดำเนินการจัดอบรมออนไลน์ ได้ทั้ง 8 หลักสูตร โดยจัดอบรมผ่าน โปรแกรม Zoom และ Microsoft Teams

ซึ่งบริษัทฯ ได้หาวิธีการให้ตัวแทน/นายหน้าประกันวินาศภัยที่เป็นลูกค้าของบริษัทสามารถเรียนรู้การประกันภัยได้ด้วยตนเอง จึงได้จัดทำโปรแกรมการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (e-Learning) ขึ้น โดยใช้ชื่อว่า Learn Anywhere ในขั้นต้นจัดทำหลักสูตรเตรียมตัวสอบไว้สำหรับผู้ที่ประสงค์จะสอบเป็นตัวแทน/นายหน้าประกันวินาศภัย ขั้นตอนต่อไปจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยทั้งหลาย ผู้ที่จะใช้ระบบนี้จะต้องเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกก่อน จึงจะสามารถเข้าระบบได้ที่ <http://learnanywhere.muangthaiinsurance.com>

ผลจากการให้ตัวแทน/นายหน้า เข้าไปทดลองใช้โปรแกรม Learn Anywhere ควบคู่ไปกับการเข้าอบรมหลักสูตรเตรียมสอบใบอนุญาตนั้น ปรากฏว่าได้ผลดีขึ้นเป็นที่น่าพอใจ ขณะที่จำนวนผู้ใช้ โปรแกรม Learn Anywhere มีมากกว่า 13,600 คน นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงโปรแกรมดังกล่าวให้ดูมีความทันสมัย และครบถ้วนเพิ่มมากยิ่งขึ้น

• การมอบรางวัลให้ตัวแทน/นายหน้าประกันภัยของบริษัท ที่มีการบริหารงานขาย และยกระดับคุณภาพการให้บริการ รับประกันภัยตามนโยบายบริษัท

บริษัทฯ ได้มีการจัดงานมอบรางวัลเกียรติคุณประจำปี เป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากตัวแทนและนายหน้าประกันภัยที่ผลิตผลงานยอดเยี่ยม และดีเด่น ในแต่ละช่องทางขายตามบริษัท กำหนด รวมถึงพิจารณาจากตัวแทนและนายหน้าประกันภัยที่มีความประพฤติตามจรรยาบรรณในอาชีพของการเป็นตัวแทนและนายหน้าประกันภัยที่ดี และเป็นไปตามการให้บริการการรับประกันภัยตามนโยบายของบริษัท โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับทุกคุณสมบัติและให้ตัวแทนและนายหน้ายึดถือปฏิบัติเสมอมา

4) การสร้างประสบการณ์ที่เป็นเลิศให้แก่ลูกค้า

• การบริการและการดูแลลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการให้บริการ และการดูแลลูกค้า ซึ่งรวมถึงการที่ผู้ที่ไม่ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท แจ้งปัญหา หรือร้องเรียนมายังบริษัท ซึ่งบริษัทฯ มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนโดยเฉพาะ โดยทำหน้าที่สืบค้น ตรวจสอบ ประสานงาน และบริหารจัดการ เพื่อให้สามารถหาแนวทางในการจัดการปัญหา เรื่องร้องเรียนของผู้แจ้งได้อย่างรวดเร็ว

• ยกระดับการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

• องค์กรมีนโยบายเพื่อสร้างมาตรฐาน ในการบริการ และได้รับการรับรองมาตรฐาน IT ระดับสากล ISO/IEC 27001: 2013



- มีการเพิ่มการให้บริการแบบดิจิทัล (Digital Channel) ทั้ง Application Muang Thai Friends Club และการทำ e-Policy
- การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในกระบวนการทำงานแบบลีน (Lean Process) เครื่องมือ Lean Process ลดต้นทุน ลดของเสีย และเพิ่มความรวดเร็วในการบริการ

• กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์

จากสถานการณ์โควิด-19 ที่พบในปี 2564 ทำให้บริษัทฯ ปรับเปลี่ยนวิธีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ เป็นการจัดบรรยายผ่านออนไลน์ผ่าน Facebook ในชื่อกิจกรรม "ธรรมะทอล์กโชว์ อยู่อย่างสุขใจ ในยุคโควิด" และมีการติดต่อแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้กับลูกค้าผ่านระบบ Notification ใน Application Muang Thai Friends Club เช่น สถานการณ์น้ำท่วมแต่ละจังหวัด สถานการณ์การติดเชื้อโควิด-19 เป็นต้น รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบนิตยสารบ้านยิ้ม เดิมสุข ให้มาเป็นในรูปแบบของ e-Magazine ที่ลูกค้าสามารถอ่านจากออนไลน์ได้ด้วย

รวมทั้ง สิทธิพิเศษภายใน Application Muang Thai Friends Club ได้ปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่ลูกค้า มีการทำงานจากบ้าน (WFH) และสั่งอาหารออนไลน์ มากขึ้น จึงมอบสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้า ในการใช้ส่วนลด การสั่งอาหาร ให้กับลูกค้า

Currently, the License Training Section has received approval by the OIC to be able to organize 8 courses training through online platform using Zoom and Microsoft Teams.

In addition, the Company has encouraged the agents and brokers to study by themselves through e-Learning platform under the name called Learn Anywhere. Initially, tutoring courses have been prepared for those who wish to take the exam to become an agent or broker. The next step will be about knowledge of insurance products training courses. For those who wish to use this system must apply for membership before logging into: <http://learnanywhere.muangthaiinsurance.com>.

After enabling the agents and brokers to test the Learn Anywhere program along with attending the training course to prepare for the licensure exam, the result are satisfactory. There are more than 13,600 people using the Learn Anywhere program. Moreover, the program is improved to be modern and more comprehensive.

- **The award for the agents and brokers with outstanding sales management and quality services according to the Company policy**

The Company has organized an annual award ceremony called Kirati Memorial for the agents and brokers who have excellent and outstanding performance in each sales channel, including the agents and brokers who have complied with professional ethics of being a good agents and brokers under the Company's policy. The Company has given importance to every qualification and required the agents and brokers adhere to it.

4) Creating Excellent Customer Experiences

- **Service and Customer Care**

The Company has given importance to providing service and customer care. This includes those who have experienced inconvenience using the service or products, or wished to report problems or complaints to the Company. The Company has a unit responsible for handling complaints in particular with the duties to search, inspect, coordinate and manage to seek the solution and manage complaint.

- **Efficiently Upgrade the Service**

- Establish service standards and get ISO/IEC 27001: 2013 certification.
- Provide the service through the digital channel such as Muang Thai Friends Club and e-Policy.
- Continuous improve work processes to be lean processes and use lean process as a tool to reduce cost, reduce waste and speed up service.

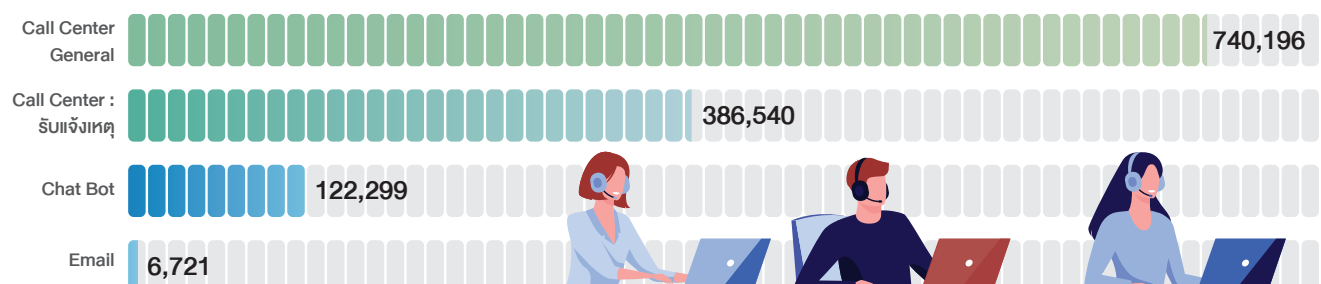
- **Customer Relationship Activities**

Because of COVID-19 in 2021, the Company has changed the way of organizing off-site activities into online activates through Facebook under the name “Dharma talk show: Live happily in with COVID-19.” and The Company has been communicating via various PR channels to customers using the notification system in Muang Thai Friends Club Application. For example, flood situation in each province, COVID-19 situation, etc. The magazine “Pan Yim, Tham Suk” is changed into e-magazine format as well.

