

นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct Policy)



ยึดได้ เมื่อภัยมา

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

นโยบายนี้ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2567 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567

B.N.

สารบัญ

เนื้อหา

คำนิยาม	3
การบริหารจัดการการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม.....	3
1. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรและบทบาทของคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร.....	3
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า.....	4
3. การจ่ายค่าตอบแทน.....	4
4. กระบวนการขาย	4
5. การสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงาน.....	5
6. การได้มา การเก็บรักษา และการปกป้องข้อมูลของลูกค้า.....	5
7. การให้บริการภายหลังการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัย.....	6
8. การใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์	7
9. การติดตาม ตรวจสอบ และการควบคุมภายใน.....	7
10. การปฏิบัติงานและแผนรองรับการปฏิบัติงาน	7

นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

(Market Conduct Policy)

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดนโยบายฉบับนี้ เพื่อเป็นการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการออก และเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัท ประกันวินาศภัย และการดำเนินการของตัวแทนประกันวินาศภัย นายหน้าประกันวินาศภัย และธนาคาร พ.ศ. 2563 และแนวปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการออกและเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัทประกันวินาศภัย และการดำเนินการของตัวแทนประกันวินาศภัย นายหน้าประกันวินาศภัย และธนาคาร พ.ศ. 2563 พ.ศ. 2565 โดยตระหนักถึงความสำคัญต่อการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดีและมีคุณภาพ โดยมีระบบงานที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพการขายกรมธรรม์ประกันภัยในทุกช่องทาง การขาย มีการให้บริการอย่างเป็นธรรมทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การพัฒนาและออกกรมธรรม์ประกันภัย ตลอดจนการบริหารจัดการการดูแลควบคุม ติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลในการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด ทั้งนี้ ระบบงานต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

คำนิยาม

“บริษัท” หมายความว่า บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)

“ลูกค้า” หมายความว่า บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ในปัจจุบัน และให้หมายความรวมถึงผู้ติดต่อสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ที่รับทราบผลิตภัณฑ์ และบริการผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้ที่ได้รับการเสนอหรือแนะนำจากบริษัท เพื่อให้ซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ

“การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัย” ในกรณีที่กระทำโดยบริษัท หมายความว่า การเชิญชวนเพื่อให้ลูกค้าทำสัญญาประกันภัยกับบริษัท ในกรณีที่กระทำโดยตัวแทนประกันวินาศภัย หมายความว่า การชักชวนลูกค้าให้ทำสัญญาประกันภัยกับบริษัท ในกรณีที่กระทำโดยนายหน้าประกันวินาศภัยหรือธนาคาร หมายความว่า การชี้ช่องหรือจัดการให้ลูกค้าทำสัญญาประกันภัยกับบริษัท

การบริหารจัดการการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

1. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรและบทบาทของคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร

- 1.1 มีการกำหนดนโยบาย แผนธุรกิจและกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญในการสร้างและการถ่ายทอดวัฒนธรรมการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมให้ทั่วถึงทุกส่วนงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า ซึ่งรวมถึงผู้เสนอขายในทุกช่องทาง การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยของบริษัท
- 1.2 มีการกำหนดผู้รับผิดชอบหรือหน่วยงานในการทำหน้าที่รับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานหรือประสานงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรมได้อย่างเป็นระบบ
- 1.3 มีบุคลากรที่มีความพร้อมทั้งด้านจำนวนและคุณภาพ โดยต้องสอดคล้องกับปริมาณธุรกิจและการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณภาพ รวมทั้งมีผู้รับผิดชอบดูแล ควบคุม ติดตามการปฏิบัติงาน และพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่าง

นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

ต่อเนื่องและทันการณ

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า

- 2.1 มีกระบวนการในการพัฒนา หรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า
- 2.2 มีมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดการให้บริการหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ขัดต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หรือการดำเนินธุรกิจที่มีความเสี่ยงหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- 2.3 มีแนวทางที่เป็นธรรมในการดูแลแก้ไขปัญหาหรือชดเชยเยียวยาความเสียหายของลูกค้าจากการใช้ผลิตภัณฑ์

3. การจ่ายค่าตอบแทน

- 3.1 มีการกำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนให้เป็นไปตามอัตราที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) กำหนด รวมทั้ง มีมาตรการดักเตือนและลงโทษ สำหรับพนักงานในทุกกระบวนการบริหารจัดการการให้บริการอย่างเป็นธรรม
- 3.2 มีการประเมินความเสี่ยงโดยคำนึงถึงข้อมูลปัญหาการใช้บริการของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ

4. กระบวนการขาย

4.1 การเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ

- 1) กำหนดวิธีปฏิบัติในกระบวนการที่เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย รวมถึงมีวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าแต่ละประเภท
- 2) มีระบบ เครื่องมือ และกระบวนการที่ทำให้มั่นใจว่าการเสนอขายไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกค้า การได้มาของข้อมูลลูกค้าถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายในของบริษัท ทั้งการเสนอขายในลักษณะพบกันต่อหน้า การเสนอขายทางอิเล็กทรอนิกส์ และการเสนอขายทางโทรศัพท์
- 3) ข้อมูลที่ใช้ในการติดต่อลูกค้ารายใหม่ต้องได้มาอย่างถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายของบริษัท โดยกรณีที่ลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ผู้ให้บริการต้องชี้แจงแหล่งที่มาของข้อมูลที่ได้ให้คำยินยอมไว้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว
- 4) ในการเสนอขายที่บริษัทฯ เป็นผู้ติดต่อไปยังลูกค้า เช่น Tele-sale อีเมล ข้อความสั้นซึ่งส่งผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS) จะต้องแจ้งลูกค้าอย่างชัดเจนทุกครั้งว่าลูกค้ามีสิทธิเลือกที่จะไม่รับการติดต่อจากบริษัทฯ อีก และต้องแจ้งช่องทางในการยกเลิกการติดต่อแก่ลูกค้าด้วย
- 5) ในกรณีที่ผู้ให้บริการติดต่อลูกค้าเพื่อเสนอขายทางโทรศัพท์ ต้องมีระบบงานที่สามารถตรวจสอบชื่อพนักงานที่ติดต่อลูกค้า หมายเลขโทรศัพท์ที่ใช้ติดต่อ และชื่อลูกค้าที่มีการติดต่อ เพื่อให้ตรวจสอบได้ว่าข้อมูลลูกค้าที่ใช้ในการติดต่อเป็นข้อมูลที่ได้มาอย่างถูกกฎหมาย

4.2 การคัดเลือกพนักงาน

- 1) พนักงานขายต้องมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่จะเสนอขาย และสามารถอธิบายผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่จะเสนอขายได้
- 2) พนักงานขายต้องผ่านการอบรมภายในทั้งด้านกฎระเบียบตามกฎหมายในการเสนอขายและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การนำเสนอเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า

นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

4.3 การจัดให้มีเครื่องมือที่ช่วยอธิบายลักษณะของผลิตภัณฑ์ประกันภัย

- 1) มีเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานขายสามารถอธิบายข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้รับทราบและเข้าใจง่ายขึ้น โดยต้องแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนออย่างครบถ้วนทั้งเงื่อนไข สิทธิประโยชน์และข้อควรระวัง และเพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

4.4 การให้ข้อมูลหลังการขาย (Post-sale)

- 1) ต้องแจ้งลูกค้าทุกครั้งเกี่ยวกับระยะเวลาในการเรียกเก็บค่าเบี้ยประกันภัย และมีระยะเวลาเพียงพอให้ลูกค้าตรวจสอบและโต้แย้งรายการดังกล่าวได้
- 2) มอบหลักฐานการชำระเงินและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้แก่ลูกค้าทุกครั้ง
- 3) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่มีผลกระทบต่อการให้บริการของลูกค้า ต้องมีการสื่อสารหรือแจ้งข้อมูลเป็นสาระสำคัญของการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าในระยะเวลาที่เพียงพอ

5. การสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงาน

5.1 การสื่อสารกับพนักงาน

- 1) กำหนดให้มีช่องทางการสื่อสารและให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อให้ทราบในเนื้อหาของนโยบายฉบับนี้ เช่น
 - Website และ/ หรือ Intranet ของบริษัท
 - สื่อสารภายในให้พนักงานที่เกี่ยวข้องทุกคนรับทราบในรูปแบบที่เหมาะสม เช่น E-mail หรือ Line

5.2 การฝึกอบรมแก่พนักงานขาย

- 1) จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป
- 2) ฝึกวิธีปฏิบัติงานให้พนักงานขายได้ให้ข้อมูลที่ลูกค้าจะเข้าใจง่ายและจัดทำบทสนทนาสำหรับการอธิบายในเรื่องที่ยาก โดยเฉพาะการอธิบายเกี่ยวกับกรรมธรรม์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่ากรรมธรรม์ทั่วไป

6. การได้มา การเก็บรักษา และการปกป้องข้อมูลของลูกค้า

6.1 การดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

- 1) มีนโยบาย วิธีปฏิบัติ และระบบงานการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแผนธุรกิจ และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจ
- 2) กำหนดให้พนักงานทุกระดับต้องเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

6.2 การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้แก่บุคคลอื่น

- 1) มีกระบวนการที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผู้รับข้อมูล ซึ่งรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจที่ออกผลิตภัณฑ์ร่วมกันสามารถรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าได้อย่างรัดกุม เก็บข้อมูลลูกค้าเท่าที่จำเป็น และใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งลูกค้าไว้

นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

- 2) ในการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ให้ปฏิบัติดังนี้
 - เปิดเผยข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการขายหรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งลูกค้ามีสิทธิเลือกในการให้ความยินยอมหรือไม่ก็ได้
 - ขอความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดจากลูกค้า โดยให้สิทธิลูกค้าเลือกเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจนด้วยตนเอง พร้อมแจ้งช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกเพื่อสอบถามรายชื่อผู้รับข้อมูลและยกเลิกการติดต่อจากผู้รับข้อมูลทุกราย

6.3 ในการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การตลาด ให้ปฏิบัติดังนี้

