

เพื่อชีวิตและสังคม ดีขึ้นในทุกวัน

Empathy for Every Well-being



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



Contents

สารบัญ



รายงานการพัฒนายั่งยืน ปี 2566
บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
Sustainability Report 2023
Muang Thai Insurance Public Company Limited

002 สารจากประธานกรรมการ
Message from Chairman

004 สารจากกรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
Message from President and Chief Executive Officer

007 เมืองไทยประกันภัยกับความยั่งยืน
Muang Thai Insurance and Sustainability

026 สิ่งแวดล้อม
Environmental

008 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน
Policy and goal of sustainability management

010 เป้าหมายและผลการดำเนินการจัดการด้านความยั่งยืน
ระดับองค์กร ปี 2566
Corporate Sustainability Management Goals
and Results of 2023

012 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า
ของธุรกิจ
Management of stakeholder impacts
in the business value chain

016 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
Analysis of stakeholders in the business value
chain

021 การกำหนดประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน
ของธุรกิจ
Determining the Material Topics on Sustainability

024 ขอบเขตการรายงานผลกระทบของประเด็นด้าน
ความยั่งยืน ปี 2566 และกรอบแนวทางด้านความยั่งยืน
The scope of reporting on the sustainability
impact for 2023 and sustainability framework

027 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม
Environmental policy and practice

029 เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
ในปี 2566
Goal of environmental management
and result for 2023

030 การลดใช้พลังงาน
Reduction in energy consumption

036 การจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
Environmentally conscious procurement

037 สังคม
Social

070 บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ
Governance and Economic

038 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม
Social policy and practice

039 เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2566
Goal of social management and result for 2023

040 สวัสดิการที่เป็นธรรม
Fair welfare

044 การทำงานและการใช้ชีวิตที่สมดุล
Work- life balance

052 การให้ความรู้ด้านการประกันภัย
Insurance knowledge training

056 สินค้าและบริการเพื่อความยั่งยืน
Products and services for sustainability

071 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ
Policy and Guideline on Governance and Economic
Dimension

072 เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาล
และเศรษฐกิจ ในปี 2566
Goal of governance and economic management
and result for 2023

073 การแข่งขันอย่างโปร่งใส
Transparent Competition

074 Data Governance

078 การบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ
Systematic handling of complaints

081 GRI Content Index

สารจาก ประธานกรรมการ

Message from the Chairman

นายโพธิพงษ์ ลำซำ
Mr. Photipong Lamsam



ปี 2567 หรือปีมะโรง คนไทยส่วนใหญ่เชื่อว่าเป็นปีของ “งูใหญ่” ส่วนคนจีนมักจะเรียกกันว่า “ปีมังกร” ในทางโหราศาสตร์จีน เชื่อกันว่า มังกร คือสัญลักษณ์ของอำนาจ เกียรติยศ โชค และความสำเร็จ ดังนั้น ปีมะโรง 2567 จึงเป็นปีสำหรับการเริ่มต้น พื้นฟู และสร้างรากฐานความสำเร็จ

เช่นเดียวกับภาคเศรษฐกิจไทยในปีมังกร ซึ่งคาดว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยจะพลิกฟื้นดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา จากปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะนโยบายใหม่จากภาครัฐบาล ที่จะมีส่วนช่วยกระตุ้น การเติบโตของเศรษฐกิจ เหล่านี้ล้วนสะท้อนมาสู่การเติบโตของภาคอุตสาหกรรมประกันภัย ซึ่งหลายคนคาดการณ์กันว่า ปี 2567 นี้ อาจจะเป็นปีทองของธุรกิจประกันภัย อันเกิดจากแรงหนุนหลัก ได้แก่ การเติบโตของธุรกิจรถยนต์ โดยเฉพาะรถยนต์ ไฟฟ้าหรือรถอีวี การเติบโตของตลาดประกันสุขภาพ จากการที่ผู้คนหันมาให้ความสำคัญและตัดสินใจซื้อประกันภัยกันมากขึ้น รวมไปถึง ประกันการเดินทาง ที่มาพร้อมมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวไทย ของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

อย่างไรก็ตาม ประเด็นหนึ่ง ที่ทุกคนควรให้ความสำคัญคู่ขนานไปกับการสร้างความเติบโตและยอดขายให้แก่องค์กร ก็คือ การสร้างความยั่งยืน หรือ Sustainability อันเป็นแนวโน้มที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ และเป็นแนวทางที่ภาคธุรกิจของประเทศไทยจำเป็นต้องปฏิบัติตาม ซึ่งภาคธุรกิจประกันภัยเอง ก็ได้มีการประกาศหลักการประกันภัยที่ยั่งยืน หรือ The Principles for Sustainable Insurance ในเวทีประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน เมื่อปี 2555 เพื่อให้อุตสาหกรรมประกันภัย มีความพร้อมที่จะรองรับกับโอกาสและความเสี่ยงด้าน ESG หรือ Environmental, Social และ Governance

ธุรกิจจะยั่งยืนได้ สังคมรอบข้างต้องเติบโตตามไปด้วย ดังนั้น ความสำเร็จของการรักษาสมดุล ระหว่างการสร้างกำไรในเชิงพาณิชย์ และการสร้างกำไรในเชิงคุณค่าทางใจ จึงควรก้าวเดินไปด้วยกัน ขอให้ทุกท่านโชคดีในปีมังกรนี้... ขอขอบคุณครับ

(นายโพธิพงษ์ ลำซำ)
ประธานกรรมการ

In 2024, also known as the Year of the Dragon, there is a cultural distinction in beliefs between the Thai and Chinese communities. While many Thai individuals perceive it as the “Great Snake” year, the Chinese commonly refer to it as the “Year of the Dragon.” According to Chinese astrology, the dragon is emblematic of power, honor, luck, and success. Consequently, the Year of the Dragon in 2024 is deemed opportune for initiating, revitalizing, and constructing upon the foundation of success.

In the Year of the Dragon, much like the promising trajectory of the Thai economy, anticipations for growth are on the rise, driven by a number of factors especially new policies from the government that will contribute to the growth of economy. This positive momentum will reflect in the growth of the insurance industry. The year 2024 is prognosticated point towards a golden era for the insurance business, spurred by key drivers, including the growth of the automotive sector, particularly in electric vehicles (EVs), the growth of the health insurance market driven by a heightened awareness and increasing decisions among individuals to secure insurance coverage, as well as travel insurance with incentives to stimulate Thai and foreign tourists.

Nevertheless, one crucial aspect that everyone should give equal importance to in fostering organizational growth and sales is sustainability. This global trend has garnered widespread focus and is an approach that Thailand's business sector should adopt. The insurance sector has taken a proactive stance by announcing the Principles for Sustainable Insurance during the United Nations Conference on Sustainable Development in 2012. This strategic move aims to equip the insurance industry to adeptly navigate Environmental, Social, and Governance (ESG) opportunities and risks.

Sustainability is not only confined to the business sector, but also it necessitates synchronous growth within the surrounding society. Thus, the crucial task to uphold balance between the commercial profit and the profit rooted in sentimental value. Wishing all of you prosperity and success in this auspicious year of the Dragon... Thank you.

(Mr. Photipong Lamsam)
Chairman

สารกรรมการผู้จัดการ และประธาน เจ้าหน้าที่บริหาร

Message from
President and Chief
Executive Officer

นางนวลพรรณ ล่ำซำ
Mrs. Nualphan Lamsam



ช่วงปีที่ผ่านมา นับเป็นก้าวที่พวกเราทุกคน ในทุก ๆ อุตสาหกรรม เริ่มฟื้นตัวได้จากการคลี่คลายของสถานการณ์โควิด และมาตรการบรรเทาผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจของภาครัฐ ที่สำคัญ ปีที่ผ่านมา คำว่า “ยั่งยืน” ถูกพูดถึงมากขึ้น ในทุกแวดวงอุตสาหกรรม

เมืองไทยประกันภัย เป็นธุรกิจประกันวินาศภัย ที่เติบโตเคียงคู่สังคมไทยมายาวนานกว่า 90 ปี และเป็น 90 ปี ที่เรากลุ่มมีใจเสมอว่า เราเป็นธุรกิจที่ได้มีส่วนช่วยเหลือเยียวยาผู้คนเมื่อยามเกิดภัย ตามสโลแกนที่เราได้ตั้งไว้ “ยิ้มได้ เมื่อภัยมา” นอกจากความรับผิดชอบต่อลูกค้า คู่ค้า และพันธมิตรอย่างจริงจัง บริษัทฯ

Over the past year, we collectively embarked on a journey to rebound from the challenges posed by the unraveling of the Covid-19 crisis and the implementation of various governmental economic mitigation measures across industries. Throughout this period, the term “sustainable” gained increasing prominence in discussions across all sectors.

Muang Thai Insurance stands as a non-life insurance enterprise that has been growing alongside our Thai society for over 90 years. Throughout this extensive journey, we have always been proud

ยังมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อช่วยเหลือคนไทยในทุกมิติ เพื่อร่วมสร้างรอยยิ้มให้แก่ชุมชน และสังคมโดยรอบ เพราะเรามีความเชื่อมั่นว่า “ธุรกิจจะเติบโตได้ สังคมรอบข้างต้องเข้มแข็ง มีคุณภาพ และก้าวไปพร้อมกับเรา” ธุรกิจในปัจจุบันนี้ เราไม่สามารถเติบโตได้ด้วยกำลังขององค์กรแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่เราต้องสร้างพันธมิตร และต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นระหว่างเรา พันมิตร และสังคมรอบข้าง นั่นคือแนวทางของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ด้วยหลักเกณฑ์ ESG (Environmental, Social, Governance) ซึ่งเป็นทิศทางที่เมืองไทยประกันภัย กำลังมุ่งพัฒนาและผลักดันให้เกิดขึ้นในทุกมิติขององค์กร

ในปี 2567 นี้ เมืองไทยประกันภัย ตั้งเป้าหมายที่จะเสริมสร้างความเชื่อมั่น ให้ลูกค้า คู่ค้า และพันธมิตรทุกท่าน ได้มั่นใจว่าเราเป็นองค์กรธุรกิจ ที่ให้ความสำคัญและใส่ใจทั้งในเรื่องของสิ่งแวดล้อม สังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ

เรามีการส่งเสริมความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านการประกันภัย ให้แก่พนักงานทุกระดับในองค์กร และปลูกฝังความมีใจอาสาให้แก่พนักงาน เพื่อให้พร้อมดูแลช่วยเหลือสังคม เรายังมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ประชาชนทุกคนอย่างทั่วถึง พร้อมเน้นหลักจริยธรรมในหัวใจของการทำงาน ตลอดจนมุ่งพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่เป็นมิตรและส่งผลกระทบท่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

เมืองไทยประกันภัย เราพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการดูแลด้วยความรับผิดชอบ และสร้างสังคมให้ดีขึ้น เพื่อให้ทุกคนมีความมั่นใจและอุ่นใจในทุก ๆ วัน และเพื่อให้ทุกคน... “ยิ้มได้ เมื่อภัยมา”

of our role as a support and aid for individuals when disaster strikes, according to the slogan “Face Crisis with a Smile.” In addition to sincere responsibility to customers, partners and allies, the Company also operates social activities to help Thai people in all dimensions to create smiles for the community and the surrounding society. We firmly believe that for business to thrive, the surrounding society must be robust, of high quality, and progress alongside us. In today's dynamic landscape, organizational growth is intricately linked to the cultivation of alliances and the creation of shared value among us, our partners, and the society. That is the approach to sustainable business operations with ESG principle (Environmental, Social, Governance) which is the direction that Muang Thai Insurance is steadfastly moving towards a future where these principles are woven into every dimension of the organization.

In 2024, Muang Thai Insurance aims to bolster the confidence of our valued customers, partners, and allies, solidifying our identity as a business deeply committed to environmental stewardship, societal well-being, and specially business governance.

We prioritize the enhancement of knowledge and expertise to employees at all levels in the organization, ensuring that our employees are equipped with the necessary insights to provide exceptional service. Concurrently, we have been fostering a culture of volunteerism among them. Besides, we strive to develop insurance products designed to afford comprehensive protection to everyone, underpinned by a focus on ethical principles embedded in every facet of our work. At the same time, we aim to develop our system that is not only efficient but also environmentally conscious.

At Muang Thai Insurance, we stand ready to be part of responsible care and create a better society for everyone. Our aim is to instill confidence and peace of mind every day, ensuring that everyone will be able to “Face Crisis with a Smile.”

(นางนวลพรรณ ล่ำซำ)

กรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

(Mrs. Nualphan Lamsam)

President and Chief Executive Officer

Muang Thai Insurance

and Sustainability

เมืองไทยประกันภัย
กับความยั่งยืน



นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

Policy and goal of sustainability management

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Corporate Social Responsibility for Sustainability) และได้มีการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง รูปแบบการดำเนินกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับภาวะการณของสังคมไทยในปัจจุบัน เพื่อสร้างสังคมที่มีรอยยิ้มและความสุข ผ่านกิจกรรม CSR ต่าง ๆ อย่างหลากหลาย รวมทั้งการดำเนินงานในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมพัฒนาองค์กรให้เติบโตสู่ความยั่งยืน ตามหลัก ESG ได้แก่ มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มิติด้านสังคม (Social) และมิติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance and Economic) รวมทั้งตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) พร้อมกันมุ่งมั่นสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งลูกค้า คู่ค้า ตัวแทน พันธมิตรทางธุรกิจ พนักงาน และประชาชนโดยทั่วไป รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน ESG ภายใต้วัตถุประสงค์ **Empathy for every well-being** คือเราจะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมชีวิต และสังคมให้ดีขึ้นในทุก ๆ วัน โดยคณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนทุกปี เพื่อปรับให้สอดคล้องกับสภาพการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม

บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน ESG ภายใต้วัตถุประสงค์ Empathy for every well-being

Muang Thai Insurance Public Company Limited is dedicated to fostering corporate social responsibility (CSR) activities alongside its business endeavors, guided by a comprehensive Corporate Social Responsibility for Sustainability Policy. The Company has proactively adapted and refined its operational approach in alignment with the evolving dynamics of Thai society. Our goal is to contribute to the creation of a joyful and prosperous community through a diverse array of CSR activities, complemented by strategic efforts in related operational domains. The Company aims for business sustainable growth aligned with ESG principles (environmental, social, and governance & economic), responding to the Sustainable Development Goals (SDGs) while actively engaging all stakeholders including customers, partners, representatives, business allies, employees, and the public.

In addition, The Company has set a goal to drive ESG operations under the **“Empathy for every well-being”** objective. We will focus on developing products and services that enrich the life and society in every day. The Board of Directors has conducted an annual review of ESG policy to align with evolving business conditions.

The Company has set a goal to drive ESG operations under the “Empathy for every well-being” objective

ในปี 2566 บริษัทฯ คงดำเนินการตามนโยบาย กรอบการบริหารจัดการและแผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสนับสนุนต่อการบรรลุเป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจปี 2566-2568 ของบริษัทฯ ในการดำเนินงานตามนโยบายและกรอบการบริหารจัดการความยั่งยืน บริษัทฯ จะกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงาน เพื่อเป็นข้อมูลในการติดตามและพัฒนาผลการดำเนินงานต่อไป

นโยบายด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล และได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (ESG Committee) เพื่อร่วมบริหารจัดการด้านความยั่งยืนขององค์กรในทุกมิติ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล ตลอดจนเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับต่อการดำเนินนโยบาย ซึ่งผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และมีการประกาศเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2565

เป้าหมายการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนขององค์กร มุ่งมั่นดำเนินการในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล ด้วยการพิจารณาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์ของประเทศไทยและของโลกได้อย่างมีภูมิคุ้มกัน และสามารถตอบกลับต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยได้มีการแต่งตั้งคณะทำงาน ESG เป็นคณะย่อย 3 คณะ เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวประกอบด้วย

- **คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม** เป้าหมายการดำเนินงานเพื่อสร้างความรู้ ความตระหนัก และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- **คณะทำงานด้านสังคม** เป้าหมายการดำเนินงานเพื่อการดูแลและพัฒนาภายในองค์กร และร่วมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบด้าน
- **คณะทำงานด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ** เป้าหมายการดำเนินงานเพื่อกำกับและดูแลการบริหารจัดการที่ดี ตลอดจนการสนับสนุนด้านการลงทุนและเศรษฐกิจเพื่อความยั่งยืน

In 2023, the Company continued to operate in line with its ESG policy, management frameworks, and strategies consistently from the year before. These support the achievement of the Company's goals and business strategies for 2023-2025. In implementing the ESG policy and framework, the Company will set goals and indicators to assess the effectiveness of its operations. This information will be used for monitoring and further development of business operations. The ESG policy is available on the Company's website at www.muangthaiinsurance.com under the heading ‘Sustainability Development’.