The privileges available in the Muang Thai Friends Club Application have been adjusted to fit with the situation where the customers have to work from home and order food using online platform more. So the Company has provided the special privileges for customers to use discounts on food orders.

จำนวนผู้ติดต่อเข้ามาแยกตามช่องทางปี 2021

No. of People Contacted in 2021 Classified by Channel



3.4.3 การพัฒนาและดูแลพนักงาน ในแบบ

“ครอบครัวยืมได้”

บริษัทฯมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ กับพนักงาน เพราะถือว่าพนักงานก็เปรียบเหมือนคนในครอบครัวเดียวกัน ซึ่งบริษัทฯ มุ่งหวังให้ครอบครัวนี้เติบโตเป็นครอบครัวใหญ่อย่างมั่นคง และให้ทุกคนมีความสุข ให้เป็นครอบครัวยืมได้

ภาพรวมของพนักงาน ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2564

จำนวนพนักงาน	เพศชาย	เพศหญิง
1,209	508	701

1) การพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นเป้าหมายแรกของการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารจัดการคนที่ดีและมีประสิทธิภาพจะส่งเสริมประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กรได้เป็นอย่างดี บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรทุกระดับ ซึ่งจากสถานการณ์ในปัจจุบัน ปี 2564 เนื่องจากยังมีการระบาดของโควิด-19 บริษัทฯ จึงได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาพนักงานเป็นแบบออนไลน์ให้ครอบคลุมการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานด้านต่าง ๆ ได้แก่

หลักสูตรอบรมออนไลน์แบบ e-Learning จำนวน 4 หลักสูตร (พนักงานเข้ารับการอบรมครบ 100% ตามเกณฑ์ที่กำหนด แต่ละหลักสูตร)

1. การป้องกันการและปราบปรามการฟอกเงินฯ ประเภทธุรกิจประกันภัย (สำหรับพนักงานที่เข้าใหม่ และพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงิน)
2. Cyber Security Awareness
3. นโยบาย ISO 27001 ที่เกี่ยวข้องกักฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
4. การพัฒนาความรู้และทักษะพนักงานสินไหมรถยนต์

หลักสูตรอบรมออนไลน์แบบ Micro-Learning เช่น

- Micro-Learning ด้านการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพสูง
- Micro-Learning ด้านการขายและการนำเสนอ
- Micro-Learning ด้านการพัฒนาความสามารถในการบริหาร
- Micro-Learning ด้านความรู้การรับประกันภัย

2) การมีส่วนร่วมของพนักงาน

บริษัทฯ ได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานตลอดทั้งปี โดยส่วนใหญ่ในปี 2564 ด้วยสถานการณ์โควิด-19 บริษัทฯ จึงเน้นการจัดกิจกรรมภายในแบบพบปะที่เน้นมาตรการป้องกันโควิด-19 อย่างเคร่งครัด กิจกรรมที่จัดให้พนักงานมีส่วนร่วม อาทิ

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน อาทิ กิจกรรมทำบุญในวาระสำคัญต่าง ๆ

- กิจกรรมอาสาสมัคร เป็นกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่บุคคลเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ อาทิ เข้าร่วมคอร์สอบรมการดูแลผู้ป่วยในโครงการ Community Isolation Center
- กิจกรรมเกม หรือตอบคำถามออนไลน์ตามเทศกาล หรือวาระต่าง ๆ กิจกรรมส่งเสริมด้านขวัญและกำลังใจ อาทิ งานจัดเลี้ยงฉลองเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และกิจกรรมอาสาทำสเปรย์แอลกอฮอล์ส่งมอบความหวังใยถึงพนักงานทุกคน

3) การดูแลและรักษาพนักงาน

การเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าถึงบริการขององค์กร

การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ แคมเปญใหม่ หรือบริการใหม่ บริษัทฯ จะทำการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ให้พนักงานได้รับรู้โดยทั่วถึง และให้พนักงานสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยให้สิทธิพิเศษ อาทิ การลดราคาประกันภัยบางประเภท การเปิดโอกาสให้ญาติของพนักงานได้ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัยในราคาพิเศษ นอกจากนี้ยังให้พนักงานสามารถเลือกผ่อนชำระเป็นรายเดือนได้

ความก้าวหน้าในการทำงาน

บริษัทฯ สนับสนุนการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ โดยให้โอกาสที่ทัดเทียมกันในการว่าจ้าง การแต่งตั้ง การโยกย้าย โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสมกับลักษณะงาน ด้วยคุณธรรม ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลหนึ่ง บุคคลใด อันเนื่องจาก เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ อายุ สถานภาพความทุพพลภาพ หรือสถานะอื่นใดที่มีได้เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้โอกาสความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่อย่างเหมาะสม ยุติธรรมโดยไม่เลือกปฏิบัติ โดยพิจารณาตามผลประเมินการปฏิบัติงาน ผลสำเร็จของงาน และศักยภาพของพนักงาน โดยมีตัวชี้วัด KPI และ Competency ที่ชัดเจน

การกำหนดและบริหารค่าตอบแทน

บริษัทฯ กำหนดจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้บริหารและพนักงานอย่างเป็นธรรม เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงาน ตามนโยบายการบริหารค่าตอบแทน โดยบริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงาน ปีละ 2 ครั้ง โดยใช้ KPI เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในงาน เพื่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นเป้าหมายแรกของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

The Company had prioritized the human resource development as the first goal of good corporate governance

3.4.3 Employee Development and Treatment as a Member of “MTI Family”

The Company has arranged various activities for the employees as they are like a family to the Company, and we hope for this family to grow up to be a big family stably. and make everyone happy to be a smiling family

No. of the employee as of 31 December 2021

Number of Employees	Male	Female
1,209	508	701

1) Employee Development

The Company had prioritized the human resource development as the first goal of good corporate governance. Having good and effective people management will enhance the efficiency of the Company’s management. The Company therefore has a policy to train and develop personnel at all levels. But the current situation in 2021 and due to the COVID-19 outbreak, the Company has to change the way of employee development model to online platform in order to cover the development of knowledge and skills in various fields as follows.

e-Learning Training Course: 4 Courses

(Employees received training for 100% according to the criteria specified for each training course)

1. Anti money laundering for insurance business (for new employees and employees involved in financial transactions)
2. Cyber security awareness
3. ISO 27001 policy related to Personal Data Protection Act (PDPA)
4. Knowledge and skill development of Motor Claim Department

Micro-Learning Training Courses Such As

- Micro-Learning: Development of high potential groups
- Micro-Learning: Sales and presentation
- Micro-Learning: Management development
- Micro-Learning: Insurance knowledge

2) Employee Engagement

The Company had organized internal and external activities to strengthen relationship between employees throughout the year. In 2021 with the COVID-19 outbreak, the Company has focused on organizing activities in New Normal way through online channels. For activities that require physical meeting, the

Company has set up strict measures to prevent the spread of COVID-19. The activities opened for employees to participate are as follows.

- Activities for strengthening relationship between employees such as merit-making activities on important occasions.
- Activities arranged to contribute as a volunteer such as attending a patient care training course for the project of community isolation center.
- Games or answering online questions during the festival or other events.
- Activities to encourage the employees through various activities such as celebrating for some important occasions, making alcohol spray to forward care every employee.

3) Employee Care and Welfare

Providing employees with access to the Company’s services When launching new products, campaigns or services, the Company will communicate such launch of new products and services to the employees and provide employees with access to various products by giving special privileges such as discount for certain types of insurance, special price for employees’ relatives or also monthly installment plan for employees.

Career Advancement

The Company supports the protection of human rights without any discrimination in accordance with the provisions of the constitution by providing equal opportunities in employment, appointment, and transfer based on knowledge, abilities, suitability with job description which is considered under the morality without discrimination against any person due to race, color, religion, sex, age, disability or any other statuses that are not related. The Company also provides opportunities for career advancement with fairness without discrimination, by considering the results of the performance evaluation, success of the work and potential of employees using KPIs and competency evaluation.

Remuneration Determination and Management

The Company has a process to fairly determine the remuneration to executives and employees, which is suitable for their knowledge, abilities, responsibilities and performance according to the remuneration management policy. The Company requires the executives and employees to evaluate their performances twice a year by using KPIs as an indicator to measure success of work and to encourage them to show work efficiency.

“ความห่วงใยของ CEO ที่มีต่อพนักงาน”

ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 คุณเป้ง-นวลพรรณ ล่ำซำ กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้ส่งความห่วงใยถึงพนักงาน โดยตลอด ทั้งการมอบชุดตรวจ Antigen Test Kit ให้กับพนักงาน และสนับสนุนให้พนักงานได้เข้าถึงการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19

“เราภูมิใจที่เป็นธุรกิจ ที่ได้ช่วยเยียวยาผู้คน เมื่อยามเกิดภัย และเราเชื่อว่า นอกเหนือจาก กำไรทางธุรกิจ สิ่งสำคัญที่เราต้องทำ ควบคู่กันไป คือ การสร้างกำไรทางใจ ผ่านการช่วยเหลือสังคมไทยอย่างรอบด้าน”

คุณนวลพรรณ ล่ำซำ
กรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

3.4.4 การตอบแทนสังคม

1) สร้างหัวใจแห่งการเป็นผู้ให้

เพาะ “หัวใจอาสา” ให้แก่พนักงาน ตั้งแต่พนักงานที่เข้าใหม่ นำไปสู่พนักงานทุกระดับ ทั้งที่ประจำอยู่ในสำนักงานใหญ่และสาขาย่อยต่างจังหวัด ในนามอาสาสมัครใหม่เมืองไทย โดยเปิดโอกาสให้พนักงานได้ออกแบบกิจกรรมเพื่อสังคม ปัจจุบันนี้มีพนักงานอาสาสมัครใหม่ทำกิจกรรมไปแล้วกว่า 1,000 คน บริษัทฯ มุ่งหวังที่จะขยายกลุ่มอาสาสมัครใหม่เมืองไทยไปทั่วประเทศ ไม่ใช่เฉพาะสร้างความเป็นอาสาสมัครในตัวของพนักงาน แต่ยังสร้างอาสาสมัครในชุมชน เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์กับชุมชน สร้างเป็นเครือข่ายอาสา เกิดเป็นพลังอาสาในการขับเคลื่อนสังคมที่ดีต่อไป “เพราะเราเชื่อว่าหากคนในชุมชนช่วยเหลือกันและกัน จะเกิดการพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน”

2) เพื่อสังคมแห่งรอยยิ้ม

- ร่วมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้พิการไทย ด้วยการให้อาชีพสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ผู้พิการสามารถดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขอย่างยั่งยืน โดยตั้งแต่ปี 2557 บริษัทฯ สนับสนุนและฝึกอบรมเพื่อสร้างอาชีพแก่ผู้พิการผ่านโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย โดยกระจายความช่วยเหลือไปในหลากหลายจังหวัด ทั้งอาชีพเกษตรกรรมและงานฝีมือ อาทิ การทำน้ำยาล้างจาน กระจุกออมสิน จากเปเปอร์มาเช่ งานผ้าตัดมือ เป็นต้น ปัจจุบันโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย ได้จัดอบรม

เราคือครอบครัวเดียวกัน... เราจะผ่านวิกฤตนี้ไปด้วยกัน

ถึงพี่น้องพนักงานที่รักทุกท่าน

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งเป็นสถานการณ์อันตรายอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต มีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นแบบ New High ทุกวัน “เป้ง” ในฐานะหัวหน้าครอบครัวเมืองไทยประกันภัย ขอแสดงความห่วงใยจากใจจริงมายังพี่น้องที่รักทุกท่าน ซึ่งทราบดีว่าทุกท่านคงทุ่มเทให้กับงานในความรับผิดชอบอย่างเต็มความสามารถ ไม่ว่าจะ WFH หรือต้องเดินทางมาทำงานที่ออฟฟิศก็ตาม

เป้งจึงมอบชุดตรวจ Antigen test kit ที่ได้รับรองมาตรฐานจาก ออย. มอบให้ทุกท่าน ท่านละ 3 ชุด เพื่อใช้ตรวจคัดกรองความเสี่ยงด้วยตัวเอง ลดโอกาสติด ปิดความเสี่ยง เพิ่มความมั่นใจในการใช้ชีวิตในสถานการณ์ปัจจุบันของทุกคนค่ะ

สุดท้ายนี้ ไม่ใช่เพียงร่างกายที่เราต้องดูแล จิตใจก็เป็นอีกเรื่องที่ย่าละเลย ในหัวงานเวลานี้ หนึ่งเติมกำลังใจให้ตัวเอง มีสติกับการใช้ชีวิตทุกท่าน... ให้เราผ่านวิกฤตนี้ไปด้วยกันค่ะ

ด้วยรักและห่วงใย
“เป้ง” นวลพรรณ ล่ำซำ
CEO บมจ. เมืองไทยประกันภัย

“We are proud to be a business to help people smile over trouble, and we believe that the important thing apart from generating business profit is creating emotional benefit through helping Thai society in all aspects.”