- 1) เปิดเผยข้อมูลในกรณีที่หากลูกค้าไม่ให้ความยินยอมจะกระทบต่อการดำเนินการของผู้ให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ หรือจะไม่สามารถให้บริการได้อย่างเป็นธรรมและต่อเนื่อง เช่น การเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) เพื่อสนับสนุนการให้บริการของผู้ให้บริการ การเปิดเผยข้อมูลให้หน่วยงานราชการตามกฎหมาย โดยให้รวมถึงกรณีการเปิดเผยข้อมูลให้บริษัทพันธมิตร
- 2) บริษัทฯ สามารถกำหนดให้การเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขในการขอใช้บริการได้ โดยให้ระบุตัวอย่างวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลให้ลูกค้าทราบ

7. การให้บริการภายหลังการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัย

7.1 การรับและดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน

- 1) มีหน่วยงานและบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อโดยตรงได้อย่างสะดวก มีทางเลือกหลายช่องทาง
- 2) มีกระบวนการที่เป็นมาตรฐานในการรับและดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน
- 3) แก้ไขปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนด้วยความเป็นธรรม
- 4) มีระบบในการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน
- 5) มีการตรวจสอบให้พบต้นเหตุของปัญหา และขยายการตรวจสอบโดยทันทีเพื่อหยุดความเสียหาย

7.2 การดำเนินการแก้ไขปัญหให้กับลูกค้า

- 1) มีมาตรการในการแก้ไขปัญหา เยียวยา หรือชดเชยให้แก่ลูกค้า และกำหนดเป็นมาตรฐานสำหรับปัญหาที่มีลักษณะคล้ายกัน
- 2) มีการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนในการจัดการเป็นไปด้วยความเหมาะสมและไม่ชักช้า รวมทั้งแจ้งให้ลูกค้าทราบความคืบหน้าเป็นระยะ
- 3) กำหนดระยะเวลาและปัจจัยในการพิจารณาแก้ไขเยียวยาหรือชดเชยให้เป็นธรรมโดยเฉพาะกรณีที่เป็นความผิดพลาดจากระบบงานหรือพนักงานของบริษัทฯ และปฏิบัติอย่างเท่าเทียมในกรณีที่มีลักษณะเดียวกัน

7.3 การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนซ้ำ

- 1) บันทึกปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนทั้งหมดที่บริษัทฯ ได้รับจากช่องทางต่างๆ
- 2) กำหนดผู้รับผิดชอบในการวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาการให้บริการหรือเรื่องร้องเรียนและนำผลการวิเคราะห์ไปดำเนินการต่อ

นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

- 3) รายงานการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนต่อผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้สามารถประเมินความเสี่ยงและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ

8. การใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

การเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ การใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ประกอบการเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัย การออกกรมธรรม์ประกันภัย การขอใช้เงินหรือค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัย โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือบางส่วนต้องเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการออกและเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัย และการขอใช้เงิน หรือค่าสินไหมทดแทนตามสัญญาประกันภัย โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายความว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และไม่ขัดหรือแย้งกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และกฎหมายอื่นในลักษณะเดียวกัน

9. การติดตาม ตรวจสอบ และการควบคุมภายใน

9.1 การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ

- 1) มีการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติงานด้านการให้บริการอย่างเป็นธรรม ครอบคลุมในแต่ละระดับชั้นของการปฏิบัติงานอย่างครบถ้วน
- 2) ประเมินขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อระบุหรือกำหนดความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น และมีการติดตามและควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจมีโอกาสดังกล่าว
- 3) จัดทำแผนการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบที่มุ่งไปยังความเสี่ยงที่กำหนด โดยเป็นการตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามวิธีการ ขั้นตอน และหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่
- 4) รายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง

9.2 การป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์

- 1) ระบุกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- 2) มีเครื่องมือและวิธีการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน
- 3) ตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด และมีการดำเนินการหากมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด

10. การปฏิบัติงานและแผนรองรับการปฏิบัติงาน

10.1 ระบบปฏิบัติการ

- 1) มีเครื่องมือที่ทำให้มั่นใจว่าผู้ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานมีการดำเนินงานที่ครบถ้วนถูกต้องแล้ว เช่น รายการตรวจสอบ (Checklist)
- 2) กรณีที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินการ ให้คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ดังนี้
 - ความมั่นคงของระบบ หากกำหนดวิธีปฏิบัติงานและจัดเก็บข้อมูลสำคัญโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นหลัก
 - ความปลอดภัยของข้อมูล

10.2 แผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน

- 1) กำหนดแผนงานรองรับหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งแผนงานดังกล่าวควรครอบคลุมวิธีการปฏิบัติงานที่สำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำธุรกรรมของลูกค้า
- 2) ทดสอบแผนงานว่าสามารถปฏิบัติตามแผนได้จริง สามารถควบคุมผลกระทบและความเสียหายได้และกู้คืนระบบปฏิบัติการสำคัญได้ภายในเวลาที่กำหนด รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแผนงานให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสถานการณ์

นโยบายฉบับนี้ มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม 2567 เป็นต้นไป



(นางนวลพรรณ ล่ำซำ)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร