

เพื่อชีวิตและสังคม ดีขึ้นในทุกวัน



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)



ยิ้มได้ เมื่อภัยมา

สารบัญ



ยิ้มได้ เมื่อภัยมา

002 สารจากประธานกรรมการ

004 สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

006 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

007 ภาพรวมและบริบทองค์กร

009 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

011 ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

012 รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืน

014 โครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน

016 ห่วงโซ่คุณค่า

018 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

024 การประเมินและกำหนดประเด็นความยั่งยืน

025 การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ Double Materiality

025 ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

031 กลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน

035 มิติด้านสิ่งแวดล้อม

036 เป้าหมาย และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

037 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

038 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

046 ผลกระทบที่ประจักษ์ด้านสิ่งแวดล้อมและการลงทุนอย่างรับผิดชอบ

053 มิติสังคม

054 เป้าหมาย และผลการดำเนินงานมิติสังคม

055 การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล

078 การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

083 การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย

092 ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

101 การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่ม

105 มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

106 เป้าหมาย และผลการดำเนินงานมิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

107 การพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรม

111 การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์

114 การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

121 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

128 การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2568
บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)



สารจาก ประธานกรรมการ

ปี 2568 เป็นอีกหนึ่งปีที่สะท้อนถึงความเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนของโลกธุรกิจอย่างชัดเจน ทั้งจากสภาวะเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ตลอดจนผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ทวีความรุนแรงและเกิดขึ้นถี่มากขึ้น เหตุการณ์ภัยพิบัติสำคัญที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ของประเทศในปีที่ผ่านมา เป็นเครื่องย้ำเตือนถึงบทบาทสำคัญของธุรกิจประกันวินาศภัยในการรองรับและบริหารความเสี่ยงให้กับสังคม

ท่ามกลางบริบทดังกล่าว คณะกรรมการบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยงอย่างรอบคอบ และการขับเคลื่อนองค์กรด้วยหลักความยั่งยืน โดยบูรณาการมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้ากับกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างความมั่นคงให้แก่องค์กร ควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

อุตสาหกรรมประกันภัยกำลังอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ ทั้งจากโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลง ความต้องการด้านความคุ้มครองที่ซับซ้อนขึ้น และความเสี่ยงรูปแบบใหม่ เช่น รถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) รวมถึงความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติที่มีความไม่แน่นอนและรุนแรงมากขึ้น คณะกรรมการบริษัทเชื่อมั่นว่า องค์กรที่สามารถปรับตัวอย่างรอบคอบ มีวินัยในการบริหารความเสี่ยง และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล จะสามารถยืนหยัดและเติบโตได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

คณะกรรมการบริษัทให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ทั้งการจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการลงทุนอย่างรับผิดชอบ การคุ้มครองข้อมูลและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ตลอดจนการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น นักลงทุน ลูกค้า พนักงานกำกับดูแล และสังคมโดยรวม

ในนามของคณะกรรมการบริษัท ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่ให้ความไว้วางใจและสนับสนุนบริษัทด้วยดีเสมอมา คณะกรรมการขอยืนยันความมุ่งมั่นในการกำกับดูแลและขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่มีความเข้มแข็ง โปร่งใส และมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจและสังคมไทยต่อไป

(นายโพธิพงษ์ ลำซำ)
ประธานกรรมการ



สารจาก ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ปี 2568 เป็นปีที่สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า โลกและสังคมกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น ทั้งจากภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงและเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและ AI รวมถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่สูงขึ้นต่อบทบาทและความรับผิดชอบต่อภาคธุรกิจ

สำหรับ บริษัทเมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ความท้าทายเหล่านี้ไม่เพียงเป็นความเสี่ยง แต่ยังเป็นโอกาสสำคัญในการยกระดับการดำเนินงานและสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจโดยยึดหลัก ESG เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กร ครอบคลุมการจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อ

ในด้านการดำเนินงาน บริษัทฯ เดินหน้าพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ทั้งการใช้ระบบ e-Policy เพื่อลดการใช้ทรัพยากร การส่งเสริมการใช้ AI มาเสริมประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยง การดำเนินงาน และการให้บริการลูกค้า ตลอดจนการสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด เช่น โครงการ Solar Rooftop เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การดูแลพนักงานอย่างรอบด้าน และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อ

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าความยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง ต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น นักลงทุน หน่วยงานกำกับดูแล ชุมชน และสังคม บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นเสริมสร้างความเชื่อมั่นผ่านการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว

เมืองไทยประกันภัย มุ่งมั่นสร้างอนาคตที่มั่นคงและยั่งยืน เคียงข้างทุกชีวิตและธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และพร้อมปรับตัวต่อทุกความเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถก้าวต่อไปได้อย่างมั่นคง และเติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน และ“ยิ้มได้เมื่อภัยมา”

(นางนงาวพรรณ ลำซ่า)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568 ของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลของบริษัทอย่างโปร่งใส ครบถ้วน และเป็นระบบ สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และสร้างคุณค่าในระยะยาวควบคู่กับการเติบโตทางธุรกิจในอนาคตของประเทศไทย

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงมาตรฐานสากลด้านการรายงานความยั่งยืน ได้แก่ มาตรฐานการรายงานความยั่งยืนของ GRI (Global Reporting Initiative) แนวปฏิบัติด้านการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนตามมาตรฐาน IFRS Sustainability Disclosure Standards โดยเฉพาะ IFRS S1 และ IFRS S2 รวมถึงแนวทางการกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักการ Science Based Targets initiative (SBTi) เพื่อให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือมีความสอดคล้อง สามารถเปรียบเทียบได้ และตอบสนองต่อความคาดหวังของนักลงทุน คู่ค้า หน่วยงานกำกับดูแล และสังคมในวงกว้าง

ขอบเขตของรายงานครอบคลุมผลการดำเนินงานของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตลอดปี 2568 โดยมีการกำหนดขอบเขตการรายงานทั้งในมิติการดำเนินงานภายในองค์กร และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจประกันภัย ตามความเหมาะสมของข้อมูลในแต่ละประเด็น ทั้งนี้ บริษัทได้คัดเลือกประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topics) ผ่านกระบวนการประเมินสาระสำคัญโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและผลต่อการสร้างมูลค่าในระยะยาวขององค์กร เพื่อให้การรายงานมุ่งเน้นในประเด็นที่มีความสำคัญอย่างแท้จริง ข้อมูลที่น่าเสนอในรายงานฉบับนี้ได้มาจากกระบวนการรวบรวม ตรวจสอบ และทวนสอบภายในองค์กร โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งมีการกำกับดูแลด้านคุณภาพข้อมูลและความถูกต้องอย่างรอบคอบ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับข้อกำหนดของมาตรฐานที่ใช้อ้างอิง และสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสม

บริษัทตระหนักดีว่าการรายงานความยั่งยืนเป็นกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รายงานฉบับนี้จึงไม่เพียงสะท้อนผลการดำเนินงานที่ผ่านมา แต่ยังสามารถชี้ให้เห็นถึงทิศทาง เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานในอนาคต เพื่อแสดงถึงความตั้งใจในการยกระดับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับบริบทความเสี่ยงและโอกาสที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนของเมืองไทยประกันภัยในระยะยาว

ภาพรวมและบริบทองค์กร

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในบริษัทประกันวินาศภัยชั้นนำของประเทศไทย ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านการประกันภัยครอบคลุมทั้งประกันภัยรถยนต์ ประกันอัคคีภัย ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง ประกันภัยเบ็ดเตล็ด รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านการบริหารความเสี่ยงที่ตอบโจทย์ทั้งลูกค้ารายบุคคลและลูกค้าองค์กร ด้วยประสบการณ์การดำเนินงานยาวนานกว่า 93 ปี บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ เข้าถึงง่าย และสอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมและเศรษฐกิจไทย

เมืองไทยประกันภัย ดำเนินธุรกิจภายใต้รูปแบบธุรกิจประกันภัยที่เชื่อมโยงตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การรับประกันภัย การบริหารความเสี่ยง การให้บริการลูกค้า การจัดการสินไหมทดแทน ไปจนถึงการลงทุนและการบริหารเงินทุน โดยบริษัทตระหนักถึงบทบาทของตนในฐานะกลไกสำคัญของระบบเศรษฐกิจ ที่ช่วยกระจายความเสี่ยง ลดผลกระทบจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด และเสริมสร้างความมั่นคงให้แก่ภาคธุรกิจและสังคมโดยรวม การดำเนินงานของบริษัทจึงให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าในระยะยาวควบคู่กับการรักษาเสถียรภาพทางการเงินและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย

ในบริบทของอุตสาหกรรมประกันภัย ภูมิทัศน์ทางธุรกิจกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากหลายปัจจัย ทั้งความผันผวนทางเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนด้านภูมิรัฐศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้า ตลอดจนความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามาท้าทายบทบาทสำคัญต่อการแข่งขันและรูปแบบการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติที่ทวีความรุนแรง ได้ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อความถี่และความรุนแรงของการเรียกร้องค่าสินไหม รวมถึงการประเมินความเสี่ยง การกำหนดเบี้ยประกัน และการบริหารพอร์ตการรับประกันภัย

บริษัทตระหนักดีว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมิได้เป็นเพียงความเสี่ยง แต่ยังเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวโน้มความยั่งยืน เมืองไทยประกันภัย จึงมุ่งบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้ากับกลยุทธ์องค์กรและกระบวนการทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่สนับสนุนเศรษฐกิจสีเขียวและการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมคาร์บอนต่ำ การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับประสิทธิภาพและความโปร่งใส ไปจนถึงการบริหารความเสี่ยงองค์กรที่ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืนและความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ

ในขณะเดียวกัน เมืองไทยประกันภัยให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งบุคลากร ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ ชุมชน และสังคม โดยมุ่งเสริมสร้างความเชื่อมั่น ความเป็นธรรม และการมีส่วนร่วม เพื่อสนับสนุนการเติบโตขององค์กรควบคู่กับการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ภายใต้บริบทของโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดยั้ง บริษัทมุ่งสร้างคามยืดหยุ่นและความพร้อมในการปรับตัว เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้บริหารความเสี่ยงของสังคมได้อย่างมั่นคงและต่อเนื่องในระยะยาว

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	MTI
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ให้บริการรับประกันภัยและบริหารความเสี่ยงครอบคลุมประกันภัยรถยนต์ ประกันอัคคีภัย ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง ประกันภัยเบ็ดเตล็ด รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านประกันภัยที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายบุคคลและลูกค้าองค์กร
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	252 ถ.รัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ทุนจดทะเบียน	590,000,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	590,000,000.00 บาท
ชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด	590,000,000 หุ้น
โทรศัพท์	0-2665-4000, 0-2290-3333
โทรสาร	0-2665-4166, 0-2274-9511, 0-2276-2033
เว็บไซต์	www.muangthaiinsurance.com, https://sustainability.muangthaiinsurance.com
อีเมล	info@muangthaiinsurance.com

วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์

ผู้นำทางธุรกิจ ใส่ใจพันธมิตร คิดสรรสร้างเน้นคุณภาพและบริการ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล

พันธกิจ

- เป็นองค์กรที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ
- สร้างผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นในระดับที่น่าพอใจ โดยการเติบโตอย่างยั่งยืนและมีกำไร ด้วยการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ
- มุ่งปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการ การให้บริการที่เป็นเลิศ และการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- ยึดมั่นในบรรษัทภิบาล และมีความรับผิดชอบต่อสังคม
- เป็นองค์กรที่คนใฝ่ฝันอยากเข้ามาร่วมงานด้วย ในอันดับต้นๆ

พันธมิตร/ เครือข่ายความร่วมมือ

หน่วยงานพันธมิตร



คปภ.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย(คปภ.)

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

วิธีการ/แนวทางความร่วมมือ

เป็นผู้ควบคุมและผู้สนับสนุน : เป็นเหมือนผู้ดูแลให้บริษัทดำเนินการอย่างถูกกฎหมายและมีคุณภาพ แต่ในขณะเดียวกันก็ช่วยสนับสนุนให้บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ดีขึ้น

กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน : บริษัทต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของคปภ. ทั้งด้านการเสนอขาย, การให้บริการหลังการขาย, และการจัดการสินไหมทดแทน



สมาคมประกันวินาศภัยไทย

Thai General Insurance Association

มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจประกันวินาศภัยเป็นเสาหลักของระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเสริมสร้างความเชื่อมั่นและยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรม ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการเติบโตผ่านนวัตกรรมและเทคโนโลยี พร้อมเสริมบทบาทการเป็นผู้บริหารความเสี่ยงมืออาชีพให้กับทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผลักดันนโยบาย กฎระเบียบ และโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม และเสริมสร้างระบบนิเวศประกันภัยให้มีความเข้มแข็ง มั่นคง และมีเสถียรภาพในระยะยาว



มูลนิธิ มาดามแพ็ง

MADAME PANG FOUNDATION

ความร่วมมือนี้เป็นการทำงานที่เชื่อมโยงทั้งสององค์กรเข้าด้วยกันภายใต้การนำของคุณนวลพรรณ เพื่อขับเคลื่อนภารกิจเพื่อสังคมในหลากหลายรูปแบบ และสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชนและประเทศชาติ



หอการค้าไทย

การบูรณาการระหว่างวิสัยทัศน์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทประกันภัย กับศักยภาพเครือข่ายภาคธุรกิจของหอการค้าไทย เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน ด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

ด้านเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล

เมืองไทยประกันภัยมุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาล ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงและการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

- ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ระดับ AAA
- ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (CGR) อยู่ในระดับ ดีเลิศ
- ไม่มีกรณี ข้อร้องเรียนด้านการทุจริตคอร์รัปชันตลอดปี 2568
- ไม่เกิดเหตุการณ์การรั่วไหล การขโมย หรือการสูญหายของข้อมูล ที่บริษัทจัดเก็บและประมวลผล

ด้านสังคม

เมืองไทยประกันภัยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นธรรม และการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า 92.99 %
- จำนวนลูกค้ากลุ่มรายย่อย/กลุ่มเปราะบางที่ได้รับความคุ้มครองจากการส่งเสริมเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของประชาชนทุกกลุ่ม จำนวน 24,767 ราย
- จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 15 ชั่วโมงต่อคนต่อปี
- ความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอยู่ที่ ร้อยละ 85
- รางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ระดับดีเด่น ประจำปี 2568






ด้านสิ่งแวดล้อม

เมืองไทยประกันภัยตระหนักถึงบทบาทของธุรกิจประกันภัยในการสนับสนุนการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ดังนี้

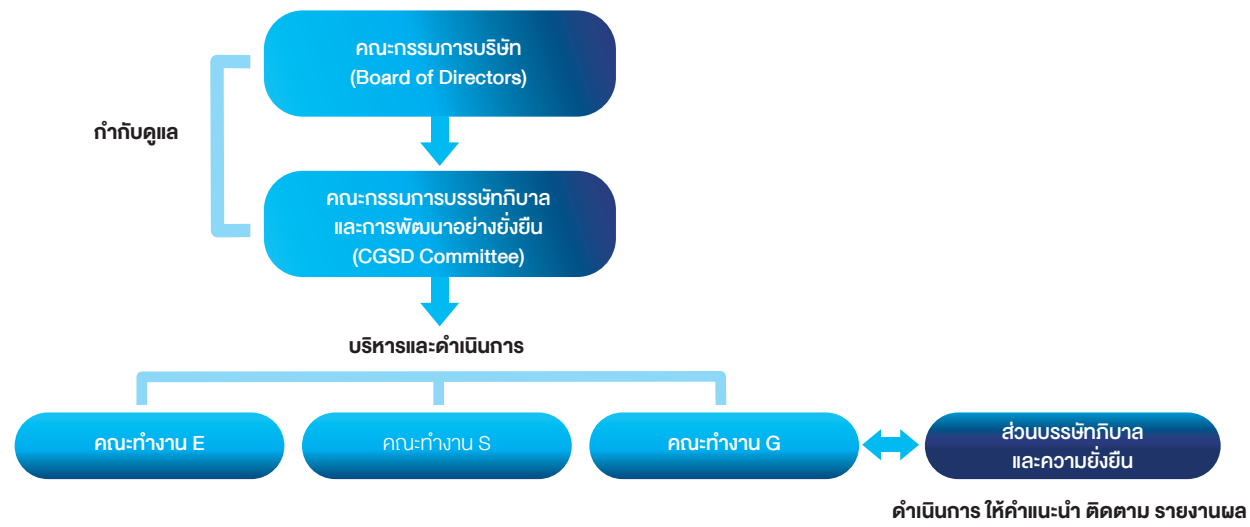
- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้กว่า ร้อยละ 13 จากปีฐาน 2567
- ลดปริมาณการใช้น้ำลงจากปี 2567 ร้อยละ 16
- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลงจากปี 2567 ร้อยละ 11
- การลงทุนของบริษัทมีสัดส่วนการลงทุนในสินทรัพย์ที่ผ่านเกณฑ์ ESG กว่าร้อยละ 87
- ออกกรมธรรม์ประกันภัยรูปแบบ E-Policy เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ จำนวน 27,990 กรมธรรม์

รางวัลและความสำเร็จด้านความยั่งยืน

ชื่อรางวัล	รายละเอียดรางวัล
 <p>2024 - 2025 Thailand's Most Admired Company</p>	<p>2024 - 2025 Thailand's Most Admired Company บริษัทได้รับคัดเลือกเป็นบริษัทที่มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมน่าเชื่อถือสูงสุดกลุ่มธุรกิจประกันภัย</p>
 <p>Leading of ESG ด้าน Environmental Product</p>	<p>Leading of ESG ด้าน Environmental Product จากงาน FUTURE TRENDS AWARDS 2025 รางวัลสุดยอดผู้นำเทรนด์แห่งปี ที่ยกย่ององค์กรและบุคคลผู้สร้างสรรค์นวัตกรรมขับเคลื่อนเทรนด์ใหม่และเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างอนาคตที่ยั่งยืน</p>
 <p>เกียรติบัตรเชิดชูเกียรติ โครงการ ESG DNA จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p>	<p>เกียรติบัตรเชิดชูเกียรติ โครงการ ESG DNA จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในฐานะที่ บริษัท เมืองไทย ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมให้บุคลากรเข้าร่วมอบรมความรู้ด้านความยั่งยืน</p>
 <p>รางวัลองค์กรต้นแบบ ด้านสิทธิมนุษยชน ระดับดีเด่น ประจำปี 2568</p>	<p>บริษัทได้รับรางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิมนุษยชน ระดับดีเด่น ประจำปี 2568 ประเภทองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จากกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม</p>
 <p>ได้รับการรับรองเข้าร่วมสมาชิก แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของ ภาคเอกชนไทย (CAC) ต่ออายุ ครั้งที่ 4</p>	<p>บริษัทได้รับประกาศนียบัตรการเป็นองค์กรที่ผ่านการประเมินรับรองการเป็นสมาชิกต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 4 (ต่ออายุครั้งที่ 3/2567) จากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริต โครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption : CAC) สมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (IOD)</p>

ชื่อรางวัล	รายละเอียดรางวัล
<p>การประเมินการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ประจำปี 2568 ในระดับ 5 ดาว หรือ "ดีเลิศ"</p> 	<p>บริษัทได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies : CGR) ประจำปี 2568 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ให้เป็นบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับการประเมินอยู่ในระดับ 5 ดาว หรือ "ดีเลิศ"</p>
 <p>ได้รับการประเมินความยั่งยืน SET ESG Ratings ประจำปี 2568 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในระดับ "AAA"</p>	<p>ได้รับการประเมินความยั่งยืนในระดับ "AAA" จากการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ประจำปี 2568 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย</p>
 <p>รางวัลบริษัทประกันวินาศภัย ที่มีการบริหารงานดีเด่น อันดับที่ 1 ประจำปี 2567</p>	<p>ในงานมอบรางวัลประกันภัยดีเด่นครบวงจร ประจำปี 2568 (Prime Minister's Insurance Award 2025)</p>
 <p>นางนวลพรรณ ล่ำซำ ได้รับ "รางวัลผู้ทำคุณประโยชน์ต่อสำนักงาน คปภ. และระบบประกันภัย ประจำปี 2567"</p>	<p>ในงานมอบรางวัลประกันภัยดีเด่นครบวงจร ประจำปี 2568 (Prime Minister's Insurance Award 2025)</p>
<p>ได้รับผลการประเมินคุณภาพการจัประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 ในระดับดีเยี่ยม</p> 	<p>ได้รับผลการประเมินคุณภาพการจัประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 ในระดับดีเยี่ยม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย และสภาธุรกิจตลาดทุนไทย</p>

โครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืน



คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (CGSD Committee)

โครงสร้างและคุณสมบัติ

- ประกอบด้วยกรรมการบริษัทไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ซึ่งได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยเป็นกรรมการอิสระไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง และประธานคณะกรรมการบรรษัทภิบาลฯ จะต้องเป็นกรรมการอิสระ
- มีความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์ด้านการกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม การจัดการความยั่งยืนและมีวิสัยทัศน์ที่จะพัฒนาบริษัทให้มีความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง
- มีวาระการดำรงตำแหน่งตามรอบระยะเวลาการเป็นกรรมการบริษัท และอาจได้รับการแต่งตั้งใหม่หากคณะกรรมการบริษัทอนุมัติ
- ประธานคณะกรรมการบรรษัทภิบาลฯ มีอำนาจแต่งตั้งบุคคลใดคนหนึ่ง หรือ อาจแต่งตั้งผู้บริหารฝ่ายกำกับและส่งเสริมบรรษัทภิบาล ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการบรรษัทภิบาลฯ เพื่อช่วยเหลือในการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชุมคณะกรรมการบรรษัทภิบาลฯ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ด้านบรรษัทภิบาล**
กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติต่างๆ และกบฏวน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจและการต่อต้านทุจริต คอรัปชันภายในองค์กรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยสอดคล้องกับกฎหมายและกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับภายนอกและแนวทางปฏิบัติของสากล พร้อมทั้งนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและอนุมัติ
- ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน**
1. กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติ กำหนดกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้าน ESG ของผู้มีส่วนได้เสียทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ
 - ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) กำหนดแผนและเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก น้ำและกระดาษ รวมถึงบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
 - ด้านสังคม (Social) กำหนดแผนและเป้าหมายด้านการพัฒนาคุณภาพ ความปลอดภัยในการทำงานและการเคารพสิทธิมนุษยชนของพนักงาน รวมถึง การทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)
 - ด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance & Economic) กำหนดแผนและเป้าหมายให้บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านทุจริตและคอรัปชัน การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต รวมถึงพิจารณารายงานความยั่งยืนของบริษัท
2. ประเมินและรายงานผลการปฏิบัติงานด้านบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนประจำปี (Sustainability Report) ต่อคณะกรรมการบริษัท รวมถึงปฏิบัติหน้าที่หรือดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย
3. ประเมินการบริหารจัดการและการบูรณาการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน รวมถึงการจัดทำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Maps) ร่วมกับคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง และ/หรือ คณะกรรมการชุดย่อยอื่นๆ

1 ด้านบรรษัทภิบาล

กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติต่างๆ และกบฏวน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจและการต่อต้านทุจริต คอรัปชันภายในองค์กรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยสอดคล้องกับกฎหมายและกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับภายนอกและแนวทางปฏิบัติของสากล พร้อมทั้งนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและอนุมัติ

2 ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1. กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติ กำหนดกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้าน ESG ของผู้มีส่วนได้เสียทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

- ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) กำหนดแผนและเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก น้ำและกระดาษ รวมถึงบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- ด้านสังคม (Social) กำหนดแผนและเป้าหมายด้านการพัฒนาคุณภาพ ความปลอดภัยในการทำงานและการเคารพสิทธิมนุษยชนของพนักงาน รวมถึง การทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)
- ด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance & Economic) กำหนดแผนและเป้าหมายให้บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านทุจริตและคอรัปชัน การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤต รวมถึงพิจารณารายงานความยั่งยืนของบริษัท

2. ประเมินและรายงานผลการปฏิบัติงานด้านบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนประจำปี (Sustainability Report) ต่อคณะกรรมการบริษัท รวมถึงปฏิบัติหน้าที่หรือดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

3. ประเมินการบริหารจัดการและการบูรณาการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน รวมถึงการจัดทำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Maps) ร่วมกับคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง และ/หรือ คณะกรรมการชุดย่อยอื่นๆ

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนในระดับองค์กร โดยกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลที่ชัดเจน ครอบคลุมตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง ไปจนถึงหน่วยงานปฏิบัติการ เพื่อให้การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายระยะยาวของบริษัท

บทบาทของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัท (Board of Directors) มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลภาพรวมด้านบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน โดยการกำหนดทิศทาง นโยบาย และกรอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบ และสามารถสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทได้แต่งตั้ง คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Corporate Governance and Sustainable Development Committee: CGSD Committee) เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลเชิงนโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนโดยเฉพาะ คณะกรรมการดังกล่าวประกอบด้วยกรรมการบริษัทไม่น้อยกว่า 3 ท่าน โดยมีกรรมการอิสระเป็นสัดส่วนตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมีการกำหนดวาระการดำรงตำแหน่งตามที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ

คณะกรรมการ CGSD มีหน้าที่และความรับผิดชอบสำคัญ ได้แก่

- กำหนดและทบทวนนโยบาย กลยุทธ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจด้านความยั่งยืนของบริษัทให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
- กำกับดูแลและติดตามการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล รวมถึงการบริหารความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน
- พิจารณาและให้ความเห็นชอบแผนงาน เป้าหมาย และตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน รวมถึงการจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี
- ติดตามผลการประเมินประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality) และบูรณาการเข้ากับกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร

โครงสร้างการบริหารและการดำเนินงานด้าน ESG

ในระดับการดำเนินงาน บริษัทได้จัดตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืนตามมิติ ESG ได้แก่

- คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม (E Working Team)** รับผิดชอบการดำเนินงานด้านการจัดการพลังงาน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการรับมือกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- คณะทำงานด้านสังคม (S Working Team)** ดูแลประเด็นด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล สิทธิมนุษยชน ความปลอดภัยในการทำงาน ความสัมพันธ์กับลูกค้า และการพัฒนาชุมชนและสังคม
- คณะทำงานด้านบรรษัทภิบาล (G Working Team)** รับผิดชอบด้านบรรษัทภิบาล การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การบริหารความเสี่ยง การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความโปร่งใสในการดำเนินงาน

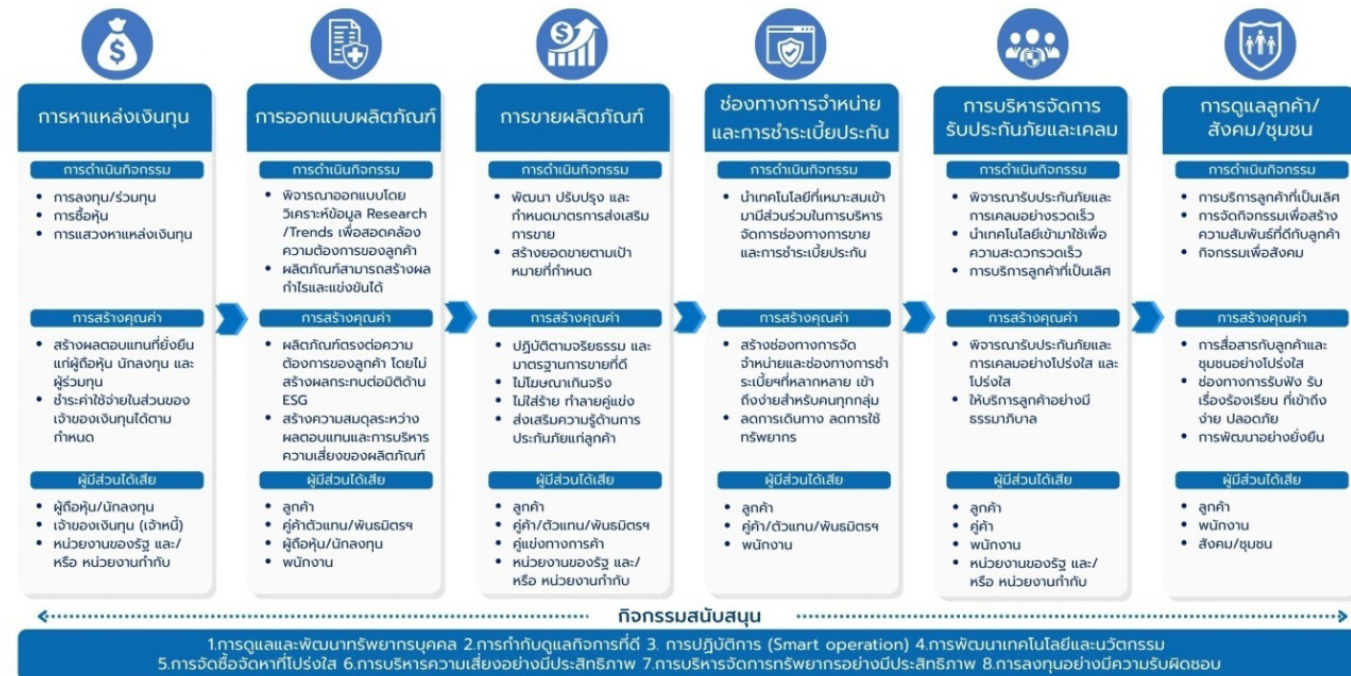
คณะทำงานแต่ละด้านทำหน้าที่ดำเนินงานตามแผนที่ได้รับมอบหมาย รายงานความก้าวหน้า ปัญหา และผลการดำเนินงานต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการ CGSD อย่างสม่ำเสมอ

ส่วนบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน

บริษัทได้กำหนดให้ส่วนบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการประสานงาน ให้คำแนะนำ ติดตาม และรวบรวมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนจากทุกหน่วยงาน เพื่อรายงานต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสนับสนุนการจัดทำรายงานความยั่งยืนและการเปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานสากล

ห่วงโซ่คุณค่าและผู้มีส่วนได้เสีย

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



การดำเนินธุรกิจของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งทางตรงและทางอ้อม ตั้งแต่ขั้นตอนการจัดหาเงินทุน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การให้บริการรับประกันภัย และบริหารสินไหมทดแทน ตลอดจนการดูแลลูกค้า สังคม และชุมชนโดยรอบ ดังนั้น เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ควบคู่กับการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างยั่งยืน บริษัทจึงได้ทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ เพื่ออธิบายลักษณะกิจกรรมหลัก กระบวนการสร้างคุณค่า และความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละช่วง ดังนี้

1) การจัดหาแหล่งเงินทุน

บริษัทจัดหาเงินทุนผ่านการลงทุน การร่วมทุน และการบริหารเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินและรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมุ่งสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

การสร้างคุณค่า

- เสริมความมั่นคงทางการเงินขององค์กร
- สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และหน่วยงานกำกับดูแล

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

ผู้ถือหุ้น นักลงทุน เจ้าหนี้ หน่วยงานภาครัฐ/กำกับดูแล

2) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการประกันภัยโดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาความต้องการของลูกค้า (Customer Need Exploration) แนวโน้มตลาด และปัจจัยความเสี่ยง เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ลูกค้าแต่ละกลุ่ม สามารถแข่งขันได้ และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

การสร้างคุณค่า

- ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการและความเสี่ยงของลูกค้า
- สร้างสมดุลระหว่างผลตอบแทน ความคุ้มครอง และการบริหารความเสี่ยง

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

ลูกค้า คู่ค้า/พันธมิตร ผู้ถือหุ้น พนักงาน

3) การขายและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางที่หลากหลาย (Multi-channel Distribution) ทั้งตัวแทน นายหน้า ช่องทางดิจิทัล และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยยึดหลักความเป็นธรรม โปร่งใส และปฏิบัติตามจรรยาบรรณการขาย เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์และข้อมูลได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

การสร้างคุณค่า

- เพิ่มโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัย
- เสริมสร้างความเชื่อมั่นและความเป็นธรรมในการขาย

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

ลูกค้า คู่ค้า/พันธมิตร หน่วยงานกำกับดูแล

4) ช่องทางการให้บริการและการชำระบัญชี

บริษัทนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้นพัฒนาระบบการให้บริการ การรับชำระเบี้ยประกัน และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และลดการใช้ทรัพยากรอย่างไม่จำเป็น

การสร้างคุณค่า

- เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ
- ลดต้นทุนและการใช้ทรัพยากร
- ยกระดับประสบการณ์ลูกค้า

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า

5) การบริหารจัดการรับประกันภัยและสินไหมทดแทน

บริษัทพิจารณาการรับประกันภัยและการจัดการสินไหมทดแทนอย่างรอบคอบ เป็นธรรม และโปร่งใส โดยใช้เทคโนโลยีและข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจ เพื่อบริหารความเสี่ยงและให้ความคุ้มครองแก่ลูกค้าอย่างเหมาะสม

การสร้างคุณค่า

- สร้างความเชื่อมั่นในระบบประกันภัย
- คุ้มครองลูกค้าอย่างเป็นธรรมและมีธรรมาภิบาล

ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน หน่วยงานกำกับดูแล

6) การดูแลลูกค้า สังคม และชุมชน

บริษัทให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นเลิศ การรับฟังข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน รวมถึงการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสังคมโดยรวม

การสร้างคุณค่า

- สร้างความไว้วางใจและความผูกพันกับลูกค้า
- สนับสนุนการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียหลัก

ลูกค้า พนักงาน ชุมชน สังคม

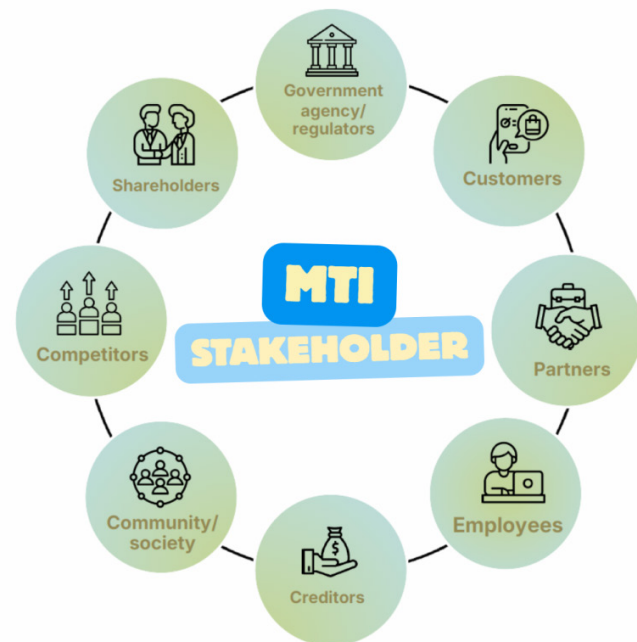
กิจกรรมสนับสนุนตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริษัทมีการดำเนินกิจกรรมสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่

- การพัฒนาและดูแลทรัพยากรบุคคล
- การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านทุจริต
- การบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติการอย่างมีประสิทธิภาพ (Smart Operation)
- การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล
- การจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อ
- การลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยได้มีการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตลอดจนการประเมินความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อทราบถึงความคาดหวังและเลือกประเด็นสำคัญในแต่ละด้าน เพื่อป้องกันความเสี่ยง ลดผลกระทบ และแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนการให้ความคุ้มครองและรักษาสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย และบริษัท จะไม่กระทำการใด ๆ 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 และ ได้กำหนดช่องทางการรับฟังความต้องการ ความคิดเห็น ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัท มาสรุปประเด็น ที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญมากกำหนดแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสม โดยได้นำเสนอผ่านคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทก่อนจะเปิดเผยต่อสาธารณะ ในรายงานความยั่งยืน และ รายงาน 56-1 one Report โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แนวทางการมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร วิธีการสื่อสาร	ความสนใจ และความคาดหวัง	การตอบสนอง ต่อความคาดหวัง	ประเด็นความยั่งยืน ที่เกี่ยวข้อง
1. พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดประชุมเพื่อสำหรับพนักงานในทุกระดับ • การบริหารการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจ และการส่งเสริมให้เกิดความผูกพันในองค์กรผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงพนักงานทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง เช่น Office365, Line OA, Facebook • กิจกรรมส่งเสริมด้านสุขภาพ และการจัดสวัสดิการต่าง ๆ • การสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม • การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท เพื่อความก้าวหน้าในงาน • การพัฒนาความรู้ความสามารถและทักษะในการทำงานและการดำเนินชีวิต • การเปิดโอกาสให้พนักงานจัดสรรเวลา เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัว • การรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ • การปฏิบัติที่เท่าเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> • การกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติงานตามกฎหมายแรงงาน • การกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและแนวทางในการบริหารความหลากหลาย • การจัดหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานในระดับต่าง ๆ • การตอบและ/หรือชี้แจงข้อสอบถามของพนักงานดำเนินการตามแนวปฏิบัติที่กำหนดเมื่อได้รับ • ปรับปรุงสวัสดิการและจัดกิจกรรม เพื่อสร้างความผูกพันกับองค์กร • ตรวจสอบความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร และประเมินผลการทำงานของพนักงานเป็นประจำทุกปี • ดูแลและปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างสม่ำเสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> • การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล • การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของทุกคนทุกกลุ่ม • การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย • การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์ • การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน • การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน • การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร วิธีการสื่อสาร	ความสนใจ และความคาดหวัง	การตอบสนอง ต่อความคาดหวัง	ประเด็นความยั่งยืน ที่เกี่ยวข้อง
2. คู่ค้า ตัวแทนพันธมิตรทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> การสื่อความนโยบายและแนวปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน แจ้งข่าวสารผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ผ่านเครื่องมือสนับสนุนการขาย สรุปรายงานการต่ออายุกรมธรรม์และผลงานทุกเดือน เข้าพบเยี่ยมเยียนหารือร่วมกับคู่ค้าเพื่อสรุปแนวทางขยายงานทุกเดือนทุกไตรมาส 	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน มีความเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ การปฏิบัติตามข้อตกลงที่กำหนดได้ และการทำการค้าอย่างโปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าและแข่งขันในตลาดได้ การได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหากับคู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจได้ 	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ข้อกำหนดการว่าจ้างสัญญา และข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นธรรม จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจการปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเท่าเทียม และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพิ่มช่องทางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าหรืองานบริการ รวมทั้งสร้างความร่วมมือทางธุรกิจในการติดต่อเพื่อการประสานงาน และการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว 	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่ม การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์ การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> การจัดให้มีผู้ดูแลความสัมพันธ์ลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกต่อความต้องการของลูกค้า การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และโปร่งใส การจัดช่องทางให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> การให้บริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม ราคาสินค้าและบริการที่หลากหลาย มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็นธรรมและเหมาะสม ความสะดวกในการรับบริการหลังการขาย และการตอบสนองต่อปัญหาหรือข้อร้องเรียน ด้วยความรวดเร็วและเอาใจใส่ การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เป็นไปตามเงื่อนไขสัญญา การนำเสนอข้อมูลสินค้า ข้อเสนอแนะ หรือคำปรึกษาต่างๆ ด้วยความรู้ ความเชี่ยวชาญ อย่างมีความรับผิดชอบ 	<ul style="list-style-type: none"> การกำหนดหลักการและมาตรฐาน ชั้นพื้นฐานด้านการบริการลูกค้า อยากรับผิดชอบ และเป็นธรรม นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้า การสร้างช่องทางเพื่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ การบริหารความเสี่ยงด้านไซเบอร์ การฝึกอบรมทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญของพนักงาน การปลูกฝังค่านิยมองค์กรและจรรยาบรรณธุรกิจในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร 	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์ การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร วิธีการสื่อสาร	ความสนใจ และความคาดหวัง	การตอบสนอง ต่อความคาดหวัง	ประเด็นความยั่งยืน ที่เกี่ยวข้อง
4. คู่แข่งทางการค้า	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และความร่วมมือกันตามวาระต่าง ๆ เช่น ในที่ประชุมสมาคมประกันวินาศภัยไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดี และสุจริต ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ข้อกำหนดของกฎหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัท ยึดมั่นในกรอบการแข่งขันทางธุรกิจตามกฎหมาย และจริยธรรมของการแข่งขันที่เป็นธรรม ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ข้อกำหนดของกฎหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม
5. ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมสามัญและ/หรือวิสามัญผู้ถือหุ้น การเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบ SET Portal Straight Through ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัท การเข้าพบและให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุนสถาบัน และบุคคลทั่วไป ทั้งแบบรายบุคคล และคณะ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การจัดให้มีช่องทาง การสอบถามข้อมูลผ่านเว็บไซต์ การตอบแบบสอบถาม 	<ul style="list-style-type: none"> ผลตอบแทนการลงทุนและการเติบโตของผลการดำเนินงานอย่างมั่นคงและยั่งยืน การดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม การจ่ายเงินปันผลอย่างสม่ำเสมอ การบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อการเติบโต และความต่อเนื่องทางธุรกิจด้วยความรอบคอบ การดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมและมีการพิจารณาประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล การดูแลสิทธิของผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> มีนโยบายในการยึดถือปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกราย อย่างเท่าเทียมกัน เช่น สิทธิในการเข้าร่วมประชุมและการออกเสียงลงคะแนน สิทธิในการเสนอแนะ และเสนอชื่อบุคคลเพื่อเป็นกรรมการ สิทธิในการรับส่วนแบ่งกำไร ตลอดจนสิทธิในการรับทราบข้อมูล ข่าวสาร ผลการดำเนินงาน ข้อความชี้แจง ทบทวนกลยุทธ์และเป้าหมายธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตและผลตอบแทนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) และเป้าหมาย Net Zero ของประเทศ เผยแพร่ข้อมูลสำคัญอย่างโปร่งใส เพียงพอ ทันเหตุการณ์ตามเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล 	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อสังคม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร วิธีการสื่อสาร	ความสนใจ และความคาดหวัง	การตอบสนอง ต่อความคาดหวัง	ประเด็นความยั่งยืน ที่เกี่ยวข้อง
6. เจ้าของเงินทุน (เจ้าหนี้)	<ul style="list-style-type: none"> การเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบ SET Portal Straight Through ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สื่อสาธารณะ และเว็บไซต์ของบริษัท การเข้าพบและให้ข้อมูลแก่เจ้าของเงินทุน สถาบัน และบุคคลทั่วไป ทั้งแบบรายบุคคล และคณะ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การจัดให้มีช่องทางการสอบถามข้อมูลผ่านเว็บไซต์ 	<ul style="list-style-type: none"> การจ่ายดอกเบี้ยและชำระคืนตามกำหนดครบถ้วนตรงตามเวลา และปฏิบัติตามพันธสัญญา ภายใต้หลักเกณฑ์และบริบททางกฎหมายในการบริหารการจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นและผลตอบแทนสูงสุด การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอย่างต่อเนื่องเพื่อความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ และตรวจสอบได้ภายใต้หลักธรรมาภิบาล ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่กำหนดไว้ในสัญญา ระหว่างกันอย่างเคร่งครัด ดำเนินการบริหารจัดการกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ในการบริหารจัดการข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้อง ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล 	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ค้ำประกันถึงสิ่งแวดล้อม และการลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อ การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
7. ชุมชน/สังคม	<ul style="list-style-type: none"> การจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมอาสาของพนักงาน และกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท การส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับสังคมแก่หน่วยงานหรือมูลนิธิเพื่อการกุศล หรือชุมชนต่าง ๆ การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งรูปแบบทางการ และโซเชียลมีเดีย 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกับการดูแลสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการเพื่อควบคุมป้องกันและแก้ไขผลกระทบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจ การส่งเสริมให้กลุ่มเปราะบาง เข้าถึงการประกันภัย 	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ และกิจกรรมเพื่อสังคม และสาธารณประโยชน์ อาทิเช่น โครงการอาสาสมัครใหม่เมืองไทย ประกันภัย โครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย โครงการเมืองไทยไร้ขยะ การช่วยเหลือผู้ประสบภัย ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง การสนับสนุนด้านกีฬา การกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด การบริหารจัดการความเสี่ยง และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ในการดำเนินธุรกิจ ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล 	<ul style="list-style-type: none"> ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของคนทุกกลุ่ม การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร วิธีการสื่อสาร	ความสนใจ และความคาดหวัง	การตอบสนอง ต่อความคาดหวัง	ประเด็นความยั่งยืน ที่เกี่ยวข้อง
8. หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ หน่วยงานกำกับ	<ul style="list-style-type: none"> การเข้าร่วมประชุม รับฟังนโยบายและแนวทางการกำกับดูแล การรายงานผลการดำเนินงานตามกฎหมายต่อหน่วยงานกำกับ อย่างครบถ้วน การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการของหน่วยงานภาครัฐ การเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการหรือคณะทำงาน เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ติดตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับ จัดให้มีช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัท กับหน่วยงานราชการ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย Social Media และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่รองรับตามที่หน่วยงานกำกับกำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายกำหนด มีการบริหารจัดการธุรกิจที่โปร่งใสและเป็นธรรมต่อลูกค้า ชุมชน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมโดยรวม เพื่อให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน กำหนดให้มีการอบรมกฎเกณฑ์และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ให้ผู้บริหาร และพนักงานอย่างสม่ำเสมอ การคัดเลือกตัวแทนบริษัทเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการหรือคณะทำงานของสมาคมประกันวินาศภัย เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย 	<ul style="list-style-type: none"> การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของคนทุกกลุ่ม การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ 	

