

เมืองไทย  
ประกันภัย  
MUANG THAI INSURANCE

ยิ้มได้ เมื่อภัยมา

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567



เพื่อชีวิตและสังคม ดีขึ้นในทุกวัน

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

# สารบัญ

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2567  
บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)



ยิ้มได้ เมื่อภัยมา

002 สารจากประธานกรรมการ

004 สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

## 006 เมืองไทยประกันภัยกับความยั่งยืน

008 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

009 เป้าหมายและผลการดำเนินการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร ปี 2567

010 โครงสร้างการบริหารจัดการความยั่งยืน

013 ขอบเขตการรายงานผลกระทบของประเด็นด้านความยั่งยืน ปี 2567

015 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

017 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

021 การกำหนดประเด็นสาระด้านความยั่งยืน (Material Topics) และเนื้อหาการรายงาน

022 การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในปี 2567

## 023 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

023 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

024 เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

024 แนวทางและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

## 029 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม

029 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

029 นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

030 กระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD : Human Rights Due Diligence)

036 แนวทางการดำเนินงานด้านสังคม

## 047 การจัดการด้านนิติเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล

047 แนวทางการดำเนินการ

055 แนวทางการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ

059 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

062 การประเมินความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงของคู่ค้า

069 การจัดการข้อร้องเรียน และความพึงพอใจในการใช้บริการ





## สารจากประธานกรรมการ นายโพธิพงษ์ ลำซ่า

ปี 2568 หรือปีมะเส็ง เป็นปีที่สะท้อนถึงความเคลื่อนไหวที่รวดเร็วและความไม่แน่นอน เช่นเดียวกับสิ่งที่สามารถปรับตัวและเคลื่อนที่อย่างคล่องแคล่วในทุกสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจไทยเองก็กำลังก้าวเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ ปัจจัยสำคัญอย่างเศรษฐกิจดิจิทัล เทคโนโลยี AI และกระแสพลังงานสะอาดกำลังเข้ามาท้าทายสำคัญ แต่ความไม่แน่นอนยังคงเป็นสิ่งที่จะต้องเผชิญ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ความถี่ของภัยธรรมชาติที่เพิ่มขึ้น ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ รวมถึงนโยบาย “Trump 2.0” ที่ทำให้สงครามการค้าทวีความรุนแรงขึ้น นำไปสู่มาตรการกีดกันทางการค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศ และการลงทุนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

**ในสภาวะเช่นนี้ ธุรกิจจึงต้องเรียนรู้จากสัญญาณของธุรกิจ การปรับตัวอย่างรวดเร็ว การเคลื่อนที่อย่างระมัดระวัง และการฉวยโอกาสเมื่อเหมาะสม**

อุตสาหกรรมประกันภัยเองก็กำลังอยู่ในจุดเปลี่ยน การเปลี่ยนแปลงของประชากรที่ลดลงและการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้ความต้องการด้านการประกันสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ผู้คนตระหนักถึงความจำเป็นของการมีหลักประกันที่มั่นคงต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อภัยคุกคามจากโรคอุบัติใหม่กลายเป็นเรื่องปกติในยุคปัจจุบัน ทำให้บริษัทประกันต้องปรับตัวด้วยผลิตภัณฑ์ที่ยืดหยุ่น และสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่ซับซ้อนมากขึ้นของลูกค้า

การเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจพลังงานสะอาดและยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ส่งผลให้ธุรกิจประกันภัยต้องปรับตัว โดยเฉพาะในภาคประกันรถยนต์ ซึ่งต้องพัฒนาโซลูชันใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานและความเสี่ยงของรถยนต์พลังงานไฟฟ้า รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ยืดหยุ่นและตอบโจทย์วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม การเติบโตของธุรกิจประกันภัยในยุคนี้ต้องเดินคู่ไปกับความยั่งยืน อุตสาหกรรมประกันภัยไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้รับความเสี่ยง แต่ต้องเป็นพันธมิตรในการบริหารความเสี่ยงให้กับสังคม การดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงหลัก ESG (Environment, Social, Governance) ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่แนวทางปฏิบัติ แต่เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างอนาคต ธุรกิจที่สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สนับสนุนสังคม และบริหารจัดการอย่างโปร่งใส จะเป็นธุรกิจที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคและนักลงทุนในระยะยาว

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ และอุตสาหกรรมประกันภัยมีบทบาทสำคัญมากในการสร้างหลักประกันความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจ ผมเชื่อว่าผู้ที่พร้อมปรับตัวและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ จะเป็นผู้นำในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงนี้ ขอให้ทุกท่านมีปี 2568 ที่เต็มไปด้วยความสำเร็จและการเติบโตอย่างยั่งยืน ขอขอบคุณครับ

(นายโพธิพงษ์ ลำซ่า)  
ประธานกรรมการ





## สารประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นางนาวรรณ ลำซ่า

ปี 2567 เป็นปีที่ตอกย้ำให้เราเห็นว่าโลกไม่เคยหยุดนิ่ง ทุกอย่างเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อนขึ้นกว่าที่เคยเป็นมา เศรษฐกิจยังคงเผชิญกับความผันผวน ความขัดแย้งระหว่างประเทศสร้างแรงกระตุ้นต่อระบบการค้าและการเงิน ภัยธรรมชาติเกิดขึ้นและรุนแรงขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ขณะเดียวกัน เทคโนโลยีและนวัตกรรมกำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญ พลิกโฉมธุรกิจและวิถีชีวิตของผู้คน ทำให้แนวทางการบริหารความเสี่ยงต้องเปลี่ยนจากการตั้งรับเป็นการปรับตัวอย่างรวดเร็ว มีความยืดหยุ่น และพร้อมเผชิญหน้ากับทุกสถานการณ์

ตลอดเวลากว่า 90 ปีที่เมืองไทยประกันภัยเติบโตเคียงข้างสังคมไทย เราไม่เคยมองว่าตัวเองเป็นเพียงบริษัทประกันภัย แต่เป็นพันธมิตรที่พร้อมปกป้อง ดูแล และก้าวไปข้างหน้าพร้อมกับทุกคน เราได้เห็นโลกเปลี่ยนแปลง เราได้ปรับตัว และเราเข้าใจว่าการดำเนินธุรกิจในวันนี้ต้องคิดให้ไกลกว่าปัจจุบัน ต้องสร้างรากฐานที่มั่นคงเพื่อรองรับอนาคต และ “ความยั่งยืน” ไม่ใช่ทางเลือกอีกต่อไป แต่เป็นหัวใจของการพัฒนา

ดังนั้น การดำเนินธุรกิจภายใต้หลัก ESG (Environment, Social, Governance) ของเราในวันนี้จึงไม่ใช่เพียงแนวทาง แต่เป็นหลักการที่เรายึดมั่นและผลักดันให้เกิดขึ้นจริงในทุกมิติขององค์กร เพราะเราเชื่อว่านี่คือแนวทางเดียวที่จะทำให้ธุรกิจเติบโตไปพร้อมกับความก้าวหน้าในสังคมอย่างแท้จริง เรามุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตยุคดิจิทัล และพร้อมรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้คน เราใช้เทคโนโลยีเข้ามายกระดับการให้บริการ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยง และขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อสร้างอนาคตที่เท่าเทียมและยั่งยืน เพราะเราตระหนักดีว่า ความมั่นคงของธุรกิจประกันภัยไม่ได้วัดจากผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีฐานมาจากความแข็งแกร่งและความมั่นคงของสังคมที่เราดำเนินธุรกิจอยู่

ก้าวสู่ปี 2568 และอนาคตข้างหน้า เรายังคงเดินหน้าสร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าและพันธมิตรทุกท่าน ด้วยการสานต่อพันธกิจขององค์กร ไม่เพียงเพื่อความคุ้มครองแก่ผู้เอาประกันภัย แต่เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้สังคมก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง เราจะพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ไม่ใช่แค่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางธุรกิจ แต่เพื่อปลูกฝังจิตวิญญาณแห่งการช่วยเหลือและความรับผิดชอบต่อสังคม เสริมสร้างการมีส่วนร่วม และส่งเสริมคุณค่าร่วมกับกับทุกภาคส่วน เพื่อให้มั่นใจว่าทุกคนได้รับการคุ้มครองที่ดีที่สุด และสามารถดำเนินชีวิตและธุรกิจได้อย่างมั่นใจ

**เมืองไทยประกันภัย มุ่งสร้างอนาคตที่มั่นคงและยั่งยืน เคียงข้างทุกชีวิตและธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และพร้อมปรับตัวในทุกความเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ทุกคนก้าวต่อไปได้อย่างมั่นใจ และยังคง “ยิ้มได้ เมื่อภัยมา”**

(นางนาวรรณ ลำซ่า)  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



# Muang Thai Insurance

and Sustainability

# เมืองไทยประกันภัย

กับความยั่งยืน



# การขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อความยั่งยืน

## นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

### นโยบายการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้านการประกันวินาศภัย และให้ความสำคัญกับการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Corporate Social Responsibility for Sustainability) และได้มีการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง รูปแบบการดำเนินกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับภาวการณ์ของสังคมไทยในปัจจุบัน เพื่อสร้างสังคมที่มีรอยยิ้มและความสุข ผ่านกิจกรรม CSR ต่าง ๆ อย่างหลากหลาย รวมทั้งการดำเนินงานในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมพัฒนาองค์กรให้เติบโตสู่ความยั่งยืน ตามหลัก ESG ได้แก่ มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มิติด้านสังคม (Social) และ มิติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance and Economic) ตลอดจนการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) พร้อมกับมุ่งมั่นสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งลูกค้า คู่ค้า ตัวแทน พันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน ชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทตั้งเป้าหมายการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน ESG ภายใต้แนวคิด Empathy for every well-being คือ เราจะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมชีวิต และสังคมให้ดีขึ้นในทุก ๆ วัน โดยคณะกรรมการบริษัท กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนทุกปี เพื่อปรับให้สอดคล้องกับสภาพการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเหมาะสม

ในปี 2567 บริษัทยังคงดำเนินการตามนโยบาย กรอบการบริหารจัดการ และแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ต่อเนื่องจากปี 2566 คือ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมชีวิต และสังคมให้ดีขึ้นในทุก ๆ ด้าน อันเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจในปี 2566 - 2568 ซึ่งในการดำเนินงานตามนโยบายและกรอบการบริหารจัดการความยั่งยืนนี้ บริษัทจะกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงาน เพื่อเป็นข้อมูลในการติดตามและพัฒนาผลการดำเนินงานต่อไป ทั้งนี้ นโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนปรากฏบนเว็บไซต์บริษัท [www.muangthaiinsurance.com](http://www.muangthaiinsurance.com) ในหัวข้อ “การพัฒนาความยั่งยืน”

### เป้าหมายและผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร สำหรับปี 2567

ESG	ประเด็นสำคัญ	เป้าหมายปี 2566 - 2568	ผลการดำเนินงานปี 2567
สิ่งแวดล้อม	การจัดการพลังงาน	ลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าของสำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขา ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	2,771,903 กิโลวัตต์ คิดเป็น 2,309.92 กิโลวัตต์ต่อคน ลดลงร้อยละ 0.43 จากปี 2566
	การจัดการสภาพภูมิอากาศ	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	10,301 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็น 8.58 ลูกบาศก์เมตรต่อคน ลดลงร้อยละ 12 จากปี 2566
	การจัดการขยะ	มีการจัดการขยะสู่การรีไซเคิล ไม่น้อยกว่า 500 กิโลกรัม ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	ขอบเขตที่ 1 759 tCO2e ขอบเขตที่ 2 1,402 tCO2e ขอบเขตที่ 3 222.31 tCO2e จัดการขยะรีไซเคิล จำนวน 4,146 กิโลกรัม
สังคม	การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	ข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน เป็นศูนย์	0 ราย
	การดูแลและพัฒนาบุคลากร	Engagement Score 70% ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงานเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อคนต่อปี	78% เฉลี่ย 12 ชั่วโมงต่อคนต่อปี (ปี 2566 เฉลี่ย 11 ชั่วโมงต่อคนต่อปี)
	ความปลอดภัยอาชีวอนามัย	อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงานเป็นศูนย์	0 ราย
	การบริการ	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ อย่างน้อย 80%	91.62%
กิจกรรมเพื่อสังคม	ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมที่ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	<ul style="list-style-type: none"> <li>พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมด้านความยั่งยืน 500 คน</li> <li>มีผู้รับประโยชน์ในกิจกรรมความยั่งยืน 5,000 คน</li> <li>มีพันธมิตรร่วมดำเนินงาน 8 หน่วยงาน (หอการค้าไทย, บริษัท ไทย วี.พี. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), มูลนิธิ มาตามแป็ง, สโมสรฟุตบอลนครราชสีมา มาสด้า เอฟ.ซี, วิทยาลัยบัณฑิตเอเซีย, มูลนิธิผู้ปกครองเด็กออทิสติก, วัดจากแดง, MRT)</li> </ul>	



ESG	ประเด็นสำคัญ	เป้าหมายปี 2566 - 2568	ผลการดำเนินงานปี 2567
ผู้คุ้มครองและปกป้องผู้บริโภค	ความปลอดภัยทางด้านข้อมูล และการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล	การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุม ภายใน 100% ข้อร้องเรียนเรื่องการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล เป็นศูนย์	100% 0 ราย
	บรรษัทภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัท จดทะเบียนไทย (CGR) ในระดับดีมาก เป็นแนวร่วมภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน จำนวนกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ เป็นศูนย์	ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัท จดทะเบียนไทย (CGR) ในระดับดีเลิศ ได้รับรองเป็นแนวร่วมภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ครั้งที่ 4 (ต่ออายุครั้งที่ 3/2567) ไม่มีกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ

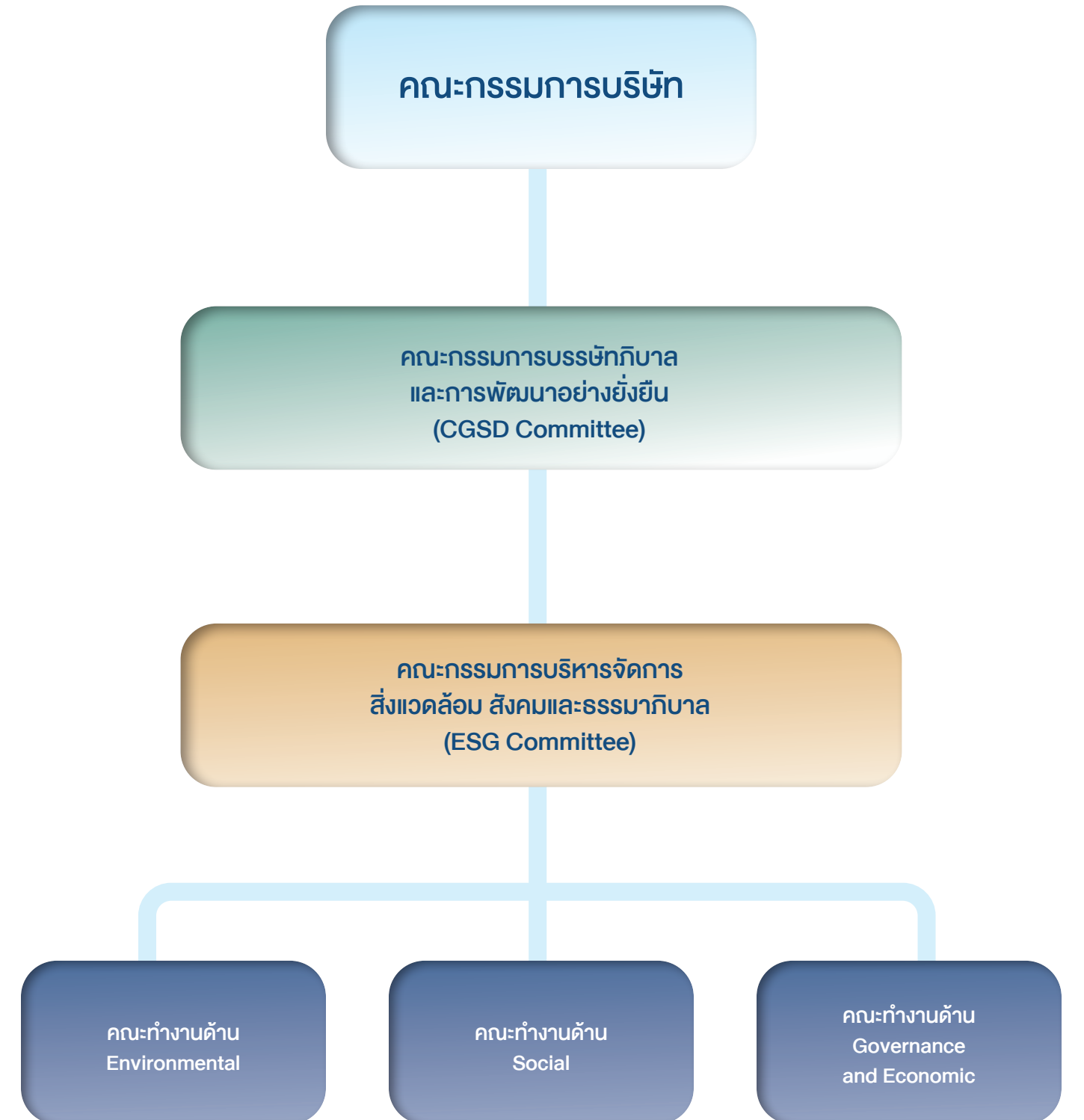
หมายเหตุ: ขอบเขตของการรายงานความยั่งยืน รายงานฉบับนี้แสดงผลการดำเนินงานของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ทั้งสำนักงานใหญ่และสำนักงานสาขา โดยมีรอบการรายงานข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2567

บริษัทตั้งเป้าหมายการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน ESG ภายใต้แนวคิด Empathy for every well-being คือ เราจะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมชีวิต และสังคมให้ดีขึ้นในทุก ๆ วัน

โครงสร้างการบริหารจัดการความยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทมีมติให้จัดตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567 โดยมีบทบาทกำหนด ทบทวนและสื่อสารนโยบาย การปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติและเศรษฐกิจ (ESG) ด้านความปลอดภัย ด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน ด้านการสื่อสาร ด้านการพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยี ด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และการรับแจ้งเบาะแส เพื่อให้บริษัทเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ โปร่งใส เป็นธรรม สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และพัฒนาบริษัทไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ อยู่ 2 ด้าน คือในส่วนที่เป็น Corporate Governance (CG) และในส่วนที่เป็น Sustainable Development (SD)

ในส่วนที่เป็น Corporate Governance (CG) มีหน้าที่ดูแลนโยบายต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความยั่งยืน และในส่วนที่เป็น Sustainable Development (SD) มีหน้าที่กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ตามกรอบที่บริษัทกำหนด เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และนอกจากนี้ ยังมีการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อนำเสนอผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัท รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และความเสี่ยงด้าน ESG ร่วมกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทั้งนี้ คณะกรรมการ CGSD จะขับเคลื่อนการดำเนินงานของ คณะทำงานชุดย่อยต่าง ๆ ประกอบด้วย คณะทำงานด้าน Environmental คณะทำงานด้าน Social และ คณะทำงานด้าน Governance and Economic



กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Framework)



ขอบเขตการรายงานผลกระทบของประเด็นด้านความยั่งยืน ปี 2567

บริษัทได้มุ่งเน้นการพัฒนาและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ จึงได้มีการกำหนดกรอบแนวทางด้านความยั่งยืนของบริษัท เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางตามหัวข้อความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญซึ่งครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติและเศรษฐกิจ ซึ่งนำไปสู่การขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ของบริษัท และยังคงสนองต่อเป้าหมายโลกในการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เชื่อมั่นว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนและการเติบโตอย่างมีความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ คือแนวทางสำคัญในการสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่องค์กร

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เชื่อมั่นว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการเติบโตอย่างมีความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ คือแนวทางสำคัญในการสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่องค์กร ดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดกรอบกลยุทธ์การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืนบนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และการดำเนินธุรกิจภายใต้หลัก ESG (Environmental, Social, and Governance) ครอบคลุมประเด็นสาระสำคัญในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงกับแผนการดำเนินงานของฝ่ายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยในปัจจุบันการดำเนินงานของบริษัทที่มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนจำนวน 13 เป้าหมาย ดังนี้

มิติด้านความยั่งยืน	ประเด็นสาระสำคัญ	ผลกระทบ/ความสำคัญ	กลยุทธ์	SDGs	GRI
มิติด้านสิ่งแวดล้อม	การลดใช้พลังงาน	ส่งผลกระทบต่อภาระงานของบริษัท ที่ให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงาน	ขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย พร้อมจัดตั้งคณะทำงาน ดำเนินการตามนโยบายสิ่งแวดล้อม	7, 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissions (GRI 305)</li> <li>Energy (GRI 302)</li> </ul>
	สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท และ ผลกระทบด้านการดำเนินงาน สอดคล้องกับความต้องการของสังคม	ขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงกลุ่มคนในสังคมที่สนับสนุนการมีสิ่งแวดล้อมที่ดี	7, 11, 12, 13, 17, 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissions (GRI 305)</li> <li>Energy (GRI 302)</li> </ul>
	การจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	คู่ค้ามีการนำเสนอสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น สอดคล้องกับเทรนด์ของบริษัทที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	การปฏิบัติตามนโยบาย รวมถึงส่งเสริมให้คู่ค้าปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณร่วมกัน	8, 12, 13, 16	<ul style="list-style-type: none"> <li>Materials (GRI 301)</li> <li>Procurement (GRI 204)</li> </ul>

