



ยิ้มได้ เมื่อภัยมา



9 ทศวรรษแห่งรอยยิ้ม  
เมืองไทยประกันภัย



## รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565

### Sustainability Report 2022

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)  
Muang Thai Insurance Public Company Limited

# การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้มุ่งดำเนินธุรกิจให้เติบโตตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี บนความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าและประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ รวมทั้งตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) และภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Corporate Social Responsibility for Sustainability) ซึ่งได้มีการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง รูปแบบการดำเนินกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับภาวการณ์ของสังคมไทยในปัจจุบัน เพื่อสร้างสังคมที่มีรอยยิ้มและความสุข ผ่านกิจกรรม CSR ต่าง ๆ อย่างหลากหลาย รวมทั้งการดำเนินงานในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมพัฒนาองค์กรให้เติบโตสู่ความยั่งยืน ตามหลัก ESG ที่ครอบคลุมทุกมิติ ได้แก่ มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มิติด้านสังคม (Social) และ มิติด้านบรรษัทภิบาล (Governance) พร้อมกับมุ่งมั่นสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้า คู่ค้า ตัวแทน พันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน และประชาชนโดยทั่วไป

## นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทมีนโยบายการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท จริยธรรมทางธุรกิจ และปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดทางการต่าง ๆ ประกอบการเปิดโอกาสสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกประเภท เพื่อสร้างสมดุลระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้สามารถอยู่ร่วมกันได้ เกิดคุณภาพทั้งในเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2565 บริษัทได้ให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน อันประกอบไปด้วยทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล และได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (ESG Committee) เพื่อร่วมบริหารจัดการด้านความยั่งยืนขององค์กรในทุกมิติ ตลอดจนเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับต่อการดำเนินนโยบาย ซึ่งผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และมีการประกาศเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2565



บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ (United Nation : UN) เป็นอย่างยิ่ง โดยในปัจจุบัน การดำเนินงานของบริษัท มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน จำนวน 13 เป้าหมาย จากทั้งหมด 17 เป้าหมายดังนี้



# Environmental, Social and Governance (ESG)

Muang Thai Insurance Public Company Limited is committed to growing the business in a manner that aligns with sustainable development principles and good corporate governance. We recognize our responsibility towards the society and the environment, and strive to create value and benefits for all stakeholders in the business value chain. As part of our commitment to the Sustainable Development Goals (SDGs), we have developed a comprehensive social responsibility policy that aims to create a smiling and happy society through various Corporate Social Responsibility (CSR) activities and related operations. We believe in corporate social responsibility for sustainability, which involves continuously improving and adapting our activities to meet the evolving needs of Thai society. Our goal is to grow our company sustainably, based on ESG principles that encompass environmental, social, and governance dimensions. We aim to engage all sectors and stakeholders, including customers, partners, agents, business partners, employees, and the general public, in our efforts towards sustainable growth.

## Policy and goal of sustainability management

The Company's sustainable business policy encompasses all stakeholders and is rooted in principles of good corporate governance, business ethics, and compliance with various laws and regulations. The Company seeks to foster awareness and understanding of stakeholder needs and expectations, and strives for balance in economic, social, and environmental aspects. In 2022, the Company therefore has made sustainability a top priority, with a focus on environmental, social, and governance issues. The Company has established an Environmental, Social, and Governance Committee (ESG Committee) to manage sustainability across all dimensions, and encourages employee participation in the implementation of Board-approved policies. This was announced on August 2, 2022.



Muang Thai Insurance Public Company Limited is dedicated to support the Sustainable Development Goals (SDGs), by the United Nation (UN). We have been conducting our business in line with 13 of 17 SDGs as follows:





เป้าหมายการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนขององค์กร มุ่งมั่นดำเนินการครอบคลุมในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล ด้วยการพิจารณาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกบริษัท เพื่อให้บริษัทสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์ของประเทศไทยและของโลกได้อย่างมีภูมิคุ้มกัน และสามารถตอบกลับต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2565 บริษัทได้มีการแต่งตั้งคณะทำงาน ESG เป็นคณะย่อย 3 คณะ เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวประกอบด้วย

- คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม เป้าหมายการดำเนินงานเพื่อสร้างความรู้ ความตระหนัก และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- คณะทำงานด้านสังคม เป้าหมายการดำเนินงานเพื่อการดูแลและพัฒนาภายในองค์กร และร่วมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบด้าน
- คณะทำงานด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ เป้าหมายการดำเนินงานเพื่อกำกับและดูแลการบริหารจัดการที่ดี ตลอดจนการสนับสนุนด้านการลงทุนและเศรษฐกิจเพื่อความยั่งยืน

ซึ่งกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนมีหน้าที่สนับสนุนและปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับการดำเนินงานตามนโยบายและเป้าหมายการบริหารจัดการความยั่งยืนนี้ บริษัทจะกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงาน เพื่อเป็นข้อมูลในการติดตามและพัฒนาผลการดำเนินงานต่อไป ทั้งนี้ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ปรากฏใน หัวข้อ ESG ซึ่งจะแสดงข้อมูลทั้งหมดใน “รายงานความยั่งยืน ปี 2565” บนเว็บไซต์ของบริษัท <https://sustainability.muangthaiinsurance.com/>

## การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ

### การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

#### ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

เมืองไทยประกันภัย ในฐานะบริษัทประกันวินาศภัย เราให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงาน และร่วมพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถดำเนินงานได้อย่างรอบด้าน รวมทั้งปลูกฝังน้ำใจแก่พนักงานในองค์กรด้วยโครงการ CSR “อาสากล้าใหม่เมืองไทยประกันภัย” ควบคู่ไปกับการดูแลคู่ค้าหรือตัวแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้ข้อมูลความรู้ด้านการประกันภัยที่ถูกต้อง สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้พนักงานและคู่ค้า มีอาวุธติดมือและพร้อมให้การดูแลลูกค้าด้วยบริการที่ดี ด้วยผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมครบทุกด้าน มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายสามารถเข้าถึงได้ง่าย อาทิ การขายผ่านระบบออนไลน์ ตลอดจนมีช่องทางการชำระเงินที่สะดวกต่อการใช้บริการ

บริษัท มีการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการร่วมหารือกับคู่แข่งทางการค้า ซึ่งในทางหนึ่งก็เปรียบเสมือนพันธมิตรร่วมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ระหว่างกัน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมประกันภัย ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการสร้างกำไรให้แก่องค์กร เพื่อตอบแทนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมทั้งผู้ถือหุ้น ตลอดจนการชำระเงินคืนแก่เจ้าหนี้ อย่างตรงเวลา และรายได้จากการดำเนินกิจการส่วนหนึ่งได้ถูกตั้งเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคมไทย ร่วมช่วยเหลือ ส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านสาธารณประโยชน์ อาทิ การพัฒนาคุณภาพชีวิต





The goals of sustainable management are to commit to all aspects of economic, social, environmental and governance dimensions by considering internal and external change factors. So that we can be resilient to changes in all situations of Thailand and the world and can respond to the expectations of all groups of stakeholders. On November 21, 2023, the ESG Working Teams have been appointed as 3 teams to facilitate the operation, consisting of:

- Environmental working team which aims to raise awareness and reduce the impact on the environment.
- Social working team which aims to supervise and develop the organization and supports CSR activities both internal and external activities.
- Governance and economic working team which focuses on good governance and support sustainable investment and economy.

The responsibility of supporting and adhering to the sustainability management policy and goals falls upon all directors, executives, and employees. The Company will establish specific targets and metrics to assess operational performance and use the resulting information to monitor and enhance said performance. The Company's environmental, social, and governance policy is available on the "Sustainability Report 2022" section on the website: <https://sustainability.muangthaiinsurance.com/>.

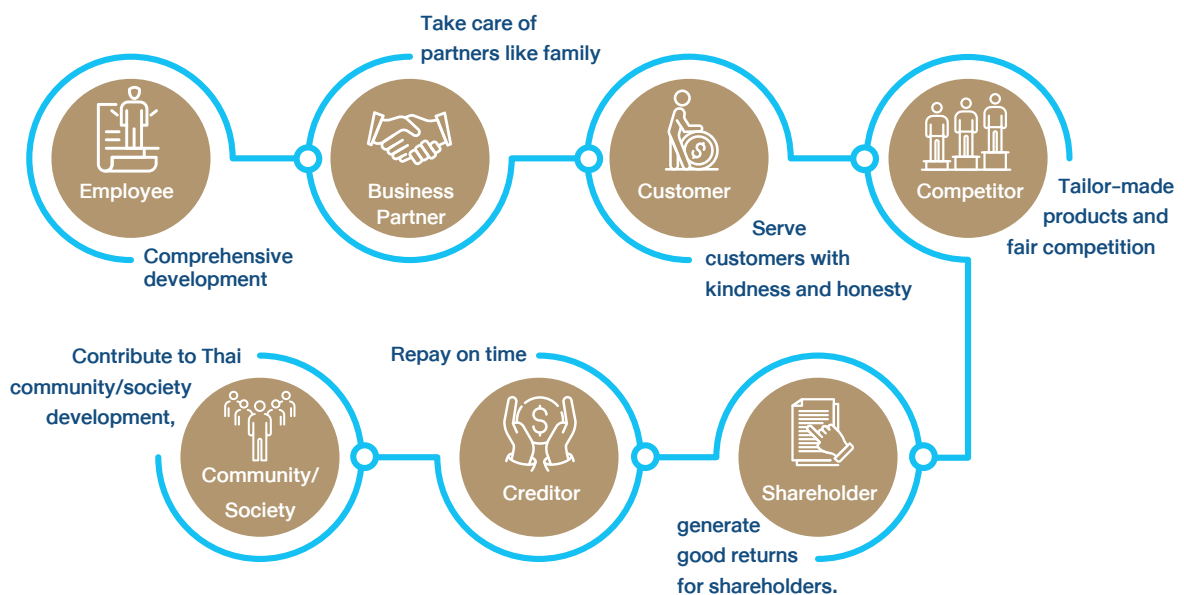
**Sustainability management regarding governance dimension**

**Impact management regarding the stakeholders due to business value chain**

**Business value chain**

As a non-life insurance company, Muang Thai Insurance prioritizes the well-being and professional development of our employees, fostering a culture of kindness throughout the organization through its CSR program "MTI New Volunteer. "We also support the business partners or intermediaries, especially to provide accurate and up-to-date insurance information to ensure that the employees and business partners are equipped to provide outstanding service to the customers. We offers the products that are designed to meet the diverse needs of the customers and can be easily accessed through various channels, including online sales channel with convenient payment options.

The Company upholds the principles of fairness and transparency. We maintain open communication with the competitors through constructive discussions and shared experiences, the Company views competitors as joint partners in the industry, with a collective goal of driving progress and innovation in the insurance industry. The Company also prioritizes generating profits for all stakeholders, including shareholders, while ensuring timely payments to creditors. To further contribute to society, the Company allocates a portion of the operating income towards organizing activities that benefit the Thai community and



ผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ เด็ก/เยาวชน การส่งเสริมด้านกีฬา ตลอดจน การช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่าง ๆ

## การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทวิเคราะห์และระบุผู้มีส่วนได้เสียสำคัญที่ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท และกำหนดช่องทางการรับฟังความต้องการ ความคิดเห็น ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อนำประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญมากำหนดแนวทางในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย

ได้อย่างเหมาะสม เพื่อลดผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจและพัฒนาธุรกิจของบริษัทให้เกิดความยั่งยืน โดยบริษัทจะพิจารณาระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นสาระสำคัญ (Material Topics) ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลจากฝ่ายงานของบริษัทที่ได้ติดต่อกับผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) พนักงาน 2) คู่ค้า 3) ลูกค้า 4) คู่แข่งทางการค้า 5) ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน 6) เจ้าหนี้ 7) ชุมชน/สังคม ทั้งนี้ รูปแบบการสื่อสาร การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นความสนใจและความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทมีรายละเอียดดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
1. พนักงาน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การจัดปฐมนิเทศสำหรับพนักงานในทุกระดับ</li> <li>2) การบริหาร การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจ และการส่งเสริมให้เกิดความผูกพันในองค์กรผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงพนักงานทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง เช่น Office365 , Line OA, Facebook</li> <li>3) กิจกรรมส่งเสริมด้านสุขภาพ และการจัดสวัสดิการต่าง ๆ สำหรับพนักงาน</li> <li>4) กิจกรรมผู้บริหารพูดคุยกับพนักงาน (CEO Talk)</li> <li>5) การทำกิจกรรมการร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน</li> <li>6) การประชุมภายในฝ่ายงาน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การจัดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม</li> <li>2) การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทเพื่อความก้าวหน้าในงาน</li> <li>3) การพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะในการทำงานและการดำเนินชีวิต</li> <li>4) การเปิดโอกาสให้พนักงานจัดสรรเวลา เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว</li> <li>5) การรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ</li> <li>6) การปฏิบัติที่เท่าเทียม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติงานของฝ่ายทรัพยากรบุคคลและวิธีปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน</li> <li>2) การกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและแนวทางในการบริหารความหลากหลาย</li> <li>3) การจัดหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานในระดับต่าง ๆ</li> <li>4) ตอบ/ชี้แจงข้อสอบถามของพนักงาน ดำเนินการตามแนวปฏิบัติที่กำหนดเมื่อได้รับข้อร้องเรียนจากพนักงาน</li> <li>5) ปรับปรุงสวัสดิการและจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กร</li> <li>6) สืบหาความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรและประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นประจำทุกปี</li> <li>7) ดูแลและปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างสม่ำเสมอ</li> </ol>
2. คู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ช่องทางพูดคุย สื่อสารข้อมูล และรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียน ผ่านโทรศัพท์ อีเมล การประชุม เว็บไซต์ จดหมาย และอื่น ๆ</li> <li>2) เข้าพบปะเยี่ยมเยียน หรือ ประชุมหารือร่วมกับคู่ค้า เพื่อสรุปแนวทางการขยายงานทุกเดือน/ทุกไตรมาส เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน พัฒนาคุณภาพสินค้าหรืองานบริการ</li> <li>3) กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าสำคัญ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน มีความเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้</li> <li>2) การปฏิบัติตามข้อตกลงที่กำหนดได้ และการทำการค้าอย่างโปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ</li> <li>3) ผลิตรถยนต์ที่ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าและแข่งขันในตลาดได้ การได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว</li> <li>4) สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหามาให้กับคู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ตรวจสอบได้</li> <li>2) ข้อกำหนดการว่าจ้างสัญญาและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นธรรม</li> <li>3) จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติตามคู่ค้าอย่างเท่าเทียม และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน</li> <li>4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย</li> <li>5) เพิ่มช่องทางการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าหรืองานบริการ รวมทั้งสร้างความร่วมมือทางธุรกิจในการติดต่อเพื่อการประสานงาน และการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว</li> </ol>

society, such as improving the quality of life for disadvantaged individuals, supporting children and youth, promoting sports, and aiding victims in times of need.

### Analysis of stakeholders in the business value chain

The Company analyzes and identifies significant stakeholders who are affected both positively and negatively by the Company's operations, and establishes channels to listen to their needs, opinions, expectations, suggestions, both formally and informally, to prioritize issues that matter to stakeholders and develop

appropriate actions to reduce negative impacts from business operations and promote sustainable business development. The Company considers the importance level of stakeholders and material topics through data analysis from the internal departments that contact those stakeholders, including 1) employees, 2) business partners, 3) customers, 4) competitors, 5) shareholders/investors, 6) creditors, 7) communities/society, and 8) government agencies and/or regulators. The communication channels/methods of communication, stakeholder interests and expectations and responding to stakeholder expectations are detailed as follows:

Stakeholders	Communication channels/ methods of communication	Stakeholder interests and expectations	Responding to stakeholder expectations
1. Employees	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Orientation for employees at all levels</li> <li>2) Management of communication to create understanding in business operations and promote engagement in the organization through various communication channels, both online and offline, to reach all groups of employees thoroughly, such as Office365, Line OA, Facebook.</li> <li>3) Health promotion and welfare activities for employees</li> <li>4) CEO Talk</li> <li>5) Joint activities between management and employees</li> <li>6) Meetings within the department</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Fair compensation and welfare</li> <li>2) Developing potential employees in line with the Company's strategy for job advancement.</li> <li>3) Development of knowledge, abilities and skills in work and life</li> <li>4) Opportunity for employees to set aside time to balance work and personal life.</li> <li>5) Retaining potential employees</li> <li>6) Equal treatment</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Establishing policies and procedures of HR and labor law</li> <li>2) Establishing human rights policy and guidelines for diversity management</li> <li>3) Organizing training courses that are in line with the needs of employees at various levels.</li> <li>4) Answer/clarify the employee's inquiry, follow the prescribed guidelines when receiving complaints from employees.</li> <li>5) Improve welfare and organize activities to build relationships and bond with the Company.</li> <li>6) Survey employee satisfaction and engagement with the organization and evaluate employee performance annually.</li> <li>7) Maintain and improve the working environment regularly.</li> </ol>
2. Business Partners	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Channel to talk, communicate information and listen to comments, suggestions, complaints via phone, email, meetings, website and so on.</li> <li>2) Attend monthly/quarterly visits or joint meetings with business partners to improve performance, improve product or service quality.</li> <li>3) Key partner relationship building activities</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Procurement process that is clear, fair, transparent and verifiable.</li> <li>2) Complying with established agreements and trade transparently, without discrimination.</li> <li>3) Products that meet with customer groups and compete in the market. Getting fast and convenient service</li> <li>4) Able to find solutions to problems for business partners/allies.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Transparent and auditable procurement system</li> <li>2) Clear and fair terms of employment, contracts and terms</li> <li>3) Code of Conduct, equitable treatment of business partners, and anti-corruption</li> <li>4) Various product designs</li> <li>5) Increase channels to exchange information and knowledge to improve product or service quality, as well as establish business cooperation to coordinate and solve problems quickly.</li> </ol>



ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
<p>3. ลูกค้า</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การจัดทำมีผู้ดูแลความสัมพันธ์ลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกต่อความต้องการของลูกค้า อาทิ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น</li> <li>2) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และโปร่งใส</li> <li>3) การจัดช่องทางสื่อสารข้อมูลให้ลูกค้า แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน ผ่านโทรศัพท์ เว็บไซต์ Line Mobile App พนักงาน Contact Center</li> <li>4) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง</li> <li>5) การประชุมหรือการเข้าพบลูกค้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การให้บริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบ และเป็นธรรม</li> <li>2) ราคาสินค้าและบริการที่หลากหลาย มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็นธรรมและเหมาะสม</li> <li>3) ความสะดวกในการรับบริการหลังการขาย และการตอบสนองต่อปัญหาหรือข้อร้องเรียนด้วยความรวดเร็วและเอาใจใส่</li> <li>4) การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นไปตามเงื่อนไขสัญญา</li> <li>5) การนำเสนอข้อมูลสินค้า ข้อเสนอแนะ หรือคำปรึกษาต่าง ๆ ด้วยความรู้ ความเชี่ยวชาญอย่างมีความรับผิดชอบ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การกำหนดหลักการและมาตรฐานขั้นพื้นฐานด้านการบริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม</li> <li>2) นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้า</li> <li>3) การสร้างช่องทางเพื่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>4) การบริหารความเสี่ยงด้านไซเบอร์</li> <li>5) การฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญของพนักงาน การปลูกฝังค่านิยมองค์กรและจรรยาบรรณธุรกิจในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร</li> </ol>
<p>4. คู่แข่งทางการค้า</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การประชุมพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือกันตามวาระต่าง ๆ เช่น ในที่ประชุมสมาคมประกันวินาศภัยไทย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดีและสุจริต</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) บริษัท ยึดมั่นในกรอบการแข่งขันทางธุรกิจตามกฎหมายและจริยธรรมของการแข่งขันที่เป็นธรรม</li> <li>2) ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย</li> </ol>
<p>5. ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การประชุมสามัญและ/หรือวิสามัญผู้ถือหุ้น</li> <li>2) การเผยแพร่ข่าวและสารสนเทศผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์ฯ และเว็บไซต์บริษัท</li> <li>3) กิจกรรมพบปะและให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุนสถาบัน นักวิเคราะห์ สื่อมวลชน และบุคคลทั่วไป ทั้งแบบรายบุคคล และคณะ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ</li> <li>4) การจัดทำมีช่องทางสอบถามข้อมูลรับฟังความคิดเห็น และข้อร้องเรียนผ่านเว็บไซต์บริษัท และฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์</li> <li>5) การตอบแบบสอบถาม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ผลตอบแทนการลงทุนและการเติบโตของผลการดำเนินงานอย่างมั่นคงและยั่งยืน</li> <li>2) การดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใส และเป็นธรรม</li> <li>3) การจ่ายเงินปันผลอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>4) การบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อการเติบโตและความต่อเนื่องทางธุรกิจด้วยความรอบคอบ</li> <li>5) การดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม และมี การพิจารณาประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาล</li> <li>6) การดูแลสิทธิของผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) มีนโยบายในการยึดถือปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน เช่น สิทธิในการเข้าร่วมประชุมและการออกเสียงลงคะแนน สิทธิในการเสนอวาระ และเสนอชื่อบุคคลเพื่อเป็นกรรมการ สิทธิในการรับส่วนแบ่งกำไร ตลอดจนสิทธิในการรับทราบข้อมูล ข่าวสาร ผลการดำเนินงาน</li> <li>2) ทบทวนกลยุทธ์และเป้าหมายธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตและผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง</li> <li>3) ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>4) เผยแพร่ข้อมูลสำคัญอย่างโปร่งใส เพียงพอ ทันเหตุการณ์ ตามเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล</li> </ol>

Stakeholders	Communication channels/ methods of communication	Stakeholder interests and expectations	Responding to stakeholder expectations
3. Customers	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Providing customer relationship care to facilitate customer needs, such as customer relationship activities, etc.</li> <li>2) Production of public relations materials to provide information about products and services accurately, completely, clearly and transparently.</li> <li>3) Provide communication channels for customers to express their opinions, suggestions and complaints via phone, website, Line mobile application, employees contact center.</li> <li>4) Regular customer satisfaction surveys</li> <li>5) Meeting or visiting customers</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Responsible and fair customer service</li> <li>2) The price of a wide range of products and services, quality, meet the needs of customers fairly and appropriately.</li> <li>3) Ease of receiving after-sales service and prompt and attentive response to problems or complaints.</li> <li>4) The delivery of quality products and services is subject to the contract terms.</li> <li>5) Presentation of product information, recommendations or consultations with knowledge, expertise and responsibility.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Establishing basic principles and standards of responsible and fair customer service.</li> <li>2) Offer products and services that meet customer needs and lifestyles.</li> <li>3) Creating a channel to communicate with a variety of customers to quickly meet customer needs, including regular surveys of customer opinions and satisfaction.</li> <li>4) Cyber risk management</li> <li>5) Training of employees' skills, knowledge, expertise, instilling organizational values and business ethics in their operations to enhance management efficiency.</li> </ol>
4. Competitors	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Meetings, discussions, exchanges of ideas and cooperation according to various agendas, such as at the meeting of the Thai General Insurance Association.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Conduct business and compete with transparency, fairness, and in accordance with the framework of good competition and honesty.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) The Company adheres to the business competition framework in accordance with the rules and ethics of fair competition.</li> <li>2) Do not seek the confidential information of competitors by dishonest means, do not damage the reputation of competitors, which complies with the requirements of the law.</li> </ol>
5. Shareholders/ investors	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) AGM and/or Extraordinary General Meeting of Shareholders</li> <li>2) Dissemination of news and information via the Stock Exchange of Thailand's news system and the Company's website</li> <li>3) Meet and provide information to shareholders, institutional investors, analysts, media and the general public, both individually and internationally. and abroad</li> <li>4) Provision of channels for inquiries, comments and complaints through the Company's website and the Investor Relations Department</li> <li>5) Questionnaire response</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Stable and sustainable return on investment and growth of operating results</li> <li>2) The operation is transparent and fair</li> <li>3) Regular dividend payment</li> <li>4) Risk management for growth and business continuity with prudence</li> <li>5) Ethical operation and consideration of environmental, social and governance issues</li> <li>6) Equitable care for shareholders' rights</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Right to propose agenda The right to receive a profit share as well as the right to receive information, news, performance</li> <li>2) Continuously review business strategies and goals to ensure optimal growth and returns</li> <li>3) Conduct business with transparency in accordance with good corporate governance principles</li> <li>4) Disseminate important information in a transparent, adequate and timely manner according to the criteria of the supervisory authority</li> </ol>

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
6. เจ้าหนี้	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และให้ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี</li> <li>2) การจัดให้มีช่องทางในการรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียนผ่านโทรศัพท์ เว็บไซต์</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การจ่ายดอกเบี้ยและชำระคืนตามกำหนดครบถ้วนตรงตามเวลา และปฏิบัติตามพันธสัญญา ภายใต้หลักเกณฑ์และบริบททางกฎหมายในการบริหารการจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นและผลตอบแทนสูงสุด</li> <li>2) การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอย่างต่อเนื่อง เพื่อความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ และตรวจสอบได้ภายใต้หลักธรรมาภิบาล</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่กำหนดไว้ในสัญญาระหว่างกันอย่างเคร่งครัด</li> <li>2) ดำเนินการบริหารจัดการกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ในการบริหารจัดการข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้อง</li> </ol>
7. ชุมชน/สังคม	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ การพบปะ พูดคุย และดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชนผ่านกิจกรรมอาสาของพนักงานและกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท</li> <li>2) การส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับสังคมแก่หน่วยงานหรือมูลนิธิเพื่อการกุศลหรือชุมชนต่าง ๆ</li> <li>3) ช่องทางการสื่อสารข้อมูล และรับฟังความคิดเห็น ข้อร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ Facebook โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การพัฒนาธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกับชุมชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม</li> <li>2) การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>3) การบริหารจัดการเพื่อควบคุมป้องกันและแก้ไขผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจ</li> <li>4) การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อสังคม และสาธารณประโยชน์ อาทิเช่น โครงการอาสาสมัครใหม่ เมืองไทยประกันภัย โครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย โครงการเมืองไทยไร้ขยะ การช่วยเหลือผู้ประสบภัยร่วมกับมูลนิธิมาตามแบ่ง และการสนับสนุนด้านกีฬา</li> <li>2) การกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด</li> <li>3) การบริหารจัดการความเสี่ยงและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ</li> <li>4) การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ</li> </ol>
8. หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ หน่วยงานกำกับ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การรายงานผลการดำเนินธุรกิจตามกฎหมายต่อหน่วยงานกำกับอย่างครบถ้วน</li> <li>2) การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการของหน่วยงานภาครัฐ</li> <li>3) การเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการหรือคณะทำงาน เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย</li> <li>4) ติดตามกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ และประกาศต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับ</li> <li>5) จัดให้มีช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทกับหน่วยงานราชการ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย Social Media และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่รองรับตามที่หน่วยงานกำกับกำหนด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายกำหนด</li> <li>2) มีการบริหารจัดการธุรกิจที่โปร่งใสและเป็นธรรมต่อลูกค้า ชุมชน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมโดยรวม เพื่อให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยครอบคลุมเรื่องการปฏิบัติตามเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับกำหนด ไม่ว่าจะเป็น คปภ., ก.ล.ต., ตลท., ปปง. หรือ สคส. อย่างเคร่งครัด</li> <li>2) กำหนดให้มีการอบรมกฎเกณฑ์และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัยให้ผู้บริหาร และพนักงาน อย่างสม่ำเสมอ</li> <li>3) การคัดเลือกตัวแทนบริษัทเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการหรือคณะทำงานของสมาคมประกันวินาศภัย เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย</li> </ol>








































Stakeholders	Communication channels/ methods of communication	Stakeholder interests and expectations	Responding to stakeholder expectations
6. Creditors	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Organizing activities to strengthen relationships and provide knowledge in various forms every year</li> <li>2) Provision of channels to listen to suggestions or complaints via telephone, website</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Payment of interest and repayments as scheduled, complete, on time and in compliance with commitments under legal guidelines and contexts for effective management, building confidence and maximum returns</li> <li>2) Continuous communication and disclosure of financial information for transparency in business operations and verifiable under good governance</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Strictly abide by the terms and conditions stipulated in the contracts</li> <li>2) Implement effective strategy management under good corporate governance in the management of accurate financial information</li> </ol>
7. Communities/ society	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Organizing community relations activities, meeting and conducting activities with the community through volunteer activities of employees and CSR activities of the Company</li> <li>2) Promoting and supporting socially beneficial activities for various charitable agencies or foundations or communities.</li> <li>3) Communication channels, information and comments, complaints through the website, Facebook, telephone, email, post mail.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Developing the business to grow with the community, economy and environment.</li> <li>2) Responsible business conduct</li> <li>3) Management to control, prevent and solve the impact on society and the environment that may arise from business operations</li> <li>4) Supporting activities for community, society and environment</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Community relations and social and public benefits activities such as MTI New Volunteer, Promotion and Improvement of the Quality of Life of Persons with Disabilities Project, MTI Zero Waste, Helping Victims with Madame Pang Foundation: and Sport Support</li> <li>2) Supervision of strict compliance with relevant laws and regulations</li> <li>3) Risk management and Code of Conduct</li> <li>4) Safety, occupational health and environment management in business operations</li> </ol>
8. Government agencies and/or regulators	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Reporting business performance in compliance with regulations to regulatory agencies thoroughly.</li> <li>2) Participating in activities and projects of government agencies.</li> <li>3) Joining as a committee or working group to promote insurance business.</li> <li>4) Monitoring laws, regulations, rules, and announcements of regulatory agencies.</li> <li>5) Providing communication channels between the company and government agencies, such as websites, telephone, email, letter, social media, and other electronic systems as specified by regulatory agencies.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Conducting business in accordance with the prescribed laws.</li> <li>2) Managing the business transparently and fairly towards customers, communities, society, economy, and the environment as a whole, in order to sustainably and steadily grow the company.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mandating executives and employees to regularly evaluate their job performance, covering compliance with standards set by regulatory agencies such as OIC, SEC, DSI, BOT, or NESDB, with strictness.</li> <li>2) Requiring regular training on insurance business standards and related knowledge for executives and employees.</li> <li>3) Selecting company representatives to participate as committee members or working groups of the Insurance Association to promote the insurance business.</li> </ol>

**กรอบแนวทางด้านความยั่งยืน (Sustainability Framework)**

บริษัทมุ่งมั่นในการพัฒนาและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ฯ ซึ่งได้มีการกำหนดกรอบแนวทางด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวทาง

การดำเนินการด้านความยั่งยืนตามหัวข้อความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญซึ่งครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งนำไปสู่การขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ และยังคงตอบสนองต่อ เป้าหมายโลกด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

หัวข้อ/รายการ	ประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท	กรอบแนวทาง GRI Standards	กรอบแนวทางและกระจะรายออก	หน่วยงาน	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	คู่ค้า	ผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจ	เจ้าหน้าที่	หน่วยงานภาครัฐ	หน่วยงาน	SDGs
<b>มิติทางเศรษฐกิจ</b>	ความสามารถในการทำกำไร	<ul style="list-style-type: none"> <li>มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงที่ถูกร้างและกระจะรายออกไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงที่ถูกร้างและกระจะรายออกไป</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	  
	ความสามารถในการเติบโต	<ul style="list-style-type: none"> <li>มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงที่ถูกร้างและกระจะรายออกไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงที่ถูกร้างและกระจะรายออกไป</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	  
	การบริหารจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> <li>การตลาดและการแสดงฉลาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การตลาดและการแสดงฉลาก</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	  
	การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>การตลาดและการแสดงฉลาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การตลาดและการแสดงฉลาก</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	  
	Policy Influence	<ul style="list-style-type: none"> <li>มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงที่ถูกร้างและกระจะรายออกไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงที่ถูกร้างและกระจะรายออกไป</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	  
	Compliance & Corporate Governance	<ul style="list-style-type: none"> <li>การต่อต้านคอร์รัปชัน</li> <li>ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า</li> <li>การป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การต่อต้านคอร์รัปชัน</li> <li>ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า</li> <li>การป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	   
<b>มิติทางสังคม</b>	การพัฒนาศักยภาพบุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจ้างงาน</li> <li>การฝึกอบรมและการให้ความรู้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจ้างงาน</li> <li>การฝึกอบรมและการให้ความรู้</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	   
	การค้าในธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>ชุมชนท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ชุมชนท้องถิ่น</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	   
	อาชีพอนามัยและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> <li>อาชีพอนามัยและความปลอดภัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>อาชีพอนามัยและความปลอดภัย</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	   
<b>มิติสิ่งแวดล้อม</b>	การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>พลังงาน</li> <li>น้ำ</li> <li>ของเสีย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>พลังงาน</li> <li>น้ำ</li> <li>ของเสีย</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	     

## Sustainability Framework

The Company is dedicated to achieving sustainable business growth and implementation in alignment with its strategic vision. To achieve this, the Company has created a framework for sustainability guidelines that are based on the topics of sustainability that stakeholders value. This framework covers environmental, social, and governance aspects, which contribute to driving sustainable development aligned with the Company's vision and also supports the Sustainable Development Global Goals (SDGs).

Topic	Corporate Sustainability Priorities	GRI Standards Framework	Scope, impact, internal and external factors							SDGs		
			employee	shareholder	customer	partner	competitor	creditor	regulator	government agency	society	environment
<b>Economic dimensions</b>	Profit-making ability	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directly generated and distributed economic value</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Growth capability	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directly generated and distributed economic value</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Innovation and IT management	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing value</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Product development	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing value</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Policy Influence	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directly generated and distributed economic value</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
<b>Social dimensions</b>	Compliance & Corporate Governance	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anti-corruption</li> <li>Privacy of customer information</li> <li>Cybercrime Prevention</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Employee development	<ul style="list-style-type: none"> <li>Employment</li> <li>Training and education</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Corporate Social Responsibility	<ul style="list-style-type: none"> <li>Local community</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Occupational health and safety	<ul style="list-style-type: none"> <li>Occupational health and safety</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
	Environmental management	<ul style="list-style-type: none"> <li>Power</li> <li>Water</li> <li>Waste</li> </ul>	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/



## สรุปประเด็นสาระสำคัญของบริษัทในปี 2565

ในปี 2565 ประเด็นสาระสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งต่อบริษัท และต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจที่สำคัญประกอบไปด้วย การดำเนินงานทั้ง 3 มิติผสมผสานกัน ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมกับการดำเนินกิจการภายในองค์กร ด้านการดูแลพนักงานภายในองค์กรพร้อมส่งเสริมสังคมคุณภาพรอบองค์กร และด้านการดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใสด้วยหลักธรรมาภิบาล ตามแนวทางการดำเนินงานทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ของบริษัทตามเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องตลอดจนแนวทางขององค์กรระดับสากล เช่น เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals:SDGs) 13 ข้อ

## การกำหนดประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริหารจัดการประเด็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งภายในและภายนอกองค์กร อ้างอิงตามกรอบของ Global Reporting Initiative (GRI) ด้วยการรวบรวมและจัดลำดับความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและประเด็นผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด รวมทั้งพิจารณาถึงบริบทด้านความยั่งยืน แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมภายนอกในแต่ละช่วงเวลา ประเด็นที่ภาคธุรกิจและสังคมให้ความสำคัญ ประกอบกับนำกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท ปัจจัยเสี่ยงขององค์กรในปัจจุบันและอนาคตที่อาจส่งผลกระทบหรือเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำมุมมองและข้อคิดเห็นมาวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ เพื่อวางแนวทางในการดำเนินงานให้ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม

### • การระบุประเด็นสาระสำคัญ (Identification)

บริษัทระบุประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนของบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ ครอบคลุมทั้งมิติ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายใน

บริษัท เช่น ผลการดำเนินงาน กลยุทธ์ของบริษัท ร่วมกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกบริษัท เช่น ความสนใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย สภาวะและแนวโน้มทางธุรกิจ ประเด็นความยั่งยืนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและทั่วโลกให้ความสำคัญ โดยจะรวบรวมประเด็นต่าง ๆ มาจัดกลุ่มประเด็นสาระสำคัญ (Material Topics) เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการของบริษัทอย่างเหมาะสม

### • การจัดลำดับประเด็นสาระสำคัญ (Prioritization)

บริษัทพิจารณาลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญความยั่งยืน โดยวัดความสำคัญจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียภายนอกถึงโอกาสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ทั้งผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ร่วมกับการพิจารณามุมมองของบริษัทถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นตามเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงองค์กร

### • การตรวจสอบความถูกต้องและทบทวนประเด็นสาระสำคัญ (Validation)

ประเด็นด้านความยั่งยืนสำคัญจะถูกพิจารณาโดยตัวแทนผู้บริหารระดับสูง คณะทำงานที่ได้จัดตั้งขึ้น เพื่อทำการตรวจสอบประเด็นสาระสำคัญที่ได้จากการจัดลำดับ โดยคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มียกต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมตามความคาดหวัง มุมมองและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้งภายในและภายนอก โดยการรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียและการจัดการประชุมภายในบริษัท เพื่อทบทวนข้อมูลประกอบกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนของบริษัทการเปิดเผยข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 56-1 (One Report) ปรากฏในหัวข้อ “ตาราง GRI Index” ของรายงานฉบับนี้

ในปี 2565 ประเด็นสาระสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งต่อบริษัทและต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ ที่สำคัญประกอบไปด้วยการดำเนินงานทั้ง 3 มิติผสมผสานกัน ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมกับการดำเนินกิจการภายในองค์กร ด้านการดูแลพนักงานภายในองค์กรพร้อมส่งเสริมสังคมคุณภาพรอบองค์กร และด้านการดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใสด้วยหลักธรรมาภิบาล

### Summary of the Company's Key Issues in 2022

In 2022, the key issues for sustainable development, both to the Company and to stakeholders in the value chain of the important business, consist of the 3 dimensions of operations, which are integrated in both environmental and internal operations, employee care within the Company, while promoting the society, quality around the Company, and operating with transparency with good governance according to the Company's environmental, social and governance practices according to the criteria of the relevant regulatory agencies, as well as the guidelines of international organizations such as the Sustainable Development Goals (SDGs).

### Determining Material Topics on Sustainability

Muang Thai Insurance Public Company Limited is committed to managing sustainable development both within and outside the organization. To achieve this, the Company follows the framework set forth by the Global Reporting Initiative (GRI). This involves gathering and prioritizing business operations and stakeholder issues, taking into account sustainability contexts and changing external trends. The Company also considers issues that are important to both the business and society, and aligns its business strategy accordingly. Additionally, the Company identifies current and future organizational risk factors that may impact the business and engages with all stakeholder groups to analyze and prioritize their views and opinions. Through this process, the Company sets guidelines for responding to the needs of stakeholders in a comprehensive and effective manner.

- **Identification**

The Company identifies key sustainability issues that impact both the company and stakeholders across the entire business value chain, encompassing economic, social, and environmental dimensions. Through analysis of internal factors such as company performance and strategy, as well as external factors like stakeholder interests and expectations, business conditions and trends, and sustainability issues in related domestic and global businesses, a focus is placed on grouping issues into material topics for effective management by the Company.

- **Prioritization**

The Company recognizes the significance of sustainability concerns by evaluating the significance through the lens of external stakeholders, encompassing the potential economic, social, and environmental effects, along with the Company's assessment of the risk assessment criteria's impact.

- **Validation**

A working team of senior executive representatives will consider key sustainability issues that have been prioritized based on the level of influence on stakeholder assessment and decision-making, as well as their significance in terms of economic, social, and environmental impact. The team will gather stakeholder opinions and hold internal meetings to review information related to sustainability operations, both internally and externally. The assessment process will inform the Company's sustainability report, and information will also be disclosed in the 56-1 One Report, with details shown in the "GRI Index Table" of this report.

**In 2022, the key issues for sustainable development, both to the Company and to stakeholders in the value chain of the important business, consist of the 3 dimensions of operations, which are integrated in both environmental and internal operations, employee care within the Company**

## การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

### นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน

บริษัท มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน โดยตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ตรวจประเมินการจัดการพลังงานภายในองค์กร รวมทั้งได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อร่วมขับเคลื่อนงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรภายใต้การบริหารจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่ดี ดังนี้

### แนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท

#### 1. การกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการปฏิบัติงาน

- 1) มีการกำหนดเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 2) มีการกำหนดให้มีการทำกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ
- 3) มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยให้ความสำคัญกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 4) มีการกำหนดเรื่องการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

#### 2. การส่งเสริมเพื่อสร้างความรู้ ความตระหนักและการปฏิบัติเรื่องสิ่งแวดล้อมทั่วทั้งองค์กร

- 1) มีการมอบหมายให้หน่วยงาน บุคคล คณะทำงานรับผิดชอบงานด้านสิ่งแวดล้อม
- 2) มีการสื่อสารนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท แก่บุคลากร คู่ค้าและลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- 3) จัดให้มีโครงการ แผนงาน การฝึกอบรมการให้แก่พนักงาน และจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

#### 3. การติดตามการปฏิบัติตามสิ่งแวดล้อม

- 1) มีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณและการวัดผลในการลดการใช้ทรัพยากร เช่น พลังงาน (ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ) น้ำ กระดาษ และวัสดุสิ้นเปลือง
- 2) มีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณและการวัดผลในการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนด้วยการลดการใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Reduce, Reuse และ Recycle)
- 3) มีการรายงานผลการดำเนินงานของโครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่พนักงานได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ

#### 4. การมีส่วนร่วมช่วยสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมในฐานะบริษัทประกันภัย

- 1) มีการออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านสิ่งแวดล้อม
- 2) มีการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าทางธุรกิจในการจัดหาสินค้าและบริการของบริษัท ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

### เป้าหมายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่บริษัทกำหนดไว้

1. ปี 2565 ลดการใช้ทรัพยากรไฟฟ้าลง 0.08 % เทียบกับปี 2564
2. ปี 2565 ลดการใช้ทรัพยากรน้ำลง 8.9 % เทียบกับปี 2564
3. ภายในปี 2566 ดำเนินการเปลี่ยนหลอดไฟเป็น LED ตามจุดต่าง ๆ ของอาคาร
4. เลือกใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์สำนักงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น เครื่องถ่ายเอกสารที่มีผลลากสีเขียว กระดาษกรี้นเป็นต้น
5. ภายในปี 2566 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 60.87 % อ้างอิงการคำนวณสูตรหลอดไฟ LED 500 หลอด
6. ภายในปี 2566 ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนลง 17,365.83 kgCO<sub>2</sub>eq

บริษัท มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน โดยบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ตรวจประเมินการจัดการพลังงานภายในองค์กร

## Sustainability management regarding environmental dimension

### Environmental and energy policy and practice

The Company has developed policies and practices regarding environmental and energy management. The Company acknowledges the significance of natural resource utilization and its environmental implications. The environment working committee is established to be responsible for evaluating the Company's energy management under the environmental, social, and governance policy to oversee the Company's environmental efforts, focusing on efficient energy and environmental management, as outlined below:

#### Environmental Guidelines

##### 1. Environmental policy for the operational process

- 1) The efficient and responsible use of resources is defined to minimize environmental impact.
- 2) The preservation and restoration of natural resources are promoted and practiced.
- 3) The use of modern technology is encouraged to improve operational efficiency with a focus on environmental friendliness.
- 4) Compliance with environmental regulations is established.

##### 2. Raising awareness and promoting environmental practices throughout the organization

- 1) Responsibilities for environmental work are assigned to individuals, department, and environmental working committee.
- 2) Regular communication of the Company's environmental policy to employees, business partners, and customers.
- 3) Implementation of projects, plans, and activities that encourage employee awareness and participation in environmental practices.

##### 3. Environmental practice monitoring

- 1) Setting measurable targets for reducing resource consumption such as energy, water, paper, and consumables.
- 2) Setting measurable targets for increasing the use of renewable resources through the reduction, reuse, and recycling.
- 3) Regular reporting on the performance of projects and activities involving employees in environmental practices.

The Company has developed policies and practices regarding environmental and energy management. The Company acknowledges the significance of natural resource utilization and its environmental implications. The environment working committee is established to be responsible for evaluating the Company's energy management under the environmental

##### 4. Making a positive impact on the environment as an insurance company

- 1) Offering insurance products that encourage and support environmental sustainability.
- 1) Carefully selecting our business partners and suppliers based on their commitment to environmental responsibility.

#### Environmental Management Goals

1. By the end of 2022, we aim to reduce electricity consumption by 0.08% compared to the previous year.
2. By the end of 2022, we aim to reduce water consumption by 8.9% compared to the previous year.
3. By 2023, we plan to replace all lighting fixtures in our building with energy-efficient LED lamps.
4. We will prioritize the use of eco-friendly office equipment, such as copiers with green labels and recycled paper.
5. By 2023, we aim to reduce greenhouse gas emissions by 60.87%, based on a formula that calculates the impact of replacing 500 traditional lamps with LED lamps.
6. By 2023, we aim to reduce carbon emissions by 17,365.83 kgCO<sub>2</sub>eq.

#### Environmental performance

##### 1. Water management

The Company has a plan to determine the volume of water usage for analysis and continuous control planning to reduce

## ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

### 1. การจัดการพลังงานน้ำ

บริษัทได้มีแผนการกำหนดปริมาณการใช้น้ำเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนการควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่าที่สุด โดยในปี 2565 บริษัทมีการปรับอัตราการไหลของน้ำที่ก๊อกน้ำอ่างล้างหน้าและโถสุขภัณฑ์ภายในอาคารของบริษัท มีการติดตั้งเซนเซอร์ก๊อกน้ำอ่างล้างมือ เพื่อประหยัดปริมาณการใช้น้ำ ซึ่งในปี 2565 สามารถลดการใช้น้ำประปาไปได้ 1,086 ลูกบาศก์เมตร/เดือน ช่วยลดก๊าซเรือนกระจกไปได้ 764.87 kgCO<sub>2</sub>e

\*\*อ้างอิงสูตรคำนวณ จากเว็บไซต์กลไกลดก๊าซเรือนกระจก

### ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้น้ำ ปี 2564 และ ปี 2565

1. ปี 2564 จำนวนการใช้น้ำ 12,182 หน่วย(ลูกบาศก์เมตร/เดือน)
2. ปี 2565 จำนวนการใช้น้ำ 11,096 หน่วย(ลูกบาศก์เมตร/เดือน)

### 2. การจัดการไฟฟ้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการอนุรักษ์พลังงานมาอย่างต่อเนื่องมีระบบการจัดการใช้พลังงานเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนการควบคุมการใช้น้ำพลังงาน นอกจากนี้ยังได้ตรวจและส่งเสริมการประหยัดพลังงานทางอ้อม อาทิ การใช้หลอดไฟ LED ที่ประหยัดพลังงาน การใช้ระบบประชุมทางไกลทางจอภาพ (VDO Conference) เป็นต้น โดยในปี 2565 บริษัทได้ดำเนินการเปลี่ยนหลอดไฟป้ายบนอาคารสำนักงานใหญ่ จากเดิมเป็นหลอดฟลูออเรสเซนต์ ขนาด 36w แบบมีบัลลาสต์ แกนเหล็ก ขนาด 10w จำนวน 500 หลอด เป็นหลอด LED Tube ขนาด 18w จำนวน 500 หลอด ซึ่งคาดการณ์ว่าจะสามารถลดพลังงานไฟฟ้าได้ถึง 30,660 กิโลวัตต์/ชั่วโมง/ปี สามารถช่วยลดก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 17,365.83 kgCO<sub>2</sub>e

\*\*อ้างอิงสูตรคำนวณ จากเว็บไซต์กลไกลดก๊าซเรือนกระจก

การติดตั้งอุปกรณ์ควบคุมและอุปกรณ์เซนเซอร์ประเภทต่าง ๆ เพื่อควบคุมการทำงานของระบบไฟฟ้า อาทิ การติดตั้งอุปกรณ์ตั้งเวลาการทำงานปิด-เปิดไฟป้ายของอาคาร รวมถึงการใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานเพื่อช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้า

นอกจากนี้ยังได้วางแผนการการเปลี่ยนหลอดไฟจากหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอด LED และการติดตั้งระบบไฟฟ้าโซลาเซลล์ (on grid) บนอาคารสำนักงานในปี 2566

### ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ไฟ ปี 2564 และ ปี 2565

1. ปี 2564 จำนวนการใช้ไฟ 2,610,477 หน่วย
2. ปี 2565 จำนวนการใช้ไฟ 2,608,378 หน่วย

### 3. การจัดการกระดาษ

เดือนตุลาคม 2565 บริษัท ได้เริ่มใช้กระดาษรีไซเคิลที่ได้รับฉลากเขียว ฉลากที่มอบให้กับผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม โดยที่คุณภาพยังอยู่ในระดับมาตรฐานที่กำหนด ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม การเลือกผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตที่เลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถช่วยลดการใช้ทรัพยากร ประหยัดพลังงาน ลดมลพิษและการปล่อยของเสีย รวมไปถึงก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการผลิตเยื่อและกระดาษ

สำหรับกระดาษที่ถูกใช้แล้ว และไม่ได้มีข้อมูลที่เป็นความลับ บริษัทได้รณรงค์ให้พนักงานนำกลับไปใช้เป็นกระดาษรีไซเคิล และหากใช้เต็ม 2 หน้า รวมถึงกระดาษที่เป็นข้อมูลความลับ บริษัทจัดให้มีตู้แยกทำลายเอกสารของแต่ละชั้น ของ Iron Mountain ซึ่งเป็นการเก็บเอกสารสำคัญทำลาย โดยมีการปกป้องข้อมูลเป็นความลับ กระดาษและข้อมูลที่อยู่ในกระดาษจะถูกทำลายโดยใช้วิธีที่เป็นกรรมสิทธิ์ด้วยเครื่องตัดย่อยในระดับพาณิชย์ จากนั้นจะมีกระบวนการทำลายด้วยกรรมวิธีต้มบ่ม อัดเป็นก้อน นำกลับไปทำกระดาษใหม่ เป็นการรีไซเคิลขยะตามแนวทางการรักษาสิ่งแวดล้อม

### 4 การจัดการขยะของเสีย และ/หรือ การลดมลพิษ

บริษัท มีจุดคัดแยกขยะละประเภท ตั้งอยู่บริเวณลานจอดรถ และหน้าศูนย์บริการลูกค้า อาทิ ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระป๋องอลูมิเนียม เพื่อให้สามารถนำไปจัดการทิ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้มีการทำรายงานการจัดเก็บรายสัปดาห์ (ตั้งแต่กันยายน - ธันวาคม 2565) มีขยะที่ถูกนำมาใส่ในถังคัดแยกขยะดังนี้

- ขวดพลาสติก 922 ขวด
- ขวดแก้ว 135 ขวด
- กระป๋องอลูมิเนียม 232 กระป๋อง





water usage and increase water use efficiency to the maximum extent possible. In 2022, the Company has implemented water management measures by adjusting the water flow rate of faucets, basins, and toilets, and installing faucet sensors to save water consumption. As a result, the Company has reduced tap water consumption by 1,086 cubic meters per month in 2022, resulting in a reduction of 764.87kgCO<sub>2</sub>eq in greenhouse gas emissions.

as calculated using a formula on the greenhouse gas reduction website.

### Comparison of water consumption in 2021 and 2022

1. In 2021, water consumption was 12,182 units (m<sup>3</sup>/month)
2. In 2022, water consumption is 11,096 units (m<sup>3</sup>/month)

## 2. Power Management

The Company emphasizes the importance of efficient energy use and continuous energy conservation. It has a system for storing energy usage data for analysis and control planning. Additionally, the company promotes and encourages environmentally friendly energy-saving practices, such as using energy-saving LED light bulbs and using video conference, etc. In 2022, the Company has replaced the original 36w fluorescent lamp with 500 10w steel core ballasts with 500 18w LED tube lamps for the signage lamp on the headquarters building. This replacement is expected to save up to 30,660 kWh/year of electricity and reduce greenhouse gas emissions up to 17,365.83 kgCO<sub>2</sub>eq. as calculated using a formula on the greenhouse gas reduction website.

Various control and sensor devices have been installed to manage the electrical system's operations, including work scheduling devices and energy-saving devices, which aid in reducing energy usage.

Furthermore, the installation of LED lamps and on-grid solar panel on office buildings is planned for 2023. A comparison of the lights usage in 2021 and 2022 shows that the power consumption in 2022 decreased slightly to 2,608,378 units compared to 2,610,477 units in 2021.

### Comparison of electricity consumption in 2021 and 2022

1. In 2021, electricity consumption was 2,608,378 units
2. In 2022, electricity consumption is 2,610,477 units

## 3. Save paper

To reduce paper consumption, the Company started using environmentally friendly paper with green labels in October 2022. The products with green labels indicate that they are environmentally conscious and meet the specified standards. By choosing products from manufacturers that prioritize environmentally friendly technologies, we can help reduce resource consumption, energy usage, pollution, waste emissions, and greenhouse gas emissions generated during the production of pulp and paper.

For used paper without confidential information, the Company encourages employees to recycle it. If the paper has been used on both sides, the Company installed a separate shredding cabinet by a provider called Iron Mountain on each floor to store and protects important documents with confidential information. The paper is handled and destroyed using a proprietary method. The shredding process takes place at the commercial level, where the documents are boiled, blended, and pelletized to make new paper.

## 4. Waste Management and/or Pollution Reduction

The company has implemented a waste sorting system with designated bins for each type of waste, located in the parking lot and in front of the customer service center. These bins are for sorting plastic bottles, glass bottles, and aluminum cans, allowing for effective disposal. The weekly collection report from September to December 2022 shows the following types of waste that were sorted into their respective bins.

- 922 plastic bottles
- 135 glass bottles
- 232 aluminum cans

In 2022, the company provided training for 35 employees such as executives in Motor Insurance Group and bancassurance channel, direct channel, and agent channel. The training was on the topic of "policy on next-generation automotive technologies in Thailand", which emphasizes the importance of changes in the environmentally friendly automotive industry (Green Transition) and the use of efficient energy, such as electric vehicle (EV) and hydrogen power. In addition, the Company provided training for 35 executives and employees in Motor Insurance Group on the basics of electric vehicle technology and safety, which was organized by the Thailand Automotive Institute in the past year.



ในปี 2565 บริษัทได้มีการจัดอบรมให้ผู้บริหารสายงานประกันภัยรถยนต์ และผู้บริหาร สายงานช่องทางทางการขายแบงก์แอสซัวร์นส์ กลุ่มงานขายตรง และสายงานช่องทางธุรกิจตัวแทน จำนวน 35 คน เข้าร่วมอบรมหลักสูตรนโยบายภาครัฐกับเทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่ (Policy on Next-Generation Automotive Technologies in Thailand) อันเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Transition) และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) พลังงานจากไฮโดรเจน เป็นต้น และจัดอบรมให้ผู้บริหารและพนักงานสายงานประกันภัยรถยนต์ จำนวน 35 คน เข้าร่วมอบรมหลักสูตรพื้นฐานเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าและความปลอดภัย (Electric Vehicle Technology and Safety) ซึ่งจัดโดยสถาบันยานยนต์ (Thailand Automotive Institute) อย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา

### การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม

#### นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

บริษัทเชื่อว่าการเติบโตของธุรกิจจะเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน ต่อเมื่อการดำเนินธุรกิจได้รับการยอมรับ ไว้วางใจ และเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ โดยบริษัทกำกับดูแลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องและหลักสิทธิมนุษยชนตามหลักสากลที่เกี่ยวข้อง เช่น หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact) หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) ตลอดจนคำนึงถึงแนวปฏิบัติความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ตามที่กำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัท รวมถึงด้านการดูแลพนักงานตามนโยบายการจ้างงาน และนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลพนักงาน ตลอดจนการสนับสนุนและส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพของพนักงานในองค์กรผ่านการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบการ โดยได้มีการจัดทำนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และการแต่งตั้งคณะทำงานกิจกรรมเพื่อสังคม ตลอดจนการแต่งตั้งคณะทำงานย่อยด้านสังคม เพื่อดูแลและพัฒนาพนักงานภายในองค์กร และร่วมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบด้าน

#### จริยธรรมทางธุรกิจ ด้านการปฏิบัติและความรับผิดชอบต่อพนักงาน

บริษัทปฏิบัติต่อพนักงานทุกระดับอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน ทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทน การพัฒนาศักยภาพ ตลอดจนการเลื่อนตำแหน่ง หรือแต่งตั้ง โยกย้าย โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. ปฏิบัติต่อพนักงานของบริษัทอย่างเป็นธรรม โดยจัดทำระเบียบปฏิบัติการบริหารงานบุคคลเรื่องการปรับค่าจ้างพนักงานและวิธีการประเมินผล
2. กำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสม เพียงพอ และสามารถเทียบเคียงกับธุรกิจในตลาดอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยบริษัทจัดให้มีสวัสดิการนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ การจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การประกันสุขภาพและอุบัติเหตุ เป็นต้น
3. ส่งเสริมให้พนักงานมีการพัฒนาและเติบโตในสาขาอาชีพอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนอบรมล่วงหน้าตลอดปีและจัดให้มีทุนการศึกษาสำหรับพนักงานแต่ละระดับ
4. กำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในบริษัท เช่น จัดให้มีการซ้อมหนีไฟและตรวจสอบอุปกรณ์ดับเพลิงให้พร้อมใช้งานเป็นประจำทุกปี จัดให้มีการทำความสะอาดและฉีดยาฆ่าแมลงเป็นประจำ รวมทั้งจัดให้มีห้องพักและยาสามัญสำหรับการรักษาอาการป่วยไข้ในเบื้องต้น
5. จัดให้มีช่องทางสำหรับร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแส และมีมาตรการเพื่อคุ้มครองพนักงานผู้ร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแส โดยข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

ทั้งนี้ นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความยั่งยืนในมิติสังคมของบริษัท เช่น จริยธรรมทางธุรกิจ นโยบายสิทธิมนุษยชน และนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งได้ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ปรากฏในหัวข้อ “บรรษัทภิบาล” และหัวข้อ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” บนเว็บไซต์ [www.muangthaiinsurance.com](http://www.muangthaiinsurance.com)

**บริษัทเชื่อว่าการเติบโตของธุรกิจจะเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน ต่อเมื่อการดำเนินธุรกิจของกิจการได้รับการยอมรับ ไว้วางใจ และเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ โดยบริษัทกำกับดูแลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องและหลักสิทธิมนุษยชนตามหลักสากลที่เกี่ยวข้อง**

## Sustainability management regarding social dimension

### Social policy and practice

The Company holds the belief that sustainable growth is only achievable when stakeholders across the value chain accept, trust, and have confidence in our business operations. To ensure compliance with applicable laws and regulations, as well as international human rights standards like the United Nations Global Compact and the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs). Additionally, the Company takes responsibility for the stakeholders, as outlined in its corporate governance policy and business ethics, through initiatives such as employee care policies, ongoing employee training and development programs, and the establishment of safety, occupational health, and environmental committees in the workplace. The Company also places great emphasis on developing sustainable social responsibility policies and forming CSR team to provide support for the employees both inside and outside of the organization.

### Business ethics on treatment and responsibility to employees

The Company set the practices which are implemented to ensure that employees are treated fairly, equally, and provided with opportunities for growth and development:

1. Establishment of personnel management regulations that ensure fair treatment of employees in terms of wage adjustments and evaluation methods.

2. Determination of appropriate and adequate salary and remuneration for employees, taking into account the industry standards. The Company also provides benefits such as provident funds, health insurance, and accident insurance beyond what is legally required.
3. Planning and providing training opportunities for employees throughout the year to encourage continuous career development and growth. Scholarships are also offered to employees at all levels.
4. Implementation of guidelines for safety, occupational health, and environmental standards within the Company. This includes conducting fire drills and annual checks of fire extinguishers, regular cleaning and pesticide spraying, and providing basic medical facilities for the treatment of febrile illnesses.
5. Establishment of a confidential channel for employees to voice complaints or raise concerns through whistleblowing. The Company also has measures in place to protect employees who raise concerns, ensuring their confidentiality and safety.

The Company's social sustainability policies and practices, which encompass business ethics, human rights policy, and good corporate governance policy have been approved by the Board of Directors. These policies are categorized under the "Corporate Governance" and "Sustainable Development" sections on the Company's website at [www.muangthaiinsurance.com](http://www.muangthaiinsurance.com).

**The Company holds the belief that sustainable growth is only achievable when stakeholders across the value chain accept, trust, and have confidence in our business operations. To ensure compliance with applicable laws and regulations, as well as international human rights standards**

## ผลการดำเนินงานด้านสังคม

ผลการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัท ในปี 2565 มีดังนี้



### 1) การดูแลทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร

#### 1. การมีส่วนร่วมของพนักงาน

บริษัท ได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานตลอดทั้งปี โดยในปี 2565 มีมาตรการผ่อนปรนสำหรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 มากขึ้น บริษัท จึงมีการจัดกิจกรรมภายในแบบ Onsite แต่ยังคงเน้นมาตรการป้องกัน COVID-19 อย่างเคร่งครัด อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรมผ่านช่องทาง Online อาทิ

- กิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน เช่น กิจกรรมทำบุญในวาระสำคัญต่าง ๆ ซึ่งในปี 2565 เป็นปีครบรอบ 90 ปี แห่งการก่อตั้ง บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
- กิจกรรมอาสาสมัคร เป็นกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่บุคคลเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ เช่น กิจกรรมอาสาปลูกป่าใหม่เมืองไทยประกันภัย ที่พนักงานใหม่ทุกท่านจะได้มีส่วนร่วมในการคิดและร่วมทำกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม
- กิจกรรมเกมส์ หรือ ตอบคำถามออนไลน์ตามเทศกาล หรือ วาระต่าง ๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม เกิดความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร
- กิจกรรมสนทนาการ เช่น การให้พนักงานเข้าร่วมชมการแสดงคอนเสิร์ตคลาสสิก Royal Bangkok Symphony Orchestra ที่บริษัท เป็นผู้สนับสนุน การส่งพนักงานเข้าร่วมแข่งขันกีฬาโบว์ลิ่งของสมาคมประกันวินาศภัย เพื่อเสริมสร้างความสามัคคี และยังเป็นการส่งเสริมด้านสุขภาพของพนักงานอีกด้วย
- และเมื่อมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ แคมเปญใหม่ หรือบริการใหม่ บริษัท จะทำการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ให้พนักงานได้รับรู้โดยทั่วถึง และให้พนักงานสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงเปิดโอกาสให้ญาติของพนักงานได้ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัยในราคาพิเศษ นอกจากนี้ ยังให้พนักงานสามารถเลือกผ่อนชำระเป็นรายเดือนได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ Health Me Plus และผลิตภัณฑ์ SMEs มีกำไร

#### 2. การส่งเสริมด้านจิตอาสาของพนักงาน

บริษัท มีการจัดกิจกรรมร่วมระหว่างฝ่ายความรับผิดชอบต่อสังคม และฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล คือ “กิจกรรมอาสาปลูกป่าใหม่เมืองไทยประกันภัย” โดยพนักงานที่เข้ามาทำงานกับบริษัท จะได้เข้าร่วมโครงการอาสาปลูกป่าใหม่ ที่ปลูกฝังความมีใจเป็นจิตอาสาในการช่วยเหลือสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะหล่อหลอมให้พนักงานในบริษัท มีความเป็นจิตอาสา และมีน้ำใจ ตลอดจนช่วยสานความสัมพันธ์ให้พนักงานมีความผูกพันระหว่างกัน มีความรักในองค์กร รักในวัฒนธรรมองค์กร และส่งผลให้พนักงานมีความสุขในการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทในแบบ “ครอบครัวยิ้มได้”

#### 3. การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงาน

บริษัท เปิดโอกาส ให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ รวมถึงการร้องเรียนผ่านทุกช่องทาง อาทิ เว็บไซต์ภายในบริษัท Line@ Facebook ทั้งนี้ในปี 2565 ได้เพิ่มช่องทาง Share Box Share with CEO ซึ่งเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้ในทุก ๆ เรื่อง ตรงถึง CEO นำมาซึ่งการพัฒนาองค์กรในหลาย ๆ ด้าน เช่น การพัฒนาการให้บริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร การพัฒนากระบวนการทำงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรมากขึ้น

#### 4. การดูแลและรักษาพนักงาน

ผู้บริหารและพนักงานทุกคนจัดว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งบริษัท ได้มีการดูแล ส่งเสริม พัฒนา รวมทั้งจัดการด้านสวัสดิการให้แก่พนักงานทุกระดับ ด้วยความเหมาะสม โดยบริษัท มีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมที่ครอบคลุมในเรื่อง การจ้างงาน/การเลิกจ้าง การจ่ายค่าตอบแทนและจัดให้สวัสดิการด้านต่าง ๆ การพัฒนาพนักงานโดยมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง การดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและคำนึงถึงความปลอดภัยในการทำงาน และสิทธิประโยชน์ของพนักงานบริษัท ดังต่อไปนี้

**บริษัท มีการจัดกิจกรรมระหว่าง  
ฝ่ายความรับผิดชอบต่อสังคม และฝ่ายบริหาร  
ทรัพยากรบุคคล คือ “กิจกรรมอาสาปลูกป่าใหม่  
เมืองไทยประกันภัย” โดยพนักงานที่เข้ามาทำงาน  
บริษัท จะได้เข้าร่วมโครงการอาสาปลูกป่าใหม่ฯ  
ที่ปลูกฝังความมีใจเป็นจิตอาสา  
ในการช่วยเหลือสังคม**

## Social activity result

In 2022, the Company carried out various social activities include:

### 1) Human Resource Management

#### 1. Employee engagement

Throughout the year, the Company arranged a variety of internal and external activities to foster relationships among employees. Due to the ongoing COVID-19 situation, additional precautions have been implemented in 2022. The Company conducted onsite activities while strictly enforcing COVID-19 prevention measures. Additionally, activities were conducted through online channels, including:

- Philanthropic events on various milestones to promote employee relationships, such as the 90th anniversary of Muang Thai Insurance Public Company Limited's establishment in 2022.
- Volunteer activities such as the MTI New Volunteer Activity, where new employees can participate in activities to benefit society.
- Interactive online activities, games, and contests to encourage engagement and connection between employees and the organization.
- The Company provided various recreational activities for employees, such as sponsoring their attendance at the Royal Bangkok Symphony Orchestra Classic concert and sending them to the Insurance Association's bowling competition to enhance unity and promote their health.
- Moreover, during the launch of new products, campaigns or services, the Company ensures that employees are well-informed and gives them access to the products. Employees' relatives also have the chance to purchase insurance products at a discounted price, and payment options like monthly installments are available for profitable products like Health Me Plus and SMEs.

#### 2. Promoting employee volunteerism

The Corporate Social Responsibility Department and the Human Resource Management Department collaborate to organize the "MTI New Volunteer Activity" "As part of the new volunteer program, new employees are encouraged to participate in volunteering activities that contribute to society. These activities foster a culture of volunteerism and kindness among employees, while also promoting strong relationships within the Company. This creates a sense of affection for the organization and its culture, resulting in employees being happy to work with the Company in a familial and positive manner.

#### 3. Listening to comments and suggestions

At the Company, employees are encouraged to share their feedback, suggestions, and even complaints through various channels such as the company's website, Line and Facebook. Starting in 2022, the Company introduced a new channel called "Share Box... Share with CEO", which allows all employees to directly share their opinions and suggestions with the CEO. This fosters the development of the organization in several ways, including improving internal and external services, streamlining work processes, and enhancing product development, ultimately leading to a stronger organization.

#### 4. Employee welfare and care

At the company, executives and employees alike are recognized as important drivers of organizational success. The Company takes care to promote, develop, and manage employee welfare at all levels with appropriate measures. The Company has policies and practices that fairly cover employment matters such as hiring and termination, compensation and benefits, and various employee welfare programs. It also has a policy for continuous employee development and promotes the well-being of its employees by ensuring their quality of life and workplace safety. The company recognizes and provides benefits for its employees, as follows:

**The Corporate Social Responsibility Department and the Human Resource Management Department collaborate to organize the "MTI New Volunteer Activity" "As part of the new volunteer program, new employees are encouraged to participate in volunteering activities that contribute to society**

ตารางแสดงจำนวนพนักงานการแยกประเภทตามที่ระบุ (ตามเกณฑ์ GRI)

จำนวนพนักงานทั้งหมด (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)	1,264 คน	(คน)	(คน)
<b>สถิติพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ</b>		<b>ชาย</b>	<b>หญิง</b>
• อายุน้อยกว่า 30 ปี	206	53	153
• อายุ 30 - 50 ปี	903	389	514
• อายุมากกว่า 50 ปี	155	81	74
<b>สถิติพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง</b>		<b>ชาย</b>	<b>หญิง</b>
• ระดับปฏิบัติการ	967	401	566
• ระดับบริหาร	285	115	170
• ผู้บริหารระดับสูง	12	7	5
<b>สถิติพนักงานจำแนกตามภูมิภาค</b>		<b>ชาย</b>	<b>หญิง</b>
• กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	1,110	433	677
• ภาคเหนือ	22	10	12
• ภาคกลาง	21	13	8
• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	34	17	17
• ภาคใต้	53	36	17
• ภาคตะวันออก	24	14	10
<b>จำนวนพนักงานผู้พิการและ/หรือผู้สูงอายุ</b>	-	-	-

• **ความก้าวหน้าในการทำงาน** บริษัท สนับสนุนการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ โดยให้โอกาสทัดเทียมกันในการว่าจ้าง การแต่งตั้ง การโยกย้าย โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสมกับลักษณะงาน ด้วยคุณธรรม ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลหนึ่ง บุคคลใด อันเนื่องจากเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ อายุ สถานภาพความทุพพลภาพ หรือสถานะอื่นใดที่มีได้เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้โอกาสความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่อย่างเหมาะสมยุติธรรมโดยไม่เลือกปฏิบัติ โดยพิจารณาตามผลประเมินการปฏิบัติงาน ผลสำเร็จของงาน และศักยภาพของพนักงาน โดยมีตัวชี้วัด KPI และ Competency ที่ชัดเจน พร้อมทั้งส่งเสริมพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถของพนักงาน ให้มีความก้าวหน้าในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ

• **การกำหนดและบริหารค่าตอบแทน** บริษัทกำหนดจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้บริหารและพนักงานอย่างเป็นธรรม เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบและผลการปฏิบัติงาน ตามนโยบายการบริหารค่าตอบแทน โดยบริษัท กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงาน ปีละ 2 ครั้ง เมื่อครบรอบการดำเนินงานของบริษัท เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน และเดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม โดยใช้ KPI เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในงาน เพื่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการประเมินด้านความรู้ ทักษะ พฤติกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน และการให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กันไป โดยผลคะแนนการประเมินมีผลต่อการได้รับผลตอบแทน และความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเป็นธรรมตามความรู้ความสามารถ ในปี 2565 บริษัทจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานเป็นจำนวน 819,218,357 บาท ซึ่งสัดส่วนค่าตอบแทนพนักงานหญิง 736 ต่อพนักงานชาย 516 (หมวด 2 ข้อ 8 ) ไม่รวมผู้บริหารระดับสูง

The following table shows the number of employees classified according to GRI criteria.

Total Employees (As of 31 December 2022)	1,264 persons	(Persons)	(Persons)
<b>Employee statistics by age group</b>		<b>Male</b>	<b>Female</b>
• Less than 30 years old	206	53	153
• 30 - 50 years old	903	389	514
• Over 50 years old.	155	81	74
<b>Employee statistics by level</b>		<b>Male</b>	<b>Female</b>
• Operation level	967	401	566
• Management level	285	115	170
• Senior executive level	12	7	5
<b>Statistics of employees by domicile</b>		<b>Male</b>	<b>Female</b>
• Bangkok and vicinity	1,110	433	677
• North	22	10	12
• Central Region	21	13	8
• Northeastern Region	34	17	17
• Southern Region	53	36	17
• Eastern Region	24	14	10
<b>Number of employees, persons with disabilities and/or elderly</b>	-	-	-

- Career path:** The Company upholds human rights protection without discrimination in accordance with the Constitution of Thailand, providing equal opportunities with morality for employment, appointment, and transfer based on knowledge, ability, suitability for job characteristics. The Company does not discriminate against any person based on race, color, religion, gender, age, disability, or any other irrelevant status. Additionally, the Company provides fair and non-discriminatory opportunities for advancement in the workplace by considering employees' performance, work achievements, and potential with clear KPIs and competency indicators. The Company encourages regular skill and knowledge development for employees to progress in their work
- Salary and Remuneration:** The Company ensures that the salary and remuneration of executives and employees is determined and administered equitably and suitably, based on their knowledge, competence, accountability, and performance, following the remuneration management policy. The Company mandates semi-annual performance evaluations of executives and employees in January-June and July-December using key performance indicators (KPIs) as metrics of accomplishment in specific job duties, taking into account the evaluation of knowledge, skills, conduct, and contribution to social responsibility initiatives. The assessment results affect fair remuneration and career advancement based on aptitude and proficiency. In 2022, the Company paid the remuneration to the employees a total of 819,218,357 Baht, with a gender pay ratio of 736 for female employees to 516 for male employees, excluding senior executives.



ปี 2565

สถิติการเจ็บป่วยเนื่องจาก  
การปฏิบัติงาน

สถิติอุบัติเหตุถึงขั้น  
หยุดงาน

รวม

-

1 คน

• การจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่พนักงาน

**ด้านสุขภาพ** บริษัท มีความใส่ใจสุขภาพพนักงาน ด้วยการจัดทีมที่ปรึกษาด้านสุขภาพกรณีที่มาปฏิบัติงานและมีอาการป่วย นอกจากนี้ บริษัทจัดให้พนักงานได้รับประกันภัยสุขภาพ ซึ่งพนักงานจะได้รับสิทธิในการรักษา ทั้งสิทธิผู้ป่วยนอก และ ผู้ป่วยใน, ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล เมื่อยามที่พนักงานประสบอุบัติเหตุโดยไม่คาดคิด นอกจากนี้ ยังครอบคลุมถึงค่ารักษาทันตกรรม ซึ่งสิทธิดังกล่าวนี้ เป็นสิทธิที่นอกเหนือจากสิทธิประกันสังคม ที่พนักงานพึงได้อยู่แล้ว นอกจากนี้ ได้จัดให้มีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคประจำปี เช่น ไข้หวัดใหญ่ รวมทั้งเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถนำญาติมาตรวจสุขภาพประจำปีได้ ในอัตราพิเศษ และในปี 2565 บริษัท ได้จัดให้พนักงานทุกท่านที่สมัครใจ เข้ารับการฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้นชนิด MRNA (โมเดอร์นา) เพื่อเพิ่มภูมิคุ้มกัน และลดความรุนแรงของเชื้อ COVID-19 สายพันธุ์ใหม่

ปี 2565 บริษัทได้ร่วมกับบริษัทพันธมิตร จัดกิจกรรมชวนพนักงานตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านม โดยเน้นพนักงานผู้หญิงที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ร่วมฟังการบรรยายจากคุณหมอ และร่วมกิจกรรมตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านม ซึ่งมีวิทยากรจากโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ และคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มาให้ความรู้ เพื่อสร้างความตระหนัก และป้องกันภัยมะเร็งต่อผู้หญิง เนื่องในวันมะเร็งเต้านม



**ด้านการออม** บริษัทจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้กับพนักงาน โดยพนักงานสะสมเงินส่วนหนึ่งบริษัทสมทบให้อีกส่วนหนึ่ง เพื่อส่งเสริมการออมเงินให้พนักงาน โดยในปี 2565 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 1,072 คน คิดเป็นสัดส่วนของพนักงานเข้าร่วมสำรองเลี้ยงชีพทั้งหมด 85.55 %

**ด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน** บริษัทให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหาร พนักงาน โดยมุ่งมั่นที่จะลดการเกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานให้เป็นศูนย์ มีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับแผนงานด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีสุขอนามัยในการทำงานที่ดี เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานที่เหมาะสม โดยในปี 2565 บริษัทจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมด้านความปลอดภัย เช่น การอบรมหนีไฟ การอบรมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

**ด้านเวลาการปฏิบัติงาน** บริษัท มีนโยบายสวัสดิการทางเลือก เปิดให้พนักงานได้เลือกเวลาเข้างาน ที่เหมาะสมกับตนเอง เนื่องจากพนักงานบางคนอาจมีเหตุจำเป็นที่ทำให้ไม่สามารถมาเข้างานตามเวลาที่บริษัทกำหนด โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง

1. เวลาเต็ม ทำงานระหว่าง 8.30 - 17.00 น.
2. เวลายืดหยุ่น ทำงานระหว่าง 9.00 - 17.30 น.
3. เวลายืดหยุ่น ทำงานระหว่าง 9.30 - 18.00 น.

ซึ่งการให้พนักงานได้เลือกเวลาเข้างาน ตามความเหมาะสมของตนเอง จะทำให้พนักงานสามารถบริหารจัดการการดำเนินชีวิตส่วนตัวได้อย่างดี ไม่ต้องกดดันกับระยะเวลาเร่งรีบของตนเอง เมื่อต้องเดินทางมาทำงาน ส่งผลให้พนักงานมีจิตใจที่สดใส พร้อมที่จะเริ่มต้นทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

บริษัทได้จัดทำเสื้อสีฟ้า "Let's Save The Earth" ให้กับพนักงาน เพื่อให้เกิดความเป็น Unity กับพนักงานทั้งองค์กร โดยได้เลือกใช้เนื้อผ้าที่ผลิตจากขวดพลาสติก รีไซเคิลเป็นผ้า การรีไซเคิลขวดพลาสติกมีส่วนช่วยในการประหยัดพลังงาน ช่วยลดปริมาณขยะ และมลพิษในการกำจัดขยะ เนื่องจากบริษัทเห็นถึงความสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ทั้งหมดนี้ บริษัทตระหนักดีว่า หากพนักงานมีสุขภาพกายและสุขภาพใจที่ดี รู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานร่วมกับบริษัท แล้วจะทำให้พนักงานสามารถทำหน้าที่ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้การดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทได้วางไว้

2022	Injury/illness Severity Rate: SR	Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR
Total	-	1 person

• **Employee welfare benefit**

**Health:** The Company offers various employee welfares and benefits, including a focus on employee health. The Company has a team of health consultants available for employees in case of illnesses, and provides health insurance covering both outpatient and inpatient medical treatments, as well as personal accident insurance and dental treatment. Additionally, the Company provides annual vaccinations for diseases such as influenza and offers employees the opportunity to bring relatives to the annual health checkup at a special rate. In 2022, the Company also provided voluntary MRNA vaccinations (Moderna) to increase immunity and reduce the severity of COVID-19 infections.

Moreover, the Company organized an event in 2022 for the World Breast Cancer Day, where the participants can listen to useful information and get breast cancer diagnosis, in partnership with medical professionals from Chulalongkorn Hospital and the Faculty of Medicine at Khon Kaen University, focused on raising awareness and preventing breast cancer among female employees over 35 years old.

**Saving:** the Company provides a provident fund for employees. Employees accumulate a portion of the Company's contribution to promote savings for employees. As of December 31, 2565, the number of employees who participated in the provident fund was 1,072 people, which accounted for 85.55% of all employees participating in the provident fund.

**Safety:** The Company places great importance on safety, occupational health, and the working environment of all employees at every level. The Company has committed to reducing work-related accidents to zero. The Company has policies and practices related to occupational health and safety and environmental management in the workplace to ensure that employees have good health and working conditions that are suitable for their work. In 2022, the Company organized activities to promote safety, such as fire evacuation training, occupational health and safety training, and environmental training, on an ongoing basis every year.

**Working hours:** the Company has an alternative welfare policy for employees to choose a suitable time for themselves. Because some employees may have the necessity to be unable to come to work at the time specified by the Company. It is divided into 3 periods

1. The original working hours between 8.30 am - 5.00 pm.
2. Working hours between 9.00 am and 5.30 pm.
3. Working hours between 9.30 am - 6.00 pm.

By allowing employees to choose their own suitable time to work, employees can manage their personal lives well. By providing this option, employees can better manage their personal lives and avoid the stress of commuting during rush hour. As a result, employees are better prepared to work efficiently and with a clear mind.

The Company has created a sense of unity among its employees by providing them with blue shirts bearing the message "Let's Save The Earth." These shirts are made from fabrics derived from recycled plastic bottles, which not only contributes to energy savings, but also reduces waste and pollution in waste disposal. This demonstrates the Company's commitment to sustainable environmental protection.

Moreover, the Company understands the importance of promoting the physical health and happiness of the employees, as well as fostering a stable work environment. By doing so, employees are better equipped to effectively carry out their duties, resulting in the overall achievement of the Company's goals.

**5. Employee Development**

The Company prioritizes the development of its human resources, recognizing it as the foremost objective of sound corporate governance. Effective people management not only boosts organizational efficiency but also contributes to its overall success. Consequently, the Company has implemented a policy aimed at training and enhancing the skills, knowledge, and abilities of personnel at all levels, with the goal of fostering continuous

## 5. การพัฒนาพนักงาน

บริษัทให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นเป้าหมายแรกของการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารจัดการคนที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะส่งเสริมประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กรได้เป็นอย่างดี บริษัท จึงมีนโยบายในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรทุกระดับ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเสริมสร้างให้พนักงานมีคุณภาพและมีศักยภาพสูงสุดทั้งในด้านคุณภาพในการทำงานและคุณภาพชีวิต บริษัท ยังได้ดำเนินการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันทางธุรกิจ และสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งในปี 2565 ยังคงมีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 บริษัทจึงยังคงใช้การพัฒนาพนักงานเป็นแบบออนไลน์ให้ครอบคลุมการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานในด้านต่าง ๆ

โดยในปี 2565 มีการจัดหลักสูตร การอบรมออนไลน์ แบบ e-Learning สำหรับพนักงานในองค์กรทั้งหมด 1,268 คน และจำนวน 4 หลักสูตร คือ กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA), Leadership Development 2022 สำหรับผู้บริหาร การอบรมออนไลน์สำหรับพนักงานกลุ่ม Talent การอบรมออนไลน์ Functional Skills ซึ่งพนักงานได้รับการอบรมและสอบผ่าน 100% ตามเกณฑ์ที่กำหนดทั้งหมดแต่ละหลักสูตร โดยมีจำนวนชั่วโมงอบรมหรือกิจกรรมพัฒนาความรู้เฉลี่ยของพนักงานมากถึง 13 ชั่วโมงต่อคนต่อปี ตั้งแต่ระดับผู้บริหารถึงพนักงานทั่วไป ดังนี้

### หลักสูตร กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

1. หลักสูตร Cyber Security Awareness
2. หลักสูตร นโยบายความมั่นคงปลอดภัยสำหรับระบบสารสนเทศและความรู้ PDPA และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
3. หลักสูตร การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.)

### หลักสูตร การอบรมออนไลน์ e-Learning: Leadership Development 2022 สำหรับผู้บริหาร

1. หลักสูตร Supervisory Skills
2. หลักสูตร Active Listening
3. หลักสูตร Risk Management

### หลักสูตร การอบรมออนไลน์ e-Learning สำหรับพนักงานกลุ่ม Talent

1. หลักสูตร Project Management
2. หลักสูตร Be Proactive & Learning Agility
3. หลักสูตร Risk Management
4. หลักสูตร Time Management
5. หลักสูตร Story Telling and Public Speaking
6. หลักสูตร Adaptability
7. หลักสูตร Finance for Starting Business
8. หลักสูตร Active Listening

### หลักสูตร การอบรมออนไลน์ Functional Skills

1. หลักสูตร Call Center Knowledge & Skill Ladder (Motor Skills)
2. หลักสูตร โครงการพัฒนาความรู้และทักษะพนักงานสินไหมทดแทน
3. หลักสูตร Microsoft Power Platform
4. หลักสูตร ISO/IEC 27001:2013 Lead Implementer

ปี 2565 บริษัทได้จัดโครงการ MTI Talents Project โดยมีเป้าหมายเพื่อค้นหาและพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ เพื่อร่วมทำงานและขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยการคัดเลือกกลุ่มบุคลากรที่มีศักยภาพสูงจากทุกสายงาน และพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่อย่างรอบด้าน ผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงของบรรดาผู้บริหารระดับสูงที่มีวิสัยทัศน์ ความรู้ความเชี่ยวชาญชั้นนำของประเทศ และกรรมการที่ปรึกษาและที่ปรึกษากรรมการบริษัท อาทิ คุณนवलพรรณ ล้ำซ่า CEO บมจ. เมืองไทยประกันภัย / รศ.ดร.ธนาภรณ์ พลวิชัย / ผศ.สุรวิฑูร์ กิจกุล และคุณก่าพล ธรณะรัตน์ กรรมการและที่ปรึกษาคณะกรรมการบริษัท



### ภาพรวมของพนักงาน ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2565

จำนวนพนักงาน	เพศชาย	เพศหญิง
1,264 คน	523 คน	741 คน

### พนักงานเข้าใหม่ ปี 2565 จำนวน 258 คน

ปี	อัตราการลาออก (%)	อัตราการตาย	อัตราการลาภิจ	อัตราการป่วย
2565	15.17%	-	1,777	5,194
2564	12.62%	1	1,558	2,543
2563	9.20%	-	1,901	3,105
2562	13.29%	2	2,292	3,899
2561	15.41%	2	2,747	3,685

หมายเหตุ: อัตราการลาออกนับรวมเกษียณ การพ้นสภาพ (ขาดงานเกิน 3 วัน) และการเสียชีวิต

growth and development. This policy is designed to improve the quality of work and life of employees, and align them with the current business competition and situation. In 2022, with the COVID-19 pandemic still ongoing, the Company has shifted to an online platform for employee development, providing various opportunities for employees to improve their knowledge and skills across different areas. Through this approach, the Company remains committed to developing its personnel and empowering them to reach their full potential.

In 2022, e-Learning courses for all employees who have completed the training and passed 100% of the required criteria for each course. In 2022, the e-Learning training course was organized for all 1,268 employees. The employees participated 4 courses: Personal Data Protection Act (PDPA), Leadership development 2022 for executives, talent employees, functional skills, and passed the training and examination with a score of 100%, meeting all the criteria for each course. The average number of training or knowledge development activities per employee per year was as high as 13 hours. List of training courses are as follows:

**Personal Data Protection Act (PDPA)**

1. Cyber Security Awareness
2. IT security, PDPA Knowledge and related laws
3. Anti-Money Laundering Program (AMLO)

**Online / e-Learning courses: Leadership development 2022 for executives**

1. Supervisory Skills
2. Active Listening
3. Risk Management

**Online / e-Learning for talent employees**

1. Project Management
2. Be Proactive & Learning Agility
3. Risk Management
4. Time Management
5. Story Telling and Public Speaking
6. Adaptability
7. Finance for Starting Business
8. Active Listening

**Online course on functional skills**

1. Call Center Knowledge & Skill Ladder (Motor Skills)
2. Development of knowledge and skills of heavy-damage claim
3. Microsoft Power Platform
4. ISO/IEC 27001:2013 Lead Implementer

The MTI Talents Project was organized by the Company in 2022 with the objective of identifying and nurturing new leaders who could drive the organization’s exponential growth. The project sought to achieve this by selecting high-potential employees from all fields and developing leaders of all dimensions through the guidance of senior executives with extensive knowledge and expertise of the country, such as Mrs. Nualphan Lamsam, the Company’s President and CEO, and Asst. Prof. Dr. Thanavath Phonvichai, Asst. Prof. Suravudh Kijkusol and Mr. Kumpol Sontanarat, who are the directors and advisors to the Board of Directors.

The new leaders in the project were trained and mentored in strategic thinking through various business cases, including those related to insurance and the overall economy. They underwent an intensive assessment center to fully develop their potential,

**Employee overview information as of December 31, 2022**

Number of employees	Male	Female
1,264	523	741

**New employees in 2022 are 258 people**

Year	Turnover Rate (%)	Death Rate (Person)	Personal Leave (Day)	Sick Leave (Day)
2022	15.17%	-	1,777	5,194
2021	12.62%	1	1,558	2,543
2020	9.20%	-	1,901	3,105
2019	13.29%	2	2,292	3,899
2018	15.41%	2	2,747	3,685

**Note:** The turnover rate does not include retirement, termination of employment (more than 3 days absence) and death.

อีกทั้งผู้รุ่นใหม่ในโครงการฯ ยังได้รับการฝึกฝนและพัฒนากระบวนการคิดในเชิงกลยุทธ์ผ่านการทำ Business case ที่มีความหลากหลาย ทั้งธุรกิจประกันภัยและเศรษฐกิจภาพโดยภาพรวม และผ่านการทำ Assessment Center ที่มีความเข้มข้น เพื่อพัฒนาศักยภาพอย่างรอบด้าน ตั้งแต่กระบวนการคิด การพัฒนาการบริการลูกค้าผ่านการวิเคราะห์ Customer Journey และกระบวนการบริหารงาน และนำความรู้ต่าง ๆ ไปต่อยอดเพื่อที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงและสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน

## ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค-ลูกค้า

### จริยธรรมทางธุรกิจด้านการปฏิบัติและความรับผิดชอบต่อลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า และแสวงหาวิธีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยกำหนดนโยบายและแนวทางดังนี้

1. ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
2. พัฒนาการมธรรม์ประกันภัยที่มีคุณภาพและกำหนดเบี้ยประกันภัยโดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้า เสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า ผ่านช่องทางการขายที่เหมาะสมกับลักษณะของกรมธรรม์
3. เน้นการให้บริการลูกค้าที่รวดเร็ว ทั้งในด้านการสำรวจภัย การตรวจสอบความเสียหาย และดำเนินการชดเชยค่าสินไหมทดแทนตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ต่าง ๆ อย่างเคร่งครัดภายใต้หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการชดเชยเงินหรือค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัยของบริษัทประกันวินาศภัยของสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (สำนักงาน คปภ.)
4. จัดให้มีหน่วยงานบริการลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า รวมถึงรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ โดยบริษัทได้จัดทำแบบสอบถามความคิดเห็นลูกค้า เพื่อใช้ประเมินผลและปรับปรุงการให้บริการของบริษัท
5. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและมีจริยธรรม ไม่นำข้อมูลอันเป็นความลับของลูกค้าไปใช้ เพื่อผลประโยชน์ของตนเองหรือบุคคลอื่น
6. ไม่เปิดเผยข้อมูลของลูกค้าที่ตนได้ล่วงรู้มาจากการดำเนินธุรกิจอันเป็นข้อมูลที่จะพึงสงวนไว้ไม่เปิดเผย เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากลูกค้า หรือเป็นการเปิดเผยตามที่ตามกฎหมายหรือเป็นการเปิดเผยเพื่อประโยชน์ต่อธุรกิจประกันภัยหรือประชาชนโดยรวม

### การปฏิบัติและความรับผิดชอบต่อคู่ค้า

บริษัทมีนโยบายและกระบวนการในการคัดเลือกคู่ค้า โดยมีมาให้คู่ค้าแข่งขันบนข้อมูลเท่าเทียมกันและคัดเลือกคู่ค้าด้วยความยุติธรรมภายใต้หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้า ซึ่งในการคัดเลือกบริษัทจะพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ อย่างถี่ถ้วน คุณภาพสินค้าและความน่าเชื่อถือทางด้านการเงินและปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างครบถ้วนและป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดหาตามแผนและแนวทางการดำเนินงานที่ถูกต้อง รวมถึงการพัฒนาสินค้า บริการ และนวัตกรรมร่วมกับคู่ค้า ทั้งนี้บริษัทได้ปฏิบัติต่อคู่ค้า คู่สัญญา โดยยึดหลักความเสมอภาค สุจริต และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมทั้งสองฝ่าย โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. ไม่เรียก รับ หรือจ่ายผลประโยชน์ใด ๆ นอกเหนือจากผลประโยชน์ตามข้อตกลงทางการค้า หากพบข้อมูลว่ามีการเรียก รับ หรือการจ่ายผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่สุจริตเกิดขึ้น บริษัทจะร่วมกันกับคู่ค้า คู่สัญญา ตรวจสอบข้อเท็จจริง และแก้ไขปัญหาให้เสร็จสิ้นอย่างรวดเร็ว
2. กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้า คู่สัญญาด้วยความโปร่งใสและเท่าเทียมกัน โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตนและพวกพ้อง
3. ปฏิบัติตามเงื่อนไข สัญญา และข้อตกลงที่ทำกับคู่ค้า คู่สัญญาอย่างเคร่งครัด หากมีกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อตกลงในกรณีใดได้ จะรีบแจ้งให้คู่ค้า คู่สัญญาทราบล่วงหน้าเพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขทันที

### 1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และเข้าถึงง่าย

แนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในปี 2565 นั้นมุ่งเน้นที่การออกแบบที่ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ให้ความคุ้มครองตามความเสี่ยงภัยและเหมาะสมกับกำลังซื้อของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัท ได้มีพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของโลกด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นในปี 2565 ได้แก่

#### ประกันภัยรถยนต์พลังงานไฟฟ้า EV (Electric Vehicle)

ด้วยกระแสด้านสิ่งแวดล้อมที่ทั่วโลกให้ความสำคัญมากขึ้น หลังจากผ่านพ้นวิกฤตโควิด-19 ส่งผลให้เกิดกระแสในการลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิง และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยในประเทศไทยรัฐบาลมีมาตรการส่งเสริมให้ประชาชนใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น และ Brand รถยนต์ไฟฟ้าระดับโลกจากอเมริกา และจีน ได้เข้ามาทำตลาดรถยนต์ไฟฟ้า 100% ในประเทศไทย ทำให้รถยนต์ไฟฟ้าได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคในประเทศไทย บริษัท จึงได้ออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ ประเภท 1 สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อรองรับตลาดประกันภัยรถยนต์ไฟฟ้าที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง และเข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ที่ใช้น้ำมันในประเทศไทยมากขึ้น ที่สำคัญยังเป็นการช่วยกระตุ้นให้คนไทยลดการใช้เชื้อเพลิง และร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย



from their thought processes to their customer service skills, including customer journey analysis and management processes. They applied their newfound knowledge to create positive change and sustainable benefits for the organization.

## Responsibility to consumers and customers

### Business ethics on treatment and responsibility to customers

The Company upholds the value of customer satisfaction and continuously seeks ways to respond to customer needs effectively by establishing policies and guidelines as follows:

1. Providing equal and fair treatment to all customers.
2. Formulating a quality insurance policy and determining the premium by considering the maximum benefit of the customer. Offering an insurance policy that meets the needs of the customer group through a sales channel suitable for the policy's nature.
3. Focusing on providing prompt customer service for disaster survey, damage investigation, and compensation, strictly adhering to the criteria, methods, and conditions for reimbursement or compensation under the insurance contract of the non-life insurance company of the Office of Insurance Commission (OIC).
4. Providing a customer service department to assist customers, including receiving complaints. The Company has prepared a customer opinion questionnaire to evaluate and improve the Company's services.
5. Performing duties with integrity and ethics. Do not use customer confidential information for personal benefit or the benefit of others.
6. Keeping customers' information confidential and do not disclose it unless with customer consent or disclosure according to legal duties. Disclosure for the benefit of the insurance business or the public as a whole is an exception.

### Treatment and responsibility to business partners

The Company maintains a policy and process for selecting business partners that prioritizes fair competition and unbiased assessment based on equal information. In the selection process, the Company meticulously evaluates various factors, such as product quality, financial reliability, compliance with contract conditions, and the prevention of fraud and misconduct throughout the procurement process in accordance with established plans and guidelines. Furthermore, the Company fosters collaborative

relationships with its partners to jointly develop innovative products and services. The Company upholds the principles of equality, integrity, and fairness in its treatment of business partners, and adheres to the following practices:

1. The Company does not claim, receive, or offer any benefits outside of the agreed commercial terms. If any evidence is found of bad faith claims or benefits being offered, the Company will collaborate with the other party to investigate and resolve the issue promptly.
2. The selection criteria for suppliers and contractors are transparent and impartial, and not influenced by the Company's interests or those of its peers.
3. The Company strictly complies with the terms and conditions of contracts and agreements with its business partners. In the event of any breach of agreement, the Company informs the other party in advance to jointly consider and promptly implement a solution.

### 1. Product design with diversity and accessibility

The Company's product design and development strategy for 2022 emphasizes the creation of insurance packages tailored to specific customer needs. The products are designed to offer coverage that matches the relevant risks while also being affordable for customers. Furthermore, we have incorporated the latest technological advancements into our motor insurance products. Notable products for 2022 include:

#### EV (Electric Vehicle)

As the world shifts its focus towards environmental preservation following the COVID-19 crisis, there has been a renewed emphasis on reducing fuel consumption. Thailand's government has taken measures to encourage the use of electric vehicles, leading to the entry of American and Chinese electric car brands in the market. The positive feedback received from Thai car users has resulted in the product development of Type 1 motor insurance for electric vehicles. This move not only supports the growth of the electric vehicle insurance market where electric vehicles gain a larger share in the oil-fueled car market in Thailand. Furthermore, it promotes the reduction of fuel consumption and encourages Thai citizens to contribute to the environment.



### ประกันภัยสุขภาพ “Health ติดเป่า”

ด้วยความห่วงใยต่อสุขภาพของประชาชน และปัญหาในเรื่องของการเข้าถึงการรักษาพยาบาล บริษัท ได้จัดทำประกันสุขภาพ “Health ติดเป่า” สำหรับกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย อาทิ เกษตรกร พ่อค้า แม่ค้า ผู้ประกอบอาชีพอิสระ คนงานโรงงาน ซึ่งคนกลุ่มนี้ ยังมีสวัสดิการประกันสุขภาพไม่เพียงพอ เมื่อเจ็บป่วยทำให้ต้องเสียเงินก้อนเพื่อการรักษา ทำให้เกิดปัญหาด้านการเงิน ผลกระทบที่ประกันสุขภาพ “Health ติดเป่า” เป็นประกันสุขภาพราคาประหยัด และยังสามารถเลือกซื้อแพ็คเกจที่มีความคุ้มครองโรคร้ายแรงได้อีกด้วย ทำให้กลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย สามารถมีหลักประกันสุขภาพของตนเองเจ็บป่วยได้

### ประกันอุบัติเหตุ “PA สุขสันต์ 555”

เพื่อเป็นการขยายการเข้าถึงประกันภัยในกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย ขยายการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคในวงกว้าง สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันของสังคม บริษัท ได้ออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยอุบัติเหตุ ที่มีราคาเบี้ยประกันภัยที่สามารถจับต้องได้ในหลายกลุ่มคน คือ “PA สุขสันต์ 555” ที่ให้ความคุ้มครองอุบัติเหตุถึง 100,000 บาท มีค่ารักษาพยาบาลจากอุบัติเหตุ และเงินชดเชยรายได้ โดยกำหนดเบี้ยประกันภัยราคาถูกและไม่เป็นภาระค่าใช้จ่ายแก่ผู้ที่มีรายได้น้อย โดยกำหนดเบี้ยประกันราคาเดียว เพียง 555 บาท ให้ความคุ้มครอง 1 ปี

### ประกันอุบัติเหตุ “มาตามแคร์”

เพื่อส่งมอบความห่วงใยจากผู้หญิง (มาตามแบ๊ง) ถึงผู้หญิงไทย บริษัท ได้ออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยอุบัติเหตุสำหรับผู้หญิง จัดเต็มความคุ้มครองที่โดนใจในราคาที่ย่อมเยา ให้ความคุ้มครองอุบัติเหตุสูงถึง 1,000,000 บาท พร้อมรับเพิ่มเป็น 3 เท่ากรณีเกิดอุบัติเหตุในวันหยุดราชการ รวมถึงวันเสาร์และอาทิตย์ ช่วยให้สนุก และสบายใจกับการเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด มีเงินชดเชยรายได้เมื่อต้องเข้ารับการรักษาเป็นผู้ป่วยในจากอุบัติเหตุ นอกจากนี้ ด้วยความเข้าใจถึงความสวย ความงาม ที่ผู้หญิงทุกคนให้ความสำคัญยิ่งชีวิต ประกันอุบัติเหตุ “มาตามแคร์” เพิ่มค่ารักษาพยาบาลเป็น 2 เท่ากรณีการทำศัลยกรรมตกแต่งเพื่อให้กลับมาสู่สภาพเดิมอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ ดังนั้น จึงเป็นประกันอุบัติเหตุที่มอบให้กับผู้หญิง ด้วยความห่วงใย และความเข้าใจจากผู้หญิงด้วยกัน

รักษาเป็นผู้ป่วยในจากอุบัติเหตุ นอกจากนี้ ด้วยความเข้าใจถึงความสวย ความงาม ที่ผู้หญิงทุกคนให้ความสำคัญยิ่งชีวิต ประกันอุบัติเหตุ “มาตามแคร์” เพิ่มค่ารักษาพยาบาลเป็น 2 เท่ากรณีการทำศัลยกรรมตกแต่งเพื่อให้กลับมาสู่สภาพเดิมอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ ดังนั้น จึงเป็นประกันอุบัติเหตุที่มอบให้กับผู้หญิง ด้วยความห่วงใย และความเข้าใจจากผู้หญิงด้วยกัน

### 2. นวัตกรรมที่สร้างสรรค์ตอบโจทย์สังคมในทุกมิติ

บริษัทมุ่งเน้นการเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้า และใช้บริการต่าง ๆ จึงได้มีการเพิ่มการใช้บริการใหม่ ๆ ผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น Mobile Application - Muang Thai Friend, Line Official Account - Muang Thai Insurance ซึ่งลูกค้ารายย่อยสามารถใช้บริการซื้อผลิตภัณฑ์ แจ็งเคลม ต่ออายุประกันภัย หรือติดต่อสอบถามได้ นอกจากนี้ ยังเปิดร้านค้าใน Online Market Place ตอบโจทย์ดิจิทัลไลฟ์สไตล์ เช่น เปิดร้านค้าใน Shopee จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันภัยส่วนบุคคลต่าง ๆ

### 3. การสร้างมาตรฐานการจ่ายที่ดี

การควบคุมและพัฒนาตัวแทนและนายหน้าประกันภัย เช่น ตัวแทน/นายหน้า นายหน้าประกันภัยต้องผ่านการอบรมตามหลักสูตรที่บริษัทได้กำหนดไว้



### Health Insurance “Health Tid Pao”

In recognition of the challenges facing low-income groups, such as limited access to medical care and inadequate health insurance coverage, the Company has taken steps to address these issues. So, we introduce our “Health Tid Pao” insurance product, designed specifically for low-income individuals, including farmers, merchants, self-employed workers, and factory workers.”Health Tid Pao “offers affordable health insurance options, including a package with critical illness coverage, to provide these vulnerable populations with the protection they need in case of illness. By offering this product, we aim to alleviate the financial burden that often accompanies a lack of adequate health insurance coverage. Our hope is to ensure that all individuals, regardless of income level, have access to the healthcare they need to maintain their health and wellbeing.

### Personal Accident Insurance “PA Suksan 555”

We recognize the importance of providing insurance coverage to low-income groups to ensure they have access to necessary protection. In response to this need, we have launched a new accident insurance product called “PA Suksan 555,” which provides coverage up to 100,000 Baht for accident-related medical expenses and income compensation. To make this product accessible to a broad range of consumers, we have set premiums at an affordable price of only 555 Baht for a one-year coverage period. This ensures that low-income individuals are not burdened with high insurance costs.

### Personal Accident Insurance “Madame Care”

The Company understands the unique concerns and needs of Thai women, and in response, we have developed an accident insurance product specifically for them. “Madame Care” accident insurance provides affordable, full coverage protection up to 1,000,000 Baht. To make it even more attractive, we offer triple compensation for accidents occurring on public holidays, including Saturdays and Sundays. This ensures that women can fully enjoy their holiday travel with peace of mind. Moreover, in case of hospitalization due to an accident, the policy provides income compensation. We also recognize that beauty is an essential aspect of a woman’s life, and accidents can often cause damage to one’s appearance. With this in mind, “Madame Care” offers double compensation for medical expenses related to cosmetic surgery to return to the pre-accident state. This accident insurance is designed to show our concern and understanding for women’s unique needs.

## 2. Creative innovations that meet the needs of society in all dimensions

Muang Thai Insurance is committed to enhancing customer convenience by providing easy access to our products and services. To achieve this, we have introduced new digital channels for our customers, including our mobile application “Muang Thai Friend” and Line Official Account - “Muang Thai Insurance.” Our retail customers can use these digital channels to conveniently purchase our insurance products, renew their policies, file claims, and even inquire about our offerings. Furthermore, we have also established an online marketplace, including a shop in Shopee, where customers can find a wide range of personal insurance products. This online platform is designed to cater to the needs of our digitally savvy customers who value the ease of shopping and browsing online.

## 3. Establishing good sales standards

At Muang Thai Insurance Public Company Limited, we understand the importance of properly training and developing our insurance agents and brokers.



บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีการดูแลและส่งเสริมพัฒนาตัวแทนประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันวินาศภัยที่เป็นคู่ค้าของบริษัท โดยได้จัดตั้งส่วนฝึกอบรมสอบบัตรเพื่อให้เป็นหน่วยงานที่ดูแลและส่งเสริมพัฒนาตัวแทน/นายหน้าประกันวินาศภัย เป็นการเฉพาะ โดยส่วนฝึกอบรมสอบบัตร ทำหน้าที่ อบรมตัวแทน / นายหน้า ให้มีใบอนุญาตเป็นตัวแทน / นายหน้าประกันวินาศภัย รวมทั้งการต่ออายุใบอนุญาตตามหลักสูตร และเงื่อนไข ที่ คปภ. ได้กำหนดไว้

บริษัทได้ดำเนินการขอรับความเห็นชอบจากนายทะเบียน เพื่อจัดตั้งส่วนฝึกอบรมสอบบัตร เป็นสถาบันอบรมหลักสูตรประกันวินาศภัย ให้แก่ตัวแทน และนายหน้าประกันวินาศภัย ที่เป็นคู่ค้าของบริษัท ตามหลักสูตรที่ คปภ. กำหนดไว้ 8 หลักสูตร

ปัจจุบันส่วนฝึกอบรมสอบบัตรได้รับอนุมัติจากคปภ.ให้สามารถดำเนินการจัดอบรมออนไลน์ ได้ทั้ง 10 หลักสูตร โดยจัดอบรมผ่าน โปรแกรม Zoom และ Microsoft Teams ซึ่งบริษัท ได้หาวิธีการให้ตัวแทน / นายหน้าประกันวินาศภัย ที่เป็นคู่ค้าของบริษัทสามารถเรียนรู้การประกันภัยได้ด้วยตนเอง จึงได้จัดทำโปรแกรมการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (e-Learning) ขึ้น โดยใช้ชื่อว่า “Learn Anywhere” ในขั้นต้นจัดทำหลักสูตรติวสอบไว้สำหรับผู้ที่ประสงค์จะสอบ เป็นตัวแทน / นายหน้าประกันวินาศภัย ก่อนขั้นตอนต่อไปจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยทั้งหลาย ผู้ที่จะใช้ระบบนี้จะต้องเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกก่อน จึงจะสามารถเข้าระบบได้ที่ <http://learnanywhere.muangthainurance.com>

ผลจากการให้ตัวแทน / นายหน้า เข้าไปทดลองใช้โปรแกรม Learn Anywhere ควบคู่ไปกับการเข้าอบรมหลักสูตรเตรียมสอบใบอนุญาต นั้น ปรากฏว่าได้ผลดีขึ้นเป็นที่น่าพอใจ ขณะที่จำนวนผู้ใช้ โปรแกรม Learn Anywhere มีมากกว่า 13,700 คน นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงโปรแกรมดังกล่าว ให้ดูมีความทันสมัย และครบถ้วนเพิ่มมากยิ่งขึ้น

## 4 การดูแลลูกค้า และการจัดการข้อร้องเรียน

### (1) การดูแลลูกค้า

บริษัท ให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้า ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียสำคัญขององค์กร จากสถานการณ์โควิด-19 ที่เริ่มผ่อนคลายลงในปี 2565 ทำให้บริษัท ได้ร่วมจัดกิจกรรมและเชิญลูกค้า ตลอดจนคู่ค้า มาร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน อาทิ กิจกรรมการแสดงโชว์มุลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ประจำปี 2565 ตอน “สะกดทัพ” นอกจากนี้ ได้มีการติดต่อแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้กับลูกค้าผ่านระบบ Notification ในแอปพลิเคชัน เมืองไทย เฟรนด์ส์ คลับ ระบบ Line OA ของบริษัท และ Line OA ช่องทางตัวแทนต่าง ๆ รวมทั้งระบบ SMS โดยเฉพาะการแจ้งเตือนสถานการณ์น้ำท่วมแต่ละจังหวัด เพื่อเตือนให้ลูกค้า คู่ค้า ได้เพิ่มความระมัดระวังและเตรียมการป้องกันตนเอง ครอบคลุม และทรัพย์สิน เพื่อลดผลกระทบจากภัยพิบัติ และในปีที่ผ่านมาบริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบนิตยสาร บันยัม เต็มสุข ให้มาเป็นในรูปแบบของ e-Magazine ที่ลูกค้าสามารถอ่านจากออนไลน์ได้ โดยในปี 2565



บริษัทได้จัดให้มีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าและคู่ค้าที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการลูกค้าส่วนกลางเป็นประจำทุกปี เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการและพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในปี 2565 มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 94.94

### (2) การจัดการข้อร้องเรียน

บริษัท ให้ความสำคัญต่อการให้บริการ และการดูแลลูกค้าเป็นสำคัญ ตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัท ในการเป็นองค์กรที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ มุ่งปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนอง ความต้องการการให้บริการที่เป็นเลิศและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่การแพร่ระบาดของโควิดยังคงส่งผลกระทบต่อสุขภาพ และการดำเนินชีวิต บริษัทจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และบริหารจัดการต่อ ความต้องการของลูกค้า เพื่อรองรับต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

ในส่วนการบริหารจัดการต่อเรื่องร้องเรียน ได้บริหารจัดการให้สอดคล้องตอนนโยบายการดูแลลูกค้าของบริษัทและรวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภค ในการโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ บริษัทได้ปฏิบัติตามกำหนดหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านทางสื่อโฆษณาของสำนักงาน คปภ. โดยกำหนดให้ข้อความโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ ต้องชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่กำกวม ไม่เกินจริง และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันภัย หรือการจ่ายเงินตามสัญญาประกันภัย รวมถึงกำหนดให้มีคำเตือนลูกค้าในการทำความเข้าใจรายละเอียดของกรมธรรม์ประกันภัยก่อนตัดสินใจทำประกันภัยทุกครั้งด้วย

**โดยกำหนดให้ข้อความโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ ต้องชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่กำกวม ไม่เกินจริง และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันภัย หรือการจ่ายเงินตามสัญญาประกันภัย**



The training program includes a training section dedicated to examining and certifying non-life insurance agents and brokers. This section ensures that our agents and brokers meet the standards by the Office of Insurance Commission (OIC) and are equipped with the necessary knowledge and skills to provide the best possible service to our customers.

We have also sought approval from the registrar to establish a training center for non-life insurance courses. This institute will provide training and certification exams for our agents and brokers, in accordance with the OIC's prescribed curriculum and conditions. Our training program consists of 8 courses.

The OIC has approved the exam training section and the Company can now conduct 10 online training courses via Zoom and Microsoft Teams. The Company has developed a new e-Learning program called "Learn Anywhere" for non-life insurance agents and brokers who are partners of the Company to learn insurance on their own. The initial course is designed for those who wish to become licensed agents or brokers, followed by courses on insurance products. Prospective users must first apply for membership before accessing the system at <http://learnanywhere.muangthaiinsurance.com>.

The program has received positive feedback from agents and brokers who have used "Learn Anywhere" program to prepare for licensure exams, with over 13,700 people currently enrolled. The Company has made improvements to the program to make it more modern and comprehensive.

## 4. Customer Care and Complaint Handling

### (1) Customer Care

The Company places a strong emphasis on providing excellent service to the customers, who are our stakeholders. With the COVID-19 situation beginning to ease in 2022, the Company has actively participated in various events and encouraged customers and business partners to join in, fostering stronger relationships between everyone involved. Examples of such events include the Khon Show in 2022, episode "Hypnotize the Army" by the Foundation for the Promotion of the Arts in Her Majesty Queen Sirikit. Moreover, to keep customers informed, the Company has also utilized various communication channels, such as the Muang Thai Friends Club Application, Line OA of the Company and agent/broker channels, and SMS. These channels have been particularly useful for providing flood notifications in each province, reminding customers and partners

to remain vigilant and take precautions to protect themselves, their families and assets in order to minimize the impact of disasters. Additionally, the Company has revamped the format of its magazine called 'Sharing Smiling, Bringing Happiness' into an e-magazine that customers can read online. During 2022, the Company conducted regular customer and business partner satisfaction evaluations for those who used the services at the Company's customer service center on the annual basis. This was done in order to improve service and continuously develop the business. The customer satisfaction evaluation results for 2022 had an average score of 94.94%.

### (2) Complaint Handling

We place a strong emphasis on providing exceptional services and customer care as an organization committed to meeting the needs of the customers. The Company strives to continuously improve the quality of products by creating added value that aligns with our commitment to excellence and operational efficiency. This commitment has become even more crucial as the ongoing spread of COVID-19 continues to impact people's health and lifestyles. The Company recognizes the importance of adapting a customer care strategy to respond to changing circumstances, and remains dedicated to managing these adjustments to ensure that it meets the evolving needs of customers.

Complaints management is in line with the policy on customer care. This included consumer protection in advertising through various media, the Company complies with the principles and conditions for offering insurance policies through advertising media set by the OIC. The advertisement messages through various media must be clear, easily understood, not confusing, not exaggerated, and not misleading about important details regarding insurance policies or payment according to insurance contracts. Additionally, customers must be warned to study and understand the details of the insurance policy before deciding to purchase insurance every time.

**The advertisement messages through various media must be clear, easily understood, not confusing, not exaggerated, and not misleading about important details regarding insurance policies or payment according to insurance contracts**

ซึ่งนอกจากการดูแลผู้ที่ไม่ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแจ้งปัญหา หรือร้องเรียนมายังบริษัท ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ /e-Mail / Website / Facebook ของบริษัท และได้พัฒนาช่องทางการรับเรื่องผ่าน QR Code ซึ่งมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนโดยเฉพาะ โดยทำหน้าที่ตั้งแต่การสืบค้น รับเรื่อง ตรวจสอบ ประสานงาน แยกแยะ เรื่องที่ต้องการการดำเนินการเร่งด่วน กับเรื่องที่สามารถชี้แจงได้ตามหลักการตามเงื่อนไขประกันภัย และยังเพิ่มช่องทางและระบบในการติดตามผล เช่น ระบบการติดตามสินไหมโควิด ระบบการติดตามสินไหมรถยนต์ เพื่อให้สามารถหาแนวทางในการจัดการปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้แจ้งได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการร้องเรียน และเป็นไปตามหลักการ เงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง และเพื่อทำความเข้าใจให้ผู้แจ้ง หรือผู้ร้องเรียนทราบ ซึ่งนอกจากจะเป็นการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนแล้ว ยังเป็นการสื่อสาร ทำความเข้าใจที่ถูกต้องให้ผู้แจ้ง ทำให้ผู้แจ้งได้รับทราบข้อเท็จจริง

บริษัท เปิดรับการร้องเรียนที่ผ่านมาจากทุกช่องทาง เนื่องจากเรื่องร้องเรียนนั้น นอกจากเป็นความเดือดร้อนของผู้ร้องเรียนแล้วยังส่งผลกระทบต่อองค์กร และภาพรวมของธุรกิจประกันภัยด้วย

การเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางและกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับการแจ้งเรื่องร้องเรียน รวมถึงช่องทางการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก เพื่อความชัดเจน รวดเร็ว สร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง และช่วยลดเรื่องร้องเรียนได้ ดังนี้

1. สามารถร้องเรียน โดย Scan QR CODE เพื่อกรอกคำขอร้องเรียน โดยมีระบบการรับเรื่อง ติดตามกลับผู้ร้องเรียนเพื่อแจ้งผลตาม SLA ที่ตั้งไว้
2. ติดตามการร้องเรียน หรือไม่ได้รับความไม่สะดวกในด้านบริการของบริษัทใน Social Media ต่าง ๆ เช่น Pantip เพื่อนำไปสู่กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนตามขั้นตอนของบริษัท

3. มีช่องทางการประสานงาน และให้ข้อมูลแก่สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย
4. มีช่องทางการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก เช่น คู่ค้า
5. มีช่องทาง และระบบการทำงาน การติดตามเรื่องร้องเรียนจากหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกัน
6. มีการวางกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนตามกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนแต่ละประเภท เช่น เรื่องร้องเรียนผ่านทาง คปภ.
7. ประชุม นำปัญหาเรื่องร้องเรียนร่วมกันหาแนวทางป้องกันกับหน่วยงานทั้งภายในบริษัท และระหว่างคู่ค้า
8. มีการรายงานสรุปเรื่องร้องเรียนให้ผู้บริหารทราบ เพื่อให้สามารถนำไปปรับกลยุทธ์ในการดูแลลูกค้าและคู่ค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทสามารถบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน โดยหาแนวทางร่วมกันกับผู้ร้องเรียน และตอบกลับ เจรจาหาข้อยุติกับผู้ร้องเรียน เฉลี่ยภายใน 1.92 วันทำการ จากระยะเวลาจัดการเรื่องร้องเรียนทั้งหมด

### ชุมชนและสังคม

บริษัทให้ความสำคัญต่อการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Values) ด้วยการสร้างประโยชน์และคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย และการมีส่วนร่วมของพนักงานในการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้แก่ชุมชนในสังคมผ่านรูปแบบการสนับสนุนที่หลากหลาย เช่น การทำกิจกรรมจิตอาสาของพนักงาน การมอบสิ่งของ การสนับสนุนงบประมาณ ซึ่งผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนต่อชุมชนและสังคมของบริษัทในปี 2565 มีดังนี้

**บริษัทให้ความสำคัญต่อการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Values) ด้วยการสร้างประโยชน์ และคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย และการมีส่วนร่วมของพนักงานในการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้แก่ชุมชนในสังคมผ่านรูปแบบการสนับสนุนที่หลากหลาย**



By supporting those who may not feel comfortable using the Company's services or products, the customers can report any problems or complaints through multiple channels of the Company including telephone, email, website, and Facebook. The Company has also implemented a channel supporting QR Code for complaint submission, and has a specialized unit responsible for managing complaints from start to finish. This includes searching, receiving, investigating, coordinating, and prioritizing the matters that require attention, taking urgent action as necessary according to the principles outlined in the insurance conditions. Additionally, the Company has established channels and systems for follow-up, such as the COVID-19 and motor insurance claims tracking system, to ensure that complaints are handled quickly, accurately, and in line with the complainant's objectives, as well as with relevant principles and conditions. In addition to managing the matter, the Company aims to communicate the accurate information to the complainants and ensures that all parties involved have a clear understanding.

The Company accepts complaints from all channels, as complaints not only impact the complainants, but also affect the overall insurance business and the Company as a whole.

The Company has made efforts to improve the reporting process for complaints by optimizing channels and procedures. The following measures have been implemented to facilitate the reporting of complaints and coordinating with external agencies, clarify the matter, speed up the process, build awareness and reduce frequency:

1. QR code has been created, which can be scanned to fill out a complaint request. The system will then contact the complainant to inform them of the result according to the Service Level Agreement (SLA) set by the Company.
2. Complaints or difficulties regarding the Company's services which are appeared or reported via various social media channels, such as Pantip will be tracked. This helps to ensure that complaints are handled in accordance with the Company's procedures.
3. A channel has been established to coordinate and provide information to the Office of Insurance Commission.
4. The Company has established channels for coordination with external agencies such as business partners.
5. The Company has implemented channels and systems to ensure systematic and consistent follow-up of complaints received from various agencies.
6. received from various agencies.
7. The Company has developed a complaint handling process that is tailored to each type of complaint, such as those received through the OIC.
8. Regular meetings are held to address issues and complaints and find preventative solutions with both internal and external stakeholders, including business partners.

Complaints are reported to the management to apply to the strategy about customer care in order to improve effectiveness. In 2022, the Company was able to resolve complaints in an average of 1.92 days per case.

### Community and society

The Company prioritizes the establishment of Shared Values, which entails creating shared benefits and values between the Company and the stakeholders while also engaging employees in community and social development efforts. To achieve positive change within the community, the Company provides support through various means such as employee volunteering activities, donations, and budgetary assistance. In 2022, these efforts resulted in significant progress towards sustainability within the Company's community and society as follows.

**The Company prioritizes the establishment of Shared Values, which entails creating shared benefits and values between the Company and the stakeholders while also engaging employees in community and social development efforts**



## จริยธรรมทางธุรกิจด้านการปฏิบัติและความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

บริษัทกำหนดให้มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) และนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (CSR) เป็นบรรทัดฐานในการดำเนินธุรกิจ โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. รับผิดชอบต่อและยึดมั่นในการดูแลรักษาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมโดยรวม
2. ดำเนินกิจกรรมเพื่อร่วมสร้างสรรค์สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งในส่วนที่ดำเนินการเองและร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และชุมชน
3. สร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมกับพนักงานทุกระดับ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อขับเคลื่อนความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน
4. กำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณและการวัดผลในการลดการใช้ทรัพยากร เช่น ไฟฟ้า น้ำ กระดาษ ฯลฯ อย่างจริงจัง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### 1. การมีส่วนร่วมดูแลชุมชนและสังคมไทย

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่ดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 90 ปี และเป็นบริษัท ที่ให้ความสำคัญและร่วมสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมมาอย่างต่อเนื่อง ในหลากหลายด้าน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เน้นสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างสังคมที่เป็นสุข “ยิ้มได้ เมื่อภัยมา”

ทั้งนี้ มาตรการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่มีต่อชุมชนและสังคม มีรายละเอียดข้อมูลเพิ่มเติมปรากฏในข้อ 3.3.2 ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปี 2565 บริษัทไม่พบข้อร้องเรียนจากชุมชนในประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม



## 2. การดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างคุณค่าต่อชุมชนและสังคม

ในปี 2565 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม ดังนี้

### โครงการอาสาสมัครใหม่เมืองไทยประกันภัย

อาสาสมัครใหม่เมืองไทยประกันภัย เป็นโครงการที่จัดมาตั้งแต่ปี 2556 โดยการสนับสนุนให้พนักงานรวมกลุ่มออกไปทำความดีเพื่อสังคมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานด้วยกัน และที่สำคัญเป็นการปลูกฝังหัวใจด้านจิตอาสาให้กับพนักงานในทุกระดับจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนเพื่อเสริมสร้างคุณสมบัติของการเป็นผู้ให้ และร่วมสร้างสิ่งที่ดีที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างกว้างขวางต่อไป

ในปี 2565 มีพนักงานอาสาสมัครใหม่ฯ จำนวน 70 รุ่น 1,300 คน โดยได้เข้าร่วมการทำกิจกรรม อาทิเช่น

- การลงพื้นที่ทำกิจกรรมและมอบอุปกรณ์ของใช้จำเป็นแก่มูลนิธิบ้านพระพร ในกิจกรรม “ปันรอยยิ้ม เต็มรัก” ซึ่งมูลนิธิฯ นี้เป็นสถานเลี้ยงดูบุตรของผู้ต้องขังและอดีตผู้พ้นโทษ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งต่อความห่วงใยแก่เด็ก-เยาวชน ที่อยู่ในความดูแลของมูลนิธิฯ
- การลงพื้นที่แจกอาหารแก่กลุ่มคนไร้บ้าน ในกิจกรรม “แจกน้ำใจเพื่อชีวิต” เพื่อร่วมมอบน้ำใจ และส่งต่อความห่วงใยแก่สังคมไทย ด้วยการมอบอาหาร น้ำดื่ม ยารักษาโรค และหน้ากากอนามัย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้ชีวิต ให้แก่กลุ่มคนไร้บ้าน ในพื้นที่บริเวณสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า และถนนราชดำเนิน

นอกจากนี้บริษัท ยังมุ่งขยายกลุ่มอาสาสมัครใหม่ฯ ไปทั่วประเทศ เพื่อสร้างความเป็นจิตอาสาในชุมชนควบคู่ไปกับการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน รวมทั้งเพื่อสามารถเข้าถึงปัญหาของแต่ละพื้นที่ได้อย่างแท้จริง จนก่อให้เกิดเครือข่ายอาสาในการขับเคลื่อนสังคมที่ดีต่อไป “เพราะเราเชื่อว่าหากคนในชุมชนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะเกิดการพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน”

### โครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย

เมืองไทยประกันภัย ดำเนินกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการศึกษา และการฝึกอบรมด้านงานฝีมือ เพื่อสร้างอาชีพให้แก่ผู้พิการมาตั้งแต่ปี 2557 ด้วยความต้องการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยเหลือส่งเสริม และสนับสนุน ให้ผู้พิการไทยได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข รวมทั้งโครงการนี้ ยังเป็นการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ เพื่อทดแทนการจ้างงานผู้พิการในองค์กร



## Business ethics on social, community and environmental responsibilities

The Company has established an Environmental, Social, and Governance Policy (ESG) and a Corporate Social Responsibility Policy (CSR) to guide its operations. The policies include the following principles:

1. Commitment to the betterment of society, community, and the environment as a whole.
2. Conducting regular activities to contribute to society, community, and the environment, in partnership with government agencies and communities, to enhance the quality of life for the people of Thailand.
3. Encouraging employees and stakeholders to develop their knowledge, understanding, and involvement in promoting accountability to communities, society, and the environment, which leads to sustainable organizational development.
4. Setting quantitative and measurable targets for reducing resource consumption, such as electricity, water, and paper, to minimize the Company's environmental footprint.

### 1. Community and Social Involvement

At our insurance company, we have a rich history of over 90 years of serving our customers. We believe in the importance of providing ongoing support for a variety of societal initiatives. This commitment is reflected in the Company's social responsibility policy, which focuses on promoting sustainable development and encouraging participation from all members of society. Our ultimate goal is to contribute to a happy society where individuals can maintain a positive outlook even during challenging times, because we can "smile over trouble".

For additional details about our environmental management efforts as they relate to the community and society, please refer to section 3.3.2 on Environmental Performance. In 2022, we received no complaints from the community regarding social or environmental issues.

### 2. Corporate Social Responsibility Activities

In 2022, the Company carried out various activities aimed at developing and improving the community and society. These activities include:

#### MTI New Volunteer Program

Since 2013, the Company has organized a project that encourages employees to collaborate and contribute to society in innovative ways. The primary goal is to foster strong bonds between employees and to instill a spirit of volunteerism at every level of the organization, which has become a corporate culture. This initiative aims to enhance the skills of giving and create a positive impact on society at a larger scale.

Until now, there are 70 generations of volunteers, totaling 1,300 employees participated in the program. The program's 2022 activities comprised two activities:

- "Share a Smile, Fill with Love" which involved field visits and equipment donations to the House of Blessing Foundation. This foundation cares for children of inmates and ex-convicts and offers support to young people under its care.
- "Giving Kindness for Life" involved providing food, water, medicine, and masks to homeless individuals in the Somdet Pinklao Bridge and Ratchadamnoen Road areas. These efforts contribute to Thai society's well-being by addressing the critical needs of vulnerable populations.

Furthermore, the Company aims to broaden its volunteer network throughout Thailand to foster a culture of volunteerism within the community. This approach will enable the Company to build resilient and sustainable communities by addressing the unique needs of each locality. By creating a robust volunteer network, the Company is committed to contributing to the greater good of society. This is because the company firmly believes that "the sustainable development of communities is possible when people come together to support each other".

#### Enhancing the well-being of individuals with disabilities project

Since 2014, the Company has been providing hands-on training in animal husbandry and crafts to empower individuals with disabilities to build careers. The Company is committed to supporting, promoting, and assisting disabled individuals in Thailand to enhance their quality of life and thrive in society. This project is also aligned with the Empowerment Of Persons With Disabilities Act.

ในปี 2565 บริษัท ใช้สิทธิทดแทนการจ้างงานผู้พิการ ตามมาตรา 35 ในโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย จำนวน 14 คน ด้วยการสนับสนุน ดังนี้

- การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเลี้ยงสุกร แก่ผู้พิการ จำนวน 2 คน ในจังหวัดสกลนคร
- การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเลี้ยงไก่ไข่ แก่ผู้พิการ จำนวน 5 คน ในจังหวัดอำนาจเจริญ
- การอบรมเชิงปฏิบัติการ การผลิตสินค้าด้วยวิธีการมัดย้อมสีจากธรรมชาติ แก่ผู้พิการ จำนวน 2 คน ที่อยู่ในมูลนิธิบ้านครูบุญชู เพื่อเด็กพิเศษ อ. สัตหีบ จ. ชลบุรี
- การสนับสนุนเงินทุนเพื่อการประกอบอาชีพ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย อาชีพขายสลัด อาชีพเลี้ยงปลาและเลี้ยงไก่พื้นบ้าน อาชีพขายเสื้อผ้า กระเป๋า และสินค้าแฟชั่น อาชีพรับเช่าพระ และเหรียญสะสมต่าง ๆ และอาชีพขายอาหารโฮมเมด

ตลอดระยะเวลา 9 ปี ของการดำเนินโครงการฯ บริษัทได้ร่วมหาหน่วยงานเครือข่าย ในการร่วมจัดกิจกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเพิ่มจำนวนคนพิการที่จะได้รับความช่วยเหลือให้มากขึ้น และสามารถขยายพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมให้มากขึ้น เพื่อส่งต่อความช่วยเหลือให้ทั่วถึงในหลายภูมิภาค ปี 2557 - ปัจจุบัน โครงการฯ ได้ร่วมช่วยเหลือผู้พิการมากกว่า 300 คน ขยายบริษัทเครือข่ายเข้าร่วมโครงการกว่า 10 บริษัท จัดกิจกรรมอบรมใน 10 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว นครราชสีมา ราชบุรี สกลนคร ชัยภูมิ หนองบัวลำภู อุตรดิตถ์ เชียงใหม่ อำนาจเจริญ

ปี 2565 บริษัท ได้รับรางวัลองค์กรต้นแบบความยั่งยืนตลาดทุนไทยด้านคนพิการ จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ในฐานะบริษัทที่ให้การสนับสนุนการจ้างงานคนพิการ และการสนับสนุนคนพิการ ตามมาตรา 35 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พศ. 2550

**เพราะเราเชื่อว่ากำไรที่สร้างขึ้นได้อย่าง  
ไม่มีขีดจำกัด คือ “กำไรทางใจ” ผลตอบแทน  
ที่ได้แม้ไม่ใช้รูปธรรม แต่สิ่งที่ได้รับ  
คือ “ความสุข” ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการให้หรือ  
ช่วยเหลือ และ “เราพร้อมจะช่วยเหลือแบ่งเบา  
ในยามเกิดภัย” ดังสโลแกนของบริษัท...  
“ยิ้มได้ เมื่อภัยมา”**



**โครงการเมืองไทยไร้ขยะ**

เมืองไทยประกันภัย มุ่งมั่นที่จะสร้างความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องขยะที่หน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหา จึงได้จัด “โครงการเมืองไทยไร้ขยะ” ตามแนวคิด “Zero Waste” หรือ “การจัดการขยะเหลือศูนย์” ตามหลัก 3Rs คือ Reduce (การลดปริมาณขยะ) Reuse (การใช้ซ้ำ) และ Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่) โดยมุ่งหวังที่จะสร้างความตระหนักถึงการจัดการขยะแบบครบวงจรให้กับพนักงานภายในบริษัท และขยายผลไปสู่ชุมชนภายนอก เพื่อลดปริมาณขยะ ลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ และยังช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อมของโลก

ในปี 2565 มีการประชาสัมพันธ์ รณรงค์สร้างความตระหนักถึงการคัดแยกขยะให้พนักงานรับรู้อย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการจัดตั้งคัดแยกขยะภายในบริษัท และเปิดรับบริจาคขยะที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ เช่น ขวดน้ำพลาสติก ลวดเย็บกระดาษ เครื่องสำอางค์ที่หมดอายุหรือไม่ใช้แล้ว เพื่อส่งต่อให้กับหน่วยงานที่จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป นอกจากนี้ได้จัดกิจกรรมถุงผ้าแลกกับต้นไม้ เชิญชวนพนักงานบริจาคถุงผ้าที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อส่งต่อให้แก่โรงพยาบาลต่าง ๆ ได้นำไปใช้ใส่ยาให้คนไข้ ลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกหรือถุงกระดาษ

**สานต่อพลังแห่งการให้ ร่วมช่วยเหลือผู้ประสบภัย กับมูลนิธิมาตามแบ่ง**  
เมืองไทยประกันภัย มีหนึ่งในแนวทางการช่วยเหลือสังคม คือ การได้ช่วยเหลือและเยียวยาประชาชนคนไทยเมื่อยามเกิดภัย ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจหลักของ “มูลนิธิมาตามแบ่ง” ดังนั้นที่ผ่านมา บริษัทจึงได้ร่วมกับมูลนิธิมาตามแบ่ง ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ช่วยเหลือผู้ประสบภัยในทุกวิกฤตหลากหลายพื้นที่และหลากหลายด้าน ภายใต้แนวคิด “ส่งต่อน้ำใจคนไทยไม่ทิ้งกัน”



In 2022, the Company exercised its right to replace the employment of individuals with disabilities under Section 35 by arranging the project to enhance the well-being of individuals with disabilities. The Company supported 14 disabled individuals through the following initiatives:

- A pig farming workshop for 2 disabled individuals in Sakon Nakhon
- A workshop on laying hens for 5 disabled individuals in Amnat Charoen
- A workshop on natural dye-fabric products for 2 disabled individuals residing in Boonchu Teachers' Home for Special Children in Sattahip Province, Chonburi
- Financial assistance for 5 disabled individuals to pursue various careers such as salad making, fish and chicken farming, clothing and bag designing, Buddhist amulet and collecting coin selling, and homemade food production.

Over 9 years of the project, the Company has sought out network agencies to participate in the activities, with the goal of expanding the project's reach to more regions and supporting a greater number of disabled individuals. Since 2014, the project has aided over 300 individuals with disabilities and expanded its network of participating companies. More than 10 companies have organized training activities in 10 provinces, including Sa Kaeo, Nakhon Ratchasima, Ratchaburi, Sakon Nakhon, Chaiyaphum, Nong Bua Lamphu, Udon Thani, Chiang Mai, and Amnat Charoen.

In 2022, the Company received the Model of Sustainable Organization in the Thai Capital Market Award, categorized in the empowerment of persons with disabilities from the Securities and Exchange Commission as a company that supports the employment of persons with disabilities and the support of persons with disabilities under Section 35 of the Empowerment of Persons With Disabilities Act, B.E. 2550 (2007)

**The Company believes that the profits from such activities are limitless, providing immeasurable "happiness" to those involved in giving and helping, like the Company's slogan, "Smile over trouble"**

#### MTI Zero Waste Project

Muang Thai Insurance is committed to increasing awareness about environmental issues, particularly waste management, which is a major focus of various organizations. So, the Company has launched the "MTI Zero Waste Project" based on the principles of "Zero Waste Management," which includes the 3Rs: Reduce, Reuse, and Recycle. The project aims to promote comprehensive waste management among employees and extend the benefits to external communities, leading to waste reduction, lower costs and time for waste disposal, and better environmental preservation.

In 2022, the Company launched a public relations campaign to promote waste sorting among employees. We also installed waste sorting bins and encouraged donations of items that can be reused, such as plastic bottles, staples, and expired or unused cosmetics, which are then donated to other organizations that can make use of them. Furthermore, the Company organized a cloth bag exchange program, encouraging employees to donate unused cloth bags to hospitals, where they can be used to carry medicines for patients, reducing the need for plastic or paper bags.

#### Helping victims with Madame Pang Foundation

The Company has a mission to serve society by helping and healing the Thai people during times of crisis. This mission aligns with the Madame Pang Foundation's main objective. The Company has collaborated with the foundation to carry out social activities to aid victims in various crises across Thailand under the theme "Paying it forward, Thai people stay together".



ซึ่งในปี 2565 ได้เกิดสถานการณ์อุทกภัยในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ส่งผลให้ประชาชนได้รับผลกระทบและได้รับความเดือดร้อนเป็นจำนวนมาก เมืองไทยประกันภัย และมูลนิธิมาตามแป็ง จึงได้รวมพลังอาสาสมัครและอาสาในชุมชนพื้นที่ที่เกิดอุทกภัย จัดตั้ง “ครัวมาตาม” แจกจ่ายข้าวกล่องและถุงยังชีพ เพื่อช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนแก่ประชาชนผู้ประสบภัย ตลอดจนเพื่อเติมเต็มกำลังใจในการดำเนินชีวิตให้กับผู้ประสบภัย ในพื้นที่ต่าง ๆ ได้แก่ พระนครศรีอยุธยา นนทบุรี ขอนแก่น อุบลราชธานี สุโขทัย หนองบัวลำภู บุรีรัมย์ ชัยภูมิ เพชรบูรณ์ ร้อยเอ็ด นครสวรรค์ เพราะเราเชื่อว่าถ้าใครที่สร้างขึ้นได้อย่างไม่มีขีดจำกัด คือ “ทำใจทางใจ” ผลตอบแทนที่ได้แม้ไม่ใช่รูปธรรม แต่สิ่งที่ได้รับ คือ “ความสุข” ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการให้หรือช่วยเหลือ และ “เราพร้อมจะช่วยเหลือเขาในยามเกิดภัย” ดังสโลแกนของบริษัท... “ยิ้มได้ เมื่อภัยมา”

### กิจกรรมการสนับสนุนด้านกีฬา

เมืองไทยประกันภัย เป็นองค์กรที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านกีฬามาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 เพราะกีฬาทำให้เกิดการพัฒนาอย่างครอบคลุมรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นตัวนักกีฬา ครอบครัว ผู้ชม ชุมชน และประเทศชาติ รวมทั้งยังเป็นกิจกรรมที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมได้ ประกอบกับเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมพัฒนาการทางด้านร่างกายและจิตใจอีกด้วย



บริษัท เป็นผู้สนับสนุนหลักของสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟ.ซี. ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพฯ ที่มีแฟนบอลเป็นจำนวนมาก อีกทั้งได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาเยาวชน จึงได้สนับสนุนฟุตบอลเยาวชน อะคาเดมี่ การทำเรือ เอฟ.ซี. ด้วย ส่งนักฟุตบอลเยาวชนเข้าร่วมการแข่งขันในรายการเยาวชนของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย “FA Thailand Youth League 22/23” ตั้งแต่อายุ 12, 14, 16 และ 18 ปี เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กและเยาวชนในการพัฒนาศักยภาพและทำตามฝันในการเป็นนักกีฬาอาชีพต่อไปในอนาคต นอกจากนี้บริษัท ยังให้การสนับสนุนสโมสรฟุตบอลในลีกไทยอีกมากมาย อาทิ บีจี ปทุม ยูไนเต็ด จามจุรี ยูไนเต็ด เมืองเลย ยูไนเต็ด คัสตอม ยูไนเต็ด ขอนแก่น เอฟ.ซี. เชียงใหม่ ยูไนเต็ด นครปฐม ยูไนเต็ด สงขลา เอฟ.ซี. และอยุธยา ยูไนเต็ด เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัท ยังเป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง เพราะถือเป็นการสนับสนุนวงการฟุตบอลไทยให้ประสบความสำเร็จในทุกระดับ ในปี 2565 ทีมฟุตบอลทีมชาติไทยสามารถสร้างชื่อเสียงจากการแข่งขัน อาทิ การคว้าแชมป์ฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติอาเซียน “เอเอฟเอฟ ซูซูกิ คัพ 2020” ที่ประเทศสิงคโปร์ การเข้าร่วมการแข่งขัน AFC U-23 Asian Cup 2022 รอบสุดท้าย ที่ประเทศอุซเบกิสถาน การเข้าร่วมการแข่งขัน AFC Asian Cup 2022 รอบคัดเลือก ที่ประเทศอุซเบกิสถาน การเข้าร่วมการแข่งขันซีเกมส์ ครั้งที่ 31 ที่ประเทศเวียดนาม และการเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานคิงส์คัพ ครั้งที่ 48 ที่จังหวัดเชียงใหม่





In 2022, Thailand experienced severe flooding, affecting many people and causing widespread suffering. In response, Muang Thai Insurance and the Madame Pang Foundation mobilized MTI new volunteers and volunteers in that area to the flooded areas and established “Madame Kitchen” to distribute rice boxes and emergency survival bags to alleviate the suffering and boost the morale of affected individuals in various regions, including Phra Nakhon Si Ayutthaya, Nonthaburi, Khon Kaen, Ubon Ratchathani, Sukhothai, Nong Bua Lamphu Buriram, Chaiyaphum, Phetchabun, Roi Et, and Nakhon Sawan. The Company believes that the profits from such activities are limitless, providing immeasurable “happiness” to those involved in giving and helping, like the Company’s slogan, “Smile over trouble” highlighting the readiness to assist in times of crisis.

### Sports Support

Since 2006, Muang Thai Insurance has been actively involved in promoting sports activities. The Company recognizes the positive impact of sports on the development of athletes, their families, audiences, communities, and the nation as a whole. Additionally, sports activities provide opportunities for people of all ages and backgrounds to engage in physical and mental development.

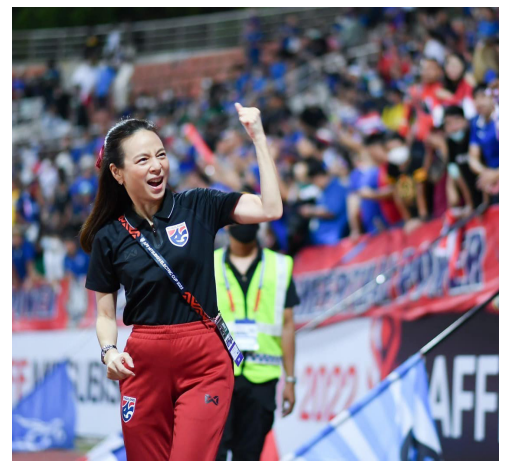
The Company has become the primary sponsor of the Port F.C., located at the heart of Bangkok. Furthermore, the Company understands the importance of promoting and nurturing young talent in sports. So, we support the youth football academy at Port F.C. and sends young football players to participate in

the FA Thailand Youth League 22/23, starting from the ages of 12, 14, 16, and 18, inspiring children and youth to develop their potential and pursue their dreams of becoming professional athletes in the future. We also extend the support to several other Thai football clubs, such as BG Pathum United, Chamchuri United, Muang Loei United, Custom United, Khon Kaen United, and Ayutthaya United.

As one of the sponsors of the Football Association of Thailand under Royal Patronage, the Company is committed to supporting the Thai football industry and helping it achieve success at all levels. In 2022, the Thai national football team garnered significant recognition from various competitions, such as winning the ASEAN Football Championship “AFC Suzuki Cup 2020” in Singapore, participating in the AFC U-23 Asian Cup 2022 final in Uzbekistan, participating in the AFC Asian Cup 2022 qualifier in Uzbekistan, participating in the 31st SEA Games in Vietnam, and participating in the 48th King’s Cup in Chiang Mai.



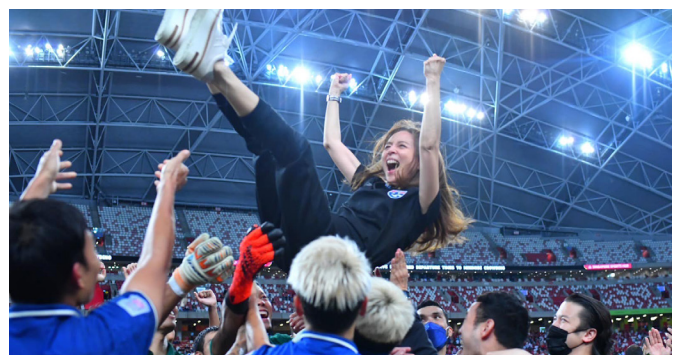




การสนับสนุนกีฬาฟุตบอล อันเป็นฐานที่มีกลุ่มผู้ชมเป็นจำนวนมาก ในทุกรุ่นอายุ ตั้งแต่เยาวชน วัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ บริษัท ได้ดำเนินแนวทางกิจกรรมตั้งแต่การปลูกฝังเยาวชนไทย ให้สนใจกีฬา ห้างไกลอบายมุข การส่งเสริมความมีน้ำใจนักกีฬา อันจะช่วยสร้าง EQ ที่ดีให้แก่เด็กและเยาวชน ตลอดจนการส่งเสริมการเชียร์กีฬาอย่าง สร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมความรัก ความสามัคคี ในกลุ่มคนรักกีฬา การใช้เวลาว่างกับครอบครัวผ่านการเชียร์กีฬา สุดท้ายนี้กีฬา ถือเป็นแรงบันดาลใจของความมุ่งมั่น ให้ทุกคนที่มีความฝัน ได้รับ แรงบันดาลใจที่ดี เพื่อการพัฒนาตนเองสู่เป้าหมาย



**กีฬาถือเป็นแรงบันดาลใจ  
ของความมุ่งมั่น ให้ทุกคน  
ที่มีความฝัน ได้รับแรงบันดาลใจที่ดี  
เพื่อการพัฒนาตนเองสู่เป้าหมาย**





Muang Thai Insurance recognizes football as a sport with a broad and diverse audience spanning all age groups, including youth, adolescents, working-age adults, and the elderly. The Company has taken proactive measures to promote sports activities, such as cultivating youth interest in sports, promoting athleticism and good emotional intelligence, and encouraging creative cheering to foster love and harmony among sports lovers. Moreover, the Company believes that spending quality time with family while cheering for sports can create lasting memories. Ultimately, Muang Thai Insurance views sports as an inspiration for anyone with dreams and aspirations to develop themselves towards achieving their goals.

**Muang Thai Insurance views sports as an inspiration for anyone with dreams and aspirations to develop themselves towards achieving their goals.**





**ยึดได้ เมื่อภัยมา**

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)  
252 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310  
โทรศัพท์: 0 2665 4000, 0 2290 3333 • โทรสาร: 0 2665 4166, 0 2274 9511, 0 2276 2033

Muang Thai Insurance Public Company Limited  
252 Rachadaphisek Road, Huaykwang, Bangkok 10310  
Telephone: 0 2665 4000, 0 2290 3333 • Facsimile: 0 2665 4166, 0 2274 9511, 0 2276 2033

[www.muangthaiinsurance.com](http://www.muangthaiinsurance.com)

Call Center 1484