การประเมินและกำหนดประเด็นความยั่งยืน

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตามกรอบ GRI Standards 2021 เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย โดยคำนึงถึงประเด็นของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์บริบททางธุรกิจ ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย และความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) รวมถึงหลักการธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยง จริยธรรม กฎหมาย และจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมและเศรษฐกิจ โดยมีการดำเนินการตามกระบวนการประเมินประเด็นสาระสำคัญ ดังนี้

1. การระบุประเด็นสำคัญ (Identification)

บริษัทได้ดำเนินการศึกษา รวบรวม และทบทวนข้อมูลจากทั้งภายในและภายนอกที่สอดคล้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจของบริษัท พร้อมทั้งบริบทของสังคม (Sustainability Context) อาทิ วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย ตามหลักธรรมาภิบาลภาพรวมอุตสาหกรรม ทั้งระดับประเทศและสากล รวมทั้งข้อมูลที่สะท้อนถึงความคาดหวัง หรือข้อกังวลของการจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท อันนำไปสู่การระบุหัวข้อความยั่งยืน ประจำปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของบริษัท

2. การจัดลำดับความสำคัญ (Prioritization)

บริษัทได้ประเมินสาระสำคัญด้านธุรกิจที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านกระบวนการจัดลำดับความสำคัญ (Prioritization) โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ประกอบด้วย ระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Severity) ระดับความเป็นไปได้ (Likelihood) ของเขตของผลกระทบ (Scope) รวมถึงเจตนาของการดำเนินงานและความมุ่งมั่นต่อการดำเนินงานขององค์กรในประเด็นนั้น ๆ (Intention) และดำเนินการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มการเพิ่มหรือการลดลงนั้น ผลกระทบเชิงบวกเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นต่อองค์กร ตลอดจนพิจารณาผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม สังคม สิทธิมนุษยชน และปัญหาตามหลักการตรวจสอบกิจการอย่างรอบด้าน (Due Diligence) อันนำมาซึ่งประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Material Topics)

3. การทวนความครบถ้วนถูกต้อง (Validation)

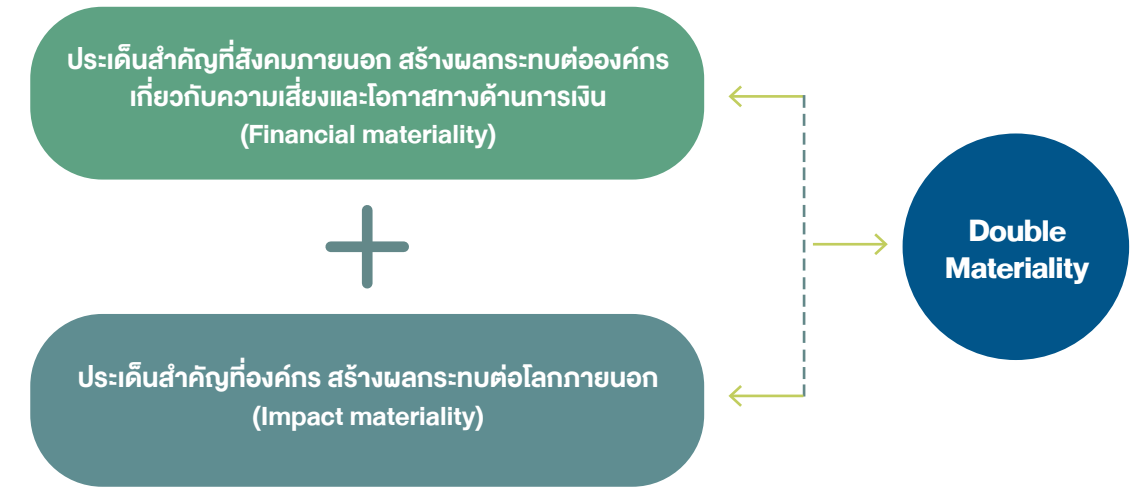
บริษัทได้เสนอประเด็นความยั่งยืนต่อคณะผู้บริหารระดับสูงเพื่อพิจารณาทบทวน และเห็นชอบกับประเด็น เพื่อให้ประเด็นความยั่งยืนที่ระบุมีความสอดคล้องกับบริบทด้านนโยบาย กลยุทธ์การดำเนินงานและแนวทางการคาดการณ์ต่อปัญหา ความเสี่ยงหรือโอกาสขององค์กรได้อย่างเหมาะสม ครบถ้วน และสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Material Topics) ประจำปี 2568 มีจำนวนทั้งสิ้น 13 ประเด็น และได้ผ่านคณะกรรมการบริษัทเพื่อสร้างความเห็นชอบ

4. การทบทวนรายงานอย่างต่อเนื่อง (Review)

บริษัทมีการทบทวนข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง และพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นใหม่ขององค์กร ตลอดจนรวบรวมและประมวลความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียในปัจจุบันรวมถึงการทบทวนกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการกำหนดประเด็นสาระสำคัญของบริษัทมีความสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ Double Materiality

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแบบ Double Materiality คือ การประเมินผลกระทบจากกิจกรรมขององค์กรที่มีต่อโลกภายนอก “จากภายในสู่ภายนอก” (Inside out) และ ประเมินผลกระทบจากประเด็นความยั่งยืนที่มีต่อองค์กร “จากภายนอกสู่ภายใน” (Outside in) ซึ่งเชื่อมโยงกับความเสี่ยงและโอกาสทางด้านการเงิน การมองอย่างรอบด้านนี้ ทำให้องค์กร รู้จักบทบาทและความรับผิดชอบต่อองค์กร ในการจัดการกับข้อกังวลด้านความยั่งยืนได้อย่างรอบครอบ



ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

มิติสิ่งแวดล้อม

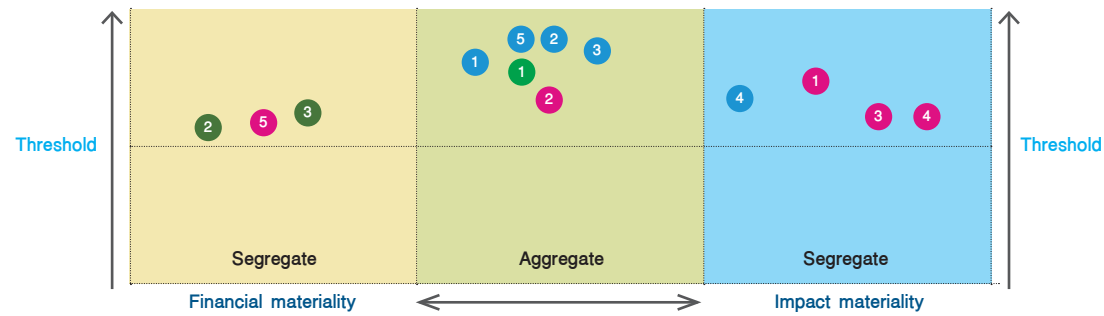
1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)
2. การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Resource Efficiency)
3. ผลกระทบที่ประจักษ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Green Insurance and Responsible Investment)

มิติสังคม

1. การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management and Development)
2. การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management)
3. การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย (Human Rights & Diversity)
4. ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Community and Social Responsibility)
5. การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของทุกคนทุกกลุ่ม (Inclusive insurance)

มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

1. การพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรม (Digital Transformation and Innovation)
2. การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์ (Data Protection & Cybersecurity)
3. การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Corporate Governance and Anti-Corruption)
4. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management)
5. การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ (Risk Management)




ผลการวิเคราะห์ประเด็นความยั่งยืน Double Materiality Matrix

บริษัทได้ดำเนินการประเมินผลกระทบทั้งที่เกิดขึ้นจริง หรืออาจจะเกิดขึ้น ทั้งที่เป็นผลกระทบเชิงบวก และเชิงลบ ที่ครอบคลุมทั้งในมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติธรรมาภิบาล ทั้งต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน และความเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน SDGs Goals โดยมีรายละเอียดดัง

ประเด็นสิ่งแวดล้อม

ประเด็นความยั่งยืน	ผลกระทบ/โอกาสต่อองค์กร	ผลกระทบ/โอกาสต่อผู้มีส่วนได้เสีย	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs Goals
1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)	เพิ่มความเสี่ยงค่าสินไหมและความผันผวนทางการเงิน หากบริหารได้ดีจะสร้างโอกาสจาก Green Insurance และ Climate Risk Solutions	ลูกค้า ชุมชน และสังคมได้รับความคุ้มครองความเสี่ยง และเสริมความสามารถในการปรับตัวต่อภัยพิบัติ	  MTI มีบทบาทเชิงระบบในการสนับสนุน SDG 13 ผ่านการบริหารความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ช่วยลดผลกระทบจากภัยพิบัติ และการสนับสนุนการปรับตัวของภาคธุรกิจและประชาชนต่อ Climate Risk ขณะเดียวกัน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน และการใช้พลังงานสะอาด สนับสนุน SDG 7 และการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ
2. การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Resource Efficiency)	ลดต้นทุนการดำเนินงาน สนับสนุนเป้าหมาย Carbon Neutrality และเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร	ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของพนักงาน และลูกค้า	  การลดการใช้พลังงาน น้ำ และทรัพยากร ในกระบวนการทำงานของ MTI รวมถึงการใช้ระบบดิจิทัลแทนเอกสาร ช่วยลดการใช้ทรัพยากรและของเสีย ซึ่งสนับสนุน SDG 12 โดยตรง และมีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สนับสนุน SDG 13 ในเชิงป้องกัน (Prevention-based Approach)

ประเด็นความยั่งยืน	ผลกระทบ/โอกาสต่อองค์กร	ผลกระทบ/โอกาสต่อผู้มีส่วนได้เสีย	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs Goals
3. ผลักดันประกันภัยที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการลงทุนอย่างรับผิดชอบ (Green Insurance & Responsible Investment)	สร้างรายได้ใหม่ ลดความเสี่ยง ESG ในพอร์ตการลงทุน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน	ลูกค้าและนักลงทุนมีส่วนร่วม ในเศรษฐกิจสีเขียวและการเปลี่ยนผ่านสู่ Low-carbon Economy	   MTI สนับสนุน SDG 9 และ SDG 13 ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยสำหรับพลังงานสะอาด (ประกันภัย EV และ Solar Cell) และโครงการด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดสรรเงินลงทุนอย่างรับผิดชอบ เพื่อลดการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการบริโภคและการลงทุนอย่างยั่งยืนตาม SDG 12

บุคคลิก

ประเด็นความยั่งยืน	ผลกระทบ/โอกาสต่อองค์กร	ผลกระทบ/โอกาสต่อผู้มีส่วนได้เสีย	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs Goals
1. การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล (HR Management & Development)	เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร และขีดความสามารถในการแข่งขัน หากบริหารไม่ดี อาจเกิดปัญหาขาดแคลนบุคลากร	พนักงานมีโอกาสเติบโต ความมั่นคง และคุณภาพชีวิตที่ดี	  การพัฒนาทักษะ การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย และโอกาสความก้าวหน้าอย่างเป็นธรรม สนับสนุนการจ้างงานที่มีคุณค่า (Decent Work) ตาม SDG 8 และการเรียนรู้ตลอดชีวิตตาม SDG 4
2. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)	เพิ่มความเชื่อมั่น ความภักดี และภาพลักษณ์องค์กร ลดความเสี่ยงด้านข้อร้องเรียน ผลกระทบ	ลูกค้าได้รับบริการที่เป็นธรรม โปร่งใส และมีคุณภาพ	  การให้ข้อมูลที่โปร่งใส การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม สนับสนุนสถาบันที่เข้มแข็งและความยุติธรรมตาม SDG 16 รวมถึงการบริโภคอย่างรับผิดชอบตาม SDG 12

ประเด็นความยั่งยืน	ผลกระทบ/โอกาสต่อองค์กร	ผลกระทบ/โอกาสต่อผู้มีส่วนได้เสีย	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs Goals
3. สิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย (Human Rights & Diversity)	ลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย และชื่อเสียง เสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นธรรม	พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม	  MTI สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศและการไม่เลือกปฏิบัติในสถานที่ทำงานและการให้บริการ ต่อด้านความรุนแรง ตาม SDG 5 ช่วยลดความเหลื่อมล้ำและสร้างสังคมที่ทุกคนมีโอกาสเท่าเทียม ตาม SDG 10
4. การเข้าถึงประกันภัยของคนทุกกลุ่ม (Inclusive Insurance)	ขยายฐานลูกค้าใหม่และสร้างคุณค่าทางสังคมควบคู่ธุรกิจ	กลุ่มเปราะบางและผู้มีรายได้น้อยเข้าถึงการบริหารความเสี่ยง	   การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่เข้าถึงได้ มีเบี้ยประกันที่เหมาะสม และเงื่อนไขที่เข้าใจง่าย สำหรับกลุ่มรายได้น้อย ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง ช่วยลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ และเพิ่มการเข้าถึงการคุ้มครองอย่างเท่าเทียม สนับสนุนการขจัดความยากจนตาม SDG 1 และการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมตาม SDG 10 รวมทั้งร่วมมือกับภาครัฐ หน่วยงานกำกับ และภาคเอกชนในการส่งเสริมให้กลุ่มเปราะบางและผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสเข้าถึงการประกันภัยอย่างเหมาะสม SDG 17
ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (CSR)	เสริมความเชื่อมั่นและ Social License to Operate เชื่อม CSR กับ Core Business	ชุมชนและสังคมได้รับการพัฒนาและมีความเข้มแข็ง	  การดำเนินโครงการพัฒนาชุมชน การเสริมสร้างความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยง และการสนับสนุนการฟื้นฟูหลังเกิดภัยพิบัติ ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยืดหยุ่นของชุมชน ลดความเปราะบางทางเศรษฐกิจของครัวเรือน สนับสนุนการพัฒนาเมืองและชุมชนอย่างยั่งยืน ตาม SDG 11 และช่วยป้องกันการตกสู่ความยากจนจากความเสี่ยงที่ไม่คาดคิดตาม SDG 1

มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

ประเด็นความยั่งยืน	ผลกระทบ/โอกาสต่อองค์กร	ผลกระทบ/โอกาสต่อผู้มีส่วนได้เสีย	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs Goals
1. การพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรม (Digital Development and Innovation)	เพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับประสบการณ์ลูกค้า	ลูกค้าและพนักงานได้รับการบริการ และเครื่องมือที่ทันสมัย	 การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงาน ระบบบริการ และช่องทางการให้บริการลูกค้า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการดำเนินงาน และยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านการเงินและการบริการให้มีความทันสมัยและเข้าถึงได้มากขึ้น สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม และอุตสาหกรรมที่ยั่งยืนตาม SDG 9
2. การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์ (Data Protection & Cybersecurity)	ลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย ความเสียหายทางการเงิน และชื่อเสียงองค์กร	ลูกค้าและคู่ค้า มั่นใจในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	 การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการป้องกันการละเมิดข้อมูล ช่วยสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียต่อระบบบริการทางการเงินและการประกันภัย ส่งเสริมสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล สนับสนุนสถาบันที่เข้มแข็งและความยุติธรรมตาม SDG 16
3. การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Corporate Governance and Anti-Corruption)	ลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย และชื่อเสียง เสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นธรรม	ผู้มีส่วนได้เสียได้รับความเป็นธรรมและความโปร่งใส	 การกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่โปร่งใส การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ และมาตรการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุน ผู้ถือหุ้น และตลาดทุน รวมถึงลดความเสี่ยงด้านกฎหมายและชื่อเสียงขององค์กร สนับสนุนการพัฒนาองค์กรที่มีธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสังคมตาม SDG 16

ประเด็นความยั่งยืน	ผลกระทบ/โอกาสต่อองค์กร	ผลกระทบ/โอกาสต่อผู้มีส่วนได้เสีย	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs Goals
4. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management)	ลดความเสี่ยง ESG จากคู่ค้าและห่วงโซ่อุปทาน	คู่ค้าได้รับการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการดำเนินงาน	  การออกแบบผลิตภัณฑ์ การคัดเลือก ประเมิน และติดตามคู่ค้าด้วยเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ช่วยยกระดับมาตรฐานแรงงาน ความปลอดภัย และการจัดการสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน สนับสนุนรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่รับผิดชอบต่อสังคมตาม SDG 12 และส่งเสริมการจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนตาม SDG 8
5. การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ (Risk Management)	เพิ่มความมั่นคงและความยั่งยืนของธุรกิจ รองรับความเสี่ยงใหม่ (Climate / ESG / Cyber)	นักลงทุน คู่ค้า และสังคมมั่นใจในเสถียรภาพองค์กร	  การพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมความเสี่ยงด้าน ESG ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ช่วยเสริมสร้างเสถียรภาพทางการเงิน ความต่อเนื่องทางธุรกิจ และความเชื่อมั่นของนักลงทุน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย สนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมั่นคงตาม SDG 8 และเสริมสร้างสถาบันที่เข้มแข็งและธรรมาภิบาลตาม SDG 16

กลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน



กลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน

เมืองไทยประกันภัยกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับบทบาทของธุรกิจประกันวินาศภัยในฐานะ “ผู้บริหารความเสี่ยงของสังคม” โดยบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้ากับกลยุทธ์องค์กร การดำเนินธุรกิจ และกระบวนการตัดสินใจในทุกๆระดับ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางธุรกิจ ควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของบริษัทเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมประกันภัย และบริบทของประเทศไทย โดยมุ่งตอบโจทย์ความท้าทายสำคัญด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเหลื่อมล้ำทางสังคม การเปลี่ยนแปลงเชิงดิจิทัล และความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาล

กรอบกลยุทธ์ความยั่งยืน

มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

เมืองไทยประกันภัยให้ความสำคัญกับการจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานภายในองค์กร ควบคู่กับการบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับการรับประกันภัย การลงทุน และห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ และเสริมสร้างความยืดหยุ่นให้กับลูกค้าและสังคมในระยะยาว

ประเด็นสำคัญ

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- ผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการลงทุนอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

มิติด้านสังคม (Social)

บริษัทมุ่งสร้างคุณค่าให้กับสังคมผ่านการคุ้มครองความเสี่ยง การพัฒนาทรัพยากรบุคคล และการดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม โดยให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียม ความปลอดภัย และการเข้าถึงบริการประกันภัยอย่างทั่วถึง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความมั่นคงของสังคมไทย

ประเด็นสำคัญ

- การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย
- ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม
- การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่ม

มิติด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance & Economic)

เมืองไทยประกันภัยดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาสนับสนุนการดำเนินงาน ควบคู่กับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความแข็งแกร่งขององค์กรในระยะยาว

ประเด็นยุทธศาสตร์สำคัญ

- การพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรม
- การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์
- การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการขับเคลื่อนกลยุทธ์

เมืองไทยประกันภัยบูรณาการความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารความเสี่ยง การลงทุน และการกำกับดูแลองค์กร เพื่อให้ความยั่งยืนเป็น “ดีเอ็นเอในทุกขั้นตอนขององค์กร” และเป็นรากฐานของการเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และเศรษฐกิจ พร้อมสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสมดุล โดยเชื่อมั่นว่าความยั่งยืนคือรากฐานของความน่าเชื่อถือ การเติบโตทางธุรกิจ และความไว้วางใจจากสังคม

บริษัท ตระหนักถึงความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตของธุรกิจประกันภัยกับความมั่นคงของระบบเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตของประชาชน และความสมดุลของสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งตื่นตัวต่อความท้าทายใหม่ อาทิ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยพิบัติที่รุนแรงขึ้น การเปลี่ยนแปลงเชิงประชากร พฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การกำกับดูแลที่เข้มงวด และการแข่งขันจากผู้เล่นรายใหม่ในอุตสาหกรรม

เพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ชัดเจน โดยบูรณาการแนวทางการดำเนินงานเข้ากับกลยุทธ์ธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง การพัฒนาบุคลากร การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการสร้างคุณค่าแก่สังคมและสิ่งแวดล้อม

นโยบายนี้จึงเป็นแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงานทุกระดับให้ยึดมั่นในความสมดุลของผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย และไม่ละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง บริษัทยังให้ความสำคัญกับความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ ในสังคม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนควบคู่กับการรักษาความสามารถในการแข่งขันและความมั่นคงทางธุรกิจในระยะยาว

นโยบายด้านความยั่งยืน (นโยบายสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ)



มิติด้าน
สิ่งแวดล้อม



มิติด้านสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทกำหนดตัวชี้วัด เป้าหมาย และการติดตามผลการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างเป็นระบบ เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการเสริมสร้างความสามารถในการบริหารความเสี่ยงและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยตัวชี้วัดและเป้าหมายดังกล่าวถูกบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์องค์กร แผนบริหารความเสี่ยง และกระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะยาว

บริษัทตั้งเป้าเป็นองค์กรที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี ค.ศ. 2030 เร็วกว่าเป้าหมายของประเทศ และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี ค.ศ. 2065 สอดคล้องกับเป้าหมายของประเทศ

เป้าหมายระยะสั้น-ระยะกลาง

การจัดการสภาพภูมิอากาศ

การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก เป้าหมายการดำเนินงาน คือ

- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับฐานปี 2567
- * แก้ไขปีฐานจาก 2566 เป็น 2567 เนื่องจากมีการทวนสอบ CFO¹ ปีแรก ในปี 2567

หมายเหตุ CFO¹ : Carbon footprint for Organization (คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร)

การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

การลดใช้พลังงาน เป้าหมายการดำเนินงาน คือ

- ลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าลงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566
- ลดปริมาณการใช้น้ำมันลงร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566

การลดใช้น้ำ เป้าหมายการดำเนินงาน คือ

- ลดการใช้น้ำลงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566

การจัดการขยะ เป้าหมายการดำเนินงาน คือ

- เพิ่มปริมาณขยะที่นำมารีไซเคิลไม่น้อยกว่า 500 กิโลกรัม เมื่อเทียบกับฐานปี 2566

“เราให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ ผ่านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจัดการขยะและของเสีย การใช้ทรัพยากรและการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว”

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 และการแต่งตั้งคณะผู้ตรวจประเมินการจัดการพลังงานภายในองค์กร รวมทั้งได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมชาติ เพื่อร่วมขับเคลื่อนงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร การรณรงค์ช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้า น้ำประปา กระดาษ รวมถึงการลด-คัดแยกขยะ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมแก่พนักงานในองค์กร



นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและ-sss มากีบา



มาตรฐานและแนวทางปฏิบัติ ในการประหยัดพลังงานและลดการใช้ทรัพยากร

ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

1. ความสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Resource Efficiency) เป็นประเด็นความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญเชิงกลยุทธ์ต่อธุรกิจประกันวินาศภัยในทุกมิติ ทั้งด้านความเสี่ยง โอกาสในการเติบโต และเสถียรภาพทางการเงินในระยะยาว โดยลักษณะเฉพาะของธุรกิจประกันภัยซึ่งทำหน้าที่รับและจ่ายโอนความเสี่ยงของสังคม ทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งทางตรงและทางอ้อมมากกว่าธุรกิจหลายอุตสาหกรรม

ในมิติของความเสียหายด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-related Risks) ความถี่และความรุนแรงที่เพิ่มขึ้นของเหตุการณ์สภาพอากาศสุดขั้ว เช่น น้ำท่วม พายุ ฝนตกหนัก คลื่นความร้อน และภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลโดยตรงต่อมูลค่าและความผันผวนของค่าสินไหมทดแทน ความแม่นยำในการประเมินความเสี่ยง การกำหนดอัตราเบี้ยประกันภัย ตลอดจนความสามารถในการรับประกันภัยในบางพื้นที่หรือบางประเภทความเสี่ยง ขณะเดียวกัน ความเสี่ยงดังกล่าวยังอาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของการดำเนินงาน โครงสร้างพื้นฐาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และบุคลากรของบริษัท

ในมิติของการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (Transition Risks) ธุรกิจประกันภัยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การกำหนดราคาคาร์บอน การเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG และ Climate-related Financial Disclosure รวมถึงความคาดหวังของนักลงทุน ผู้เอาประกันภัย และพันธมิตรทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การปรับตัวที่ไม่ทันต่อบริบทดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ชื่อเสียงองค์กร และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระยะยาว

ขณะเดียวกันการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงโดยตรงกับทั้งการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการบริหารต้นทุนการดำเนินงานขององค์กร ธุรกิจประกันวินาศภัยแม้จะไม่มีการปล่อยก๊าซจากกระบวนการผลิตโดยตรง แต่พึ่งพาการใช้พลังงานไฟฟ้า น้ำ วัสดุสำนักงาน และระบบเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับสูง การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างไม่เหมาะสมอาจนำไปสู่ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม และความไม่สอดคล้องกับเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศในระยะยาว

บริษัทตระหนักว่าการจัดการประเด็น Climate Change และ Resource Efficiency ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานขององค์กรเท่านั้น แต่เป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญในการ

- เสริมสร้างขีดความสามารถในการบริหารและบูรณาการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศเข้าสู่ระบบการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM)
- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและควบคุมต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว ท่ามกลางความผันผวนของราคาพลังงานและทรัพยากร
- สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการประกันภัยที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสีเขียว เช่น ประกันภัยพลังงานสะอาด ประกันภัยรถยนต์ไฟฟ้า และโซลูชันด้านการบริหารความเสี่ยงจากภัยพิบัติ
- เสริมสร้างความยืดหยุ่น (Climate Resilience) ขององค์กร ลูกค้า และสังคม ผ่านบทบาทของธุรกิจประกันภัยในการสนับสนุนการปรับตัวและการฟื้นฟูหลังเกิดภัยพิบัติ

ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงกำหนดให้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topics) และบูรณาการประเด็นดังกล่าวไว้ในระดับกลยุทธ์องค์กร โครงสร้างการกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยง การดำเนินงาน และการเปิดเผยข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคง ควบคู่กับการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

2. การกำกับดูแล

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในฐานะประเด็นเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ความมั่นคงทางการเงิน และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว บริษัทจึงได้จัดให้มีโครงสร้างการกำกับดูแล นโยบาย และกระบวนการตัดสินใจที่ชัดเจนครอบคลุมตั้งแต่ระดับคณะกรรมการจนถึงระดับการปฏิบัติงาน

บทบาทของกรรมการ

บริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริษัท ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ประกอบด้วยมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านคณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Corporate Governance and Sustainable Development Committee: CGSD) โดยทำหน้าที่อนุมัติการกำหนดนโยบาย ทิศทางเชิงกลยุทธ์ และกรอบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับ

- กลยุทธ์องค์กรและแผนธุรกิจระยะสั้น - ระยะกลาง-ระยะยาว
- บริบทความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ที่รวมถึงความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย นักลงทุน และหน่วยงานกำกับดูแล

คณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำการติดตามและทบทวนความก้าวหน้าของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงานและทรัพยากร ตลอดจนความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้มั่นใจว่าการตัดสินใจเชิงนโยบายสะท้อนผลกระทบในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวอย่างรอบด้าน โดยมีการรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะนำผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมาใช้ในการวัดผลประเมินผลการดำเนินงานซึ่งจะเชื่อมโยงกับค่าตอบแทนของกรรมการชุดดังกล่าว โดยคณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบดังนี้

- | | |
|------------------------|--|
| 1. นายธนวรรธน์ พลวิชัย | ประธานกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน |
| 2. นายพงษ์เทพ ผลอนันต์ | กรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน |
| 3. นายกำพล ศรธนรัตน์ | กรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน |

บทบาทของฝ่ายบริหารและการบูรณาการสู่การปฏิบัติ

ฝ่ายบริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการนำนโยบายและกรอบกลยุทธ์จากระดับคณะกรรมการไปสู่การปฏิบัติจริงเชื่อมโยงไปยังทุกหน่วยงาน โดยบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมถึงด้าน Climate Change และ Resource Efficiency เข้ากับ

- แผนปฏิบัติการประจำปี
- กระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM)
- การดำเนินงานด้านการรับประกันภัย การลงทุน และการดำเนินงานภายในองค์กร

บริษัทได้จัดตั้งคณะทำงานด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารและผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำหน้าที่กำหนดแผนงาน เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางการดำเนินงานด้านต่างๆ รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และการส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องและรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ โดยได้นำผลการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ที่เชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) มาตั้งเป็น KPI ซึ่งจะเชื่อมโยงและส่งผลกระทบต่อค่าตอบแทน ของผู้บริหาร พนักงานในคณะทำงานและฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง

นโยบายและกรอบการดำเนินงาน

บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการประเด็นดังกล่าวอย่างเป็นระบบ ได้แก่

- นโยบายความยั่งยืน (นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมสังคม และธรรมาภิบาล)
- มาตรการและแนวทางปฏิบัติในการประหยัดพลังงานและลดการใช้ทรัพยากร
- การส่งเสริมแนวทาง Green Office และการมีส่วนร่วมของพนักงาน

นโยบายเหล่านี้ถูกทบทวนและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย มาตรฐานสากล และบริบท ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป

การรายงานและความโปร่งใส

บริษัทมีการรายงานผลการดำเนินงาน ความก้าวหน้า ประเด็นความเสี่ยง และข้อท้าทายด้าน Climate Change และ Resource Efficiency ต่อผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ ข้อมูลดังกล่าวถูกนำไปใช้ในการ

- ทบทวนกลยุทธ์และเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม
- ปรับปรุงมาตรการบริหารความเสี่ยง
- สนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างโปร่งใสตามมาตรฐานสากล

โครงสร้างการกำกับดูแลและนโยบายดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการบริหารจัดการประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างจริงจัง เป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กร ผู้มีส่วนได้เสีย และสังคมในระยะยาว

การทวนสอบโดยบุคคลที่สาม (Third-Party Verification)

หลังจากการจัดเก็บข้อมูลบริษัทจะร่วมกับผู้ทวนสอบภายนอกในการตรวจสอบความถูกต้องและรับรองผลการดำเนินงานด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร โดยในปีที่ผ่านมาผู้ทวนสอบภายนอกคือ Bureau Veritas Certification (Thailand) มีผลการทวนสอบที่ไม่พบ Material Misstatement (>5%), NC 2 ประเด็น และ MS 1 ประเด็น → ซึ่งแก้ไขและปิดครบถ้วน และยืนยันความถูกต้องของตัวเลข CFO¹ ตามเกณฑ์ อบก.² ซึ่งจะมีการทวนสอบในช่วงไตรมาสที่ 2 หรือ 3 ของทุกปี

หมายเหตุ CFO¹ : Carbon footprint for Organization (คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร)
อบก.² : องค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์กรมหาชน)

3. กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Strategy on Climate Change and Resource Efficiency)

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) กำหนดกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งบูรณาการประเด็นดังกล่าวเข้ากับรูปแบบธุรกิจ (Business Model) การบริหารความเสี่ยงองค์กร และการเติบโตในระยะยาว เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ความยืดหยุ่นทางการเงิน และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย

กลยุทธ์ดังกล่าวครอบคลุมทั้งมิติของการรับมือกับความเสี่ยง (Risk Management) และการสร้างคุณค่าและโอกาสทางธุรกิจ (Value Creation & Opportunity) จากการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

3.1 การจัดการความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate-related Risks and Opportunities)

บริษัทพิจารณาประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรอบด้าน โดยจำแนกความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ดังนี้

ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risks)

เหตุการณ์สภาพอากาศสุดขั้ว เช่น น้ำท่วม พายุ ฝนตกหนัก และคลื่นความร้อน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งด้านความถี่และความรุนแรง ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อ

- ภาระค่าสินไหมทดแทนและความผันผวนของผลการดำเนินงาน
- ความสามารถในการประเมินความเสี่ยงและการตั้งราคาเบี้ยประกันภัย
- ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจของลูกค้าและคู่ค้า

บริษัทจึงนำข้อมูลแนวโน้มภัยพิบัติและสภาพภูมิอากาศมาใช้สนับสนุนการพัฒนากรอบการบริหารความเสี่ยง การรับประกันภัย และการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อเพิ่มความพร้อมในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงไป

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risks)

การเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎระเบียบด้านสภาพภูมิอากาศ การเปิดเผยข้อมูล ESG และพฤติกรรมของผู้บริโภค อาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบธุรกิจ การลงทุน และความต้องการผลิตภัณฑ์ในอนาคต บริษัทติดตามและประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง

โอกาสทางธุรกิจ (Opportunities)

ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยง บริษัทมองเห็นโอกาสจากการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ เช่น

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่เกี่ยวข้องกับพลังงานหมุนเวียน ยานยนต์ไฟฟ้า และเทคโนโลยีสะอาด
- การให้คำปรึกษาและสนับสนุนลูกค้าในการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติ
- การเสริมบทบาทของธุรกิจประกันภัยในการสนับสนุนการปรับตัว (Adaptation) และการลดผลกระทบ (Mitigation) ของภาคธุรกิจและสังคม

แนวทางดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

3.2 กลยุทธ์การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Resource Efficiency Strategy)

บริษัทกำหนดกลยุทธ์ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน และสนับสนุนเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศขององค์กร ผ่าน 4 แนวทางหลัก ดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการใช้พลังงานสะอาด

บริษัทมุ่งปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในอาคาร ระบบไฟฟ้า และอุปกรณ์สำนักงาน ควบคู่กับการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดและเทคโนโลยีที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากแหล่งฟอสซิลในระยะยาว

2. ลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลืองและส่งเสริมการทำงานแบบดิจิทัล

บริษัทผลักดันการลดการใช้กระดาษและวัสดุสำนักงาน ผ่านการพัฒนากระบวนการทำงานแบบดิจิทัล ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3. บริหารจัดการน้ำและของเสีย

บริษัทนำแนวคิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการจัดการของเสีย เพื่อลดปริมาณของเสีย เพิ่มการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ และลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ

4. เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงาน ผ่านการสื่อสาร การอบรม และกิจกรรมภายในองค์กร เพื่อปลูกฝังพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบต่อทุกระดับ

การบูรณาการกลยุทธ์สู่การดำเนินงานจริง

- กลยุทธ์ด้าน Climate Change และ Resource Efficiency ถูกบูรณาการเข้ากับ
- แผนธุรกิจและแผนปฏิบัติการประจำปี
- ระบบการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM)
- การกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ

เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนเชื่อมโยงกับการเติบโตของธุรกิจอย่างแท้จริง และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายระยะยาวขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม

การจัดการพลังงานไฟฟ้า (Energy Management)

บริษัทมุ่งลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในอาคารสำนักงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การนำเทคโนโลยีประหยัดพลังงานมาใช้ และการส่งเสริมพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงาน โดยในช่วงปี 2565-2567 บริษัทมีการใช้พลังงานไฟฟ้า ดังนี้

- ปี 2566: 2,783,846 หน่วย
- ปี 2567: 2,771,903 หน่วย
- ปี 2568: 2,415,616 หน่วย

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าโดยรวมมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากบริษัทได้ดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อลดความเข้มข้นการใช้พลังงาน (Energy Intensity) ต่อพนักงานและต่อพื้นที่สำนักงานอย่างต่อเนื่อง

มาตรการสำคัญ ได้แก่ การเปลี่ยนหลอดไฟเป็นหลอด LED เพิ่มเติม การรณรงค์ปิดไฟช่วงพักกลางวันและช่วงที่ไม่จำเป็น เพื่อประหยัดพลังงาน ณ สำนักงานใหญ่ ซึ่งช่วยลดการใช้พลังงานได้ร้อยละ 12.5 และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 199,360 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี (kgCO₂eq/year)

**ไฟฟ้า 1 หน่วย = 1 kWh , ค่า Emission Factor ไฟฟ้าของประเทศไทย 1 kWh ≈ 0.56 kgCO₂eq / kWh

การสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก (Renewable & Alternative Energy)

• การติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop)

ในปี 2568 บริษัทได้ติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์บนหลังคาอาคารสำนักงาน (อาคาร 2) ขนาด 20 กิโลวัตต์ ในช่วงต้นปี และช่วงปลายปีได้ดำเนินโครงการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์เพิ่มเติมบนอาคารสำนักงานใหญ่เพิ่มเติม ขนาด 81.20 กิโลวัตต์ ซึ่งบริษัทใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทางเลือก (Solar Rooftop) ปริมาณ 64,835.11 กิโลวัตต์ชั่วโมง เพิ่มขึ้น จากปี 2024 ถึง 71 % สามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ 36,300 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี (kgCO₂eq/year)

• การสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (EV)

บริษัทได้ติดตั้งสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าภายในพื้นที่สำนักงาน ร่วมกับผู้ให้บริการ EA Anywhere ตั้งตั้งแต่ปี 2564 เพื่อส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าแทนน้ำมันเชื้อเพลิง โดยในปี 2568 มีปริมาณการใช้ไฟฟ้าสำหรับ EV Charger จำนวน 26,795.87 กิโลวัตต์-ชั่วโมงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2564-2567สะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านด้านพฤติกรรมการเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

• การบริหารจัดการน้ำ(Water Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการตรวจสอบอัตราการไหลของน้ำอย่างสม่ำเสมอ เปลี่ยนอุปกรณ์ Float Valve และติดตั้งเซ็นเซอร์ประหยัดน้ำในพื้นที่ใช้งานหลัก เช่น ห้องน้ำส่วนกลาง รวมถึงการรณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านการประหยัดน้ำภายในองค์กรและมาตรการลดการใช้น้ำโดยนำน้ำที่ผ่านการบำบัดในบ่อน้ำบริเวณสวนสุขภาพโพธิพงษ์มารดน้ำต้นไม้ (พื้นที่ส่วนกลางร่วมกับเมืองไทยประกันชีวิต)

ในปี 2568 บริษัทสามารถลดการใช้น้ำประปาได้ 2,338 หน่วยต่อปี ส่งผลให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 795 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี (kgCO₂eq/year)

** น้ำประปา 1 หน่วย = 1 ลูกบาศก์เมตร (m³) ค่า Emission Factor น้ำประปา (ประเทศไทย -อบก.) ≈ 0.34 kgCO₂eq / m³

ข้อมูลการใช้น้ำย้อนหลัง:

- ปี 2566: 17,163 หน่วย
- ปี 2567: 15,993 หน่วย
- ปี 2568: 13,360 หน่วย

นอกจากนี้ บริษัทมีระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ และมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งเป็นประจำทุกไตรมาส โดยเป็นไปตามมาตรฐานของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการของเสียและวัสดุ (Waste & Resource Management)

บริษัทดำเนินการจัดการของเสียภายในสำนักงานภายใต้โครงการ “เมืองไทยไร้ขยะ” โดยส่งเสริมการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง การรีไซเคิล และการลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง พร้อมทั้งเพิ่มจุดคัดแยกขยะในพื้นที่สำนักงานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่พนักงาน รวมทั้งมีกิจกรรมในการยืมถุง โดยนำถุงผ้า ถุงกระดาษ หรือถุงพลาสติกที่ใช้งานได้ มาส่งต่อแก่เพื่อนพนักงานเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก และลดการสร้างขยะโดยไม่จำเป็น

การจัดกิจกรรมคัดแยกขยะและรับบริจาคขยะอิเล็กทรอนิกส์ (E-waste) จากพนักงาน เพื่อนำไปส่งต่อให้แก่ศูนย์ฯ ทั่วโลก เพื่อดำเนินการกำจัดและจัดการอย่างถูกวิธีตามมาตรฐานสากล รวมทั้งจัดกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยการรับบริจาคหลอดเตอรีที่ไม่ถูกวางไว้จากพนักงานและผู้สนใจ เพื่อนำส่งต่อให้แก่วัดห้วยหมู จังหวัดราชบุรี เพื่อนำไปมอบให้น้องๆ ผู้ด้อยโอกาสได้นำไปประดิษฐ์เป็นงานฝีมือและสร้างรายได้เสริมอย่างสร้างสรรค์

ในปี 2568 บริษัทมีการจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะอย่างเป็นระบบ โดยมีปริมาณขยะที่สามารถนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้เป็นจำนวน 9,002.40 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากปี 2567 กว่า 53.95 % อันเป็นผลจากการเริ่มเก็บข้อมูลอย่างครบถ้วนและการขยายขอบเขตการคัดแยก

การบริหารจัดการกระดาษ (Paper Management & Digitalization)

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดการใช้กระดาษ ผ่านการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล เช่น e-Document, e-Policy, การจัดเก็บข้อมูลผ่าน OneDrive และการใช้ QR Code สำหรับแบบฟอร์มและการประเมินต่าง ๆ

ในปี 2568 บริษัทสามารถนำกระดาษเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ 4,657 กิโลกรัม ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 3,422.895 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ปี	ปริมาณการใช้กระดาษ (รีม)
2566	61,150
2567	39,915
2568	42,250

*การใช้กระดาษเพิ่มขึ้น 4,710 กิโลกรัม เนื่องจากเริ่มเปิดขายโครงการ Telemarketing เมื่อเดือนมิ.ย.68

แนวทางการดำเนินงานในอนาคต

บริษัทตั้งเป้าหมายระดับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้น

- ลดความเข้มข้นการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพนักงานและต่อพื้นที่สำนักงาน
- เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนจาก Solar Rooftop
- ลดการใช้น้ำและของเสียต่อหน่วยกิจกรรมทางธุรกิจ
- พัฒนาการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับ GRI, และ FTSE Russell อย่างครบถ้วน

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ในการเป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ และสร้างคุณค่าระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

4. การบริหารความเสี่ยง(Risk Management)

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Risk) และความเสี่ยงจากการใช้ทรัพยากร (Resource-related Risk) ซึ่งเป็นความเสี่ยงเชิงระบบ (Systemic Risk) ที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการรับประกันภัย ความมั่นคงทางการเงิน ความต่อเนื่องทางธุรกิจ และชื่อเสียงองค์กรในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวบริษัทจึงบูรณาการความเสี่ยงดังกล่าวไว้ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) ซึ่งพิจารณาครอบคลุมทั้งมิติ เชิงกลยุทธ์ (Strategic Risks) การดำเนินงาน (Operational Risks) การเงิน (Financial Risks) และ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risks)

4.1 การระบุและจำแนกความเสี่ยง (Risk Identification)

บริษัทดำเนินการระบุและจำแนกความเสี่ยงด้าน Climate Change และ Resource Efficiency อย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมทั้งความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศจากภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย ตลอดจนความเสี่ยงจากการใช้ทรัพยากร