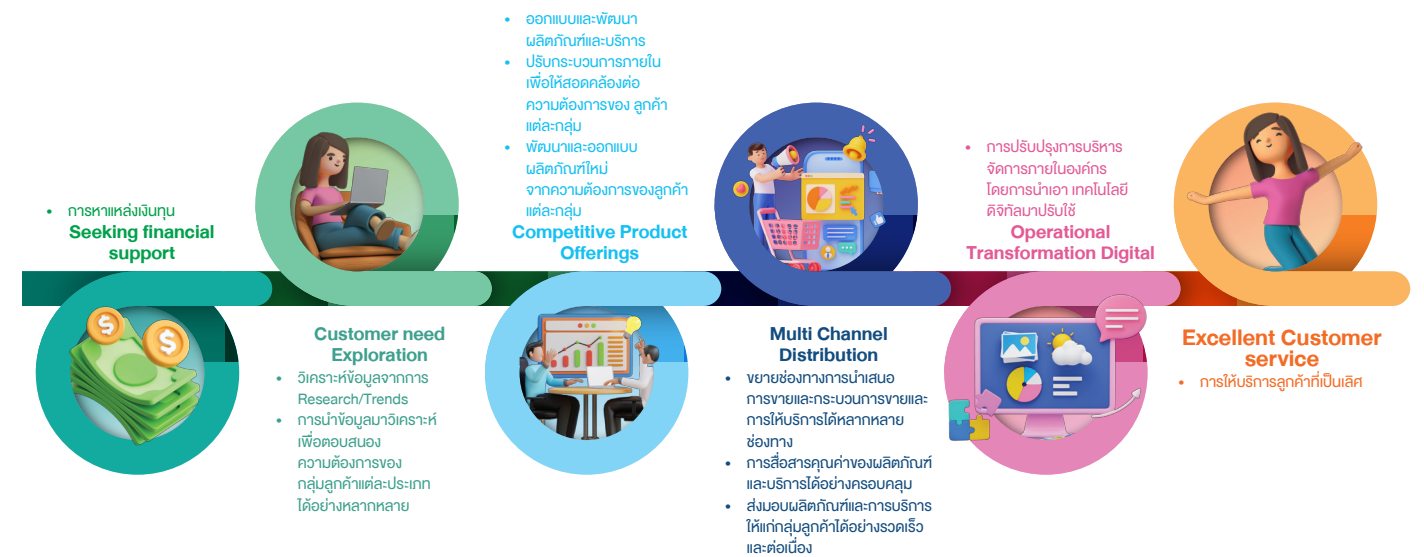


มิติด้าน ความ ยั่งยืน	ประเด็นสาระสำคัญ	ผลกระทบ/ความสำคัญ	กลยุทธ์	SDGs	GRI
บิสิต้าน	<b>การให้ความรู้ ด้านการประกันภัย</b>	ส่งต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ สนับสนุนการป้องกัน ความเสี่ยง สอดคล้องกับ ความต้องการของสังคม	นำความเชี่ยวชาญของบริษัท สร้างประโยชน์ให้กับ ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม		Local Community (GRI 413-1)
	<b>การทำงานและ การใช้ชีวิตที่สมดุล</b>	ผลกระทบด้านการ ดำเนินงาน เพราะพนักงาน มีส่วนสำคัญในการพัฒนา องค์กร	สร้างวัฒนธรรมองค์กร work life balance และเพิ่มศักยภาพ ตรงตามความเหมาะสม ของแต่ละบุคคล		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Employment (GRI 401)</li> <li>• Training &amp; Education (GRI 404)</li> <li>• Diversity &amp; Equal Opportunity (GRI 405)</li> <li>• Occupational Health &amp; Safety (GRI 403)</li> </ul>
	<b>สวัสดิการที่เป็นธรรม</b>	ผลกระทบด้านความผูกพัน ต่อองค์กรของพนักงาน และการปฏิบัติต่อพนักงาน อย่างเท่าเทียม	การปฏิบัติตามนโยบายสิทธิ มนุษยชน รวมถึงส่งเสริม ให้พนักงานมีส่วนร่วม ในการเสนอสวัสดิการร่วมกัน		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forced and Compulsory Labor (GRI 409)</li> <li>• Non-discrimination (GRI 406)</li> <li>• Human Right Assessment (GRI 412)</li> </ul>
แยกบิตกรรชกต	<b>การแข่งขันอย่างโปร่งใส</b>	ผลกระทบด้านชื่อเสียง ส่งต่อภาพลักษณ์ของ แบรนด์	ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ ตามหลัก ของจรรยาบรรณธุรกิจ และสอดคล้องตามเกณฑ์ ของ CGR และ CAC		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ethics &amp; Integrity (GRI 102-17)</li> <li>• Supplier Environmental Assessment (GRI 308)</li> <li>• Supplier Social Assessment (GRI 414)</li> </ul>
	<b>Data Governance</b>	ผลกระทบด้านชื่อเสียง ของความโปร่งใส ในการดำเนินงาน	การปฏิบัติตามจรรยาบรรณ และนโยบาย รวมถึงสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ให้ทราบอย่างทั่วถึง		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer Privacy (GRI 418)</li> </ul>
	<b>การบริหารจัดการ ข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ</b>	ผลกระทบด้านชื่อเสียง ส่งต่อภาพลักษณ์ ของแบรนด์	จัดตั้งทีมมอนิเตอร์ ผลการดำเนินงานของ บริษัท และมีกระบวนการ จัดการเรื่องร้องเรียน อย่างรวดเร็ว ตรวจสอบได้		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer Privacy (GRI 418)</li> </ul>

## การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

### ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจของ บริษัท มีกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นเพื่อให้เกิดการสร้างโอกาสและบรรเทาผลกระทบจากกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน บริษัทจึงได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ เพื่ออธิบายลักษณะและกิจกรรมของธุรกิจดังนี้



กิจกรรมหลัก	การดำเนินกิจกรรม	การสร้างคุณค่า	ผู้มีส่วนได้เสีย
<b>1. การหาแหล่งเงินทุน</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การลงทุน/ร่วมทุน</li> <li>2. การซื้อหุ้น</li> <li>3. การแสวงหาแหล่งเงินทุน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนแก่ ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้ร่วมทุนได้อย่างเหมาะสม</li> <li>2. สามารถชำระค่าใช้จ่ายในส่วนของผู้ถือหุ้นได้ตามเวลาที่กำหนด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ถือหุ้น</li> <li>2. เจ้าหนี้</li> </ol>
<b>2. การออกแบบผลิตภัณฑ์</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัทกำหนดให้หน่วยงานและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องพิจารณาออกแบบพิจารณาออกแบบ โดยวิเคราะห์ข้อมูล Research/Trends เพื่อสอดคล้องความต้องการของลูกค้า</li> <li>2. มีการสำรวจความเสี่ยงและติดตามผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มผลกระทบต่อความเสียหายหรือยอมรับได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริษัทสามารถสร้างความสมดุลระหว่างผลตอบแทนและการบริหารความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม และผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันได้</li> <li>2. ผลิตภัณฑ์ตรงต่อความต้องการของลูกค้า โดยไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และไม่ขัดกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลูกค้า</li> <li>2. คู่ค้า</li> <li>3. ผู้ถือหุ้น</li> <li>4. พนักงาน</li> </ol>

กิจกรรมหลัก	การดำเนินกิจกรรม	การสร้างคุณค่า	ผู้มีส่วนได้เสีย
<b>3. การขายผลิตภัณฑ์</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาศักยภาพของพนักงาน</li> <li>ปฏิบัติตามมาตรฐานการขายที่ดี</li> <li>ไม่โฆษณาเกินจริง</li> <li>ไม่ใส่ร้าย ทำลายคู่แข่ง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ลูกค้า</li> <li>คู่ค้า</li> <li>คู่แข่งทางการค้า</li> <li>หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ หน่วยงานกำกับ</li> </ol>
<b>4. ช่องทางการจัดจำหน่าย และการชำระเบี้ยประกัน</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>นำเทคโนโลยีที่เหมาะสม เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการช่องทางการขาย และการชำระเบี้ยประกัน</li> <li>ลดการใช้กระดาษ โดยลูกค้าสามารถเลือกธนาคารร่วมโครงการหรือเป็นสมาชิกสถาบันการเงิน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย</li> <li>การปรับปรุงการบริหารจัดการภายในองค์กร โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้</li> <li>มีการออกแบบอย่างมีธรรมาภิบาล และรวดเร็ว</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ลูกค้า</li> <li>คู่ค้า</li> <li>พนักงาน</li> </ol>
<b>5. การบริหารจัดการรับประกันภัย และเคลม</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีการให้ความรู้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับการรับประกันภัยและการป้องกันความเสี่ยง</li> <li>พิจารณาอนุมัติภัยใหม่ตามหลักธรรมาภิบาลที่กำหนด</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การจัดการเคลมที่รวดเร็ว</li> <li>การให้บริการลูกค้าเป็นเลิศ</li> <li>พิจารณาผลที่ไม่เหมาะสมอย่างมีธรรมาภิบาล</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ลูกค้า</li> <li>คู่ค้า</li> <li>หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ หน่วยงานกำกับ</li> </ol>
<b>6. การดูแลลูกค้า/สังคม/ชุมชน</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การสื่อสารกับประกันภัยที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยเฉพาะ</li> <li>การปรึกษาหารือเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี</li> <li>การชี้แจงนโยบายประกันภัย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การสร้างสัมพันธ์ที่ดีที่คงทน เพื่อการให้บริการอย่างต่อเนื่อง การจัดการข้อร้องเรียนอย่างรวดเร็ว</li> <li>นำผลกำไรที่ได้กลับมาตอบแทนชุมชนสังคม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ลูกค้า</li> <li>คู่ค้า</li> <li>พนักงาน</li> <li>สังคมชุมชน</li> </ol>

### การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งมีสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยได้มีการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตลอดจนการประเมินความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อจะได้อบรมถึงความคาดหวังและเลือกประเด็นสำคัญในแต่ละด้าน เพื่อป้องกันความเสี่ยงและลดผลกระทบต่อธุรกิจ ตลอดจนการให้ความสำคัญคุ้มครองและรักษาสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย และบริษัท จะไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงยึดถือแนวทางในการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความเสมอภาคต่อทุกฝ่าย ซึ่งได้แก่ 1) พนักงาน 2) คู่ค้า 3) ลูกค้า 4) คู่แข่งทางการค้า 5) ผู้ถือหุ้น 6) เจ้าหนี้ 7) ชุมชน/สังคม 8) หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ หน่วยงานกำกับ

รวมทั้งมีการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร เพื่อลำดับความสำคัญและเร่งด่วน ในการตอบสนองต่อประเด็นความสนใจและความคาดหวังของบริษัท ซึ่งได้ผลสรุป 4 ลำดับแรกดังนี้ 1) พนักงาน 2) ลูกค้า 3) คู่ค้า 4) หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ หน่วยงานกำกับ และได้กำหนดช่องทางการรับฟังความต้องการ ความคิดเห็น ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัทมาสรุปประเด็น ที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญมากำหนดแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสม โดยได้นำเสนอผ่านคณะกรรมการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทก่อนจะเปิดเผยต่อสาธารณะ ในรายงานความยั่งยืน และรายงาน 56-1 One Report โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
<b>1. พนักงาน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดปฐมนิเทศสำหรับพนักงานในทุกระดับ</li> <li>การบริหารการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจและการส่งเสริมให้เกิดความผูกพันในองค์กร ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงพนักงานทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง เช่น Office365, Line OA, Facebook</li> <li>กิจกรรมส่งเสริมด้านสุขภาพ และการจัดสวัสดิการต่าง ๆ</li> <li>การสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม</li> <li>การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท เพื่อความก้าวหน้าในงาน</li> <li>การพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะในการทำงาน และการดำเนินชีวิต</li> <li>การเปิดโอกาสให้พนักงานจัดสรรเวลา เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว</li> <li>การรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ</li> <li>การปฏิบัติที่เท่าเทียม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติงานของฝ่ายทรัพยากรบุคคลและวิธีปฏิบัติ ตามกฎหมายแรงงาน</li> <li>การกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและแนวทางในการบริหารความหลากหลาย</li> <li>การจัดหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน ในระดับต่าง ๆ</li> <li>การตอบและ/หรือชี้แจงข้อสอบถามของพนักงานดำเนินการตามแนวปฏิบัติที่กำหนด เมื่อได้รับข้อร้องเรียนจากพนักงาน</li> <li>ปรับปรุงสวัสดิการและจัดกิจกรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กร</li> <li>สำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร และประเมินผล การปฏิบัติงานของพนักงานเป็นประจำทุกปี</li> <li>ดูแลและปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>

### กิจกรรมสนับสนุน

- บัญชีและการเงิน มีความถูกต้องโปร่งใสและมีความมั่นคงทางการเงินเพื่อให้ธุรกิจดำเนินได้อย่างยั่งยืน
- การจัดซื้อจัดหา ผ่านการดำเนินการจัดจ้างที่มีการคำนึงเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อม และ ทำสัญญาอย่างโปร่งใส เสมอภาค และเป็นธรรม
- การบริหารทรัพยากรบุคคล ที่เน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร
- การกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักจริยธรรมและธรรมาภิบาล
- การสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างครอบคลุม
- ความรับผิดชอบต่อสังคม สนับสนุนเรื่องการขับเคลื่อนความยั่งยืนในองค์กร
- เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology & Innovation)
- การบริหารความเสี่ยง
- การบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน



ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
<b>2. ตัวแทน/ลูกค้า/พันธมิตรทางธุรกิจ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสื่อความนโยบายและแนวปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน</li> <li>แจ้งข่าวสารผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ผ่านเครื่องมือสนับสนุนการขาย</li> <li>สรุปรายงานการต่ออายุกรมธรรม์และผลงานทุกเดือน</li> <li>เข้าพบเยี่ยมเยียน หรือร่วมกับลูกค้าเพื่อสรุปแนวทางการขยายงานทุกเดือน/ทุกไตรมาส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน มีความเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้</li> <li>การปฏิบัติตามข้อตกลงที่กำหนดได้ และการทำการค้าอย่างโปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ</li> <li>ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าและแข่งขันในตลาดได้</li> <li>การได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว</li> <li>สามารถหาแนวทางแก้ไข ปัญหาให้กับลูกค้า/พันธมิตรทางธุรกิจได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ตรวจสอบได้</li> <li>ข้อกำหนดการว่าจ้างสัญญา และข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นธรรม</li> <li>จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเท่าเทียม และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน</li> <li>การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย</li> <li>เพิ่มช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าหรืองานบริการ รวมทั้งสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ ในการติดต่อเพื่อการประสานงาน และการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว</li> </ul>
<b>3. ลูกค้า</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดให้มีผู้ดูแลความสัมพันธ์ลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกต่อความต้องการของลูกค้า</li> <li>การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และโปร่งใส</li> <li>การจัดช่องทางให้ลูกค้า แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน</li> <li>การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การให้บริการลูกค้า อย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม</li> <li>ราคาสินค้าและบริการที่หลากหลาย มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็นธรรม และเหมาะสม</li> <li>ความสะดวกในการรับบริการ หลังการขาย และการตอบสนองต่อปัญหาหรือข้อร้องเรียน ด้วยความรวดเร็วและเอาใจใส่</li> <li>การส่งมอบสินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพเป็นไปตามเงื่อนไขสัญญา</li> <li>การนำเสนอข้อมูลสินค้า ข้อเสนอแนะ หรือคำปรึกษาต่าง ๆ ด้วยความรู้ความเชี่ยวชาญ อย่างมีความรับผิดชอบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การกำหนดหลักการและมาตรฐานขั้นพื้นฐานด้านการบริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบ และเป็นธรรม</li> <li>นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ตรงตามความต้องการและวิถีชีวิตของลูกค้า</li> <li>การสร้างช่องทางเพื่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการสำรวจความคิดเห็น และความพึงพอใจของลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ</li> <li>การบริหารความเสี่ยง ด้านไซเบอร์</li> <li>การฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญของพนักงาน</li> <li>การปลูกฝังค่านิยมองค์กรและจรรยาบรรณธุรกิจในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร</li> </ul>

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
<b>4. คู่แข่งทางการค้า</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือกัน ตามวาระต่าง ๆ เช่น ในที่ประชุมสมาคมประกันวินาศภัยไทย และ สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดี และเป็นธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัท ยึดมั่นในกรอบการแข่งขันทางธุรกิจตามกฎหมายและจริยธรรมของการแข่งขันที่เป็นธรรม</li> <li>ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย</li> </ul>
<b>5. ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมสามัญและ/หรือวิสามัญผู้ถือหุ้น</li> <li>การเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบ SET Portal Straight Through ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัท</li> <li>การเข้าพบและให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุนสถาบัน และบุคคลทั่วไป ทั้งแบบรายบุคคล และคณะ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ</li> <li>การจัดให้มีช่องทางสอบถามข้อมูล ผ่านเว็บไซต์</li> <li>การตอบแบบสอบถาม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลตอบแทนการลงทุนและการเติบโตของผลการดำเนินงานอย่างมั่นคงและยั่งยืน</li> <li>การดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม</li> <li>การจ่ายเงินปันผลอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>การบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อการเติบโตและความต่อเนื่องทางธุรกิจด้วยความรอบคอบ</li> <li>การดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม และมีการพิจารณาประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมภิบาล</li> <li>การดูแลสิทธิของผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีนโยบายในการยึดถือปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน เช่น สิทธิในการเข้าร่วมประชุม และการออกเสียงลงคะแนน สิทธิในการเสนอวาระ และเสนอชื่อบุคคลเพื่อเป็นกรรมการ สิทธิในการรับส่วนแบ่งกำไร ตลอดจนสิทธิในการรับทราบข้อมูล ข่าวสารผลการดำเนินงาน</li> <li>ทบทวนกลยุทธ์และเป้าหมายธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตและผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง</li> <li>ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>เผยแพร่ข้อมูลสำคัญอย่างโปร่งใส เพียงพอ ทันเหตุการณ์ ตามเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล</li> </ul>
<b>6. เจ้าหนี้</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และให้ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี</li> <li>การจัดให้มีช่องทางในการรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจ่ายดอกเบี้ยและชำระคืนตามกำหนดครบถ้วน ตรงตามเวลา และปฏิบัติตามพันธสัญญา ภายใต้หลักเกณฑ์และบริบททางกฎหมาย</li> <li>ในการบริหารการจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น และผลตอบแทนสูงสุด</li> <li>การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอย่างต่อเนื่อง เพื่อความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ และตรวจสอบได้ภายใต้หลักธรรมาภิบาล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่กำหนดไว้ในสัญญาระหว่างกัน อย่างเคร่งครัด</li> <li>ดำเนินการบริหารจัดการกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ในการบริหารจัดการข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้อง</li> </ul>

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
7. ชุมชน/สังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ผ่านกิจกรรมอาสาของพนักงาน และกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท</li> <li>การส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับสังคม แก่หน่วยงานหรือมูลนิธิ เพื่อการกุศล หรือชุมชนต่าง ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การพัฒนาธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกับชุมชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม</li> <li>การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>การบริหารจัดการเพื่อควบคุมป้องกันและแก้ไขผลกระทบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจ</li> <li>การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และกิจกรรมเพื่อสังคม และสาธารณประโยชน์ อาทิเช่น โครงการอาสาสมัครใหม่เมืองไทย ประกันภัย, โครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต ผู้พิการไทย, โครงการเมืองไทยไร้ขยะ, การช่วยเหลือผู้ประสบภัย ร่วมกับมูลนิธิ มาตามแปง, การสนับสนุนด้านกีฬา</li> <li>การกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด</li> <li>การบริหารจัดการความเสี่ยง และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ</li> <li>การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ในการดำเนินธุรกิจ</li> </ul>
8. หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ หน่วยงานกำกับ	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเข้าร่วมประชุม รับฟัง แนวนโยบายและแนวทางการกำกับดูแล</li> <li>การรายงานผลการดำเนินธุรกิจ ตามกฎหมายต่อหน่วยงานกำกับ อย่างครบถ้วน</li> <li>การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม และโครงการของหน่วยงานภาครัฐ</li> <li>การเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ หรือคณะทำงาน เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย</li> <li>ติดตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับ</li> <li>จัดให้มีช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัท กับหน่วยงานราชการ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย Social Media และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่รองรับ ตามที่หน่วยงานกำกับกำหนด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายกำหนด</li> <li>มีการบริหารจัดการธุรกิจที่โปร่งใสและเป็นธรรมต่อลูกค้า ชุมชน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมโดยรวม เพื่อให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงาน ประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยครอบคลุมเรื่องการปฏิบัติตามเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับกำหนด ไม่ว่าจะเป็น คปภ., ก.ล.ต., ตลท., ปปง. หรือ สคส. อย่างเคร่งครัด</li> <li>กำหนดให้มีการอบรมกฎเกณฑ์และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ให้ผู้บริหาร และพนักงาน อย่างสม่ำเสมอ</li> <li>การคัดเลือกตัวแทนบริษัท เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการหรือคณะทำงานของสมาคมประกันวินาศภัย เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย</li> </ul>

## บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตามกรอบ GRI Standards 2021 เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย โดยผ่านการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

### การกำหนดประเด็นสาระด้านความยั่งยืน (Material Topics) และเนื้อหาการรายงาน

#### การประเมินและกำหนดประเด็นความยั่งยืน

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตามกรอบ GRI Standards 2021 เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย โดยผ่านการรับฟังเสียงของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยใช้เกณฑ์การประเมินที่เน้นผลกระทบทางธุรกิจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) รวมถึงปัจจัยความเสี่ยง ครอบคลุมทั้งมิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านสังคม และมิติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ โดยมีการกำหนดกระบวนการคัดเลือกประเด็นสาระสำคัญตามขั้นตอน ดังนี้

#### กระบวนการประเมินสาระสำคัญ

##### 1. การระบุหัวข้อที่มีสาระสำคัญ (Identification)

บริษัทได้ดำเนินการศึกษา รวบรวม และทบทวนข้อมูลจากทั้งภายในและภายนอกที่สอดคล้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมทั้งตามบริบทความยั่งยืน (Sustainability Context) อาทิ วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ภาพรวมในอุตสาหกรรม ทั้งระดับประเทศและระดับสากล รวมทั้งข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงความคาดหวัง ข้อกังวล หรือผลกระทบจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท อันนำไปสู่การระบุหัวข้อความยั่งยืนประจำปี 2567 ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของบริษัท

##### 2. การจัดลำดับความสำคัญ (Prioritization)

บริษัทได้ประเมินผลกระทบที่มีนัยสำคัญอันเกิดจากการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านกระบวนการจัดลำดับความสำคัญ (Prioritization) โดยมีหลักเกณฑ์ในการประเมินผลกระทบ ประกอบด้วย ระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Severity) ระดับความน่าจะเป็น (Likelihood) ขอบเขตของผลกระทบ (Scope) รวมถึงกรอบนโยบายการดำเนินงานและความมุ่งมั่นต่อการดำเนินงานขององค์กร ในประเด็นนั้น ๆ (Intention) และดำเนินการระบุผลกระทบทั้งที่เกิดขึ้นจริงหรืออาจจะเกิดขึ้น ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบที่ครอบคลุมทั้งในมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม มิติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน ตามหลักการตรวจทานธุรกิจอย่างรอบด้าน (Due Diligence) อันนำมาซึ่งประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (Material Topics)

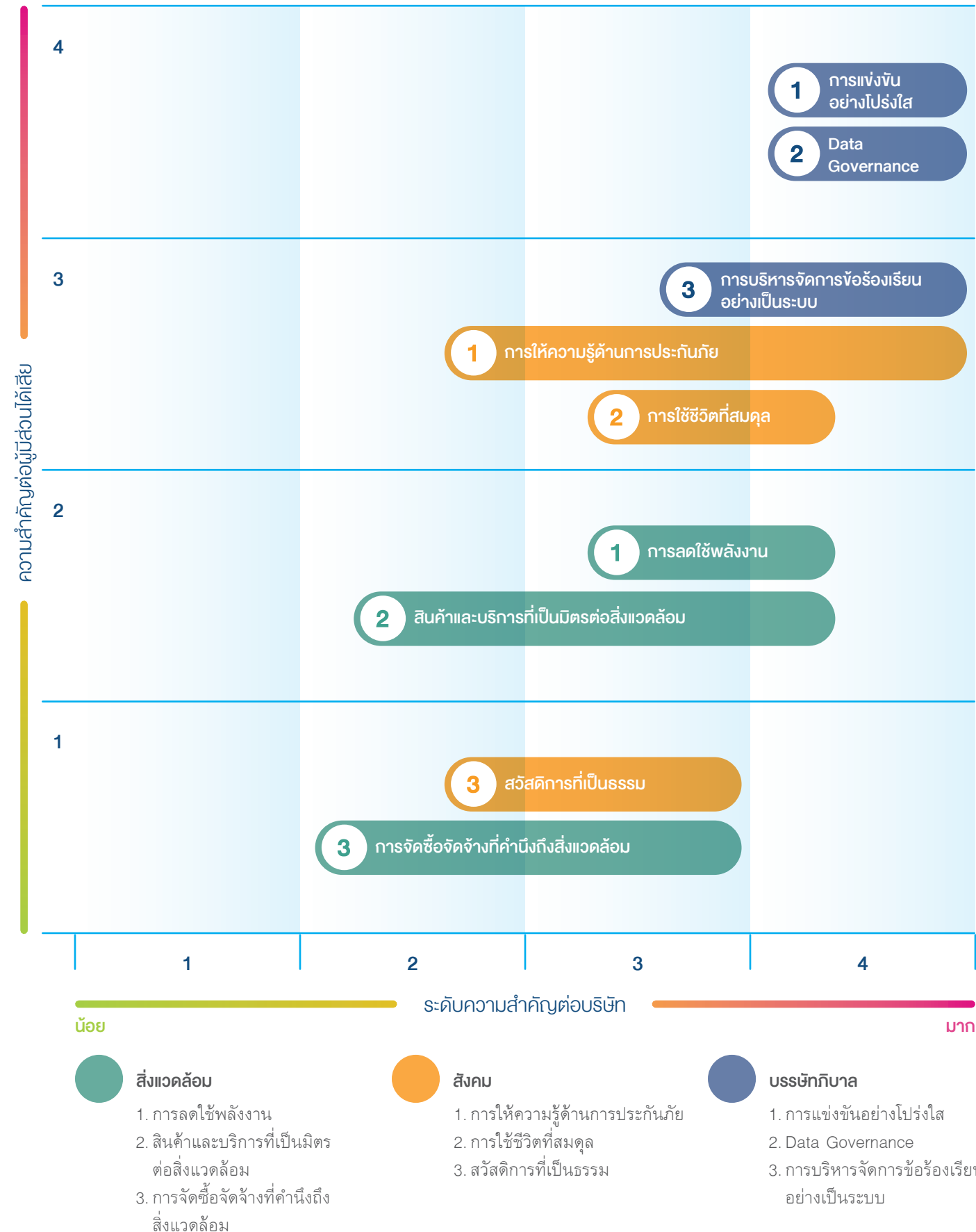
##### 3. การทบทวนความครบถ้วนถูกต้อง (Validation)

บริษัทได้นำเสนอประเด็นความยั่งยืนต่อคณะผู้บริหารระดับสูงเพื่อพิจารณาและทวนสอบความครบถ้วนของประเด็น เพื่อให้ประเด็นความยั่งยืนที่ได้สอดคล้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจ ผลกระทบที่องค์กรก่อให้เกิดขึ้นจากกระบวนการทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน และสอดคล้องกับผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม คณะผู้บริหารระดับสูงมีมติกำหนดให้ประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญของบริษัท (Material Topics) ประจำปี 2567 มีจำนวนทั้งสิ้น 9 ประเด็น และได้นำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ

##### 4. การพัฒนารายงานอย่างต่อเนื่อง (Review)

บริษัทพิจารณาทบทวนข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลในรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนแบบบูรณาการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนรวบรวมและรับฟังความคิดเห็น และ/หรือข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียเพื่อปรับปรุงรายงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการกำหนดประเด็นสาระสำคัญของบริษัทตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในปี 2567 ทั้ง 3 ด้าน รวม 9 ข้อดังนี้



### การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม



บริษัทตระหนักดีว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk) เช่น ภัยธรรมชาติที่รุนแรงและบ่อยครั้งขึ้น อุณหภูมิที่สูงขึ้น และระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อทรัพย์สิน โครงสร้างพื้นฐาน และผลการดำเนินงานของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังตระหนักถึงความเสี่ยงในการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎเกณฑ์ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

เพื่อรับมือกับความท้าทายดังกล่าว บริษัทได้กำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ประกอบด้วยเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี ค.ศ. 2030 เร็วกว่าเป้าหมายของประเทศและเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี ค.ศ. 2065 สอดคล้องกับเป้าหมายของประเทศ

### นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน โดยมีการจัดทำนโยบายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน และมีการแต่งตั้งคณะผู้ตรวจประเมินการจัดการพลังงานภายในองค์กร รวมทั้งได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อร่วมขับเคลื่อนงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร การรณรงค์ช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้า น้ำประปา กระดาษ รวมถึงการลดและคัดแยกขยะ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมแก่พนักงานในองค์กร



นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม  
สังคมและธรรมาภิบาล



มาตรการและแนวทางปฏิบัติ  
ในการประหยัดพลังงานและลดการใช้ทรัพยากร



เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

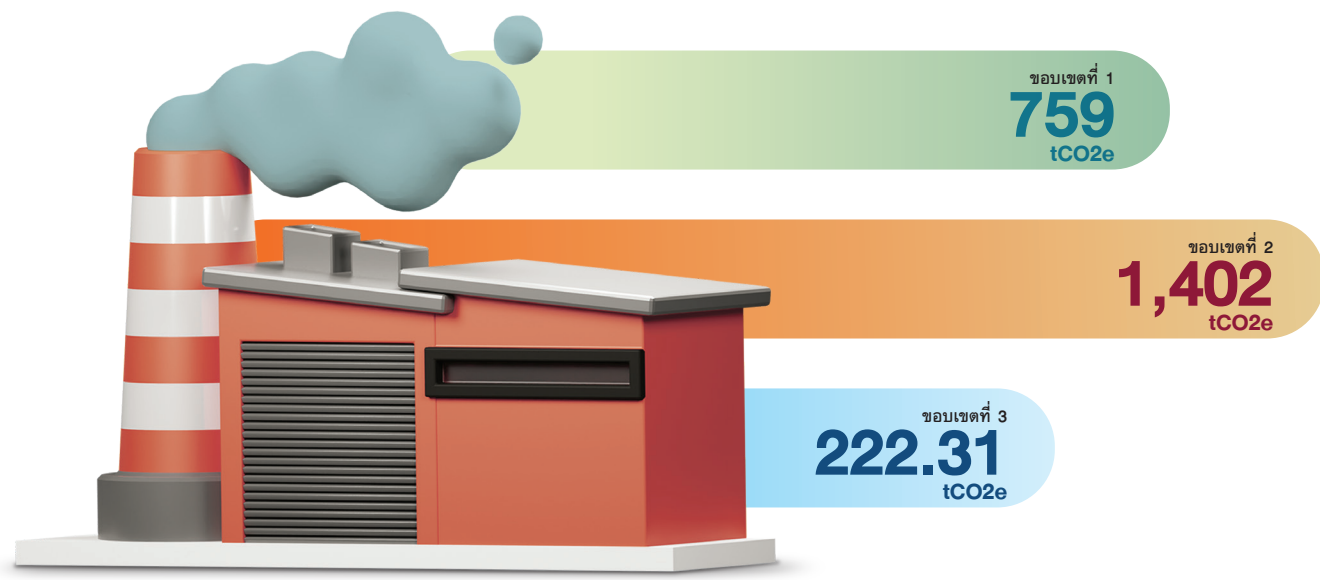
เป้าหมายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ประเด็นสำคัญ	เป้าหมายปี 2566-2568	ผลการดำเนินงานปี 2567
การลดใช้พลังงาน	ลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าของสำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขา ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	2,771,903 กิโลวัตต์ คิดเป็น 2,309.92 กิโลวัตต์ต่อคน ลดลงร้อยละ 0.43 จากปี 2566
การจัดการสภาพภูมิอากาศ	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	10,301 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็น 8.58 ลูกบาศก์เมตร ต่อคน ลดลงร้อยละ 12 จากปี 2566
การจัดการขยะ	มีจัดการขยะสู่การรีไซเคิล ไม่น้อยกว่า 500 กิโลกรัม ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	จัดการขยะรีไซเคิล จำนวน 4,146 กิโลกรัม *ข้อมูลปี 2566 ข้อมูลขยะไม่ครบทุกประเภทจึง ไม่สามารถเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละได้

แนวทางและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

การจัดการก๊าซเรือนกระจก

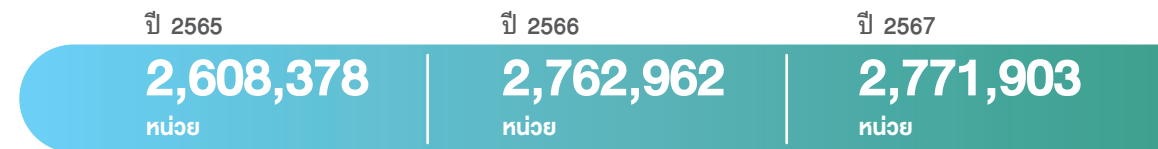
ในปี 2567 บริษัทมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ขอบเขต รวม 2,383.31 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ (tCO2e)



การจัดการพลังงานไฟฟ้า

บริษัทให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า เพื่อการประกอบกิจการและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งของการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปัจจุบัน บริษัทได้มีการออกประกาศมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการประหยัดพลังงานและลดการใช้ทรัพยากร ตามประกาศนโยบายอนุรักษ์พลังงาน

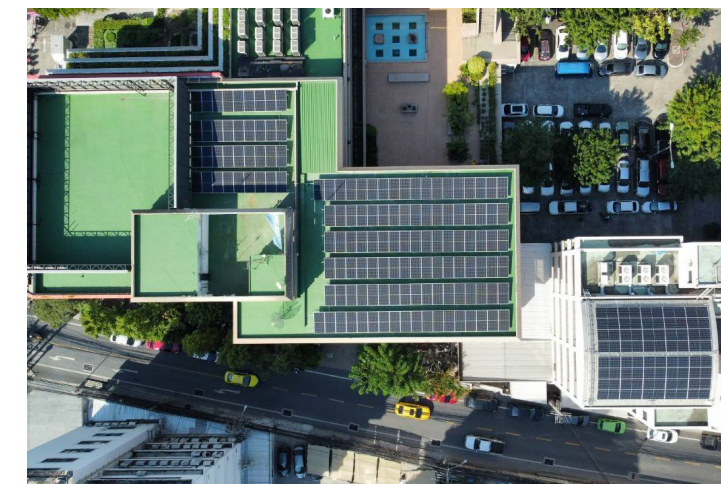
ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ไฟ



สนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก

1. **ติดตั้งโซลาร์ รูฟท็อป** ขนาด 20 กิโลวัตต์ บนอาคารสำนักงานของบริษัทโดยในปี 2567 สามารถประหยัดพลังงานได้ 18,307.09 กิโลวัตต์ ลดก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยได้คิดเป็น 9.15 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tonCO2eq)

นอกจากนี้ ได้ดำเนินโครงการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ที่อาคารสำนักงานใหญ่ ขนาด 81.20 กิโลวัตต์ โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการเชื่อมต่อ คาดการณ์หากเริ่มใช้งานจะสามารถประหยัดพลังงานไปได้ เป็นจำนวน 104,563.24 กิโลวัตต์ต่อปี เท่ากับลดค่าไฟฟ้าได้เป็นเงิน 575,097.82 บาท ลดก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยได้คิดเป็น 47.16 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tonCO2eq)







2. **ติดตั้งจุดเชื่อมต่อ EV Charger** บริษัทมีโครงการสถานีอัดประจุไฟฟ้าภายใต้ชื่อ EA Anywhere โดยทำสัญญากับบริษัท พลังงานมหานคร จำกัด เพื่อติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้า ตั้งแต่ปี 2564 เพื่อส่งเสริมและสนับสนุน การใช้รถยนต์ไฟฟ้า ทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง โดยในปี 2567 มีปริมาณการใช้ 21,131.99 กิโลวัตต์

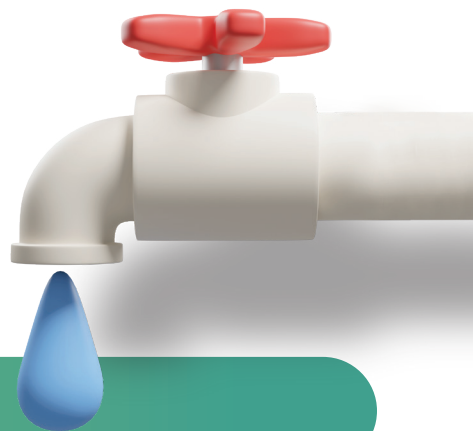


สัดส่วนของการใช้พลังงานทางเลือก EV Charger แทนน้ำมันเชื้อเพลิง

ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
365.60 กิโลวัตต์	2,808.19 กิโลวัตต์	11,341.51 กิโลวัตต์	21,131.99 กิโลวัตต์

**การบริหารจัดการน้ำ**

บริษัทมีการตรวจสอบจุดรั่วไหลของน้ำอย่างสม่ำเสมอ ได้มีการเปลี่ยน Float Valve น้ำเข้าบ่อพักน้ำดี เพื่อป้องกันน้ำไหลล้นบ่อพักน้ำ เป็นการประหยัดปริมาณน้ำที่จะล้นไปโดยสูญเปล่า รวมถึงการณรงค์ภายในองค์กรและประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ ของบริษัท ที่มีการใช้น้ำ เช่น ห้องน้ำ ห้องรับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งในปี 2567 สามารถลดการใช้น้ำประปาไปได้ 1,530 ลูกบาศก์เมตร/เดือน ช่วยลดก๊าซเรือนกระจกไปได้ 1,216.04 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO2eq)



**ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้น้ำประปา**

ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
12,182 หน่วย	11,096 หน่วย	11,831 หน่วย	10,301 หน่วย



บริษัทมีการจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ โดยบำบัดแบบเติมอากาศ มีการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอกเข้าตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อควบคุมและตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียให้อยู่ในเกณฑ์ที่ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่องกำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากอาคารก่อนการปล่อยออกสู่สาธารณะ

**การบริหารจัดการขยะและของเสีย**

ปัจจุบันปัญหาขยะในสำนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงานขององค์กร การจัดการขยะที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการลดปริมาณของเสีย และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า บริษัทจึงตั้งเป้าในการลดปริมาณขยะและของเสียต่าง ๆ และมีมาตรการในดำเนินงาน ภายใต้โครงการเมืองไทยไร้ขยะ โดยในปี 2567 ได้มีการเก็บข้อมูลปริมาณขยะให้ครบถ้วนมากขึ้น เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารจัดการได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนมากขึ้น และรณรงค์ให้พนักงานมีการลดการสร้างขยะ รวมทั้งคัดแยกขยะก่อนทิ้ง โดยได้มีการตั้งจุดแยกขยะให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกให้พนักงานมีส่วนร่วมได้อย่างสะดวกมากขึ้น

ปริมาณขยะ (หน่วย : กิโลกรัม)

ประเภทขยะ	ปี 2566	ปี 2567
กระดาษ	0	2,443
กล่องกระดาษลัง	0	1,404
พลาสติก	18	257
เศษเหล็ก	0	23
อลูมิเนียม	0.29	2
แก้ว	17.76	16
แบตเตอรี่เก่า	0	2
รวม	36.05	4,146

\* ข้อมูลปี 2566 ข้อมูลขยะไม่ครบทุกประเภท

**การบริหารจัดการกระดาษ**

เดือนตุลาคม 2565 บริษัทได้เริ่มใช้กระดาษรีไซเคิลที่ได้รับฉลากเขียว ฉลากที่มอบให้กับผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม และบริษัทมีนโยบายในการจัดการกระดาษ ด้วยแนวทางการลดปริมาณการพิมพ์เอกสาร โดยเปลี่ยนเป็นการจัดส่งเอกสารทางระบบออนไลน์ และการเก็บข้อมูลใน One Drive รวมถึงในกิจกรรมการตอบแบบประเมินต่าง ๆ ผนวกให้จัดทำผ่านระบบออนไลน์ หรือ QR Code

บริษัทให้บริการของบริษัททำลายข้อมูลกระดาษ และนำกระดาษเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี ลดการปล่อยของเสียจากกระบวนการทำลายกระดาษ นอกจากนี้ บริษัททำลายข้อมูลกระดาษยังได้นำกระดาษที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล มาผลิตเป็นกระดาษต่อ โดยปี 2567 บริษัทนำกระดาษเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลจำนวน 4,311 กิโลกรัม คิดเป็นสัดส่วนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 9,061.72 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO2eq)

นอกจากนี้ ปี 2567 บริษัทสามารถลดการใช้กระดาษได้จำนวน 1,235 รีม ลดลง 3% เมื่อเทียบกับปี 2566 ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 1,460.89 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO2eq)



**ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม**

ผลการดำเนินงาน	2564	2565	2566	2567
<b>การใช้ไฟฟ้าของบริษัท</b>				
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าของบริษัท (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	2,610,477.00	2,608,378.00	2,759,623.00	2,771,903.00
ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าของบริษัท (บาท)	10,485,479.49	11,916,063.13	14,009,614.79	12,841,318.03
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	-	-	105,344.37	164,457.17
สัดส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน	-	-	3.82%	5.93%
<b>การใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงของบริษัท</b>				
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงของบริษัท (บาท)	4,631,184.30	6,053,596.15	6,574,322.22	6,884,598.43
<b>การใช้น้ำประปาของบริษัท</b>				
ปริมาณการใช้น้ำประปาของบริษัท (ลูกบาศก์เมตร)	12,182	11,096	11,831	10,301
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำประปาของบริษัท (บาท)	301,231.78	263,363.91	282,199.01	303,885.99
<b>การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท</b>				
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 (tCO2e)	-	-	544.37	759.00
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 2 (tCO2e)	1,478.57	1,477.39	1,379.54	1,402.00
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 (tCO2e)	49.13	54.59	224.98	222.31
การใช้กระดาษในองค์กร (รีม)	27,500	30,520	41,150	39,915

**การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม**



**นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม**

บริษัทตระหนักถึงบทบาทความสำคัญในการจัดการด้านสังคมในการดำเนินธุรกิจ โดยมีแนวทางปฏิบัติด้านการดูแลพนักงานตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับของนโยบายการจ้างงาน และนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลพนักงาน ตลอดจนการสนับสนุนและส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพของพนักงานในองค์กรผ่านการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบการ รวมทั้งมีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และการแต่งตั้งคณะทำงานกิจกรรมเพื่อสังคม โดยในปี 2567 ได้มีการจัดทำนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ตลอดจนดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนา และร่วมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบด้าน ให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

**นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน**

**การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและการเคารพสิทธิมนุษยชน**

บริษัทตระหนักดีว่าการเคารพสิทธิมนุษยชนว่าเป็นความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเกี่ยวข้องกับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ อาทิ ตัวแทน หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานกำกับดูแล และชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของ ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนขึ้น เพื่อให้สอดคล้องตามหลักกฎหมายและมาตรฐานสากลที่สำคัญ อาทิ UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs) และแผนปฏิบัติการระดับชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของประเทศไทย (National Action Plan on Business and Human Rights: NAP) โดยบริษัทได้ปฏิบัติตามข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานและการปฏิบัติต่อพนักงานตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด เช่น การไม่ใช้แรงงานเด็ก การส่งเสริมสิทธิเด็ก รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชนได้ เช่น การไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเพศในการว่าจ้างพนักงาน โดยบริษัทจะพิจารณาที่ความสามารถและความเหมาะสมของผู้สมัครงานเป็นหลัก

อีกทั้ง บริษัทได้มีการออกนโยบายสิทธิมนุษยชนประกาศอย่างชัดเจน และกำหนดระเบียบวิธีการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อระบุนมาตรการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสียหายด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินงานของบริษัท ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า และได้มีการดำเนินการเพื่อป้องกันและบรรเทาความรุนแรงของผลกระทบในภาพรวมด้วย



นโยบายสิทธิมนุษยชน



**กระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD : Human Rights Due Diligence)**

ในปี 2567 บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีการดำเนินการติดตามตรวจสอบสิทธิมนุษยชนรอบด้าน ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดและบรรเทาผลกระทบเชิงลบต่อแรงงาน สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล ดังนั้น บริษัทจึงพิจารณาถึงมาตรการป้องกัน การหลีกเลี่ยง หรือการลดความสูญเสีย และการเยียวยาในกรณีที่มีความเสียหายเกิดขึ้น โดยอ้างอิงจากกระบวนการตรวจสอบสถานะด้านสิทธิมนุษยชนตามหลักการชี้แนะแห่งสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของ UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs) และแผนปฏิบัติการ ระดับชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของประเทศไทย (National Action Plan on Business and Human Rights: NAP) มีกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) 5 ขั้นตอน ดังนี้



**1. การประกาศนโยบายและหลักการของบริษัทว่าด้วยการเคารพสิทธิมนุษยชน**

บริษัท มุ่งมั่นที่จะเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกกลุ่มได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน อีกทั้ง มีการตระหนักถึงความสำคัญและ ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน จึงยึดมั่นและเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน และเป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจตามที่ระบุไว้ในกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับมาตรฐานทั้งระดับประเทศและระดับสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ซึ่งบริษัท ได้ประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน (Human Rights Policy) ซึ่งเคารพหลักสิทธิมนุษยชนไว้อย่างครอบคลุม โดยมีการกำหนดนิยามศัพท์ ขอบเขตการดำเนินการ นโยบายและแนวทางปฏิบัติอย่างครบถ้วน

**2. การประเมินผลกระทบที่ก่อกวนจริงหรือมีแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้น**

ในปี 2567 บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตจากการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่อาจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทตลอดห่วงโซ่อุปทาน

**2.1 การระบุความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน**

บริษัทระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

- พนักงาน หมายถึง ผู้บริหารและพนักงาน ทุกระดับชั้น ทุกตำแหน่ง ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ภายใต้สัญญาจ้างแรงงาน
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง ลูกค้า คู่ค้า คู่สัญญา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจขององค์กร

**หัวข้อ**

**รายละเอียด**



สิทธิพนักงาน

- การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน
- สภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การคุกคามและล่วงละเมิดทุกรูปแบบ



สิทธิลูกค้า

- สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า
- การเก็บรักษาและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ



สิทธิคู่ค้า/คู่สัญญา

- การจ้างงาน
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- จรรยาบรรณ
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ



สิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม

- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม จากการดำเนินการขององค์กร

## 2.2 การประเมินความเสี่ยง

บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง โดยใช้เครื่องมือการประเมินโอกาสเกิด (Likelihood: L) คือ ความเป็นไปได้หรือโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและผลกระทบ (Impact: I) คือ บัญญัติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วมีผลกระทบต่อบริษัท โดยมีรายละเอียดดังตาราง

ระดับ	เกณฑ์โอกาสเกิด	เกณฑ์ผลกระทบ
(1) ต่ำมาก	ไม่มีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกิดขึ้น	ไม่มีผู้เสียหายจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
(2) ต่ำ	มีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกิดขึ้น 1 ครั้งต่อปี แต่สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยได้	มีผู้ได้รับความเสียหาย 1 ราย
(3) ปานกลาง	มีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกิดขึ้น 2-3 ครั้งต่อปี แต่สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยได้	มีผู้ได้รับความเสียหาย 2-3 ราย
(4) สูง	มีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกิดขึ้น 2-3 ครั้งต่อปี และไม่สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยได้	มีผู้ได้รับความเสียหายมากกว่า 3 ราย และมีการเผยแพร่ข่าวเชิงลบผ่านสื่อต่าง ๆ
(5) สูงมาก	มีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกิดขึ้นมากกว่า 3 ครั้งต่อปี และไม่สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยได้	มีผู้ได้รับความเสียหายมากกว่า 3 ราย โดยมีการเผยแพร่ข่าวเชิงลบผ่านสื่อต่าง ๆ และบริษัท ถูกเรียกค่าเสียหายเป็นตัวเงิน

การประเมินผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดของแต่ละความเสี่ยง จะนำค่าคะแนนของทั้ง 2 รายการมาคูณกัน ก็จะได้ค่าคะแนนระดับความเสี่ยง (Risk Level) ซึ่งจะมีค่าคะแนนตั้งแต่ 1-25 จากนั้น นำค่าคะแนนระดับความเสี่ยงมาจัดวางลงบนแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบและโอกาสเกิดของความเสี่ยง

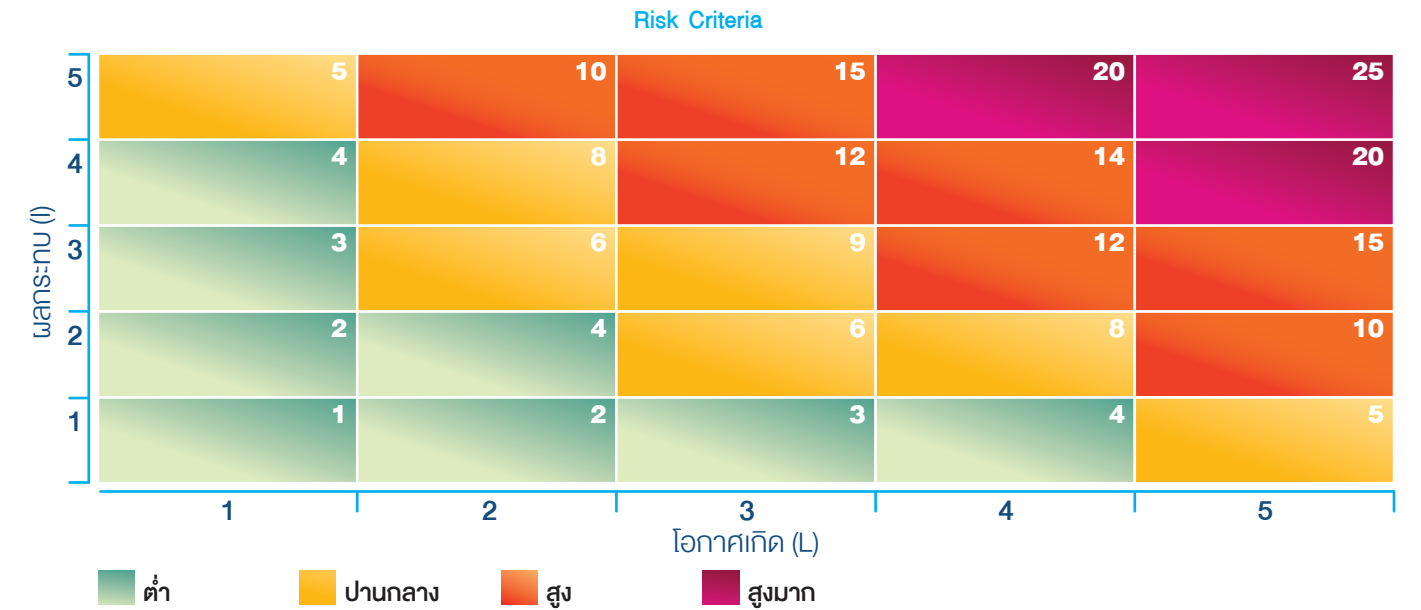
$$\text{Likelihood: (L) X Impact: (I) = Risk Level}$$

### ระดับความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 4 ระดับ

ค่าคะแนน	ระดับความเสี่ยง
20 - 25	สูงมาก
10 - 16	สูง
5 - 9	ปานกลาง
1 - 4	ต่ำ

จากการประเมินความเสี่ยงในเชิงผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดขึ้น เมื่อได้คะแนนระดับความเสี่ยง (Risk Level) ทำให้สามารถกำหนดระดับความเสี่ยงโดยใช้ "Risk Criteria" ซึ่งจะทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของความเสี่ยง ถ้าค่าความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง และสูงมาก และเป็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่จะต้องถูกนำมาพิจารณาบริหารความเสี่ยงต่อไป

## แผนผังประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทในปี 2567



## 2.3 ประเด็นความเสี่ยงและตัวชี้วัดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

### ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน



สิทธิพนักงาน

### ตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)

- จำนวนครั้งที่พนักงานร้องเรียนต่อศาลว่าบริษัทมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
- จำนวนครั้งของการเกิดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำงาน



สิทธิลูกค้า

- จำนวนเงินที่ถูกปรับจากการรั่วไหลของข้อมูลของลูกค้า
- จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับความปลอดภัยของลูกค้า



สิทธิคู่ค้า/คู่สัญญา

- จำนวนเงินที่ถูกปรับจากการรั่วไหลของข้อมูลของคู่ค้า
- จำนวนเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวกับความไม่เป็นธรรม
- จำนวนเงินที่ถูกปรับจากการละเมิดและไม่ปฏิบัติตามสัญญาหรือกฎหมายที่กำหนด



สิทธิชุมชน และสิ่งแวดล้อม

- จำนวนครั้งที่ถูกร้องเรียนจากการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
- จำนวนเงินที่ถูกปรับจากการละเมิด และไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

**3. การบูรณาการดำเนินการ**

เมื่อบริษัทระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และได้ผลการประเมินความเสี่ยงเรียบร้อยแล้ว บริษัทจะต้องหาแนวทางหรือมาตรการบรรเทาระดับความเสี่ยง เพื่อลดโอกาสเกิดความเสี่ยงของผลกระทบ และความเสี่ยงที่เหลืออยู่ (Residual Risk) ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัท มีการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว จะต้องมีการจัดทำแนวทางป้องกันหรือมาตรการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ดังตาราง

**การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและมาตรการในการควบคุม**

ประเด็นความเสี่ยง	แนวทางป้องกันหรือมาตรการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
<b>การปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกัน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัด</li> <li>กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ชัดเจนและเป็นธรรม</li> <li>สร้างวัฒนธรรมในการทำงานร่วมกัน เคารพ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน ไม่ว่าพนักงานผู้นั้นจะอยู่ในตำแหน่งใด</li> </ul>
<b>สภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้สิ้นนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมที่ดีในสถานที่ทำงาน</li> <li>ตรวจสอบสภาพสิ่งแวดล้อมในการทำงานเป็นประจำ เพื่อลดอุบัติเหตุหรือความเสียหายต่อพนักงาน</li> </ul>
<b>การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่อง PDPA และ Cyber Security</li> <li>กำหนดนโยบายเรื่อง PDPA สำหรับพนักงานเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ</li> </ul>
<b>การคุกคามและล่วงละเมิดทุกรูปแบบ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>แต่งกายให้เหมาะสม</li> <li>หลีกเลี่ยงการทำงานในที่ลับตาคนหรือทำงานสองต่อสอง</li> <li>สอดส่องดูแลและรายงานหากเกิดพฤติกรรมคุกคามหรือล่วงละเมิดทุกรูปแบบ</li> </ul>
<b>การดำเนินงานขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจด้วยความเคารพสิทธิมนุษยชนต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม</li> <li>กำหนดนโยบายหรือมาตรการในการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอย่างรู้คุณค่า และต้องไม่กระทบต่อแหล่งชุมชน</li> </ul>
<b>จรรยาบรรณในการดำเนินงานธุรกิจของคู่ค้าที่สำคัญ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความถูกต้อง ซื่อสัตย์สุจริต และโปร่งใส</li> <li>ไม่ใช่แรงงานเด็ก แรงงานทาสและการค้ามนุษย์</li> <li>จัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เพื่อป้องกันและลดอุบัติเหตุ</li> <li>ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>เคารพในสิทธิและความคิดเห็นของคนในชุมชนและสังคมโดยรวม</li> </ul>

**4. การติดตามและการรายงานผลการดำเนินงาน**

บริษัทมีการกำหนดให้มีกระบวนการทบทวน สอบทาน และติดตามผลการดำเนินงานเกี่ยวกับประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และตามตัวชี้วัดความเสี่ยงที่กำหนดไว้ โดยกำหนดให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในการรายงานผลการดำเนินงานให้กับคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะผู้บริหาร รวมถึงรายงานคณะกรรมการบริษัท และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัท ให้ความสำคัญกับด้านสิทธิมนุษยชน และมีแนวทางป้องกันหรือมาตรการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นระบบ

ในปี 2567 บริษัทดำเนินการตรวจสอบติดตามผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน และมีการสื่อสารให้ความรู้และอบรม พนักงานครอบคลุมในเรื่องสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันปัญหาที่มีความเสี่ยงต่อผลกระทบเชิงลบใน การดำเนินงาน และความสัมพันธ์ทางธุรกิจของบริษัท อย่างสม่ำเสมอ

บริษัทเปิดรับเรื่องร้องเรียนจากทุกช่องทาง เพื่อความสะดวกและช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ร้องเรียน โดยกำหนดให้ผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งภายในและภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนมายังบริษัท ได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้

- ทางไปรษณีย์ :** ฝ่ายตรวจสอบภายใน บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เลขที่ 252 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
- ทางโทรศัพท์ :** ส่วนบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน เบอร์โทรศัพท์ 022903299 , 026654000 , 022903333
- ทางอีเมล :** info@muangthaiinsurance.com
- ทางออนไลน์ :** www.muangthaiinsurance.com/th/contact-us (หัวข้อ ติดต่อเรา -> สอบถามข้อมูลอื่นๆ -> ร้องเรียน / แนะนำบริการ)

**5. การเยียวยาผลกระทบ**

บริษัทตระหนักว่ากิจกรรมทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดหรือมีส่วนก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อ การละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและดำเนินการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อวางแผนและกำหนดแนวทางแก้ไขและป้องกันปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงจะลดความเสี่ยงและการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน หรือมีส่วนร่วมในการแก้ไขผ่านกระบวนการที่ชอบธรรม โดยจัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแส สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่อาจได้รับผลกระทบหรือการละเมิดจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท ตามนโยบายการรับแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียน (Whistleblowing Policy) ที่กำหนดไว้ รวมถึงจัดให้มีกระบวนการบรรเทาผลกระทบที่เหมาะสมและเยียวยาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบที่เกิดจากหรือเกี่ยวเนื่องมาจากบริษัท

ดังนั้น หากผู้ใดพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายการละเมิดสิทธิมนุษยชน บริษัทจัดให้มีกระบวนการรับข้อร้องเรียน การตรวจสอบข้อเท็จจริง และมาตรการคุ้มครองปกป้องผู้แจ้งข้อมูลหรือให้เบาะแสด้านนโยบายการรับแจ้งเบาะแสข้อร้องเรียน (Whistleblowing Policy) ที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดให้มีบทลงโทษสำหรับผู้กระทำการละเมิดสิทธิมนุษยชน ดังนี้

- พนักงานจะต้องรับโทษทางวินัยตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัท
- บุคคลภายนอก ซึ่งทำให้บริษัทได้รับความเสียหาย บริษัทจะพิจารณาดำเนินคดีตามกฎหมาย

ทั้งนี้ บริษัท มีมาตรการเยียวยาแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น การขอโทษ การฟื้นฟู และการชดเชยที่เป็นตัวเงินและที่ไม่ใช่ตัวเงิน และ/หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับความเสียหายที่เกิดขึ้น

ในปี 2567 บริษัทไม่มีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิมนุษยชน  
ในองค์กร ไม่มีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่  
คุณค่า และไม่มีการเปิดเผยสิทธิมนุษยชน



ในปี 2567  
จำนวนข้อร้องเรียน  
เกี่ยวกับการเลือกปฏิบัติ

**0** เรื่อง



ในปี 2567  
จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการ  
ล่วงละเมิดทางเพศ

**0** เรื่อง



## เป้าหมายด้านสังคม

ประเด็นสำคัญ	เป้าหมายปี 2566-2568	ผลการดำเนินงาน
<b>การเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานเป็นธรรม</b>	ข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน เป็นศูนย์	0 ราย
<b>การดูแลและพัฒนาบุคลากร</b>	Engagement Score 70% ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงานเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อคนต่อปี	78% เฉลี่ย 12 ชั่วโมงต่อคนต่อปี (ปี 2566 เฉลี่ย 11 ชั่วโมงต่อคนต่อปี)
<b>ความปลอดภัยอาชีวอนามัย</b>	อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงาน เป็นศูนย์	0 ราย
<b>การบริการ</b>	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการอย่างน้อย 80%	91.62%
<b>กิจกรรมเพื่อสังคม</b>	ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมที่ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	<ul style="list-style-type: none"> <li>พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมด้านความยั่งยืน 500 คน</li> <li>มีผู้รับประโยชน์ในกิจกรรมความยั่งยืน 5,000 คน</li> <li>มีพันธมิตรร่วมดำเนินงาน 8 หน่วยงาน (หอการค้าไทย, บริษัท ไทย วี.พี. คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), มูลนิธิมาตามแป็ง, สโมสรฟุตบอล นครราชสีมา มาสด้า เอฟ.ซี., วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย, มูลนิธิผู้ปกครองเด็กออทิสติกส์, วัดจากแดง, MRT)</li> </ul>

## แนวทางการดำเนินงาน

## การดูแลและรักษาพนักงาน

## ความก้าวหน้าในการทำงาน

บริษัทสนับสนุนการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ โดยให้โอกาสทัดเทียมกันในการว่าจ้าง การแต่งตั้ง การโยกย้าย โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสมกับลักษณะงาน ด้วยคุณธรรม ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลหนึ่ง บุคคลใด อันเนื่องจากเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ อายุ สถานภาพความทุพพลภาพ หรือสถานะอื่นใดที่มีเกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้โอกาสความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่อย่างเหมาะสมยุติธรรมโดยไม่เลือกปฏิบัติ โดยพิจารณาตามผลประเมินการปฏิบัติงาน ผลสำเร็จของงาน และศักยภาพของพนักงาน โดยมีตัวชี้วัด KPI และ Competency ที่ชัดเจน พร้อมทั้งส่งเสริมพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถของพนักงานให้มีความก้าวหน้าในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งผู้บริหารและพนักงานทุกคนจัดว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ โดยบริษัท มีนโยบายและแนวปฏิบัติ ต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมที่ครอบคลุมในเรื่องการจ้างงาน การเลิกจ้าง การจ่ายค่าตอบแทนและจัดให้สวัสดิการด้านต่าง ๆ การพัฒนาพนักงานโดยมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง การดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและค่านึงถึง ความปลอดภัยในการทำงาน และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของพนักงาน

## การกำหนดและบริหารค่าตอบแทน

บริษัทกำหนดจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้บริหารและพนักงานอย่างเป็นธรรม เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงาน ตามนโยบายการบริหารค่าตอบแทน โดยบริษัท กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร และพนักงาน ปีละ 2 ครั้ง โดยใช้ KPI เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในงาน เมื่อครบรอบการดำเนินธุรกิจของบริษัท เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน และเดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม โดยใช้ KPI เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในงาน เพื่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการประเมินด้านความรู้ ทักษะ พฤติกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน และการให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคมควบคู่กันไป โดยผลคะแนนการประเมินมีผลต่อการได้รับผลตอบแทน และความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเป็นธรรมตามความรู้ความสามารถ ซึ่งหัวหน้างานจะมีการนำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพที่เหมาะสมกับพนักงานแต่ละคน โดยในปี 2567 บริษัทจ่ายค่าตอบแทน ให้แก่พนักงานเป็นจำนวน 1,044,705,376.89 บาท ซึ่งสัดส่วนค่าตอบแทนพนักงานหญิง 807 ต่อ พนักงานชาย 572 ไม่รวมผู้บริหารระดับสูง

## การจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่พนักงาน

**ด้านสุขภาพ** บริษัทมีความใส่ใจสุขภาพพนักงาน ด้วยการจัดทีมที่ปรึกษาด้านสุขภาพกรณีที่มาปฏิบัติงานและมีอาการป่วย นอกจากนี้บริษัทจัดให้พนักงานได้รับประกันสุขภาพ ซึ่งพนักงานจะได้รับสิทธิในการรักษา ทั้งสิทธิผู้ป่วยนอก และผู้ป่วยใน ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล เมื่อยามที่พนักงานประสบอุบัติเหตุโดยไม่คาดคิด นอกจากนี้ ยังครอบคลุมถึงค่ารักษาทันตกรรม สิทธิค่ารักษาพยาบาล 6 โรค ร้ายแรง ได้แก่ โรคมะเร็งและเนื้องอก โรคหัวใจ โรคสมอง โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคไวรัสตับอักเสบบีชนิดรุนแรง ซึ่งสิทธิดังกล่าวนี้ เป็นสิทธิที่นอกเหนือจากสิทธิประกันสังคมที่พนักงานพึงได้อยู่แล้ว นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคประจำปี เช่น ไข้หวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์ ซึ่งปี 2567 มีผู้บริหาร พนักงาน เข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ จำนวน 601 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2566 คิดเป็นร้อยละ 2.74 รวมถึงการจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีสำหรับพนักงาน ซึ่งปี 2567 มีผู้บริหาร และพนักงาน เข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี รวมทั้งสิ้น 1,140 คน คิดเป็นร้อยละ 82.67 เพื่อให้พนักงานสามารถประเมินสภาพร่างกายและเตรียมความพร้อมในการดูแลสุขภาพให้ห่างไกลจากโรคตั้งแต่ระยะแรกเริ่ม ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วย ลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลในอนาคต และยกระดับคุณภาพชีวิตในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทได้เปิดโอกาสให้พนักงานสามารถนำครอบครัวเข้ารับบริการฉีดวัคซีนและตรวจสุขภาพประจำปีได้ในอัตราพิเศษ นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพและการป้องกันโรคระบาด ตลอดจนสนับสนุนให้พนักงานมีวิถีชีวิตที่แข็งแรงและกระตือรือร้นผ่านกิจกรรมออกกำลังกาย เช่น การจัดตั้งชมรมกีฬา อาทิ ชมรมฟุตบอล และชมรมแบดมินตัน รวมถึงการจัดการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีและความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน โดยบริษัทให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง อาทิ เครื่องแต่งกายกีฬา ค่าสนามฝึกซ้อม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จำเป็นในการแข่งขัน

**ด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน** บริษัทให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงสภาพแวดล้อม ในการทำงานของพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหาร พนักงาน โดยมุ่งมั่นที่จะลดการเกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานให้เป็นศูนย์ มีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับแผนงานด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงาน มีสุขอนามัยในการทำงานที่ดี เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานที่เหมาะสม โดยในปี 2567 บริษัทจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมด้านความปลอดภัย เช่น การอบรมดับเพลิงขั้นต้น และการซ้อมอพยพหนีไฟ การอบรมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

**ด้านการออม** บริษัทจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้กับพนักงาน โดยพนักงานสะสมเงินส่วนหนึ่ง บริษัทสมทบให้อีกส่วนหนึ่ง ซึ่งปี 2567 ทางบริษัทร่วมกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย โดยผู้จัดการกองทุนที่ดูแลเรื่องกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ให้เกียรติบรรยาย สรุปภาวะเศรษฐกิจการลงทุนและแนวโน้มการลงทุนในปี 2567 รวมถึงผลการดำเนินงานกองทุน และสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่พนักงานพึงได้จากการเป็นสมาชิกกองทุนฯ เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญ และเป็นการส่งเสริมการออมเงินให้พนักงาน โดยในปี 2567 มีพนักงานที่เข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 1,191 คน จากจำนวนพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วมทั้งหมด จำนวน 1,379 คน คิดเป็นร้อยละ 86.37

**ด้านเวลาการปฏิบัติงาน** บริษัทมีนโยบายสวัสดิการทางเลือก เปิดให้พนักงานได้เลือกเวลาเข้างาน ที่เหมาะสมกับตนเอง เนื่องจากพนักงานบางคนอาจมีเหตุจำเป็นที่ทำให้ไม่สามารถมาเข้างานตามเวลาที่บริษัทกำหนด รวมถึงตอบโจทย์ในการจัดทำแบบสำรวจ Employee Engagement Survey ในเรื่อง Work Life Balance โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง

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

ซึ่งการให้พนักงานได้เลือกเวลาเข้างาน ตามความเหมาะสมของตัวเอง จะทำให้พนักงานสามารถบริหารจัดการการดำเนิน ชีวิตส่วนตัวได้อย่างดี ไม่ต้องกดดันกับระยะเวลาเร่งรีบของตัวเองเมื่อต้องเดินทางมาทำงาน ส่งผลให้พนักงานมีจิตใจที่สดใส พร้อมทั้งจะเริ่มต้นทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งหมดนี้ บริษัท ตระหนักดีว่า หากพนักงานมีสุขภาพกายและสุขภาพใจที่ดี รู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานร่วมกับบริษัทแล้ว จะทำให้พนักงานสามารถทำหน้าที่ของตัวเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้การดำเนินงานในภาพรวม เป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทได้วางไว้





เข้ามามีบทบาทในระบบการทำงานมากขึ้น แต่ก็ยังเป็นเพียงเครื่องมือ ที่ยังต้องผ่านการบริหารโดยบุคคล ดังนั้น การรักษาคณะทำงานที่เชี่ยวชาญให้อยู่กับองค์กรนานที่สุด เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ และมุ่งมั่นที่จะดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ที่พร้อมสนับสนุน ผลักดันให้พนักงานเกิดการพัฒนาระบบการทำงาน ผ่านนวัตกรรมใหม่ ๆ การจัดสรรสวัสดิการและประโยชน์ตอบแทนอื่น ๆ ที่ตอบโจทย์กับสถานการณ์ปัจจุบัน การส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาตนเองของพนักงาน ให้มีความรู้ทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมทำงานที่ดี เพื่อเสริมสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กรให้เกิดแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

**การเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าถึงผลิตภัณฑ์ขององค์กร**

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการพัฒนาและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ กลยุทธ์องค์กร จึงมีการออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยประเภทต่าง ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาด และตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย นอกจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ผู้บริโภครับรู้แล้ว บริษัทยังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการสื่อสารและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อพนักงานสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัท ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในบริษัทในทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง

**การมีส่วนร่วมของพนักงาน**

ในปี 2567 บริษัทได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานตลอดทั้งปี อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังนำข้อมูลในการจัดทำแบบสำรวจ Employee Engagement Survey มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงาน และออกแบบการจัดกิจกรรมสำหรับพนักงาน อาทิ กิจกรรม MTI New Year Party กิจกรรมส่งเสริมการแข่งขันกีฬาทั้งภายในและภายนอกบริษัท

- การส่งเสริมด้านจิตอาสาของพนักงานอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี
- การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงาน รวมถึงการร้องเรียนผ่านทุกช่องทาง อาทิ เว็บไซต์ภายในบริษัท Line@ Facebook ได้ทุก ๆ เรื่อง

**การวางแผนด้านทรัพยากรบุคคล**

บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการเจริญเติบโตขององค์กรขึ้นอยู่กับพนักงานที่มีคุณภาพ บริษัทมีการสรรหาว่าจ้างพนักงานโดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ผ่านการสัมภาษณ์ และคัดเลือกคุณสมบัติที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อให้ได้พนักงานที่มีความสามารถ และทักษะที่เหมาะสมกับความต้องการขององค์กรในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมและภารกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**การสร้างความผูกพันภายในองค์กร**

บริษัทจัดให้มีการสำรวจความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Engagement Survey) เป็นประจำทุกปี ในช่องทาง Microsoft 365 เพื่อเปิดโอกาสและเป็นช่องทางการเข้าถึงและสื่อสารกับพนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจและค้นหาประเด็นที่ต้องปรับปรุงพัฒนาต่อไป โดยในปี 2567 ได้มีการกำหนดเป้าหมาย Engagement Score อยู่ที่ 70% ซึ่งสรุปผลการดำเนินงานที่ได้อยู่ที่ 78%

โดยบริษัทตระหนักดีว่าทรัพยากรบุคคลถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ไปสู่เส้นชัยแห่งความสำเร็จ การมีพนักงานที่มีประสิทธิภาพย่อมช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีศักยภาพ อย่างไรก็ตามแม้เทคโนโลยี หรือ Artificial Intelligence (AI) จะ

**ประกาศ**  
สมาชิกฟ้าเตรียมเฮ  
ประกันอุบัติเหตุเอาใจเหล่า Sports Fan มาแล้วว้าว !!!!  
เริ่มขายได้ตั้งแต่วันที่ 18 พฤศจิกายน 2567 เป็นต้นไป

**ประกาศ** ปันกำไรโชคคุณธรรมและสื่อประชาสัมพันธ์  
ประกันอุบัติเหตุ เมืองไทย Cats & Dogs Plus  
โดย ปันกำไรโชคคุณธรรม เมืองไทย Cats & Dogs Plus  
ใช้จากวันที่ 20 ธันวาคม 2567 เป็นต้นไป

Content Type	Campaign Code ใหม่	Campaign Code ใหม่
PET	แคมเปญใหม่ : CDM01	แคมเปญใหม่ : CDM02
	แคมเปญใหม่ : CDM03	แคมเปญใหม่ : CDM04

**เตรียมพร้อมไว้ก่อนเสมอ เพราะ ไร้อุปสรรค มีกำไรไม่หมดเงิน**  
**ประกันภัยโรคร้ายแรง เมืองไทยสุโรคร้าย**  
เริ่มขายได้ ตั้งแต่วันที่ 24 มกราคม 2567 เป็นต้นไป

**มาพร้อมความคุ้มครองแบบ**  
**เจอ จ่าย จบ**  
พร้อมคุ้มครอง 4 โรคร้าย  
โรคมะเร็งทุกระยะ\*

**สิทธิพิเศษพนักงาน**  
**EMPLOYEE PRIVILEGE**

- พิเศษสำหรับพนักงาน MTI Staff
- พิเศษสำหรับพนักงาน MTI Staff HOME 01.65
- พิเศษสำหรับพนักงาน MTI Staff HOME 01.65
- พิเศษสำหรับพนักงาน MTI Staff HOME 01.65

**การร่วมส่งเสริมอาชีพแก่ผู้พิการไทย**

ปี 2567 เมืองไทยประกันภัย ให้การสนับสนุนผู้พิการภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย โดยบริษัทใช้สิทธิทดแทนการจ้างงานผู้พิการ ตามมาตรา 35 ของพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ ด้วยการสนับสนุนการฝึกอบรมอาชีพเกษตรกรรม แก่ผู้พิการที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดจำนวน 8 คน และให้การสนับสนุนด้านอาชีพ แก่กลุ่มผู้ปกครองเด็กออทิสติกจำนวน 6 คน ซึ่งการดำเนินโครงการนี้ นอกจากเพื่อทดแทนการจ้างงานผู้พิการแล้ว บริษัทยังต้องการร่วมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้พิการไทย ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาต่อเนื่อง 10 ปี เมืองไทยประกันภัย ได้ร่วมกับบริษัทสมาชิกหอการค้าไทย มากกว่า 10 หน่วยงาน ร่วมกันจัดโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย โดยให้การฝึกอาชีพด้านเกษตรกรรมและเลี้ยงสัตว์ การฝึกอาชีพด้านงานฝีมือ และการสนับสนุนทุนในการประกอบอาชีพ แก่ผู้พิการในพื้นที่ต่างจังหวัด ในกรุงเทพฯ และสนับสนุนพนักงานขององค์กรที่มีญาติเป็นผู้พิการ เพื่อเป็นการส่งเสริมคนพิการอย่างยั่งยืน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมจำนวนผู้พิการที่ได้รับการสนับสนุนภายใต้โครงการฯ กว่า 500 คน และขยายพื้นที่การดำเนินโครงการไปกว่า 10 จังหวัดทั่วประเทศ ได้แก่ สระแก้ว ราชบุรี นครราชสีมา ลกลนคร อุตรธานี อุบลราชธานี เชียงใหม่ ศรีสะเกษ หนองบัวลำภู บุรีรัมย์ และอำนาจเจริญ

ข้อมูล	2565			2566			2567		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงาน ทั้งหมด (คน)	282	894	1,176	582	762	1,344	572	807	1,379
สัดส่วนของพนักงาน จำแนกตามเพศ (ร้อยละ)	23.98%	76.02%	100%	43.30%	56.70%	100%	41.55%	58.45%	100%
<b>จำนวนพนักงานจำแนกตามช่วงอายุ (คน)</b>									
อายุน้อยกว่า 30 ปี	46	55	101	64	157	221	51	139	190
อายุ 30 - 50 ปี	164	629	793	422	524	946	411	570	981
อายุมากกว่า 50 ปี	72	210	282	96	81	177	110	98	208
<b>จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับตำแหน่ง (คน)</b>									
ผู้บริหารระดับสูง	6	7	13	7	4	11	5	5	10
ระดับบริหาร	61	102	163	126	188	314	132	210	342
ระดับปฏิบัติการ	215	785	1,000	449	570	1,019	435	592	1,027
<b>จำนวนพนักงานแยกตามพื้นที่ทำงาน (คน)</b>									
สำนักงานใหญ่	229	540	769	478	681	1,159	446	730	1,176
สาขา	53	354	407	104	81	185	127	76	203
<b>จำนวนพนักงานแยกตามสัญชาติ (คน)</b>									
ไทย	278	894	1,172	582	762	1,344	572	807	1,379
ต่างชาติ	4	-	4	-	-	-	-	-	-
จำนวนพนักงานผู้พิการ และ/หรือผู้สูงอายุ	4	1	5	-	-	-	7	12	19
<b>จำนวนพนักงานแยกตามประเภทสัญญาจ้าง</b>									
พนักงานประจำ	272	879	1,151	577	751	1,328	566	785	1,351
พนักงานชั่วคราว	10	15	25	5	11	16	7	21	28

**พนักงานจำแนกตามภาค**

ภาค	รวม (คน)	ชาย (คน)	หญิง (คน)
• กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	1,190	466	724
• ภาคเหนือ	12	5	7
• ภาคกลาง	40	20	20
• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	42	25	17
• ภาคใต้	58	35	23
• ภาคตะวันออก	27	15	12
• ภาคตะวันตก	10	6	4

ในปี 2567 มีพนักงานลาออกจากงานโดยสมัครใจ จำนวน 140 คน คิดเป็นอัตราการลาออกของพนักงาน (Turnover Rate) 10.15% (ปี 2566 มีอัตราการลาออก คิดเป็นร้อยละ 15.18%)

สัดส่วนพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ชาย (คน)	หญิง (คน)
จำนวนพนักงานลาออก	140	10.45%	50	90
<b>แบ่งตามระดับ</b>				
ผู้บริหารระดับสูง	2	1.43%	2	0
ระดับบริหาร	21	15%	9	12
ระดับปฏิบัติการ	111	79.29%	36	75
พนักงานสัญญาจ้าง	6	4.29%	3	3
<b>แบ่งตามช่วงอายุงาน</b>				
อายุงาน 5 ปี ขึ้นไป	36	25.71%	14	22
อายุงาน 3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี	13	9.29%	5	8
อายุงาน 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	35	25%	11	24
อายุงาน น้อยกว่า 1 ปี	56	40%	20	36

สรุปภาพรวมในปี 2567 จำนวนพนักงานชายที่ลาออกโดยความสมัครใจเพศชาย 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และจำนวนพนักงานหญิงที่ลาออกโดยความสมัครใจเพศหญิง 90 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และในปี 2567 ไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานที่มีนัยสำคัญ

สรุปภาพรวมในปี 2567 บริษัทมีวันที่ปฏิบัติงานรวม 262 วัน เป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์ตามประกาศ 18 วัน เหลือวันทำการบริษัททั้งหมด 244 วัน มีจำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของพนักงานทั้งหมด 2,418,022.15 ชั่วโมง (นับรวมชั่วโมงการทำงาน OT และหักจำนวนชั่วโมงการลาทั้งหมดในปี 2567) รวมทั้งจำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บ/อุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน 0 ครั้ง และจำนวนรวมพนักงานบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ของจำนวนพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป และจำนวนพนักงานเสียชีวิตเป็น 0 คน



**การพัฒนาศักยภาพพนักงาน**

**การพัฒนาทักษะการทำงานต่อเนื่อง** ซึ่งในปี 2567 บริษัทได้ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความพร้อมของทักษะในด้านต่าง ๆ ทั้งการ Upskill Reskill ในส่วนของ Functional Competency และ Leadership Competency ผ่านรูปแบบการพัฒนาที่หลากหลาย อาทิ Classroom, Workshop, Online Training, E-learning และ Project Assignment เป็นต้น ซึ่งพนักงานทุกคนสามารถพัฒนาตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยแนวคิด Learn Anytime Anywhere ผ่าน Digital Platform “MTI Learn D” ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ให้พนักงานทุกระดับพัฒนาการทำงานได้อย่างไร้ขีดจำกัด และเป็น Knowledge Hub ที่รวบรวมความรู้ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Knowledge Sharing, Podcast และ Book Briefing เป็นต้น ด้วยความมุ่งมั่นพัฒนาให้พนักงานเติบโตไปพร้อม ๆ กับบริษัท



**การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานใหม่** ให้สามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานและวัฒนธรรมองค์กร เมืองไทยประกันภัยได้จัดหลักสูตร Orientation Program ให้กับพนักงานเข้าใหม่ทุกคนได้ทราบถึงสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ การใช้งานระบบต่าง ๆ ค่านิยมองค์กรนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสำหรับระบบสารสนเทศ กฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน กฎหมายป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนการก่อการร้าย นโยบายต่อต้านคอร์รัปชั่น จริยธรรมทางธุรกิจและการทำงาน

**การจัดหลักสูตรที่จำเป็นกับการปฏิบัติงาน** ซึ่งในปี 2567 บริษัทได้เน้นการเรียนรู้และพัฒนาทักษะเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานและการบริการลูกค้า เช่น เทคนิควิธีการพิสูจน์ความผิดฐานฉ้อฉลประกันภัย และมาตรฐานการสำรวจภัย สำหรับฝ่ายสำรวจภัย หลักสูตรความรู้และผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์, หลักสูตร Carrier Liability สำหรับฝ่ายขาย, หลักสูตร The 6 Critical Practical Practices for Leading a Team, หลักสูตร Show & Tell Effective Presentation และหลักสูตร Supervisory Skill สำหรับผู้บริหาร โดยในปี 2567 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเป็นจำนวน 4,556,948.77 บาท



นอกจากนี้ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่า เมืองไทยประกันภัย ได้รวบรวม จัดเก็บและใช้ข้อมูลลูกค้าอย่างปลอดภัย มิให้เกิดการละเมิดสิทธิ์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า บริษัทได้สร้างความรู้ ความเข้าใจในกฎหมาย PDPA ผ่านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และ จัดหลักสูตรทบทวนความรู้ PDPA ให้กับพนักงานทุกคนพร้อมทั้งทดสอบความรู้ทุกปี จำนวน 1 ครั้งต่อปี

**สร้างความตระหนักรู้และผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี** พนักงานทุกคนต้องผ่านหลักสูตร Cyber Security Awareness (Phishing E-mail & Ransomware) เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ และเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการปกป้องข้อมูลจากการหลอกลวงเพื่อเข้าถึงข้อมูล ทางอีเมลที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน อุปกรณ์ และบริการที่ใช้งาน ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่องค์กรและชื่อเสียงขององค์กรได้ โดยพนักงานทุกคนได้เรียนและทดสอบความรู้ จำนวน 1 ครั้งต่อปี และมีการการสื่อสารให้ความรู้เกี่ยวกับ “ภัยไซเบอร์” อย่างต่อเนื่อง

**พัฒนาขีดความสามารถด้านดิจิทัล** เพื่อเตรียมพร้อมที่จะก้าวสู่ยุคดิจิทัล ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เรียนรู้การเขียนคำสั่ง และการพัฒนากระบวนการทำงาน ด้วย Robotic Process Automation (RPA) อย่างต่อเนื่อง ผ่านการทำ Workshop และนำไปทำพัฒนากระบวนการทำงานโดยใช้ RPA ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และลดเวลาการทำงาน และในปี 2567 บริษัทได้มีจัดอบรมหลักสูตร ออกแบบพรีเซนเทชันและกราฟิกง่าย ๆ ด้วยโปรแกรมแคนวา (CANVA Tutorial) เพื่อเพิ่มทักษะและประยุกต์ใช้ Digital tools ในการสร้างงานนำเสนอที่เหมาะสมกับธุรกิจหรือองค์กรให้แก่พนักงาน



**พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนขององค์กร (ภายใน)** ในปี 2567 บริษัทเข้าร่วมโครงการ ESG DNA กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทเข้าเรียนและทำแบบทดสอบ 2 หลักสูตร คือ ESG 101 หลักสูตรการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และ P01 หลักสูตรพื้นฐานด้วยความยั่งยืนของธุรกิจ ภายในระยะเวลา 1 ปี (สิ้นสุด ณ วันที่ 1 มีนาคม 2568) ตั้งเป้าหมายให้ผู้เข้าเรียนทั้งหมด ได้แก่ ผู้บริหารและพนักงานทุกท่านสอบผ่านการทำแบบทดสอบ 70% ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และได้รับประกาศนียบัตร ซึ่งปัจจุบันดำเนินการเรียบร้อยแล้ว ตลอดจนการพัฒนาพนักงานกลุ่ม Talents ผ่านการอบรมในหัวข้อ Sustainable Development Goals (SDGs) และ Workshop ESG Practices

นอกจากนี้ ในปี 2568 ได้กำหนดแผนให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนได้เรียนและทดสอบความรู้ ในหลักสูตร พื้นฐานกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน และหลักสูตรการจัดการขยะอย่างยั่งยืน โดยตั้งเป้าหมายไว้ที่ 80%





**วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร** เมืองไทยประกันภัย มีค่านิยมองค์กร MTI Core Value : CUPID ประกอบด้วย 1) Customer Driven 2) Unity 3) Professional 4) Integrity 5) Digital Driven โดยมุ่งหวังให้บุคลากรของเมืองไทยประกันภัยทุกคน มีแนวทางประพฤติปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้โลโก้แทน "คน MTI ใจ MTI" และในปี 2568 เมืองไทยประกันภัย จะมีการเปลี่ยนแปลงค่านิยมองค์กรจาก CUPID "คน MTI ใจ MTI" เป็น SERVICE - "คน MTI หัวใจบริการ" เพื่อตอบสนองความเป็นธุรกิจประกันวินาศภัยที่มุ่งเน้นการให้บริการเป็นหลัก

**การสนับสนุนสังคม**

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่ดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 90 ปี และเป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญและร่วมสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ในหลากหลายด้าน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เน้นสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างสังคมที่เป็นสุข "ยิ้มได้ เมื่อภัยมา"



**สรุปผลการฝึกอบรมและพัฒนา ปี 2567**

หลักสูตรการฝึกอบรม  
สำหรับพนักงานทั้งหมด



29

หลักสูตร

พนักงาน  
ที่ได้รับการฝึกอบรม



1,379

คน

จำนวนชั่วโมง  
การฝึกอบรมทั้งหมด



17,416

ชั่วโมง

จำนวนชั่วโมง  
การฝึกอบรมเฉลี่ย



12

ชั่วโมง / คน / ปี

สรุปจำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรม 100%

**ด้านงานอาสา**

- ME Share เชิญชวนพนักงานร่วมมอบของเล่นสภากาแฟแก่เยาวชนในสถานสงเคราะห์
- ME Share ร่วมกับทีม HR เชิญชวนพนักงานนำปฏิทินเก่า ไปมอบให้แก่ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอด จ.นนทบุรี
- อาสากล้าใหม่ กิจกรรม ปลูกต้นไม้ ให้ต้นไม้ดูแลเมือง ณ สวนบุญจกิตติ คลองเตย
- อาสากล้าใหม่ กิจกรรม Work Shop ทำหมวกมัดย้อม เพื่อส่งมอบให้กับผู้ป่วยมะเร็ง ของศูนย์สิริกิติ์บรมราชินีนาถเพื่อโรคมะเร็ง เต้านม
- อาสากล้าใหม่ นำเยาวชนจากโรงเรียนวัดคลองเตย เดินทางด้วยรถไฟฟ้า MRT ไปทัศนศึกษา ที่ศูนย์การเรียนรู้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย สำนักงานกลาง (EGAT Learning Center) อ.บางกรวย จ.นนทบุรี เพื่อให้เยาวชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของพลังงานไฟฟ้า
- อาสากล้าใหม่ พาน้อง ๆ ดาวน์ซินโดรม ทำกิจกรรมการเรียนรู้ที่ G Farm @ สามโคก จ.ปทุมธานี

**ด้านงานกีฬา**

- การแข่งขันฟุตบอลเยาวชน รายการเมืองไทย มาตาม คัพ ประจำปี 2566/67 และประจำปี 2567/68
- การจัดกิจกรรมฟุตบอลคลินิกแก่เยาวชนในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ สงขลา นครราชสีมา ขอนแก่น และลำพูน
- ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง มอบอุปกรณ์กีฬาแก่ 5 โรงเรียน ในพื้นที่คลองเตย

**ด้านงานสิ่งแวดล้อม**

- ร่วมกับ HR จัดกิจกรรมเมืองไทยไร้ขยะ
- จัดกิจกรรมเปลี่ยนขวดใสเป็นไตรจีวร เชิญชวนให้พนักงานนำขวดพลาสติกใสมาบริจาค เพื่อนำไปส่งต่อแก่วัดจากแดง จ.สมุทรปราการ สำหรับนำไปรีไซเคิล และทอเป็นผ้าจีวร เพื่อมอบให้พระภิกษุสงฆ์ จำนวน 1,500 ขวด สำหรับทำผ้าจีวรจำนวน 92 ผืน ในวาระ 92 ปี เมืองไทยประกันภัย
- ร่วมออกบูธตลาดนัดขยะรีไซเคิล ณ วัดจากแดง จ.สมุทรปราการ
- ร่วมกับ บริษัท ไทย วี.พี. คอร์ปอเรชั่น จำกัด ทำกิจกรรมปลูกป่า ในโครงการสร้างสวนป่าคลองสามวา





การจัดการด้านมิติเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล



บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงมิติเศรษฐกิจและธรรมาภิบาลควบคู่กัน เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินและการเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมสร้างคุณค่าร่วมแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยยึดหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัท มีโครงสร้างคณะกรรมการและผู้บริหารที่หลากหลายและเป็นอิสระ มีการกำหนดจรรยาบรรณธุรกิจและจรรยาบรรณคู่ค้า ตลอดจนเสริมสร้างกระบวนการตรวจสอบและควบคุมภายในที่เข้มแข็ง เพื่อป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันและให้การดำเนินงานเป็นไปตามกฎหมาย และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีการบริหารความเสี่ยง และบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้ครอบคลุมและทันสมัย เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างผลตอบแทนในระยะยาว พร้อมกันนี้ ยังปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและใช้มาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อปกป้องข้อมูลของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง

เป้าหมาย

ประเด็นสำคัญ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานปี 2567
ความปลอดภัยทางด้านข้อมูล และการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล	การประเมินความเสี่ยงพหุของระบบการควบคุมภายใน 100%	100%
บรรษัทภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	ข้อร้องเรียนเรื่องการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล เป็นศูนย์	0 ราย
	ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ในระดับดีมาก	ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ในระดับดีเลิศ
	เป็นแนวร่วมภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	ได้รับรองเป็นแนวร่วมภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ครั้งที่ 4 (ต่ออายุครั้งที่ 3/2567)
	จำนวนกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ เป็นศูนย์	ไม่มีกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ

แนวทางการดำเนินการ

บริษัทเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะยกระดับผลการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างยั่งยืน และเป็นหัวใจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่สำคัญสูงสุด แนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจะช่วยให้ มั่นใจได้ว่า ทุกการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะเป็นไปอย่างโปร่งใส มีจรรยาบรรณ และสอดคล้องตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ในปี 2567 บริษัททบทวนและปฏิบัติตามนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้เป็นปัจจุบันและครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญ ประกอบด้วย



ด้านการแพทย์และการสาธารณสุข

- ร่วมกับหอการค้าไทย จัดกิจกรรมรวมพลังบริจาคโลหิต เพื่อต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์
- ร่วมกับหอการค้าไทย จัดกิจกรรมฝึกอบรมการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน (CPR)

ด้านการช่วยเหลือภัยพิบัติ

- ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง ลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมที่จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ หนองคาย และพะเยา
- ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง ลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบอัคคีภัย ชุมชนตรอกโพธิ์เยาวราช กรุงเทพฯ

กิจกรรมอื่น ๆ

- จัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านการประกันภัยแก่ประชาชนผู้มีรายได้น้อยในชุมชนคลองเตย ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการทำประกัน และมีความรู้ในการเลือกประกันภัยที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเอง



### 1. จริยธรรมทางธุรกิจ (Code Of Conduct)

บริษัทได้จัดทำและทบทวนจริยธรรมทางธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานได้ยึดมั่นในการปฏิบัติงาน จนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร (Core value) และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างซื่อสัตย์บนพื้นฐานการมีจริยธรรมซึ่งครอบคลุมถึงการดูแลผู้มีส่วนได้เสีย รายการระหว่างกัน การปฏิบัติตามกฎหมาย การดูแลทรัพย์สิน การดูแลการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยบริษัทได้อบรมจริยธรรมทางธุรกิจให้พนักงานรับทราบ ทั้งนี้ บริษัท กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานต้องถือปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจอย่างเคร่งครัด การละเลยหรือฝ่าฝืนใดๆ จะได้รับการลงโทษทางวินัย และ/หรือ กฎหมายแล้วแต่กรณี และในกรณีพบเห็นการปฏิบัติที่อาจขัดต่อจริยธรรมทางธุรกิจ ให้พนักงานรายงานแก่ผู้บังคับบัญชาหรือฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือฝ่ายกำกับและส่งเสริมบรรษัทภิบาล หรือฝ่ายตรวจสอบภายใน แล้วแต่กรณี ผ่านช่องทางการร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสที่บริษัทจัดให้มีขึ้น โดยบริษัทได้เปิดเผยจริยธรรมทางธุรกิจที่เว็บไซต์บริษัท <https://www.muangthaiinsurance.com/th/investor-relation> ปรากฏอยู่ในหัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”

#### กระบวนการติดตามการปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทในการกำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันภายในองค์กรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ฯลฯ โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้น โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องด้านบรรษัทภิบาล ดังนี้

1. กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันภายในองค์กรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยสอดคล้องกับกฎหมายและกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) หรือหน่วยงานกำกับดูแล และมาตรฐานสากล พร้อมทั้งนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและอนุมัติ
2. กำกับดูแลให้มีการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันภายในองค์กรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยเปรียบเทียบกับกฎหมาย กฎเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติของสากล พร้อมทั้งนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและอนุมัติ

นอกจากนี้ การติดตามการปฏิบัติตามการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ยังครอบคลุมถึงการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) และการรายงานผลเป็นประจำเพื่อชี้ให้เห็นแนวโน้มของปัญหาหรือการกระทำที่อาจละเมิดจริยธรรมธุรกิจ ตลอดจนการอบรมและสื่อสารข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ (Training & Communication) เพื่อให้พนักงานทุกระดับมีความเข้าใจและตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ บริษัท มีการประเมินผล ผ่านแบบสอบถามหรือการประเมินภายใน และนำผลมาวางแผนแก้ไขปรับปรุงต่อไป ขณะที่การปรับปรุงกระบวนการและการกำหนดบทลงโทษ (Corrective Actions & Disciplinary Measures) ที่ชัดเจนเป็นธรรม และสอดคล้องกับระดับความร้ายแรงของการกระทำผิด ก็จะช่วยรักษามาตรฐานจรรยาบรรณและป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดซ้ำอีกในอนาคต