Mrs. Nualphan Lamsam
President and CEO of Muang Thai Insurance
Public Company Limited



"The Concern of CEO towards Employees"

During the COVID-19 outbreak, Mrs. Nualphan Lamsam, President and Chief Executive Officer has always shown her concern to employees by giving COVID-19 Antigen test kits to the employees and facilitated the employees to have access to COVID-19 vaccinations.

3.4.4 Giving back to Society

1) Creating a Heart of Giving

The Company has been cultivating "Volunteer Heart" for all employees such as new employees and employees work at the head office and sub-branches in other provinces. This project is called MTI new volunteers which opens for the employees to have opportunity to design social responsibility activities. At present, there are new volunteer employees joining the project more than 1,000 people. Moreover, the Company aims to expand MTI new volunteers project throughout the country. It will not only create the volunteer heart in the employees, but also create volunteer heart in the community to support beneficial activities, build a volunteer network and become a volunteer force to drive a good society. "Because we believe that if people in the community help each other, it will drive sustainable development and strengthen the communities."



2) For a Society of Smiles

- Since 2014, the Company has been creating good quality of life for Thai people with disabilities, by giving a job that generates income for their families in order that they can live a happy and sustainable life. The Company has supported and provided training to create a job for the disabled through the project to provide support and development for disabled people by distributing the help to many provinces in the area of agriculture and crafts, such as making dishwashing liquid, making piggy bank from papier-mâché, quilt, etc. At present, the project has provided vocational training for disabled people to have knowledge and abilities, and become more appropriately support themselves and their families. There are 200 people attended the training in many areas, such as Sa Kaeo, Nakhon Ratchasima, Ratchaburi, Sakon Nakhon, Chaiyaphum, Nong Bua





อาชีพให้ผู้พิการให้มีความรู้ ความสามารถ เลี้ยงตนเองและครอบครัวได้อย่างเหมาะสม มากกว่า 200 คน ในหลายพื้นที่ อาทิ สระแก้ว นครราชสีมา ราชบุรี สกลนคร ชัยภูมิ หนองบัวลำภู อุตรธานี ขยายบริษัทเครือข่ายเข้าร่วมโครงการกว่า 10 บริษัท

• ส่งเสริมด้านกีฬา

บริษัทฯ เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ในด้านการศึกษา เพราะกีฬาทำให้เกิดการพัฒนาที่ครอบคลุม ทั้งตัวนักกีฬา ครอบครัว ผู้ชม ชุมชน และประเทศชาติ โดยบริษัทฯ ได้เป็นผู้สนับสนุนหลักของสโมสรการทำเรือ เอฟ.ซี. ทำให้มีความผูกพัน กับคนคลองเตย จึงเป็นที่มาของการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนคลองเตย ภายใต้โครงการคลองเตยดีดี และร่วมสนับสนุนฟุตบอลทีมชาติไทยให้สามารถคว้าแชมป์ AFF Suzuki Cup 2020 อีกด้วย

• ครีมาตาม

ในช่วงวิกฤตโควิด-19 เมืองไทยประกันภัย ได้ร่วมกับอาสาสมัครใหม่ และตัวแทนชุมชน จัดทำข้าวกล่อง ครีมาตาม รวมกว่า 150,000 กล่อง มอบถุงยังชีพครีมาตาม อีกกว่า 10,000 ถุง ให้แก่ผู้ที่ได้รับ ความเดือดร้อนในชุมชน



3) สานต่อพลังแห่งการให้

สานต่อพลังการแห่งให้ โดยร่วมกับมูลนิธิมาตามแบ่ง ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อขยายความช่วยเหลือคนไทยในหลากหลายพื้นที่ ในหลากหลายด้าน ทั้งการสนับสนุนด้านการแพทย์ การศึกษา ช่วยเหลือผู้ยากไร้และผู้ประสบภัยต่าง ๆ และร่วมกับอาสาสมัครใหม่ในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง

4) การช่วยเหลือในสถานการณ์โควิด-19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อชีวิตของประชาชน ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งในสถานการณ์ที่เหมือนเป็นภัยที่ทุกคนต้องประสบ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อน พร้อมเคียงข้างคนไทย

การสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์ Community Isolation รอบกรุงเทพฯ เพื่อหวังว่าจะช่วยบรรเทาภัยให้กับประชาชนคนไทยได้อย่างรอบด้าน

ศูนย์ Community Isolation หรือ CI ตั้งขึ้นเพื่อดูแลผู้ป่วยโควิด-19 ที่อยู่ในระดับสีเขียว ซึ่งต้องแยกตัวออกจากครอบครัว และชุมชน เพื่อเข้ารับการรักษา ซึ่งเมืองไทยประกันภัยได้ให้การสนับสนุนศูนย์ CI จำนวน 5 แห่งรอบกรุงเทพฯ ได้แก่

- ศูนย์ CI วิทยาลัยพาณิชยการอินทราชัย เขตวังทองหลาง โดยโรงพยาบาลลาดพร้าว จำนวน 100 เตียง
- โรงเรียนสุขุมวิทพันธ์อุปถัมภ์ เขตบึงกุ่ม โดยโรงพยาบาลพญาไท นวมินทร์ จำนวน 124 เตียง



Lamphu, Udon Thani. The Company has expended this project to more than 10 companies under its network.

- **Sports Support**

The Company is an organization that gives importance on social responsibility activities especially sports, because sports leads to comprehensive development of the athletes, families, audiences, communities and the nation. The Company has been the main sponsor of the Port F.C., so we have a bond with Klong Toey people. It is the starting point of various activities arranged for developing quality of life of Klong Toey people under the Good Klong Toey project and taking part to support the Thai national football team to be able to win the AFF Suzuki Cup 2020 championship.

- **Madame's Kitchen**

During the COVID-19 crisis, Muang Thai Insurance together with MTI new volunteers and community representatives have prepared Madame's Kitchen lunch box more than 150,000 boxes and 10,000 survival kits to people who have suffered from the situation in the community.



3) Continue the Power of Giving

Madame Pang Foundation has continue to forward the power of giving by carrying out social responsibility activities to expand the help for Thai people in different areas and various aspect such as medical support, education, help the poor and disaster victims and work with MTI new volunteers to develop and strengthen the community.



- โกดังเก็บของ บมจ. ศรีไทยซูเปอร์แวร์ เขตราชบุรีบูรณะ โดยโรงพยาบาลประชาชนพัฒนา จำนวน 200 เตียง
- วัดกำแพง (บางแกว) เขตภาษีเจริญ โดยโรงพยาบาลมิตรประชา จำนวน 100 เตียง
- ศูนย์ดูแลผู้ติดเชื้อโควิด-19 ชุมชนคลองเตย หรือ รพ. สนามคลองเตย ที่รับดูแลและรักษาผู้ป่วยติดเชื้อโควิดจากทั่วประเทศ โดยโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ งามคำแหง จำนวน 300 เตียง

เมืองไทยประกันภัย ได้มอบกรมธรรม์ประกันภัยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ให้แก่กลุ่มผู้ป่วยติดเชื้อที่เข้ารับการรักษาตัวภายในศูนย์ทั้ง 5 แห่งดังกล่าว ด้วยความคุ้มครองหากอยู่ในภาวะโคม่า (Coma) ด้วยทุนประกันภัยจำนวน 100,000 บาท เพื่อสร้างความมั่นคงและอุ่นใจให้แก่ครอบครัวของผู้ป่วย

จัดตั้งศูนย์บริการคำปรึกษาปัญหาสุขภาพ และการดูแลตัวเองในช่วงโควิด-19 ภายใต้ชื่อ “MadamePang Friends Club” ให้บริการ 24 ชั่วโมง

บริษัทฯ เห็นถึงความสำคัญของการแก้ไขปัญหาตั้งแต่ต้นทาง เพราะเมื่อประชาชนพบว่าตัวเองป่วยแล้ว หรืออาจจะยังไม่ป่วย ซึ่งต้องการรับคำปรึกษา หาคณรับประสานเพื่อหาเตียง หรือการช่วยเหลือผู้ป่วยที่เป็นกลุ่มสีเขียว รักษาแบบ Home Isolation เมืองไทยประกันภัย จึงร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง จัดตั้งศูนย์บริการคำปรึกษาปัญหาสุขภาพ และการดูแลตัวเองในช่วงโควิด-19 ภายใต้ชื่อ “MadamePang Friends Club” ให้บริการ 24 ชั่วโมง โดยมีทีมอาสาสมัครใหม่ ที่ผ่านการอบรมหลักสูตรการแพทย์ฉุกเฉิน พร้อมให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูล ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ ผ่านเบอร์โทรศัพท์ 0 2290 7979 และ Line Official Account: @madamepangfriends รวมถึง 2 แฟนเพจหลัก คือ มูลนิธิมาตามแป็ง และ เมืองไทยประกันภัย อีกด้วย ซึ่ง MadamePang Friends Club ได้ทำงานร่วมกับหน่วยเคลื่อนที่เร็ว อาสาสมัครใหม่ ในการเป็นหน่วยเข้าให้ความช่วยเหลือกับผู้ป่วยเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน รับ-ส่งผู้ป่วย และส่งยาบรรเทาอาการเบื้องต้น



ทำความรู้จัก MadamePang Friends Club

สามารถติดต่อ ขอรับคำปรึกษาได้ที่

เบอร์โทรศัพท์: 0 2290 7979

LINE Official Account @madamepangfriends

SCAN

Facebook: MadamePangFriends (MadamePangFriends) and MadamePangFriends (MadamePangFriends)

พร้อมให้บริการโดย อาสาสมัครในมูลนิธิมาตามแป็ง ที่ผ่านการอบรมหลักสูตรการแพทย์ฉุกเฉิน

#ส่งต่อใจก่อนสายเกินไป

“นattanเป็ง” นวลพรรณ สำน่า
CEO บมจ. เมืองไทยประกันภัย
ประธานกรรมการมูลนิธิมาตามแป็ง

4) Relieving COVID-19 Outbreak

COVID-19 Pandemic has affected the way of life of everyone both economically and socially. It seem to be unavoidable disaster, so the Company has determinedly helped relieve the situation along side with Thai people.

Supporting the set up of the community isolation center around Bangkok with hope that it will help alleviate disasters for Thai people in all aspects.

Community isolation center or CI is set up to care for COVID-19 patients who are green groups and have to be separated from their family and community in order to receive treatment. The Company has supported 5 centers in different locations around Bangkok as follows:

- Intrachai Commercial College in Wang Thonglang District by the hospital Ladprao: 100 beds
- Sukhum Nawapan Uppatham School in Bueng Kum District by the Phayathai Nawamin hospital: 124 beds
- Srithai Superware Warehouse in Rat Burana District by Prachapat hospital: 200 beds
- Khampang Temple (Bang Waek) in Phasi Charoen District by Mitpracha hospital: 100 beds
- CI of Khlong Toei Community or field hospital in Khlong Toei by Kasemrad Ramkhamhaeng hospital that is able to take care and treat COVID-19 patients from any part of the country: 300 beds.

Muang Thai Insurance has given COVID-19 insurance policy to the patients staying at to those 5 community isolation center with coma coverage and sum insured of 100,000 Baht in order comfort and encourage the patient's family.

Set up the 24-hour health care service center for giving advice on health problem and self-care during COVID-19 under the name "Madame Pang Friends Club".

The Company recognizes the importance of solving the root of problem because, when people find out that they are sick or even not sick, they want to consult, find help to get a bed or help patients who are green group and home isolation. The Company, therefore, together with the Madame Pang Foundation has set up a health care service center for giving advice on health problem and self-care during COVID-19 under the name "Madame Pang Friends Club" by providing 24 hours services. There is a new team of volunteers who have passed the emergency medical course standing by to give advice and advice via phone at 0 2290 7979 and Line Official Account: @madampangfriends, including 2 main Facebook pages: Mad-am Pang Foundation and Muang Thai Insurance. Moreover, Madame Pang Friends Club has worked with the emergency service team and MTI new volunteers to provide assistance to patients in case of emergency, give a ride for patient and deliver medication to relieve initial symptoms.

“ไม่ว่าวิกฤตนี้จะจบลงเมื่อไหร่ เมืองไทยประกันภัย
พร้อมที่จะยืนเคียงข้างคนไทยทุกคน
และเราเชื่อว่าเราจะผ่านวิกฤตนี้ไปด้วยกัน”

“We do not know how long this crisis will last,
but Muang Thai Insurance is always ready
to stand beside all Thai people and we believe
we will go through this crisis together.”