4.2 การประเมินและจัดลำดับความเสี่ยง (Risk Assessment & Prioritization)

บริษัทประเมินความเสี่ยงโดยพิจารณาจาก โอกาสเกิด (Likelihood) และ ระดับผลกระทบ (Impact) ต่อธุรกิจหลายมิติ ได้แก่

- ความสามารถในการรับประกันภัย
- ต้นทุนการดำเนินงานและต้นทุนค่าเสียหาย
- ความมั่นคงทางการเงินและเงินกองทุน
- ชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย

โดยบริษัทประเมินและจัดลำดับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นไปอย่างเหมาะสมและเพียงพอ สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้

4.3 มาตรการจัดการและลดความเสี่ยง (Risk Mitigation & Controls)

บริษัทกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงด้าน Climate Change และ Resource Efficiency ในหลายระดับ ได้แก่

ระดับการดำเนินงาน (Operational Level)

- กำหนดเป้าหมายและแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1-2)
- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน น้ำ และวัสดุสำนักงาน
- ส่งเสริมแนวทาง Green Office และการทำงานแบบดิจิทัล
- บริหารจัดการของเสียและทรัพยากร

ระดับธุรกิจ (Business Level)

- ปรับปรุงแนวทางการพิจารณารับประกันภัย (Underwriting Guideline) ให้คำนึงถึงความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ
- ใช้ข้อมูลภัยพิบัติและแนวโน้มสภาพภูมิอากาศในการประเมินความเสี่ยง
- สนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยลดหรือบริหารความเสี่ยงด้าน Climate

ระดับกลยุทธ์ (Strategic Level)

- เชื่อมโยงการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศกับกลยุทธ์องค์กรและเป้าหมาย Carbon Neutrality และ Net Zero
- เตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลสากล

4.4 การติดตาม ทบทวน และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Monitoring, Review & Continuous Improvement)

บริษัทมีการติดตามและรายงานผลการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับมิติด้านสิ่งแวดล้อมต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอและนำผลการติดตามดังกล่าวมาใช้ประกอบการทบทวนระดับความเสี่ยง การปรับปรุงมาตรการจัดการและการปรับเป้าหมายและแผนงานให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจและความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศและทรัพยากรมีความยืดหยุ่น (Resilience) และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

5. ผลการดำเนินงาน

การจัดการสภาพภูมิอากาศ

ผลการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

ก๊าซเรือนกระจก	หน่วย	ปี 2567	ปี 2568	% ความเปลี่ยนแปลง
ปริมาณการปล่อยรวม (Scope 1+2+3)	tCO2e	2,383.31	2,053.61	-13.3
ขอบเขตที่ 1 (Direct GHG)	tCO2e	759	613.12	-19.22
ขอบเขตที่ 2 (Energy Indirect)	tCO2e	1,402.00	1,207.57	-13.7
ขอบเขตที่ 3 (Other Indirect)	tCO2e	222.31	232.92	+4.56

*แก้ไขปีฐานจาก 2566 เป็น 2567 เนื่องจากมีการทวนสอบ CFO ปีแรกในปี 2567

การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการบริหารจัดการน้ำมัน

ประเภทน้ำมัน	ปริมาณการใช้ ปี 2566 (ลิตร)	ปริมาณการใช้ ปี 2567 (ลิตร)	ปริมาณการใช้ ปี 2568 (ลิตร)	% ความเปลี่ยนแปลง
น้ำมันเบนซิน	125,678.28	131,547.76	155,144.59	+15.21
น้ำมันดีเซล	57,468.00	56,730.66	52,160.45	-8.06

ผลการบริหารจัดการไฟฟ้า

ประเภทไฟฟ้า	ปริมาณการใช้ ปี 2566 (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	ปริมาณการใช้ ปี 2567 (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	ปริมาณการใช้ ปี 2568 (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	% ความเปลี่ยนแปลง
ปริมาณการไฟฟ้าที่ซื้อ	2,783,846	2,771,903	2,415,616	-12.85
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า จากพลังงานทดแทน	13,027.17	18,560.37	64,835.11	+71.31
ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวม	2,796,873.17	2,790,463.37	2,480,451.11	-11.11

ผลการบริหารจัดการน้ำ

ประเภทน้ำ	ปริมาณการใช้ ปี 2566 (ลูกบาศก์เมตร)	ปริมาณการใช้ ปี 2567 (ลูกบาศก์เมตร)	ปริมาณการใช้ ปี 2568 (ลูกบาศก์เมตร)	% ความเปลี่ยนแปลง
ปริมาณการใช้น้ำรวม	17,163	15,993	13,360	-16.46
ปริมาณการใช้น้ำประปาหรือน้ำจากองค์กรอื่น	17,163	15,993	13,360	-16.46

ผลการบริหารจัดการขยะและของเสีย

ประเภทขยะ	ปริมาณการใช้ ปี 2566 (กิโลกรัม)	ปริมาณการใช้ ปี 2567 (กิโลกรัม)	ปริมาณการใช้ ปี 2568 (กิโลกรัม)	% ความเปลี่ยนแปลง
ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) รวม	6,128.71	4,146.00	9,002.4	+53.95
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle)	6,128.71	4,144.00	9,002.4	+53.97
ปริมาณขยะและของเสียอันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle)	0	2.00	0	-100

ผลิตภัณฑ์ประกันภัยด้านสิ่งแวดล้อม และการลงทุนอย่างรับผิดชอบ

1. ความสำคัญต่อองค์กร

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักว่าธุรกิจประกันวินาศภัยมีบทบาทสำคัญในเชิงระบบในการสนับสนุนความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ โดยเฉพาะในบริบทที่ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทวีความรุนแรงและมีความซับซ้อนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความเสี่ยงดังกล่าวไม่เพียงส่งผลต่อความเสียหายเชิงกายภาพและภาวะค่าสินไหมทดแทนเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงกับเสถียรภาพทางการเงิน ความสามารถในการแข่งขัน และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

ในฐานะองค์กรที่ทำหน้าที่รับและถ่ายโอนความเสี่ยง บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ช่วยบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Risks) และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate-related Risks) อย่างเหมาะสม ควบคู่กับการดำเนินการลงทุนภายใต้หลักการ ESG เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Economy) และลดความเสี่ยงเชิงโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจในระยะยาว

แนวทาง Green Insurance & Responsible Investment จึงเป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้บริษัทสามารถ

- สนับสนุนการปรับตัว (Adaptation) และการลดผลกระทบ (Mitigation) ต่อ Climate Change ของลูกค้าและภาคธุรกิจ
- สร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่จากการเติบโตของอุตสาหกรรมสีเขียวและเทคโนโลยีสะอาด
- เสริมสร้างความยืดหยุ่นและเสถียรภาพของพอร์ตการรับประกันภัยและพอร์ตการลงทุนในระยะยาว

2. เป้าหมาย

- ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ประกันภัยด้านพลังงานสะอาดและ Climate Solutions ไม่ต่ำกว่า 10,000 กรมธรรม์
- ส่งเสริมการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีเกณฑ์ ESG ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50
- ส่งเสริมการออกกรมธรรม์ประกันภัยรูปแบบ E-Policy เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ ไม่น้อยกว่า 20,000 กรมธรรม์

3. การดำเนินงาน

3.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยด้านสิ่งแวดล้อม

ในปี 2568 บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยด้านสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับบริบทความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และแนวโน้มการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ โดยมุ่งออกแบบความคุ้มครองที่สะท้อนลักษณะความเสี่ยงเฉพาะของอุตสาหกรรมสีเขียว เทคโนโลยีใหม่ และพื้นที่ที่มีความเปราะบางด้านภูมิอากาศ ควบคู่กับการนำข้อมูลด้านภูมิอากาศและประวัติความเสียหายมาใช้ประกอบการพิจารณารับประกันภัย (Underwriting) อย่างรอบด้าน

บริษัทได้ขยายผลิตภัณฑ์ประกันภัยสำหรับโครงการพลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียน เช่น Solar Farm, Solar Rooftop และโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานสะอาดอื่น ๆ โดยปรับปรุงเงื่อนไขความคุ้มครองให้เหมาะสมกับรูปแบบความเสี่ยงเฉพาะของโครงการพลังงานหมุนเวียน ครอบคลุมทั้งความเสียหายต่อทรัพย์สินจากภัยธรรมชาติและเหตุการณ์สุดวิสัย ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของธุรกิจ (Business Interruption) ที่อาจเกิดจากความผันผวนของสภาพอากาศหรือความขัดข้องทางเทคนิค ตลอดจนความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตพลังงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้พัฒนาโครงการและนักลงทุน ลดความไม่แน่นอนทางธุรกิจ และสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมพลังงานสีเขียวในประเทศ

ขณะเดียวกัน บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยรถยนต์ไฟฟ้า (EV Insurance) เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนผ่านจากรถยนต์เครื่องยนต์สันดาปไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการขนส่ง โดยออกแบบความคุ้มครองให้ครอบคลุมความเสี่ยงเฉพาะของรถยนต์ไฟฟ้า เช่น แบตเตอรี่ ระบบชาร์จไฟฟ้า และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง พร้อมจัดทำสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม อาทิ ส่วนลดเบี้ยประกันสำหรับผู้ใช้งานรถยนต์พลังงานสะอาด ความร่วมมือกับพันธมิตรสถานีชาร์จไฟฟ้า และบริการให้คำแนะนำด้านการใช้งานและการดูแลรักษา EV อย่างปลอดภัย เพื่อช่วยลดอุปสรรคในการตัดสินใจใช้รถยนต์ไฟฟ้าและเพิ่มการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่เหมาะสม

Product ESG	%Prop.	Policy	Premium	Claim Incurr
Environment	53%	10,516	251.5 MB	235.8 MB
Social	4%	2,817	20.4 MB	17.8 MB
Governance & Economic	43%	12,458	206.2 MB	34.3 MB
Total ESG Product	100%	25,791	478.1 MB	287.9 MB
All Product		3,088,518	19,433 MB	14,605.7 MB
		No. of Policy 2025	Premium 2025	Claim Incurr
%Prop. Of ESG Product		0.8%	2.5%	2.0%

จากภาพรวมในปี 2568 บริษัทออกกรมธรรม์รวมจำนวน 3,088,518 โดยมีผลิตภัณฑ์ด้าน ESG จำนวนกรมธรรม์รวม 25,791 กรมธรรม์ เบี้ยประกันภัยรวม 478.1 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 2.5

โดยผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมมีรายละเอียดดังนี้

- มีจำนวนกรมธรรม์ด้านสิ่งแวดล้อม 10,516 กรมธรรม์
- ผลิตภัณฑ์ด้าน สิ่งแวดล้อม (Environment) มีสัดส่วนสูงสุด คิดเป็น ร้อยละ 53 ของผลิตภัณฑ์ ESG ทั้งหมด
- สร้างเบี้ยประกันภัยรวม 251.5 ล้านบาท
- มีค่าสินไหมทดแทนเกิดขึ้น 235.8 ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

Motor EV & EV Charger



แพ็คเกจประกันรถยนต์ EV สำหรับผู้ใช้รถใช้ไฟทุกกลุ่ม ทั้งผู้เช่ารถยนต์ EV ผู้ซื้อเป็นของตัวเองประจำ และเจ้าของรถ Super Car EV ที่ต้องการครอบคลุมความเสียหายรถยนต์

- **ประกันรถยนต์ชั้น 1 MuangThai Motor EV** ส่วนค่า (สิ้นสุดการจำหน่าย 31 ส.ค. 2568)
- **ประกันรถยนต์ชั้น 1 New Motor EV** ส่วนค่า (เริ่มจำหน่าย 2 ม.ค. 2569)

ณ 2568 : จำนวนกรมธรรม์ที่จำหน่าย **7,247** ฉบับ

เมืองไทย Short term ประกันภัยรถยนต์ระยะสั้น



แพ็คเกจประกันรถยนต์ชั้น 2+ / ชั้น 3 / ชั้น 3+ สำหรับคนใช้รถไม่บ่อย ให้ความคุ้มครองระยะสั้น 90 วัน รองรับทั้ง รถเก๋ง รถกระบะ และรถตู้

ณ 2568 : จำนวนกรมธรรม์ที่จำหน่าย **1,721** ฉบับ

Motor รถบ้านใช้น้อย



แพ็คเกจประกันรถยนต์ชั้น 1 สำหรับคนใช้รถไม่บ่อย โดยเฉลี่ยประกันค่าความเสียหายรถยนต์ที่เลือก เริ่มต้นที่ 5,000 บาท., 7,500 บาท. และ 10,000 บาท. ต่อปี ได้รับความคุ้มครองตามระยะเวลาที่ซื้อจริง

ณ 2568 : จำนวนกรมธรรม์ที่จำหน่าย **2,966** ฉบับ

Solar cell



ให้ความคุ้มครองค่าแบบประกันที่เกี่ยวเนื่อง โดยการพิจารณาและกำหนดเบี้ยประกันเป็นรายกรณี โดยจ่ายรับประกันภัย (Underwrite) เพื่อรองรับความเสี่ยงของผู้ประกอบการติดตั้งระบบโซลาร์ฟาร์ม

- ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน (IAR)
- ประกันภัยความรับผิดต่อบุคคลภายนอก (P/L)
- ประกันภัยความเสียหายทุกชนิดสำหรับยานกึ่งรถ (EAR)

ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ประกันภัยด้านสิ่งแวดล้อม

1) ประโยชน์ต่อองค์กร

(1) เสริมสร้างความสามารถในการบริหารความเสี่ยงระยะยาว

ผลิตภัณฑ์ประกันภัยด้านสิ่งแวดล้อมช่วยให้องค์กรสามารถบริหารความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นระบบ ทั้งความเสี่ยงทางกายภาพและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน ส่งผลให้พอร์ตการรับประกันภัยมีความยืดหยุ่นและสามารถรองรับความไม่แน่นอนในระยะยาวได้ดียิ่งขึ้น

(2) สร้างโอกาสทางธุรกิจและแหล่งรายได้ใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยสำหรับพลังงานสะอาด ยานยนต์ไฟฟ้า และเทคโนโลยีสีเขียว ช่วยเปิดโอกาสให้บริษัทเข้าถึงตลาดใหม่ที่มีแนวโน้มเติบโตสูง พร้อมเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมประกันภัย

(3) ยกระดับภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย

ผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมสะท้อนถึงบทบาทเชิงรุกของบริษัทในการขับเคลื่อนความยั่งยืน ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้า นักลงทุน หน่วยงานกำกับดูแล และสังคม

(4) สนับสนุนการปฏิบัติตามมาตรฐานและกฎระเบียบด้านความยั่งยืน

การมีผลิตภัณฑ์ Green Insurance ช่วยให้บริษัทสามารถตอบโจทย์การเปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานสากล เช่น GRI, ISSB, TCFD และสนับสนุนการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM) ให้สอดคล้องกับบริบท Climate Risk

(5) เพิ่มเสถียรภาพทางการเงินในระยะยาว

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสมช่วยลดความเสี่ยงจากการตั้งเบี้ยต่ำกว่าความเสี่ยงที่แท้จริง (Underpricing) และลดความผันผวนของผลประกอบการในระยะยาว

2) ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

(1) สนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Climate Mitigation)

ผลิตภัณฑ์ประกันภัยด้านพลังงานสะอาดและยานยนต์ไฟฟ้าช่วยสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเร่งการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ

(2) เสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวต่อ Climate Change (Adaptation)

การคุ้มครองความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและสภาพแปรปรวนของสภาพอากาศช่วยให้ประชาชน ภาคธุรกิจ และภาคเกษตรสามารถฟื้นตัวจากความเสียหายได้รวดเร็ว ลดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

(3) ลดความเปราะบางของชุมชนและภาคเกษตร

ผลิตภัณฑ์ประกันภัยไมโครอินชัวร์รันส์และประกันภัยภาคเกษตรช่วยสร้างหลักประกันรายได้ ลดความเสี่ยงทางการเงินและเสริมสร้างความมั่นคงให้แก่กลุ่มเปราะบาง

(4) ส่งเสริมพฤติกรรมและการลงทุนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การออกแบบเบี้ยประกันและสิทธิประโยชน์ที่จูงใจให้ลูกค้าใช้พลังงานสะอาดหรือเทคโนโลยีสีเขียวช่วยกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในวงกว้าง

(5) ยกระดับคุณภาพชีวิตและสุขภาพของประชาชน

ผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับคุณภาพอากาศและสุขภาพช่วยลดผลกระทบจากมลพิษ เช่น ฝุ่น PM2.5 และสนับสนุนสังคมที่มีสุขภาวะที่ดีขึ้น

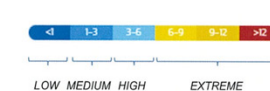
นอกจากนี้ บริษัทได้ศึกษาและออกแบบแนวทางการรับประกันภัยทรัพย์สินในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น พื้นที่เสี่ยงน้ำท่วม พายุรุนแรง หรือดินถล่ม โดยนำข้อมูลแนวโน้มภัยพิบัติ ประวัติความเสียหาย และการประเมินความเสี่ยงเชิงพื้นที่มาใช้สนับสนุนการกำหนดเงื่อนไขความคุ้มครองและอัตราเบี้ยประกันภัยให้สะท้อนระดับความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ควบคู่กับการให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเกี่ยวกับมาตรการป้องกันและลดความเสียหายจากภัยพิบัติ เช่น การเสริมความแข็งแรงของอาคาร การวางแผนรับมือเหตุฉุกเฉิน และการบริหารความเสี่ยงเชิงป้องกัน เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อทรัพย์สินและเสริมสร้างความสามารถในการฟื้นตัวของลูกค้าและชุมชนในระยะยาว

การดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

ยกระดับความแม่นยำและความละเอียดของการกำหนดโซนความเสี่ยง สำหรับทั้งงานรับประกันใหม่และงานต่ออายุ

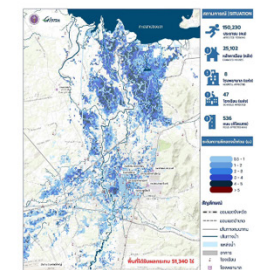
การระบุพื้นที่เสี่ยงน้ำท่วมโดยแบ่งออกเป็น 4 โซน โดยใช้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากขึ้นถึงระดับตำบล และจำแนกออกเป็น 4 โซน ดังนี้:

ความถี่ในการเกิดน้ำท่วมซ้ำซาก

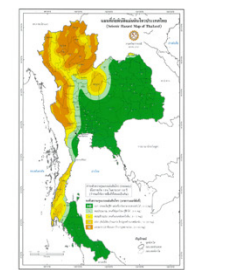


- เชื่อมต่อระบบผ่าน API เพื่อสนับสนุนการพิจารณารับประกันแบบทันที (Instant Underwriting Facilitation)

Satellite floor zone integration



Seismic Hazard Map



การดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

E-policy

การออกนสรมีแบบ electronic เพื่อลดการใช้กระดาษและประหยัดค่าใช้จ่าย

จำนวนนสรมี 26,097 นสรมี

เลือก e-policy ผ่าน website และ MTI click **89%**

Bundle Motor Add-on

- พัฒนาใบเตือนต่ออายุ ให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กับเว็บไซต์บนมือถือ
- ลดภาระงานจากการพิมพ์นสรมีและส่งเสริมการขายแบบ online

DOC-Q

คือระบบเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อขออนุมัติไปยังหน่วยงานต่างๆภายในบริษัท

ผู้สมัครใช้งาน พนักงาน MTI ทุกคน

- ลดภาระงาน ESG
- ลดเวลาใช้เอกสารไม่สูญหาย
- Tracking SLA

E-jacket

- บริการพิมพ์ jacket นสรมีจาก 7-10 หน้าให้เหลือเพียงหน้าเดียว และเป็นการปรับให้อยู่ใน QR code เพื่อดูข้อมูล online

3.2 นสรมีประกันภัยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Policy) ในฐานะมาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม

บริษัทนำระบบกรมธรรม์ประกันภัยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Policy) มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการอย่างยั่งยืน โดยเปลี่ยนกระบวนการออกและจัดส่งกรมธรรม์จากรูปแบบกระดาษไปสู่ระบบดิจิทัลที่มีการรับรองความถูกต้องตามกฎหมาย

การดำเนินงานดังกล่าวช่วยลดการใช้กระดาษ การจัดส่งเอกสาร และการใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกันภัย อีกทั้งยังช่วยยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าให้สามารถเข้าถึง จัดเก็บ และใช้งานเอกสารกรมธรรม์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย e-Policy จึงถือเป็นหนึ่งในมาตรการเชิงป้องกันที่ช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ (Operational Environmental Impact) ควบคู่กับการสนับสนุนกลยุทธ์ Digital Insurance ขององค์กร และมีการดำเนินงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

3.3 การลงทุนอย่างรับผิดชอบ (Responsible Investment)

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ยกระดับแนวทางการบริหารเงินลงทุน โดยบูรณาการปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) ควบคู่กับการพิจารณาปัจจัยทางการเงินอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอนของกระบวนการลงทุน ตั้งแต่การคัดเลือกสินทรัพย์ การตัดสินใจลงทุน การติดตามผลการดำเนินงาน ไปจนถึงการบริหารความเสี่ยง เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว และลดความเสี่ยงจากปัจจัยด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อมูลค่าการลงทุน

ในการพิจารณาการลงทุน บริษัทให้ความสำคัญกับประเด็น ESG ที่มีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของผู้ถือหุ้นหรือกิจการที่ลงทุน อาทิ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การกำกับดูแลกิจการที่ดี ความโปร่งใส และจริยธรรมทางธุรกิจ ตลอดจนการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และผลกระทบต่อชุมชนและสังคมโดยรอบ โดยมีการนำข้อมูลและการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG มาประกอบการตัดสินใจลงทุนอย่างรอบด้าน

บริษัทได้กำหนด เกณฑ์การลงทุนและรายการกิจการที่ไม่ลงทุน (Exclusion List) สำหรับธุรกิจหรือกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างมีนัยสำคัญ หรือมีความเสี่ยงสูงจากการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ เช่น ธุรกิจที่มีความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูง หรือขาดระบบการกำกับดูแลที่เหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อจำกัดความเสี่ยงจากสินทรัพย์ที่อาจได้รับผลกระทบเชิงลบในระยะยาว และส่งเสริมความสอดคล้องกับนโยบายความยั่งยืนของบริษัท

แนวทางการคัดเลือกและบริหารการลงทุน นโยบายการลงทุนหลักทรัพย์ ESG มีเงื่อนไขดังต่อไปนี้ ห้ามลงทุนในหลักทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาวุธ ยาสูบ การพนัน ยาเสพติด และธุรกิจผิดกฎหมาย

ขณะเดียวกัน บริษัทให้ความสำคัญกับการลงทุนในสินทรัพย์และกิจการที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (Positive Screening) เช่น กิจการที่มีผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนโดดเด่นหรือได้รับการรับรองตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน SET ESG Rating และได้รับการประเมินในระดับสูง โดยมุ่งสร้างผลตอบแทนทางการเงินควบคู่กับการสร้างความคุ้มค่าให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว และสนับสนุนบทบาทของบริษัทในฐานะผู้ลงทุนสถาบันที่มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ESG จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขในแผนการลงทุนของบริษัท

การติดตาม ประเมินผล และการบริหารความเสี่ยง บริษัทได้ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้าน ESG ของพอร์ตการลงทุนอย่างสม่ำเสมอ โดยทบทวนและปรับสัดส่วนการลงทุนในหลักทรัพย์ ESG ทุกๆ ครึ่งปี

1) ภาพรวมพอร์ตตราสารหนี้ (Fixed Income Portfolio)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 พอร์ตการลงทุนในตราสารหนี้ของบริษัทที่มีสัดส่วนการลงทุนที่ผ่านเกณฑ์ ESG คิดเป็น 90.11% ของมูลค่าพอร์ตทั้งหมด (3,210.1 จาก 3,562.6 ล้านบาท) สะท้อนถึงนโยบายการบริหารเงินลงทุนที่มุ่งเน้นคุณภาพสินทรัพย์และความยั่งยืนควบคู่กัน

เมื่อพิจารณาการกระจายตัวตามระดับ ESG Rating พบว่า

- ระดับ AAA = 88.29%
- ระดับ AA = 11.71%

โครงสร้างดังกล่าวสะท้อนว่าพอร์ตตราสารหนี้ของบริษัทมีการกระจุกตัวในสินทรัพย์ที่มีคะแนน ESG ระดับสูงมาก ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk) และสนับสนุนความมั่นคงของพอร์ตในระยะยาว

2) พอร์ตหุ้นจดทะเบียน (Listed Equity Portfolio)

พอร์ตหุ้นจดทะเบียนของบริษัทที่มีสินทรัพย์ที่ผ่านเกณฑ์ ESG คิดเป็น 87.33% ของพอร์ตทั้งหมด (1,866.1 จาก 2,136.9 ล้านบาท)

สัดส่วนการกระจายตัวที่มีนัยสำคัญที่ผ่านเกณฑ์ ESG ตามระดับ ESG Rating ของหุ้นในพอร์ต มีดังนี้

- AAA = 82.28%
- AA = 14.61%

โครงสร้างพอร์ตแสดงถึงการเน้นลงทุนในกิจการที่มีการดำเนินงานด้าน ESG ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่ม AAA และ AA ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงด้านความยั่งยืนจากการลงทุนได้อย่างมีนัยสำคัญ

โครงสร้างพอร์ตการลงทุนของบริษัท ณ สิ้นปี 2568 แสดงให้เห็นว่า บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์การลงทุนอย่างรับผิดชอบอย่างเป็นรูปธรรม

4. ผลการดำเนินงาน

- ผลการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ประกันภัยด้านพลังงานสะอาดและ Climate Solutions (ประกันภัยรถยนต์ EV สำหรับผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าทุกกลุ่ม) จำนวน 7,247 กรมธรรม์
- ผลการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีเกณฑ์ ESG ไม่น้อยกว่าร้อยละ 87
- จำนวนการออกกรมธรรม์ประกันภัยรูปแบบ E-Policy เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ จำนวน 27,990 กรมธรรม์

5. แนวทางการดำเนินงานในอนาคต

บริษัทมีแผนยกระดับการดำเนินงานด้าน Green Insurance & Responsible Investment อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งบูรณาการข้อมูลด้าน Climate Risk และ ESG เข้ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรับประกันภัย และการลงทุนอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจควบคู่กับการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการเสริมสร้างความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจในระยะยาว พร้อมทั้งพัฒนาการเปิดเผยข้อมูลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น GRI และ ISSB (IFRS S1-S2) อย่างครบถ้วนและโปร่งใส

มิติ สังคม



มิตสังค

เป้าหมาย และผลการดำเนินงานมิตสังค

บริษัทกำหนดตัวชี้วัด เป้าหมาย และการติดตามผลการดำเนินงานด้านสังคอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังค ตลอดจนการส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่ม เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าทางสังค ควบคู่กับการเสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการความเสี่ยง ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย และการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยตัวชี้วัดและเป้าหมายดังกล่าวถูกบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์และการดำเนินงานปกติขององค์กร โดยมีเป้าหมายการดำเนินงานดังนี้

เป้าหมายการดำเนินงาน

การบริหารและพัฒนากทรัพยากรบุคคล

- จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 15 ชั่วโมงต่อคนต่อปี
- ความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอยู่ที่ ร้อยละ 70

ด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน

- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานเท่ากับศูนย์ (0) กรณี

การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

- ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ร้อยละ 80

การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย

- ไม่มีกรณี ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับประเด็นด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัยมิได้มุ่งเพียงการสร้างผลประกอบการทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงและคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยเฉพาะพนักงาน ลูกค้า ชุมชน และสังคโดยรวม การดำเนินงานในมิตสังคจึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

ในฐานะองค์กรที่ให้บริการด้านการบริหารความเสี่ยง บริษัทให้ความสำคัญกับ **การบริหารและพัฒนากทรัพยากรบุคคล** เพื่อเสริมสร้างศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ และความผูกพันของพนักงาน โดยมุ่งพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน และเปิดโอกาสให้เกิดความหลากหลายและความเท่าเทียมในทุกมิติ ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของการให้บริการที่มีคุณภาพและความรับผิดชอบต่อ

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับ **การบริหารความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า** โดยยึดหลักความโปร่งใส ความเป็นธรรม และการคุ้มครองสิทธิของผู้เอาประกันภัยตลอดกระบวนการให้บริการ ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การรับประกันภัย การสื่อสารข้อมูลที่ชัดเจน ไปจนถึงการพิจารณาและชำระค่าสินไหมทดแทนอย่างเป็นธรรมและทันท่วงที เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าในระยะยาว

บริษัทตระหนักถึงบทบาทในการเป็นส่วนหนึ่งของสังค จึงดำเนินงานด้าน **ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังค** อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยง การสนับสนุนการป้องกันและฟื้นฟูหลังเกิดภัยพิบัติ รวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทของธุรกิจประกันภัยในการลดความเปราะบางทางเศรษฐกิจและสังค

อีกทั้ง บริษัทมุ่งส่งเสริม **การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของทุกกลุ่ม (Inclusive Insurance)** เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการคุ้มครองที่เหมาะสมกับความต้องการและศักยภาพทางเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงหลักประกันความเสี่ยง และสนับสนุนความมั่นคงทางสังคในวงกว้าง

การดำเนินงานในมิตสังคของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) จึงไม่เพียงสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ระหว่างองค์กรและสังค อันนำไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคง โปร่งใส และยั่งยืนในระยะยาว

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังค

บริษัทตระหนักถึงบทบาทความสำคัญในการจัดการด้านสังคในการดำเนินธุรกิจ โดยมีแนวทางปฏิบัติด้านการดูแลพนักงานตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับของนโยบายการจ้างงาน และนโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลพนักงาน ตลอดจนการสนับสนุนและส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพของพนักงานในองค์กรผ่านการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ อย่างต่อเนื่อง การแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบการบกิจการ รวมทั้งมีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และการแต่งตั้งคณะทำงานกิจกรรมเพื่อสังค โดยในปี 2568 ได้มีการทบทวนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังค และธรรมาภิบาล ตลอดจนดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนา และร่วมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบด้าน ให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

การบริหารและพัฒนากทรัพยากรบุคคล

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักว่าทรัพยากรบุคคลเป็นทุนมนุษย์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจขององค์กร สังค และระบบประกันวินาศภัยของประเทศ โดยพนักงานเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการประกันภัย รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบ โปร่งใส และเป็นธรรม โดยยึดหลักความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ และเคารพสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การจ้างงาน การพัฒนาและยกระดับศักยภาพ การอำนวยการรักษาบุคลากร ตลอดจนการจัดสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขการทำงานที่เหมาะสม อาทิ ระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม สอดคล้องกับความสามารถ ความรับผิดชอบ และลักษณะงาน รวมถึงการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่เหมาะสมกับศักยภาพของพนักงานในแต่ละระดับ

นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังค เพื่อสนับสนุนการเติบโตขององค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคอย่างยั่งยืน

การดูแลบุคลากร

ความสำคัญ

บริษัท เมืองไทย ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีว่าบุคลากรคือทุนมนุษย์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างคุณค่าให้แก่องค์กร ผู้ถือกรรมสิทธิ์ และระบบเศรษฐกิจโดยรวม โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจประกันวินาศภัยที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านการบริหารความเสี่ยง การให้บริการที่มีคุณภาพ และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี กฎระเบียบ และพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

ในยุคที่ทักษะใหม่ ๆ มีความจำเป็นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การดูแลและพัฒนาบุคลากรจึงไม่เพียงเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของพนักงานเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงาน การสร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance) การส่งเสริมสุขภาวะที่ดีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกคนให้สามารถเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างมั่นคงและยั่งยืน

เป้าหมายการดำเนินงาน

- อัตราการลาออกของพนักงาน ไม่เกิน 10 %
- ระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรโดยรวม (Employee Engagement) ไม่น้อยกว่า 70 %
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานเป็นศูนย์ (0 กรณี)
- ไม่เกิดกรณีข้อพิพาทด้านแรงงานที่มีนัยสำคัญ

การวางแผนด้านทรัพยากรบุคคล

บริษัทฯ มีการวางแผนอัตรากำลังโดยคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ และทักษะของพนักงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร และสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมและภารกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลพนักงาน

ข้อมูล	2566			2567			2568		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงาน ทั้งหมด (คน)	582	762	1,344	572	807	1,379	573	811	1,384
สัดส่วนของพนักงาน	43.30%	56.70%	100%	41.48%	58.52%	100%	41.40%	58.60%	100%
จำแนกตามเพศ (ร้อยละ)									

ข้อมูล	2566			2567			2568		
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงาน									
จำแนกตามช่วงอายุ (คน)									
อายุน้อยกว่า 30 ปี	64	157	221	51	139	190	64	139	203
อายุ 30 - 50 ปี	422	524	946	411	570	981	397	578	975
อายุมากกว่า 50 ปี	96	81	177	110	98	208	112	94	206

จำนวนพนักงาน

จำแนกตามระดับตำแหน่ง (คน)

ผู้บริหารระดับสูง	7	4	11	5	5	10	4	4	8
ระดับบริหาร	126	188	314	132	210	342	130	200	330
ระดับปฏิบัติการ	449	570	1,019	435	592	1,027	439	607	1,046

จำนวนพนักงาน

แยกตามพื้นที่ทำงาน (คน)

สำนักงานใหญ่	478	681	1,159	445	731	1,176	445	739	1,185
สาขา	104	81	185	127	76	203	128	72	199

จำนวนพนักงาน

แยกตามสัญชาติ (คน)

ไทย	582	762	1,344	572	807	1,379	573	811	1,384
ต่างชาติ	-	-	-	-	-	-	-	-	-

จำนวนพนักงานผู้พิการและ/

หรือผู้สูงอายุ

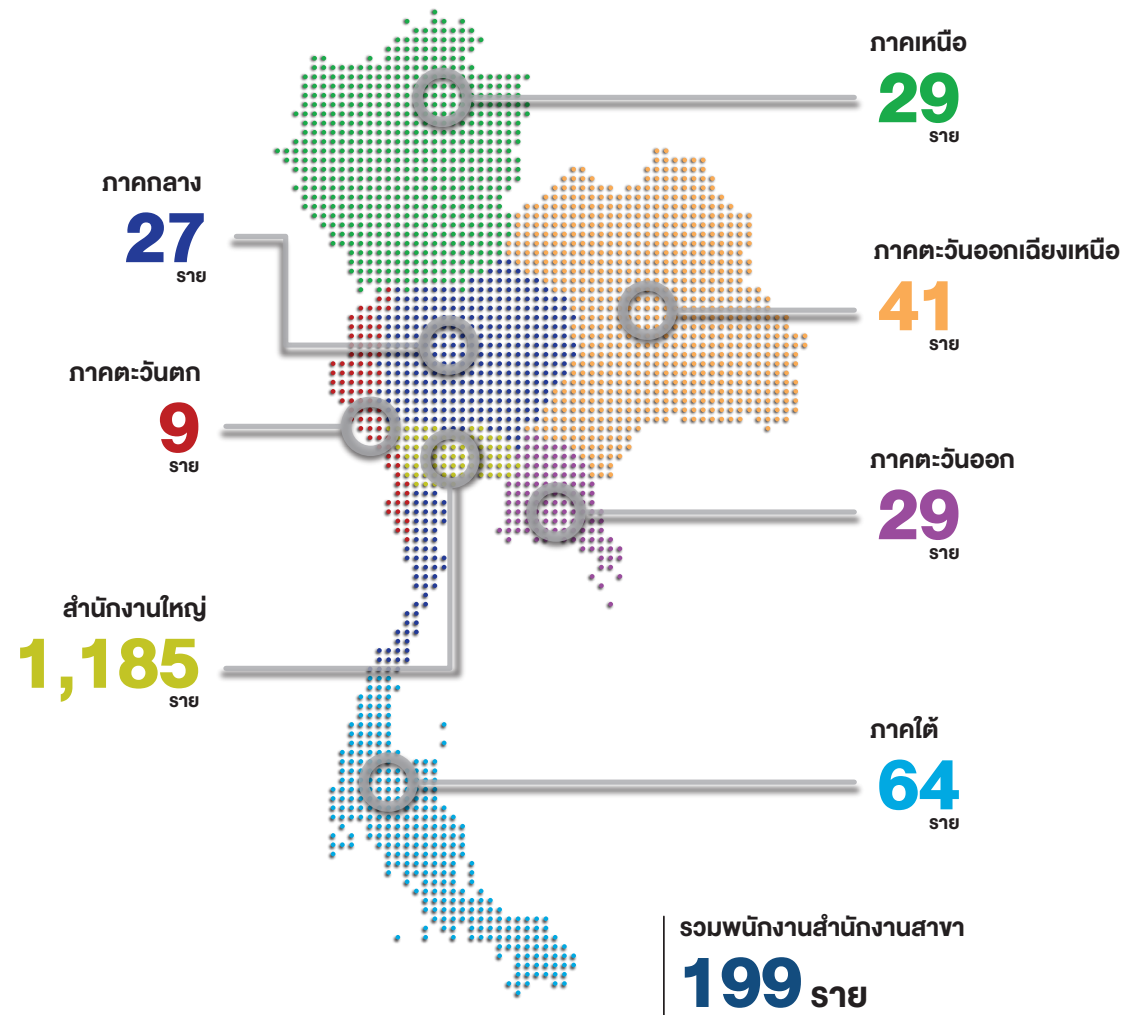
	-	-	-	-	-	-	3	1	4
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---

จำนวนพนักงาน

แยกตามประเภทสัญญาจ้าง

พนักงานประจำ	577	751	1,328	565	786	1,351	558	783	1,341
พนักงานชั่วคราว	5	11	16	7	21	28	15	28	43

จำนวนพนักงานจำแนกตามภาค



อัตราส่วนของเงินเดือนพื้นฐานขั้นต่ำและสัดส่วนค่าตอบแทนของผู้หญิงต่อผู้ชาย

พื้นที่ปฏิบัติงาน	ชาย (บาท)	หญิง (บาท)	สัดส่วนค่าตอบแทนของผู้ชายต่อผู้หญิง
สำนักงานใหญ่	12,979.00	13,042.00	0.995:1
สำนักงานอื่นๆ	13,477.00	15,600.00	0.864:1

*หมายเหตุ : เงินเดือนพื้นฐาน คือเงินเดือนเริ่มต้นของพนักงานประจำ

แนวทางการดำเนินงานและการบริหารจัดการ

บริษัทได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงระบบการดูแลบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงาน และรองรับการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการทำงานในปัจจุบันและอนาคต โดยครอบคลุมทั้งด้านสวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน และระบบบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพ อาทิ

- การปรับปรุงสวัสดิการด้านค่ารักษาพยาบาลและการดูแลสุขภาพให้เหมาะสมกับความต้องการของพนักงานในแต่ละช่วงวัย
- การจัดให้มีสวัสดิการช่วยเหลือพิเศษสำหรับพนักงานที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดหรือภัยพิบัติ
- การพัฒนาระบบบริหารจัดการสวัสดิการในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินการ รวมถึงช่วยให้พนักงานสามารถติดตามสถานะได้ด้วยตนเอง
- แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล และยกระดับประสบการณ์ของพนักงาน (Employee Experience)

การวางแผนกำลังคนและการสรรหาอย่างยั่งยืน

เพื่อให้การบริหารกำลังคนมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ บริษัทได้ดำเนินการประเมินอัตราการเกษียณอายุของพนักงานล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 5 ปี และจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรทดแทนและสร้างผู้นำรุ่นใหม่ในอนาคต

บริษัทใช้เครื่องมือ Head Map ในการวางแผนอัตรากำลัง วิเคราะห์โครงสร้างตำแหน่งงาน และติดตามความพร้อมของบุคลากรอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งมีการทบทวนและปรับปรุงโครงสร้างตำแหน่งงานเป็นระยะ เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรมีทรัพยากรบุคคลที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

ในกระบวนการสรรหาบุคลากร บริษัทใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้สมัครที่มีคุณภาพ ได้แก่

- เว็บไซต์ของบริษัทฯ
- เว็บไซต์หางานที่เป็นที่ยอมรับในตลาดแรงงาน
- ความร่วมมือกับบริษัทจัดหางาน (Headhunter) สำหรับตำแหน่งงานที่ต้องการทักษะเฉพาะหรือมีความสำคัญเชิงกลยุทธ์

แนวทางการบริหารจัดการและการดูแลรักษาบุคลากร

(1) กระบวนการสรรหาและจ้างงาน

บริษัทดำเนินการสรรหาและจ้างงานภายใต้หลักความเป็นธรรม โปร่งใส และไม่เลือกปฏิบัติ โดยมีแนวทางสำคัญ ได้แก่

- กระบวนการคัดเลือก สัมภาษณ์ และทดสอบที่เป็นระบบ
- การประเมินผลการทดลองงานอย่างชัดเจนภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนด
- การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้
- การส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียมในสถานที่ทำงาน
- การมอบหมายงานและติดตามผลการปฏิบัติงานตามความเหมาะสมของแต่ละตำแหน่ง

(2) กระบวนการพัฒนาบุคลากร

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างเป็นระบบ ผ่าน

- การกำหนด **Training Road Map และ Employee Development Plan (IDP)** สำหรับพนักงานทุกระดับ
- การบริหารจัดการภายใต้กรอบ **Competency Based Management** ครอบคลุมสมรรถนะหลัก (Core Competency) สมรรถนะด้านการจัดการ (Managerial Competency) และสมรรถนะตามตำแหน่งงาน (Functional Competency)
- การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร **MTI Culture** เพื่อสร้างทัศนคติที่เหมาะสม เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และเสริมสร้างความร่วมมือในการบรรลุเป้าหมายองค์กร

(3) กระบวนการธำรงรักษาบุคลากร

บริษัทดำเนินการดูแลรักษาบุคลากรอย่างรอบด้าน ครอบคลุม

- **Work Environment** สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เอื้อต่อการทำงานอย่างสร้างสรรค์ และส่งเสริมสุขภาพกาย-ใจ
- **Work From Anywhere** ทดลองและพัฒนา รูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น เพื่อสนับสนุนสมดุลชีวิตและการทำงาน พร้อมปรับปรุงกระบวนการทำงานตามแนวคิด Lean Process
- **Relationship** จัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ และสำรวจความผูกพันของพนักงาน (Engagement Survey)
- **Support** ระบบประเมินผลและพัฒนาศักยภาพที่สนับสนุนการสร้างผลงาน
- **Growth** เส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน
- **Compensation** การบริหารค่าตอบแทนและผลประโยชน์อย่างเหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน

กระบวนการติดตามการดำเนินงานและการรายงานผล

บริษัทมีการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานด้านการดูแลบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ผ่านคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คณะกรรมการสวัสดิการ คณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินการสำรวจ **Employee Engagement Survey** และ **Employee Net Promoter Score (ENPS)** เป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลการสำรวจมาวิเคราะห์ ปรับปรุงนโยบาย และพัฒนาแนวทางการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง อาทิ การปรับปรุงสวัสดิการ การพัฒนาทักษะ และการส่งเสริมรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินงานด้านสวัสดิการและการสรรหาบุคลากร

บริษัทให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยจัดให้มีการ Exit Interview สำหรับพนักงานที่ลาออก โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีศักยภาพสูง (Talent & Successor) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และปรับปรุงนโยบายด้านทรัพยากรบุคคล การสรรหา การพัฒนา และการธำรงรักษาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและองค์กรภายนอก เพื่อเตรียมบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต

การจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่พนักงาน

ผลประโยชน์ที่จัดสรรให้แก่พนักงาน

สิทธิ / สวัสดิการ / ผลประโยชน์	พนักงานประจำ	ลูกจ้างชั่วคราว
ประกันชีวิต	✓	-
ค่ารักษาพยาบาล (ตนเอง)	✓	✓
สิทธิการลาคลอดบุตร	✓	✓
เงินชดเชยหรือเงินบำเหน็จบำนาญ	✓	-
การจ่ายเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	✓	-
ค่าล่วงเวลาและค่าทำงานในวันหยุด	✓	✓

การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร

รายการ	เพศชาย	เพศหญิง
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร	573	811
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร	3	12
จำนวนพนักงานที่กลับเข้าทำงานหลังลา	3	12
จำนวนพนักงานที่กลับเข้าทำงานและยังคงทำงาน	3	12

ด้านสุขภาพ

บริษัทให้ความสำคัญสุขภาพพนักงาน ด้วยการจัดสวัสดิการด้านสุขภาพครบถ้วนทั้งการปฏิบัติงานและนอกเวลางาน โดยพนักงานได้รับสิทธิตรวจสุขภาพประจำปี และการรักษาพยาบาลจากโรงพยาบาลชั้นนำ นอกจากนี้ บริษัทยังจัดกิจกรรมดูแลสุขภาพและส่งเสริมการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมกีฬาและการจัดการแข่งขันกีฬาภายในองค์กร อาทิ วิ่ง โยคะ แอโรบิก โครงการลดน้ำหนัก โครงการลดความเครียด โครงการงานวิ่งเพื่อการกุศล รวมถึงโครงการตรวจสุขภาพเชิงลึก เป็นต้น

ในปี 2568 บริษัทมีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมด้านสุขภาพ (ชมรมโยคะ ชุมบ้า และชมรมวิ่ง) จำนวน 267 คน และมีการจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพประจำปีให้แก่พนักงานในปี 2568 ซึ่งมีพนักงานเข้าร่วมจำนวน 1,059 คน คิดเป็นร้อยละ 82.03% เพื่อให้พนักงานสามารถดูแลสุขภาพกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสม ลดความเสี่ยงด้านการเจ็บป่วย และลดค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลในอนาคต รวมถึงส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน

ด้านความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานทุกระดับ ทั้งผู้บริหารและพนักงาน โดยมีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับแผนความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงาน ผู้รับเหมา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย

ในปี 2568 บริษัทได้มีการจัดอบรมด้านความปลอดภัย การอบรมดับเพลิงขั้นต้น และการซ้อมอพยพหนีไฟ รวมถึงการอบรมด้านความปลอดภัยในการทำงานและการสื่อสารให้ความรู้เรื่องสุขภาวะอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความตระหนักรู้และลดอุบัติเหตุในการทำงาน

ด้านการออม (กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ)

บริษัทให้พนักงานออมเงินผ่านกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยพนักงานสะสมเงินส่วนหนึ่ง และบริษัทสมทบให้อีกส่วนหนึ่ง ในปี 2568 มีพนักงานเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพจำนวน 1,173 คน จากจำนวนพนักงานทั้งหมด 1,384 คน คิดเป็นร้อยละ 84.75% เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินในระยะยาวให้แก่พนักงาน

ด้านสมดุลการใช้ชีวิตและการทำงาน (Work-Life Balance)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงาน โดยมีนโยบายเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น และมีการสำรวจความคิดเห็นผ่าน Employee Engagement Survey ในเรื่อง Work Life Balance และนำข้อเสนอแนะของพนักงานมาปรับปรุง โดยพนักงานสามารถเลือกช่วงเวลาในการทำงานที่เหมาะสมกับตนเองได้

โดยบริษัทฯ กำหนดรูปแบบเวลาทำงานที่ยืดหยุ่น 3 ช่วง ได้แก่

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

การกำหนดเวลาทำงานดังกล่าวช่วยให้พนักงานสามารถบริหารจัดการชีวิตส่วนตัวและการทำงานได้อย่างเหมาะสม ลดความเครียด และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

การสร้างความสัมพันธ์และการปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงาน

การสร้างความสัมพันธ์และการปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงาน เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและข้อพิพาทด้านแรงงาน ผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรบุคคลจึงดำเนินแนวทางและมาตรการสร้างความเป็นธรรม ความโปร่งใส และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับพนักงาน รวมทั้งจัดให้มีการกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนและเป็นธรรม เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและสร้างความพึงพอใจให้แก่พนักงาน โดยแนวทางสำคัญที่นำมาใช้ มีดังนี้

1. การสร้างระบบสื่อสารภายในที่ชัดเจนและโปร่งใส
2. การประเมินผลและจัดการค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม
3. การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกัน
4. การเข้าถึงกระบวนการไกล่เกลี่ยแรงงานอย่างเป็นระบบ
5. การพัฒนาทักษะผู้นำและการบริหารคน
6. การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและมาตรฐานสากลอย่างเคร่งครัด

การสำรวจความผูกพันภายในองค์กร

บริษัทจัดให้มีการสำรวจความผูกพันของพนักงานในองค์กร (Engagement Survey) เป็นประจำทุกปี เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และนำผลการสำรวจมาปรับปรุงการบริหารจัดการบุคลากร ในปี 2568 บริษัทฯ ได้คะแนน Engagement Score อยู่ที่ 85.01 % เพิ่มขึ้นจากปี 2567 ซึ่งอยู่ที่ 78 %

ผลจากการสำรวจการประเมินความคิดเห็นด้านความผูกพันของพนักงานในองค์กร (Engagement Survey) ปี 2568 บริษัทฯ ได้นำผลการประเมินมาวิเคราะห์และกำหนดโครงการเพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล แบ่งเป็น 3 มิติ ได้แก่

มิติด้านการจัดการบุคลากร

1. ทบทวนการวางแผนอัตรากำลังให้สอดคล้องกับปริมาณงาน
2. กำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจน
3. จัดทำแผน Succession Planning เพื่อรองรับการเกษียณ

มิติด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน

1. ส่งเสริมวัฒนธรรม Feedback ระหว่างหัวหน้าและพนักงาน
2. ปรับปรุงระบบ Performance Management ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ

มิติด้านการตัดสินใจในการทำงาน

1. สนับสนุนการตัดสินใจของพนักงาน ส่งเสริม Growth Mindset และแนวคิด Fail Fast - Learn Fast
2. จัดทำ Standard of Manual (SOM) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างเป็นรูปธรรม

การสื่อสารภายในองค์กร

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน และสร้างความผูกพันในองค์กร อาทิ

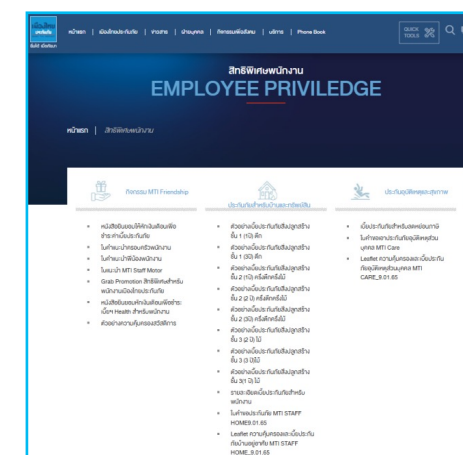
- การจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์พนักงาน
- การจัดกิจกรรมสื่อสารข้อมูลและข้อเสนอแนะของพนักงาน รวมถึงการร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์บริษัท Line@ และ Facebook

การสร้างความผูกพันภายในองค์กร

บริษัทตระหนักดีว่า ทรัพยากรบุคคลถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ไปสู่เส้นชัยแห่งความสำเร็จ การมีพนักงานที่มีประสิทธิภาพ ย่อมช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีศักยภาพ อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยี หรือ Artificial Intelligence (AI) จะเข้ามามีบทบาทในระบบการทำงานมากขึ้น แต่ก็ยังเป็นเพียงเครื่องมือ ที่ยังต้องผ่านการบริหารโดยตัวบุคคล ดังนั้น การรักษาค่านิยมที่เชื่อใจกันให้อยู่กับองค์กรนานที่สุด เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ และมุ่งมั่นที่จะดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ที่พร้อมสนับสนุน ผลักดันให้พนักงานเกิดการพัฒนากระบวนการทำงาน ผ่านนวัตกรรมใหม่ๆ การจัดสรรสวัสดิการและประโยชน์ตอบแทนอื่นๆ ที่ตอบโจทย์กับสถานการณ์ปัจจุบัน การส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาตนเองของพนักงาน ให้มีความรู้ ทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมทำงานที่ดี เพื่อเสริมสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กรให้เกิดแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

การเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าถึงผลิตภัณฑ์ขององค์กร

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการพัฒนาและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามวิทัศน์ กลยุทธ์องค์กร จึงมีการออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยประเภทต่างๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาด และตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย นอกจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้ผู้บริโภครับรู้แล้ว บริษัทฯ ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการสื่อสารและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อพนักงานสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ผ่านช่องทางสื่อสารภายในบริษัทฯ ในทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง



การดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน



• MTI Long Service Award ประจำปี 2568



• Warm Welcomes



• แบดมินตันประกันภัย



• การแข่งขันฟุตบอลประกันภัย



• งานปีใหม่ MTI'S NEW YEAR PARTY 2025 "ไทยแลนด์ ONLY ที่นี้เมืองไทย"



• กิจกรรมวอลเลย์บอล



• โบว์ลิ่งประกันภัย



• ชูมบ้า



• โยคะ



• กิจกรรม MTL Badminton Master 2025



• MTI Run Club

การปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงาน

การปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานอย่างเคร่งครัด และการดำเนินงานตามมาตรการต่างๆที่กล่าวมาต่อเนื่องช่วยให้บริษัทสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน ลดโอกาสการเกิดข้อพิพาทด้านแรงงาน และทำให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงาน และไม่มีกรณีการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน (Labor Standards Non-Compliance)

ตารางจำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานและการไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงาน

ข้อมูลรายปี	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
กรณีการไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงาน	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่มีนัยสำคัญ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

การร่วมส่งเสริมอาชีพในกลุ่มเปราะบาง

ในปี 2568 บริษัทมีส่วนช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการให้พึ่งพาตนเองได้ โดยดำเนินโครงการส่งเสริมอาชีพผู้พิการ และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้าง โดยจัดให้มีการจ้างงานตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 มาตรา 33 การจ้างงานคนพิการโดยตรง และมาตรา 35 การส่งเสริมอาชีพรูปแบบอื่น โดยการสนับสนุนอาชีพให้คนพิการหรือผู้ดูแลคนพิการ รวมทั้งมีการจ้างงานผู้สูงวัยที่มีความสำคัญ ซึ่งมีจำนวนผู้พิการที่ได้รับการสนับสนุนตามมาตรา 33 จำนวน 4 ราย และมาตรา 35 จำนวน 10 ราย และมีการสนับสนุนสถานประกอบการที่มีการจ้างงานผู้พิการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงวัยจำนวน 6 ราย

จำนวนพนักงานกลุ่มเปราะบาง จำแนกตามประเภท

ประเภทกลุ่มเปราะบาง	จำนวน
ผู้พิการตามมาตรา 33	4 คน
ผู้พิการตามมาตรา 35	10 คน
กลุ่มผู้สูงวัย (60 ปีขึ้นไป)	6 คน

อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR)

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานทุกระดับ โดยมุ่งสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในการทำงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการกำหนดนโยบาย มาตรการป้องกันอุบัติเหตุ การสื่อสารภายในองค์กร และการติดตามผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยอย่างเป็นระบบ

ในปี 2568 บริษัทได้กำหนดเป้าหมาย อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) เท่ากับ ศูนย์ (0) โดยมีวันที่ปฏิบัติงานรวม 261 วัน เป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์ตามประกาศ 19 วัน เหลือวันทำการ 242 วันและมีชั่วโมงการทำงานรวมของพนักงานทั้งหมด 2,679,424.00 ชั่วโมง (นับรวมการทำงานนอกเวลา OT และหักชั่วโมงการลาทั้งหมด) และผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด โดยไม่พบการบาดเจ็บจากการทำงานที่ส่งผลให้พนักงานต้องหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป รวมถึงไม่พบอุบัติเหตุร้ายแรงหรือการสูญเสียชีวิตจากการทำงานของพนักงานแต่อย่างใด

ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนถึงประสิทธิภาพของมาตรการด้านความปลอดภัยและการดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงานของบริษัท ตลอดจนการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปฏิบัติตามแนวทางความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด

สถิติความปลอดภัยจากการทำงาน

ตัวชี้วัด	หน่วย	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
1. อัตราการบาดเจ็บ (Injury Rate: IR)	จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง	0.00	0.00	0.00
2. อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Rate: LTIR)	จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง	0.00	0.00	0.00
3. อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (Lost Day Injury Rate: LDIR)	จำนวนวันที่สูญเสียไปต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง	0.00	0.00	0.00
4. อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (Occupational Disease Rate: ODR)	จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง	0.00	0.00	0.00

หมายเหตุ

- อัตราการบาดเจ็บ (Injury Rate: IR) = (จำนวนคนที่ได้รับบาดเจ็บทุกประเภท × 200,000 ชั่วโมงการทำงาน) ÷ จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานทั้งหมด
- อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Rate: LTIR) = (จำนวนคนที่ได้รับบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน × 200,000 ชั่วโมงการทำงาน) ÷ จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานทั้งหมด
- อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (Lost Day Injury Rate: LDIR) = (จำนวนวันที่สูญเสียจากการบาดเจ็บ × 200,000 ชั่วโมงการทำงาน) ÷ จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานทั้งหมด
- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (Occupational Disease Rate: ODR) = (จำนวนคนที่เจ็บป่วยจากการทำงาน × 200,000 ชั่วโมงการทำงาน) ÷ จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานทั้งหมด

สถานการณ์การจ้างงานและการพัฒนาพนักงาน

ตารางอัตราการจ้างพนักงานใหม่

	ปี 2566 (คน)	ปี 2566 (%)	ปี 2567 (คน)	ปี 2567 (%)	ปี 2568 (คน)	ปี 2568 (%)
อัตราการจ้างพนักงานใหม่						
รวม	262	18.21%	169	11.43%	189	12.81%

ตารางอัตราการพัฒนาของพนักงาน

	ปี 2566 (คน)	ปี 2566 (%)	ปี 2567 (คน)	ปี 2567 (%)	ปี 2568 (คน)	ปี 2568 (%)
อัตราการพัฒนา						
รวม	199	13.83%	145	9.81%	201	14.52%

แยกตามเพศ

เพศ	ปี 2566 (คน)	ปี 2566 (%)	ปี 2567 (คน)	ปี 2567 (%)	ปี 2568 (คน)	ปี 2568 (%)
ชาย	68	4.73%	56	3.79%	78	5.63%
หญิง	131	9.10%	89	6.02%	123	8.88%

แยกตามกลุ่มอายุ

ช่วงอายุ	ปี 2566 (คน)	ปี 2566 (%)	ปี 2567 (คน)	ปี 2567 (%)	ปี 2568 (คน)	ปี 2568 (%)
อายุ 20-30 ปี	76	5.28%	45	3.04%	57	4.11%
อายุ 31-50 ปี	103	7.16%	87	5.89%	116	8.38%
อายุมากกว่า 50 ปี	20	1.39%	13	0.88%	28	1.90%

ตารางสัดส่วนการลาออกของพนักงาน

สัดส่วนพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ชาย (คน)	หญิง (คน)
จำนวนพนักงานลาออก	166	11.99%	55	111
แบ่งตามระดับ				
ผู้บริหารระดับสูง	4	2.41%	2	2
ระดับบริหาร	22	13.25%	6	16
ระดับปฏิบัติการ	130	78.31%	42	88
พนักงานสัญญาจ้าง	10	6.03%	5	5
แบ่งตามช่วงอายุงาน				
อายุงาน 5 ปี ขึ้นไป	27	16.26%	11	16
อายุงาน 3 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี	16	9.64%	5	11
อายุงาน 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	50	30.12%	17	33
อายุงาน น้อยกว่า 1 ปี	73	43.98%	22	51

ในปี 2568 บริษัทมีอัตราการพ้นสภาพพนักงานจำนวนทั้งสิ้น **201 คน** คิดเป็นร้อยละ **14.52%** เพิ่มขึ้นจากปี 2567 4.71 % ซึ่งมีจำนวน **145 คน**

จำแนกสาเหตุการพ้นสภาพพนักงานออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- พ้นสภาพจากการเกษียณอายุ จำนวน **8 คน** คิดเป็นร้อยละ **3.98%**
- พ้นสภาพจากการลาออกโดยสมัครใจ จำนวน **166 คน** คิดเป็นร้อยละ **82.58%**
- พ้นสภาพจากสาเหตุอื่น จำนวน **27 คน** คิดเป็นร้อยละ **13.43%**

ผลการดำเนินงาน

- อัตราการลาออกของพนักงาน = **11.99%**
- ระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรโดยรวม (Employee Engagement) = **85.01 %**
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานเท่ากับศูนย์ (0 กรณี)
- ไม่มีกรณีข้อพิพาทด้านแรงงานที่มีนัยสำคัญ

การพัฒนาบุคลากร

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการพัฒนาความรู้ ทักษะ และขีดความสามารถของบุคลากรในทุกระดับ เนื่องจากบุคลากรที่มีศักยภาพสูงจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ลดความเสี่ยงจากความผิดพลาดในการดำเนินงาน เสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร และรักษาความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาว โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจประกันวินาศภัยที่เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี กฎระเบียบ และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายการพัฒนาบุคลากร

- จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยของพนักงาน ไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมง/คน/ปี
- สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วมอบรมหลักสูตร ESG DNA ไม่น้อยกว่า 80 % ของพนักงานทั้งหมด
- Learning and Development Plan 2025
- จัดอบรมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ

แนวทางและแผนการพัฒนาบุคลากร

บริษัทมุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งด้านเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมประกันภัย กฎระเบียบด้านการกำกับดูแล ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) รวมถึงการแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความเข้มข้นมากขึ้น

บริษัทกำหนดให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างทั่วถึงครอบคลุมพนักงานร้อยละ 100 โดยจัดทำแผนการพัฒนาบุคลากรใน 4 ด้านหลัก ได้แก่

- 1. การเสริมสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร**
เพื่อปลูกฝังพฤติกรรมที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมของบริษัท
- 2. การพัฒนาเพื่อรองรับการเติบโตในสายอาชีพ**
สนับสนุนการเติบโตอย่างเป็นระบบและการเตรียมความพร้อมสำหรับบทบาทที่สูงขึ้น
- 3. การพัฒนาเชื่อมโยงกับผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน**
เพื่อยกระดับสมรรถนะและประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง
- 4. การ Upskill - Reskill และพัฒนา New Skill**
เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจประกันภัยและการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล

นโยบายการพัฒนาบุคลากร

บริษัทกำหนดนโยบายการพัฒนาบุคลากรใน 2 มิติหลัก ดังนี้

1) ด้านการศึกษา

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจประกันภัย การบริหาร ความเสี่ยง เทคโนโลยี และความยั่งยืน โดยสนับสนุนทุนการศึกษาในระดับปริญญาโทต่างประเทศปีละ 1 ทุน เพื่อเสริมสร้างบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และศักยภาพสูง เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรในระยะยาว

2) ด้านการพัฒนาทักษะ: ความรู้ และสมรรถนะ

บริษัทจัดทำแผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและทิศทางธุรกิจ โดยครอบคลุมการพัฒนาทักษะด้านวิชาชีพประจำสายงาน การบริหารจัดการ การบริหารคน ทักษะดิจิทัล และสมรรถนะด้าน ESG ผ่านกลไกสำคัญ ได้แก่

- **ระบบสมรรถนะขององค์กร (Competency Framework)**
เพื่อกำหนดกรอบพฤติกรรม ทักษะ และทักษะที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของบริษัท
- **การประเมินผลการปฏิบัติงานตาม KPI**
เชื่อมโยงตั้งแต่ระดับองค์กร สายงาน หน่วยงาน ไปจนถึงระดับบุคคล เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ
- **การจัดทำ Training Road Map และ Individual Development Plan (IDP)**
สำหรับพนักงานทุกระดับ ภายใต้แนวคิด Competency Based Management รวมถึงการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) เพื่อเตรียมความพร้อมของผู้บริหารในอนาคต

3) ด้านอื่นๆ ตามแผนงานฝ่ายพัฒนากฎหมายบุคคล

งบประมาณและรูปแบบการพัฒนา

ในปี 2568 บริษัทได้จัดสรรงบประมาณจำนวน 1,550,000.- บาท สำหรับการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ครอบคลุมพนักงานจำนวน 1,384 คน (คิดเป็นร้อยละ 100) โดยเน้นหลักสูตรด้าน Reskill, Upskill และ New Skill ภายใต้แผนการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Development Plan 2025)

รูปแบบการฝึกอบรมประกอบด้วย

1. การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) ผ่านระบบ E-Learning : MTI LearnD ของบริษัท และความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) เป็นต้น
2. การฝึกอบรมในชั้นเรียน (Lectures / Discussion / Workshop)
3. การฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (On-the-Job Training)
4. การฝึกอบรมกับหน่วยงานภายนอก (Public Training)

สำหรับการอบรมต่างๆ ได้แยกประเภทของหลักสูตรเพื่อให้เหมาะสม เป็นดังนี้

1. หลักสูตรตามกฎหมายบังคับ

หลักสูตรบังคับขององค์กรประกอบด้วย 2 กลุ่มหลักสูตรสำคัญ

1) ด้านความปลอดภัยในการทำงาน

- เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน ระดับหัวหน้างาน
- เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน ระดับบริหาร

2) ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

- Cyber Security Awareness 2025

ประโยชน์โดยรวมที่พนักงานได้รับ

- มีความรู้และความเข้าใจข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยและไซเบอร์
- สามารถระบุ ประเมิน และควบคุมความเสี่ยงจากการทำงานและการใช้ระบบดิจิทัล
- เพิ่มทักษะการป้องกันอุบัติเหตุและภัยคุกคามไซเบอร์ เช่น ฟิชซิง มัลแวร์ และการรั่วไหลข้อมูล
- เสริมศักยภาพในการกำกับดูแลทีมงานและสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย
- เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่



ประโยชน์โดยรวมที่องค์กรได้รับ

- ลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย การเงิน และชื่อเสียงจากอุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ข้อมูลรั่วไหล
- มีระบบบริหารความปลอดภัยและความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร
- เพิ่มความพร้อมในการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง
- เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความปลอดภัย (Safety Culture + Security Culture)
- สนับสนุนความยั่งยืนและความต่อเนื่องทางธุรกิจในระยะยาว

รายละเอียดแยกหลักสูตร

- เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างาน มีผู้เข้าอบรม 16 ราย ชั่วโมงฝึกอบรม 12 ชม.
- เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหาร มีผู้เข้าอบรม 10 ราย ชั่วโมงฝึกอบรม 12 ชม.
- Cyber Security Awareness มีผู้เข้าอบรม 1,300 ราย ชั่วโมงฝึกอบรม 102 ชม.

2 หลักสูตรพัฒนาทักษะด้านการปฏิบัติงาน (Functional Skills)

หลักสูตร Functional Skills มุ่งยกระดับ Core Business Capability ขององค์กรใน 3 ด้านหลัก

- Underwriting Excellence - เพิ่มความแม่นยำและมาตรฐานการรับประกันภัย
- Claims Efficiency & Governance - ลดข้อพิพาท ควบคุมต้นทุน และเพิ่มความเป็นธรรม
- Market & Technology Readiness - รองรับ EV, CAR/EAR และการเติบโตของเครือข่ายตัวแทน





การลงทุนพัฒนาทักษะเหล่านี้จึงช่วยเสริม

- เสถียรภาพทางการเงิน
- ความสามารถแข่งขัน
- และความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจประกันภัย

1. รายชื่อหลักสูตร (รวม 10 หลักสูตร) ประกอบด้วย

- 1) การใช้ Desktop Survey และหลักการถ่ายภาพ
- 2) แนวทางและหลักเกณฑ์การพิจารณาปรับประกันภัย (New Underwriting Guideline 2025)
- 3) แนวทางปฏิบัติการรับประกันภัยทรัพย์สินกรณีแผ่นดินไหว
- 4) กลยุทธ์การพัฒนายอดขายผ่านความสัมพันธ์กับตัวแทน
- 5) Team Building - เราคือหนึ่งเดียวกัน
- 6) หลักการชดเชยค่าสินไหมตามคำสั่งนายทะเบียน
- 7) มาตรฐานวิธีการปฏิบัติงานเคลมให้เกิดประสิทธิภาพ (2 รุ่น)
- 8) การรับประกันภัยและการจัดการสินไหม EW (2 รุ่น)
- 9) การพิจารณาปรับประกันภัยงานก่อสร้าง CAR/EAR
- 10) การซ่อมและประเมินราคารถยนต์ไฟฟ้า

โดยมีชั่วโมงอบรมหลักสูตรละ 6 ชั่วโมง รวมชั่วโมงอบรมรวม 72 ชั่วโมง มีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหลักสูตร รวม ทั้งสิ้น 670 ราย

2. ประโยชน์โดยรวมที่พนักงานได้รับ

- เพิ่มความรู้เชิงลึกด้าน Underwriting, Claims, Risk Assessment และ Sales Strategy
- สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องตามหลักวิชาชีพและแนวปฏิบัติองค์กร
- ลดความผิดพลาด เพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจ
- พัฒนาทักษะเฉพาะทาง เช่น EV, CAR/EAR, Earthquake Risk
- เสริมทักษะ Soft Skills เช่น การทำงานเป็นทีม และการบริหารความสัมพันธ์ตัวแทน
- ยกระดับศักยภาพในการประเมินความเสี่ยงและควบคุมต้นทุน

3. ประโยชน์โดยรวมที่องค์กรได้รับ

- ลดความเสี่ยงด้านการรับประกันภัยและการพิจารณาค่าสินไหมที่ไม่เหมาะสม
- เพิ่มความสม่ำเสมอและมาตรฐานการทำงานทั้งองค์กร
- เสริมความสามารถในการบริหารพอร์ตและควบคุม Loss Ratio
- ลดความเสี่ยงข้อร้องเรียนและข้อพิพาททางกฎหมาย

- รองรับธุรกิจใหม่ เช่น EV และ Extended Warranty
- เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันในตลาดประกันภัย
- เสริมสร้างภาพลักษณ์มีมืออาชีพและความน่าเชื่อถือ

3. หลักสูตรพัฒนากิจกรรมด้านการบริหาร (Leadership Development Skills)

หลักสูตร Leadership Development เป็นการลงทุนเชิงกลยุทธ์ด้าน Human Capital ที่ช่วยสร้าง "ผู้นำองค์กรรุ่นถัดไป" โดยส่งผลเชิงบวกต่อองค์กรใน 3 มิติหลัก

- Operational Efficiency ทีมทำงานมีทิศทางและประสิทธิภาพสูงขึ้น
- People Capability ผู้จัดการสามารถพัฒนาทีมงานได้ต่อเนื่อง
- Organizational Sustainability องค์กรมี Leadership Pipeline รองรับ การเติบโตระยะยาว

ประกอบด้วย 2 หลักสูตร

1. Supervisory Skills สำหรับผู้บริหารส่วน
 2. The 6 Critical Practices for Leading a Team
- จำนวนชั่วโมงอบรมรวม 18 ชั่วโมง มีผู้ร่วมอบรมรวมทั้งสิ้น 37 ราย

ประโยชน์โดยรวมที่พนักงานได้รับ

- พัฒนาทักษะภาวะผู้นำ การกำกับดูแล และการบริหารทีมอย่างเป็นระบบ
- เสริมความสามารถด้านการสื่อสาร การมอบหมายงาน และการติดตามผล
- เพิ่มศักยภาพในการตัดสินใจ แก้ปัญหา และบริหารบุคลากร
- เสริมความมั่นใจในการทำหน้าที่ผู้บังคับบัญชา
- พัฒนาทักษะการสร้างทีม ความร่วมมือ และความผูกพันในองค์กร

ประโยชน์โดยรวมที่องค์กรได้รับ

- ยกระดับคุณภาพผู้นำและสายบริหารในองค์กร
- เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของทีมและหน่วยงาน
- สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์องค์กร
- สร้างมาตรฐานการบริหารงานและการสื่อสารภายใน
- เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความรับผิดชอบ ผลลัพธ์ และความร่วมมือ

4. หลักสูตรพัฒนากิจกรรมด้านดิจิทัลและเทคโนโลยี (Digital and Technology)

หลักสูตร Digital & Technology เป็นการลงทุนทุนมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรเปลี่ยนผ่านสู่ Digital-Driven Organization โดยสร้างความพร้อมใน 3 ระดับ

1. Operational Level พนักงานทำงานเร็วขึ้น ฉลาดขึ้น
2. Managerial Level ผู้บริหารเข้าใจ AI และใช้ตัดสินใจเชิงกลยุทธ์
3. Organizational Level องค์กรสามารถแข่งขันในยุคเทคโนโลยีได้อย่างยั่งยืน

มีทั้งหมด 3 หลักสูตร (5 รุ่นอบรม)

1. CANVA Tutorial - ออกแบบฟรีเซนต์เซชั่นด้วย Canva (2 รุ่น)
2. AI Familiarization for MTI's Management
3. AI Training & Workshop (2 รุ่น)

จำนวนชั่วโมงอบรม รวม 30 ชั่วโมง และมีผู้เข้าร่วมอบรม รวม 125 ราย





ประโยชน์โดยรวมที่พนักงานได้รับ

- พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำงาน
- สามารถใช้ AI และเครื่องมือดิจิทัลเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
- ลดเวลาและความซ้ำซ้อนของกระบวนการทำงาน
- เสริมความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอข้อมูลและผลงาน
- เพิ่มความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี
- ยกระดับ Digital Literacy และ Digital Mindset ของบุคลากร

ประโยชน์โดยรวมที่องค์กรได้รับ

- เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานทั้ง Front Office และ Back Office
- ลดต้นทุนการดำเนินงานจากการใช้เทคโนโลยีช่วยทำงาน
- ยกระดับคุณภาพงานนำเสนอ เอกสาร และการสื่อสารองค์กร
- สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารด้วยความเข้าใจ AI
- เสริมความสามารถแข่งขันและรองรับ Digital Transformation
- สร้างองค์กรที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีในระยะยาว

การพัฒนาทักษะหลักสูตรด้านดิจิทัล (Digital Skills)

บริษัทให้ความสำคัญกับการยกระดับทักษะด้านดิจิทัลและการใช้ข้อมูล (Digital & Data Skills) ในฐานะ “ทักษะที่สำคัญ” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เสริมความสามารถในการบริหารความเสี่ยง และสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมด้านประกันภัยให้สอดคล้องกับบริบทการแข่งขันในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ในปี 2025 บริษัทจึงมุ่งพัฒนาความพร้อมของบุคลากร โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริหารระดับผู้อำนวยการขึ้นไป ซึ่งเป็นกำลังหลักในการมอบนโยบาย และขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ให้มีทั้ง **ความรู้ความเข้าใจ (Digital Knowledge)** และ **กรอบความคิดที่เหมาะสม (Digital Mindset)** สามารถนำเทคโนโลยีและข้อมูลไปประยุกต์ใช้กับงานจริงอย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และมีควมรับผิดชอบ รวมถึงรองรับการนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น Generative AI มาใช้งานอย่างเหมาะสม ซึ่งในปีต่อไปจะมีการฝึกอบรมและให้ความรู้ด้าน Digital ให้กับพนักงานในทุกระดับต่อไป

และเพื่อให้การเรียนรู้เข้าถึงได้ง่ายและต่อเนื่อง บริษัทได้พัฒนาระบบ E-Learning ภายใต้แนวคิด Learn Anytime Anywhere ผ่าน Digital Platform ภายใต้ชื่อ “MTI LearnD” เพื่อให้พนักงานทุกระดับสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยในระบบ E-Learning จะประกอบไปด้วยหลักสูตร E-Learning ที่แบ่งตามหมวดหมู่ เช่น Power Skill ที่มีหลักสูตรที่เน้นด้าน Digital Skills และ Soft Skill หมวดหมู่ Functional Skill ที่มีหลักสูตรเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับงาน เช่น หลักสูตรด้านอัปเดตความรู้ การรับประกันภัยรถยนต์ การรับประกันภัยความเสี่ยงภัย การรับประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพ เป็นต้น

หลักสูตรด้าน Digital & Data สำหรับผู้บริหาร (ปี 2568)

1. Digital Skill

เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านดิจิทัลที่จำเป็น เพื่อให้ผู้บริหารสามารถปรับตัวและบริหารงานในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. The Impact of Gen AI on Work Productivity

สร้างความเข้าใจในโอกาสและผลกระทบของ Generative AI ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงแนวทางการใช้งานอย่างรับผิดชอบ

3. The 4 Types of Analytics

พัฒนาความสามารถด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการบริหารงานแบบ Data-Driven

4. Storytelling with Data

เสริมทักษะการสื่อสารด้วยข้อมูล เพื่อการนำเสนอที่ชัดเจน น่าเชื่อถือ และช่วยให้เกิดการตัดสินใจร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์การเรียนรู้

จากการจัดอบรมกลุ่มเป้าหมายระดับผู้อำนวยการขึ้นไป (กลุ่มผู้นำในอนาคต) หลักสูตรได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยมีอัตราการเข้าเรียนเฉลี่ย 95% สะท้อนถึงความตระหนักด้านความสำคัญของทักษะดิจิทัลต่อการทำงานและการเติบโตขององค์กร โดยเฉพาะหลักสูตร Digital Skill ที่มีอัตราการเข้าเรียนสูงถึง 95%

การพัฒนาทักษะดังกล่าวช่วยเสริมความพร้อมของผู้นำองค์กรให้สามารถ

- ประยุกต์ใช้ดิจิทัลและข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานและคุณภาพการบริการลูกค้า
- สนับสนุนการยกระดับกระบวนการทำงานด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- ใช้งานเครื่องมือดิจิทัล/AI อย่างเหมาะสมภายใต้กรอบธรรมาภิบาล ความปลอดภัยของข้อมูล และความรับผิดชอบ
- สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่คล่องตัว (Agile) เปิดรับการเปลี่ยนแปลง และเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
- ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน MTI สู่อุตสาหกรรมผ่านดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

แนวทางการติดตามและประเมินประสิทธิผลการพัฒนาบุคลากร

เพื่อให้การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะต่างๆ ของบริษัทมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน และสามารถนำไปใช้ได้จริง บริษัทฯ ได้กำหนดกระบวนการติดตามและประเมินประสิทธิผลของหลักสูตร โดยอ้างอิงกรอบการประเมินตามลำดับขั้นของการเรียนรู้และเครื่องมือประเมิน ดังนี้

1) การประเมินผลตามลำดับขั้นของการเรียนรู้

- **Reaction** วัดความพึงพอใจและมุมมองต่อหลักสูตร
- **Learning** วัดความรู้/ความเข้าใจที่ได้รับจากการอบรม
- **Behavior** วัดการนำความรู้ไปปรับใช้จริงในการทำงาน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน

- Pre-Test / Post-Test
- การสอบถาม/การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ
- การสังเกตพฤติกรรมระหว่างอบรมและการมีส่วนร่วม
- แบบประเมินผลความพึงพอใจในการอบรม (Training Evaluation)

การนำผลการพัฒนาไปใช้ประโยชน์

1) ประโยชน์ที่เกิดกับพนักงาน

- 1.1 มีทักษะที่จำเป็นต่อหน้าที่ความรับผิดชอบ
- 1.2 มีความพร้อมและโอกาสเติบโตในสายอาชีพ
- 1.3 มีศักยภาพรองรับบทบาท/ความรับผิดชอบที่สูงขึ้นในอนาคต

2) ประโยชน์ที่เกิดกับองค์กร

- 2.1 ผลงานด้านปริมาณและคุณภาพดีขึ้นจากการปรับกระบวนการทำงาน
- 2.2 เกิดผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ เช่น ลดต้นทุน ลดความผิดพลาด ลดความสูญเสีย และลดความเสี่ยงจากการดำเนินงาน
- 2.3 เสริมสร้างขวัญกำลังใจและความผูกพันต่อองค์กร
- 2.4 ลดข้อผิดพลาด/ข้อร้องเรียน/ปัญหาจากการปฏิบัติงานผ่านการยกระดับความสามารถ

ตารางการจัดเก็บชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี

รายการ	2566	2567	2568
จำนวนตามเพศ			
ชาย	11.40	14.31	15.08
หญิง	11.17	10.14	15.10
จำนวนตามประเภทพนักงาน*			
ผู้บริหารระดับสูง	3.77	3.40	14.50
ผู้บริหารระดับกลาง	14.33	17.23	20.31
ระดับปฏิบัติการ	10.41	11.44	13.23
ชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อพนักงาน	11	12	15

การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานปีละ 2 ครั้ง ในเดือนมิถุนายนและธันวาคมของทุกปี เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาความดีความชอบ และการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงาน รวมถึงการวางแผนและพัฒนาบุคลากรในรอบการดำเนินงานถัดไป โดยใช้ตัวชี้วัดการประเมิน 2 ส่วน ประกอบด้วย การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Key Performance Indicator: KPI) และการประเมินสมรรถนะ (Competency) โดยมีผลการประเมิน ดังนี้

ตารางแสดงจำนวนที่ได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน

จำนวนตามเพศ

เพศ	KPI	Competency
ชาย	557	517
หญิง	778	724

จำนวนตามระดับพนักงาน

ระดับพนักงาน	KPI	Competency
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	1	-
กรรมการผู้จัดการ	2	-
ผู้บริหารสูงสุดด้านปฏิบัติการ	1	-
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	1	-
ผู้อำนวยการเฉพาะด้าน	2	-
ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการทางเทคนิค	1	-
ผู้บริหารสายงาน	5	-
ผู้บริหารกลุ่มงาน	11	-
รักษาการผู้บริหารกลุ่มงาน	1	-
ผู้บริหารฝ่าย	58	-
ผู้อำนวยการ(เทียบเท่าผู้บริหารฝ่าย)	11	-
ผู้บริหารส่วน	135	135
ผู้เชี่ยวชาญ(เทียบเท่าผู้บริหารส่วน)	105	105
เจ้าหน้าที่	963	963
พนักงานบริการ	38	38

ผลการดำเนินงาน

- จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยของพนักงาน: 15 ชั่วโมง/คน/ปี
- สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วมอบรมหลักสูตร ESG DNA: 100% ของพนักงานทั้งหมด
- จัดอบรมให้พนักงานทุกระดับ ครอบคลุมในทุกมิติ ได้แก่ อบรมตามกฎหมายบังคับ, พัฒนาทักษะด้านการปฏิบัติงาน (Functional Skills), พัฒนาทักษะด้านการบริหารสำหรับผู้บริหาร, พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและเทคโนโลยี (Digital and Technology)

การเรียนรู้ในการพัฒนาบุคลากร

เพื่อให้การพัฒนาบุคลากรเป็นไปอย่างยั่งยืน บริษัทจึงนำผลการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดการพัฒนาศักยภาพของพนักงานผ่านโครงการพัฒนาผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินอย่างเป็นระบบ (Leadership Skill in Practice)

การบริหารความสัมพันธ์ที่ติดกับลูกค้า (Customer Relationship Management)

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators)	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
ความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่น้อยกว่า 80%	92.99 %
ข้อร้องเรียนจากลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ได้รับการแก้ไขครบถ้วน	ได้รับการแก้ไขทุกกรณี	มีข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จำนวน 2 กรณี - ได้รับการแก้ไขแล้ว 1 กรณี - อยู่ระหว่างพิจารณา 1 กรณี

ความสำคัญ

บริษัทตระหนักดีว่าความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นรากฐานสำคัญของธุรกิจประกันภัย และเป็นปัจจัยหลักที่สนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์ที่ติดกับลูกค้าในฐานะกลไกเชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสื่อสารและเสนอขาย การให้บริการและการชำระเบี้ยประกันภัย การจัดการสินไหมทดแทน ตลอดจนการรับฟังความคิดเห็นและการจัดการข้อร้องเรียน

การดำเนินงานดังกล่าวยึดหลักความเป็นธรรม ความโปร่งใส การคุ้มครองผู้บริโภค และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและความไว้วางใจอย่างต่อเนื่องตลอดอายุความสัมพันธ์กับลูกค้า

1) กรอบกำกับดูแลและนโยบาย (Governance & Policy)

บริษัทจัดให้มีกรอบการกำกับดูแลด้านการดูแลลูกค้า (Customer Governance) ที่ชัดเจน โดยกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ การติดตามคุณภาพบริการ การจัดการข้อร้องเรียน และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้การตัดสินใจด้านลูกค้าเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล และช่วยลดความเสี่ยงจากการให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน การเสนอขายที่ไม่เหมาะสม (Mis-selling) รวมถึงความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล

บริษัทกำหนด **นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct Policy)** เป็นกรอบหลักในการดำเนินงาน ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทและการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ (ฉบับล่าสุดประกาศใช้เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2567) โดยครอบคลุมสาระสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่

(1) ความโปร่งใสและความเพียงพอของข้อมูล

บริษัทมุ่งให้ลูกค้าได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เงื่อนไข ข้อยกเว้น และค่าใช้จ่ายอย่างครบถ้วน ชัดเจน และเข้าใจง่าย โดยพนักงานขายต้องอธิบายรายละเอียดอย่างตรงไปตรงมา ไม่บิดเบือน เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลเพียงพอสำหรับการตัดสินใจ

(2) ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทสนับสนุนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการ ระดับความเสี่ยง และความสามารถในการชำระเบี้ยของลูกค้า ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ (Need Analysis) อย่างเหมาะสม

(3) คุณภาพบริการและความต่อเนื่อง

บริษัทจัดให้มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย พร้อมกำหนดมาตรฐานระยะเวลาการตอบกลับและการติดตามงานที่สามารถตรวจสอบได้ รวมถึงการดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างต่อเนื่อง

(4) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงปลอดภัย

บริษัทดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และมาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างเคร่งครัด เพื่อลดความเสี่ยงจากความผิดพลาดของบุคลากรและการโจมตีทางไซเบอร์ โดยยึดถือการปฏิบัติตามนโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับลูกค้าเป็นสำคัญ

2) กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Strategy)

บริษัทขับเคลื่อนการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าภายใต้แนวคิด “Customer Trust & Experience” โดยมุ่งสร้างความเชื่อมั่นควบคู่กับประสบการณ์ที่ดีตลอดเส้นทางของลูกค้า (Customer Journey) ตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจซื้อ ระหว่างการถือกรมธรรม์ จนถึงการเรียกร้องสินไหมและการบริการหลังการขาย ผ่านการดำเนินงานใน 3 มิติหลัก ดังนี้

(ก) การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-centric Culture)

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานและช่องทางการขายให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก ผ่านการสื่อสารภายในและการฝึกอบรมที่จำเป็น เช่น จรรยาบรรณธุรกิจ การปฏิบัติตาม Market Conduct การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และความปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยพนักงานขายต้องผ่านการอบรมและทดสอบความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อนการนำเสนอ เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

(ข) การยกระดับคุณภาพบริการด้วยดิจิทัลและนวัตกรรม (Digital Service Excellence)

บริษัทพัฒนาโซลูชันด้านบริการที่ช่วยลดความซับซ้อน เพิ่มความรวดเร็ว และความแม่นยำ ผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชัน Muang Thai Friends และเว็บไซต์ MTI Connect ซึ่งเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลกรมธรรม์ แจ้งเคลม และติดตามสถานะงานบริการได้ด้วยตนเอง (Self-Service) ช่วยลดการติดต่อซ้ำซ้อนและเพิ่มความพึงพอใจ

(ค) การพัฒนา Voice of Customer และการจัดการข้อร้องเรียนเชิงระบบ (Closed-loop VOC)

บริษัทให้ความสำคัญกับความคิดเห็นและข้อร้องเรียนของลูกค้าในฐานะข้อมูลสะท้อนทั้งความเสี่ยงและโอกาสในการพัฒนา โดยมีการรวบรวมข้อมูลจากทุกช่องทางเพื่อนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุเชิงลึก (Root Cause Analysis) และกำหนดมาตรการแก้ไขเชิงระบบ เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาซ้ำ

กิจกรรมการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า



ในปี 2568 บริษัทได้จัดให้มีกิจกรรมการแสดงโฆษณาโมเดลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ตอน “สัตยาพาโล” ณ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย วันศุกร์ที่ 7 พฤศจิกายน 2568 รอบ 19.00 น.

3) ช่องทางบริการและการเข้าถึง (Customer Access & Service Channels)

เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม บริษัทจัดให้มีช่องทางบริการที่หลากหลาย ได้แก่

- **ช่องทางดิจิทัล** แอปพลิเคชัน Muang Thai Friends LineOfficial และเว็บไซต์บริษัท สำหรับการตรวจสอบกรมธรรม์ การค้นหาข้อสงสัยหรือข้อผิดพลาด การแจ้งอุบัติเหตุ การซื้อประกัน และการชำระเงินออนไลน์
- **ศูนย์บริการลูกค้า Call Center 1484** ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับการรับแจ้งอุบัติเหตุ สอบถามข้อมูล และรับเรื่องร้องเรียน โดยกำหนดมาตรฐานการรับสายที่รวดเร็ว
- **ช่องทางตัวแทน นายหน้า และพันธมิตร** บริษัทกำกับดูแลการสื่อสารและการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและสอดคล้องกันในทุกช่องทาง
- **การสื่อสารเชิงรุก** การแจ้งเตือนผ่าน SMS อีเมล และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Policy) เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดการใช้กระดาษ

4) การบริหารสินไหมและประสบการณ์ช่วงวิกฤต (Claims Experience)

บริษัทมุ่งหวังกระบวนการพิจารณาสินไหมเป็น “ช่วงเวลาแห่งความจริง (Moment of Truth)” ที่สะท้อนคุณภาพการให้บริการและความน่าเชื่อถือของบริษัทอย่างชัดเจน ลูกค้ามักอยู่ในภาวะเร่งด่วน กังวล และต้องการความมั่นใจว่าบริษัทจะดูแลอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส บริษัทจึงยกระดับการบริหารงานสินไหมให้ครอบคลุมทั้ง “ความรวดเร็ว-ความชัดเจน-ความเป็นธรรม” ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง ดังนี้

4.1 มาตรฐานการให้บริการสินไหม (Service Standard & Fairness)

- **รับแจ้งเหตุและให้คำแนะนำอย่างเป็นระบบ** ผ่านช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เช่น Call Center / ช่องทางดิจิทัล เพื่อให้ลูกค้าทราบขั้นตอน เอกสารที่ต้องใช้ และกรอบเวลาการดำเนินการที่ชัดเจน
- **คัดกรองและจัดลำดับความเร่งด่วน (Triage)** โดยเฉพาะกรณีอุบัติเหตุรุนแรง/ภัยพิบัติ/เหตุฉุกเฉิน เพื่อให้การช่วยเหลือเป็นไปอย่างทันเวลา
- **พิจารณาสินไหมบนหลักความเป็นธรรม** โดยยึดเงื่อนไขกรมธรรม์ ข้อเท็จจริง และหลักปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม เพื่อหลีกเลี่ยงความคลาดเคลื่อน การสื่อสารไม่ครบถ้วน และข้อพิพาทที่ไม่จำเป็น

4.2 ความโปร่งใสและการติดตามสถานะ (Transparency & Tracking)

เพื่อให้ลูกค้า “ติดตามได้-ตรวจสอบได้-เข้าใจได้” บริษัทมุ่งพัฒนาการสื่อสารสถานะการเคลมให้ชัดเจนและต่อเนื่อง ได้แก่

- **ระบบแจ้งเตือนสถานะการเคลม** ผ่านช่องทางดิจิทัล (เช่น แอป/เว็บไซต์/ข้อความแจ้งเตือน) เพื่อให้ลูกค้าทราบความคืบหน้าโดยไม่ต้องโทรติดตามซ้ำ
- **สื่อสารเหตุผลและรายการเอกสารที่ต้องการเพิ่มเติมอย่างชัดเจน** ลดความสับสน และช่วยให้ลูกค้าจัดเตรียมข้อมูลได้ถูกต้องตั้งแต่ต้น
- **บันทึกการติดต่อและหลักฐานการให้บริการ** เพื่อใช้ตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และยกระดับคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

4.3 ยกระดับประสบการณ์ช่วงวิกฤตและภัยพิบัติ (Disaster & Crisis Response)

ในกรณีเกิดภัยพิบัติ เช่น น้ำท่วม พายุ หรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อวงกว้าง บริษัทดำเนินการตามมาตรการดูแลลูกค้าเชิงรุก เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและช่วยให้ลูกค้าฟื้นตัวได้เร็วขึ้น ได้แก่

- **การตั้งจุดบริการรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน** หรือหน่วยบริการเฉพาะกิจในพื้นที่เสี่ยง เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการรับเรื่องและช่วยเหลือ
- **มาตรการสนับสนุนการลดความเสียหาย (Loss Mitigation)** เช่น แนวทาง/คำแนะนำการย้ายทรัพย์สิน การดูแลรถยนต์ในพื้นที่น้ำท่วม
- **บริการ “จุดจอดรถหนีน้ำ”** (ตามบริบทที่บริษัทดำเนินการ) เพื่อช่วยลดความเสียหายต่อทรัพย์สินของลูกค้าและลดภาระค่าใช้จ่ายในภาวะวิกฤต
- **สื่อสารเชิงรุกต่อเนื่อง** ผ่านช่องทางดิจิทัล/Call Center เพื่อแจ้งข้อมูลสำคัญ เช่น จุดให้บริการ เอกสารที่ใช้ ขั้นตอนเคลม และคำแนะนำในการปฏิบัติตัวช่วงเหตุการณ์

4.4 การเรียนรู้และป้องกันปัญหาซ้ำ (Claims Quality Improvement)

- **วิเคราะห์ข้อร้องเรียน/ข้อพิพาทด้านสินไหม** เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริง และนำไปปรับปรุงขั้นตอน เอกสาร แบบฟอร์ม และการสื่อสาร
- **ทบทวนแนวปฏิบัติร่วมกับลูกค้า** เช่น อยู่/ศูนย์ซ่อม/ผู้ประเมินความเสียหาย เพื่อให้มาตรฐานบริการสอดคล้องกัน ลดความคลาดเคลื่อน และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

5) การจัดการข้อร้องเรียนและการเยียวยา (Complaint Handling & Remedy)

บริษัทจัดให้มีกระบวนการบริหารข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ โดยยึดหลัก โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และคุ้มครองผู้ร้องเรียน ตามนโยบายการรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งหวังข้อร้องเรียนเป็นข้อมูลสะท้อนคุณภาพบริการ และเป็นโอกาสในการปรับปรุงกระบวนการ เพื่อลดปัญหาซ้ำ และยกระดับความเชื่อมั่นของลูกค้าในระยะยาว รวมถึงร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในการสื่อสาร ทำความเข้าใจเพื่อให้การบริการลูกค้าเป็นไปตามมาตรฐานกรอบระยะเวลาสำหรับการให้บริการ SLA และดำเนินการตามคำสั่งนายทะเบียน

5.1 ช่องทางการร้องเรียน (Access Channels)

บริษัทเปิดรับเรื่องร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกผ่านหลายช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงได้สะดวกและเป็นธรรม เช่น

- **ทางไปรษณีย์**
ฝ่ายตรวจสอบภายใน บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 252 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
- **ทางโทรศัพท์**
Call Center สายด่วน 1484 หรือ ส่วนบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน เบอร์โทรศัพท์ 022903299, 026654000, 022903333
- **ทางอีเมล**
info@muangthaiinsurance.com
- **ทางออนไลน์**
<https://www.muangthaiinsurance.com/th/contact-us>
(หัวข้อ ติดต่อเรา → สอบถามข้อมูลอื่น ๆ → ร้องเรียน/แนะนำบริการ)

5.2 ขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนแบบครบวงจร (End-to-end Process)

บริษัทกำหนดขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนให้ชัดเจน ครอบคลุมตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม ได้แก่

- **รับเรื่องและยืนยันการรับเรื่อง**
บันทึกรายละเอียดข้อร้องเรียนให้ครบถ้วน และแจ้งยืนยันการรับเรื่องแก่ผู้ร้องเรียน (กรณีเปิดเผยตน)
- **ตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเป็นกลาง**
รวบรวมข้อมูล เอกสาร และข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้อง โดยหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายดำเนินการตรวจสอบ
- **พิจารณาแนวทางการแก้ไขและการเยียวยา**
หากพบข้อผิดพลาดหรือความบกพร่อง บริษัทกำหนดมาตรการแก้ไขและเยียวยาความเสียหายอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม
- **สรุปผลและแจ้งผลการดำเนินการภายในกรอบเวลา (SLA)**
แจ้งผลให้ผู้ร้องเรียนทราบ (กรณีเปิดเผยตน) และรายงานผลต่อผู้บริหาร/คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องตามลำดับ

5.3 มาตรการคุ้มครองและการรักษาความลับ (Protection & Confidentiality)

เพื่อความมั่นใจในการใช้สิทธิร้องเรียน บริษัทให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้ร้องเรียนและให้ความร่วมมือ โดย

- สามารถไม่เปิดเผยตัวตน ได้
- ไม่เปิดเผยข้อมูลระบุตัวบุคคล และเก็บข้อมูลเป็นความลับ เปิดเผยเท่าที่จำเป็น
- มีแนวทางป้องกันการตอบโต้หรือการกระทำที่ส่งผลเสียต่อผู้ร้องเรียน

5.4 การปิดวงจรและการป้องกันปัญหาซ้ำ (Closed-loop Improvement)

- นำข้อมูลข้อร้องเรียนมาวิเคราะห์แนวโน้ม/สาเหตุ และกำหนดมาตรการป้องกันเชิงระบบ
- ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ เอกสาร/คู่มือการสื่อสาร และแนวทางการทำงานของหน่วยบริการที่เกี่ยวข้อง เพื่อลด “ข้อร้องเรียนซ้ำ” และยกระดับประสบการณ์ลูกค้า

6) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงปลอดภัย (Privacy & Cybersecurity)

บริษัทให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ในฐานะ “ความเชื่อมั่นเชิงระบบ” ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับคุณภาพการให้บริการ การทำธุรกรรม และการปฏิบัติตามกฎหมาย บริษัทจึงดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และคำประกาศเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวสำหรับลูกค้าอย่างเคร่งครัด

6.1 หลักการประมวลผลข้อมูล (Privacy Principles)

บริษัทกำหนดหลักปฏิบัติสำคัญในการจัดการข้อมูลลูกค้า ได้แก่

- เก็บรวบรวมเท่าที่จำเป็น ตามวัตถุประสงค์การให้บริการประกันภัยและการปฏิบัติตามกฎหมาย
- แยกประเภทข้อมูลทั่วไปและข้อมูลอ่อนไหว และกำหนดมาตรการคุ้มครองที่เหมาะสมตามระดับความเสี่ยง
- ดำเนินการตามฐานทางกฎหมายที่ถูกต้อง เช่น ฐานสัญญา ฐานหน้าที่ตามกฎหมาย ฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย และฐานความยินยอม (ตามกรณี)

6.2 มาตรการความปลอดภัยสารสนเทศ (Security Controls)

เพื่อป้องกันการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต ลดความเสี่ยงจากเหตุข้อมูลรั่วไหล และยกระดับความเชื่อมั่น บริษัทดำเนินการตามมาตรการด้านความปลอดภัยสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น

- การกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงตามหน้าที่ (Access Control) และการจำกัดผู้เกี่ยวข้องเท่าที่จำเป็น
- การป้องกันความเสี่ยงทางเทคนิคและกระบวนการ เช่น การเฝ้าระวังเหตุผิดปกติ การบันทึกการใช้งาน (Log) และมาตรการลดความเสี่ยงจาก Human Error
- การบริหารความเสี่ยงด้านไซเบอร์ รวมถึงแนวทางการเตรียมความพร้อมและการตอบสนองเหตุการณ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการฟื้นตัวของระบบ (Cyber Resilience)

6.3 สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล (Data Subject Rights)

บริษัทเปิดโอกาสให้ลูกค้าใช้สิทธิตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น การขอเข้าถึง ขอแก้ไข ถอนความยินยอม หรือใช้สิทธิอื่น ๆ ผ่านช่องทางที่บริษัทกำหนด รวมถึงการติดต่อเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO)

7) แผนงานต่อเนื่อง (Forward Plan) ปรับแก้ไปตามที่ดำเนินการจริง

ในระยะถัดไป บริษัทมุ่งยกระดับการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยบูรณาการข้อมูล เทคโนโลยี และการกำกับดูแลเข้าด้วยกัน ภายใต้แนวทาง Data-driven CRM เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการ ความโปร่งใส และความเชื่อมั่นของลูกค้าในระยะยาว ควบคู่กับการเสริมความแข็งแกร่งด้านการกำกับการขาย การจัดการข้อร้องเรียน และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทมีแผนพัฒนาและเชื่อมโยงข้อมูลลูกค้าจากทุกจุดสัมผัสตลอด Customer Journey เข้าสู่ระบบบริหารจัดการข้อมูลแบบศูนย์กลาง (Single Customer View) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจลูกค้าเชิงลึก สนับสนุนการให้บริการเชิงคาดการณ์และเชิงป้องกัน ลดความเสี่ยงจากปัญหาการให้บริการ และยกระดับประสบการณ์ลูกค้าให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละกลุ่ม โดยยังคงยึดหลักความเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ

ในด้าน Market Conduct บริษัทมุ่งเสริมความเข้มแข็งของการกำกับการขายให้ครอบคลุมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสื่อสาร การเสนอขาย และการให้บริการหลังการขาย โดยใช้ข้อมูลจากการร้องเรียน การเคลม และผลการตรวจสอบภายใน เพื่อปรับปรุงคุณภาพการสื่อสารและลดความเสี่ยงจากการเสนอขายที่ไม่เหมาะสม (Mis-selling)

ขณะเดียวกัน บริษัทพัฒนาการวิเคราะห์ข้อร้องเรียนเชิงลึก (Complaint Analytics) เพื่อระบุสาเหตุรากของปัญหาและนำผลการวิเคราะห์ไปปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ ลดข้อร้องเรียนซ้ำ และยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าในระยะยาว

ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ บริษัทให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความพร้อมอย่างต่อเนื่อง ผ่านการทบทวนความเสี่ยงจากภัยคุกคามใหม่ การทดสอบและซ้อมแผนรับมือเหตุการณ์ไซเบอร์ รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมความตระหนักรู้ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในทุกระดับขององค์กร เพื่อรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้าและความต่อเนื่องในการให้บริการ

ทั้งนี้ บริษัทติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอผ่านตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า อัตราการปิดข้อร้องเรียนภายใน SLA และจำนวนข้อร้องเรียนที่เกิดซ้ำ เพื่อนำผลการประเมินมาพัฒนากลยุทธ์และการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง

การส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย (Human Rights & Diversity)

1. ความสำคัญ

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักว่า “การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อบุคลากรอย่างเป็นธรรม และการส่งเสริมความหลากหลายและไม่เลือกปฏิบัติ” เป็นรากฐานของความไว้วางใจจากลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และสังคม ตลอดจนเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจของธุรกิจประกันภัยที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ ความเป็นธรรม และการคุ้มครองผู้บริโภค บริษัทจึงกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนที่สอดคล้องกับหลักสากล ได้แก่ UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs) และแนวปฏิบัติระดับประเทศที่เกี่ยวข้อง พร้อมยึดหลักปฏิญญาองค์การแรงงานระหว่างประเทศว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) เป็นฐานขั้นต่ำของมาตรฐานแรงงาน โดยเฉพาะ (1) เสรีภาพในการสมาคมและการเจรจาต่อรองร่วม (2) การขจัดแรงงานบังคับ (3) การต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก และ (4) การขจัดเลือกปฏิบัติในการจ้างงานและอาชีพ

สำหรับ เมืองไทยประกันภัยขอเขตการเคารพสิทธิมนุษยชนครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การปฏิบัติต่อพนักงานและตัวแทน/นายหน้า การให้บริการลูกค้าและการพิจารณารับประกันภัยอย่างเป็นธรรม การจัดการค่าสินไหมทดแทนอย่างสุจริตและไม่เลือกปฏิบัติ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ไปจนถึงการกำกับดูแลคู่ค้าและผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทมุ่งเน้น “การป้องกันเชิงระบบ” ควบคู่กับ “การเยียวยาที่เข้าถึงได้” เพื่อรักษาศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ลดความเสี่ยงด้านชื่อเสียง/การกำกับดูแล และเพิ่มความพร้อมด้านการเปิดเผยข้อมูลตามกรอบมาตรฐานสากลและผู้ประเมิน ESG

2. คำมั่นและกรอบนโยบาย (Policy Commitment)

บริษัทประกาศเจตนารมณ์ต่อสาธารณะในการเคารพและสนับสนุนการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยอ้างอิงมาตรฐาน หรือแนวทางด้านสิทธิมนุษยชนระดับชาติและระดับสากลที่เกี่ยวข้อง และยืนยันการยึดถือแผนปฏิบัติการระดับชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (National Action Plan on Business and Human Rights) แนวทาง UNGPs รวมถึงแนวทางเทียบเคียงที่เป็นที่ยอมรับเช่น OECD Guidelines for Multinational Enterprises ในมุมมองการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบและ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทไม่ก่อให้เกิด หรือมีส่วนสนับสนุนผลกระทบเชิงลบด้านสิทธิมนุษยชน

สาระสำคัญของนโยบายครอบคลุมประเด็นหลักที่สำคัญ (Salient Human Rights Issues) ที่สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจประกันภัย และห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่

- ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะด้วยเหตุแห่งเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว ภาษา ความพิการ สถานะอื่นใด หรืออัตลักษณ์ที่หลากหลาย
- การจ้างงานที่เป็นธรรม ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม ชั่วโมงทำงานตามกฎหมาย และสภาพการทำงานที่มีศักดิ์ศรี
- ไม่ยอมรับแรงงานเด็กและแรงงานบังคับ รวมถึงการค้ามนุษย์
- เสรีภาพในการรวมกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างเหมาะสม
- การป้องกันการคุกคาม/ล่วงละเมิด และสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHS)
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวของลูกค้ำ/พนักงาน (PDPA/Cybersecurity)

ลิงค์และ QR นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน



https://mticonnect-resources.muangthaiinsurance.com/corporate-governance-document/files_08-2025_1756263930022.pdf

บริษัทสื่อสารนโยบายและความคาดหวังด้านสิทธิมนุษยชนไปยังผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่อง ผ่านการประกาศภายในองค์กร การอบรม การสื่อสารกับคู่ค้า/ผู้ให้บริการ และการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืน/One Report และช่องทางสาธารณะของบริษัท เพื่อยืนยันความโปร่งใสและความรับผิดชอบเชิงบรรษัทภิบาล

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD)

บริษัทให้ความสำคัญกับการเคารพ คุ้มครอง และส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยได้ดำเนินการกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) และเป็นระบบ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM)

กระบวนการ HRDD ของบริษัทมีวัตถุประสงค์เพื่อ ระบุ ป้องกัน ลด บรรเทา และเยียวยา ผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจริงหรือมีแนวโน้มจะเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจประจำวัน การบริหารจัดการภายในองค์กร การจัดซื้อจัดจ้าง และความสัมพันธ์ทางธุรกิจ โดยอ้างอิงหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) และแผนปฏิบัติการระดับชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (National Action Plan: NAP)



ขั้นตอนที่ 1

การประกาศนโยบายและความมุ่งมั่นด้านสิทธิมนุษยชน (Policy Commitment)
บริษัทประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน (Human Rights Policy) อย่างเป็นทางการ โดยยึดหลักการเคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน ความเท่าเทียม และการไม่เลือกปฏิบัติ ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ได้แก่ พนักงาน ลูกค้ำ คู่ค้า คู่สัญญา และชุมชน

นโยบายดังกล่าวสอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เช่น กฎหมายแรงงาน กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และมาตรฐาน UNGPs โดยกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบแนวทางปฏิบัติ และความคาดหวังต่อพนักงานและคู่ค้าอย่างชัดเจน พร้อมสื่อสารนโยบายให้รับทราบและนำไปปฏิบัติทั่วทั้งองค์กรและห่วงโซ่คุณค่า

ขั้นตอนที่ 2

การระบุและประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Scoping & Human Rights Impact Assessment)
ในปี 2568 บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตจากการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท โดยพิจารณาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดที่อาจได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทตลอดห่วงโซ่คุณค่า

2.1 การระบุความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

หัวข้อ	รายละเอียด
สิทธิพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน สภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การคุกคามและล่วงละเมิดทุกรูปแบบ
สิทธิลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า การเก็บรักษาและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ
สิทธิคู่ค้า / คู่สัญญา	<ul style="list-style-type: none"> การจ้างงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จรรยาบรรณ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ
สิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินการขององค์กร

2.2 การประเมินความเสี่ยง

บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง โดยใช้เครื่องมือการประเมินโอกาสเกิด (Likelihood: L) คือ ความเป็นไปได้หรือโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และผลกระทบ (Impact: I) คือ บัญญัติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว มีผลกระทบต่อบริษัท โดยมีรายละเอียดดังตาราง

ตารางเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

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 และมีการเผยแพร่ข่าวเชิงลบผ่านสื่อต่างๆ
(5) สูงมาก	มีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกิดขึ้นมากกว่า 3 ครั้งต่อปี และไม่สามารถเจรจาไกล่เกลี่ยได้	มีผู้ได้รับความเสียหายมากกว่า 3 ราย โดยมีการเผยแพร่ข่าวเชิงลบผ่านสื่อต่างๆ และบริษัทถูกเรียกค่าเสียหายเป็นต้นทุน

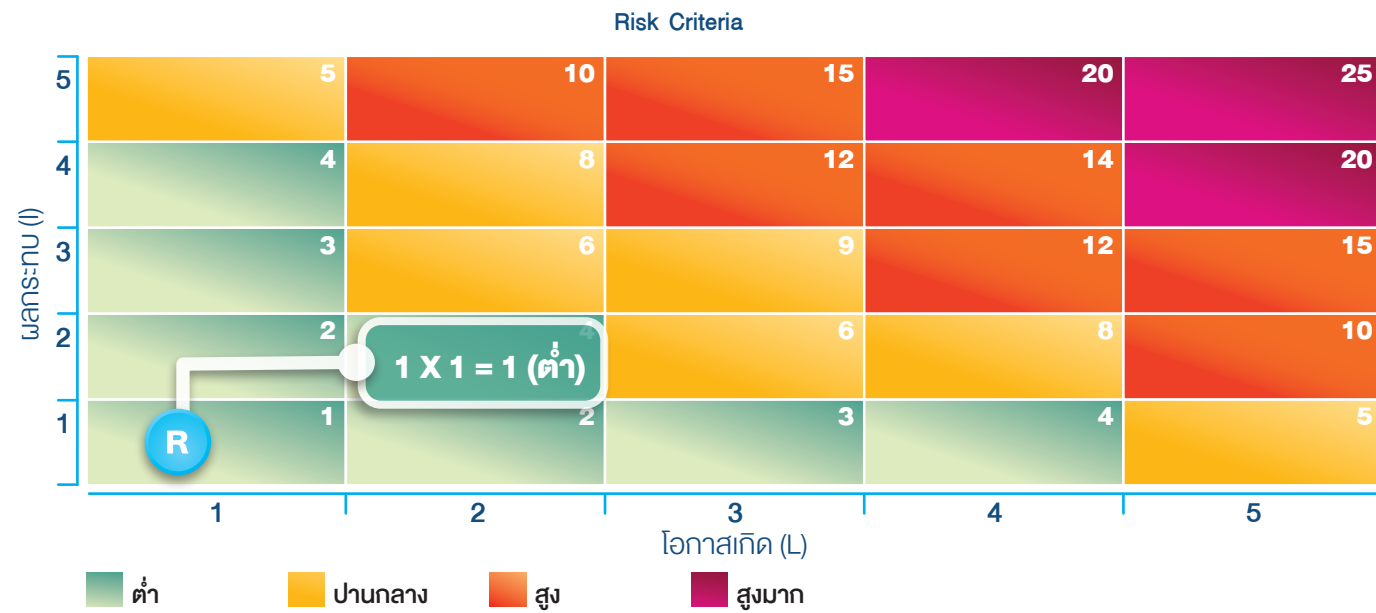
การประเมินระดับความเสี่ยงจะพิจารณาจากผลกระทบและโอกาสที่จะเกิดของแต่ละความเสี่ยง โดยนำค่าคะแนนของทั้งสองปัจจัยมาคูณกัน เพื่อคำนวณเป็นคะแนนระดับความเสี่ยง (Risk Level) ซึ่งมีช่วงคะแนนตั้งแต่ 1-25 จากนั้นจึงนำคะแนนระดับความเสี่ยงดังกล่าวมาจัดวางบนแผนภาพที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบและโอกาสในการเกิดของความเสี่ยง

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

ระดับความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 4 ระดับ

- คะแนน 20-25 : สูงมาก
- คะแนน 10-16 : สูง
- คะแนน 5-9 : ปานกลาง
- คะแนน 1-4 : ต่ำ

เมื่อได้คะแนนระดับความเสี่ยง (Risk Level) ทำให้สามารถกำหนดระดับความเสี่ยงโดยใช้ "Risk Criteria" ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงระดับความสำคัญของความเสี่ยง หากความเสี่ยงอยู่ในระดับสูงและสูงมาก จะมีความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่ต้องถูกนำมาพิจารณาบริหารความเสี่ยงต่อไป



2.3 ประเด็นความเสี่ยงและตัวชี้วัดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

สิทธิพนักงาน

- จำนวนครั้งที่พนักงานร้องเรียนต่อบริษัทจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- จำนวนครั้งของการเกิดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำงาน

สิทธิลูกค้า

- จำนวนเงินที่ถูกปรับจากการรั่วไหลของข้อมูลของลูกค้า
- จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับความปลอดภัยของลูกค้า

สิทธิคู่ค้า / คู่สัญญา

- จำนวนเงินที่ถูกปรับจากการรั่วไหลของข้อมูลของคู่ค้า
- จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับความไม่เป็นธรรม
- จำนวนเงินที่ถูกปรับจากการละเมิดและไม่ปฏิบัติตามสัญญาหรือกฎหมายที่กำหนด

สิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม

- จำนวนครั้งที่ถูกร้องเรียนจากการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
- จำนวนเงินที่ถูกปรับจากการละเมิด และไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

3. การบูรณาการดำเนินการ

เมื่อบริษัทระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และได้ผลการประเมินความเสี่ยงเรียบร้อยแล้ว บริษัทจะค้นหาแนวทาง หรือมาตรการบรรเทาหรือลดความเสี่ยงเพื่อลดโอกาสเกิดความเสี่ยงของผลกระทบ และความเสี่ยงที่เหลืออยู่ (Residual Risk) ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว จะต้องมีการจัดทำแนวทางป้องกันหรือมาตรการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ดังตัวอย่างตาราง

ตารางแนวทางป้องกันหรือมาตรการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ประเด็นความเสี่ยง	แนวทางป้องกันหรือมาตรการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
การปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรมและ เท่าเทียมกัน	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัด กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ชัดเจนและเป็นธรรม สร้างวัฒนธรรมในการทำงานร่วมกัน เคารพ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน ไม่ว่าพนักงานผู้นั้นจะอยู่ในตำแหน่งใด
สภาพแวดล้อมในสถานที่ ทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดให้นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมที่ดีในสถานที่ทำงาน ตรวจสอบสภาพสิ่งแวดล้อมในการทำงานเป็นประจำ เพื่อลดอุบัติเหตุหรือความเสียหายต่อพนักงาน
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่อง PDPA และ Cyber Security กำหนดนโยบายเรื่อง PDPA สำหรับพนักงานเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ
การคุกคามและล่วงละเมิด ทุกรูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> แต่งกายให้เหมาะสม หลีกเลี่ยงการทำงานในที่ลับตาคน / การทำงานสองต่อสอง สอดส่องดูแลและรายงานหากเกิดพฤติกรรมคุกคามหรือล่วงละเมิดทุกรูปแบบ
การดำเนินงานขององค์กรที่ส่ง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจด้วยความเคารพสิทธิมนุษยชนต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม กำหนดนโยบายหรือมาตรการในการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอย่างรู้คุณค่า และต้องไม่กระทบต่อแหล่งชุมชน
จรรยาบรรณในการดำเนินงาน ธุรกิจของคู่ค้าที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความถูกต้อง ซื่อสัตย์สุจริต และโปร่งใส ไม่ใช่แรงงานเด็ก แรงงานทาส และการค้ามนุษย์ จัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เพื่อป้องกันและลดอุบัติเหตุ ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เคารพสิทธิและความคิดเห็นของคนในชุมชนและสังคมโดยรวม

4. การติดตามและการรายงานผลการดำเนินงาน

บริษัทมีการกำหนดให้มีกระบวนการทบทวน สอบทาน และติดตามผลการดำเนินงานเกี่ยวกับประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และตามตัวชี้วัดความเสี่ยงที่กำหนดไว้ โดยกำหนดให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในการรายงานผลการดำเนินงานให้กับคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะผู้บริหาร รวมถึงรายงานคณะกรรมการบริษัท และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน และมีแนวทางป้องกันหรือมาตรการบรรเทาความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นระบบ

ในปี 2568 บริษัทดำเนินการตรวจสอบติดตามผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน และมีการสื่อสารให้ความรู้และอบรมพนักงานครอบคลุมในเรื่องสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันปัญหาที่มีความเสี่ยงต่อผลกระทบเชิงลบในการดำเนินงาน และความสัมพันธ์ทางธุรกิจของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทเปิดรับเรื่องร้องเรียนจากทุกช่องทาง ทั้งประเด็นสิทธิมนุษยชน ประเด็นการทุจริตคอร์รัปชัน และทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท เพื่อความสะดวกและช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ร้องเรียน โดยกำหนดให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนมายังบริษัทได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้

- **ทางไปรษณีย์**
ฝ่ายตรวจสอบภายใน บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 252 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
- **ทางโทรศัพท์**
Call Center สายด่วน 1484 หรือ ส่วนบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน เบอร์โทรศัพท์ 022903299, 026654000, 022903333
- **ทางอีเมล**
info@muangthaiinsurance.com
- **ทางออนไลน์**
https://www.muangthaiinsurance.com/th/contact-us
(หัวข้อ ติดต่อเรา → สอบถามข้อมูลอื่น ๆ → ร้องเรียน/แนะนำบริการ)

5. การเยียวยาผลกระทบ

บริษัทตระหนักว่ากิจกรรมทางธุรกิจอาจก่อให้เกิด หรือมีส่วนก่อให้เกิดผลกระทบต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและดำเนินการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อวางแผนและกำหนดแนวทางแก้ไขและป้องกันปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงจะลดความเสี่ยงและการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน หรือมีส่วนร่วมในการแก้ไขผ่านกระบวนการที่ชอบธรรม

โดยจัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสสำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่อาจได้รับผลกระทบ หรือการละเมิดสิทธิมนุษยชน จากกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทตามนโยบายการรับแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน (Whistleblowing Policy) ที่กำหนดไว้ รวมถึงจัดให้มีกระบวนการบรรเทาผลกระทบที่เหมาะสม และเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบที่เกิดจากหรือเกี่ยวเนื่องมาจากบริษัท

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

- พนักงานจะต้องรับโทษทางวินัยตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัท
- บุคคลภายนอก ซึ่งทำให้บริษัทได้รับความเสียหาย บริษัทจะพิจารณาดำเนินคดีตามกฎหมาย

ทั้งนี้ บริษัทมีมาตรการเยียวยาแก่ผู้ได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น การขอโทษ การฟื้นฟู และการชดเชยทั้งในตัวตนและที่ไม่ใช่ตัวตน และ/หรือ รูปแบบอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับความเสียหายที่เกิดขึ้น

ในปี 2568 บริษัทไม่มีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่คุณค่า ไม่มีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่คุณค่า และไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน

การดำเนินงานและการปลูกฝังความรับผิดชอบและสร้างความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชน

1. การอบรมด้านสิทธิมนุษยชนสำหรับพนักงาน

บริษัทจัดให้มีการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ตั้งแต่เริ่มต้นการทำงาน โดยในปี 2568พนักงานใหม่จำนวน 175 คน ได้เข้ารับการอบรม 173 คน คิดเป็นร้อยละ 98.8%ของพนักงานใหม่ทั้งหมด

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดอบรมทบทวนความรู้ด้านสิทธิมนุษยชนให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง ในหลักสูตร พื้นฐานกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน (Human rights) เข้าใจหลักการสิทธิมนุษยชนระดับพื้นฐานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทองค์กรได้ รวมถึงเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน ว่ามีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร และทำไมภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลจึงผลักดันให้ภาคธุรกิจมีการดำเนินการและเปิดเผยข้อมูลผ่านการทำ Human Rights Due Dilligence มีพนักงานเข้าร่วมการอบรมจำนวน 1,313 คน คิดเป็น 94.87% ของพนักงานทั้งหมด 1,384 คน

การสื่อสารด้านสิทธิมนุษยชนภายในองค์กร

บริษัทดำเนินการสื่อสารข้อมูลด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอผ่านช่องทางภายในองค์กร เช่น จดหมายข่าว อินทราเน็ต และสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพสิทธิมนุษยชน

การจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ

บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ เพื่อทำหน้าที่เป็นกลไกในการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และการเจรจาหรือร่วมกันระหว่างตัวแทนพนักงานและนายจ้าง โดยมุ่งพัฒนาสวัสดิการและสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน และส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างยั่งยืน

การอบรมและพัฒนากักขังด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขภาพในการทำงานของพนักงาน โดยจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะที่จำเป็น เช่น การทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยง การเตรียมความพร้อมในการรับมือเหตุฉุกเฉิน การใช้อุปกรณ์และเครื่องมืออย่างถูกต้องและเหมาะสมกับลักษณะงาน

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีบริการด้านสุขภาพและการตรวจสุขภาพประจำปี เพื่อเฝ้าระวัง ป้องกัน และส่งเสริมสุขภาพที่ดีของพนักงาน อันเป็นส่วนหนึ่งของการเคารพสิทธิในการมีสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและเหมาะสม

บทเรียนจากการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและความหลากหลาย

จากการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและความหลากหลายที่ผ่านมา บริษัทได้เรียนรู้บทเรียนสำคัญที่ช่วยสะท้อนถึงจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนา ดังนี้

ประการแรก การสร้างความตระหนักรู้เป็นรากฐานสำคัญของการเคารพสิทธิมนุษยชน แม้ว่าบริษัทจะมีนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน แต่ผลการดำเนินงานพบว่าการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนยังครอบคลุมพนักงานเพียงบางส่วน การสื่อสารและการอบรมอย่างต่อเนื่องจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้หลักสิทธิมนุษยชนถูกนำไปใช้จริงในกระบวนการทำงานประจำวัน โดยเฉพาะในสายงานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านการรับประกันภัย การพิจารณาค่าสินไหม และการให้บริการลูกค้า

ประการที่สอง บทบาทของคู่ค้าในห่วงโซ่คุณค่ามีความสำคัญต่อการบริหารความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ผลการดำเนินงานชี้ให้เห็นว่าการอบรมและสื่อสารกับคู่ค้ายังอยู่ในระยะเริ่มต้น การยกระดับความเข้าใจของคู่ค้าเกี่ยวกับมาตรฐานสิทธิมนุษยชนจะช่วยลดความเสี่ยงทางอ้อม และเสริมสร้างความสอดคล้องในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ประการที่สาม **กลไกการมีส่วนร่วมของพนักงานช่วยเสริมสร้างความเป็นธรรมในองค์กร** การจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการช่วยเปิดช่องทางให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและพัฒนาสวัสดิการ ส่งผลให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานได้ดีขึ้น และสะท้อนถึงการเคารพสิทธิแรงงานและการเจรจาอย่างเป็นธรรม

ประการสุดท้าย **ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกช่วยยกระดับมาตรฐานการดำเนินงาน** การเข้าร่วมกิจกรรมและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับหน่วยงานด้านแรงงานและความปลอดภัย ช่วยเสริมสร้างมุมมองใหม่ ๆ และสนับสนุนการพัฒนาแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวทางการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนในอนาคต

เพื่อยกระดับการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและความหลากหลายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บริษัทกำหนดแนวทางการดำเนินงานในอนาคต ดังนี้

บริษัทจะขยายการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนให้ครอบคลุมพนักงานทุกระดับ โดยมุ่งเพิ่มสัดส่วนการเข้าร่วมอบรมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสายงานที่มีผลต่อการตัดสินใจและผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง

นอกจากนี้ บริษัทมีแผนยกระดับการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการสื่อสารความคาดหวัง การอบรม และการประเมินคู่ค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันและลดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในระยะยาว

บริษัทจะพัฒนากลไกการมีส่วนร่วมและการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้คณะกรรมการสวัสดิการเป็นกลไกหลักในการสะท้อนเสียงของพนักงาน และนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาสวัสดิการและสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมและเป็นธรรม

สุดท้าย บริษัทจะเสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกและภาคีเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ยกระดับแนวปฏิบัติที่ดี และสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชนในภาคธุรกิจประกันวินาศภัยอย่างต่อเนื่อง

ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Community and Social Responsibility)

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม โดยมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความเชื่อมั่นกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด “ยิ้มได้เมื่อภัยมา” ซึ่งสะท้อนบทบาทของธุรกิจประกันภัยในการดูแล ช่วยเหลือ และยื่นเคียงข้างสังคมในยามที่ประชาชนและชุมชนเผชิญความเสี่ยงและเหตุไม่คาดคิด

บริษัทส่งเสริมให้คณะผู้บริหาร พนักงาน และเครือข่ายพันธมิตร มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน ผ่านโครงการและกิจกรรมที่ครอบคลุมมิติด้านสังคม คุณภาพชีวิต ความปลอดภัย และการพัฒนาศักยภาพของชุมชน โดยมุ่งหวังให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และสามารถต่อยอดสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชนและสังคม ผ่านการผสานบทบาทของธุรกิจประกันภัยเข้ากับการพัฒนาสังคมอย่างเป็นระบบ โดยมีแนวทางสำคัญดังนี้

1. การตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างตรงจุด

บริษัทให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติและเหตุฉุกเฉิน โดยเฉพาะอุทกภัยและภัยธรรมชาติ ผ่านการลงพื้นที่ช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น และการอำนวยความสะดวกด้านการเคลื่อนย้ายทรัพย์สิน เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและลดความสูญเสียของประชาชนในพื้นที่

2. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสาและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านโครงการ “อาสากล้าใหม่เมืองไทย” ซึ่งเป็นเครือข่ายอาสาสมัครที่ร่วมกันทำกิจกรรมพัฒนาชุมชน ช่วยเหลือกลุ่มเปราะบาง และสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ

3. การยกระดับคุณภาพชีวิตและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

บริษัทดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้พิการ เด็กและเยาวชน รวมถึงชุมชนเมือง ผ่านการสร้างโอกาสในการเข้าถึงอาชีพ การพัฒนาทักษะ และการสนับสนุนความเป็นอยู่ที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างการพึ่งพาตนเองและความเข้มแข็งของชุมชน

4. การสร้างความสัมพันธ์กับภาคีเครือข่ายในสังคม

บริษัทให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรไม่แสวงหากำไร และองค์กรด้านกีฬา เพื่อขยายขอบเขตการสร้างประโยชน์สู่สังคมในวงกว้าง โดยเฉพาะการสนับสนุนกิจกรรมกีฬาและฟุตบอลไทยในทุกระดับ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเยาวชน ส่งเสริมสุขภาพ และสร้างความสามัคคีในชุมชน

เป้าหมายและผลลัพธ์การดำเนินงาน

เป้าหมายการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
ดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชน และกิจกรรมฟื้นฟูช่วยเหลือชุมชนเพื่อลดผลกระทบจากภัยพิบัติ ไม่น้อยกว่า 10 ชุมชน	มีชุมชนกว่า 60 ชุมชน ได้รับการสนับสนุนและความช่วยเหลือผ่านกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท
สร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการจัดกิจกรรมด้านงานอาสาสมัครส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	จัดกิจกรรมด้านงานอาสาสมัครจำนวน 10 กิจกรรม โครงการ ME Share 3 กิจกรรม โครงการ อาสากล้าใหม่ 3 กิจกรรม กิจกรรมครัวมาตาม 4 กิจกรรม
มอบอุปกรณ์การแพทย์แก่หน่วยงานด้านสาธารณสุข ไม่น้อยกว่า 4 หน่วยงาน	มอบอุปกรณ์การแพทย์แก่หน่วยงานด้านสาธารณสุขจำนวน 4 หน่วยงาน รวมมูลค่ากว่า 3,224,300 บาท
มีเด็กและเยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี และได้รับประโยชน์จากโครงการไม่ต่ำกว่า 2,000 คน	เด็กและเยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและได้รับประโยชน์จากโครงการไม่ต่ำกว่า 2,501 คน

การสนับสนุนสังคม

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมาอย่างยาวนานกว่า 93 ปี โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Corporate Social Responsibility for Sustainable Development)

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ชุมชน ภาคีเครือข่าย และหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อร่วมกันสร้างสังคมที่เข้มแข็ง เอื้ออาทร และมีคุณภาพชีวิตที่ดี ภายใต้แนวคิด “ยิ้มได้ เมื่อภัยมา” ซึ่งสะท้อนบทบาทของธุรกิจประกันภัยในการดูแลและยื่นเคียงข้างสังคมในยามที่เกิดความเสี่ยงและเหตุไม่คาดคิด



กิจกรรมด้านงานอาสา

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสาและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านโครงการและกิจกรรมอาสาสมัครอย่างหลากหลาย โดยมุ่งเน้นการช่วยเหลือกลุ่มเปราะบาง เด็ก เยาวชน และผู้ด้อยโอกาสในสังคม อาทิ

- โครงการ ME Share เชิญชวนพนักงาน เมืองไทยประกันภัย ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง บริจาคสิ่งของจำเป็นให้น้องๆ สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนพิการทางสมองและปัญญา บ้านเพื่อนฟ้า อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี เป็นกิจกรรมบริจาคสิ่งของร่วมกับพนักงาน เพื่อส่งมอบสิ่งของจำเป็นและอุปกรณ์ช่วยเหลือต่างๆ ให้กับน้องๆ เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้พนักงาน ได้รู้จักการมีส่วนร่วม รู้จักแบ่งปันในสังคม
- โครงการ ME Share จัดกิจกรรมบริจาคอุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์ให้โรงเรียนบ้านคลองเจ้า อ.เกาะกูด จ.ตราด จำนวน 10 เครื่อง กิจกรรมนี้เป็นการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนโดยการนำเครื่องคอมพิวเตอร์เก่าขององค์กรที่ยังใช้งานได้ นำไปบริจาคให้แก่โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล ที่ขาดแคลนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ สำหรับการเรียนการสอน ให้นักเรียนมีโอกาสได้ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเรียนรู้ทักษะพื้นฐานด้าน IT เช่น การพิมพ์งาน การใช้โปรแกรม Word, Excel และ PowerPoint อีกทั้งคุณครูก็สามารถนำไปต่อยอดในการจัดทำสื่อการเรียนการสอนที่หลากหลายและน่าสนใจมากขึ้น ถือเป็นกรนำทรัพยากรขององค์กรมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่สูงสุด ลดการเกิดขยะอิเล็กทรอนิกส์
- โครงการ ME Share เชิญชวนพนักงานบริจาคคอมพิวเตอร์ไม่ถูกวางวัล ส่งต่อให้วัดห้วยหมู จ.ราชบุรี เพื่อให้น้องๆ ด้อยโอกาสนำไปสร้างรายได้ ลดเดือที่หลายคนมองว่า 'หมดค่า' เมื่อส่งต่อถึงวัดห้วยหมูและน้อง ๆ ผู้ด้อยโอกาส กลับถูกเปลี่ยนเป็นคุณค่าที่สร้างทั้งรายได้ ทักษะ และกำลังใจ ผ่านงานฝีมืออย่างพวงหรีด หมวก กระเป๋า พัด และดอกไม้จันทร์ ที่สะท้อนความตั้งใจและความพยายามในการเปลี่ยนสิ่งไร้มูลค่าให้กลับมามีความหมายต่อทั้งชีวิตและสังคม

- โครงการ อาสาสมัครใหม่ ร่วมกิจกรรมเมอร์ซี่สัมพันธ์ โดยสนับสนุนอาหารและน้ำดื่มให้ศูนย์เมอร์ซี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความอบอุ่น ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในชุมชน รวมถึงมอบรอยยิ้มและกำลังใจแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม การสนับสนุนครั้งนี้ สะท้อนถึงเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มุ่งเน้นการแบ่งปันและการอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณภาพ เพื่อร่วมสร้างสังคมที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

- โครงการ อาสาสมัครใหม่ ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง ส่งอาสาสมัครใหม่ เมืองไทยประกันภัย รุ่นที่ 90 ร่วมกิจกรรม "วันออกหน่วยตรวจเด็กโรคหัวใจ" ของมูลนิธิเด็กโรคหัวใจ ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ณ โรงพยาบาลศิริราช เขตบางกอก กรุงเทพมหานคร สนับสนุนอาหาร น้ำดื่ม ของเล่น แก่น้องๆ ผู้ป่วยโรคเกี่ยวกับหัวใจ รพ.ศิริราช โดยได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ อาทิ ช่วยลงทะเบียนและคัดกรองน้องๆ ไปยังจุดตรวจต่างๆ รวมทั้งเลี้ยงอาหารกลางวัน และมอบของเล่น เพื่อเป็นการมอบกำลังใจให้แก่น้องๆ



- โครงการ อาสาสมัครใหม่ ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง ส่งอาสาสมัครใหม่ ร่วมกิจกรรมสอนศิลปะป้องกันตัว โดยกลุ่มเยาวชน "รู้แล้วรอด" และสภาภาคไทย โดยสนับสนุนน้ำดื่มและเสื้อมูลนิธิมาตามแป็ง สำหรับใช้ในการจัดกิจกรรม กิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อเสริมสร้างทักษะการป้องกันตนเอง ตลอดจนส่งเสริมความมั่นใจและความปลอดภัยให้แก่เยาวชนในสังคม การสนับสนุนในครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของเมืองไทยประกันภัยและมูลนิธิมาตามแป็งในการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อพัฒนาเยาวชน และสร้างสังคมที่เข้มแข็งและปลอดภัยยิ่งขึ้น





กิจกรรมด้านกีฬา

บริษัทตระหนักถึงบทบาทของกีฬาในการพัฒนาเยาวชน เสริมสร้างสุขภาพ และความสามัคคีในสังคม จึงให้การสนับสนุนกิจกรรมด้านกีฬาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

- การสนับสนุนการแข่งขัน ฟุตบอลเยาวชน 7 คน เมืองไทย มาดามคัพ 2025/26 เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และ เปิดโอกาสให้เยาวชนมีเวทีพัฒนาฝีเท้าเพื่อต่อยอดสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพในอนาคต มีการจัดการแข่งขัน แบ่งเป็น 10 โซนทั่วประเทศ และมีทีมเข้าร่วม 153 ทีม
- การจัดกิจกรรม ฟุตบอลคลินิก ให้แก่เยาวชน ณ สนามซ้อมสโมสรการทำเรือ เอฟ.ซี. ช่วยเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้ทักษะฟุตบอลอย่างถูกวิธีจากผู้ฝึกสอนมืออาชีพ นอกจากนี้การพัฒนาทักษะการเล่นในสนามแล้ว ยังปลูกฝังเรื่องระเบียบวินัย การทำงานเป็นทีม น้ำใจนักกีฬา และการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เด็ก ๆ จะได้แรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเองทั้งด้านกีฬาและการใช้ชีวิต ซึ่งสามารถต่อยอดสู่การเป็นนักกีฬาที่มีคุณภาพหรือเยาวชนที่เติบโตขึ้นอย่างมีความรับผิดชอบในอนาคตได้



กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบต่อผ่านกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานและชุมชน อาทิ

- การจัดกิจกรรม รับผิดชอบต่อขยะอิเล็กทรอนิกส์ ส่งต่อให้ศูนย์จิวาร์กซ์โลก นำไปกำจัดอย่างถูกวิธี เป็นการช่วยให้ของเหลือใช้ที่อาจก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ได้ถูกนำไปคัดแยกและกำจัดอย่างถูกวิธีตามมาตรฐาน ป้องกันสารอันตรายไม่ให้รั่วไหลสู่ดิน น้ำ และอากาศ ขณะเดียวกันยังสามารถนำชิ้นส่วนที่มีค่า เช่น โลหะหรือวัสดุบางประเภท กลับมารีไซเคิลและใช้ประโยชน์ใหม่ได้อย่างคุ้มค่า ถือเป็นกรลดปริมาณขยะ ลดการสิ้นเปลืองทรัพยากร และช่วยดูแลโลกของเราให้ยั่งยืนต่อไป



- การร่วมกิจกรรมสนับสนุนทุนการศึกษาแก่บุตรหลานผู้ปฏิบัติงาน ศูนย์รักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง จ.อุทัยธานี เพื่อเป็นการสนับสนุนด้านการศึกษาและสร้างโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่เยาวชนในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นกำลังใจให้แก่ผู้ปฏิบัติงานที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจในการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสัตว์ป่าของประเทศ การสนับสนุนดังกล่าวถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ บริษัทฯ ในการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าร่วมให้แก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อม



กิจกรรมด้านการแพทย์และการสาธารณสุข

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพและการช่วยเหลือด้านการแพทย์แก่สังคม โดยดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภาคี อาทิ ร่วมกับมูลนิธิมาตามแม่ง และหอการค้าไทย จัดกิจกรรม รวมพลังบริจาคโลหิต เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยและต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์ ณ สภากาชาดไทย

- ร่วมกับมูลนิธิมาตามแม่ง สนับสนุนข่าวกรองครัวมาตาม พร้อมด้วยน้ำดื่มเมืองไทยประกันภัย ให้แก่เจ้าหน้าที่ และ ผู้ที่มาบริจาคโลหิต ณ สภากาชาดไทย



- ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป๊ะ มอบเครื่องช่วยหายใจ ยี่ห้อ Mindray รุ่น SV-800 มูลค่า 600,000 บาท แก่ รพ.เบตง จ.ยะลา เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการแพทย์และการสาธารณสุขในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ บรรเทาความเดือดร้อนให้กับพี่น้องคนไทยพื้นที่ห่างไกล
- ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป๊ะ มอบเครื่องผลิตออกซิเจน รุ่น Ease by Invacare ขนาด 5 ลิตร จำนวน 7 เครื่อง แก่ ศูนย์บำบัดน้ำใจแพทย์หัวใจ โรงพยาบาลสมเด็จพระปิ่นเกล้า กรมแพทย์ทหารเรือ เพื่อสนับสนุนงานดูแลผู้ป่วยและผู้สูงอายุต่อเนื่องที่บ้าน
- ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป๊ะ มอบเครื่องช่วยหายใจและเครื่องฟอกไต แก่ ร.พ.สตูล จ.สตูล และ ร.พ.สรรพสิทธิประสงค์ จ.อุบลราชธานี มูลค่ารวม 2,450,000 บาท เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการแพทย์และการสาธารณสุข และเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้กับพี่น้องคนไทย



กิจกรรมด้านการช่วยเหลือภัยพิบัติ

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง การได้ช่วยเหลือและเยียวยา ประชาชนคนไทย เมื่อยามเกิดภัย สอดคล้องกับภารกิจหลักของ “มูลนิธิมาตามแป๊ะ” ดังนั้นระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ จึงได้ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป๊ะ ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ช่วยเหลือผู้ประสบภัยในทุกวิกฤตหลากหลายพื้นที่และหลากหลายด้าน ภายใต้แนวคิด “ส่งต่อน้ำใจคนไทยไม่ทิ้งกัน” เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและฟื้นฟูชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัย ได้แก่

- ร่วมกับ มูลนิธิมาตามแป๊ะ มอบหน้ากากคาร์บอน จำนวน 3,750 ชิ้น และสนับสนุนข้าวกล่องครัวมาตาม จำนวน 450 กล่อง พร้อมด้วยน้ำดื่มเมืองไทยประกันภัย จำนวน 720 ขวด ให้แก่ โรงพยาบาลรามาริบัติ เพื่อให้บุคลากรและเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลใช้ปฏิบัติงานในช่วงฟื้นฟูหลังเหตุการณ์เพลิงไหม้
- ร่วมกับ มูลนิธิมาตามแป๊ะ มอบอาหารและของใช้จำเป็น เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยแผ่นดินไหวในประเทศเมียนมา ผ่านกระทรวงแรงงาน อาทิ เต็นท์นอน ถุงนอน ไฟฉายพร้อมถ่าน ยาสามัญประจำบ้าน และอาหารแห้ง รวมมูลค่ากว่า 100,000 บาท เพื่อแสดงถึงความมีมนุษยธรรมต่อประเทศเพื่อนบ้านที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ภัยพิบัติ ตลอดจนรวมถึงพลเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศเมียนมา
- ร่วมกับ มูลนิธิมาตามแป๊ะ ลงพื้นที่กองอำนวยการช่วยเหลือผู้ประสบภัย จากเหตุน้ำท่วม จ.พระนครศรีอยุธยา มอบเงินบริจาคจำนวน 100,000 บาท พร้อมด้วยน้ำดื่มจำนวน 1,200 ขวด และส่งมอบเสื้อยืดมูลนิธิมาตามแป๊ะ จำนวน 1,000 ตัว เพื่อช่วยเหลือเยียวยาและบรรเทาความเดือดร้อนให้กับพี่น้องที่ประสบอุทกภัย
- ร่วมกับ มูลนิธิมาตามแป๊ะ ลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยตั้งครัวมาตาม ทำข้าวกล่องแจกจ่ายประชาชน จำนวนกว่า 1,500 กล่อง น้ำดื่มกว่า 1,600 ขวด และเสื้อยืดมูลนิธิมาตามแป๊ะกว่า 2,000 ตัว มูลนิธิมาตามแป๊ะ ยังคงมุ่งมั่นทำหน้าที่บรรเทาความเดือดร้อนให้กับประชาชนทั่วประเทศไทย จากเหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ เพื่อสร้างรอยยิ้มให้ทุกคน





กิจกรรมด้านการส่งเสริมการศึกษา

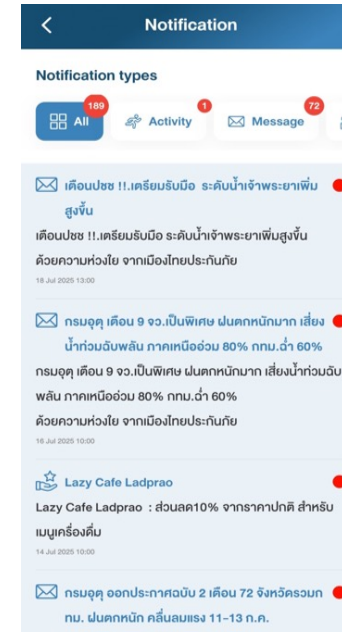
- ร่วมกับ มูลนิธิมาตามแป็ง มอบเงินสนับสนุน ทุนการศึกษา จำนวน 1,000,000 บาท ให้กับ สมาคมแม่บ้านตำรวจ เพื่อส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาให้แก่บุตรข้าราชการตำรวจ ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเยาวชน

กิจกรรมด้านโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการอื่นๆ

- ร่วมกับหอการค้าไทยจัดทำ โครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ ด้วยการส่งเสริมด้านอาชีพ ตามมาตรา 35 จำนวน 10 คน แบ่งเป็น การประกอบอาชีพเลี้ยงไก่ไข่ จังหวัดสกลนคร 5 คน , เลี้ยงหมู จังหวัดอุดรธานี 4 คน และประกอบอาชีพอิสระ รับซ่อมคอมพิวเตอร์ จังหวัดขอนแก่น 1 คน

กิจกรรมอื่นๆ

- ร่วมกับ มูลนิธิมาตามแป็ง มอบเงินสนับสนุนให้แก่ 48 ชุมชนในเขตพื้นที่คลองเตย รวมเป็นเงินจำนวน 960,000 บาท การสนับสนุนในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำเงินไปต่อยอดการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง การดูแลผู้สูงอายุและกลุ่มเปราะบาง การสร้างกิจกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน ตลอดจนการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชน โดยมูลนิธิมาตามแป็งเน้นย้ำให้แต่ละชุมชนเป็นผู้ออกแบบและกำหนดแนวทางการใช้งบประมาณด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ตรงกับความต้องการของคนในชุมชน
- ร่วมกับ มูลนิธิมาตามแป็ง มอบเงินสนับสนุนจำนวน 500,000 บาทแต่มูลนิธิราชทัณฑ์ปันสุข ทำความ ดี เพื่อชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ช่วยเหลือผู้ต้องขังให้มีโอกาสได้รับการรักษาพยาบาล และการดูแลสุขภาพอนามัย ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล
- กิจกรรมการกระจายข่าวเตือนภัยตามช่องทางต่าง ๆ ของบริษัท เช่น sms, Line OA บริษัท, website, Social media และ App MuangThaiFriend ซึ่งมีสมาชิกอยู่ 200,000 ราย



การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่ม (Inclusive Insurance)

ความสำคัญ

บริษัทตระหนักว่าการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เป็นกลไกสำคัญในการลดความเปราะบางทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย กลุ่มเปราะบาง ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ และประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งมักประสบข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการทางการเงินและการบริหารความเสี่ยง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ตอบโจทย์ความต้องการของคนทุกกลุ่ม ไม่เพียงช่วยเสริมสร้างความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เอาประกันภัย แต่ยังสนับสนุนบทบาทของธุรกิจประกันวินาศภัยในการเสริมสร้างความยืดหยุ่น (Resilience) ของระบบเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน (Targets & Performance)

บริษัทกำหนดเป้าหมายในการส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่ม เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของการคุ้มครองความเสี่ยง ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการทางการเงิน และเสริมสร้างความมั่นคงให้แก่ประชาชนและชุมชน โดยมีเป้าหมายและผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงาน
1. ขยายการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของประชาชนทุกกลุ่ม	จำนวนลูกค้ากลุ่มรายย่อย/กลุ่มเปราะบาง ที่ได้รับความคุ้มครอง 23,000 ราย	24,767 ราย
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่เข้าถึงได้	จำนวน/สัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อการเข้าถึงของคนทุกกลุ่ม 10 ผลิตภัณฑ์ (เกษตรกร คนพิการ ผู้สูงวัย เด็ก)	11 ผลิตภัณฑ์
3. เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการ	จำนวนการใช้ช่องทางดิจิทัลในการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัย 50,000 กรมธรรม์	53,064 กรมธรรม์

แนวทางการบริหารจัดการ (Management Approach)

บริษัทกำหนดแนวทางการบริหารจัดการประเด็นการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่ม โดยยึดหลักการสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงบริการทางการเงิน (Financial Inclusion) ควบคู่กับการคุ้มครองผู้บริโภคและการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมกับบริบทชีวิตและศักยภาพทางเศรษฐกิจของตน

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงได้ (Accessible Product Design)

บริษัทให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่สามารถเข้าถึงได้จริง โดยมุ่งเน้นให้มีเบี้ยประกันในระดับที่เหมาะสม เงื่อนไขไม่ซับซ้อน และครอบคลุมความเสี่ยงที่สอดคล้องกับลักษณะการดำรงชีวิตของผู้เอาประกันภัยในแต่ละกลุ่ม ทั้งประชาชนรายย่อย ผู้มีรายได้น้อย ผู้สูงอายุ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ และกลุ่มเปราะบางอื่น ๆ

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทคำนึงถึงข้อจำกัดด้านรายได้ อายุ สุขภาพ และความสามารถในการรับความเสี่ยงของผู้เอาประกันภัย เพื่อหลีกเลี่ยงการออกแบบความคุ้มครองที่เกินความจำเป็นหรือสร้างภาระทางการเงินในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทมุ่งให้ผลิตภัณฑ์ประกันภัยเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างความมั่นคงในชีวิต มากกว่าการเป็นภาระค่าใช้จ่ายของครัวเรือน

การขยายช่องทางการเข้าถึง (Distribution & Service Accessibility)

บริษัทส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยผ่านการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายและการให้บริการที่หลากหลาย โดยผลจากการใช้ช่องทางดิจิทัลควบคู่กับช่องทางตัวแทนและหน้าประกันภัย เพื่อรองรับความต้องการและความพร้อมของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม

ช่องทางดิจิทัลช่วยเพิ่มความสะดวก ลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ และลดต้นทุนในการเข้าถึงบริการ ขณะเดียวกัน บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับบทบาทของตัวแทนและพนักงานในการให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการความเข้าใจเชิงลึกหรือมีข้อจำกัดด้านการใช้เทคโนโลยี

นอกจากนี้ บริษัทพัฒนากระบวนการให้บริการและการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนให้มีความสะดวก โปร่งใส และเป็นธรรม โดยมุ่งลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น เพิ่มความรวดเร็ว และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เอาประกันภัยตลอดกระบวนการให้บริการ

การสื่อสารอย่างโปร่งใสและเข้าใจง่าย (Fair & Clear Communication)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ประกันภัยอย่างถูกต้อง ชัดเจน และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด โดยเปิดเผยเงื่อนไขความคุ้มครอง ข้อยกเว้น และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างครบถ้วน เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีข้อมูลและเหมาะสมกับความต้องการของตน

นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมการให้ความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงและการประกันภัยแก่ประชาชนและชุมชน ผ่านกิจกรรมและสื่อสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เพื่อยกระดับความตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของการประกันภัยในการลดผลกระทบจากความเสียหายที่ไม่คาดคิด

การกำกับดูแลและการคุ้มครองผู้บริโภค

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด และแนวปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้เอาประกันภัย

บริษัทมีกลไกรับข้อร้องเรียนและการเยียวยาที่เป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ พร้อมทั้งนำข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนจากลูกค้ามาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

4. การดำเนินงานที่สำคัญ (Key Initiatives)

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการสำคัญเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยของคนทุกกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งลดอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและเพิ่มความครอบคลุมของการคุ้มครองความเสี่ยงในระดับประชาชนและชุมชน

บริษัทได้พัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ประกันภัยให้ตอบโจทย์ประชาชนรายย่อยและกลุ่มเปราะบางมากยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของเบี้ยประกัน ความคุ้มครองที่จำเป็น และความเข้าใจง่ายของเงื่อนไข เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงได้จริงและสอดคล้องกับบริบทชีวิตของผู้เอาประกันภัย

นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมการใช้ช่องทางดิจิทัลในการเสนอขาย การให้บริการ และการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และลดต้นทุนในการเข้าถึงบริการ ขณะเดียวกัน ยังคงพัฒนาศักยภาพของตัวแทนและพนักงานให้สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีความรับผิดชอบต่อ

บริษัทยังดำเนินกิจกรรมให้ความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงและการประกันภัยแก่ชุมชนและประชาชนทั่วไป เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันภัยในฐานะเครื่องมือสำคัญในการลดผลกระทบจากความเสียหายทางเศรษฐกิจและสังคม

พร้อมกันนี้ บริษัทได้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อขยายการเข้าถึงการประกันภัยอย่างทั่วถึง โดยมุ่งสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเข้าถึงบริการประกันภัยของประชาชนทุกกลุ่มอย่างยั่งยืน



ประกัน PA เด็กไทยวัยซบ

ประกันอุบัติเหตุสำหรับผู้ปกครองที่กำลังมองหาความคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลจากอุบัติเหตุสำหรับลูกน้อยวัยตั้งแต่ 1 เดือน ถึง 15 ปี โดยคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล สูงสุด 50,000 บาทต่อครั้ง



ประกัน PA สายใจ

ประกันอุบัติเหตุสำหรับลูกค้าที่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด ประกอบอาชีพเกษตรกร ครู หรือ พนักงาน/ลูกจ้าง และต้องการเพิ่มหลักประกันความคุ้มครองชีวิต



ประกัน PA รุ่นใหญ่ไฟกะพริบ

ประกันอุบัติเหตุสำหรับผู้สูงอายุตั้งแต่ 45 ถึง 75 ปี ที่พักอาศัยคนเดียวหรือพักอาศัยกับลูกหลานที่ไปทำงานในช่วงตอนกลางวัน หากเกิดอุบัติเหตุและได้รับบาดเจ็บ

5. บทเรียนและแนวทางการดำเนินงานในอนาคต

จากการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทได้เรียนรู้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยให้เข้าถึงได้อย่างแท้จริง จำเป็นต้องเข้าใจบริบทความต้องการ และข้อจำกัดของลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มเปราะบาง แม้ว่าช่องทางดิจิทัลจะช่วยเพิ่มความสะดวกและลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ แต่ยังคงต้องผสมผสานกับบทบาทของตัวแทนและการสื่อสารแบบใกล้ชิดควบคู่กันไป รวมถึงการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน โปร่งใส และเป็นธรรม เพื่อลดความเสี่ยงด้านข้อร้องเรียนและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้า ขณะเดียวกัน ความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยให้การขยายการเข้าถึงประกันภัยมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ในระยะถัดไป บริษัทจะต่อยอดบทเรียนดังกล่าวด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยให้มีความยืดหยุ่นและตอบโจทย์กลุ่มเฉพาะมากขึ้น โดยใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีเป็นฐาน (Data-driven Product Design) พร้อมขยายช่องทางดิจิทัลควบคู่กับการยกระดับทักษะของตัวแทนและพนักงาน เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น บริษัทจะให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงและการประกันภัยแก่ประชาชน เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจอย่างมีข้อมูล รวมทั้งพัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ประกันภัยอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทจะส่งเสริมความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงประกันภัยอย่างทั่วถึงและยั่งยืน

มิต ธรรมาภิบาลและ เศรษฐกิจ

มิตรรรมากิบาล และเศรษฐกิจ

เป้าหมาย และผลการดำเนินงานมิตรรรมากิบาลและเศรษฐกิจ

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี ควบคู่กับการบริหารจัดการเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นรากฐานสำคัญของความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจประกันวินาศภัยซึ่งมีบทบาทในการบริหารความเสี่ยงของภาคเศรษฐกิจและสังคม การคุ้มครองทรัพย์สิน และการรองรับความไม่แน่นอนจากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และภัยพิบัติที่ทวีความรุนแรงขึ้น

การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจของบริษัทครอบคลุมตั้งแต่การพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรม เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและคุณภาพการให้บริการ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อเสริมสร้างระบบการบริหารจัดการที่ตรวจสอบได้และมีความรับผิดชอบ ตลอดจนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจ

การขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าวช่วยเสริมสร้างเสถียรภาพทางการเงิน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ลดความเสี่ยงด้านการดำเนินงานและชื่อเสียงองค์กร พร้อมทั้งสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า คู่ค้า พนักงาน นักลงทุน และสังคมโดยรวม ทั้งยังสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนผ่านการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และพร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจของบริษัทมีความเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ โดยเฉพาะ SDG 8: การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ, SDG 9: อุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน, SDG 12: การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนและ SDG 16: สันติภาพ ความยุติธรรม และสถาบันที่เข้มแข็งซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของ บริษัทในการเป็นสถาบันทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็ง โปร่งใส และมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศในระยะยาว



การพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรม (Digital Transformation & Innovation)

1. ความสำคัญ

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักว่าการพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ความยั่งยืนของธุรกิจ และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมประกันวินาศภัย ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และความเลือกรูปแบบใหม่ บริษัทจึงมุ่งขับเคลื่อนองค์กรด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และแนวคิด InsurTech (Insurance + Technology) มาประยุกต์ใช้ตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ ตั้งแต่การเสนอขาย การรับประกันภัย การบริหารกรมธรรม์ การชำระเบี้ยประกัน ไปจนถึงกระบวนการจัดการสินไหมทดแทน

การพัฒนาด้านดิจิทัลของบริษัทมีเป้าหมายเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพิ่มความรวดเร็ว โปร่งใส และความยืดหยุ่นในการให้บริการ ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคล โดยให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลและระบบอัตโนมัติในการตัดสินใจ (Data-driven & Automation) เพื่อเพิ่มความแม่นยำ ลดความผิดพลาด ลดต้นทุน และยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าและพันธมิตรอย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกัน บริษัทยังเชื่อมโยงการพัฒนาดิจิทัลกับการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบ โดยมุ่งลดการใช้ทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านแนวทาง Paperless และการทำธุรกรรมดิจิทัล สอดคล้องกับการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ในมิติ SDGs การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงาน ระบบบริการ และช่องทางการให้บริการลูกค้า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านการเงินและการบริการให้ทันสมัยและเข้าถึงได้มากขึ้น สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม และอุตสาหกรรมที่ยั่งยืนตาม SDG 9 (Industry, Innovation and Infrastructure)

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน

เป้าหมายที่ 1 ยกระดับการเข้าถึงและประสบการณ์ลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล

ผลการดำเนินงาน

บริษัทพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชัน Muang Thai Friends, e-Policy, Claim Online และบริการผ่านเว็บไซต์ ทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบกรมธรรม์ ติดตามสถานะการเคลม และเข้าถึงบริการประกันภัยได้ด้วยตนเองตลอดเวลา พร้อมเชื่อมต่อกับ Call Center 24 ชั่วโมง (1484) ภายใต้แนวคิด Omni-channel ส่งผลให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสบการณ์การใช้บริการที่ดีขึ้น

เป้าหมายที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วย Automation และ AI

ผลการดำเนินงาน

บริษัทนำเทคโนโลยี RPA และ AI มาใช้ในกระบวนการสำคัญ เช่น การรับประกันภัย การบริหารกรมธรรม์ และการจัดการสินไหม รวมถึงระบบเอกสารอัตโนมัติ การแจ้งเตือนต่ออายุกรมธรรม์ และการติดตามสินไหมล่าช้า ช่วยลดขั้นตอนการทำงาน เพิ่มความรวดเร็วและความถูกต้องของข้อมูล พร้อมรองรับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมายที่ 3 เสริมความเชื่อมั่นด้วยการกำกับดูแลข้อมูลและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

ผลการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินการบริหารความเสี่ยงด้าน Data Security, Cyber Security และ Business Continuity Management (BCM) อย่างเป็นระบบ พร้อมตรวจสอบความพร้อมของระบบเทคโนโลยีและดำเนินกิจกรรมสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงาน เช่น การอบรม Cybersecurity และการทดสอบ Phishing Test เพื่อเสริมความปลอดภัยของข้อมูลและสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการดิจิทัลขององค์กร

2. แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทกำหนดให้การพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กร โดยมีแนวทางการบริหารจัดการครอบคลุมตั้งแต่ระดับนโยบาย โครงสร้างการกำกับดูแล ไปจนถึงการนำไปปฏิบัติจริง ดังนี้

2.1 ด้านดิจิทัลและ InsurTech

บริษัทนำแนวคิด Digital Transformation และ InsurTech มาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และยกระดับประสบการณ์ลูกค้า โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำคัญ เช่น AI, Big Data Analytics, Automation/RPA และแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความแม่นยำ และความโปร่งใสในการดำเนินงาน ตลอดจนสนับสนุนการตัดสินใจด้วยข้อมูลเชิงลึก และรองรับการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

2.2 โครงสร้างการกำกับดูแลและการดำเนินงาน

บริษัทจัดให้มีโครงสร้างการทำงานที่สนับสนุนการพัฒนาดิจิทัลอย่างเป็นระบบ โดยบูรณาการบทบาทหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการกำหนดทิศทาง แผนงาน และการดำเนินโครงการด้านเทคโนโลยี พร้อมให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้การใช้เทคโนโลยีเป็นไปอย่างรับผิดชอบ โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) และการกู้คืนระบบงาน (System Recovery)

2.3 การพัฒนาบุคลากรและวัฒนธรรมนวัตกรรม

บริษัทส่งเสริม วัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture) ภายในองค์กร และสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับพัฒนาความรู้และทักษะด้านดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ผ่านการอบรม การแลกเปลี่ยนความรู้ และการมีส่วนร่วมในโครงการนวัตกรรม เพื่อให้สามารถนำเทคโนโลยีไปใช้จริงและสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่องค์กร โดยมองทักษะด้านดิจิทัลและข้อมูล (Digital & Data Skills) เป็น “สมรรถนะสำคัญ” ที่เชื่อมโยงกับประสิทธิภาพการทำงาน ประสบการณ์ลูกค้า และการบริหารความเสี่ยง

3. การดำเนินงานที่สำคัญ

3.1 การประยุกต์ใช้ InsurTech ในกระบวนการหลักตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลและแนวคิด InsurTech มาใช้ในกระบวนการหลักอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความเร็ว ความโปร่งใส และความแม่นยำในการดำเนินงาน โดยได้ประยุกต์ใช้ AI และ Big Data Analytics เพื่อสนับสนุนการประเมินความเสี่ยงและกำหนดเบี้ยประกันภัย ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลจากหลายแหล่ง ช่วยให้สามารถออกแบบและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะความเสี่ยงและความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทยังต่อยอดความร่วมมือกับพันธมิตรด้านเทคโนโลยี โดยนำ AI มาใช้ในการตรวจสอบสภาพรถก่อนทำประกันแบบ Self-service ช่วยลดขั้นตอน เพิ่มความเร็ว และยกระดับประสบการณ์ลูกค้าตั้งแต่ช่วงก่อนการขาย สะท้อนการเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในกระบวนการพิจารณารับประกัน

ในด้านการทำงานภายใน บริษัทนำ Automation/RPA และแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการรับประกันภัยและสินไหม เพื่อลดงานซ้ำซ้อน ลดระยะเวลา ลดข้อผิดพลาด และเพิ่มความสามารถในการรองรับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น โดยมีการพัฒนากระบวนการสำคัญ เช่น

- ระบบแจ้งเตือนต่ออายุกรมธรรม์อัตโนมัติ
- ระบบสร้างเอกสารอัตโนมัติสำหรับการต่ออายุ/การอนุมัติกรมธรรม์
- ระบบตรวจสอบและติดตามสินไหมที่ล่าช้าเพื่อเร่งรัดการปิดงาน
- การตรวจสอบเซิร์ฟเวอร์เพื่อความปลอดภัยของระบบบริการ

3.2 การยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและการเข้าถึงบริการประกันภัย (Customer-facing Digital)

บริษัทมุ่งพัฒนาแพลตฟอร์มและบริการดิจิทัลเพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้า เพิ่มการเข้าถึงบริการประกันภัย และเสริมสร้างความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement) โดยพัฒนาแอปพลิเคชัน “Muang Thai Friends” เป็นช่องทางหลักในการให้บริการแบบ Digital & Self-service ภายในแอปเดียว ลูกค้าสามารถตรวจสอบข้อมูลกรมธรรม์และความคุ้มครอง ค้นหาเครือข่ายผู้โรงพยาบาล เลือกซื้อประกันออนไลน์บางประเภท รับสิทธิประโยชน์ และติดตามข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

บริษัทผลักดันการใช้ e-Policy และการจัดส่งข้อมูลกรมธรรม์ผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสะดวก ลดความเสี่ยง การสูญหายของเอกสาร และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแบบไร้กระดาษ (Paperless) ขณะเดียวกัน ยังพัฒนาช่องทาง Claim Online และข้อมูลบริการสินไหมบนเว็บไซต์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถแจ้งเคลม ติดตามสถานะ และค้นหาเครือข่ายบริการได้อย่างโปร่งใส

นอกจากนี้ การให้บริการผ่าน Call Center/ศูนย์รับแจ้งเหตุ 24 ชั่วโมง (1484) ที่เชื่อมโยงกับระบบบริการของบริษัท ทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมต่อสำคัญของการให้บริการแบบ Omni-channel ช่วยให้ลูกค้าได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่องในทุกสถานการณ์ รวมถึงสนับสนุนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยืดหยุ่นและตอบโจทย์เฉพาะบุคคล เช่น แนวคิดประกันภัยตามการใช้งานจริง (Usage-based Insurance) และช่วยขยายการเข้าถึงบริการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย รวมถึงผู้ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลหรือมีข้อจำกัดด้านเวลา และการเดินทาง

3.3 การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการเชื่อมต่อกับพันธมิตร

เพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว บริษัทได้ยกระดับระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มโครงการศึกษาการพัฒนา ระบบ Customer Data Management และปรับปรุงระบบ API Integration เพื่อเชื่อมต่อระบบงานกับพันธมิตรทางธุรกิจ ทำให้การให้บริการก่อนและหลังการขายรวดเร็วขึ้น และเกิดการทำงานแบบ One-Stop Service ตั้งแต่ตรวจสอบอัตราเบี้ย เปรียบเทียบราคา แจ้งส่งงาน ไปจนถึงรับเอกสารอิเล็กทรอนิกส์

ในมิติการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล บริษัทยังได้พัฒนาระบบสำคัญ เช่น E-Commerce, E-Policy, E-Claim และ E-Service เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการขายและบริการสำหรับลูกค้า ตัวแทน นายหน้า และพันธมิตร พร้อมทั้งใช้แนวทางการตลาดที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การพัฒนาเว็บไซต์ใหม่และโซเชียลแพลตฟอร์ม เพื่อให้ใช้งานง่ายและยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้

สำหรับช่องทางคู่ค้า บริษัทดำเนินการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและการฝึกอบรมแก่ตัวแทน รวมถึงการพัฒนาและให้บริการ API สำหรับนายหน้านิติบุคคล เพื่อเชื่อมต่อระบบการขายและบริการหลังการขาย ช่วยเพิ่มความเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า

3.4 การใช้ข้อมูลและ AI ขับเคลื่อนการตัดสินใจ (Data-driven Organization)

ในปี 2568 บริษัทได้นำ AI มาช่วยกระบวนการรับประกันภัยรถยนต์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินความเสี่ยง ช่วยให้การตัดสินใจรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น ควบคู่กับการพัฒนาระบบจัดการข้อมูลเพื่อรวบรวม Feedback จากลูกค้า ได้รวดเร็ว ทำให้สามารถปรับปรุงบริการและผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการของตลาด และสนับสนุนการตัดสินใจบนฐานข้อมูล (Data-driven Decision Making)

3.5 การบริหารความเสี่ยงเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัย

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและภัยคุกคามทางไซเบอร์ จึงกำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมทำหน้าที่ติดตาม วิเคราะห์ และประเมินปัจจัยเสี่ยง รวมถึงจัดทำแผนรองรับที่ชัดเจนด้าน BCM/System Recovery, Data Security, Cyber Security และ IT Project Management

บริษัทให้ความสำคัญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี โดยเฉพาะการนำ AI มาใช้ จึงมีการศึกษาเพื่อกำหนดกรอบการกำกับดูแล มาตรฐาน และแนวทางการใช้งานที่เหมาะสม เพื่อให้การใช้เทคโนโลยีมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งดำเนินการสร้างความตระหนักรู้ด้านไซเบอร์ให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งการอบรมและการทดสอบ Phishing Test เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

3.6 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านดิจิทัล

ตลอดปี 2568 บริษัทสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ครอบคลุมทั้ง Upskill/Reskill ผ่านรูปแบบการเรียนรู้หลากหลาย เช่น Classroom, Workshop, Online Training และ E-learning โดยพนักงานสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านแพลตฟอร์ม “MTI Learn D” เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง

บริษัทจัด Orientation Program สำหรับพนักงานใหม่ ครอบคลุมการใช้งานระบบต่าง ๆ นโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง (เช่น AML/CFT) นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน จริยธรรม และ Core Value เพื่อให้พนักงานปรับตัวกับการทำงานในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดอบรมและ Workshop หลักสูตร AI Familiarization for MTI's Management เพื่อให้ผู้บริหารมีความรู้ด้านดิจิทัลและกรอบความคิดที่เหมาะสม (Digital Knowledge & Digital Mindset) สามารถผลักดันการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลอย่างมีธรรมาภิบาล ปลอดภัย และมีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงเตรียมความพร้อมต่อการนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น Generative AI มาใช้ในอนาคต

4. ผลการดำเนินงาน

การพัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรมก่อให้เกิดคุณค่าเชิงบูรณาการต่อผู้มีส่วนได้เสียในหลายมิติ ดังนี้

4.1 ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจและลูกค้า

การประยุกต์ใช้ดิจิทัลและ InsurTech ช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลและบริการได้สะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส ตั้งแต่การค้นหาข้อมูล เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงการเคลม ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความผูกพัน (Customer Trust & Engagement) ขณะเดียวกัน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกช่วยให้การออกแบบผลิตภัณฑ์และการกำหนดเบี้ยเป็นธรรม สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงและความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

4.2 ผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานและการบริหารความเสี่ยง

การใช้ AI, Automation/RPA และระบบดิจิทัลช่วยลดงานซ้ำซ้อน ลดระยะเวลา ลดข้อผิดพลาด และเพิ่มความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ ทำให้กระบวนการรับประกันภัย บริหารกรมธรรม์ และสินไหมมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งสนับสนุนการควบคุมความเสี่ยงและการทุจริต ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจจับพฤติกรรมผิดปกติอย่างเป็นระบบ

4.3 ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม

การขยายการใช้ e-Policy ธุรกรรมออนไลน์ และช่องทางดิจิทัลช่วยลดการใช้กระดาษ ลดการจัดส่งเอกสาร และลดการเดินทางที่ไม่จำเป็น ส่งผลให้ใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพขึ้น และสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

4.4 ผลลัพธ์ด้านสังคมและการเข้าถึงบริการ

ช่องทางดิจิทัลช่วยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการประกันภัยของประชาชน โดยเฉพาะผู้ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา การเดินทาง หรืออยู่ในพื้นที่ห่างไกล ช่วยลดความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงข้อมูลและบริการ สนับสนุนความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการคุ้มครองความเสี่ยงของสังคมในระยะยาว

จำนวนลูกค้าที่ใช้ช่องทางดิจิทัล (แอป/เว็บไซต์) ในการตรวจสอบกรมธรรม์ ซ้ำประกัน และติดตามสถานะ

ทางเว็บไซต์

ปี	จำนวนรายการ (รายการ)	% ความเปลี่ยนแปลง (%±)	หมายเหตุ
2566	1,898,414	-	เว็บไซต์เก่า
2567	2,971,014	56%	เว็บไซต์ใหม่+เก่า มีการยิงโฆษณาจาก Anymind
2568	2,282,949	-23%	ลดการยิงโฆษณา

ยอดการติดตั้งแอปพลิเคชัน

ปี	จำนวนรายการ (รายการ)	% ความเปลี่ยนแปลง (%±)	หมายเหตุ
2566	44,649	-	
2567	48,386	+8.37%	
2568	77,535	+60.24%	

สัดส่วนการใช้ e-Policy และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการใช้กระดาษในกระบวนการดำเนินงาน

ปี	จำนวนกรมธรรม์ทั้งหมด	จำนวน e-Policy	สัดส่วน e-Policy (%)	การใช้กระดาษที่ลดลง (แผ่น)
2566	2,609,041	466,099	17.86%	4,660,990
2567	2,728,565	392,580	14.39%	3,925,800
2568	3,088,588	319,771	10.35%	3,197,710

หมายเหตุ : กรมธรรม์ 1 ฉบับ จะใช้กระดาษโดยประมาณ 10 แผ่น

5. แนวทางและแผนงานในอนาคต (Future Direction & Forward Plan)

เพื่อยกระดับผลลัพธ์จากการพัฒนาดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง บริษัทมุ่งเสริมสร้างความพร้อมทั้งด้านเทคโนโลยี บุคลากร และการกำกับดูแล โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลและการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลลูกค้าจากทุกจุดสัมผัสสู่มุมมองข้อมูลแบบองค์รวม (Single Customer View) และยกระดับคุณภาพและธรรมาภิบาลข้อมูล รองรับการใช้วิเคราะห์เชิงลึกและการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ควบคู่กับการขยายการใช้ AI และระบบอัตโนมัติในกระบวนการสำคัญ เช่น การวิเคราะห์ความเสี่ยง การตรวจจับการทุจริต การพิจารณารับประกันภัย และการจัดการสินไหม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความแม่นยำ และความโปร่งใสในการดำเนินงาน

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ภายใต้แนวทางการให้บริการแบบ Omni-channel พร้อมทั้งขยายการใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์และ e-Policy อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการใช้กระดาษและสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยบูรณาการแนวคิด Cybersecurity และ PDPA by Design ในการพัฒนาระบบดิจิทัลทุกโครงการ ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมและการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานสามารถนำเทคโนโลยีและข้อมูลมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน และร่วมขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและไซเบอร์ (Data Protection & Cybersecurity)

1. ความสำคัญ

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เนื่องจากเป็นรากฐานของความเชื่อมั่นในธุรกิจประกันวินาศภัย ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลผู้เอาประกันภัย ข้อมูลการรับประกันภัย การจัดการสินไหมทดแทน และข้อมูลทางการเงินขององค์กร การบริหารจัดการด้าน Data Protection & Cybersecurity ที่เข้มแข็งจึงช่วยลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย ความเสียหายทางการเงิน และผลกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร ขณะเดียวกันยังสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียว่าข้อมูลส่วนบุคคลและระบบบริการของบริษัทได้รับการคุ้มครองอย่างเหมาะสม

บริษัทมุ่งมั่นปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล โดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) รวมถึงมาตรฐานสากลด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส และธรรมาภิบาลขององค์กร ทั้งนี้ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การบริหารความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และการป้องกันการละเมิดข้อมูล ยังสนับสนุนการเสริมสร้างองค์กรที่เข้มแข็งและน่าเชื่อถือ ตาม เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDG 16

2. เป้าหมายการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดเป้าหมายด้านการคุ้มครองข้อมูลและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์เพื่อคงไว้ซึ่งความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียและความต่อเนื่องทางธุรกิจ ดังนี้

- ไม่เกิดเหตุการณ์การรั่วไหล การขโมย หรือการสูญหายของข้อมูล ที่บริษัทจัดเก็บและประมวลผล
- ไม่เกิดกรณีร้องทุกข์ จากผู้มีส่วนได้เสีย และ/หรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดข้อมูลหรือความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

ผลการดำเนินงาน

- ไม่พบเหตุการณ์การรั่วไหล การขโมย หรือการสูญหายของข้อมูล (0 กรณี)
- ไม่พบกรณีร้องทุกข์จากผู้มีส่วนได้เสีย และ/หรือหน่วยงานกำกับดูแล (0 กรณี)

3. แนวทางการบริหารจัดการ

3.1 การกำกับดูแลและการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร

บริษัทกำหนดให้ประเด็นด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นหนึ่งใน ความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญระดับองค์กร (Enterprise Risk) โดยบูรณาการเข้ากับระบบบริหารความเสี่ยงองค์กร มีการติดตาม รายงานผล และทบทวนมาตรการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันและลดผลกระทบจากเหตุการณ์ไซเบอร์ที่อาจกระทบต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ ความเชื่อมั่นของผู้เอาประกันภัย และเสถียรภาพของระบบประกันภัยโดยรวม

ในระดับกำกับดูแล คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างเหมาะสมและปลอดภัย พร้อมกำกับดูแลให้การพัฒนาธุรกิจของ บริษัท เช่น E-Commerce, E-Policy, E-Claim และ E-Service เป็นไปอย่างมั่นคงและสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งกฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย และกฎหมาย/อนุบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการออกและเสนอขายกรมธรรม์ประกันภัย รวมถึงการชดเชยค่าสินไหมทดแทนผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

3.2 โครงสร้างหน่วยงานและบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทจัดให้มีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจนเพื่อรองรับ Data Protection & Cybersecurity ครอบคลุมทั้งด้านความพร้อมใช้งานของระบบ การเฝ้าระวังภัยคุกคาม และการกำกับดูแลข้อมูลอย่างมีธรรมาภิบาล โดยมีหน่วยงานสำคัญ ได้แก่

- Information Management ดูแลความพร้อมใช้งานของระบบ (Hardware/Software) ความปลอดภัยของศูนย์ข้อมูล และร่วมซักซ้อมแผนฉุกเฉินระบบลุ่มเป็นประจำทุกปี
- Security Operation ทำหน้าที่เทียบเท่า SOC เฝ้าระวังภัยคุกคาม ตรวจสอบการเข้าถึงระบบ ตอบสนองเหตุผิดปกติ จัดทำ Incident Report และดำเนินการ Vulnerability Assessment พร้อมเร่งปิดช่องโหว่สำคัญ
- หน่วยงานสารสนเทศ กำหนดนโยบาย/มาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัย ดูแลข้อมูลตามหลัก CIA (Confidentiality, Integrity, Availability) กำกับคัดเลือกเทคโนโลยีให้สอดคล้อง PDPA และอ้างอิงกรอบมาตรฐาน เช่น NIST-CSF และ CIS Controls รวมถึงทำงานร่วมกับ DPO
- หน่วยงานบริหารความเสี่ยง บรรลุความเสี่ยงไซเบอร์ไว้ในทะเบียนความเสี่ยง และร่วมทดสอบแผน BCP
- หน่วยงานตรวจสอบภายใน ตรวจสอบการควบคุมการเข้าถึงระบบ ความครบถ้วน/ถูกต้องของข้อมูล และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

3.3 ระบบและมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศอย่างเป็นระบบ โดยใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ และมาตรการควบคุมเพื่อเฝ้าระวังและติดตามเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านแนวทางการทำงานแบบ SOC รวมถึงการติดตั้งเทคโนโลยีด้านความปลอดภัย เช่น Firewall และ Web Application Firewall (WAF) การกำหนดมาตรฐานการตั้งค่าความมั่นคงปลอดภัยขั้นต่ำ (Security Baseline) การควบคุมสิทธิการเข้าถึง การบริหาร Patch และการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) เพื่อให้ระบบมีความมั่นคงปลอดภัยและสอดคล้องกับข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล

3.4 การบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์

บริษัทบริหารความเสี่ยงโดยยึดหลัก CIA (Confidentiality, Integrity and Availability) และแนวทางมาตรฐานสากลของ NIST สถาบันมาตรฐานและเทคโนโลยีแห่งชาติ (National Institute of Standards and Technology) พร้อมติดตามความเสี่ยงผ่าน Key Risk Indicators (KRIs) ครอบคลุมความเสี่ยงจาก Cyber Attack และความเสี่ยงจากการละเมิด/รั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีการรายงานผลต่อคณะกรรมการอำนวยการด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศเป็นประจำทุกเดือน และต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกไตรมาส

3.5 นโยบาย การจัดชั้นความลับของข้อมูล และความพร้อมรับมือเหตุการณ์

บริษัทมีการจัดทำและทบทวนนโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงไซเบอร์อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงกำหนด การจัดชั้นความลับของข้อมูล (Data Classification) 4 ระดับ ได้แก่ ข้อมูลสาธารณะ / ข้อมูลใช้ภายใน / ข้อมูลลับ / ข้อมูลลับมาก เพื่อกำหนดมาตรการป้องกันและการเข้าถึงตามระดับความเสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทยังประเมินความพร้อมรับมือผ่าน Cyber Resilience Assessment Framework (CRAF) จัดทำ Incident Response Plan และแผนรับมือกรณี Data Breach พร้อมทบทวนและซักซ้อมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเสริมความสามารถในการฟื้นตัวของระบบ (Cyber Resilience)

4. การดำเนินงานและโครงการสำคัญ

ในปี 2568 บริษัทดำเนินโครงการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

- การดำเนินการขอรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2022 เพื่อยกระดับระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและไซเบอร์ตามมาตรฐานสากล
- การจัดตั้ง ISMS Steering Committee และ ISMS Core Team เพื่อกำกับดูแล ติดตาม และสนับสนุนการดำเนินงานด้าน ISMS ในทุกหน่วยงาน
- การตรวจสอบช่องโหว่และทดสอบการเจาะระบบ Vulnerability Assessment & Penetration Test เป็นประจำทุกไตรมาส
- การซ้อมรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Drill) และการทดสอบแผน BCP เป็นประจำทุกปี
- การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของ NCSA และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

5. การสร้างความตระหนักรู้และวัฒนธรรมความปลอดภัยไซเบอร์

บริษัทเชื่อว่าความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์เป็นความรับผิดชอบร่วมกันของทุกคน จึงเสริมสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกซ้อมรับมือเหตุการณ์ไซเบอร์ การสื่อสารให้ความรู้ผ่านสื่อภายใน (Infographic วิดีโอ และเนื้อหาความรู้) รวมถึงการอบรมและทดสอบความตระหนักรู้ด้านไซเบอร์ เช่น Cyber Awareness & Phishing Test ตลอดจนการอบรม Cyber Security Awareness 2025 เพื่อให้พนักงานเข้าใจบทบาทและความรับผิดชอบ ลดความเสี่ยงจากความผิดพลาดในการใช้งานระบบ และเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศให้เข้มแข็งทั่วทั้งองค์กร

6. ผลการดำเนินงาน

การบริหารจัดการด้าน Data Protection & Cybersecurity ช่วยลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย การเงิน และชื่อเสียงองค์กร พร้อมยกระดับความเชื่อมั่นของลูกค้าและคู่ค้าในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนสนับสนุนความต่อเนื่องในการให้บริการผ่านระบบดิจิทัลของบริษัทอย่างมั่นคงและปลอดภัย การมีกรอบกำกับดูแล ระบบเฝ้าระวัง และการซ่อมแผนรับมือเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ ช่วยให้บริษัทสามารถป้องกัน ตรวจสอบ และตอบสนองต่อภัยคุกคามได้อย่างทันที่

โดยในปี 2568 บริษัทไม่พบเหตุการณ์ข้อมูลรั่วไหลหรือการร้องทุกข์ที่เกี่ยวข้อง (0 กรณี) สะท้อนถึงประสิทธิภาพของมาตรการควบคุมและการกำกับดูแลด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศขององค์กร

7. แนวทางการดำเนินงานในอนาคต

บริษัทมุ่งยกระดับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและ AI โดยจะพัฒนาและทบทวนกรอบการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ให้สอดคล้องกับทิศทางของสำนักงาน คปภ. และมาตรฐานสากล พร้อมนำผลการประเมินความเสี่ยงและผลการตรวจสอบระบบมาใช้เป็นเครื่องมือเตือนภัยล่วงหน้าเพื่อเสริมความพร้อมในการป้องกันและรับมือเหตุการณ์ไซเบอร์ ควบคู่กับการยกระดับ Data Governance และการคุ้มครองข้อมูลตลอดวงจรชีวิตข้อมูล รวมทั้งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและ AI อย่างมีความรับผิดชอบ ภายใต้หลักความโปร่งใส ความเป็นธรรม และการมีมนุษยธรรมในการตัดสินใจในกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง ตลอดจนเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรและวัฒนธรรมความปลอดภัยไซเบอร์ พร้อมลงทุนในระบบและเทคโนโลยีด้านความมั่นคงปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เอาประกันภัยและผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Corporate Governance & Anti-Corruption)

1. ความสำคัญ

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ตระหนักว่า “ธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และจรรยาบรรณทางธุรกิจ” เป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัยอย่างยั่งยืน เนื่องจากธุรกิจประกันภัยพึ่งพาความเชื่อมั่นจากผู้เอาประกันภัย ผู้ถือหุ้น นักลงทุน คู่ค้า ตัวแทนนายหน้า หน่วยงานกำกับดูแล และสังคมโดยรวม บริษัทจึงมุ่งดำเนินงานภายใต้หลักความซื่อสัตย์สุจริต ความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้เอาประกันภัย การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ให้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง และกระบวนการดำเนินงานในทุกระดับขององค์กร

เป้าหมายการดำเนินงาน

- ไม่มีกรณีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ไม่มีจำนวนกรณีการเกิดทุจริตคอร์รัปชันในองค์กร
- การสื่อสารให้ความรู้และลงนามรับทราบนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันแก่บุคลากรและบุคลากรเข้าใหม่ร้อยละ 100

ผลการดำเนินงาน

- จำนวนกรณีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ปี 2568 เท่ากับ 0 กรณี
- จำนวนกรณีทุจริตคอร์รัปชัน ปี 2568 เท่ากับ 0 กรณี
- บุคลากรและบุคลากรเข้าใหม่ร้อยละ 100 ลงนามรับทราบ และได้รับการสื่อสารให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

2. กรอบนโยบายและมาตรฐานอ้างอิง

บริษัทกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นลายลักษณ์อักษร และทบทวนการปฏิบัติตามนโยบายเป็นประจำทุกปี โดยอ้างอิงแนวทางสำคัญ ได้แก่ หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (CG Code) ของสำนักงาน ก.ล.ต., แนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการของ Thai IOD, ประกาศการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทประกันวินาศภัย พ.ศ. 2562 ของ คปภ. และหลักเกณฑ์ประเมิน New CGR ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีการพัฒนา/ปรับปรุงให้รองรับประเด็น ESG เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทเผยแพร่กรอบนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องบนเว็บไซต์บริษัทภายใต้หมวดนักลงทุนสัมพันธ์ รวมถึงสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบผ่านช่องทางภายใน เพื่อปลูกฝังธรรมาภิบาลให้เป็น “วัฒนธรรมองค์กร”

3. โครงสร้างและบทบาทการกำกับดูแล

คณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานให้มีความมั่นคงในระยะยาว โดยกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ นโยบาย แผนธุรกิจ เป้าหมายทางการเงิน และงบประมาณ ตลอดจนติดตามประเมินผลและทบทวนการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ระหว่างคณะกรรมการบริษัท ประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ และฝ่ายบริหารอย่างชัดเจน และเปิดเผยบทบาทหน้าที่ดังกล่าวในแบบ 56-1 One Report และเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อสนับสนุนการถ่วงดุลอำนาจและความโปร่งใส

ด้านองค์ประกอบคณะกรรมการ บริษัทมีคณะกรรมการจำนวน 18 ท่าน มีการกำหนดสัดส่วนกรรมการผู้บริหารไม่เกิน 1 ใน 3 เพื่อความเหมาะสมในการถ่วงดุล พร้อมเปิดเผยข้อมูลคณะกรรมการในรายงานประจำปีและเว็บไซต์ นอกจากนี้ บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการพิจารณาการร้องเรียนก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัท รวมถึงจัดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างอิสระ (กรรมการอิสระอย่างน้อย 3 ท่าน) และมีการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยเป็นประจำทุกปี

4. ภาพรวมนโยบายกำกับดูแลกิจการ 8 หลักปฏิบัติ

บริษัทตระหนักว่า ธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และจรรยาบรรณทางธุรกิจ เป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัยอย่างยั่งยืน เนื่องจากธุรกิจประกันภัยพึ่งพาความเชื่อมั่นของผู้เอาประกันภัย คู่ค้า ตัวแทนนายหน้า ผู้ถือหุ้น หน่วยงานกำกับดูแล และสังคมโดยรวมเป็นสำคัญ

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทเติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการสร้างผลประกอบการที่ดีในระยะยาว ภายใต้หลัก ความซื่อสัตย์สุจริต ความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้เอาประกันภัย และความโปร่งใส พร้อมบูรณาการประเด็นด้านการต่อต้านทุจริต การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง และกระบวนการดำเนินงานในทุกระดับขององค์กร จึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งยึดถือการปฏิบัติตามกฎหมายเป็นขั้นพื้นฐาน และพัฒนาให้มีความโปร่งใส น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับ ตามแนวทาง การดำเนินธุรกิจที่ยืดหยุ่น ด้วยธรรมาภิบาลและการเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยครอบคลุมหลักปฏิบัติ 8 ประการ ดังนี้



- 1. ตระหนักถึงบทบาทผู้นำ** กำหนดบทบาทผู้นำที่ยึดหลักธรรมาภิบาล เป็นแบบอย่างด้านจริยธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต
- 2. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย** กำหนดทิศทางองค์กรอย่างชัดเจน เชื่อมโยงกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง และความยั่งยืน
- 3. เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ** ส่งเสริมโครงสร้างคณะกรรมการที่เข้มแข็ง ตรวจสอบถ่วงดุล และกำกับติดตามได้จริง
- 4. สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูง** พัฒนาผู้นำและผู้บริหารให้มีความพร้อมด้านความสามารถ ความรับผิดชอบ และจริยธรรม
- 5. ส่งเสริมวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ** พัฒนานวัตกรรม/ดิจิทัลโดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความเป็นธรรม และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- 6. ดูแลระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง** วางระบบควบคุมและบริหารความเสี่ยงรอบด้าน รวมถึงความเสี่ยงด้านทุจริต/ฉ้อฉล
- 7. รักษาความน่าเชื่อถือด้านการเงินและการเปิดเผยข้อมูล** สร้างความเชื่อมั่นด้วยการจัดทำข้อมูล/รายงานที่ถูกต้อง ครบถ้วน และตรวจสอบได้
- 8. สนับสนุนการมีส่วนร่วมและสื่อสารกับผู้ถือหุ้น/ผู้มีส่วนได้เสีย** สื่อสารอย่างโปร่งใส รับฟังข้อเสนอแนะ และสร้างความร่วมมือที่ยั่งยืน

5. จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) และการสร้างวัฒนธรรม Integrity

คณะกรรมการบริษัทอนุมัติจรรยาบรรณธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร และกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเป็นแนวทางให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือในการดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์ มีจริยธรรม และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย จรรยาบรรณครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น การปฏิบัติตามกฎหมาย การดูแลทรัพย์สิน การใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รายการระหว่างกัน และการดูแลผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทกำหนดให้บุคลากรทุกระดับต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ผู้ฝ่าฝืนจะถูกพิจารณาโทษทางวินัยและ/หรือกฎหมายตามความเหมาะสม และหากพบเห็นการปฏิบัติที่อาจขัดต่อจรรยาบรรณให้รายงานผ่านผู้บังคับบัญชา ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายกำกับและส่งเสริมบรรษัทภิบาล ฝ่ายตรวจสอบภายใน หรือช่องทางร้องเรียน/แจ้งเบาะแสที่บริษัทกำหนด

ในปี 2568 บริษัทได้ทบทวนจรรยาบรรณธุรกิจและเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อให้มีความเหมาะสมและเป็นปัจจุบัน รวมถึงจัดให้มีการอบรมและแบบทดสอบทบทวนความรู้ พร้อมให้พนักงานลงนามรับทราบ โดยขยายผลการอบรมครอบคลุมผู้บริหารระดับบังคับบัญชาหรือเทียบเท่าขึ้นไปครบ 100% และจัดอบรมปฐมนิเทศพนักงานเข้าใหม่ให้ครอบคลุมแนวทางกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงานครบ 100% เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรม "Integrity" อย่างต่อเนื่อง

6. นโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy)

บริษัทกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันอย่างชัดเจน กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง พร้อมปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้

และใช้ความระมัดระวังในการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน บริษัทห้ามอย่างเคร่งครัดต่อพฤติกรรมที่เข้าข่ายการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงการให้/รับสินบน และผลประโยชน์ที่ไม่เหมาะสมในทุกรูปแบบ เช่น ของขวัญ ทรัพย์สิน การเลี้ยงรับรอง การอำนวยความสะดวก และสิ่งจูงใจทางธุรกิจที่อาจนำไปสู่ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นอกจากนี้ บริษัทยังบูรณาการการต่อต้านคอร์รัปชันเข้ากับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่การสรรหา การเลื่อนตำแหน่ง การประเมินผล และการให้ผลตอบแทน โดยพิจารณาความสอดคล้องกับนโยบายและไม่มีประวัติการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อยกระดับมาตรฐานและลดความเสี่ยงต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กร

7. แนวปฏิบัติควบคุมความเสี่ยง (Operational Controls) 6 ด้าน

เพื่อให้การต่อต้านคอร์รัปชันเกิดผลในทางปฏิบัติ บริษัทกำหนดแนวปฏิบัติสำคัญเพื่อควบคุมความเสี่ยงด้านสินบนและคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรม ครอบคลุมอย่างน้อย 6 เรื่องหลัก ได้แก่

- 1. การให้และรับสินบน/ของขวัญ/การเลี้ยงรับรอง (Gift & Hospitality)** กำหนดหลักเกณฑ์และกระบวนการอนุมัติ/รายงาน
- 2. การจ่ายค่าอำนวยความสะดวก (Facilitation Payments)** ห้าม/ควบคุมอย่างเด็ดขาด ยกเว้นกรณีจำเป็นตามกรอบที่กำหนดและต้องบันทึกตรวจสอบได้
- 3. การให้และรับบริจาค (Donations)** ต้องโปร่งใส ตรวจสอบได้ ไม่เป็นช่องทางแฝงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์
- 4. การให้และรับการสนับสนุน (Sponsorships)** กำหนดหลักเกณฑ์ความเหมาะสมและการเปิดเผยข้อมูล
- 5. การช่วยเหลือทางการเมือง (Political Contributions)** กำหนดข้อห้าม/แนวทางควบคุมเพื่อลดความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและการเอื้อประโยชน์
- 6. ช่องทางแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)** รองรับการแจ้งเหตุ/ข้อมูลได้อย่างปลอดภัยสำหรับผู้เกี่ยวข้องภายในและภายนอก

8. นโยบายไม่รับของขวัญ (No Gift Policy) “จากของขวัญเป็นคำอวยพร”

บริษัทมีนโยบายงดรับของขวัญ/ของกำนัล/สิทธิประโยชน์ในทุกโอกาส (No Gift Policy) เพื่อยกระดับมาตรฐานการต่อต้านทุจริต ลดความเสี่ยงเรื่องผลประโยชน์ทับซ้อน และตอกย้ำค่านิยมองค์กรด้านความโปร่งใส โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2562 และในปี 2568 บริษัทได้รณรงค์และสื่อสารนโยบายอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมุ่งเปลี่ยนจาก “ของขวัญ” เป็น “คำอวยพร” รวมถึงสื่อสารไปยังคู่ค้าและผู้เกี่ยวข้องภายนอกเพื่อให้เกิดการปฏิบัติร่วมกันอย่างสอดคล้อง



9. การสื่อสาร ออบุส และวัฒนธรรมองค์กร (Training & Culture)

บริษัทส่งเสริมวัฒนธรรม “Integrity” ผ่านการสื่อสารและการอบรมอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2568 มีการดำเนินการสำคัญ เช่น การอบรมนโยบายจริยธรรมทางธุรกิจ/ต่อต้านคอร์รัปชัน/PDPA และการทำแบบทดสอบทบทวนความเข้าใจ การอบรมปฐมนิเทศพนักงานใหม่ให้ครอบคลุมแนวทางกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน รวมถึงการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติให้ผู้เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึงโดยตั้งเป้าหมายการเข้าถึง 100% ในส่วนการดำเนินงานจริง บริษัทได้จัดทำสื่อการเรียนรู้และแบบทดสอบผ่านระบบ E-learning “MTI LearnD” เพื่อทบทวนความเข้าใจแนวปฏิบัติสำคัญ และบุคลากรทุกคนรวมถึงบุคลากรเข้าใหม่ร้อยละ 100 ได้ลงนามรับทราบและตกลงปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

10. ช่องทางร้องเรียน/แจ้งเบาะแส และการคุ้มครองผู้แจ้ง (Whistleblowing & Protection)

คณะกรรมการบริษัท กำกับดูแลให้มีกระบวนการรับข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันในหลายช่องทาง รวมทั้งเปิดเผยช่องทางช่องทางรับเรื่องร้องเรียนไว้ในเว็บไซต์ หรือรายงานประจำปีของบริษัท พร้อมทั้งเปิดรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน จากพันธมิตรและผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใส คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลยังให้มีการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลที่กระทำโดยเจตนาสุจริต โดยห้ามการเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามคำสั่งโดยชอบด้วยกฎหมายตามคำสั่งศาลหรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญต่อการให้บริการและการดูแลลูกค้า รวมถึง กรณีที่ไม่ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแจ้งปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนมายังบริษัทได้ โดยบริษัทมีหน่วยงานบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่ทำหน้าที่ตรวจสอบข้อเท็จจริง ประสานงานและบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนอย่างรวดเร็วถูกต้อง ตามหลักการและตรงตามวัตถุประสงค์ของการร้องเรียน ซึ่งนอกจากจะเป็นการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนแล้ว ยังเป็นการสื่อสาร ทำความเข้าใจกับผู้ร้องเรียนให้ได้รับทราบข้อเท็จจริงที่ถูกต้องอีกด้วย อันส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและภาคธุรกิจประจักษ์โดยรวมทั้งด้วย สำหรับรายละเอียดนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันได้เผยแพร่บนเว็บไซต์บริษัท www.muangthaiinsurance.com ภายใต้หัวข้อนักลงทุนสัมพันธ์ หัวข้อย่อยการกำกับดูแลกิจการ หมวดนโยบายบริษัท

บริษัทจัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนรองรับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อรายงานกรณีทุจริตคอร์รัปชัน การฝ่าฝืนกฎหมาย การละเมิดสิทธิ หรือการกระทำผิดจรรยาบรรณ โดยกำหนดกระบวนการชัดเจน ได้แก่

- ทางไปรษณีย์ :** ฝ่ายตรวจสอบภายใน บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 252 ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
- ทางโทรศัพท์ :** สายด่วน Call Center 1484 หรือส่วนบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน
เบอร์โทรศัพท์ 0-2290-3299, 0-2665-4000, 0-2290-3333
- ทางอีเมล :** info@muangthaiinsurance.com
- ทางออนไลน์ :** <https://www.muangthaiinsurance.com/th/contact-us>
(หัวข้อติดต่อเรา หัวข้อย่อยสอบถามข้อมูลอื่นๆ หมวดร้องเรียน/แนะนำบริการ)

กระบวนการดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนและมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

ภายหลังบริษัทได้รับเบาะแสหรือข้อร้องเรียน บริษัทจะดำเนินการรวบรวมข้อมูล ประมวลผล ตรวจสอบ และกำหนดมาตรการในการดำเนินการเพื่อบรรเทาความเสียหายให้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบ โดยคำนึงถึงความเดือดร้อนเสียหายโดยรวมทั้งหมด หลังจากนั้นผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องดังกล่าว มีหน้าที่ติดตามผลการดำเนินการและรายงานผลการดำเนินการดังกล่าวต่อกรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริษัท แล้วแต่กรณี นอกจากนี้ บริษัทกำหนดให้มีมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน รวมถึงผู้ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยบริษัทจะไม่เปิดเผยชื่อ ที่อยู่ ภาพ หรือข้อมูลอื่นใดของผู้แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนและผู้ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง รวมไปถึงกำหนดมาตรการคุ้มครอง ในกรณีที่ผู้ยื่นเห็นว่าตนเองอาจได้รับความไม่ปลอดภัยหรืออาจเกิดความเดือดร้อนเสียหาย โดย

ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายจะได้รับการบรรเทาความเสียหายด้วยกระบวนการที่มีความเหมาะสมเป็นธรรม ทั้งนี้ ผู้บริหารหรือพนักงานที่บริษัทตรวจสอบแล้วพบว่ากระทำผิดจริยธรรมทางธุรกิจหรือนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท เช่น การทุจริตคอร์รัปชัน ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา กระทำผิดด้านสิทธิมนุษยชน เป็นต้น บุคคลนั้นจะได้รับการพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบที่บริษัทกำหนดและ/หรือได้รับโทษทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

โดยในปี 2568 ที่ผ่านมามีบริษัทไม่มีการแจ้งเบาะแสหรือรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันที่มีนัยสำคัญ

ตารางจำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันที่มีนัยสำคัญ รวม (กรณี)	0	0	0

11. การรับรอง/ความร่วมมือภายนอก (External Commitments)

บริษัทได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 4 โดยการรับรองมีอายุ 3 ปี (พ.ศ. 2567-2570) สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาล ความซื่อสัตย์สุจริต และความโปร่งใส รวมถึงยืนยันว่าบริษัทมีระบบและมาตรการสำคัญในการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งช่วยเสริมความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

12. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการสำคัญของนโยบาย ปี 2568

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทได้ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย แนวปฏิบัติ และระบบการกำกับดูแลกิจการ เพื่อยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาลให้สอดคล้องกับกฎหมายและหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล รวมถึงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (CG Code 2560) เกณฑ์ของสำนักงาน คปภ. และแนวทางการประเมิน New CGR ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งให้ความสำคัญกับการบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีการเปลี่ยนแปลงสำคัญ ดังนี้

- นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Policy)** ได้รับการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับ CG Code ของสำนักงาน ก.ล.ต. ประกาศการกำกับดูแลกิจการของบริษัทประกันวินาศภัยของสำนักงาน คปภ. และหลักเกณฑ์ New CGR ของตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาลและสนับสนุนการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (28 กุมภาพันธ์ 2568)
- จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)** ได้รับการปรับปรุงเพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัท เน้นการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีจริยธรรม และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมบูรณาการประเด็น ESG และแนวปฏิบัติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (28 กุมภาพันธ์ 2568)
- นโยบายการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing Policy)** ได้รับการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบรับเรื่องร้องเรียนและการตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยกำหนดช่องทาง ขั้นตอนการดำเนินการ และมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสและผู้ให้ข้อมูลเพื่อส่งเสริมความโปร่งใสและความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจ (28 กุมภาพันธ์ 2568)

- **นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Policy and Guidelines)** ได้รับการปรับปรุงให้ครอบคลุมประเด็นสิทธิมนุษยชนมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น UDHR, UN Global Compact, ILO Declaration และ UN Guiding Principles on Business and Human Rights เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ (13 สิงหาคม 2568)
- **นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Occupational Safety, Health and Environment Policy)** ได้รับการอนุมัติใช้เป็นครั้งแรก เพื่อยกระดับการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงานอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมพนักงาน ตัวแทน คู่ค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุและมุ่งสู่การดำเนินงานที่ปราศจากอุบัติเหตุ (Zero Accident) (12 พฤศจิกายน 2568)

13. การติดตามให้เกิดการปฏิบัติตามนโยบาย

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทติดตามเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามการกำกับดูแลกิจการที่ดีใน 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

- (1) **การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์** บริษัทกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารรายงานส่วนได้เสียเมื่อเข้าดำรงตำแหน่งและเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงทบทวนเป็นประจำทุกปี และผู้มีส่วนได้เสียกับธุรกรรมจะไม่เข้าร่วมพิจารณาเวลานั้น ทั้งนี้ ปี 2568 ไม่พบกรณีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (2566—2568 0 กรณี)
- (2) **การใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์** บริษัทกำหนดมาตรการควบคุมการใช้ข้อมูลภายใน และมาตรการ Blackout Period (ห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ 1 เดือนก่อนเปิดเผยงบ และ 3 วันหลังเปิดเผยงบ) โดยปี 2568 ไม่พบการซื้อขายในช่วงต้องห้าม และบุคลากร/พนักงานเข้าใหม่ได้รับการทบทวนและฝึกอบรมแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องเฉลี่ยร้อยละ 100
- (3) **การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน** บริษัทปรับปรุงนโยบาย สื่อสาร สร้างความตระหนัก และจัดการเรียนรู้ผ่าน MTI LearnD โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานร้อยละ 100 เข้ารับการทบทวน และปี 2568 ไม่พบกรณีทุจริตคอร์รัปชัน (2566-2568 0 กรณี)
- (4) **นโยบายการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)** บริษัทเปิดช่องทางรับแจ้งหลายรูปแบบ กำหนดกระบวนการตรวจสอบและคุ้มครองผู้แจ้งอย่างชัดเจน โดยปี 2568 ไม่มีการแจ้งเบาะแสหรือรับเรื่องร้องเรียนด้านทุจริตคอร์รัปชัน

14. มาตรการป้องกันกาเกิดเหตุซ้ำ และมาตรการทางวินัย

บริษัทกำหนดมาตรการอย่างเป็นระบบเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำผิดซ้ำ ครอบคลุมการป้องกันเชิงรุก (preventive) การตรวจจับ (detective) และการตอบสนอง/เยียวยา (responsive) ได้แก่ การจัดทำคู่มือและระเบียบที่ชัดเจน การอบรมและทบทวนความรู้อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง กลไกแจ้งเบาะแสที่ปลอดภัยและรักษาความลับ การตรวจสอบภายในและติดตาม KPI/KRI ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสอบสวนและกำหนดโทษทางวินัยตามความรุนแรง พร้อมมาตรการเยียวยาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อยกระดับการควบคุมให้รัดกุมอย่างต่อเนื่อง

15. การกำกับดูแลตัวแทน/นายหน้า/คู่ค้า

บริษัทตระหนักว่าความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันอาจเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะการดำเนินงานร่วมกับบุคคลที่สาม เช่น ตัวแทน นายหน้า คู่ค้าสำคัญ และผู้ให้บริการภายนอก บริษัทจึงกำหนดแนวทางบริหารความเสี่ยงบุคคลที่สามอย่างเป็นระบบ ทั้งก่อนเริ่มความสัมพันธ์และระหว่างการทำงานร่วมกัน ได้แก่

- การประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น (Third-party Risk Assessment/Due Diligence) ตามระดับความเสี่ยง
- การสื่อสารนโยบายและกำหนดข้อกำหนดในสัญญา/จรรยาบรรณคู่ค้า/การยืนยันรับทราบนโยบาย (Contractual & Policy Controls)
- การติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง (Ongoing Monitoring) ผ่านการตรวจสอบเอกสาร/ธุรกรรม การทบทวนความเสี่ยง และการรับเรื่องร้องเรียน/แจ้งเบาะแส เพื่อปรับมาตรการกำกับดูแลให้เหมาะสมกับสถานการณ์

16. บทเรียนและแนวทางในอนาคต

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและมาตรการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย ชื่อเสียง และการกำกับดูแล ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรแห่งความโปร่งใส และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อตลอดห่วงโซ่คุณค่า ในระยะถัดไป บริษัทจะทบทวนและยกระดับมาตรการควบคุมและการสื่อสารให้ทันต่อบริบทความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงพัฒนาการกำกับดูแลบุคคลที่สาม การติดตาม KPI/KRI และความเข้มแข็งของกลไกแจ้งเบาะแส เพื่อคงไว้ซึ่งมาตรฐานธรรมาภิบาลที่เป็นที่ยอมรับและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

1. ความสำคัญ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนเป็นประเด็นสำคัญเชิงกลยุทธ์ของบริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เนื่องจากการดำเนินธุรกิจประกันวินาศภัยต้องพึ่งพาคู่ค้าและพันธมิตรจำนวนมากตลอดกระบวนการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาล ผู้ช่วยมรณคดี ผู้สำรวจภัย ผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ปรึกษา และผู้ให้บริการสนับสนุนอื่น ๆ ซึ่งล้วนมีผลโดยตรงต่อคุณภาพบริการ ความรวดเร็วในการชดเชยค่าสินไหม ความปลอดภัยของข้อมูล และความต่อเนื่องทางธุรกิจของบริษัท หากคู่ค้าขาดมาตรฐานด้านจริยธรรม การปฏิบัติตามกฎหมาย สิ่งแวดล้อม แรงงาน หรือมีความเสี่ยงด้านทุจริต ย่อมสามารถส่งผลกระทบต่อกลับมาถึงบริษัททั้งในมิติความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ กฎหมาย การเงิน และชื่อเสียง

สำหรับบริษัท การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนจึงเป็นกลไกสำคัญในการคัดกรองและลดความเสี่ยงตั้งแต่ต้นทาง ช่วยให้การบวนการจัดซื้อจัดจ้างมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับนโยบาย ESG ขององค์กร ตลอดจนทำให้บริษัทมั่นใจได้ว่าคู่ค้าจะสามารถส่งมอบสินค้าและบริการตามมาตรฐานที่ตกลงกันได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การให้บริการแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรักษาความเชื่อมั่นในระยะยาว

ในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แนวทางดังกล่าวช่วยยกระดับคุณภาพบริการที่ผู้เอาประกันภัยได้รับ ทำให้เกิดความมั่นใจว่าการดูแลสินไหมและบริการที่เกี่ยวข้องจะมีมาตรฐานและดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว พร้อมกันนี้ยังส่งเสริมให้คู่ค้าได้รับกรอบมาตรฐานที่ชัดเจนและการปฏิบัติที่เป็นธรรม เปิดโอกาสให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันบนพื้นฐานความรับผิดชอบ ซึ่งเอื้อต่อความสัมพันธ์ระยะยาวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ขณะเดียวกัน พนักงานสามารถปฏิบัติงานภายใต้ระบบที่ลดความเสี่ยงจากคู่ค้าที่ไม่เหมาะสม ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนมีความเชื่อมั่นต่อระบบธรรมาภิบาลและการบริหารความเสี่ยงของบริษัท และสังคมโดยรวมได้รับประโยชน์จากการผลักดันให้คู่ค้ามีมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน และสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงบูรณาการประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้าสู่กระบวนการคัดเลือก ประเมิน และติดตามคู่ค้าอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับปัจจัยด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบ และการให้บริการ เพื่อให้การเติบโตของบริษัทดำเนินไปอย่างมีความรับผิดชอบต่อ โปร่งใส และสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

2. แนวทางการบริหารจัดการ (Management Approach)

บริษัท ออกแบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนบนฐานความคิดว่า ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนไม่ได้หยุดอยู่ภายในองค์กร แต่ไหลผ่านไปตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้น การกำกับดูแลคู่ค้าจึงต้องเป็นระบบตั้งแต่ต้นทาง ไม่ใช่เพียงการตรวจสอบปลายเหตุ บริษัทจึงกำหนดแนวทางการบริหารจัดการแบบบูรณาการที่ครอบคลุมทั้งการกำหนดมาตรฐาน การคัดกรอง การประเมิน การติดตาม และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างสอดคล้องกับกฎหมาย หลักจริยธรรม และเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัท

แนวทางนี้ยึดหลักการสำคัญ 3 ประการที่ทำงานเชื่อมโยงกันเป็นระบบ ได้แก่

- (1) การกำหนดมาตรฐานผ่านจรรยาบรรณคู่ค้า
- (2) การจัดซื้อจัดจ้างอย่างรับผิดชอบ และ
- (3) การบริหารความเสี่ยงคู่ค้าเชิงรุก ซึ่งทำให้บริษัทสามารถทั้งป้องกันความเสี่ยงและสร้างคุณค่าเชิงบวกให้กับห่วงโซ่อุปทานไปพร้อมกัน

2.1 นโยบายและหลักการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดกรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนบนฐานความคิดที่มองคู่ค้าเป็นพันธมิตรด้านความยั่งยืน ไม่ใช่เพียงผู้ขายสินค้าและบริการ โดยมีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วนที่เชื่อมโยงกันเป็นระบบ

(ก) จรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)

บริษัทใช้จรรยาบรรณคู่ค้าเป็นเครื่องมือกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำและความคาดหวังต่อคู่ค้าอย่างชัดเจนในระดับนโยบาย เพื่อให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจร่วมกันตั้งแต่เริ่มต้นความสัมพันธ์ทางธุรกิจ จรรยาบรรณดังกล่าวครอบคลุมการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและโปร่งใส รวมถึงการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและกฎหมายที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท

ในมิติด้านสังคม บริษัทกำหนดให้คู่ค้าต้องเคารพหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัด ไม่ใช่แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ ไม่เลือกปฏิบัติ และต้องจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย มีการดูแลเอาใจใส่นามัยและความปลอดภัยของพนักงานอย่างเหมาะสม

ในมิติสิ่งแวดล้อม บริษัทคาดหวังให้คู่ค้าปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม มีมาตรการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบ

นอกจากนี้ จรรยาบรรณคู่ค้ายังกำหนดให้คู่ค้าต้องมีการกำกับดูแลข้อมูลและความลับทางธุรกิจอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะคู่ค้าที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลูกค้า ระบบไอที หรือข้อมูลเชิงพาณิชย์ของบริษัท เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัวส่วนบุคคล

(ข) การจัดซื้อจัดจ้างอย่างรับผิดชอบ (Responsible / Green Procurement)

บริษัทกำหนดให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างต้องยึดหลักความยุติธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยมีการกำกับดูแลเพื่อป้องกันผลประโยชน์ทับซ้อนและการทุจริตในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนด TOR การคัดเลือกคู่ค้า ไปจนถึงการทำสัญญาควบคู่กันนั้น บริษัทส่งเสริมการเลือกใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเท่าที่ทำได้ เช่น การพิจารณาวัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ การสนับสนุนคู่ค้าที่มีระบบจัดการของเสียที่ดี หรือมีแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างไม่เพียงตอบโจทย์ด้านต้นทุนและคุณภาพ แต่ยังคงสอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร

(ค) การบริหารความเสี่ยงคู่ค้าเชิงรุก (Supplier Risk Management)

บริษัทใช้แนวทางบริหารความเสี่ยงเชิงป้องกัน โดยประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าอย่างเป็นระบบตามเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) และจัดระดับคะแนนเป็น A-D เพื่อแยกแยะคู่ค้าที่มีความเสี่ยงต่ำ ปานกลาง หรือควรปรับปรุง

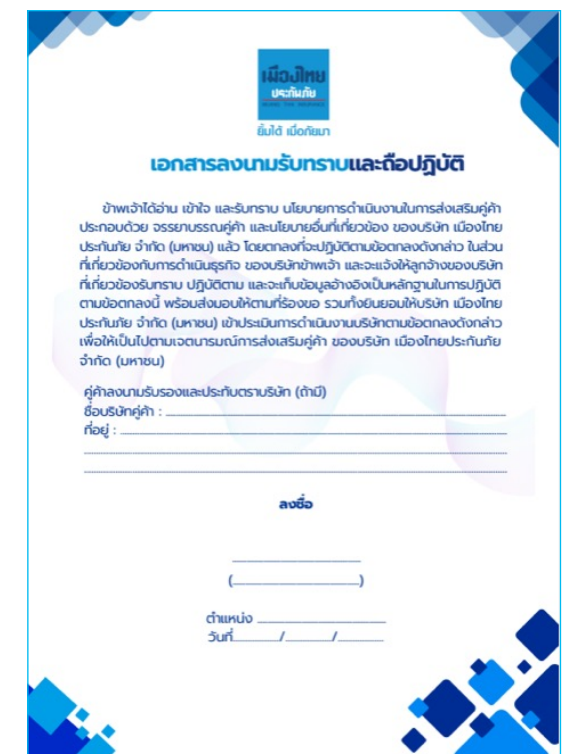
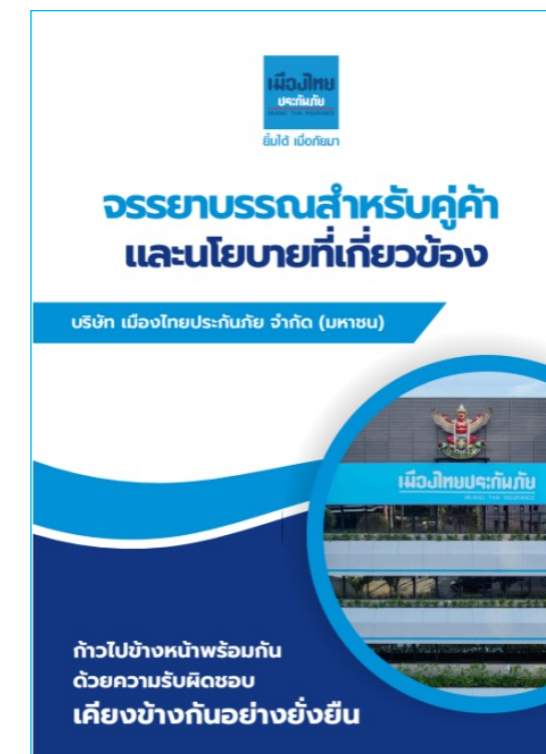
ระบบดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถจัดลำดับความสำคัญของการกำกับดูแลได้อย่างเหมาะสม มุ่งเน้นทรัพยากรไปยังคู่ค้าที่มีความเสี่ยงหรือมีผลกระทบสูง แทนที่จะใช้วิธีการตรวจสอบแบบเดียวกันกับคู่ค้าทุกราย ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและลดความเสี่ยงเชิงระบบได้อย่างเป็นรูปธรรม

การเพิ่มขอบเขตของประเภทคู่ค้าสำคัญ

2. ข้อมูลสินค้าและบริการ	
ลักษณะกิจการ/ประเภทคู่ค้า : (โปรดเลือกเพียง 1 ข้อ เท่านั้น)	
<input type="checkbox"/>	ผู้ผลิต โรงงานผลิตสินค้า (Manufacturing)
<input type="checkbox"/>	ผู้จำหน่าย (Vendor/Supplier/Trader/wholesaler/Distributor) เช่น ผู้จำหน่ายวัสดุสำนักงาน, อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น
<input type="checkbox"/>	ผู้ให้บริการ (Service Provider) เช่น บริการซอฟต์แวร์, ระบบไอที, การจ้างบุคคลหรือบริษัทภายนอก (Outsourcing) เป็นต้น
<input type="checkbox"/>	ตัวแทน/นายหน้า (บุคคล และ/หรือ นิติบุคคล)
<input type="checkbox"/>	ที่ปรึกษา (Consultant)
<input type="checkbox"/>	บริษัทประกันภัยต่อ (Reinsurer)
<input type="checkbox"/>	ศูนย์/อู่ซ่อมรถยนต์ (Service center / Garage)
<input type="checkbox"/>	สถาบันการเงิน (Financial institution)
<input type="checkbox"/>	โรงพยาบาล/คลินิก (Hospital/Clinic)
<input type="checkbox"/>	อื่น ๆ โปรดระบุ.....

การสื่อสารจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า

โดยสามารถดาวน์โหลดเอกสารฉบับเต็มได้ทางเว็บไซต์บริษัทที่ลิงค์นี้ https://mticonnect-resources.muangthaiinsurance.com/corporate-governance-document/files_11-2025_1763452567139.pdf



2.2 การระบุและจัดลำดับผู้ค้า (Supplier Mapping & Categorization)

เพื่อให้การกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพ บริษัทดำเนินการจัดทำแผนที่ผู้ค้า (Supplier Mapping) เพื่อระบุความสำคัญของคู่ค้าแต่ละรายต่อการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาทั้งมูลค่าการจัดซื้อ ความสำคัญเชิงปฏิบัติการ และผลกระทบต่อคุณภาพบริการของบริษัท

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว บริษัทแบ่งคู่ค้าออกเป็น 2 กลุ่มหลัก

กลุ่มแรกคือ **คู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1)** ซึ่งเป็นคู่ค้าที่มียอดซื้อขายตั้งแต่ 1 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป และมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันหรือการดำเนินงานของบริษัท เช่น ผู้ให้บริการเคลม ผู้ให้บริการซ่อม ผู้สำรวจภัย และผู้ให้บริการด้านไอทีหลัก กลุ่มนี้ได้รับการกำกับดูแลอย่างเข้มข้นและต้องผ่านการประเมิน ESG เป็นประจำทุกปี

กลุ่มที่สองคือ **คู่ค้าของคู่ค้าที่มีความสำคัญ (Critical Non-Tier 1)** ซึ่งเป็นคู่ค้าที่อยู่ “ต้นน้ำ” ของคู่ค้าสำคัญอีกทอดหนึ่ง เช่น ผู้ผลิตวัตถุดิบหรือผู้รับช่วงต่อของคู่ค้า Tier 1 กลุ่มนี้อาจมีบทบาทสำคัญต่อความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน หากเกิดปัญหาอาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการของบริษัททางอ้อมได้

ในปี 2568 บริษัทระบุคู่ค้า Critical Tier 1 จำนวน 71 ราย และ Critical Non-Tier 1 จำนวน 4 ราย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทมุ่งเน้นการกำกับดูแลไปยังคู่ค้าที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจเป็นหลัก แทนที่จะกระจายทรัพยากรไปยังคู่ค้าทั้งหมดโดยไม่จัดลำดับความสำคัญ

2.3 กระบวนการประเมินผู้ค้า (Supplier Assessment Processes)

บริษัทใช้กระบวนการประเมินผู้ค้าแบบครบวงจร ตั้งแต่ก่อนคัดเลือกจนถึงการติดตามผลระยะยาว

ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบข้อกำหนดขอบเขตงาน (TOR) และการปฏิบัติตามกฎหมาย

คู่ค้าทั้งรายใหม่และรายปัจจุบันต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดขอบเขตงาน (TOR) อย่างครบถ้วน และต้องแสดงหลักฐานการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยสำหรับคู่ค้าปัจจุบัน บริษัทมีการทบทวนและปรับปรุง TOR ให้สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐาน ESG ที่เปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นตอนที่ 2 การคัดกรองเบื้องต้น (Screening)

บริษัทตรวจสอบสถานะทางกฎหมาย ความโปร่งใส สถานะทางการเงิน และความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้า เพื่อคัดกรองคู่ค้าที่อาจมีความเสี่ยงสูงก่อนเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินเชิงลึก (In-depth Assessment)

บริษัทประเมินคู่ค้าตามเกณฑ์ ESG ควบคู่กับคุณภาพ ราคา การส่งมอบ และการให้บริการ โดยในบางกรณีอาจมีการสัมภาษณ์หรือเยี่ยมชมสถานที่ประกอบการ เพื่อยืนยันว่าการดำเนินงานของคู่ค้าเป็นไปตามที่ระบุในเอกสาร

ขั้นตอนที่ 4 การอนุมัติขึ้นทะเบียนคู่ค้า

ผลการประเมินจะถูกนำเสนอให้หน่วยงานหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องพิจารณามติ ก่อนขึ้นทะเบียนเป็นคู่ค้าอย่างเป็นทางการของบริษัท

ขั้นตอนที่ 5 การติดตามและทบทวนอย่างต่อเนื่อง

คู่ค้าใหม่ต้องลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้าและทำแบบประเมินตนเอง (Self-Assessment) ก่อนเริ่มงาน ส่วนคู่ค้าปัจจุบันต้องผ่านการประเมินผลการปฏิบัติงาน การประเมินตนเอง และการตรวจติดตามตามรอบ เพื่อรักษาและยกระดับมาตรฐาน ESG อย่างต่อเนื่อง

กรอบเกณฑ์ ESG ที่ใช้ประเมิน

ในด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทพิจารณาการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม การจัดการของเสีย การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในด้านสังคม บริษัทให้ความสำคัญกับความเสมอภาคในการจ้างงาน การไม่เลือกปฏิบัติ การไม่ใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ และการติดตามผลด้านสังคมเป็นระยะ

ในด้านธรรมาภิบาล บริษัทพิจารณาความโปร่งใส การต่อต้านทุจริต และกระบวนการตรวจสอบสถานะคู่ค้า (Due Diligence) อย่างสม่ำเสมอ

โดยรวม แนวทางการบริหารจัดการของบริษัทสะท้อนการทำงานแบบเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดมาตรฐาน การจัดลำดับความสำคัญคู่ค้า การประเมินแบบบูรณาการ และการติดตามพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยให้ห่วงโซ่อุปทานของบริษัทมีความโปร่งใส มีความรับผิดชอบ และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

3. ผลการดำเนินงาน (Performance)

3.1 ผลการประเมินด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2568 บริษัทดำเนินการประเมินคู่ค้าตามกรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยจัดระดับคะแนนผลการประเมินเป็น 4 ระดับ (A-D) เพื่อสะท้อนคุณภาพการดำเนินงานของคู่ค้าในมิติทางเศรษฐกิจและการปฏิบัติตามสัญญา

การประเมินความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงของคู่ค้าด้านเศรษฐกิจ

ระดับคู่ค้า	คะแนนการประเมิน	ระดับ	การแปลผล	จำนวนคู่ค้า
A	90 - 100	ดีมาก	ผ่าน	70
B	80 - 89	ดี	ผ่าน	-
C	60 - 79	พอใช้	ผ่าน	1
D	น้อยกว่า 60	ควรปรับปรุง	ไม่ผ่าน	-

“ไม่มีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากคู่ค้า”

จากผลการประเมินคู่ค้า Critical Tier 1 จำนวน 71 ราย พบว่า คู่ค้าส่วนใหญ่อยู่ในระดับ A จำนวน 70 ราย และมีคู่ค้าอยู่ในระดับ C จำนวน 1 ราย โดยไม่มีคู่ค้าอยู่ในระดับ B หรือ D ผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าโดยภาพรวม คู่ค้าของบริษัทมีวินัยทางธุรกิจที่ดี มีความสามารถในการส่งมอบสินค้าและบริการตามข้อตกลง มีความตรงต่อเวลา ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญา และดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

บนพื้นฐานของผลการประเมินนี้ บริษัทจึงสรุปได้ว่า “**ไม่มีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากคู่ค้า**” อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากคู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันที่เป็นธรรม ไม่ใช้วิธีการที่ไม่สุจริตหรือเอาเปรียบ และสามารถรักษามาตรฐานการส่งมอบได้อย่างสม่ำเสมอ ทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ลดความเสี่ยงการหยุดชะงักของบริการที่สำคัญ เช่น กระบวนการพิจารณารับประกันกระบวนการเคลม การซ่อมรถยนต์ การสำรวจภัย หรือบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในเชิงบริหาร คะแนนด้านเศรษฐกิจจึงไม่เพียงสะท้อนผลลัพธ์เชิงตัวเลข แต่ยังสะท้อน “คุณภาพความสัมพันธ์ทางธุรกิจ” ระหว่างบริษัทกับคู่ค้า กล่าวคือ คู่ค้ามีความรับผิดชอบต่อพันธสัญญา มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน และสามารถร่วมมือกับบริษัทในการแก้ไขปัญหาเชิงปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้บริษัทควบคุมต้นทุนรวมของการจัดซื้อจัดจ้าง ลดความเสี่ยงด้านการบริหารสัญญา และเสริมสร้างความมั่นคงของระบบบริการในระยะยาว

3.2 ผลการประเมินด้าน ESG

การประเมินความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงของคู่ค้าด้าน ESG

ระดับคู่ค้า	คะแนนการประเมิน	ระดับ	การแปลผล	จำนวนคู่ค้า
A	90 - 100	ดีมาก	ผ่าน	67
B	80 - 89	ดี	ผ่าน	3
C	60 - 79	พอใช้	ผ่าน	1
D	น้อยกว่า 60	ควรปรับปรุง	ไม่ผ่าน	-

“ไม่มีความเสี่ยงด้าน ESG ที่เกิดจากคู่ค้า”

สำหรับผลการประเมินด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ในปี 2568 บริษัทใช้กรอบการประเมินเดียวกันกับด้านเศรษฐกิจ โดยจัดระดับคะแนนเป็น A-D เพื่อสะท้อนคุณภาพการจัดการ ESG ของคู่ค้าอย่างเป็นระบบ

จากการประเมินคู่ค้า Critical Tier 1 จำนวน 71 ราย พบว่า คู่ค้าอยู่ในระดับ A จำนวน 67 ราย ระดับ B จำนวน 3 ราย และระดับ C จำนวน 1 ราย โดยไม่มีคู่ค้าในระดับ D ซึ่งสะท้อนว่าคู่ค้าส่วนใหญ่มีระบบการจัดการด้าน ESG ที่ชัดเจน ทั้งในด้านการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม มาตรฐานแรงงาน สิทธิมนุษยชน และหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ

บนพื้นฐานของผลการประเมินดังกล่าว บริษัทสรุปว่า “**ไม่มีความเสี่ยงด้าน ESG ที่มีนัยสำคัญเกิดจากคู่ค้า**” เนื่องจากไม่พบกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ ปัญหาด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่ร้ายแรง หรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม คู่ค้าส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในเชิงความหมายของคะแนน ระดับ A สะท้อนว่าคู่ค้ามีระบบการจัดการ ESG ที่เป็นรูปธรรม มีการปฏิบัติจริง เช่น มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม มีขั้นตอนการดูแลความปลอดภัยของพนักงาน มีระบบป้องกันการทุจริต และมีการกำกับดูแลข้อมูลอย่างเหมาะสม ส่วนคู่ค้าที่อยู่ในระดับ B และ C ถือเป็น “โอกาสในการยกระดับ” มากกว่าความเสี่ยง โดยบริษัทสามารถทำงานร่วมกับคู่ค้าเหล่านี้เพื่อพัฒนาระบบการจัดการให้แข็งแกร่งขึ้น เช่น การปรับปรุงเอกสารนโยบาย การจัดอบรมบุคลากร การแต่งตั้งผู้รับผิดชอบด้านธรรมาภิบาล และการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร (ESG) หรือการรวบรวมหลักฐานการปฏิบัติตามกฎหมายให้ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

4. การมีส่วนร่วมและพัฒนาคู่ค้า (Supplier Engagement & Development)

บริษัทดำเนินแนวทางการพัฒนาคู่ค้าบนหลักการร่วมมือเพื่อยกระดับมากกว่าการกำกับแบบสั่งการ โดยมองว่าการสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนจำเป็นต้องเกิดจากความเข้าใจร่วมกันและการพัฒนาความสามารถของคู่ค้าไปพร้อมกับบริษัทอย่างยั่งยืน

เครื่องมือสำคัญประการแรกคือ การสื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้าอย่างชัดเจน โดยคู่ค้าใหม่ทุกรายต้องรับทราบและลงนามยอมรับจรรยาบรรณคู่ค้าก่อนการอนุมัติ รวมถึงต้องทำแบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืน ขณะที่คู่ค้าปัจจุบันต้องเข้าร่วมการประเมินตนเองและยอมรับการตรวจติดตามตามรอบที่กำหนด อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งเพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อเนื่อง

เครื่องมือสำคัญอีกประการหนึ่งคือ แบบประเมินตนเองของคู่ค้า (Self-Assessment Questionnaire: SAQ) ซึ่งออกแบบให้ครอบคลุมทั้งมิติสินค้าและบริการและการดำเนินธุรกิจในด้านสินค้าและบริการ SAQ จะประเมินความพร้อมของคู่ค้าในเรื่องระบบจัดซื้อจัดจ้าง การควบคุมคุณภาพ การส่งมอบตามสัญญา และการจัดการความเสี่ยงเชิงปฏิบัติการ ส่วนในด้านการดำเนินธุรกิจ SAQ จะครอบคลุมประเด็นการปฏิบัติตามกฎหมาย การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิมนุษยชน และสิ่งแวดล้อม ผลลัพธ์จาก SAQ ถูกนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับวางแผนพัฒนาคู่ค้าและติดตามความก้าวหน้าอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการติดตามผลและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยเก็บบันทึกผลการประเมินคู่ค้าทุกครั้ง เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มความเสี่ยง ปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และยกระดับแนวทางการบริหารความเสี่ยงในอนาคต แนวทางนี้ทำให้การพัฒนาคู่ค้าไม่เพียงเป็นเพียงกิจกรรมชั่วคราว แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระยะยาว

แนวปฏิบัติการชำระค่าสินค้าและค่าจ้าง

เป็นส่วนสำคัญของการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจเพราะการจ่ายเงินที่เป็นธรรมและตรงเวลา ช่วยให้คู่ค้ามีสภาพคล่อง ดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่อง ลดความเสี่ยงการหยุดชะงักของการส่งมอบ/การให้บริการ และสร้างความเชื่อมั่นระยะยาวระหว่างบริษัทกับคู่ค้า

หลักการและเงื่อนไขการจ่ายเงิน

บริษัทกำหนดการชำระค่าสินค้าและบริการให้แก่คู่ค้าอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมและกำหนดกรอบเวลาการจ่ายเงิน ภายหลังกู้ค่าส่งมอบสินค้า/บริการ ผ่านการตรวจรับและวางบิลเรียบร้อย ยึดหลักเอกสารและการตรวจรับเป็นหลักฐาน เพื่อให้ทั้งบริษัทและคู่ค้ามีความชัดเจน โปร่งใส ตรวจสอบได้ ลดข้อโต้แย้ง และควบคุมคุณภาพงานตามสัญญา โดยในปี 2025 บริษัท ได้ชำระเงินแก่คู่ค้าทั้งเงินสด และ เครดิต หลังจากการตรวจรับและวางบิลเรียบร้อยแล้ว มีระยะเวลาไม่เกิน 30 วันและไม่มีการผิดนัดชำระหนี้หรือการชำระเงินล่าช้า

5. เป้าหมายและแผนงานในอนาคต

เพื่อยกระดับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้เข้มแข็ง วัตถุประสงค์กับมาตรฐานสากล บริษัทกำหนดทิศทางการดำเนินงานในระยะถัดไปอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งขยายความครอบคลุมและความเข้มข้นของการประเมินคู่ค้าสำคัญให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งการประเมินคู่ค้า Critical Tier 1 ให้ครบถ้วนตามรอบ และการขยายการประเมินเชิงลึกไปยัง Critical Non-Tier 1 ที่มีความเสี่ยงหรือผลกระทบสูง เพื่อให้ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานระดับต้นน้ำมากขึ้น

บริษัทจะพัฒนาวิธีประเมินจากการตรวจสอบเพียงว่ามีหรือไม่มีนโยบาย/ระบบ ไปสู่การประเมิน คุณภาพของการจัดการจริงโดยใช้ผลจาก SAQ เป็นฐานในการจัดทำ Roadmap การพัฒนาคู่ค้า และกำหนดหลักฐานขั้นต่ำที่ต้องแสดงในแต่ละประเด็น เช่น แรงงานสิ่งแวดล้อม และการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน เพื่อให้การประเมินมีความน่าเชื่อถือและตรวจสอบได้มากขึ้น

สำหรับคู่ค้าที่อยู่ในระดับ B-C บริษัทจะดำเนินการเชิงรุกผ่านแผนปรับปรุงร่วม (Improvement Plan) โดยกำหนดประเด็นที่ต้องเร่งยกระดับให้ชัดเจน เช่น การจัดทำนโยบายที่จำเป็น การอบรมพนักงาน การแต่งตั้งผู้รับผิดชอบด้าน ธรรมาภิบาล และการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร (ESG) และการเพิ่มความถี่ในการติดตามผล เพื่อยกระดับมาตรฐานคู่ค้าอย่างเป็นรูปธรรม

ขณะเดียวกัน บริษัทจะเสริมเครื่องมือกำกับดูแลในห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อน โดยเฉพาะกรณีคู่ค้าที่มีผู้รับช่วงต่อหรือซัพพลายเออร์ย่อย ผ่านการเพิ่มข้อกำหนดด้านการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan (BCP)) ในการประเมินเชิงลึกและสัญญา เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงครอบคลุมทั้งห่วงโซ่ ไม่จำกัดเพียงคู่ค้าตรงของบริษัท

ท้ายที่สุด บริษัทจะยกระดับการสื่อสารและความร่วมมือระยะยาวกับคู่ค้า ผ่านการสื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้า การอบรมส่งเสริมความรู้ด้านความยั่งยืนตามจรรยาบรรณของคู่ค้าและการแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดี เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ลดความเสี่ยงเชิงป้องกันและขับเคลื่อนความยั่งยืนร่วมกันตลอดห่วงโซ่อุปทานในระยะยาว

การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

เป้าหมายการดำเนินงาน

1. บริษัทยังคงรักษาความสามารถในการทำกำไร ภายใต้ความไม่แน่นอนด้านสภาพภูมิอากาศและมหันตภัย (Climate & Catastrophe)
2. ไม่มีเหตุการณ์ละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน
3. ไม่ยอมรับความเสี่ยงจากการกระทำที่ทุจริตหรือมีข้อบกพร่องใดๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ไม่ว่าจะเกิดขึ้น ณ ระดับใดของโครงสร้างองค์กรก็ตาม (สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetites) ของบริษัท)

โดยเป้าหมายหลักของการบริหารความเสี่ยงองค์กรคือการกำกับให้การดำเนินงานของบริษัทอยู่ภายใต้ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetites) ตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงของบริษัท

1. ความสำคัญ

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เห็นว่าการบริหารความเสี่ยงเป็น “กลไกหลักของธุรกิจประกันวินาศภัย” เพราะผลการดำเนินงานของบริษัทขึ้นอยู่กับความสามารถในการประเมินความเสี่ยง ตั้งราคาอย่างเหมาะสม กระจายความเสี่ยง และรักษาความสามารถในการชำระค่าสินไหมได้แม้เกิดเหตุการณ์รุนแรงหรือเกิดพร้อมกันหลายพื้นที่ การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจึงมีความหมายมากกว่าการควบคุมความสูญเสียขององค์กร แต่เป็นการสร้างความมั่นใจว่า บริษัทสามารถคุ้มครองลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการรักษาเสถียรภาพของเงินกองทุน ความน่าเชื่อถือ และความต่อเนื่องของการให้บริการ

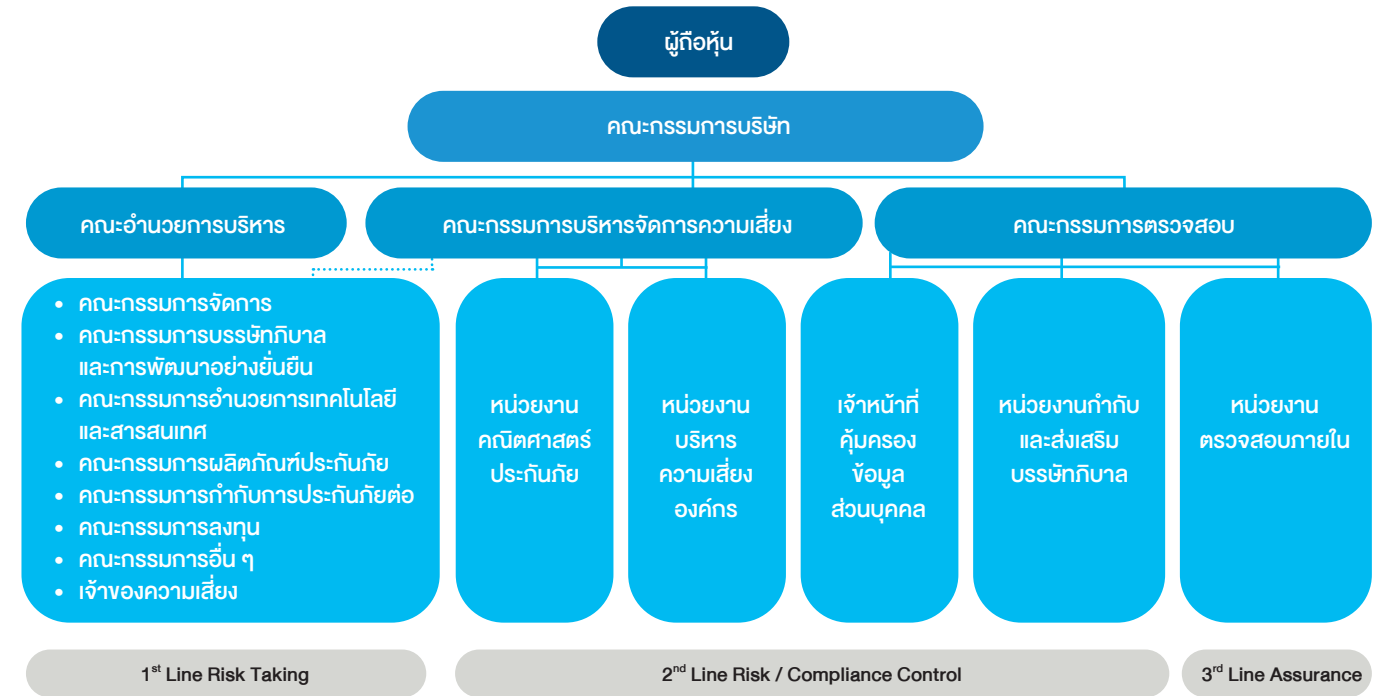
ในปี 2568 บริษัทให้ความสำคัญกับ “ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน” มากขึ้น เนื่องจากเป็นความเสี่ยงที่ส่งผลโดยตรงต่อแผนธุรกิจประกันทั้งในมิติการรับประกันภัยและการลงทุน โดยเฉพาะ (1) ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่มีผลต่อความถี่และความรุนแรงของภัยธรรมชาติและทำให้รูปแบบความเสียหายเปลี่ยนแปลงจากอดีต (2) ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายในและห่วงโซ่อุปทาน เช่น คู่ค้าซ่อม/ประเมิน/เคลม ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพบริการ ความเชื่อมั่น และความเสี่ยงด้านกฎหมาย และ (3) ความเสี่ยงด้านทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งมีความอ่อนไหวสูงในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้าง การพิจารณาลินไหม และการแต่งตั้งผู้ให้บริการ หากบริหารจัดการได้ดี บริษัทจะลดความผันผวนของค่าสินไหม เพิ่มความทนทานต่อภัยพิบัติ และยกระดับความเชื่อมั่นของผู้เอาประกันภัย นักลงทุน คู่ค้า หน่วยงานกำกับดูแล และสังคม

ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงกำหนด “นโยบายการบริหารความเสี่ยง ปี 2568” เป็นกรอบกำกับการดำเนินงาน และบูรณาการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเข้าสู่ ERM เพื่อให้การเติบโตของธุรกิจเป็นไปบนฐานของความมั่นคง โปร่งใส และสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

2. โครงสร้างการกำกับดูแลความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยง และคณะกรรมการชุดย่อยต่าง ๆ ตลอดจนทุกหน่วยงานภายในองค์กร ล้วนมีบทบาทร่วมกันในการบริหารจัดการความเสี่ยง ภายใต้โครงสร้างการกำกับดูแลตามหลักการ 3 Lines of Defense (LoD) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของกรอบการกำกับดูแลความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ

โครงสร้างการกำกับดูแลของบริษัทเชื่อมโยงกับกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหารจัดการความเสี่ยงมีหน้าที่ในการกำหนดทิศทางและดูแลภาพรวมของการบริหารความเสี่ยงองค์กร ขณะที่หน่วยงานต่าง ๆ จะนำกระบวนการบริหารความเสี่ยงมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวถูกขับเคลื่อนด้วยวัฒนธรรมความเสี่ยงภายในองค์กร ที่มีการส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีความตระหนัก เข้าใจบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงในงานของตนเอง เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ การตัดสินใจ และช่วยขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืน



3. การวิเคราะห์ความเสี่ยง และแนวทางการบริหารจัดการ (Risk Analysis & Management Approach)

บริษัทดำเนินการวิเคราะห์ความเสี่ยงภายใต้ ERM แบบบูรณาการ โดยมองความเสี่ยงด้านการเงินและความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเป็นองค์รวมเดียวกัน เพราะความเสี่ยง ESG ในธุรกิจประกันวินาศภัยส่งผลต่อ “ตัวแปรหลักของธุรกิจ” ได้แก่ ความสูญเสียค่าสินไหม (losses), ความเพียงพอของเบี้ยประกัน (pricing adequacy), ความเสี่ยงการกระจุกตัวของพอร์ต (accumulation), ความผันผวนของผลประกอบการ และความเพียงพอของเงินกองทุน



กระบวนการวิเคราะห์เริ่มจากการระบุความเสี่ยงทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านความยั่งยืนปี 2568 ที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงเร็วและมีผลกระทบสูง บริษัทให้ความสำคัญกับความเสี่ยงสภาพภูมิอากาศทั้งเชิงกายภาพ (เช่น น้ำท่วม พายุ คลื่นความร้อน) และเชิงการเปลี่ยนผ่าน (เช่น กฎระเบียบคาร์บอน มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูล ความคาดหวังของตลาด) เพื่อประเมินผลกระทบต่อความดี/ความรุนแรงของความเสียหาย ต้นทุนการประกันภัยต่อ และความสามารถในการทำกำไรของพอร์ต ขณะที่ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนถูกประเมินทั้งภายในองค์กรและห่วงโซ่คุณค่า โดยให้ความสำคัญกับจุดที่มีความเสี่ยงเชิงปฏิบัติสูง เช่น มาตรฐานแรงงานและความปลอดภัยของคู่ค้า/ซัพพลายเออร์ รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ส่วนความเสี่ยงด้านทุจริตคอร์รัปชันจะได้รับการวิเคราะห์โดยมุ่งเน้นกระบวนการที่ต้องใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจ เช่น การจัดซื้อจัดจ้าง การแต่งตั้งผู้ให้บริการ การประเมินความเสียหาย และการจ่ายค่าสินไหมทดแทน เพื่อระบุจุดเสี่ยงหรือช่องโหว่ที่อาจก่อให้เกิดการทุจริต และนำไปสู่การกำหนดมาตรการป้องกันและควบคุมอย่างเป็นระบบ

เมื่อระบุความเสี่ยงแล้ว บริษัทประเมินความเสี่ยงโดยพิจารณาโอกาสที่จะเกิดและความรุนแรงของผลกระทบทางการเงินและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ความสามารถในการจ่ายค่าสินไหม ความต่อเนื่องของการให้บริการ การปฏิบัติตามข้อกำหนด และชื่อเสียงองค์กร จากนั้นจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงเพื่อกำหนด “มาตรการตอบสนอง” ให้เหมาะกับระดับความเสี่ยง โดยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ที่ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญในลำดับต้นของปี 2568 ได้แก่ ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีที่เชื่อมกับความเชื่อมั่นของลูกค้า ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ/มหันตภัย ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ และความเสี่ยงด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวผู้บริหารมีความเห็นว่าเป็นความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการทำงานในอนาคต จึงมีการกำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยง/ มาตรการรองรับความเสี่ยง ดังนี้

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อการทำงาน	มาตรการรองรับ
<p>ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี:</p> <p>การโจมตีทางไซเบอร์และการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล จากการพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้นในกระบวนการธุรกิจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> การเกิดเหตุการณ์ระบบงานล้มหรือข้อมูลรั่วไหลที่อาจกระทบต่อชื่อเสียงองค์กร ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย และความเสียหายด้านการเงินที่เกิดจากการเยียวยาต่อผู้ได้รับผลกระทบ ความสามารถในการแข่งขันด้านเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> การตรวจสอบความปลอดภัยและประสิทธิภาพการใช้งานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยคุกคามทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้แก่พนักงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง จัดตั้งทีมงานในการพัฒนากระบวนการเทคโนโลยี หรือเครื่องมือใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขัน
<p>ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ/มหันตภัย:</p> <p>การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีความถี่และความรุนแรงมากขึ้น เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง และพายุ เป็นต้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> การเกิดสินไหมขนาดใหญ่ และอาจทำให้ Loss Ratio สูงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ ต้นทุนค่าเบี้ยประกันภัยต่อที่เพิ่มสูงขึ้น ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจของสาขาในพื้นที่เสี่ยงภัย 	<ul style="list-style-type: none"> การทบทวนความเหมาะสมของแนวทางการรับประกันภัย (Underwriting Guideline) เช่น การกำหนดขีดจำกัดของความเสี่ยงภัยในแต่ละพื้นที่ การกระจายพอร์ตการรับประกันภัย เป็นต้น การจัดซื้อความเสียหายส่วนเกิน (Excess of Loss: XoL) จากบริษัทประกันภัยต่อ การจัดทำ/ ทบทวนแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งรวมถึงกรณีเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ

ความเสี่ยง	ผลกระทบต่อการทำงาน	มาตรการรองรับ
<p>ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ:</p> <p>การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัย อาจสร้างความท้าทายใหม่ๆ ให้กับธุรกิจในการปฏิบัติตามและปรับตัว</p>	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อบังคับใหม่ๆ จากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานกำกับไม่ครบถ้วน การถูกปรับจากหน่วยงานรัฐหรือหน่วยงานกำกับที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมอบหมายให้ฝ่ายกำกับและส่งเสริมบริษัทภายนอกเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายหรือข้อบังคับใหม่ๆ เพื่อจัดทำมาตรการจัดการความเสี่ยงได้อย่างทันท่วงที การเข้าร่วมกับหน่วยงานภายนอก เช่น สมาคมประกันวินาศภัยไทย เพื่อรับฟังความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อบังคับฯ
<p>ความเสี่ยงด้านประชากรศาสตร์:</p> <p>โครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป จากอัตราการเกิดที่น้อยลง อัตราการเสียชีวิตที่เพิ่มมากขึ้น และอัตราการมีชีวิตรอดอยู่ของกลุ่มผู้สูงอายุที่ยาวนานขึ้น อีกทั้งการย้ายถิ่นฐานเข้ามาในเมืองใหญ่ด้วยหลายสาเหตุ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนค่าสินไหมทดแทนเพิ่มขึ้นจากค่ารักษาพยาบาลที่เพิ่มสูงขึ้น การกำหนดเบี้ยประกันภัย และ/หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ไม่เหมาะสมจากการขาดสถิติที่แม่นยำในกลุ่มดังกล่าว 	<ul style="list-style-type: none"> การพิจารณากำหนดอัตราเบี้ยประกันที่เหมาะสมกับโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป การออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มประชากรเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

ในส่วนแนวทางการบริหารจัดการ บริษัทผนวกผลการวิเคราะห์เข้ากับการตัดสินใจด้านธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ การกำหนด Risk Appetite, Risk Tolerance, Risk Limit และ KRIs สำหรับของความเสี่ยงของการปรับนโยบายรับประกันภัย (เช่น เงื่อนไข/ ข้อยกเว้น/ ขีดจำกัดความคุ้มครองในพื้นที่เสี่ยง) การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับความเสี่ยง (risk-based pricing) การบริหารการกระจุกตัวของพอร์ต และการวางโครงสร้างประกันภัยต่อเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบสูง พร้อมทั้งมีการติดตามและรายงานต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวคิดการเปิดเผยข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมความโปร่งใสและการกำกับดูแลที่ดี

4. ผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยง

(1) ผลการดำเนินงานด้านความเสี่ยงมหันตภัยและสภาพภูมิอากาศ (Climate & Catastrophe Risk)

ที่ผ่านมามีบริษัทเผชิญเหตุการณ์ภัยธรรมชาติหลายรูปแบบ ซึ่งสะท้อนแนวโน้มความไม่แน่นอนที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ส่งผลให้เกิดสภาพอากาศสุดขั้ว (Extreme Weather) และภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Natural Catastrophes) ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งบริหารความเสี่ยงในเชิง “ป้องกันการสะสมภัย” และ “รักษาความสามารถในการจ่ายสินไหม” เป็นลำดับแรก ผ่านการบริหารความเสี่ยงของพอร์ตการรับประกันภัย โดยมีการพิจารณารับประกันภัยที่เหมาะสมและการถ่ายโอนความเสี่ยงผ่านการประกันภัยต่อ ทำให้ความผันผวนของค่าสินไหมโดยรวมยังคงอยู่ในกรอบที่บริษัทกำหนด และไม่กระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินในภาพรวม

สำหรับการบริหารความเสี่ยงด้านการประกันภัย บริษัทพัฒนาการใช้ข้อมูลเชิงพื้นที่และประวัติภัยพิบัติระดับพื้นที่ให้เป็นฐานประกอบการตัดสินใจในขั้นต้นรับประกันภัย โดยเฉพาะการพิจารณาระดับความเสี่ยงของพื้นที่ การกำหนดขีดจำกัดความคุ้มครอง และการควบคุมการรับประกันภัยในพื้นที่เปราะบาง ตามแนวทางการรับประกันภัยของบริษัท (Underwriting Guideline) เพื่อให้การกระจุกตัวของพอร์ตการรับประกันภัยไม่เกินขีดจำกัดความเสี่ยงที่บริษัทกำหนดไว้ (Risk Limit) นอกจากนี้

บริษัทยังพิจารณาถึงความเสี่ยงด้านมหันตภัย โดยมีการจัดทำ Catastrophe Stress Testing เพื่อประเมินผลกระทบต่อค่าสินไหมและเงินกองทุนในสถานการณ์รุนแรง ควบคู่ไปกับการกำหนดแผนธุรกิจ การพิจารณาประกันภัยต่อ รวมไปถึงการลดความเสี่ยงจากเหตุการณ์ที่มีผลกระทบสูง (tail risk) และเพิ่มความยืดหยุ่นในการรองรับเหตุการณ์มหันตภัย

นอกจากนี้ บริษัทมีการจัดทำและทบทวนแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกรณีฉุกเฉิน ทั้งกรณี มหันตภัย โรคระบาด หรือเหตุการณ์ขนาดใหญ่ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยมีการทดสอบเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะสามารถปฏิบัติได้ ตามแผนที่กำหนดไว้ได้อย่างครบถ้วน

(2) ผลการดำเนินงานด้านกรีนการ Climate Risk เข้าสู่ธุรกิจประกับ

บริษัทนำการบริหารความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากระดับนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง โดยบูรณาการเข้ากับ จุดตัดสินใจหลัก 3 ด้านของธุรกิจประกันภัย ได้แก่ การกำหนดราคา การคัดกรองความเสี่ยง และการบริหารโครงสร้างพอร์ต ประกันภัย

ในด้านการกำหนดราคา บริษัทเริ่มทบทวนสมมติฐานการตั้งเบี้ยประกันสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความอ่อนไหวต่อภัยธรรมชาติ เพื่อให้เบี้ยประกันสะท้อนระดับความเสี่ยงที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้เหมาะสม ลดความเสี่ยงจากการตั้งเบี้ยต่ำกว่าความเสี่ยงที่แท้จริง และช่วยลดความผันผวนของผลการดำเนินงานในระยะยาว

ในด้านการรับประกันภัย บริษัทกำหนดแนวทางการรับประกันภัยของบริษัท (Underwriting Guideline) โดยใช้ฐานข้อมูลพื้นที่เสี่ยงภัยเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของที่รับประกันภัยอย่างเป็นระบบ โดยไม่พึ่งพาเฉพาะประสบการณ์หรือข้อมูลอดีตเพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกัน ในระดับพอร์ต บริษัทใช้ผลการวิเคราะห์เพื่อปรับสมดุลของการรับความเสี่ยงระหว่างพื้นที่และประเภทภัย ลดความเสี่ยงจาก risk accumulation และเพิ่มเสถียรภาพของผลการดำเนินงาน ทำให้การเติบโตของธุรกิจไม่เพิ่มความเปราะบางของงบดุล

การจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

การประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและแนวทางการบริหารความเสี่ยง

ประเภทความเสี่ยง	ผลกระทบ	มาตรการรองรับ
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	<ul style="list-style-type: none"> การเกิดสินไหมขนาดใหญ่จากกรณีธรรม์ประกันภัยของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> พิจารณาการทำประกันภัยต่อให้เหมาะสมเพื่อให้สามารถรองรับความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ)	<ul style="list-style-type: none"> การเกิดเหตุการณ์วิกฤติส่งผลให้พนักงานไม่สามารถเดินทางเข้ามาทำงานที่สำนักงานได้หรือการดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก 	<ul style="list-style-type: none"> มีแผน BCP รองรับกรณีที่เกิดเหตุการณ์วิกฤติรวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยการทำงานที่สถานที่สำรองหรือ Work from Home เป็นต้น

ประเภทความเสี่ยง	ผลกระทบ	มาตรการรองรับ
ความเสี่ยงด้านมหันตภัย (ความเสี่ยงที่กระทบด้านการเงิน)	<ul style="list-style-type: none"> การเกิดสินไหมขนาดใหญ่จากลูกค้าที่ทำประกันภัย 	<ul style="list-style-type: none"> มีการทำการทดสอบสถานะของบริษัทภายใต้สถานการณ์ความเสี่ยงจำลอง (Stress Test) ใช้สถานการณ์เกี่ยวกับภัยธรรมชาติ (อุทกภัย แผ่นดินไหว) โดยใช้ข้อมูลการรับประกันภัยของบริษัทที่ความเชื่อมั่น 99.5% หรือโอกาสเกิด 1 ใน 200 ปี การทำประกันภัยต่อ ที่เหมาะสมกับ Risk Appetite ของบริษัท
ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ)	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการตามกฎระเบียบหรือข้อบังคับต่างๆ ไม่ทันตามกำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมีหน่วยงานกำกับและส่งเสริมบรรษัทภิบาลเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามข่าวสารเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับใหม่ๆ เพื่อที่จะสามารถจัดทำมาตรการจัดการความเสี่ยงตามแต่ละสถานการณ์ได้อย่างทันที่
ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง	<ul style="list-style-type: none"> การจ่ายเงินใหม่จำนวนมากอาจกระทบต่อสภาพคล่องของบริษัท (กระแสเงินสด รับ-จ่าย) 	<ul style="list-style-type: none"> อ้างอิงการทำ Stress Test บริษัทได้จำลอง/ค่านิ่ง การทดสอบความเพียงพอของกระแสเงินสดรับจ่ายในเหตุการณ์มหันตภัย

(3) ผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Due Diligence: HRDD)

บริษัทบริหารความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน โดยเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารคุณภาพบริการและความน่าเชื่อถือขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับประเด็นหลัก ได้แก่ “การปฏิบัติต่อพนักงาน ลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม” และ “การกำกับดูแล คู่ค้าในห่วงโซ่คุณค่า” สำหรับการดำเนินการภายในองค์กร บริษัทสื่อสารและส่งเสริมการสร้างตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชน ผ่านการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อเน้นย้ำหลักความเท่าเทียม การไม่เลือกปฏิบัติ และสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ซึ่งเชื่อมโยงกับความสามารถในการรักษาบุคลากรและคุณภาพการให้บริการ

บริษัทผนวกการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเข้าในกระบวนการคัดเลือกและติดตามคู่ค้าสำคัญ เช่น คู่ซ่อมรด ผู้ประเมิน ความเสียหาย และผู้ให้บริการเคลม และในปี 2568 ได้เพิ่มขอบเขตของผู้ประเมินฯ ให้ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทน/นายหน้า ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย รวมถึงผู้ให้บริการต่างๆ เช่น Vendor/ Outsource ที่ปรึกษา และงานบริการด้านต่างๆ โดยเน้นประเด็นแรงงานและความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อทั้งประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับและความเสี่ยงด้านชื่อเสียง นอกจากนี้ บริษัทพัฒนาคลังโรงเรียนให้เข้าถึงง่าย โปร่งใส และคุ้มครองผู้ร้องเรียน พร้อมทั้งมีมาตรการเยียวยารองรับแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบ เพื่อให้การจัดการข้อกังวลเกิดขึ้นได้จริง โดยสามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบจากการละเมิดสิทธิเชิงระบบ โดยในปี 2568 บริษัทไม่พบกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่มีนัยสำคัญในกิจกรรมหลัก และข้อร้องเรียนที่ได้รับได้รับการตรวจสอบและจัดการตามกระบวนการ

(4) ผลการดำเนินงานด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน (Anti-corruption)

บริษัทดำเนินมาตรการต่อต้านคอร์รัปชันในฐานะ “ความเสี่ยงเชิงธรรมาภิบาลที่กระทบธุรกิจโดยตรง” เนื่องจากการทุจริตสามารถสร้างความเสียหายทั้งด้านการเงิน ความเป็นธรรมต่อผู้เอาประกันภัย และความเชื่อมั่นของสาธารณะ บริษัทจึงมุ่งลดความเสี่ยงในกระบวนการที่มีความอ่อนไหวต่อการใช้ดุลยพินิจ ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้าง การแต่งตั้งผู้ให้บริการ การประเมินความเสียหาย และการจ่ายค่าสินไหม ผ่านการยกระดับการควบคุมภายใน การกำกับดูแลคู่ค้า และการตรวจสอบย้อนกลับของธุรกรรมที่เกี่ยวข้อง การดำรงสถานะการรับรอง CAC อย่างต่อเนื่องสะท้อนความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจโปร่งใส ขณะเดียวกัน บริษัทจัดอบรมพนักงานด้านจริยธรรมธุรกิจและการต่อต้านคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ และปรับปรุงช่องทางแจ้งเบาะแสให้ปลอดภัยและเป็นธรรม เพื่อให้สามารถตรวจพบ—ตอบสนองต่อความเสี่ยงได้ทันที่และตรวจสอบได้

(5) ผลลัพธ์เชิงคุณค่าที่เกิดจากการบริหารความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างรอบด้านเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับบริษัทและสร้างคุณค่าที่จับต้องได้ต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยช่วยให้องค์กรมองเห็นความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ การดำเนินงาน ฐานะการเงิน รวมถึงความเสี่ยงด้านต่างๆ เช่น ความเสี่ยงมหันตภัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจประกันภัยอย่างมีนัยสำคัญ การจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบทำให้บริษัทสามารถลดความผันผวนของผลประกอบการ รักษาความสามารถในการรับประกันภัยอย่างมีเสถียรภาพ และคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้เอาประกันภัยได้ดียิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยยกระดับความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน และหน่วยงานกำกับดูแลว่าบริษัทมีความพร้อมในการรับมือเหตุการณ์ไม่คาดคิดและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงในระยะยาว สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

ในมุมมองของนักลงทุนและหน่วยงานกำกับดูแล บริษัทสามารถสะท้อนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โปร่งใส และเชื่อมโยงกับความมั่นคงเงินกองทุน ซึ่งช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นต่อเสถียรภาพและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาวขององค์กร และในมิติของสังคม การบริหารความเสี่ยงมหันตภัยที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูหลังภัยพิบัติ ลดผลกระทบทางเศรษฐกิจและลดภาระภาครัฐในการช่วยเหลือผู้ประสบภัย โดยตลอดปี 2568 บริษัทมีอัตราส่วนเงินกองทุน (Capital Adequacy Ratio: CAR) สูงกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้และเกณฑ์ที่สำนักงาน คปภ. กำหนดไว้ กล่าวคือ บริษัทมีเงินกองทุนที่สามารถนำมาใช้ได้ (Total Capital Available: TCA) เพียงพอต่อเงินกองทุนที่ต้องดำรงตามกฎหมาย (ความเสี่ยง) (Total Capital Require: TCR)

(6) กิจกรรม/โครงการสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

บริษัทดำเนินการเสริมสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานประจำวัน โดยมุ่งให้บุคลากรทุกระดับเข้าใจและนำกรอบการบริหารความเสี่ยงไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate & Catastrophe Risk) สิทธิมนุษยชน (HRDD) และการต่อต้านคอร์รัปชัน

บริษัทมีการจัดอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงให้แก่ผู้บริหารระดับสูงและพนักงานใหม่ทุกระดับชั้น โดยในปี 2568 มีผู้เข้าร่วมอบรมรวมทั้งสิ้น 176 คน ประกอบด้วยพนักงาน 167 คน และผู้บริหารทุกระดับ 9 คน พร้อมทั้งมีการสื่อสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยง ทั้งในรูปแบบการสื่อสารจากผู้บริหารสู่พนักงาน (Top-down) และจากพนักงานสู่ผู้บริหาร (Bottom-up) ควบคู่ไปกับการทดสอบแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) และการบริหารภาวะวิกฤต เพื่อสร้างความพร้อมให้กับพนักงานในการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและเพื่อให้บริษัทสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องในช่วงภัยพิบัติ

ด้านสิทธิมนุษยชน บริษัทสื่อสารหลักสิทธิมนุษยชนให้พนักงานและคู่ค้า โดยเน้นมาตรฐานแรงงาน ความปลอดภัย และกลไกร้องเรียนที่โปร่งใสและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

ด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน บริษัทสื่อสารความรู้ด้านจริยธรรมทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เสริมระบบควบคุมภายในในกระบวนการจัดซื้อ การประเมินความเสียหาย และการจ่ายสินไหม พร้อมยกระดับช่องทางแจ้งเบาะแสให้ปลอดภัยและตรวจสอบได้

โดยรวม กิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้บริษัทมีวัฒนธรรมความเสี่ยงที่เข้มแข็ง สนับสนุนการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างรอบคอบ และเพิ่มความพร้อมขององค์กรต่อความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในปี 2568

(7) แนวทางยกระดับผลการดำเนินงานในปีถัดไป

ในปีถัดไป บริษัทมุ่งยกระดับแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนอย่างรอบด้านและเป็นระบบ เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของบริษัท โดยให้ความสำคัญกับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ควบคู่กับการพัฒนาความสามารถในการปรับตัวขององค์กรท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยมุ่งหวังให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายภายใต้กรอบการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อเสริมความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว



ยิ้มได้ 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

Call Center 1484