#### แนวทางแก้ไขป้องกันไม่ให้เกิดการทำผิดจริยธรรมทางธุรกิจซ้ำ

1. **กำหนดนโยบายและมาตรฐานชัดเจน** กำหนดจริยธรรมทางธุรกิจในรูปแบบคู่มือหรือแนวปฏิบัติที่เข้าใจง่าย ให้พนักงานทุกระดับเข้าใจบทบาทและความรับผิดชอบได้อย่างชัดเจน
2. **อบรมและสื่อสารต่อเนื่อง** จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจเป็นประจำ พร้อมสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น อินทราเน็ต จดหมายข่าว หรือประชุมภายใน เพื่อให้ข้อมูลอัปเดตและย้ำความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ
3. **กำหนดกลไกรับข้อร้องเรียน** มีช่องทางการแจ้งเรื่องหรือเบาะแสที่เป็นความลับและปลอดภัย เพื่อให้พนักงานหรือบุคคลภายนอกสามารถรายงานพฤติกรรมที่อาจละเมิดจรรยาบรรณได้โดยไม่ต้องกังวล
4. **ตรวจสอบและติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ** มีระบบตรวจสอบภายใน (Internal Audit) และกำหนดตัวชี้วัด (KPI) เกี่ยวกับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ เพื่อระบุและแก้ไขจุดเสี่ยงได้ทันที่
5. **บทลงโทษที่เป็นธรรมและเหมาะสม** กำหนดระดับบทลงโทษตามความร้ายแรงของการกระทำผิด เมื่อเกิดการละเมิดให้ลงโทษอย่างเที่ยงตรง และเปิดเผยวิธีการจัดการต่อพนักงานอย่างเหมาะสม

6. **บันทึกบทเรียนและปรับปรุงกระบวนการ** หากเกิดการทำความผิดจรรยาบรรณ จะมีการประเมินสาเหตุเชิงลึก และบันทึกบทเรียนเพื่อปรับปรุงหรือเพิ่มเติมมาตรการป้องกันในอนาคต

7. **ปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในจรรยาบรรณ** ผู้บริหารต้องเป็นตัวอย่างที่ดี และสนับสนุนให้พนักงานทุกคนรับผิดชอบร่วมกันในการรักษามาตรฐานจริยธรรมขององค์กร

ทุกระบวนการดำเนินไปอย่างสม่ำเสมอและโปร่งใส ซึ่งจะช่วยป้องกันไม่ให้เกิดการทำผิดซ้ำและเสริมสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรในระยะยาว

### 2. นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Policy)

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Policy) ได้มีการอนุมัติปรับปรุงเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2567 โดยให้นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (Corporate Governance Code Policy หรือ CG Code) ซึ่งออกโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และประกาศ เรื่อง การกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทประกันวินาศภัย พ.ศ. 2562 ซึ่งออกโดย สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) รวมถึงหลักการใหม่ (New CGR) ซึ่งออกโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ที่มีการพัฒนาและปรับปรุงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท เพิ่มเติมได้ที่ <https://www.muangthaiinsurance.com/th/investor-relation> ปรากฏอยู่ในหัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”

### 3. นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct Policy)

นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct Policy) ได้มีการอนุมัติปรับปรุงเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567 เพื่อเป็นการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการออก และเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันวินาศภัย และการดำเนินการของตัวแทนประกันวินาศภัย นายหน้าประกันวินาศภัย และธนาคาร พ.ศ. 2563 และแนวปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการออกและเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันวินาศภัย และการดำเนินการของตัวแทนประกันวินาศภัย นายหน้าประกันวินาศภัย และธนาคาร พ.ศ. 2563 พ.ศ. 2565 โดยตระหนักถึงความสำคัญต่อการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดีและมีคุณภาพ โดยมีระบบงานที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพการขายกรมธรรม์ประกันภัยในทุกช่องทางการขาย มีการให้บริการอย่างเป็นธรรมทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การพัฒนาและออกกรมธรรม์ประกันภัย ตลอดจนการบริหารจัดการการดูแล ควบคุม ติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลในการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท เพิ่มเติมได้ที่ <https://www.muangthaiinsurance.com/th/investor-relation> ปรากฏอยู่ในหัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”

### 4. นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัท ให้ความสำคัญในเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ของบริษัท ได้กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งต้องปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนด้วยความโปร่งใส โดยห้ามกระทำการใด ๆ ที่เป็นการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการรับหรือให้สินบน ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดแก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง รวมถึงห้ามจ่ายสินบนเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ และการดำเนินการใด ๆ ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานทุกคน ต้องปฏิบัติตามด้วยความระมัดระวัง นอกจากนั้น บริษัท จัดให้มีกระบวนการประเมินและบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน และจัดทำมาตรการแนวทางการปฏิบัติในการควบคุมและกำกับดูแลเพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ มีการกำหนดแนวทางในการติดตามประเมินผล การปฏิบัติตามนโยบาย และแนวทางการปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น ทั้งนี้ สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันของบริษัท เพิ่มเติมได้ที่ <https://www.muangthaiinsurance.com/th/investor-relation> ปรากฏอยู่ในหัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”

ภายใต้นโยบายฉบับนี้ ส่งผลให้บริษัท ได้ผ่านการประเมินผลและการรับรองจากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption : CAC) ภายใต้การสนับสนุนของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors : IOD) เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2558 และล่าสุดเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2567 ได้ผ่านการรับรองการเป็นสมาชิกครั้งที่ 4 (ต่ออายุครั้งที่ 3) โดยการรับรองครั้งนี้มีอายุ 3 ปี (2567 - 2570)



บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงมิติเศรษฐกิจและธรรมาภิบาลควบคู่กัน เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินและการเติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมสร้างคุณค่าร่วมแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยยึดหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคม

5. นโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านการฉ้อฉล (Fraud Risk Management Policy)

บริษัท มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม จริยธรรมทางธุรกิจ และมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งการบริหารความเสี่ยงด้านการฉ้อฉลจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามความมุ่งมั่น และลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ เงินกองทุน ชื่อเสียง หรือการดำรงอยู่ ของบริษัท รวมถึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนที่มีต่อธุรกิจประกันภัย ดังนั้น บริษัท จึงได้จัดทำนโยบายฉบับนี้ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการดังนี้

1. ให้คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านการฉ้อฉล ป้องกันไม่ให้เกิดการฉ้อฉลทุกรูปแบบ (zero-tolerance) ซึ่งเป็นไปตามระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetites) ของบริษัท
2. กำหนดแนวทางปฏิบัติให้บริษัทสามารถยับยั้ง ป้องกัน ตรวจสอบ รายงาน จัดการ และเยียวยาความเสียหายจากการฉ้อฉล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ในกรณีที่มีความสงสัยหรือพบการกระทำ ที่เกี่ยวกับการฉ้อฉลทั้งภายใน และภายนอกของบริษัท)
3. กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงด้านการฉ้อฉลของบริษัท มีกรอบการดำเนินงาน กระบวนการ และขั้นตอนปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแลต่าง ๆ อาทิเช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย เป็นต้น
4. กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงด้านการฉ้อฉลเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการบริหารความเสี่ยงของบริษัท
5. กำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงด้านการฉ้อฉลที่ชัดเจน

6. จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)

จรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ได้มีการอนุมัติและจัดทำเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567 โดยที่บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจ และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) บรรษัทภิบาล (Governance) ที่ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลให้บริษัทและคู่ค้าเติบโตร่วมกันตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

7. นโยบายการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

นโยบายการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน (Insider Trading and Securities Trading of Directors, Executives and Employees Policy) ได้มีการอนุมัติปรับปรุงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2567 โดยบริษัท ได้มีการปรับปรุงนโยบายฉบับนี้ ในส่วนวิธีการยื่นและกำหนดระยะเวลาการยื่นรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์และสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ให้สอดคล้องกับประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ สจ.6/2567 เรื่อง การจัดทำรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ และสัญญาซื้อขายล่วงหน้าของกรรมการ ผู้บริหาร ผู้สอบบัญชี ผู้ทำแผน และผู้บริหารแผน ซึ่งประกาศ ณ วันที่ 5 มีนาคม 2567 ทั้งนี้ เพื่อความโปร่งใสและเป็นธรรมตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี

นโยบาย No Gift

นโยบายนี้เป็นส่วนหนึ่งของมาตรการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โดยการงดการรับของขวัญ (No Gift Policy) ในช่วงเทศกาลและในโอกาสอื่นใด โดยประกาศไปยังพนักงาน คู่ค้า และผู้เกี่ยวข้องภายนอกได้ทราบ โดยนโยบาย No Gift Policy เริ่มในปี 2562 เป็นปีแรก เพื่อตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัท ในการสร้างหลักธรรมาภิบาลที่ดี โดยในปี 2567 บริษัท ได้มีการรณรงค์และเผยแพร่การให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบาย No Gift Policy ผ่านสื่อทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยเป้าหมายการเปลี่ยนจาก “ของขวัญ” เป็น “คำอวยพร” ซึ่งผู้บริหารและพนักงาน ได้ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัท เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความโปร่งใส





### 8. นโยบายการรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing Policy)

คณะกรรมการบริษัท กำกับดูแลให้มีกระบวนการรับข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันในหลายช่องทาง รวมทั้งเปิดเผยช่องทางรับเรื่องร้องเรียนไว้ในเว็บไซต์ หรือรายงานประจำปีของบริษัท พร้อมทั้งเปิดรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน จากพันธมิตรและผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใส คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลยังให้มีการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลที่กระทำโดยเจตนาสุจริต โดยห้ามการเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามคำสั่งโดยชอบด้วยกฎหมาย ตามคำสั่งศาลหรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญต่อการให้บริการและการดูแลลูกค้า รวมถึงกรณีผู้ที่ไม่ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแจ้งปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนมายังบริษัทได้ โดยบริษัทมีหน่วยงานบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่ทำหน้าที่ตรวจสอบข้อเท็จจริง ประสานงานและบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนอย่างรวดเร็วถูกต้อง ตามหลักการและตรงตามวัตถุประสงค์ของการร้องเรียน ซึ่งนอกจากจะเป็นการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนแล้ว ยังเป็นการสื่อสาร ทำความเข้าใจกับผู้ร้องเรียนให้ได้รับทราบข้อเท็จจริงที่ถูกต้องอีกด้วย อันส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและภาคธุรกิจประจักษ์โดยรวมทั้งด้วย ในกรณีนี้ บริษัทเปิดรับเรื่องร้องเรียนจากทุกช่องทางเพื่อความสะดวกและช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ร้องเรียน โดยกำหนดให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนมายังบริษัท ได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้

- ทางไปรษณีย์ : ฝ่ายตรวจสอบภายใน  
บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เลขที่ 252 ถนนรัชดาภิเษก  
แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
- ทางโทรศัพท์ : ส่วนบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน  
เบอร์โทรศัพท์ 0 2290 3299, 0 2665 4000, 0 2290 3333
- ทางอีเมล : info@muangthaiinsurance.com
- ทางออนไลน์ : <https://www.muangthaiinsurance.com/th/home>  
(หัวข้อ ติดต่อเรา ร้องเรียน/แนะนำบริการ)

### กระบวนการดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนและมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแ

ภายหลังบริษัทได้รับเบาะแสหรือข้อร้องเรียน บริษัทจะดำเนินการรวบรวมข้อมูล ประมวลผล ตรวจสอบ และกำหนดมาตรการในการดำเนินการเพื่อบรรเทาความเสียหายให้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบ โดยคำนึงถึงความเดือดร้อนเสียหายโดยรวมทั้งหมด หลังจากนั้นผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องดังกล่าว มีหน้าที่ติดตามผลการดำเนินการและรายงานผลการดำเนินการดังกล่าวต่อ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริษัท แล้วแต่กรณี นอกจากนี้ บริษัทกำหนดให้มีมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน รวมถึงผู้ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยบริษัทจะไม่เปิดเผยชื่อ ที่อยู่ ภาพ หรือข้อมูลอื่นใดของผู้แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนและผู้ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง รวมไปถึงกำหนดมาตรการคุ้มครอง ในกรณีที่ผู้ยื่นเห็นว่าตนเองได้รับความไม่ปลอดภัยหรืออาจเกิดความเดือดร้อนเสียหาย โดยผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายจะได้รับการบรรเทาความเสียหายด้วยกระบวนการที่มีความเหมาะสมเป็นธรรม ทั้งนี้ ผู้บริหารหรือพนักงานที่บริษัทตรวจสอบแล้วพบว่ากระทำผิดจริยธรรมทางธุรกิจหรือนโยบายต่างๆ ของบริษัท เช่น การทุจริตคอร์รัปชัน ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา กระทำผิดด้านสิทธิมนุษยชน เป็นต้น บุคคลนั้นจะได้รับการพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบที่บริษัทกำหนด และ/หรือได้รับโทษทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

โดยในปี 2567 ที่ผ่านมา บริษัทไม่มีการแจ้งเบาะแสหรือรับเรื่องร้องเรียน

ทั้งนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน ของบริษัท ปรากฏอยู่ในหัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” <https://www.muangthaiinsurance.com/th/investor-relation>

### 9. นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Policy)

นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Policy) ได้มีการอนุมัติปรับปรุงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2567 โดยบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลประกอบกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (สคส.) ได้ออกกฎหมายลำดับรองภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เพื่อบังคับใช้อีกหลายฉบับ จึงเห็นสมควรทบทวนนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฉบับนี้ให้สอดคล้องกับหลักการพื้นฐานของการคุ้มครองข้อมูลทั้งในด้านความจำเป็น และความเคารพต่อสิทธิขั้นพื้นฐานของเจ้าของส่วนบุคคลตามรัฐธรรมนูญและมาตรฐานสากล และรวมตลอดถึงมาตรการในการป้องกันและเยียวยาการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

ทั้งนี้ สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล คำประกาศเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) ของบริษัทเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.muangthaiinsurance.com/th/pagecontent/DPDA>



การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของ  
บริษัท เมืองไทยประกัน จำกัด (มหาชน)

สามารถศึกษา นโยบายหรือ แนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท ได้ในส่วนที่2 ของรายงาน 56-1 One Report หัวข้อ การกำกับดูแลกิจการ

### การรักษาความปลอดภัยทางด้านข้อมูล และการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล

#### การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) และพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 ตลอดจนข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบกับปัจจุบันการดำเนินธุรกิจ มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ทั้งระบบการสื่อสาร รวมถึงระบบการทำงานของบริษัท ทำให้การเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนการส่งหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศเป็นไปได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว อันอาจนำมาซึ่งความเดือดร้อนรำคาญหรือความเสียหายในกรณีที่มีการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ ประกอบกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (สคส.) ได้ออกกฎหมายลำดับรองภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เพื่อบังคับใช้อีกหลายฉบับ

บริษัทได้จัดให้มีมาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองหรือจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับหลักการพื้นฐานของการคุ้มครองข้อมูลทั้งในด้านความจำเป็น และความเคารพต่อสิทธิขั้นพื้นฐานของเจ้าของส่วนบุคคลตามรัฐธรรมนูญและมาตรฐานสากล และรวมตลอดถึงมาตรการในการป้องกันและเยียวยาการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

อีกทั้งบริษัท ได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูล (DPO) เพื่อรับผิดชอบประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ในปี 2567 บริษัทได้ยกระดับการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ด้วยการเพิ่มการกำกับดูแลข้อมูลต่าง ๆ โดยบริษัทได้ทบทวนแนวปฏิบัติและนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทุกคนมีความรู้ทักษะ และเครื่องมือที่เหมาะสมในการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า และสื่อสารผ่านทางอีเมล เพื่อเน้นย้ำและกระตุ้นให้เห็นถึงบทบาทของพนักงานในการป้องกัน



และแจ้งข้อมูลความผิดปกติกับบริษัท ซึ่งเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในด้านการดูแลความปลอดภัยของข้อมูล นอกจากนี้ บริษัทยังติดตั้งเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ตรวจจับพฤติกรรมผิดปกติมาใช้ นอกจากนี้ระบบยังได้กำหนดมาตรการการสื่อสาร และสร้างความตระหนักถึงด้านความปลอดภัยข้อมูล การดูแลรักษาข้อมูล และการป้องกันการโจรกรรมเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วม ผ่านระบบสื่อสารภายในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้ สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ค่าประกาศเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) ของบริษัท เพิ่มเติมได้ที่ <https://www.muangthaiinsurance.com/th/pagecontent/PDPA>



การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของ  
บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

การอบรมพนักงานเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ หรือจัดให้มีการทดสอบความรู้ด้านจรรยาบรรณธุรกิจ

ในปี 2567 ได้จัดให้มีการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจและทำแบบทดสอบเพื่อทบทวนความรู้และความเข้าใจแนวทางปฏิบัติในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และพนักงานลงนามรับทราบ รวมถึงดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- **อบรมนโยบายจริยธรรมทางธุรกิจ** นโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานให้กับผู้บริหารและ พนักงานทุกระดับ โดยขยายผลการอบรมให้ครอบคลุมถึงผู้บริหารระดับบังคับบัญชาหรือเทียบเท่าขึ้นไปครบ 100%
- **จัดการฝึกอบรมหลักสูตรปฐมนิเทศสำหรับพนักงานใหม่** เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกระดับรับรู้ เข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล จริยธรรมทางธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานครบ 100% การดำเนินการเหล่านี้ แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการส่งเสริมจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกระดับขององค์กร

บริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการสารสนเทศให้มีความมั่นคง  
และปลอดภัยตามวัตถุประสงค์ของหลักเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด  
รวมถึงการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยง  
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

แนวทางการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ

เป้าหมายการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน ปี 2567
สามารถป้องกันเหตุการณ์การรั่วไหล การขโมย หรือการสูญหายของข้อมูล ที่ได้รับการเก็บรวบรวม	เหตุการณ์การรั่วไหล การขโมย หรือการสูญหายของข้อมูลเท่ากับ 0 กรณี
ไม่มีกรณีการร้องทุกข์จากบุคคลภายนอก และ/หรือจากหน่วยงานกำกับดูแล	กรณีการร้องทุกข์จากบุคคลภายนอก และ/หรือจากหน่วยงานกำกับดูแลเท่ากับ 0 กรณี

บริษัทมีกระบวนการบริหารจัดการและมีเครื่องมือ อุปกรณ์ เพื่อใช้ในการเฝ้าระวัง แจ้งเตือน และติดตาม 24 ชม. เช่น ระบบ Security Operations Center (SOC) เป็นต้น รวมไปถึงมาตรการเชิงเทคนิคหรือ อุปกรณ์ในการตรวจจับ ป้องกัน และปิดกั้นการเชื่อมต่อหรือเข้าถึงระบบที่ไม่ได้รับอนุญาต หรือผิดปกติ เช่น Firewall และ Web Application Firewall (WAF) เป็นต้น อีกทั้งมีการปฏิบัติตามมาตรฐานการกำหนดค่าขั้นต่ำ ด้านความมั่นคงปลอดภัย (Security Baseline Configuration Standards) มีการควบคุมการเข้าใช้งานในการเข้าถึงระบบหรืออุปกรณ์ภายในบริษัท การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล การบริหารจัดการ Patch และการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ ยังมีกรนำระบบเทคโนโลยีที่ได้มีการพัฒนาขึ้นมาใช้งานภายในบริษัท ระบบโปรแกรมสำเร็จรูปต่าง ๆ ระบบเครือข่ายการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ระบบเฝ้าระวังและตรวจจับภัยคุกคาม ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ระบบประมวลผลข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงระบบจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศที่นำมาประยุกต์ใช้ในงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสารสนเทศ และเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย จึงได้ให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและไซเบอร์ เนื่องจากสารสนเทศของบริษัทถือเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นกลไกหลักในการบริหาร และขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน โดยบริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการสารสนเทศให้มีความมั่นคงและปลอดภัยตามวัตถุประสงค์ของหลักเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กำหนดรวมถึงการดำเนินงานนโยบายและแนวปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้สอดคล้องตามประกาศของหน่วยงานกำกับต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานยึดถือและปฏิบัติตาม

**การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล**

01 เก็บรวบรวมได้เท่าที่จำเป็น ภายใต้วัตถุประสงค์อันชอบด้วยกฎหมาย

หลักการจำกัดเก็บข้อมูลเท่าที่จำเป็น

- วัตถุประสงค์ (Purpose Limitation)**: วัตถุประสงค์ต้องระบุไว้ชัดเจนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่แจ้งให้ทราบ
- ฐานทางกฎหมาย (Lawful Basis)**: ต้องมีฐานทางกฎหมายที่ชัดเจน เช่น ได้รับความยินยอม หรือ หน้าที่ตามกฎหมาย
- ระยะเวลาที่เก็บ (Time Limit)**: เก็บข้อมูลเฉพาะที่จำเป็นและจำเป็นต่อวัตถุประสงค์ที่แจ้งให้ทราบ
- การมีสิทธิของเจ้าของข้อมูล (Data Subject Rights)**: เจ้าของข้อมูลมีสิทธิที่จะเข้าถึง แก้ไข หรือลบข้อมูลของตนได้

02 เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากแหล่งอื่น

ห้าม เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากแหล่งอื่นที่มิใช่จากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรง

กรณีมีความจำเป็นต้องเก็บจากแหล่งอื่น ต้องดำเนินการ ดังนี้

1. ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
2. เป็นการดำเนินการที่จำเป็นและจำเป็นต่อวัตถุประสงค์ที่แจ้งให้ทราบ

**SENSITIVE PERSONAL DATA**  
การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหวตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ มาตรา 26

**PDPA**  
มาตรา 26 ห้าม!!!  
เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว เว้นแต่ได้รับอนุญาตโดยชัดแจ้งจากเจ้าของข้อมูล

ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว

- เชื้อชาติ
- ความคิดเห็นทางการเมือง
- ความเชื่อ ศาสนา หรือปรัชญา
- ข้อมูลสุขภาพ
- ประวัติอาชญากรรม
- พฤติกรรมทางเพศ
- ข้อมูลทางการเงิน
- ข้อมูลลูกกรรณ
- ข้อมูลชีวภาพ

หรือข้อมูลอื่นใดที่กระทบต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลในทำนองเดียวกันตามที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลประกาศกำหนด

การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหวต้องดำเนินการ ดังนี้

1. ความยินยอม (Consent): เจ้าของข้อมูลต้องได้รับแจ้งวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
2. ประโยชน์ที่จำเป็น (Vital Interest): เพื่อป้องกันอันตรายถึงชีวิต ภัยพิบัติ หรือภัยพิบัติสาธารณะ
3. องค์กรที่มีสถานะทางสังคม (Social Protection & Non-Profit): องค์กรที่มิแสวงหาผลกำไรและดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ
4. การเปิดเผยต่อสาธารณะ (Manifestly Made Public): เป็นข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะอยู่แล้ว
5. การปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal Obligation): เป็นไปตามกฎหมายที่บังคับใช้

การปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal Obligation) เป็นไปตามกฎหมายที่บังคับใช้ 5 ข้อดังนี้

1. Preventive / Occupational Medicine: เวชศาสตร์ป้องกันและเวชศาสตร์การปฏิบัติงาน
2. Public Health: สาธารณสุข
3. Health / Social Care Systems: ระบบดูแลสุขภาพและระบบการดูแลสังคม
4. Archiving, Scientific / Historical Research: การเก็บรักษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และงานวิจัย
5. Substantial Public Interest: ประโยชน์สาธารณะที่สำคัญ

**หลักการและแนวปฏิบัติการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ**

บริษัทกำหนดหลักการและแนวปฏิบัติการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไว้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรของบริษัททุกระดับได้มีการดำเนินการตามหลักการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยการรักษาความลับของระบบและข้อมูลความถูกต้องครบถ้วนของระบบและข้อมูล และการรักษาความพร้อมใช้งานของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องตามมาตรฐานสากล (National Institute of Standards and Technology: NIST) ในการวางแผนและออกแบบกระบวนการในการป้องกันตรวจจับ และตอบสนองต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ได้อย่างรวดเร็วและเป็นระบบ และมีการเฝ้าระวังในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และมีการติดตามการบริหารความเสี่ยงผ่านเครื่องมือตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators : KRIs) ซึ่งมีการควบคุมและติดตามในปัจจัยด้านความสามารถในการป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Attack) และปัจจัยด้านการละเมิดหรือรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการรายงานต่อคณะกรรมการอำนวยการด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศเป็นประจำทุกเดือน และคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจในมาตรการของบริษัท ที่ได้มีการปรับปรุง ให้มีประสิทธิภาพเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุ

มีการจัดทำและทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือ การบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ครอบคลุมเรื่องความเสี่ยงด้านข้อมูล รวมทั้งการระบุ ประเมิน ติดตาม และควบคุมความเสี่ยงของข้อมูลให้อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ รวมทั้งมีการกำหนดชั้นความลับของข้อมูล (Data Classification) สอดคล้องตามระดับความเสี่ยงของข้อมูล โดยแบ่งระดับชั้นข้อมูล ออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับชั้นสาธารณะ ใช้ภายในบริษัทเท่านั้น ลับ และลับมาก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาข้อมูล ที่อาจถูกเปิดเผยหรือไม่พร้อมใช้

กำหนดให้มีการประเมินระดับความพร้อมรับมือภัยคุกคามไซเบอร์ (Cyber Resilience Assessment Framework : CRAF) เพื่อยกระดับการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงด้านไซเบอร์ของบริษัท โดยมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านไซเบอร์ และมาตรการควบคุมด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่พึงมีของบริษัท เพื่อให้มีความปลอดภัยและสามารถป้องกันการเกิด ผลกระทบต่อข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า และข้อมูลสำคัญของบริษัท ตามมาตรฐานสากลและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ มีแนวทางการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Incident Response Plan) โดยบริษัท ได้กำหนดกรอบการรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ รวมถึงการทบทวนและกำหนดการซักซ้อมแผนรับมือภัยคุกคามด้านไซเบอร์ และแผนการรับมือกรณีเกิดเหตุการณ์ละเมิดข้อมูล (Data Breach)

**การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง**

ในปี 2567 บริษัทมีแผน โครงการ รวมถึงกิจกรรมสำคัญ ได้แก่

- 1. โครงการขอรับรองมาตรฐาน ISO 27001:2022** บริษัทมีการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง โดยอ้างอิงตามมาตรฐาน ISO 27001 แล้ว ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าได้มีการดำเนินงานตามมาตรฐานจึงได้มีการขอรับรองมาตรฐาน ISO 27001:2022 ซึ่งเป็นมาตรฐานการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและไซเบอร์
- 2. การจัดตั้งคณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISMS Steering Committee) และคณะทำงานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISMS Core Team)** บริษัทได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISMS Steering Committee) สารสนเทศและไซเบอร์ เพื่อมีหน้าที่กำกับดูแลและสนับสนุนด้านความมั่นคงปลอดภัยโดยพิจารณาถ่วงดุลของนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ดูแลและสนับสนุนให้มีการสื่อสารกับพนักงาน ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความมั่นคงปลอดภัย และการปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ รวมถึงพิจารณาผลการประเมินความเสี่ยงและแผนการแก้ไขความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ที่สำคัญของบริษัท สำหรับคณะทำงานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISMS Core Team) มีหน้าที่ดำเนินการตามแผนงานด้านการรักษา ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและไซเบอร์ รวมถึงดำเนินการควบคุม การปฏิบัติตามนโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและไซเบอร์ของแต่ละหน่วยงาน
- 3. ระบบการจัดชั้นความลับของข้อมูล (Data Classification)** ในการกำกับดูแลข้อมูลของบริษัทให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านความปลอดภัย และการใช้ข้อมูลอย่างถูกต้องเหมาะสม มีการบริหารจัดการชั้นความลับของข้อมูล โดยบริษัทได้จัดหาระบบสำหรับการจัดแบ่งข้อมูลตามขอบเขตของผู้ใช้ข้อมูลและความเสียหายที่เกิดขึ้นกับข้อมูลเพื่อให้สามารถคัดแยกข้อมูลและบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

- 4. การป้องกันและรับมือภัยคุกคามด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและไซเบอร์** บริษัทมีการดำเนินการตรวจสอบหาช่องโหว่และทดสอบการเจาะระบบ เพื่อให้มีความมั่นใจว่าระบบสารสนเทศของบริษัทมีความมั่นคงปลอดภัย มีการซ้อมรับมือภัยคุกคามด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Cyber Drill) พร้อมกับการทำการตรวจสอบช่องโหว่ที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกไตรมาส (VA-Quarterly) และทดสอบแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) เป็นประจำทุกปี
- 5. เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ NCSA** เพื่อยกระดับด้านความมั่นคงปลอดภัยจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ โดยบริษัทจะได้รับข่าวสารข้อมูลจากเครือข่ายของบุคลากรด้านความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศของธุรกิจประกันภัย รวมถึงได้เข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ กับ NCSA และ OIC โดยบริษัทได้ส่งบุคลากรเข้าร่วมอบรมและแข่งขันด้านความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย

**กิจกรรมสร้างความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและไซเบอร์**

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานองค์กร จึงได้มีการดำเนินกิจกรรมด้านความมั่นคงปลอดภัย ได้แก่ การทดสอบส่งอีเมลหลอกลวง (Phishing Email) การให้ความรู้ในรูปแบบ infographics การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงการทำคลิปวิดีโอและเผยแพร่ในอินทราเน็ตของบริษัท เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าไปเรียนรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศได้ตลอดเวลา





กลไกการตรวจสอบประสิทธิภาพการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

ในการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ บริษัทมีกระบวนการในการวัดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของระบบ โดยคณะทำงานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISMS Core Team) ร่วมกับหน่วยงานในการดำเนินการ จัดทำ ทบทวน และจัดทำแผนการวัดผล รวมถึงดำเนินการวัดผลประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของระบบ และนำเสนอต่อคณะกรรมการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศเป็นประจำทุกปี หัวข้อที่มีการวัดผล ได้แก่



เมืองไทยประกันภัยผ่านการรับรององค์กรต่อต้านการทุจริต CAC ประจำปี 2567 ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 4

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ยึดหลักความซื่อสัตย์สุจริต ภายใต้หลักธรรมาภิบาล เรามุ่งมั่นพัฒนาองค์กรไปพร้อมกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานที่โปร่งใสทั้งภายในและภายนอกองค์กร หมายรวมถึง พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และตัวแทน” ปลูกจิตสำนึกและสร้างวัฒนธรรมการต่อต้านคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง ด้วยการฝึกอบรมความรู้ผ่านระบบ E-learning ให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นหนึ่งในค่านิยมองค์กรที่สำคัญของบริษัท นั่นคือ “INTEGRITY” หมายถึง ความซื่อสัตย์ การมีคุณธรรม และความเชื่อถือได้ เพื่อนำไปปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนต่อไป

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

**ความสำคัญ**  
บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การคัดสรรคุณภาพสินค้าและบริการเป็นไปอย่างมีคุณภาพ มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดอย่างยั่งยืน ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าด้านงบประมาณ ความคุ้มค่าในการจัดสรรทรัพยากร การบริหารความเสี่ยงคู่ค้า การส่งเสริมนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การสนับสนุนหลักธรรมาภิบาล การจ้างแรงงานท้องถิ่นตลอดจนการสร้างความเข้าใจต่อคู่ค้าในการมีส่วนร่วมและตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สามารถดำเนินธุรกิจอยู่บนห่วงโซ่อุปทานได้อย่างยั่งยืน

1. กำหนดนโยบายจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)

บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า รวมถึงนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า เช่น นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน นโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน ฯลฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าของบริษัทมุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้การดำเนินงานอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ตลอดจนเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจตามหลักจริยธรรม เคารพสิทธิเสรีภาพและปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรมตามหลักสิทธิมนุษยชน ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน รวมถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม



จรรยาบรรณคู่ค้า

2. แนวทางการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อส่งเสริมด้านธรรมาภิบาลและความยั่งยืน

บริษัทได้นำแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส ยุติธรรม และตรวจสอบได้ รวมถึงการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างกับคู่ค้าที่มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental, Social and Governance: ESG) ตลอดจนมุ่งเสริมสร้างให้คู่ค้าเติบโตอย่างมีศักยภาพและยั่งยืนร่วมกับองค์กรในระยะยาว โดยมีแนวทางปฏิบัติต่อคู่ค้า ดังนี้

- ดำเนินการคัดเลือกคู่ค้าอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และสนับสนุนคู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- มุ่งมั่นจะปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
- ให้ข้อมูลที่ถูกต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ จริงใจ และเป็นธรรม
- ไม่รับ ไม่จ่ายผลประโยชน์ใด ๆ ทางการค้ากับคู่ค้าโดยไม่สุจริต และปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลง และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อคู่ค้าอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาได้จะร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยความสมเหตุสมผล
- ส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อประหยัดพลังงาน ลดการปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม

3. การประเมินและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่และคู่ค้ารายเดิม

บริษัทได้นำแนวทางการดำเนินงานด้าน ESG เข้ามาเป็นปัจจัยในการคัดเลือกคู่ค้า (Approved Vendor List) โดยครอบคลุมในเรื่องการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การให้ความสำคัญหลักสิทธิมนุษยชนและการจ้างงานที่เป็นธรรม และการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส (ตามประเภทการจัดซื้อจัดจ้าง) และจากการติดตามการดำเนินงาน พบว่ามีผลลัพธ์ที่ดีขึ้น ในการจัดซื้อจัดหาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) มีคู่ค้าที่สอดคล้องกับหลักความยั่งยืนทั้งสิ้น 6 ราย มูลค่าการซื้อขายทั้งสิ้น 12,360,485.18 บาท



4. กำหนดแนวปฏิบัติการชำระค่าจัดซื้อจัดจ้าง

บริษัทตระหนักถึงการชำระค่าสินค้าและบริการให้กับคู่ค้าอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม จึงกำหนดระยะเวลาการชำระเงินให้กับผู้ขายหรือผู้รับจ้าง ภายหลังจากผู้ขายหรือผู้รับจ้างส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ผ่านการตรวจรับและวางบิลเรียบร้อยแล้ว

ระยะเวลาการชำระเงิน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เงินสด	3	8.57
เครดิต 7 วัน	-	-
เครดิต 15 วัน	1	2.86
เครดิต 30 วัน	31	88.57
เครดิต 45 วัน	-	-
เครดิต 60 วัน	-	-

หมายเหตุ : ข้อมูลการชำระเงินคู่ค้า 35 ราย มีระยะเวลาเฉลี่ยที่จ่ายเงินให้คู่ค้าที่เกิดขึ้นจริงเท่ากับ 27.09 วัน

5. การกำหนดหลักเกณฑ์และการจัดกลุ่มคู่ค้า

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์และจัดกลุ่มคู่ค้า เพื่อช่วยให้บริษัทสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างได้อย่างเป็นระบบ โดยมีหลักเกณฑ์ในการจัดกลุ่มคู่ค้า ดังนี้

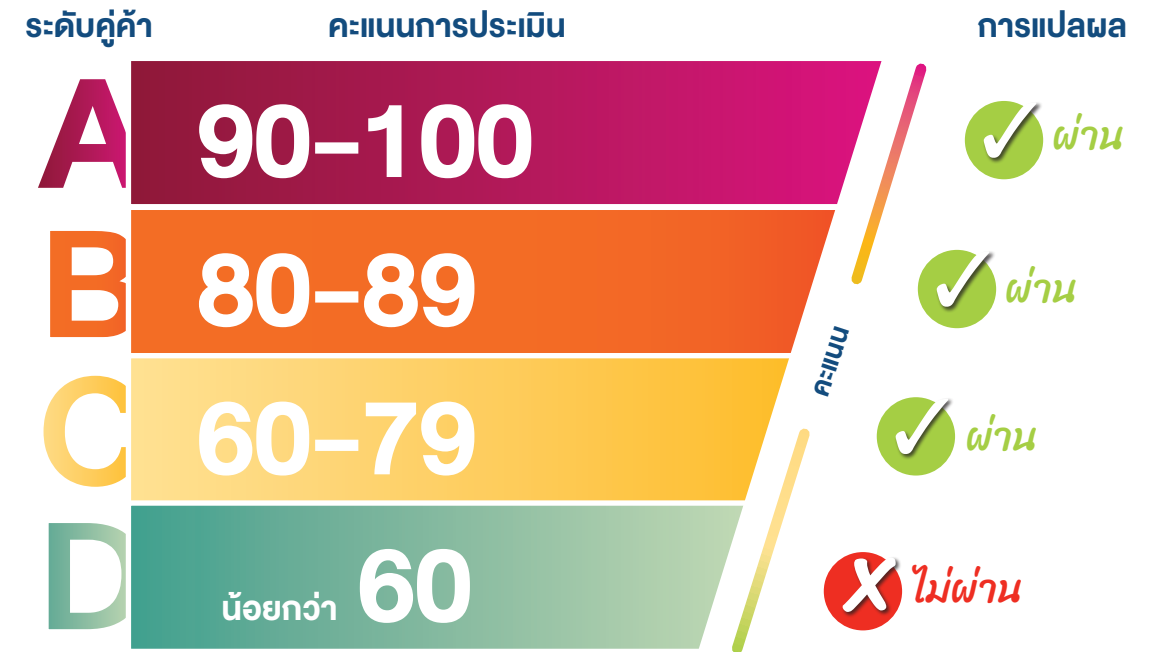
หลักเกณฑ์การพิจารณา

1. คู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1)
  1. มีการซื้อขายในรอบปีตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป
  2. มีความสำคัญและมีอย่างมากต่อการแข่งขัน
2. คู่ค้าของคู่ค้าที่มีความสำคัญ (Critical Non-Tier 1)
  1. คู่ค้าที่มียอดปานกลาง-สูง
  2. สามารถหาคู่ค้าอื่นมาทดแทนได้
  3. เป็นคู่ค้าหลักของคู่ค้ารายสำคัญ (Critical Tier 1)

การระบุประเภทของคู่ค้า

1. คู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1) 27 ราย
2. คู่ค้าของคู่ค้าที่มีความสำคัญ (Critical Non-Tier 1) 3 ราย

6. การประเมินความเสี่ยงและบริหารความเสี่ยงคู่ค้า

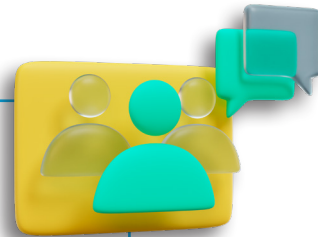


คู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1)

- ผู้ให้บริการ เช่น โรงพยาบาล อู่ซ่อมรถยนต์ ธุรกิจประเมินความเสี่ยงภัยและมูลค่าความเสียหาย (Motor & Non-Motor) ธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์สำนักงาน งานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์
- ผู้จำหน่าย เช่น อะไหล่และชิ้นส่วนอุปกรณ์ยานยนต์ กระจก และของจตุหลาม

คู่ค้าของคู่ค้าที่มีความสำคัญ (Critical Non-Tier 1)

- โรงงานผลิตกระดาษ
- โรงงานผลิตกระดาษกราฟท์



## การประเมินความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงของคู่ค้า - ด้านเศรษฐกิจ

บริษัทฯ มีการจัดลำดับความสำคัญของคู่ค้าโดยการประเมินตามเกณฑ์การพิจารณาการแบ่งกลุ่มประเภทสินค้า และมูลค่าราคาสินค้าที่ซื้อขาย เพื่อให้มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการประเมินความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บริษัทดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง โดยประเมินตามเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

### สิ่งแวดล้อม (E) Environment

- มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่บังคับ รวมถึงจัดให้มีการติดตาม และการตรวจวัดให้อยู่ในเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด
- มีนโยบายและมาตรการเพื่อเป้าหมายการลดภาวะโลกร้อน การจัดการน้ำ มลพิษ และของเสียอย่างเหมาะสม
- ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม หรือปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม

### สังคม (S) Social

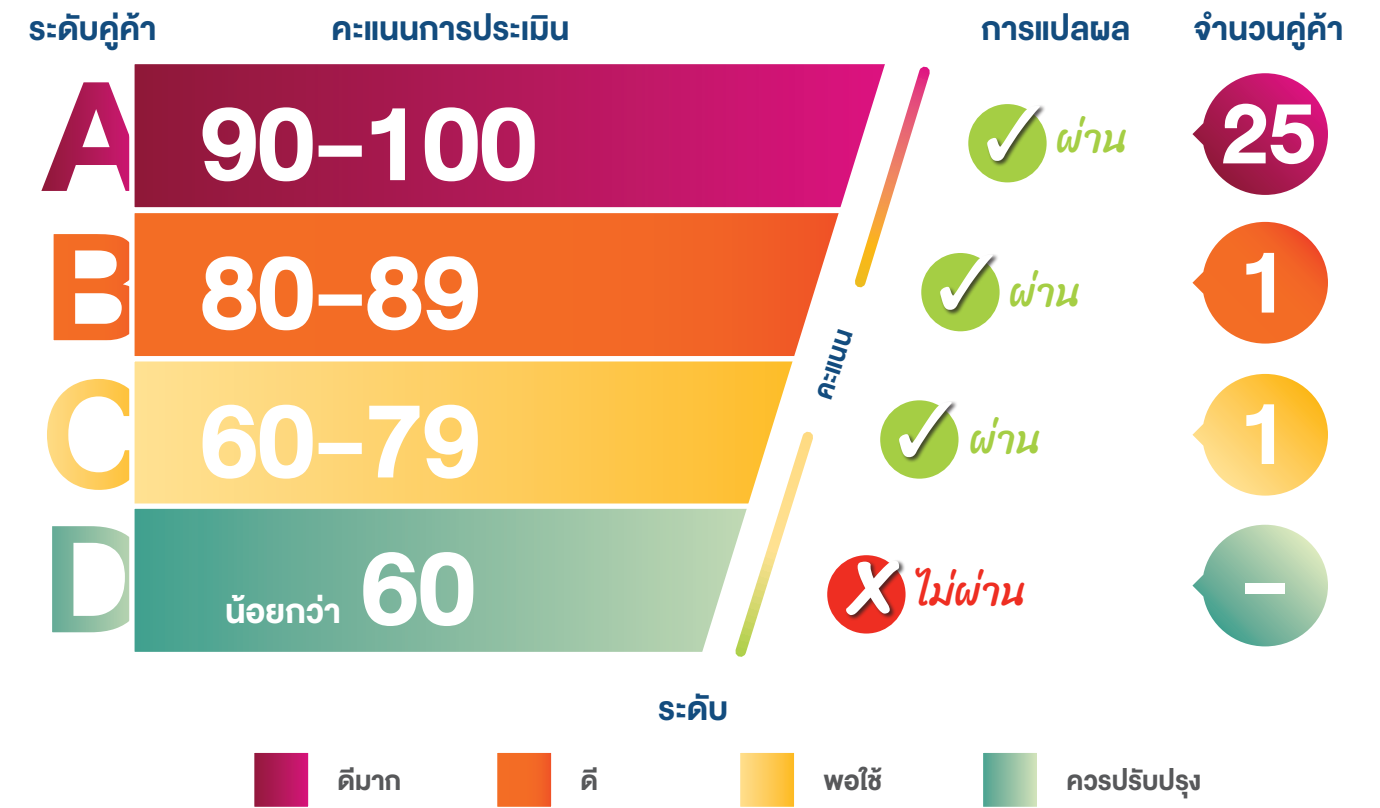
- มีความตระหนักถึงหลักสิทธิมนุษยชนและดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติ คำนึงถึงความเท่าเทียมและไม่แบ่งแยก
- ปราศจากการใช้แรงงานเด็ก การบังคับเอารัดเอาเปรียบแรงงาน
- มีการจ้างงานและการจ่ายค่าตอบแทนถูกต้องตามกฎหมายแรงงาน
- มีสภาพแวดล้อม อุปกรณ์ สุขอนามัยเหมาะสมในการทำงาน
- มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยแก่พนักงาน
- มีการร่วมมือกับชุมชน เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

### การกำกับดูแลกิจการ (G) Governance

- มีการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของกระบวนการผลิต และมีการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีมาตรฐาน ตามสัญญา
- มีการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องและยึดหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- มีการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน การติดสินบน การฉ้อโกง และการกระทำอื่น ๆ ที่มีลักษณะต้องห้ามตามหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- ไม่มีการเปิดเผย แลกเปลี่ยนข้อมูลสำคัญทางธุรกิจ ของคู่ค้า หรือผู้มีส่วนได้เสีย หากไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล และมีระบบการจัดการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล
- มีความเคารพในทรัพย์สินทางปัญญา
- มีการแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ร่วมกันกับคู่ค้า เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีนวัตกรรมทางธุรกิจใหม่ ๆ

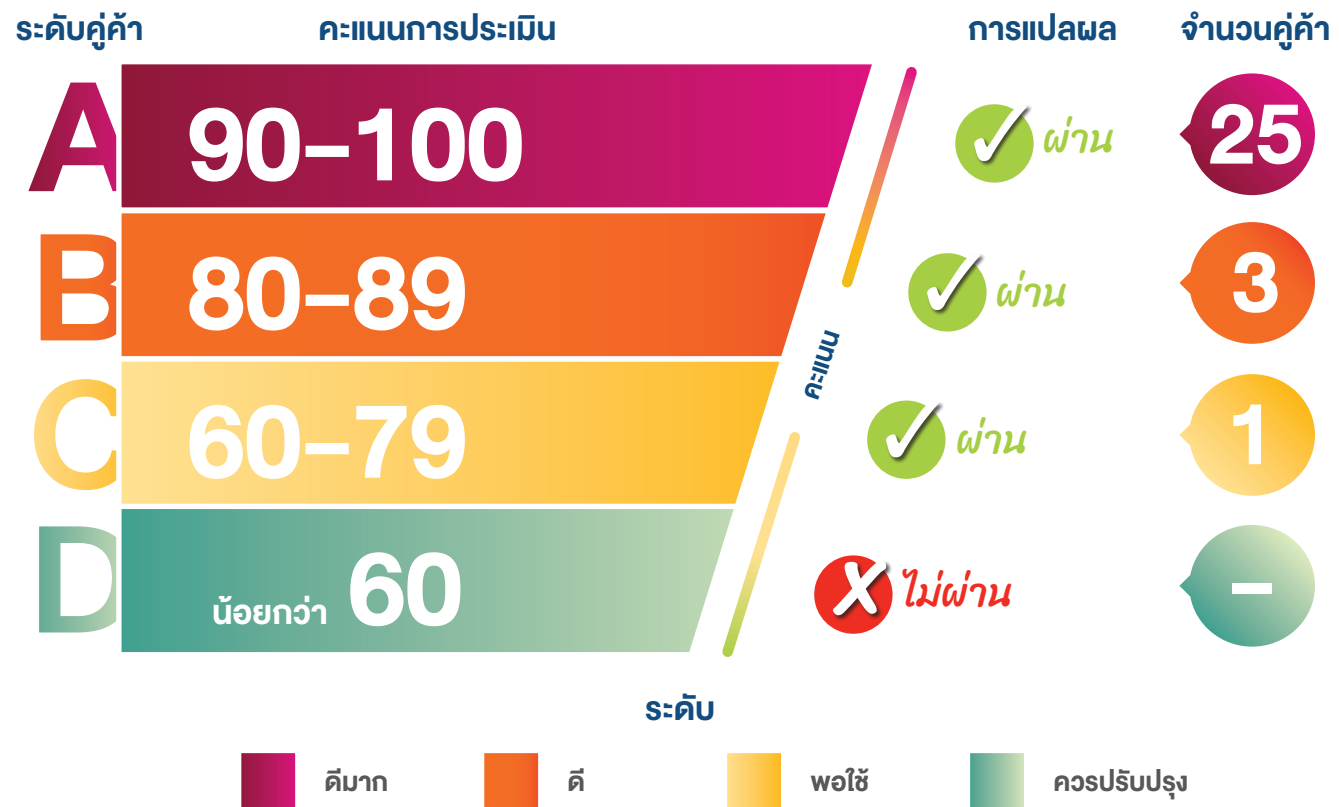
ผลการประเมินคู่ค้าการประเมินความเสี่ยงในกลุ่มคู่ค้าที่มีความสำคัญ  
ผลการประเมินคู่ค้า คู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1) จำนวน 27 ราย ประจำปี 2567

## การประเมินความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงของคู่ค้า - ด้านเศรษฐกิจ



**“ไม่มีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากคู่ค้า”**  
 ในประเด็นเศรษฐกิจ คู่ค้าดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ ซื่อตรง และคำนึงถึงการส่งมอบสินค้าและบริการที่ดี ปฏิบัติตามกติกาการแข่งขันที่ดี ไม่ใช้วิธีการที่ไม่สุจริต ไม่มีส่วนร่วมหรือสมรู้ร่วมคิดในการแข่งขันทางธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม ส่งผลให้บริษัทสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง

## การประเมินความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงของคู่ค้า - ด้าน ESG



### “ไม่มีความเสี่ยงด้าน ESG ที่เกิดจากคู่ค้า”

ในประเด็น ESG คู่ค้าไม่มีความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน การดูแลพนักงาน ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความถูกต้อง ซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเคร่งครัด อีกทั้ง ไม่มีความเสี่ยงในการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและชุมชน ส่งผลให้บริษัทสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง

### 7. การดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อสื่อสารการดำเนินธุรกิจขององค์กร ตลอดจนนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ให้คู่ค้ารับทราบ พร้อมทั้งมีการประเมินตนเองตามแบบฟอร์ม Self-Assessment โดยประเด็นที่ประเมินจะสอดคล้องกับจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อประเมินความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของคู่ค้า รวมถึงการนำเสนอแนวทางการดำเนินงานที่ดีกว่าเดิม และส่งเสริมให้คู่ค้ามีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าผ่านกิจกรรมอบรมการให้ความรู้แก่คู่ค้าในโอกาสต่าง ๆ

#### การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าถึงคนทุกกลุ่ม

ปี 2567 บริษัทได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถตอบโจทย์สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นประกันสุขภาพด้วยโรคที่คนไทยป่วยมากที่สุด ประกันภัยรถยนต์ตามการใช้งาน การประกันสุขภาพสำหรับผู้หญิงและผู้สูงอายุ ประกันภัยเพื่อสนับสนุนแนวทาง ESG เป็นต้น

1. ประกันภัยโรคร้ายแรง เมืองไทยสู้โรคร้าย จากโรคที่คนไทยมีอัตราการเป็นสูง คือ กล้ามเนื้อหัวใจตายเฉียบพลันจากการขาดเลือด โรคหลอดเลือดสมอง โรคอ้วนเรื้อรังขั้นรุนแรง โรคปอดระยะสุดท้าย โรคหลอดเลือดสมองแตกหรืออุดตัน และโรคมะเร็งทุกระยะ
2. ประกันชั้น 1 รถบ้านใช้น้อย สำหรับลูกค้าที่ใช้รถน้อย แต่อยากได้ความคุ้มครองที่ครอบคลุมซึ่งจะคุ้มครองตามระยะทางที่ลูกค้าเลือกซื้อ ทั้งแบบ 5,000 กิโลเมตรต่อปี 7,500 กิโลเมตรต่อปี หรือ 10,000 กิโลเมตรต่อปี ตามจำนวนการขับขี่ของผู้เอาประกันภัย
3. ประกันอุบัติเหตุ PA Sport Fan ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล (PA.) ราคาประหยัด สำหรับกลุ่มคนรักกีฬา ให้ความคุ้มครองขณะเข้าชมการแข่งขันกีฬา และจากอุบัติเหตุสาธารณะ พร้อมเงื่อนไขการรับประกันภัยที่สามารถรับประกันภัยได้ทุกอาชีพ
4. ผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนแนวคิด ESG เพื่อช่วยเหลือตอบแทนสังคม หรือการให้ผลประโยชน์เพิ่มเติมกับลูกค้าที่สนับสนุนแนวคิด ESG ได้แก่ Motor EV & EV Charger, Solar cell และ Home ESG ซึ่งต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการลดใช้พลังงาน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดโลกร้อนอย่างยั่งยืน
5. ประกันสุขภาพเฉพาะโรค ปอดพลัส เพื่อช่วยดูแลผู้คนจากสภาวะอากาศ รวมถึง PM 2.5 ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง
6. การเข้าร่วมประกันชีวิต (ไมโครอินซัวร์รันส์ กับสำนักงาน คปภ.) เพื่อช่วยดูแลผลผลิตการเกษตรจากสภาวะความแปรปรวนทางธรรมชาติ ภัยธรรมชาติต่าง ๆ
7. ประกันสุขภาพเฉพาะโรคผู้หญิงยิ้มได้ เพื่อช่วยส่งเสริมด้านสิทธิมนุษยชน โดยเป็นการสนับสนุนการเพิ่มบทบาทของสตรีในสังคม
8. ประกันภัยอุบัติเหตุ รุ่นใหญ่ไพเราะพริบ เพื่อช่วยส่งเสริมด้านสิทธิมนุษยชน โดยผู้สูงอายุถือเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้เปราะบางในของสังคม
9. ประกันภัยอุบัติเหตุ สายใจ ช่วยส่งเสริมด้านสิทธิมนุษยชน โดยส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงประกันภัยได้ทุกกลุ่ม
10. ประกันภัยรถยนต์ 2+ ไม่เคลมมีคืน ช่วยส่งเสริมกลุ่มลูกค้าที่มีพฤติกรรมขับขี่ที่ดี ที่สามารถได้รับเงินคืนจากประวัติที่ดีได้
11. ประกันภัยสินเชื่อ/ประกันภัยอุบัติเหตุ คุ้มครองหนี้ค้างชำระ ช่วยดูแลลูกค้าหากเกิดสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดกับคู่เอาประกันภัย ไม่เป็นวิกฤตการณ์กับภาวะทางการเงินของครอบครัว

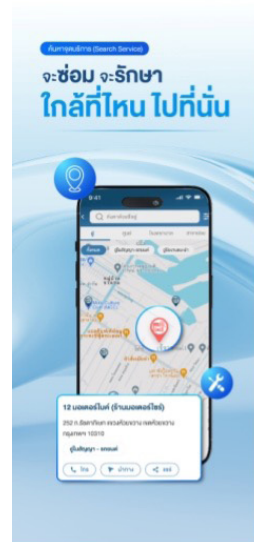
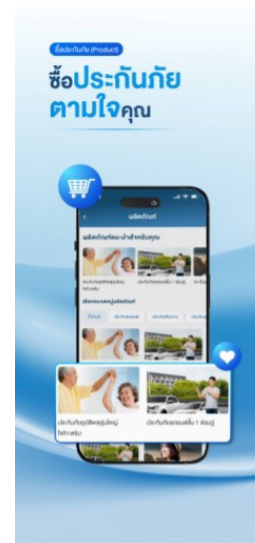
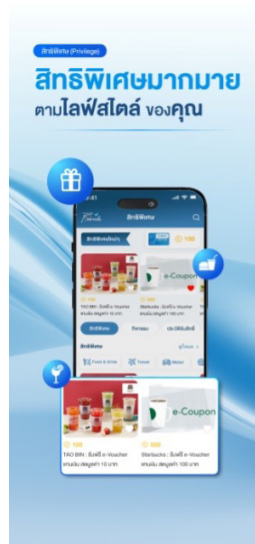
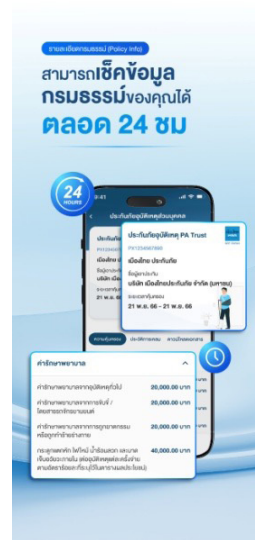
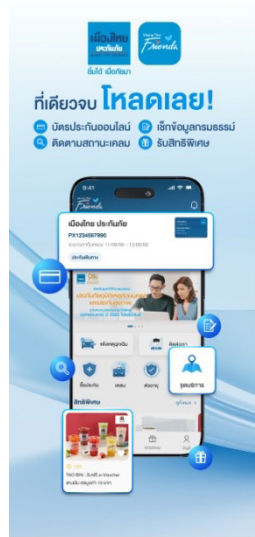
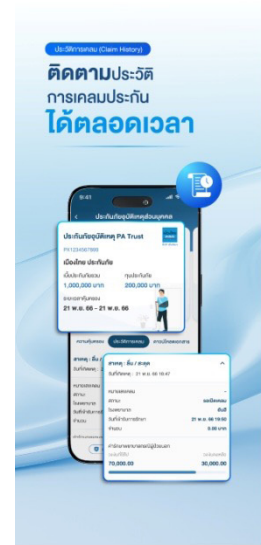


**การสร้างนวัตกรรมการให้บริการ อาทิ การทำธุรกรรมผ่าน Mobile Application**

การพัฒนา Mobile Application เพื่อตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า และอำนวยความสะดวกระหว่างการเป็นลูกค้า เพื่อให้สามารถทำการดูความคุ้มครองเบื้องต้น ใช้สิทธิพิเศษ ซื้อประกันภัยเพิ่มเติม รวมถึงการค้นหา ศูนย์ โรงพยาบาล สาขาย่อย และอื่น ๆ ในรูปแบบ Digital Service และ Self-Service ได้ในแอปพลิเคชันเดียว และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าด้วยบริการที่ครบจบที่เดียว เพื่อให้ง่ายและสะดวกรวดเร็วมากขึ้น และจัดทำระบบ Know Your Customer (e-KYC) ตามมาตรการของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเก็บข้อมูล และหลักฐานประกอบการแสดงตนตามที่กฎหมายกำหนด

**การพัฒนาเว็บไซต์ของบริษัท www.muangthaiinsurance.com**

บริษัทได้ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบหน้าตาของเว็บไซต์ (UI) และปรับฟังก์ชันการใช้งาน (UX) ให้ง่าย สะดวก และเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด โดยคำนึงถึงประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการเข้าใช้งาน ตั้งแต่หน้าแรก (Home page) ด้วยการรวบรวมข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามาไว้ในหน้าเดียว เช่น ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์แนะนำ บริการต่าง ๆ การค้นหาหรือศูนย์ข้อมูลรถยนต์ ค้นหาโรงพยาบาลใกล้เคียง การแจ้งเคลมประกันภัย รวมไปถึงข้อมูลข่าวสาร บทความที่เป็นประโยชน์ และสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าเมืองไทยประกันภัย เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานฟังก์ชันที่สำคัญได้ตั้งแต่หน้าแรกของเว็บไซต์



นอกจากนี้ในการออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์ (UI) บริษัท ยังได้คำนึงถึงสุนทรียภาพในการใช้งาน โดยการเลือกใช้โทนสีฟ้าอ่อนที่มีความสบายตา และเหมาะสมกับอัตลักษณ์ของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าซึ่งต้องใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ประกันภัย หรือการดำเนินการด้านประกันภัย สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับจุดเด่นของเว็บไซต์ www.muangthaiinsurance.com โฉมใหม่นี้ บริษัทได้ทำการศึกษาถึงฟังก์ชันที่ลูกค้าต้องการใช้งานนำมาพัฒนาให้สามารถใช้งานได้ดียิ่งขึ้น และเกิดความสะดวกรวดสบายในการใช้งาน ซึ่งเป็นการออกแบบตามประสบการณ์ในการใช้งานของลูกค้า (UX) โดยมีฟังก์ชันเด่น คือ 1. การค้นหาหรือศูนย์ข้อมูลรถยนต์ โรงพยาบาล และสาขาใกล้เคียงตัวคุณ 2. ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ประกันภัย และการสมัครทำประกันภัยออนไลน์อย่างครบวงจรและรับกรมธรรม์ทางอีเมล 3. คู่มือสิทธิประโยชน์พิเศษเฉพาะลูกค้าเมืองไทยประกันภัย 4. การแจ้งเคลมประกันภัยผ่านระบบออนไลน์



#### รูปแบบการให้บริการ

1. สามารถซื้อประกันออนไลน์ได้ด้วยตนเองตลอด 24 ชม. ลูกค้าจะได้รับความสะดวก รวดเร็ว และได้รับกรมธรรม์ทางอีเมลทันที
2. สามารถค้นหาหรือศูนย์ โรงพยาบาล และสาขาใกล้ตัว ตรวจสอบช่องทางการชำระเงิน คำนวณโหลดเอกสารลดหย่อนภาษี รวมถึงสามารถเข้าดูตารางอบรมสำหรับหลักสูตรขอรับหรือขอต่อใบอนุญาตเป็นตัวแทนและนายหน้า
3. สามารถค้นหาข้อมูล ประวัติความเป็นมาของบริษัท วิสัยทัศน์และพันธกิจ รวมถึงตรวจสอบรายชื่อบริษัทนายหน้าของบริษัท
4. สามารถเข้าสู่ข้อมูลเกี่ยวกับนักลงทุนสัมพันธ์ โครงสร้างของผู้ถือหุ้น นโยบายต่าง ๆ ของบริษัท
5. ลูกค้าจะได้รับเชิญเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม และสิทธิพิเศษ ที่จัดขึ้นโดยเฉพาะสำหรับกลุ่มลูกค้าคนสำคัญของเมืองไทยประกันภัย
7. ลูกค้าจะได้รับข้อเสนอ และสิทธิประโยชน์ด้านโปรโมชั่นที่บริษัทได้มอบให้เป็นพิเศษ
8. สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สนใจ ข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของบริษัท รวมถึงกิจกรรมเพื่อสังคมของทางบริษัท

โดยในการพัฒนาเว็บไซต์ บริษัทได้คำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ตั้งแต่ก่อนที่จะเป็นลูกค้าและหลังจากเป็นลูกค้า ตามมาตรฐานที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดอย่างรัดกุม

#### ระบบงานขายออนไลน์ครบวงจร: MTI Click

เพื่อปรับตัวให้เข้ากับโลกในยุคปัจจุบัน บริษัทได้คำนึงถึงความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการสำหรับคนขาย จึงทำการพัฒนาระบบการส่งงาน จากการส่งงานด้วยกระดาษแบบฟอร์มต่างๆ สู่การส่งงานผ่านระบบออนไลน์ แบบ one-stop service ครบวงจร ตั้งแต่

- การเช็คเบี้ยประกันภัย และเปรียบเทียบราคา แผนประกัน ซึ่งช่วยให้คนขายสามารถใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการนำเสนอขายได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้ ภายในระบบดังกล่าวยังสามารถออกใบเสนอราคาได้ โดยไม่ต้องรอให้เจ้าหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการให้
- การแจ้งส่งงาน ทำประกันภัย คนขายสามารถกรอกข้อมูลในระบบได้ทันที โดยไม่ต้องใช้กระดาษ รวมไปถึงสามารถชำระเงินได้ทันทีผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้ง QR Code ตัดบัตรเครดิต หรือตัดชำระผ่านวงเงินเครดิตตัวแทน
- รับเอกสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Document) ไม่ว่าจะเป็น กรมธรรม์ประกันภัยของลูกค้า ใบเสร็จรับเงิน และใบเตือนต่ออายุ นอกจากนี้ จะช่วยให้คนขายสามารถเรียกดูเอกสารและส่งให้กับลูกค้าได้ตลอดเวลาแล้ว ยังเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดการใช้กระดาษได้อีกด้วย

MTI Click ระบบงานขายที่บริษัทมุ่งพัฒนา เพื่อกระชับเวลาในการส่งงานของคนขาย ให้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว สำเร็จได้ภายในไม่กี่ขั้นตอน ซึ่งสามารถใช้งานได้ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่าง ๆ ทั้ง สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กตลอด 24 ชั่วโมง

#### การจัดการข้อร้องเรียน และความพึงพอใจในการใช้บริการ

บริษัทเชื่อมั่นว่ามนุษย์ยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการส่งมอบประสบการณ์การบริการที่เป็นเลิศไปสู่ลูกค้า ดังนั้น บริษัทจึงมีการพัฒนาคนทั้งในด้าน ความรู้ ทักษะ ทักษะคิดเพื่อให้พร้อมสำหรับการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ (Quality assurance) การให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์อย่างสม่ำเสมอ โดยปีที่ผ่านมา บริษัทได้พัฒนาระบบสำรวจความพึงพอใจ ผ่านระบบโทรศัพท์ (IVR Survey) หลังจากเจ้าหน้าที่วางสายเมื่อสิ้นสุดการให้บริการ เพื่อมั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่ และเป็นมาตรฐานเดียวกัน



เนื่องจากปริมาณเรื่องร้องเรียนมีจำนวนมากขึ้น ซึ่งส่วนมากเป็นเรื่องการเรียกร้องค่าสินไหม จากคู่กรณี ทำให้ต้องใช้เวลาในการชี้แจง เกรงใจ ตกกลางแนวทางยุติเรื่องร้องเรียน เพื่อควบคุมคุณภาพการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ

#### การสร้างความผูกพันกับลูกค้าผู้ถือกรมธรรม์

บริษัทได้จัดทำแอปพลิเคชัน MuangThai Friend เพื่อสร้างความใกล้ชิดระหว่างบริษัท และลูกค้า ตลอดจนการมอบสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า โดยมีการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงช่องทางแอปพลิเคชันปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 127,722 คน กิจกรรมในปี 2567 ที่ผ่าน มา อาทิ

1. กิจกรรม Movie Free Day (Movie Garfield) ณ โรงภาพยนตร์ SF Cinema เซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 7 มีลูกค้าเข้าร่วมจำนวน 52 สิทธิ (104 คน)
2. กิจกรรมชมโฉมพระราชทานฯ พระจักรวาล ณ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย มีลูกค้าเข้าร่วมจำนวน 1,290 คน





### การให้ความรู้แก่ลูกค้าและตัวแทน

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีการดูแลและส่งเสริมพัฒนาตัวแทน และนายหน้าประกันวินาศภัยที่เป็นลูกค้าของบริษัท โดยได้จัดตั้งส่วนฝึกอบรมสบทบเป็นการเฉพาะ และให้ทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้

#### 1. **อบรมตัวแทนหรือนายหน้าประกันวินาศภัย ให้มีใบอนุญาตฯ รวมทั้งการต่ออายุใบอนุญาตตามหลักสูตร และเงื่อนไขที่สำนักงาน คปภ. ได้กำหนดไว้**

บริษัทได้ดำเนินการขอรับความเห็นชอบจากนายทะเบียน เพื่อจัดตั้ง ส่วนฝึกอบรมสบทบ เป็นสถาบันอบรมหลักสูตรประกันวินาศภัย ให้แก่ตัวแทน และนายหน้าประกันวินาศภัย ที่เป็นลูกค้าของบริษัท ตามหลักสูตรที่สำนักงาน คปภ. กำหนดไว้ สำหรับตัวแทนประกันวินาศภัย มี 4 หลักสูตร (ขอรับใบอนุญาต ต่อใบอนุญาตครั้งที่ 1 ต่อใบอนุญาตครั้งที่ 2 และต่อใบอนุญาตครั้งที่ 3) และสำหรับนายหน้าประกันวินาศภัย มี 4 หลักสูตร (ขอรับใบอนุญาต ต่อใบอนุญาตครั้งที่ 1, ต่อใบอนุญาตครั้งที่ 2 และต่อใบอนุญาตครั้งที่ 3) ปัจจุบันกำลังดำเนินการจัดทำหลักสูตรขอต่ออายุเป็นตัวแทนหรือนายหน้าประกันวินาศภัย ครั้งที่ 4 เป็นต้นไป เพื่อขอรับความเห็นชอบจากนายทะเบียนต่อไป

#### 2. **พัฒนาความรู้**

- ด้านการประกันภัยและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้แก่ตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย นอกจากหลักสูตรอบรมที่สำนักงาน คปภ. กำหนดแล้ว บริษัทยังได้ส่งเสริมความรู้ด้านการประกันวินาศภัยเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนฝึกอบรมสบทบ ได้จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัย รวมไปถึงความรู้อื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ เช่น เทคนิคการขาย กฎหมายจราจร ความรู้เกี่ยวกับการเรียกร้องค่าสินไหม เป็นต้น เนื่องจากการเป็นตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยได้นั้น จะต้องสอบผ่านให้ได้คะแนนตามเกณฑ์ที่สำนักงาน คปภ. กำหนด บริษัท ได้ให้ส่วนฝึกอบรมสบทบ จัดทำหลักสูตรเตรียมสอบพร้อมคู่มือ เพื่อให้ตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยได้รับความรู้และแนวทางในการสอบ ได้อย่างเข้าใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ปัจจุบัน ส่วนฝึกอบรมสบทบ พยายามหาวิธีการ เพื่อให้ตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยที่เป็นลูกค้าของบริษัทสามารถเรียนรู้การประกันภัยได้ด้วยตนเอง จึงได้จัดทำโปรแกรมการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (E-learning) ขึ้น โดยใช้ชื่อว่า Learn anywhere ในขั้นต้นจัดทำหลักสูตรเตรียมสอบ ไว้สำหรับผู้ที่ประสงค์จะสอบเป็นตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัยก่อน ขั้นตอนต่อไปจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยทั้งหลาย ผู้ที่จะใช้ระบบนี้จะต้องเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกก่อน จึงจะสามารถเข้าระบบได้ที่ <http://learn.anywhere.muangthaiinsurance.com>

ผลจากการให้ตัวแทนและนายหน้าประกันวินาศภัย เข้าไปทดลองใช้โปรแกรม Learn anywhere ควบคู่ไปกับการเข้าอบรมหลักสูตรเตรียมสอบใบอนุญาตนั้น ปรากฏว่าได้ผลดีขึ้นเป็นที่น่าพอใจ จำนวนผู้เข้าใช้ โปรแกรม Learn anywhere มีมากกว่า 14,153 คน นอกจากนี้ยังมีมีการปรับปรุงโปรแกรมดังกล่าว ให้ดูมีความทันสมัยและครบถ้วนเพิ่มมากขึ้น

- การอบรมให้ความรู้ทางด้านการบริหารผ่านเทคโนโลยี และนวัตกรรมของอุตสาหกรรมประกันภัยทั่วโลกและในประเทศไทย เพื่อให้ตัวแทนเกิดการรับรู้และพร้อมก้าวสู่โลกดิจิทัล ทั้งนี้ตัวแทนสามารถใช้ระบบต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์ สำหรับการคำนวณเบี้ยฯ ออกใบเสนอราคา แจ้งงาน ต่ออายุ และชำระเบี้ยประกันภัย เป็นต้น เช่น ระบบ NOS, BPMB, MTI CLICK และการใช้ Application Muang Thai Claim Di ซึ่งฝ่ายขายจะเป็นผู้ประสานการเข้าใช้งานระบบต่าง ๆ



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

[www.muangthaiinsurance.com](http://www.muangthaiinsurance.com)  
Call Center 1484