Sustainability Policy

The Company has established the Environmental, Social and Governance (ESG) policy and formed an ESG Committee to oversee the organization's sustainability across all dimensions, including economic, social, environmental, and governance. This committee is tasked with promoting employee engagement at all levels in implementing the ESG policy, as approved by the Board of Directors on 2 August 2022.

The goal of sustainability management encompasses economic, social, environmental, and governance dimension, accounting for both internal and external factors of change. This ensures the Company's resilience in navigating various scenarios within Thailand and globally, while meeting the expectations of all stakeholders. To streamline operations, the ESG Committee has been divided into three working teams, which include:

- **The environmental working team:** aims to raise awareness and reduce the impact on the environment.
- **The Social working team:** aims for organization supervision and development and to support corporate social responsibility (CSR) activities both inside and outside the organization.
- **The governance and economic working team:** sets operational targets complying with good governance and sound management, as well as investment and economic support for sustainability.

เป้าหมายและผลการดำเนินการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร ปี 2566

ESG	ประเด็น	เป้าหมายปี 2566–2568	ผลการดำเนินงานปี 2566
สิ่งแวดล้อม	การจัดการพลังงาน	ลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าของสำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขา ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	2,772,593 กิโลวัตต์ คิดเป็น 2,062.94 กิโลวัตต์ต่อคน ลดลงร้อยละ 0.03 จากปี 2565
		ลดค่าใช้จ่ายค่าน้ำประปาของสำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขา ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	11,831 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็น 8.78 ลูกบาศก์เมตรต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.23 จากปี 2565
	การจัดการสภาพภูมิอากาศ	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	ขอบเขตที่ 1 544.37 tCO2e ขอบเขตที่ 2 1,379.54 tCO2e ขอบเขตที่ 3 224.98 tCO2e
	การจัดการขยะ	มีการจัดการขยะสู่การรีไซเคิล ไม่น้อยกว่า 500 กิโลกรัม ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	นำขยะรีไซเคิลสู่การจัดการรวม 6,128.71 กิโลกรัม ได้แก่ <ul style="list-style-type: none">จัดการกระดาษ โดยบริษัททำลายข้อมูลกระดาษ จำนวน 6,093 กิโลกรัมจัดการขยะรีไซเคิล (ไม่รวมกระดาษ) จำนวน 35.71 กิโลกรัม
สังคม	การเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	ข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน เป็นศูนย์	0 ราย
	การดูแลและพัฒนาบุคลากร	Engagement Score 70%	76%
		ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงานเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อคนต่อปี	เฉลี่ย 11 ชั่วโมงต่อคนต่อปี (ปี 2565 เฉลี่ย 13 ชั่วโมงต่อคนต่อปี)
	ความปลอดภัย อาชีวอนามัย	อัตราการเกิดอุบัติเหตุ จากการดำเนินงานของพนักงาน เป็นศูนย์	0 ราย
	การบริการ	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ อย่างน้อย 80%	96.07%
	กิจกรรมเพื่อสังคม	ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ที่ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	<ul style="list-style-type: none">พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม ด้านความยั่งยืน 100 คนมีผู้รับประโยชน์ในกิจกรรมความยั่งยืน 1,000 คนมีพันธมิตรร่วมดำเนินงาน กว่า 5 องค์กร ทั้งภาคประชาสังคม ภาครัฐ และเอกชน

Corporate Sustainability Management Goals and Results of 2023

ESG	Subject	Goals for 2023–2025	Results of 2023
Environmental	Reduction in energy consumption	Reduce the electricity bill of headquarters and branch offices by 5% by 2025, compared to the cost of 2023.	2,772,593 kW or 2,062.94 kW per person, a decrease of 0.03% from 2022.
		Reduce water cost of headquarters and branch offices by 5% by 2025, compared to the cost of 2023.	11,831 cubic meters, or 8.78 cubic meters per person, an increase of 0.23% from 2022.
	Climate management	Reduce greenhouse gas emissions by 5% by 2025, compared to 2023.	Scope 1: 544.37 tCO2e Scope 2: 1,379.54 tCO2e Scope 3: 224.98 tCO2e
	Waste Management	Recycling waste not less than 500 kilograms by 2025, compared to 2023.	A total of 6,128.71 kilograms of recyclable waste was taken into recycle process, including: <ul style="list-style-type: none">Handled by a paper shredding services & document destruction company for 6,093 kilogramsHandled 35.71 kg of recyclable waste (excluding papers)
Social	Respect for human rights and fair treatment of workers	No complaint regarding human rights	No complaints
	Employee caring and development	Engagement Score 70%	76%
		Average training hours of 10 hours per person per year	An average of 11 hours per person per year (In 2022, an average of 13 hours per person per year)
	Occupational safety and health	Employee occupational accident rate is zero	No accident
	Service	Customer satisfaction score at least 80%	96.07%
	CSR activity	Conduct social activities that cover all groups of stakeholders.	<ul style="list-style-type: none">100 employees participated in sustainability activities.1,000 people benefited from sustainability activities.More than 5 partners participated, including civil society, public and private sectors.

ESG	ประเด็น	เป้าหมายปี 2566-2568	ผลการดำเนินงานปี 2566
บริษัทและเศรษฐกิจ	ความปลอดภัยทางด้านข้อมูลและการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล	การประเมินความเสี่ยงพหุของระบบการควบคุมภายใน 100%	100%
		ข้อร้องเรียนเรื่องการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเป็นศูนย์	0 ราย
	บรรษัทภิบาลและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ในระดับดีมาก	ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ในระดับดีเลิศ
		เป็นแนวร่วมภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	ได้รับรองเป็นแนวร่วมภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
		จำนวนกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจเป็นศูนย์	ไม่มีกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ

การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

เมืองไทยประกันภัย ในฐานะบริษัทประกันวินาศภัย เราให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงาน และร่วมพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถดำเนินงานได้อย่างรอบด้าน ควบคู่ไปกับการดูแลคู่ค้าหรือตัวแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้ข้อมูลความรู้ด้านการประกันภัยที่ถูกต้อง สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อความสัมพันธ์ที่มีให้พนักงานและคู่ค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจมีความพร้อมให้การดูแลลูกค้าด้วยบริการที่ดี ด้วยผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมครบทุกด้าน มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงได้ง่าย อาทิ การขายผ่านระบบออนไลน์ ตลอดจนมีช่องทางการชำระเงินที่สะดวกต่อการใช้บริการอย่างเต็มศักยภาพ เพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทให้เกิดขึ้นพร้อมการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจโดยรวม ควบคู่กับการสร้างคุณค่าทางสังคม

Management of stakeholder impacts in the business value chain

Business value chain

As a non-life insurance company, Muang Thai Insurance places great importance on taking care of its employees and developing their potential to be able to operate in all aspects, alongside taking good care of its partners or agents. This includes providing accurate and up-to-date insurance knowledge to ensure that employees, partners, and business allies are prepared to provide customers with excellent service with products that answer to customer needs, is accessible through various distribution channels such as online sales, and provide convenient payment methods to maximize service utilization. This helps drive the company's business growth alongside the overall economic system, while also creating social value.

ESG	Subject	Goals for 2023-2025	Results for 2023
Governance and Economic	Information security and personal information	Assessment of internal control system adequacy is 100%	100%
		No complaint regarding personal information processing	None
	Corporate Governance and Anti-Corruption	The assessment result of Corporate Governance Report for Thai Listed Companies (CGR) is very good.	The assessment result of Corporate Governance Report for Thai Listed Companies (CGR) is excellent
		Member of the Private Sector Collective Action Coalition against Corruption (CAC)	Certified as a member of the Private Sector Collective Action Coalition against Corruption (CAC)
		Number of zero case of the Code of Conduct violation	No violation of the code of conduct

โดยบริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและสร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ เพื่อร่วมสนับสนุนกิจกรรมการหลักทางธุรกิจในการจัดหา คัดค้น พัฒนา ส่งมอบสินค้าและ/หรือการบริการที่ดีของบริษัทให้แก่ลูกค้า อันนำมาซึ่งการเติบโตทางธุรกิจและสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุนและสถาบันการเงิน ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนการเงินแก่บริษัท

นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานของกิจกรรมที่สนับสนุนของบริษัท เช่น การสรรหา การพัฒนา และการรักษาบุคลากร การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน การปกป้องและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้กิจกรรมหลักของบริษัทดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

Furthermore, the company emphasizes in supporting activities such as recruitment, development, and employee retention, information technology management, risk management and internal control, data protection and security, and stakeholder engagement. This ensures the smooth operation of the company's core activities.

กิจกรรมหลัก	การดำเนินงาน	การสร้างคุณค่า	ผู้มีส่วนได้เสีย
1. การออกแบบผลิตภัณฑ์	1. บริษัทกำหนดให้หน่วยงานและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องพิจารณาออกแบบ โดยวิเคราะห์ข้อมูล Research/Trends เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า 2. มีการสำรวจความเสี่ยง และติดตามผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความเสี่ยงที่บริษัทยอมรับได้	1. บริษัทสามารถสร้างความสมดุลระหว่างผลตอบแทนและการบริหารความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม และส่งผลให้มีผลประกอบการที่ดีและยั่งยืน 2. ผลิตภัณฑ์ต้องตอบสนองลูกค้าได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และไม่ขัดกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี	1. ลูกค้า 2. คู่ค้า 3. ผู้ถือหุ้น 4. พนักงาน
2. การขายผลิตภัณฑ์	1. พัฒนาศักยภาพของตัวแทน 2. ปฏิบัติตามจรรยาบรรณมาตรฐานการขายที่ดี 3. ไม่โฆษณาเกินจริง	1. ส่งมอบผลิตภัณฑ์ในราคาที่เหมาะสม	1. ลูกค้า 2. คู่ค้า 3. พนักงาน
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายและการชำระเบี้ยประกัน	1. นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการช่องทางการขาย และการชำระเบี้ยประกัน 2. ลดการใช้กระดาษ โดยลูกค้าสามารถเลือกบริการในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์แทน กรณีในรูปแบบเอกสารได้	1. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย 2. การปรับปรุงการบริหารจัดการภายในองค์กร โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ 3. มีการออกกรมธรรม์ที่รวดเร็ว	1. ลูกค้า 2. คู่ค้า
4. การบริหารจัดการรับประกันภัยและเคลม	1. มีการให้ความรู้กับลูกค้าองค์กร และกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม ในเรื่องการประกันภัย และการป้องกันการเกิดภัย 2. พิจารณามูลค่าสินไหมทดแทนตามกรมธรรม์ประกันภัย	1. การจัดการเคลมที่รวดเร็ว 2. การให้บริการลูกค้าที่เป็นเลิศ 3. พิจารณาค่าสินไหมทดแทนอย่างยุติธรรม ภายใน SLA ที่กำหนด	1. ลูกค้า 2. คู่ค้า
5. การดูแลลูกค้า	1. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ถึงความรับผิดชอบ ต่อผู้บริโภคและสังคม 2. กิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค 3. ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก เพื่ออำนวยความสะดวก ในการดำเนินการ ให้แล้วเสร็จตามที่ลูกค้าร้องขอ	1. การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อการให้บริการต่อเนื่อง การจัดการเรื่องร้องเรียนที่รวดเร็ว	1. ลูกค้า 2. คู่ค้า 3. พนักงาน

กิจกรรมเสริม

- บัญชีและการเงิน มีความถูกต้องโปร่งใสและมีความมั่นคงทางการเงินเพื่อให้ธุรกิจดำเนินได้อย่างยั่งยืน
- การจัดซื้อจัดหา ผ่านการดำเนินการจัดจ้างที่มีการคำนึงเรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อม และ ทำสัญญาอย่างโปร่งใส เสมอภาค และเป็นธรรม
- การบริหารทรัพยากรบุคคล ที่เน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร
- การกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักจริยธรรมและธรรมาภิบาล
- การสื่อสาร คุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างครอบคลุม
- ความรับผิดชอบต่อสังคม สนับสนุนเรื่องการขับเคลื่อนความยั่งยืนในองค์กร

Main activity	Activity execution	Value creation	Stakeholders
1. Product design	1. The Company requires relevant departments and committees to develop and design the products by analyzing research and trend to meet the needs of the customers. 2. Conduct a risk assessment and continually monitor product performance to align with the company's acceptable risk levels.	1. The Company is able to balance returns and risk management appropriately and resulting in good and sustainable performance. 2. The product must serve the need of customers without affecting the environment, society and without contradicting the principles of good corporate governance.	1. Customers 2. Partners 3. Shareholders 4. Employees
2. Product sales	1. Improve skills and potentials of sales representatives. 2. Adhere to the code of ethics for sales. 3. No exaggerated advertisement.	1. Deliver the product at a reasonable price.	1. Customers 2. Partners 3. Employees
3. Distribution channel and premium payment	1. Apply modern technology to the distribution channel management process and the premium payment. 2. Reduce the use of paper, by providing the choice for the customers to choose to receive an electronic policy instead.	1. A variety of distribution channels. 2. Improve internal management by adopting digital technology. 3. Quick issuance of policy.	1. Customers 2. Partners
4. Underwriting and claims management	1. Educate corporate customers and other groups in society on insurance and disaster prevention. 2. Consider and approve the claim payment according to the insurance policy.	1. Fast claim handling. 2. Provide excellent customer service. 3. Fairly consideration of the claim payment within the SLAs.	1. Customers 2. Partners
5. Customer care	1. Communication and public relations on consumer and social responsibility. 2. Promotional activities to build relationships with consumers. 3. Collaborate with internal and external agencies to ensure efficient handling of customer inquiries and requests.	1. Establish good relationships with customers to ensure continuous service and prompt complaint handling.	1. Customers 2. Partners 3. Employees

Supporting Activities

- Ensure accuracy, transparency and financial stability in accounting and finance for sustainable business operations
- Implement socially and environmentally responsible procurement practices and ensure transparency, fairness and equity in contracts
- Focus on human resource development and strengthening organizational culture
- Adhere to ethical principles and good governance practices
- Effectively communicate the value of products and services
- Support sustainability initiatives in the organization

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัท ได้ให้ความสำคัญในการดูแล และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งภายใน และภายนอกบริษัท รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการให้ความสำคัญคุ้มครองและรักษาสិทธิของผู้มีส่วนได้เสีย 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 และมีการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ซึ่งได้ผลสรุป 4 ลำดับแรกดังนี้ 1) พนักงาน 2) ลูกค้า 3) คู่ค้า 4) หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ หน่วยงานกำกับ

Analysis of stakeholders in the business value chain

The Board of Directors places a significant emphasis on nurturing and valuing the interests of all stakeholders, both internal and external parties. This commitment extends to social and environmental responsibility, as well as safeguarding the rights of stakeholders. The Company pledges not to engage in any actions that infringe upon the rights of stakeholders. Consequently, it upholds practices that foster equality among all parties, namely: 1) employees, 2) business partners, 3) customers, 4) competitors, 5) shareholders, 6) creditors, 7) communities/society and 8) Government agencies and/or regulators.

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร/วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
1. พนักงาน	1) การจัดปฐมนิเทศสำหรับพนักงานในทุกระดับ 2) การบริหารการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจ และการส่งเสริมให้เกิดความผูกพันในองค์กรผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงพนักงานทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง เช่น Office365, Line OA, Facebook 3) กิจกรรมส่งเสริมด้านสุขภาพ และการจัดสวัสดิการต่าง ๆ	1) การจัดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม 2) ความก้าวหน้าในงาน 3) การพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะในการทำงานและการดำเนินชีวิต 4) การเปิดโอกาสให้พนักงานจัดสรรเวลา เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	1) การกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติของฝ่ายทรัพยากรบุคคลและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน 2) การกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและแนวทางในการบริหารความหลากหลาย 3) การจัดหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานในระดับต่าง ๆ
2. คู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจ	1) แจ้งข่าวสารผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เครื่องมือสนับสนุนการขาย 2) สรุปรายงานการต่ออายุกรมธรรม์ และผลงานทุกเดือน 3) เข้าพบเยี่ยมเยียน หรือร่วมกับคู่ค้า เพื่อสรุปแนวทางการขายงานทุกเดือน/ทุกไตรมาส	1) กระบวนการจัดจ้างที่ชัดเจน มีความเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ 2) การปฏิบัติตามข้อตกลงที่กำหนดได้ และการทำการค้าอย่างโปร่งใส 3) ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองกับกลุ่มลูกค้า และแข่งขันในตลาดได้ 4) การได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว 5) สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหให้กับคู่ค้าได้	1) ระบบการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ 2) ข้อกำหนดการว่าจ้างสัญญา และข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นธรรม 3) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย 4) เพิ่มช่องทางการติดต่อเพื่อการประสานงาน และการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว
3. ลูกค้า	1) การจัดให้มีผู้ดูแลความสัมพันธ์ลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกต่อความต้องการของลูกค้า 2) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และโปร่งใส 3) การจัดช่องทางให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน 4) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง	1) การให้บริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบ และเป็นธรรม 2) สินค้าและบริการที่หลากหลาย มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า 3) ความสะดวกในการรับบริการ	1) การกำหนดหลักการและมาตรฐานขั้นพื้นฐานด้านการบริหารลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม 2) นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้า 3) การสร้างช่องทางเพื่อสื่อสารกับลูกค้าที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว 4) การบริหารความเสี่ยงด้านไซเบอร์

บริษัท ได้ทำการวิเคราะห์และระบุผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญที่ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท และกำหนดช่องทางการรับฟังความต้องการ ความคิดเห็น ความคาดหวัง ข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัท มาสรุปประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญมากำหนดแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสมเพื่อลดผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจและพัฒนาธุรกิจของบริษัท ให้เกิดความยั่งยืน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลของทุกฝ่ายงานภายในของบริษัท มาพิจารณาระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียและสรุปประเด็นสาระสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด มีรายละเอียด ดังนี้

The Company has conducted analysis and identified key stakeholders who have been significantly impacted, both positively and negatively, by the Company's business operations. We have established channels for receiving feedback, opinions, expectations, and suggestions from all stakeholder groups to summarize issues which are considered highly important by stakeholders. These summaries are used to guide the Company's practices towards stakeholders, aiming to mitigate negative impacts from business operations and develop the Company's business sustainably. Data from all internal departments of the Company are analyzed to assess the importance level of stakeholders and summarize key issues of all stakeholders. The details are as follows:

Stakeholders	Communication channels/ methods of communication	Stakeholder interests and expectations	Responding to stakeholder expectations
1. Employees	1) Orientation for employees at all levels. 2) Management of communication to create understanding in business operations and promote engagement in the organization through various communication channels, both online and offline, to reach all groups of employees thoroughly, such as Office365, Line OA, Facebook. 3) Health promotion and welfare activities for employees.	1) Fair compensation and welfare 2) Developing potential employees in line with the Company's strategy for job advancement. 3) Development of knowledge, abilities and skills in work and life 4) Opportunity for employees to set aside time to balance work and personal life.	1) Establishing policies and procedures of HR and labor law. 2) Establishing human rights policy and guidelines for diversity management. 3) Organizing training courses that are in line with the needs of employees at various levels.
2. Business partners	1) Channel to talk, communicate information and listen to comments, suggestions, complaints via phone, email, meetings, website and so on. 2) Attending monthly/quarterly visits or joint meetings with business partners to improve performance, improve product or service quality. 3) Key partner relationship building activities.	1) Products that meet with customer groups and compete in the market. 2) Receiving fast and convenient services. 3) Be able to find solutions to problems for business partners/allies.	1) Various product designs 2) Increasing numbers of channel for business cooperation to coordinate and solve problems quickly.
3. Customers	1) Providing customer relationship care to facilitate customer needs. 2) Production of public relations materials to provide information about products and services accurately, completely, clearly and transparently. 3) Providing communication channels for customers to express their opinions, suggestions and complaints. 4) Conducting regular customer satisfaction surveys.	1) Responsible and fair customer services. 2) Products and services have a quality that meet the needs of customers fairly and appropriately. 3) Ease of receiving services.	1) Establishing basic principles and standards of responsible and fair customer service. 2) Offer products and services that meet customer needs and lifestyles. 3) Creating a channel to communicate with a variety of customers to quickly meet customer needs, including regular surveys of customer opinions and satisfaction. 4) Cyber risk management.

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร /วิธีการสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
4. คู่แข่งทางการค้า	1) การประชุมพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือกันตามวาระต่าง ๆ เช่น ในที่ประชุมสมาคมประกันวินาศภัยไทย	1) การดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันที่ดีและสุจริต	1) บริษัทฯ ยึดมั่นในกรอบการแข่งขันทางธุรกิจตามกฎหมายกติกาและจริยธรรมของการแข่งขันที่เป็นธรรม 2) ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย
5. ผู้ถือหุ้น	1) การประชุมสามัญและ/หรือวิสามัญผู้ถือหุ้น 2) การเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบ SET Portal Straight Through ของตลาดหลักทรัพย์ 3) การเข้าพบและให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุนสถาบัน และบุคคลทั่วไป ทั้งแบบรายบุคคล และคณะทั้งในประเทศและต่างประเทศ 4) การจัดให้มีช่องทางการสอบถามข้อมูลผ่านเว็บไซต์ 5) การตอบแบบสอบถาม	1) ผลตอบแทนการลงทุนสูงและเติบโตอย่างมั่นคง ยั่งยืน 2) การดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม 3) การบริหารความเสี่ยงด้วยความรอบคอบ 4) การดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม และมีการพิจารณาประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติ 5) ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ ของหน่วยงานกำกับดูแล	1) มีนโยบายในการยึดถือปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน เช่น สิทธิในการเข้าร่วมประชุมและการออกเสียงลงคะแนน สิทธิในการเสนอแนะและเสนอชื่อบุคคลเพื่อเป็นกรรมการ สิทธิในการรับส่วนแบ่งกำไร ตลอดจนสิทธิในการรับทราบข้อมูล ข่าวสารผลการดำเนินงาน
6. เจ้าหนี้	1) การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และให้ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี 2) การจัดให้มีช่องทางในการรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียน	1) การจ่ายดอกเบี้ยและชำระคืนตามกำหนด 2) การสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	1) ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงที่กำหนดไว้ในสัญญาจะหว่างกันอย่างเคร่งครัด
7. ชุมชน/สังคม	1) การจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมอาสาของพนักงานและกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัท 2) การส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับสังคม แก่หน่วยงานหรือมูลนิธิเพื่อการกุศลหรือชุมชนต่าง ๆ	1) การพัฒนาเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันกับชุมชน	1) โครงการอาสาสมัครใหม่เมืองไทยประกันภัย 2) โครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทย 3) โครงการเมืองไทยไร้ขยะ 4) การช่วยเหลือผู้ประสบภัย ร่วมกับมูลนิธิมาตามแป็ง 5) การสนับสนุนด้านกีฬา
8. หน่วยงานของรัฐและ/หรือหน่วยงานกำกับ	1) การรายงานผลการดำเนินธุรกิจตามกฎหมายต่อหน่วยงานกำกับอย่างครบถ้วน 2) การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการของหน่วยงานภาครัฐ 3) การเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการหรือคณะทำงาน เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย 4) ติดตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับ 5) จัดให้มีช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทกับหน่วยงานราชการ เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย Social Media และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่รองรับตามที่หน่วยงานกำกับกำหนด	1) การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายกำหนด 2) มีการบริหารจัดการธุรกิจที่โปร่งใสและเป็นธรรมต่อลูกค้า ชุมชน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมโดยรวม เพื่อให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน	1) กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยครอบคลุมเรื่องการปฏิบัติตามเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับกำหนด ไม่ว่าจะเป็น คปภ., ก.ล.ต., ตลท., ปปง. หรือ สคส. อย่างเคร่งครัด 2) กำหนดให้มีการอบรมกฎเกณฑ์และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย ให้ผู้บริหารและพนักงาน อย่างสม่ำเสมอ 3) การคัดเลือกตัวแทนบริษัทเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการหรือคณะทำงานของสมาคมประกันวินาศภัยไทย เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย

Stakeholders	Communication channels/ methods of communication	Stakeholder interests and expectations	Responding to stakeholder expectations
4. Competitors	1) Meetings, discussions, exchanges of ideas and cooperation according to various agendas, such as at the meeting of the Thai General Insurance Association.	1) Conducting business and compete with transparency, fairness, and in accordance with the framework of good competition and honesty.	1) The Company adheres to the business competition framework in accordance with the rules and ethics of fair competition. 2) Do not seek the confidential information of competitors by dishonest means, do not damage the reputation of competitors, which complies with the requirements of the law.
5. Shareholders/ investors	1) AGM and/or Extraordinary General Meeting of Shareholders. 2) Dissemination of news and information via the Stock Exchange of Thailand's news system and the Company's website. 3) Meeting and providing information to shareholders, institutional investors, analysts, media and the general public, both individually and internationally. 4) Providing channels for inquiries, comments and complaints through the Company's website. 5) Questionnaire response.	1) Stable and sustainable return on investment and growth of operating results. 2) The operation is transparent and fair. 3) Risk management for growth and business continuity with prudence. 4) Ethical operation and consideration of environmental, social and governance issues. 5) Providing information about the new regulations of the regulators.	1) Having a policy on equitable care for shareholders' rights, such as right to propose agenda The right to receive a profit share as well as the right to receive information, news, financial performance.
6. Creditors	1) Organizing activities to strengthen relationships and provide knowledge in various forms every year. 2) Providing channels to listen to suggestions or complaints.	1) Payment of interest and repayments as scheduled. 2) Continuous communication and disclosure of financial information.	1) Strictly abide by the terms and conditions stipulated in the contracts.
7. Communities/ society	1) Organizing community relations activities through volunteer activities of employees and CSR activities of the Company. 2) Promoting and supporting socially beneficial activities for various charitable agencies or foundations or communities.	1) Developing the business to grow along with the community.	1) MTI New Volunteer Project 2) Promotion and Improvement of the Quality of Life of Persons with Disabilities Project 3) MTI Zero Waste 4) Helping Victims with Madame Pang Foundation 5) Sport Support
8. Government agencies and/or regulators.	1) Reporting business performance in compliance with regulations to regulatory agencies thoroughly. 2) Participating in activities and projects of government agencies. 3) Joining as a committee or working group to promote insurance business. 4) Monitoring laws, regulations, rules, and announcements of regulatory agencies. 5) Providing communication channels between the company and government agencies, such as websites, telephone, email, letter, social media, and other electronic systems as specified by regulatory agencies.	1) Conducting business in accordance with the prescribed laws. 2) Managing the business transparently and fairly towards customers, communities, society, economy, and the environment as a whole, in order to sustainably and steadily grow the company.	1) Mandating executives and employees to regularly evaluate their job performance, covering compliance with standards set by regulatory agencies such as OIC, SEC, DSI, BOT, or NESDB, with strictness. 2) Requiring regular training on insurance business standards and related knowledge for executives and employees. 3) Selecting company representatives to participate as committee members or working groups of the Thai General Insurance Association to promote the insurance business.

ห่วงโซ่คุณค่าของเมืองไทยประกันภัย

Value Chain of Muang Thai Insurance



การกำหนดประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืนของธุรกิจ (Material Topics)

บริษัทฯ บริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและดำเนินการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกที่สำคัญและโดยจากพิจารณาปัจจัยภายนอกและภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ รวมถึงปัจจัยความเสี่ยงและเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานตามประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ โดยอ้างอิงตามกรอบของ Global Reporting Initiative (GRI) และการจัดทำข้อมูลการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนตามกรอบการรายงาน SET Reporting Guide ของตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมทั้งอ้างอิง GRI Standard ระดับ Core ทั้งนี้ บริษัทกำหนดกระบวนการคัดเลือกประเด็นสาระสำคัญตามขั้นตอนของ GRI Standard ดังนี้

กระบวนการประเมินสาระสำคัญ

ขั้นตอนที่ 1 การระบุประเด็นสาระสำคัญ (Identification)

บริษัทฯ ระบุประเด็นสาระสำคัญที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ โดยพิจารณาจากความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ประเด็นที่เกี่ยวข้องของในธุรกิจประกันวินาศภัย รวมถึงความเสี่ยงอุบัติใหม่และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก โดยจะรวบรวมประเด็นต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงกันมาจัดกลุ่มประเด็นสาระสำคัญเพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างเหมาะสม

ขั้นตอนที่ 2 การจัดลำดับประเด็นสำคัญ (Prioritization)

บริษัทฯ พิจารณาการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญโดยวัดความสำคัญจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกถึงโอกาสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ทั้งผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ร่วมกับการพิจารณาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นของบริษัทฯ ตามเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงขององค์กรผ่านการทำแบบสำรวจความคิดเห็น ในประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ และการจัด Work Shop เชิงปฏิบัติการ เพื่อหารือร่วมกับคณะทำงานด้าน ESG และฝ่ายงานต่าง ๆ ขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในทุกห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

Determining the Material Topics on Sustainability

The Company has established a systematic approach to manage key sustainability issues and identify sustainability topics, aligning with the preferences of both internal and external stakeholders. This involves a comprehensive evaluation of both external and internal factors pertinent to business operations, including risk factors, and disclosure of performance data based on significant sustainability topics covering all 3 dimensions: environmental, social, and governance and economic. This is based on the Global Reporting Initiative (GRI) framework and establishing the ESG Report in accordance with the SET Reporting Guide, as well as referencing the GRI Standard at the Core level. The company establishes the following process for selecting material topics following the GRI Standard process.

Material topic identification process

Step 1: Identification

The identification of material topics that affect the sustainability of the Company and the stakeholders, as well as the business value chain, is based on the expectations of stakeholders, addressing matters related to the insurance industry, including emerging risks and significant global trends. The Company will group the material topics for proper management.

Step 2: Prioritization

The material topics are prioritized by assessing their significance from the perspective of both internal and external stakeholders, taking into account the opportunities and potential impacts that may arise. This involves evaluating impacts on the economic, social and environmental aspects, along with the Company's impact criteria through surveying stakeholder opinions regarding crucial aspects from their perspective, and organizing a workshop to collaborate with the ESG working teams and relevant departments along the entire business value chain that has a connection with stakeholders.

ขั้นตอนที่ 3 การสอบทานประเด็นสาระสำคัญ (Validation)

โดยนำเสนอประเด็นสาระสำคัญที่ได้จากการจัดลำดับ เพื่อกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อคณะผู้บริหารระดับสูงของบริษัท หรือ Top Management และคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาและให้ความเห็นชอบเพื่อกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตการนำเสนอข้อมูล รวมทั้งทบทวนความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลที่จะนำเสนอในรูปแบบแสดงรายงานประจำปี

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนารายงานอย่างต่อเนื่อง (Review)

บริษัท พิจารณาทบทวนข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลในรายงานการพัฒนายั่งยืนแบบบูรณาการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนรวบรวมและรับฟังความคิดเห็นและ/หรือ ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องสำหรับการปรับปรุงเนื้อหาการรายงานข้อมูลในปีต่อไป เพื่อให้มั่นใจว่าการกำหนดประเด็นสาระสำคัญของบริษัท ตอบสนองต่อความคาดหวังและความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียในช่วงระยะเวลาของการจัดทำข้อมูล

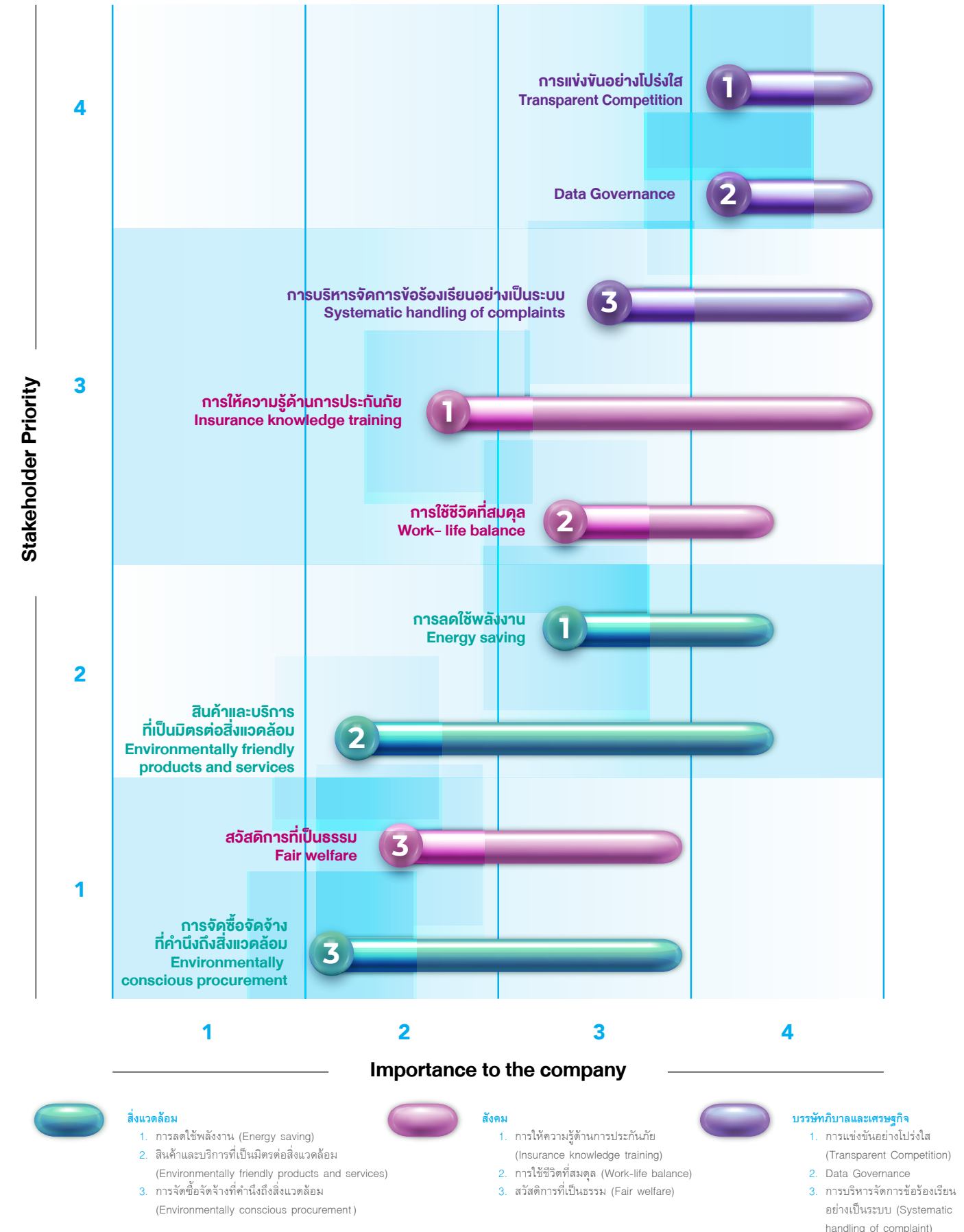
Step 3: Validation

By presenting the prioritized key issues, the material topics are presented to the senior executives or top management and Board of Directors of the company for consideration and approval for the material topics and the scope of information to be disclosed, including a review of the accuracy and completeness of the data to be included in the annual report.

Step 4: Review




The Company continuously reviews the disclosure of information in the Integrated Sustainability Report, as well as collecting feedback and listening to comments and/or suggestions from relevant stakeholders. This is done to improve the content of the data reporting in the following years, ensuring that the Company's material topics align with the expectations and interests of stakeholders during the data preparation period.

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเกี่ยวกับ ESG ในปี 2566 ทั้ง 3 ด้าน รวม 9 ข้อ (The total of 9 topics of sustainability prioritization)



ขอบเขตการรายงานผลกระทบของประเด็นด้านความยั่งยืน ปี 2566 และกรอบแนวทางด้านความยั่งยืน (Sustainability Framework)

บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการพัฒนาและดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามวิทัศน์ กลยุทธ์ จึงได้มีการกำหนดกรอบแนวทางด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางตามหัวข้อความยั่งยืนที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญซึ่งครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งนำไปสู่การขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนตามวิทัศน์ของบริษัทฯ และยังคงตอบสนองต่อเป้าหมายโลกในการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

มิติด้านความยั่งยืน	ประเด็นสาระสำคัญ	ผลกระทบ/ความสำคัญ	กลยุทธ์	SDGs	GRI
มิติสิ่งแวดล้อม	การลดใช้พลังงาน	ส่งผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญกับการประหยัดพลังงาน	ขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบาย พร้อมจัดตั้งคณะทำงานดำเนินการตามนโยบายสิ่งแวดล้อม	 	<ul style="list-style-type: none">Emissions (GRI 305)Energy (GRI 302)
	สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และผลกระทบด้านการดำเนินงานสอดคล้องกับความต้องการของสังคม	ขับเคลื่อนตั้งแต่ระดับนโยบายสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงกลุ่มคนในสังคมที่สนับสนุนการมีสิ่งแวดล้อมที่ดี	   	<ul style="list-style-type: none">Emissions (GRI 305)Energy (GRI 302)Waste (GRI 306)
	การจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	คู่ค้ามีการนำเสนอสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น สอดคล้องกับเทรนด์ของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	การปฏิบัติตามนโยบาย รวมถึงส่งเสริมให้คู่ค้าปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณร่วมกัน	  	<ul style="list-style-type: none">Materials (GRI 301)Procurement (GRI 204)
มิติสังคม	การให้ความรู้ด้านการประกันภัย	ส่งต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ สนับสนุนการป้องกันความเสี่ยง สอดคล้องกับความต้องการของสังคม	นำความเชี่ยวชาญของบริษัทฯ สร้างประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	  	<ul style="list-style-type: none">Local Community (GRI 413-1)
	การทำงานและการใช้ชีวิตที่สมดุล	ผลกระทบด้านการดำเนินงาน เพราะพนักงานมีส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์กร	สร้างวัฒนธรรมองค์กร Work Life Balance และเพิ่มศักยภาพตรงตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล		<ul style="list-style-type: none">Employment (GRI 401)Training & Education (GRI 404)Diversity & Equal Opportunity (GRI 405)Occupational Health & Safety (GRI 403)
	สวัสดิการที่เป็นธรรม	ผลกระทบด้านความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม	การปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชน รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเสนอสวัสดิการร่วมกัน	  	<ul style="list-style-type: none">Non-discrimination (GRI 406)Human Right Assessment (GRI 412)
มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ	การแข่งขันอย่างโปร่งใส	ผลกระทบด้านชื่อเสียงส่งต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์	ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ตามหลักของจรรยาบรรณธุรกิจ และสอดคล้องตามเกณฑ์ของ CGR และ CAC	  	<ul style="list-style-type: none">Human Right Assessment (GRI 412)Supplier Environmental Assessment (GRI 308)Supplier Social Assessment (GRI 414)
	Data Governance	ผลกระทบด้านชื่อเสียงของความโปร่งใสในการดำเนินงาน	การปฏิบัติตามจรรยาบรรณ และนโยบาย รวมถึงสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้ทราบอย่างทั่วถึง	 	<ul style="list-style-type: none">Customer Privacy (GRI 418)
	การบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ	ผลกระทบด้านชื่อเสียงส่งต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์	มีการป้องกันการเกิดข้อร้องเรียน และมีระบบการจัดการอย่างรวดเร็ว	 	<ul style="list-style-type: none">Customer Privacy (GRI 418)

The scope of reporting on the sustainability impact for 2023 and sustainability framework

The Company has focused on sustainable development and conducting business in line with the vision, mission and strategy. As a result, a sustainability framework has been established to guide the Company in addressing sustainability issues deemed important by stakeholders, covering environmental, social, and governance dimensions, leading towards sustainable development aligned with the Company's vision and contributing to global Sustainable Development Goals (SDGs).

Sustain-ability dimension	Topic	Impact/Importance	Strategy	SDGs	GRI
Environmental	Energy saving	Impact on the Company's operations that focus on energy savings	Drive from the policy level and form a working group to implement environmental policies.	 	<ul style="list-style-type: none">Emissions (GRI 305)Energy (GRI 302)
	Environmentally friendly products and services	Impact on the Company's image and operation which is in line with the needs of society.	Drive from the policy level to the product design stage that reach out to people in society that support the good environment.	   	<ul style="list-style-type: none">Emissions (GRI 305)Energy (GRI 302)
	Environmentally conscious procurement	Partners provide products that align with the Company's environmental focus, offering a more eco-friendly selection.	Adhere to the policies, which include promoting partner compliance with the business partner's Code of Conduct.	  	<ul style="list-style-type: none">Materials (GRI 301)Procurement (GRI 204)
Social	Insurance knowledge training	Forward brand image, support risk prevention in line with the needs of society.	Utilize the company's expertise for the advantage of all stakeholders.	  	<ul style="list-style-type: none">Local Community (GRI 413-1)
	Work-life balance	Impact on the operation because employees play an important part in the development of the organization.	Create a corporate culture regarding work-life balance, and empower individuals to meet their individual needs.		<ul style="list-style-type: none">Employment (GRI 401)Training & Education (GRI 404)Diversity & Equal Opportunity (GRI 405)Occupational Health & Safety (GRI 403)
	Fair welfare	Impact on the employee engagement and equal treatment of employees.	Adhere to the human rights policy, including encouraging employees to participate proposing the welfares.	  	<ul style="list-style-type: none">Forced and Compulsory Labor(GRI 409)Non-discrimination (GRI 406)Human Right Assessment (GRI 412)
Governance & Economic	Transparent Competition	Impact on the Company's reputation and brand image	Conduct business in a transparent and auditable manner in accordance with the Code of Business Conduct and align with CGR and CAC requirements	  	<ul style="list-style-type: none">Ethics & Integrity (GRI 102-17)Supplier Environmental Assessment (GRI 308)Supplier Social Assessment (GRI 414)
	Data Governance	Impact on the Company's reputation and operational transparency	Adhere to the Code of Conduct and policies and thoroughly communicate information	 	<ul style="list-style-type: none">Customer Privacy (GRI 418)
	Systematic handling of complaints	Impact on the Company's reputation and brand image	There is prevention of complaints and fast management system.	 	<ul style="list-style-type: none">Customer Privacy (GRI 418)

สิ่งแวดล้อม Environmental

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม Sustainability management regarding environmental dimension

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัท มีการจัดทำนโยบายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน และมีการแต่งตั้งคณะผู้ตรวจประเมินการจัดการพลังงานในองค์กร รวมทั้งได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อร่วมขับเคลื่อนงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร

Environmental policy and practice

The Company established a policy focused on environmental conservation and energy saving, concurrently forming an internal team tasked with managing energy and an environmental working group. This is to align with the Company's environmental, social, and governance policy, aimed at advancing its environmental efforts.

แนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

1. การกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการปฏิบัติงาน
 - 1) มีการกำหนดเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
 - 2) มีการกำหนดให้มีการทำกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ
 - 3) มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยให้ความสำคัญกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - 4) มีการกำหนดเรื่องการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม
2. การส่งเสริมเพื่อสร้างความรู้ ความตระหนักและการปฏิบัติเรื่องสิ่งแวดล้อมทั่วทั้งองค์กร
 - 1) มีการมอบหมายให้หน่วยงาน บุคคล คณะทำงานรับผิดชอบงานด้านสิ่งแวดล้อม
 - 2) มีการสื่อสารนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ แก่บุคลากร คู่ค้าและลูกค้าของบริษัทฯ สม่ำเสมอ
 - 3) จัดให้มีโครงการ แผนงาน กิจกรรม ที่ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

Environmental practice

1. Environmental policy for the operational process
 - 1) The efficient and responsible use of resources is defined to minimize environmental impact.
 - 2) The preservation and restoration of natural resources are promoted and practiced.
 - 3) The use of modern technology is encouraged to improve operational efficiency with a focus on environmental friendliness.
 - 4) Compliance with environmental regulations is established.
2. Raising awareness and promoting environmental practices throughout the organization
 - 1) Responsibilities for environmental work are assigned to individuals, department, and environmental working committee.
 - 2) Regular communication of the Company's environmental policy to employees, business partners, and customers.
 - 3) Implementation of projects, plans, and activities that encourage employee awareness and participation in environmental practices.

3. การติดตามการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม

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

4. การมีส่วนช่วยสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมในฐานะบริษัทประกันภัย

- 1) มีการออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านสิ่งแวดล้อม
- 2) มีการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าทางธุรกิจในการจัดหาสินค้าและบริการของบริษัท ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

3. Environmental practice monitoring

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

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

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

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ในปี 2566

ESG	ประเด็นสำคัญ	เป้าหมายปี 2566 –2568	ผลการดำเนินงานปี 2566
สิ่งแวดล้อม	การลดใช้พลังงาน	ลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าของสำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขา ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	2,772,593 กิโลวัตต์ คิดเป็น 2,062.94 กิโลวัตต์ต่อคน ลดลงร้อยละ 0.03 จากปี 2565
		ลดค่าใช้จ่ายค่าน้ำประปาของสำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขา ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	11,831 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็น 8.78 ลูกบาศก์เมตร ต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.23 จากปี 2565
	การจัดการสภาพภูมิอากาศ	ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลงร้อยละ 5 ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	ขอบเขตที่ 1 544.37 tCO2e ขอบเขตที่ 2 1,379.54 tCO2e ขอบเขตที่ 3 224.98 tCO2e
	การจัดการขยะ	จัดการขยะสู่การรีไซเคิล ไม่น้อยกว่า 500 กิโลกรัม ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับฐานปี 2566	นำขยะรีไซเคิลสู่การจัดการ รวม 6,128.71 กิโลกรัม ได้แก่ <ul style="list-style-type: none">จัดการกระดาษ โดยบริษัททำลายข้อมูลกระดาษ จำนวน 6,093 กิโลกรัมจัดการขยะรีไซเคิล (ไม่รวมกระดาษ) จำนวน 35.71 กิโลกรัม

Goal of environmental management and result for 2023

ESG	Topic	Goals for 2023–2025	Results for 2023
Environmental	Reduction in energy consumption	Reduce the electricity bill of headquarters and branch offices by 5% by 2025, compared to the cost for 2023.	2,772,593 kW or 2,062.94 kW per person, a decrease of 0.03% from 2022.
		Reduce water cost of headquarters and branch offices by 5% by 2025, compared to the cost for 2023.	11,831 cubic meters , or 8.78 cubic meters per person, an increase of 0.23% from 2022.
	Climate management	Reduce greenhouse gas emissions by 5% by 2025, compared to 2023.	Scope 1: 544.37 tCO2e Scope 2: 1,379.54 tCO2e Scope 3: 224.98 tCO2e
	Waste Management	Recycling waste not less than 500 kilograms by 2025, compared to 2023.	A total of 6,128.71 kilograms of recyclable waste was taken into recycle process, including: <ul style="list-style-type: none">Handled by a paper shredding services & document destruction company for 6,093 kilogramsHandled 35.71 kg of recyclable waste (excluding papers)

การลดใช้พลังงาน

การจัดการก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2566 บริษัทฯ มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ขอบเขต รวม 2,148.55 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ (tCO2e)

ตัวชี้วัด	ปริมาณการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก ปี 2566 (หน่วย: ตันคาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า tCO2e)	เป้าหมายการลด ภายในปี 2568 (จากปีฐาน 2565)
ขอบเขตที่ 1	544.37	ลดลง 10%
• การใช้น้ำมัน สำหรับเดินทาง	443.13	
• การใช้สารดับเพลิง	0	
• การปล่อยสารมีเทน จากระบบ septic tank, และบ่อบำบัดน้ำเสีย	101.24	
ขอบเขตที่ 2	1,379.54	ลดลง 10%
• การใช้ไฟฟ้า	1,379.54	
ขอบเขตที่ 3	224.98	ลดลง 10%
• การใช้น้ำประปา	9.40	
• การใช้กระดาษ	215.58	
Total	2,148.55	

Reduction in energy consumption

Reduction of greenhouse gas emissions

In 2023, the Company had a total emission of 2,148.55 tons of carbon dioxide (tCO2e) in all 3 scopes.

Indicator	2023 GHG Emissions (in tons of CO2 equivalent tCO2e)	Target of reduction comparing to the target in 2025 (based on 2022)
Scope 1	544.37	Decrease by 10%
• Fuel consumption for travel	443.13	
• Use of fire extinguishing substances	0	
• Methane emissions from septic tank systems and wastewater treatment ponds	101.24	
Scope 2	1,379.54	Decrease by 10%
• Electricity consumption	1,379.54	
Scope 3	224.98	Decrease by 10%
• Tap water consumption	9.40	
• Paper usage	215.58	
Total	2,148.55	

การจัดการพลังงานและน้ำขององค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า เพื่อการประกอบกิจการและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งของการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีการออกประกาศมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการประหยัดพลังงานและลดการใช้ทรัพยากร ตามประกาศนโยบายอนุรักษ์พลังงาน

การจัดการไฟฟ้า

บริษัทฯ ได้มอบหมายให้คณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ให้บริหารจัดการพลังงานภายในอาคารสำนักงานโดยให้ลดการปล่อยมลภาวะทางอากาศลง โดยได้ดำเนินการในปี 2566 ดังนี้

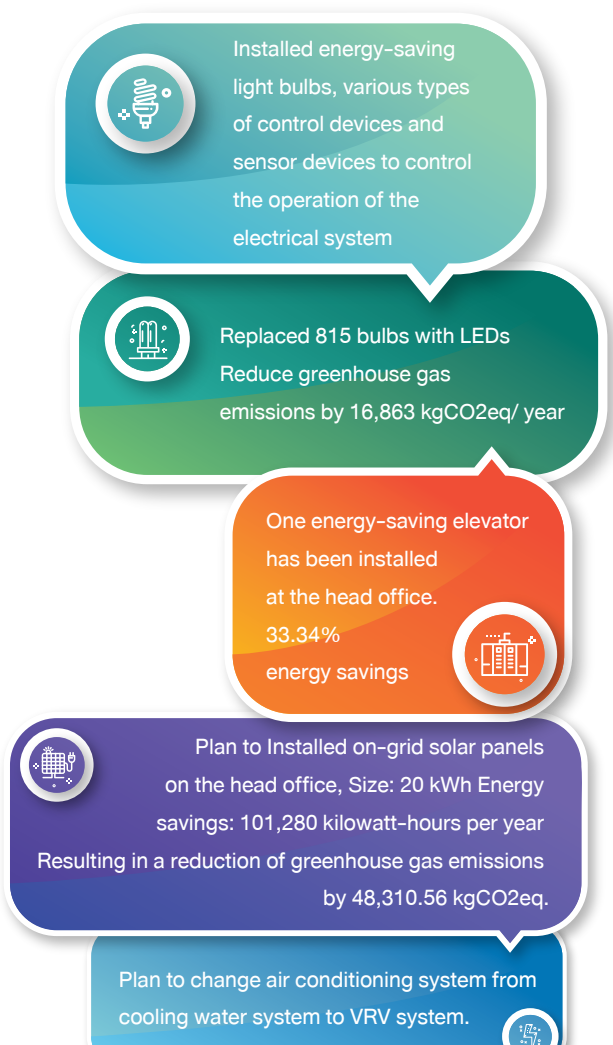


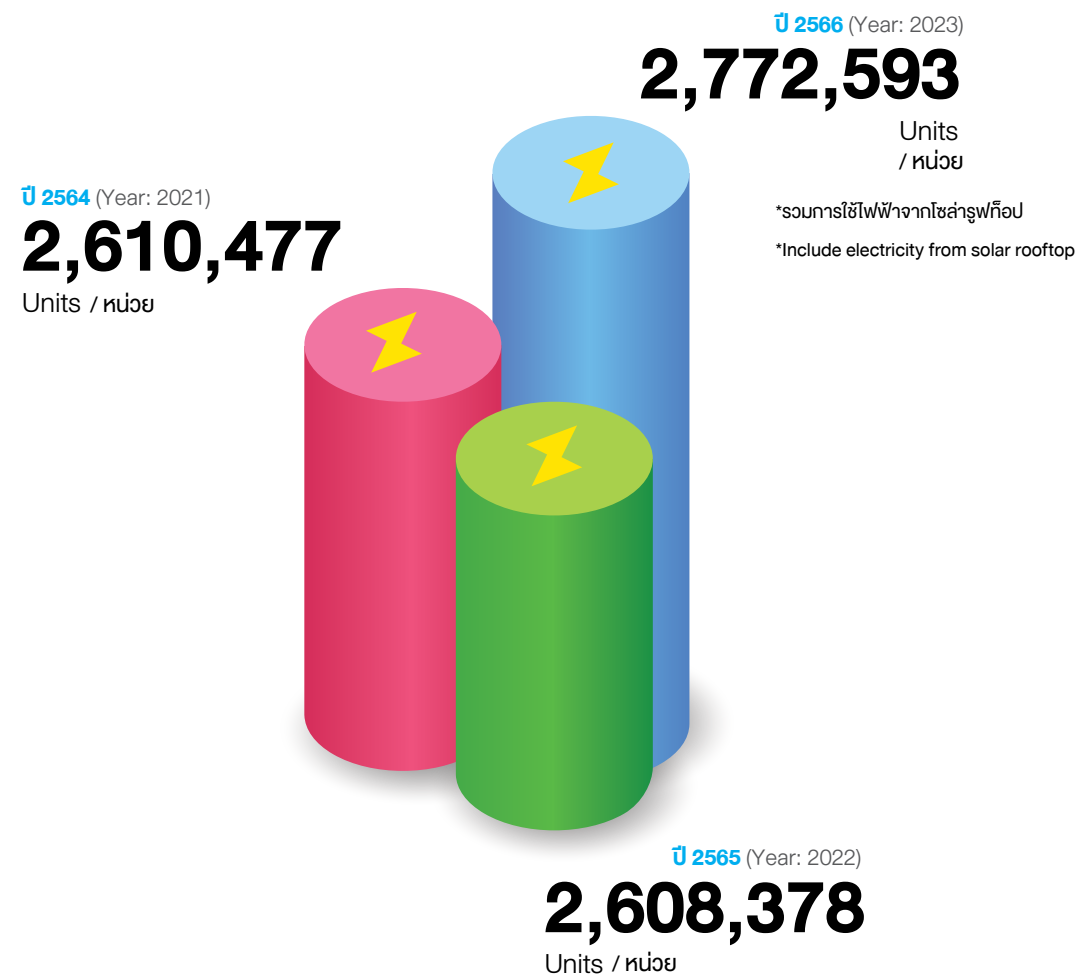
Energy and water management

The Company prioritizes the efficient use of resources for business operations while continually seeking to expand opportunities, all while striving to reduce greenhouse gas emissions. Currently, the Company has announced the measures and practices aimed at conserving energy and minimizing resource usage, in alignment with its energy saving policy.

Electricity management

The Company has assigned the Environmental Working Team to work on energy management within the office buildings to reduce air pollution emissions. The following initiative has been implemented in 2023.



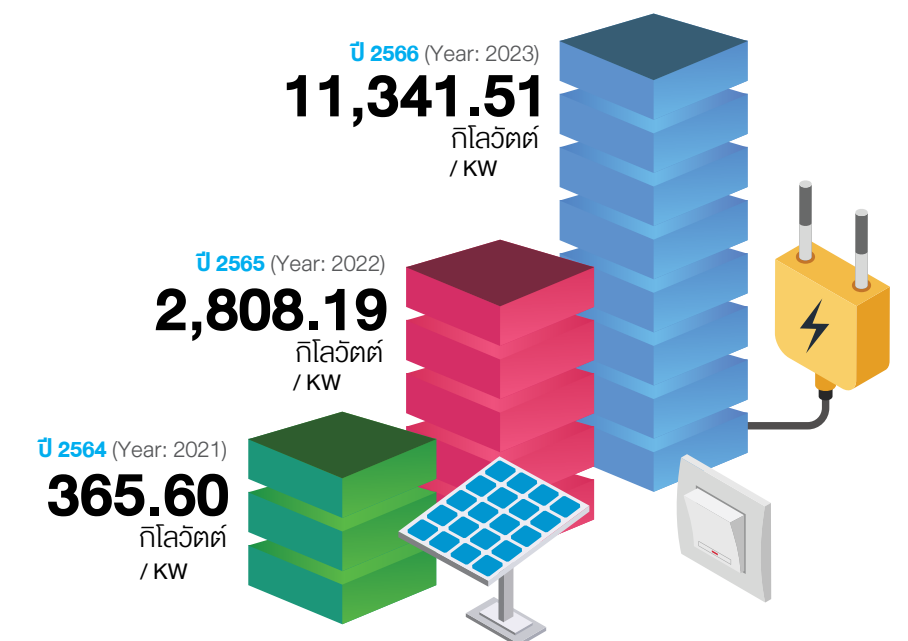
ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ไฟ
Comparison of electricity usage

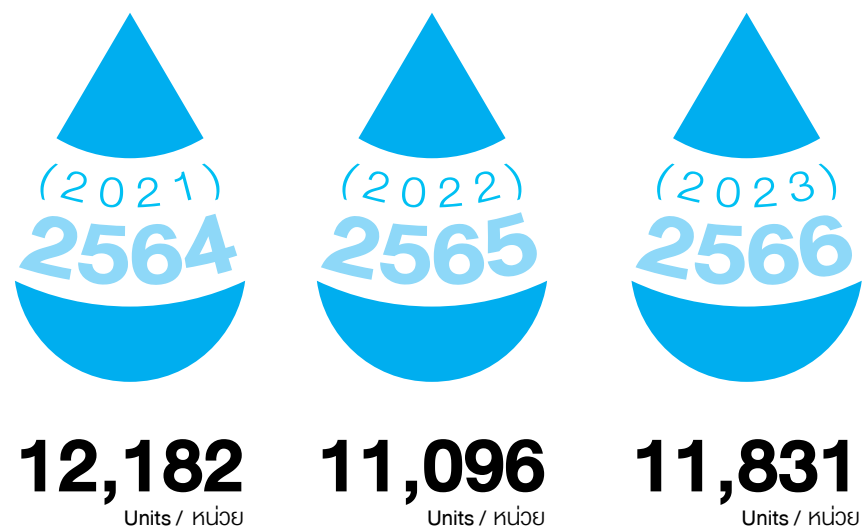
สนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือกในสำนักงาน

- ติดตั้งโซลาร์ รูฟท็อป บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ขนาด 20 กิโลวัตต์ บนอาคาร 2 โดยได้เริ่มใช้งานเมื่อเดือนมิถุนายน 2566 สามารถประหยัดพลังงานไปได้ 12,970 กิโลวัตต์ ลดก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยได้คิดเป็น 6,186.69 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO2eq) ทำให้ลดการใช้ไฟฟ้าเป็นจำนวน 12,970 กิโลวัตต์ เท่ากับลดค่าไฟฟ้าได้เป็นเงิน 77,820 บาท
- ติดตั้งจุดเชื่อมต่อ EV Charger บริษัทฯ ได้มีโครงการสถานีอัดประจุไฟฟ้าภายใต้ชื่อ EA anywhere โดยทำสัญญากับบริษัท พลังงานมหานคร เพื่อติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้าส่งเสริมสนับสนุนพื้นที่ในการติดตั้งจุดชาร์จรถดังกล่าวตั้งแต่ปี 2564 โดยในปี 2566 มีปริมาณการใช้ 11,341.51 กิโลวัตต์

Alternative energy used at the office building

- Solar rooftop installation: In June 2023, the Company completed the installation of a 20-kilowatt solar panel on Building 2. This initiative resulted in saving 12,970 kilowatts of electricity, reducing greenhouse gas emissions by 6,186.69 kilograms of carbon dioxide equivalent (kgCO2eq), cutting electricity consumption by 12,970 kilowatts, and lowering electricity bills by 77,820 Baht.
- Electric Vehicle (EV) charger installation: Since 2021, the Company has installed a charging station under the project named 'EA Anywhere', partnering with the Energy Mahanakhon Company Limited. This project aims at promoting the electric vehicle charging points. In 2023, the energy consumption for these stations amounted to 11,341.51 kilowatts.

สัดส่วนของการใช้พลังงานทางเลือก EV Charger แทนน้ำมันเชื้อเพลิง
Alternative energy usage from EV charger replacing fossil fuels

ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้น้ำ
Tap Water Consumption Comparison

การจัดการน้ำ

บริษัท มีการปรับอัตราการไหลของน้ำที่ก๊อกน้ำอ่างล้างหน้า และโถสุขภัณฑ์ภายในอาคารของบริษัท มีการติดตั้งเซ็นเซอร์ก๊อกน้ำอ่างล้างมือ เพื่อประหยัดปริมาณการใช้น้ำ ซึ่งในปี 2566 บริษัท มีการใช้น้ำประปาเพิ่มขึ้นจากปี 2565 จำนวน 735 หน่วย คิดเป็น 8.78 ลูกบาศก์เมตร ต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.23

บริษัท มีการจัดการน้ำเสียก่อนปล่อยออกสู่สาธารณะ โดยบ่อบำบัดแบบเติมอากาศ มีการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอกเข้าตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อควบคุมและตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียให้อยู่ในเกณฑ์ของประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากอาคาร ก่อนการปล่อยออกสู่สาธารณะ

Water management

The Company has adjusted the flow rate of water at the faucets in the Company's restroom sinks and sanitary ware within the office building. Sensors have been installed on the hand wash faucets to conserve water usage. In 2023, the tap water usage increased from 2022 by 735 units or 8.78 cubic meters per person, equivalent to 0.23%.

The Company treats wastewater before releasing it into the public drainages. It employs an aerated lagoon treatment system and hires external experts to regularly inspect the wastewater quality every quarter. This is to ensure that the quality of the wastewater meets the standards set by the Ministry of Natural Resources and Environment regarding the control of wastewater discharge from buildings before it is released into the public drainages.



การจัดการขยะและของเสีย

การจัดการขยะภายในสำนักงาน

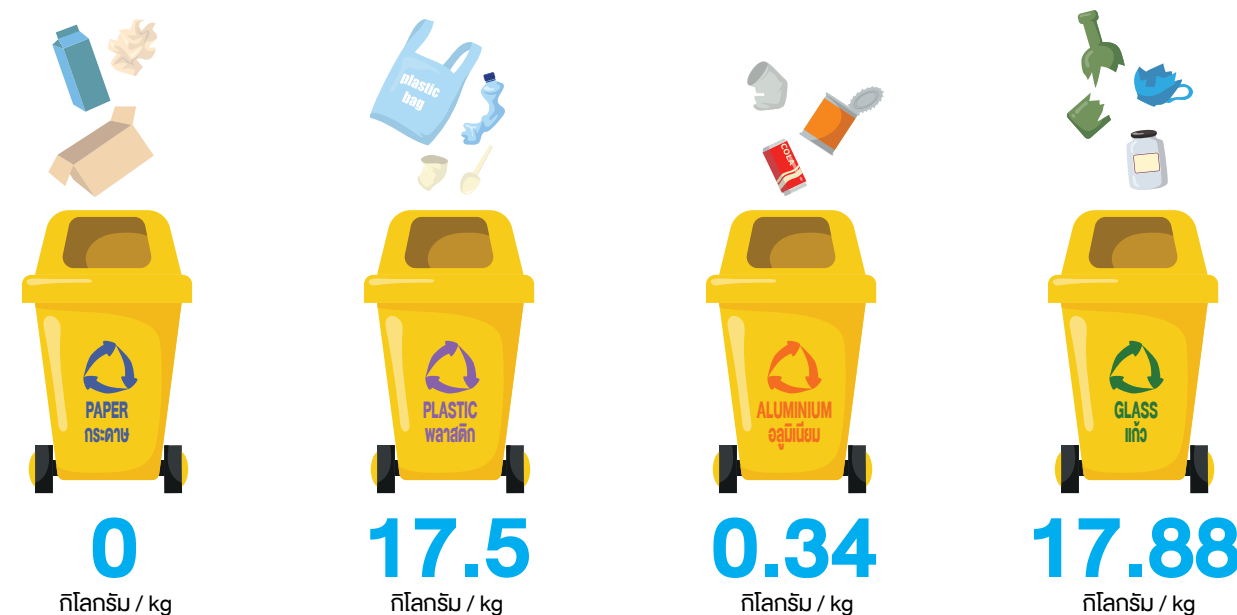
บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดการขยะภายในสำนักงาน ภายใต้โครงการเมืองไทยไร้ขยะ โดยรณรงค์ให้พนักงานมีการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง โดยได้มีจุดแยกขยะจำนวน 2 จุด ในบริเวณสำนักงานใหญ่

Waste Management

Waste management in the office building

The Company has implemented waste management within the office under the MTI No Waste Project, by campaigning for employees to sort waste before disposing of it. There are 2 waste separation points in the head office area.

ปี 2566 ปริมาณขยะ 35.71 กิโลกรัม
Year 2023 Waste Volume 35.71 kg



แนวทางการจัดการซากรถ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการซากรถจากกระบวนการพิจารณาเคลมใหม่ทดแทนตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการ ด้วยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดซ่อมชิ้นส่วนความเสียหายของรถยนต์ เพื่อแทนการเปลี่ยนชิ้นส่วนใหม่ เพื่อลดปริมาณซากรถยนต์เข้าสู่สิ่งแวดล้อม สำหรับในส่วนที่คงเหลือจากกระบวนการจัดซ่อมจะเข้าสู่การประมูลขายให้กับผู้ประกอบการกิจการรถยนต์ที่สามารถนำซากรถและวัสดุที่แปรรูปได้เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องต่อไป

Guidelines on salvage management

The Company prioritizes salvage management right from the initial stages of the claim process, leveraging modern technology to repair damaged car parts instead of opting for new replacements. This approach aims to reducing salvage entering the environment. Any remaining parts after the repair process are auctioned for sale to car operators interested in utilizing salvage and processed materials for recycling, thus contributing to the raw material supply for relevant industries.

การจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

การจัดการกระดาษ

เดือนตุลาคม 2565 บริษัทฯ ได้เริ่มใช้กระดาษกรีน ที่ได้รับฉลากเขียว ฉลากที่มอบให้กับผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม โดยที่คุณภาพยังอยู่ในระดับมาตรฐานที่กำหนด ฉลากเขียวที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลให้เราทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม การเลือกผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตที่เลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถช่วยลดการใช้ทรัพยากร ประหยัดพลังงาน ลดมลพิษและการปล่อยของเสีย รวมไปถึงก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการผลิตเยื่อและกระดาษ

บริษัทฯ มีนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการกระดาษ ลดปริมาณการพิมพ์เอกสาร ด้วยการจัดส่งทางออนไลน์และเก็บข้อมูลใน One Drive รวมถึงการตอบแบบประเมินกิจกรรมต่าง ๆ ให้สามารถจัดทำผ่านออนไลน์ หรือ QR Code

การใช้บริการบริษัททำลายข้อมูลกระดาษ และนำกระดาษเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี ลดการปล่อยของเสียจากกระบวนการทำลายกระดาษได้ นอกจากนี้ โครงการ ยังได้นำกระดาษที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล มาผลิตเป็นกระดาษต่อไป โดยปี 2566 สามารถนำกระดาษที่เข้าสู่กระบวนการได้จำนวน 6,093 กิโลกรัม คิดเป็นสัดส่วนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 4,478.35 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO₂eq)

โดยในปี 2566 นี้ บริษัทฯ สามารถลดการใช้กระดาษ ลงได้ 1,970 รีม เมื่อเทียบกับปี 2565 คิดเป็น 4.56%

Environmentally conscious procurement

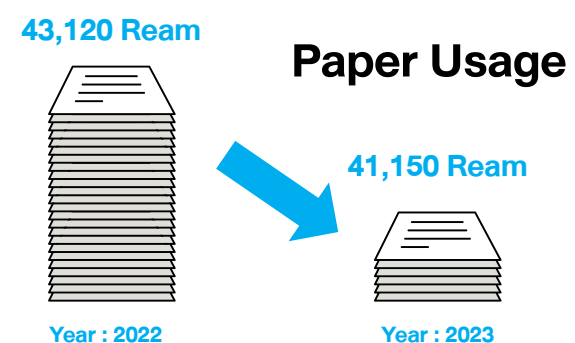
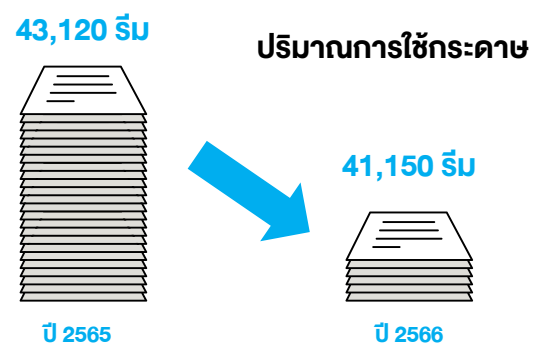
Save paper

Starting from October 2022, the Company has adopted the use of environmentally-friendly paper, distinguished by green labels indicating its eco-consciousness. Despite this shift, the quality of the paper remains consistent with specified standards. The presence of a green label signifies the product's commitment to environmental preservation. Opting for products endorsed with such labels supports the reduction of resource consumption, energy usage, pollution, and waste emissions, including those associated with greenhouse gases produced during pulp and paper manufacturing.

Furthermore, the Company has implemented a paper management policy aimed at reducing paper usage. This involves minimizing document printing by transitioning to online delivery methods and utilizing data collection through OneDrive. Additionally, various activities, including completing assessment forms, are encouraged to be carried out online or through QR codes.

The Company ensured proper disposal of paper data and facilitated its recycling by using paper destruction services, thereby minimizing waste emissions from the destruction process. Additionally, the project extended the recycling of paper into production processes. By 2023, there is 6,093 kilograms of paper were integrated into the production cycle, resulting in a reduction of 4,478.35 kilograms of carbon dioxide equivalent (kgCO₂eq) emissions.

Furthermore, in 2023, the Company achieved a 4.56% reduction in paper usage, equivalent to 1,970 reams compared to the previous year.

สังคม
Social

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

Sustainability management regarding social dimension

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

บริษัทฯ มีแนวทางปฏิบัติด้านการดูแลพนักงานตามนโยบายการจ้างงาน และนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลพนักงาน ตลอดจนการสนับสนุนและส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพของพนักงานในองค์กรผ่านการอบรมให้ความรู้เกี่ยวเรื่องต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบการ รวมทั้งมีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และการแต่งตั้งคณะทำงานกิจกรรมเพื่อสังคม โดยในปี 2565 ได้มีการจัดทำนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ตลอดจนการแต่งตั้งคณะทำงานย่อยด้านสังคม เพื่อดูแลและพัฒนาพนักงานภายในองค์กร และร่วมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบด้าน

Social policy and practice

The Company has guidelines for employee care in accordance with employment policy and other policies related to employee care, along with ongoing employee training and development programs, and the establishment of safety, occupational health, and environmental committees in the workplace. The Company also places great emphasis on developing sustainable social responsibility policies. In 2022, the Company has developed environmental, social and good governance and established CSR team to provide support for the employees within the Company and charitable activities both inside and outside of the organization.

ในปี 2565
บริษัทฯ ได้มีการจัดทำ
นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม
สังคม และธรรมาภิบาล
ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
อย่างรอบด้าน

In 2022, the Company
has developed
environmental,
social and
good governance
both inside and outside
of the organization

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2566

ESG	ประเด็นสำคัญ	เป้าหมายปี 2566 -2568	ผลการดำเนินงานปี 2566
สังคม	การเคารพสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อแรงงานเป็นธรรม	ข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน เป็นศูนย์	0 ราย
	การดูแลและพัฒนาบุคลากร	Engagement Score 70%	76%
		ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงานเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อคนต่อปี	เฉลี่ย 11 ชั่วโมงต่อคนต่อปี (ปี 2565 เฉลี่ย 13 ชั่วโมงต่อคนต่อปี)
	ความปลอดภัยอาชีวอนามัย	อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงาน เป็นศูนย์	0 ราย
	การบริการ	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ อย่างน้อย 80%	96.07%
	กิจกรรมเพื่อสังคม	ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมที่ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	<ul style="list-style-type: none">พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมด้านความยั่งยืน 100 คนมีผู้รับประโยชน์ในกิจกรรมความยั่งยืน 1,000 คนมีพันธมิตรร่วมดำเนินงาน กว่า 5 องค์กรทั้งภาคประชาสังคม ภาครัฐ และเอกชน

Goal of social management and result for 2023

ESG	Topic	Goals for 2023-2025	Results for 2023
Social	Respect for human rights and fair treatment of workers	No complaint regarding human rights	No complaints
	Employee caring and development	Engagement Score 70%	76%
		Average training hours of 10 hours per person per year	An average of 11 hours per person per year (In 2022, an average of 13 hours per person per year)
	Occupational safety and health	Employee occupational accident rate is zero	No accident
	Service	Customer satisfaction score at least 80%	96.07%
	CSR activity	Conduct social activities that cover all groups of stakeholder.	<ul style="list-style-type: none">100 employees participated in sustainability activities1,000 people benefited from sustainability activities.More than 5 partners participated, including civil society, public and private sectors.

สวัสดิการที่เป็นธรรม

การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม และเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ทุกคนพึงจะได้รับอย่างเท่าเทียมกัน โดยบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน และการปฏิบัติต่อพนักงานตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อการละเมิดสิทธิมนุษยชนได้ เช่น การไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเพศในการว่าจ้างพนักงาน โดยบริษัทฯ จะพิจารณาที่ความสามารถและความเหมาะสมของผู้สมัครงานเป็นหลัก

โดยบริษัทฯ ได้มีการออกนโยบายสิทธิมนุษยชนประกาศอย่างชัดเจน และกำหนดระเบียบวิธีการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อระบุนาตรการป้องกันและลดผลกระทบจากความเส่ียงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินงานของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า และได้มีการดำเนินการเพื่อป้องกัน บรรเทาความรุนแรงของผลกระทบในภาพรวมด้วย

Fair welfare

Fair Treatment of Employees and Respect for Human Rights

The Company is strongly committed to preventing human rights violation in human resources management as these rights are fundamental and should be equally accessible to everyone. The Company strictly adheres to all applicable employment and employee treatment regulations under the Labor Law. The Company also considers various factors that may lead to human rights violation, such as not imposing employment limitation based on gender as the Company evaluates applicant on their abilities and suitability for the position.

The Company has a clear human rights policy and has established a procedure for assessing human rights risks and impacts. This is to identify measures to prevent and mitigate impact of human rights risk in the company's operations throughout the value chain. The company has also taken steps to prevent and mitigate the severity of the overall impact.



กระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD: Human Rights Due Diligence)

ความมุ่งมั่นในเชิงนโยบาย	การกำหนดนโยบายสิทธิมนุษยชน
การประเมินผลด้านสิทธิมนุษยชน	<ul style="list-style-type: none">ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทระบุผู้มีส่วนได้เสีย หรือผู้เกี่ยวข้องที่ได้รับผลกระทบจากการฝ่าฝืนและละเมิดต่อสิทธิมนุษยชนประเมินระดับความรุนแรงของความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้น
การติดตามประสิทธิผล	<ul style="list-style-type: none">กำหนดมาตรการในการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนกำหนดผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานตามมาตรการในการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนติดตามผลการดำเนินงานตามมาตรการในการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งทบทวนแนวทางให้ถูกต้องเหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ
การเยียวยาและช่องทาง การรับเรื่องร้องเรียน	<ul style="list-style-type: none">หากมีกรณีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน บริษัท ฯ มีกระบวนการสอบสวนอย่างเป็นธรรม และมีมาตรการในการลงโทษ ดังนี้<ul style="list-style-type: none">การเตือนด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษรการลดค่าจ้างหรือตำแหน่งงานตัดหรือระงับการจ่ายเงินรางวัลประจำปีการพิจารณาไม่ปรับค่าจ้างการกำหนดช่องทางการแจ้งเบาะแสและรับเรื่องร้องเรียนในการกระทำฝ่าฝืนหรือละเมิดต่อหลักสิทธิมนุษยชน ตามนโยบายการแจ้งเบาะแสและรับข้อร้องเรียน
การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	<ul style="list-style-type: none">การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าในการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน

Human Rights Due Diligence (HRDD)

Policy Commitment	Human Rights Policy
Human Rights Risk and Impact Assessment	<ul style="list-style-type: none">Identify human right risks from business operationIdentify stakeholders or those affected by human rights violationAssess the severity of human rights riskEvaluate potential impacts on human rights that may occur
Performance Tracking	<ul style="list-style-type: none">Establish measures to prevent and mitigate the impact of human rights riskAssign responsibility for human rights risk prevention and mitigation measuresMonitor the implementation of human rights risk prevention and mitigation measures and regularly review and adjust the approach as needed
Remedy and Complaint Channels	<ul style="list-style-type: none">In the event of human rights violation, the Company has a fair investigation process and the following disciplinary measures:<ul style="list-style-type: none">Verbal or written warningDemotion or salary reductionReduction or suspension of annual bonusConsideration of no salary adjustmentEstablishment of whistleblowing and complaint channel for reporting human rights violation, in accordance with the whistleblowing and complaint policy
Stakeholder Engagement	<ul style="list-style-type: none">Stakeholder engagement in the value chain for human rights compliance

การจ้างงาน

บริษัทฯ มีการสรรหาว่าจ้างพนักงานโดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถผ่านการสัมภาษณ์ และคัดเลือกคุณสมบัติที่เหมาะสมกับองค์กรเกี่ยวกับค่านิยมขององค์กร อันได้แก่ Customer Driven, Unity, Professional, Integrity และ Digital Driven เพื่อให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานภายใต้แนวคิดการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล โดยในปี 2566 บริษัทฯ มีการจ้างพนักงานประจำ พนักงานสัญญาจ้างจำนวน 1,344 คน โดยการจ้างงานของบริษัทฯ มีความหลากหลายในแต่ละด้าน ดังนี้

นอกจากการจ้างงานพนักงานปกติแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับผู้พิการ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่ขาดโอกาสทางสังคม ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนการมีงานทำของผู้พิการ บริษัทฯ ใช้สิทธิทดแทนการจ้างงานผู้พิการ ตามมาตรา 35 ของพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการ เพื่อทดแทนการจ้างงานผู้พิการในองค์กร ในโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการไทยจำนวน 13 คน (ตามสัดส่วนพนักงาน 100 คน ต่อผู้พิการ 1 คน หรือ 100:1) โดย เมืองไทยประกันภัย ดำเนินกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติด้านการเลี้ยงสัตว์ เกษตรกรรม และอาชีพอื่น ๆ

ปี 2566 มีการส่งเสริมด้านอาชีพ ดังนี้

- การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเลี้ยงไก่ไข่ แก่ผู้พิการจำนวน 4 คน ในจังหวัดศรีสะเกษ
- การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเลี้ยงไก่ไข่ แก่ผู้พิการจำนวน 4 คน ในจังหวัดสกลนคร
- การอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตรการเพาะปลูกลูกพีชผักในโรงเรือนระบบปลอดสารพิษ แก่ผู้พิการจำนวน 2 คน ที่อยู่ในมูลนิธิบ้านบุญญะเพื่อเด็กพิเศษ อ. สัตหีบ จ. ชลบุรี
- การสนับสนุนเงินทุนเพื่อการประกอบอาชีพ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย อาชีพขายอาหารตามสั่ง, ขายสินค้าท้องถิ่นออนไลน์, เลี้ยงไก่ไข่และปลาดุกในบ่อปูน



Employment

The Company recruits and hires employees based on their knowledge and capability through interviews, selecting those whose qualifications align with the organization's values, such as customer driven, unity, professional, integrity and digital driven. This ensures that employees are suitable for their positions within the framework of human resources management. In 2023, the Company hired 1,344 permanent and contract employees. The company's hiring practices emphasize diversity in the following areas:

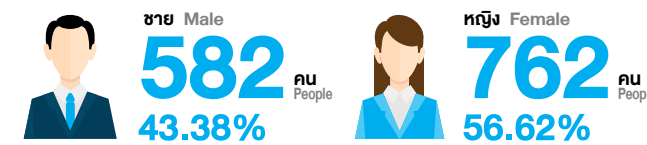
In addition to general employment, the Company also prioritizes individuals with disabilities who face social barriers. By advocating for and supporting the employment of individuals with disabilities, the Company exercises its right to substitute their employment as outlined in Section 35 of Empowerment of Persons with Disabilities Act. This entails substituting the employment of individuals with disabilities within our company involved in the project aimed at enhancing the quality of life for 13 individuals with disabilities (per the ratio of 100 employees per 1 person with disabilities or 100:1). Additionally, the Company conducted practical training activities such as animal husbandry, agriculture, and other occupations.

In 2023, the career promotion initiatives are outlined as follows:

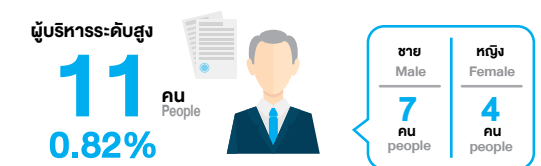
- Conducted a workshop on raising chickens for 4 individuals with disabilities in Sisaket province.
- Organized a workshop on raising chickens for 4 individuals with disabilities in Sakon Nakhon province.
- Facilitated a workshop for 2 individuals with disabilities from the Boonchu Teachers' Home for Special Children in Sattahip District, Chonburi Province.
- Provided funding for 3 individuals to engage in various activities such as on-demand food services, online sales of local products, and raising chickens, eggs, and catfish in a mortar pond.

ปี 2566 จำนวนพนักงาน
Total number is **1,344** คน people in 2023

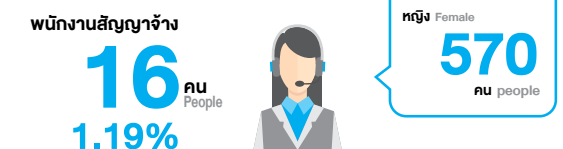
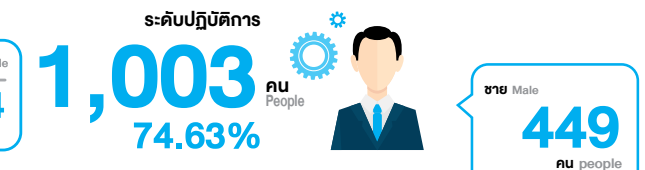
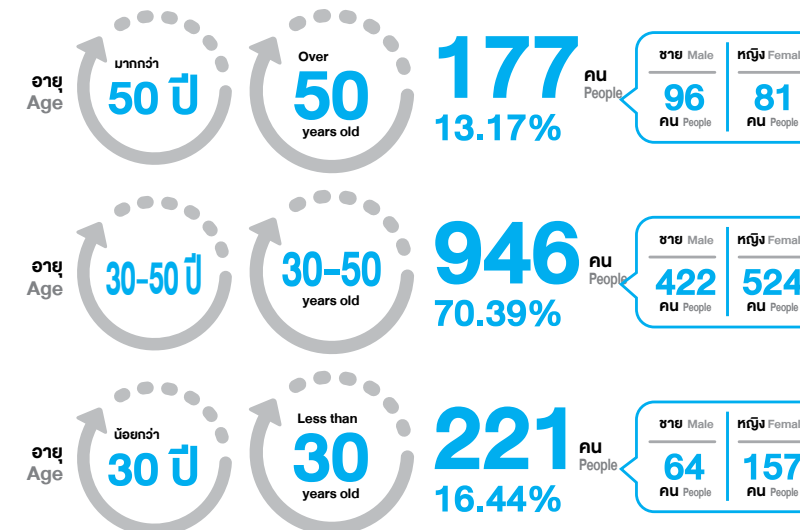
แบ่งตามเพศ (By gender)



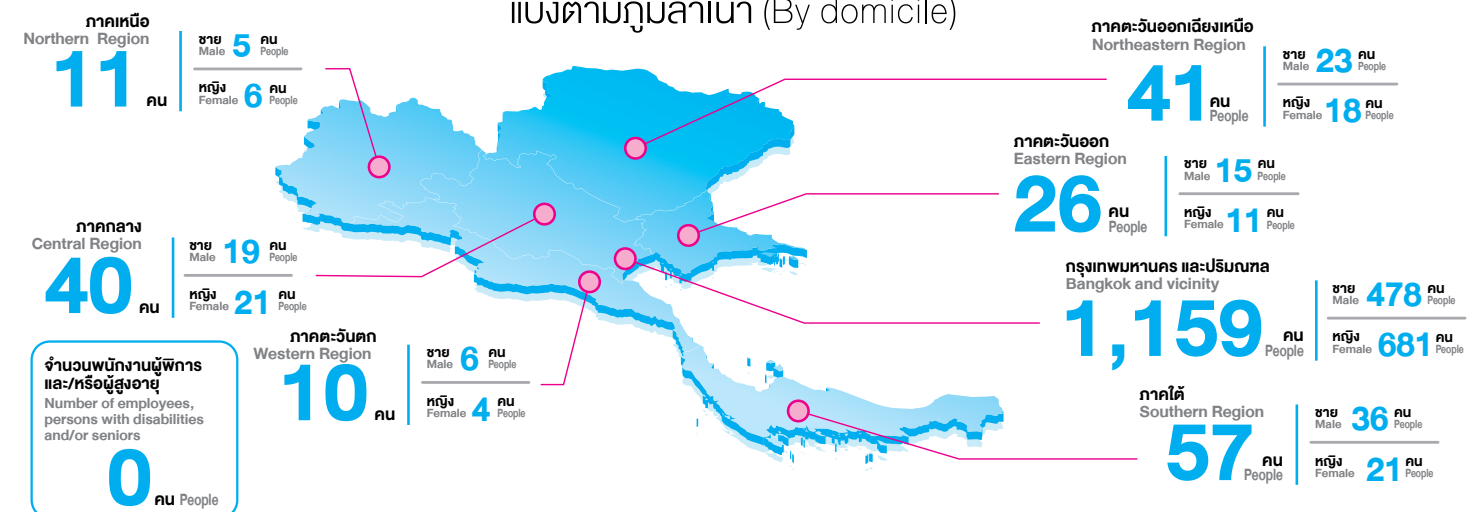
แบ่งตามระดับ (By level)



แบ่งตามช่วงอายุ (By age)



แบ่งตามภูมิลำเนา (By domicile)



จำนวนพนักงานผู้พิการ และ/หรือผู้สูงอายุ
Number of employees, persons with disabilities and/or seniors
0 คน People

การทำงานและการใช้ชีวิตที่สมดุล

การดูแลและรักษาพนักงาน

ผู้บริหารและพนักงานทุกคนจัดว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรฯ ขยับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการดูแล ส่งเสริม พัฒนา รวมทั้งจัดการด้านสวัสดิการให้แก่พนักงานทุกระดับ ด้วยความเหมาะสม

ความก้าวหน้าในการทำงาน

บริษัทฯ สนับสนุนการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ โดยให้โอกาสทัดเทียมกันในการว่าจ้าง การแต่งตั้ง การโยกย้าย โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสมกับลักษณะงาน ด้วยคุณธรรม ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลหนึ่ง บุคคลใด อันเนื่องจากเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ อายุ สถานภาพความทุพพลภาพ หรือสถานะอื่นใด ที่มีได้เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้โอกาสความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่อย่างเหมาะสมยุติธรรมโดยไม่เลือกปฏิบัติ โดยพิจารณาตามผลประเมินการปฏิบัติงาน ผลสำเร็จของงาน และศักยภาพของพนักงาน โดยมีตัวชี้วัด KPI และ Competency ที่ชัดเจน พร้อมทั้งส่งเสริมพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถของพนักงาน ให้มีความก้าวหน้าในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งผู้บริหารและพนักงานทุกคนจัดว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรฯ ขยับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ โดยบริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมที่ครอบคลุมในเรื่องการจ้างงาน การเลิกจ้าง การจ่ายค่าตอบแทนและจัดให้สวัสดิการด้านต่าง ๆ การพัฒนาพนักงาน โดยมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง การดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและคำนึงถึงความปลอดภัยในการทำงาน และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของพนักงาน

การกำหนดค่าและบริหารค่าตอบแทน

บริษัทฯ กำหนดจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้บริหารและพนักงานอย่างเป็นธรรม เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงาน ตามนโยบายการบริหารค่าตอบแทน โดยบริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงาน ปีละ 2 ครั้ง โดยใช้ KPI เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในงาน เมื่อครบรอบการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน และเดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม โดยใช้ KPI เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในงาน เพื่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการประเมินด้านความรู้ ทักษะ พฤติกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงาน และการให้ความร่วมมือ

Work- life balance

Employee Care and Retention

Every executive and employee plays an important part in driving the organization towards success. The Company has taken care of, advocated, developed and administered the welfare of employees of all levels appropriately.

Career Advancement

The company supports human rights protection without discrimination, aligning with the provisions of the Constitution. Equal opportunities are provided in hiring, appointment, and transfer decisions based on knowledge, abilities, and suitability for the job. Integrity is maintained, and no one is discriminated against based on race, skin color, religion, gender, age, disability, or any other irrelevant factors. The Company also ensures equal opportunities for career advancement based on fair and unbiased assessments of job performance, task accomplishments, and employee potential. Clear key performance indicators (KPIs) and competencies are used as measurable criteria, and continuous skill and knowledge development is promoted to ensure consistent progress in the workplace.

Remuneration Setting and Management

The Company fairly establishes remuneration for executives and employees in accordance with their knowledge, capabilities, responsibilities and performance, following the remuneration management policy. The Company conducts performance evaluation for executives and employees twice a year, coinciding with the company's business cycles, from January to June and from July to December, by using KPIs as a concrete measure of success to achieve performance efficiency while knowledge, skills, work behavior and collaboration in CSR activities are also assessed. The results are used as criteria in the remuneration adjustment and career progression based on competence and capabilities.

Employee Welfares and Benefits

Health: The Company prioritizes the health of its employees by providing a dedicated health consultation team available for employees who come to work and are sick. The Company also provides health insurance, which entitles them to outpatient and inpatient treatment, personal accident insurance in case of unexpected accidents, and dental care. The insurance also covers the cost of treatment for 6 critical illnesses including cancer and tumor, heart disease, brain disease, high blood pressure, diabetes, and severe hepatitis. These benefits extend beyond the social security benefits that employees are already entitled to. Moreover, the Company also organizes annual vaccinations, such as influenza, and gives employees the opportunity to bring their relatives for annual health check-ups at a special rate. Furthermore, the Company also arranges regular health check-ups for employees to assess their physical condition, enabling them to be proactive in maintaining good health, preventing diseases, reducing pain, and potentially lowering long-term healthcare expenses. This initiative aims to ensure the well-being of employees in the long run.

Savings: The Company provides a provident fund for employee, where they contribute a portion of their salary and the Company matches a portion of it. In 2023, the Company collaborated with Kasikorn Asset Management Co., Ltd. to invite the fund manager responsible to the provident fund to give a lecture to employees. The lecture covered summary of the investment economy and investment trend in 2023, performance of the provident fund, and tax benefits that employees are entitled to as members of the fund. This initiative aims to raise awareness among employees about the importance of saving and to encourage them to be disciplined in their savings.

ในการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กันไป โดยผลคะแนนการประเมินมีผลต่อการได้รับผลตอบแทน และความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเป็นธรรมตามความรู้ความสามารถ โดยในปี 2566 บริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานเป็นจำนวน 932,120,496.58 บาท ซึ่งสัดส่วนค่าตอบแทนพนักงานหญิง 759 ต่อ พนักงานชาย 580 (หมวด 2 ข้อ 8) ไม่รวมผู้บริหารระดับสูง

การจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่พนักงาน

ด้านสุขภาพ บริษัทฯ มีความใส่ใจสุขภาพพนักงาน ด้วยการจัดทีมที่ปรึกษาด้านสุขภาพกรณีที่มาปฏิบัติงานและมีอาการป่วย นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดให้พนักงานได้รับประกันสุขภาพ ซึ่งพนักงานจะได้รับสิทธิในการรักษา ทั้งสิทธิผู้ป่วยนอก และผู้ป่วยใน, ประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล เมื่อยามที่พนักงานประสบอุบัติเหตุโดยไม่คาดคิด นอกจากนี้ ยังครอบคลุมถึงค่ารักษาทันตกรรม สิทธิค่ารักษาพยาบาล 6 โรคร้ายแรง ได้แก่ โรคมะเร็งและเนื้องอก, โรคหัวใจ, โรคสมอง, โรคความดันโลหิตสูง, โรคเบาหวาน, โรคไวรัสตับอักเสบบีเรื้อรัง เป็นต้น ซึ่งสิทธิดังกล่าวนี้ เป็นสิทธิที่นอกเหนือจากสิทธิประกันสังคม ที่พนักงานพึงได้อยู่แล้ว นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคประจำปี เช่น ไข้หวัดใหญ่ รวมทั้งเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถนำญาติ มาตรวจสุขภาพประจำปีได้ในอัตราพิเศษ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีสำหรับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้ประเมินสภาพร่างกาย ให้เตรียมพร้อมรับมือ เพื่อดูแลรักษาสุขภาพให้ห่างไกลจากโรคได้แต่เนิ่น ๆ ลดความเจ็บปวด ลดค่าใช้จ่ายที่อาจบานปลาย เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีในระยะยาว

ด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหาร พนักงาน โดยมุ่งเน้นที่จะลดการเกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานให้เป็นศูนย์ มีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับแผนงานด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีสุขอนามัยในการทำงานที่ดี เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานที่เหมาะสม โดยในปี 2566 บริษัทฯ จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมด้านความปลอดภัย เช่น การอบรมหนีไฟ การอบรมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

ด้านการออม บริษัทฯ จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้กับพนักงาน โดยพนักงานสะสมเงินส่วนหนึ่งบริษัทสมทบให้อีกส่วนหนึ่ง ซึ่งปี 2566 ทางบริษัทฯ ร่วมกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กลีกรไทย โดยผู้จัดการกองทุนที่ดูแลเรื่องกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ให้เกียรติบรรยาย สรุปลักษณะเศรษฐกิจการลงทุนและแนวโน้ม การลงทุนในปี 2566 รวมถึงผลการดำเนินงานกองทุน และสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่พนักงานพึงได้จากการเป็นสมาชิกกองทุนฯ เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญ และเป็นการส่งเสริม การออมเงินให้พนักงาน โดยในปี 2566 มีพนักงานที่เข้าร่วม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 1,153 คน จากจำนวนพนักงาน ที่มีสิทธิเข้าร่วมทั้งหมด จำนวน 1,344 คน คิดเป็นร้อยละ 85.79

ด้านเวลาการปฏิบัติงาน บริษัทฯ มีนโยบายสวัสดิการทางเลือก เปิดให้พนักงานได้เลือกเวลาเข้างาน ที่เหมาะสมกับตนเอง เนื่องจากพนักงานบางคนอาจมีเหตุจำเป็นที่ทำให้ไม่สามารถ มาเข้างานตามเวลาที่บริษัทกำหนด โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง

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

ซึ่งการให้พนักงานได้เลือกเวลาเข้างาน ตามความเหมาะสม ของตัวเอง จะทำให้พนักงานสามารถบริหารจัดการการดำเนิน ชีวิตส่วนตัวได้อย่างดี ไม่ต้องกดดันกับระยะเวลาเร่งรีบของตัวเอง เมื่อต้องเดินทางมาทำงาน ส่งผลให้พนักงานมีจิตใจที่สดใส พร้อมที่จะเริ่มต้นทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ทั้งหมดนี้ บริษัทฯ ตระหนักดีว่า หากพนักงานมีสุขภาพกาย และสุขภาพใจที่ดี รู้สึกมีความมั่นคงในการทำงานร่วมกับบริษัทฯ แล้ว จะทำให้พนักงานสามารถทำหน้าที่ของตัวเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้การดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตาม เป้าหมายที่บริษัทฯ ได้วางไว้

การมีส่วนร่วมของพนักงาน

บริษัทฯ ได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อ ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานตลอดทั้งปี อีกทั้งยังมีการ จัดกิจกรรมผ่านช่องทาง Online กิจกรรม อาทิ

- กิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน เช่น กิจกรรมทำบุญในวาระสำคัญต่าง ๆ
- กิจกรรมอาสาสมัคร เป็นกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ที่บุคคลเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ เช่น กิจกรรมอาสา กล้าใหม่เมืองไทยประกันภัย ที่พนักงานใหม่ทุกท่าน จะได้มีส่วนร่วมในการคิด และร่วมทำกิจกรรมเพื่อ ตอบแทนสังคม

Working Hours: The Company offers an alternative welfare policy that allows employees to select a convenient time for them. This flexibility is provided to accommodate situations where some employees may have constraints preventing them from adhering to the company's specified work hours. It is divided into 3 periods. The original working hours is between 8.30 am. - 5.00 pm.

1. Working hours between 9.00 am. - 5.30 pm.
2. Working hours between 9.30 am. - 6.00 pm.

Providing employees the flexibility to set their own work hours enables them to effectively balance their personal lives. This option helps them eliminate the stress associated with commuting during peak hours. Consequently, employees are better equipped to work efficiently and maintain a focused and clear mindset.

Furthermore, the company recognizes the significance of enhancing the physical well-being and happiness of its employees, while also cultivating a stable work environment. This approach ensures that employees are well-prepared to perform their responsibilities effectively, contributing to the overall attainment of the company's objectives.

Employee Participation

The Company organizes various activities, both on-site and online, throughout the year to promote employee relations, including:

- Employee bonding activities such as merit-making activities on important occasions.
- Volunteer activities that encourage employees to voluntarily participate in charitable activities such as MTI New Volunteer Program where new employees get the opportunity to give back to society.
- Online games or quiz during festival or on special occasions to create a sense of participation and strengthen the bond between employees and the organization.

- กิจกรรมเกม หรือ ตอบคำถามออนไลน์ตามเทศกาล หรือวาระต่าง ๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม เกิดความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร
- กิจกรรมสันทนาการ เช่น การให้พนักงานเข้าร่วมชมการแสดงโขนพระราชทาน ชุดภูมิภรณ์ทนต์น้ำที่บริษัทฯ เป็นผู้สนับสนุน การส่งพนักงานเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล กีฬาฟุตซอล 7 คน กีฬาโบว์ลิ่งของสมาคมประกันวินาศภัย เพื่อเสริมสร้างความสามัคคี และยังเป็นการส่งเสริมด้านสุขภาพของพนักงานอีกด้วย
- และเมื่อมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ แคมเปญใหม่หรือบริการใหม่ บริษัทฯ จะทำการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ให้พนักงานได้รับรู้โดยทั่วถึง และให้พนักงานสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงเปิดโอกาสให้ญาติของพนักงานได้ซื้อผลิตภัณฑ์ประกันภัยในราคาพิเศษ นอกจากนี้ยังให้พนักงานสามารถเลือกผ่อนชำระเป็นรายเดือนได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ Health Me Plus, ผลิตภัณฑ์ SMEs มีกำไร

การส่งเสริมด้านจิตอาสาของพนักงาน

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมร่วมระหว่างฝ่ายความรับผิดชอบต่อสังคม และฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล คือ **“กิจกรรมอาสา กล้าใหม่เมืองไทยประกันภัย”** โดยพนักงานที่เข้ามาทำงานกับเมืองไทยประกันภัย จะได้เข้าร่วมโครงการอาสากล้าใหม่ที่ปลูกฝังความมีใจเป็นจิตอาสาในการช่วยเหลือสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะหล่อหลอมให้พนักงานในบริษัทฯ มีความเป็นจิตอาสา และมีน้ำใจ ตลอดจนช่วยสานความสัมพันธ์ให้พนักงานเมืองไทยประกันภัยมีความผูกพันระหว่างกัน มีความรักในองค์กร รักในวัฒนธรรมองค์กร และส่งผลให้พนักงานมีความสุขในการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทฯ ในแบบ **“ครอบครัวยิ้มได้”**

การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงาน

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ รวมถึงการร้องเรียนผ่านทุกช่องทาง อาทิ เว็บบภายในบริษัทฯ ไลน์แอด เฟสบุ๊ก และช่องทาง Share Box... Share with CEO ซึ่งเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้ในทุก ๆ เรื่อง ตรงถึง CEO นำมาซึ่งการพัฒนาองค์กรในหลาย ๆ ด้าน เช่น การพัฒนาการให้บริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร การพัฒนาระบบการทำงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฯ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรมากขึ้น

- Recreational activities such as providing employees with tickets to Khon Performance sponsored by the Company and encouraging employees to participate in futsal, 7-a-side football, and bowling tournaments organized by the Thai General Insurance Association to promote unity and importance of health.
- Publicizing new products, campaigns, or services to ensure employees are well-informed. The company also provides opportunities for employees and their relatives to purchase insurance products at special prices, with the option of monthly installments. This includes products like **“Health Me Plus”** and **“profitable SMEs”**.

Employee Volunteerism

The Company organizes a joint activity between Corporate Social Responsibility Department and Human Resources Department called **“MTI New Volunteer Program”** where new employees of the Company get to be a part of in order to instill a sense of volunteerism and compassion for society. These senses will shape the employees to be dedicated volunteers and strengthen the bond between employees, creating a **“Smiling Family”** environment where employees can find joy and satisfaction in their work and feel a sense of admiration in the organization and its culture.

Employee Feedback and Suggestion

The Company provides employees with various channels to express their opinions, suggestions and complaints, including the Company's internal website, Line OA, Facebook and Share Box... Share with CEO. These channels allow all employees to share their opinions and suggestions on any matter directly with the CEO. This initiative plays a crucial role in the organizations development across multiple dimensions, such as improving internal and external services, refining work processes, and enhancing product development to strengthen the organization as a whole.

ความผูกพันของพนักงานองค์กร

บริษัทฯ จัดให้มีการสำรวจความผูกพันของพนักงานองค์กร (Engagement Survey) เป็นประจำทุกปี ในช่องทาง Microsoft 365 เพื่อเปิดโอกาสและเป็นช่องทางในการเข้าถึงและสื่อสาร กับพนักงานเพื่อสร้างความเข้าใจและค้นหาประเด็นที่ต้องปรับปรุงพัฒนาต่อไป โดยมีการกำหนดเป้าหมายและผลการดำเนินงาน ดังนี้

ในปี 2566 มีพนักงานลาออกจากงานโดยสมัครใจ จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 15.18 ของพนักงานทั้งหมด และคิดเป็น อัตราการลาออกของพนักงาน (Turnover Rate) ร้อยละ 15.18 (ปี 2565 มีอัตราการลาออก คิดเป็นร้อยละ 15.22)



เป้าหมาย (Target)
Engagement Score

is อยู่ที่ **70%**

ผลปี 2566
2023 Result

76%

สรุปภาพรวมในปี 2566 จำนวนพนักงานชายที่ลาออก โดยความสมัครใจเพศชาย 70 คน คิดเป็นร้อยละ 34.31 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และจำนวนพนักงานหญิงที่ลาออก โดยความสมัครใจเพศหญิง 134 คน คิดเป็นร้อยละ 65.69 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และในปี 2566 ไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานที่มีนัยสำคัญ

Employee Engagement

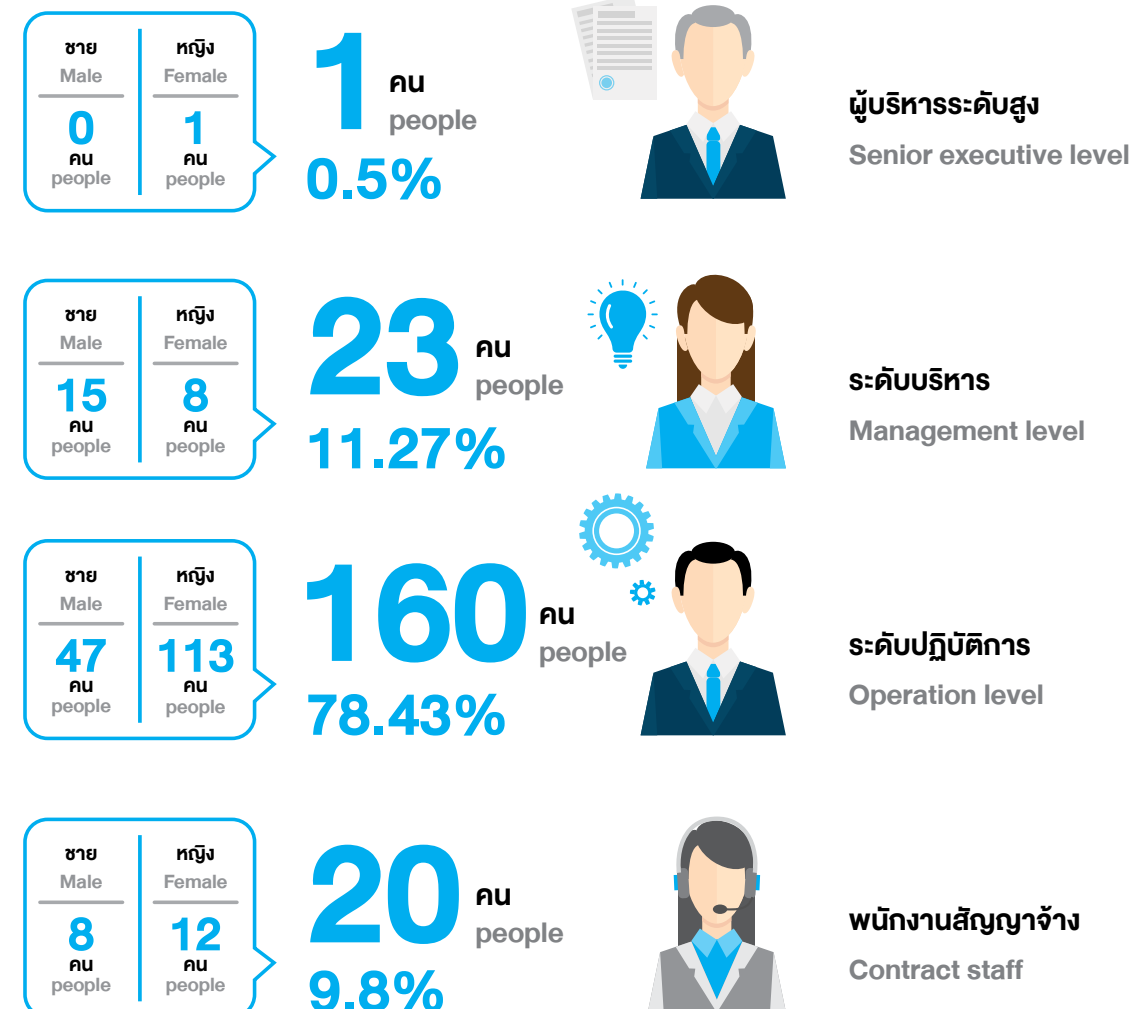
The Company conducts an employee engagement survey every years via Microsoft 365 to provide employees an opportunity to communicate with the Company and share their feedback. The survey aims to create common understanding and identify areas for improvement, with the following objective:

In 2023, 204 employees voluntarily resigned, accounting for 15.18% of the total workforce and a turnover rate of 15.18% (the turnover rate in 2022 was 15.22%).

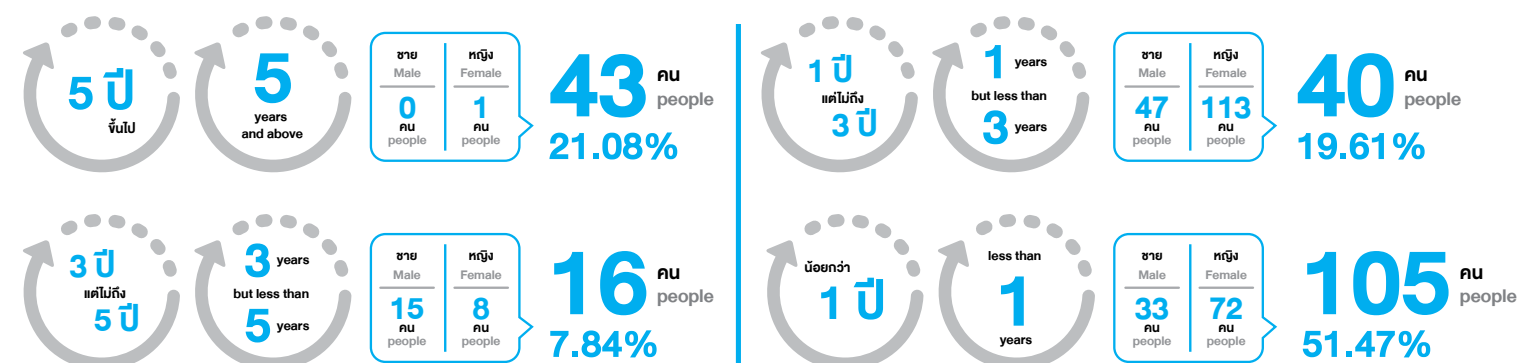
In 2023, the summary indicates that 70 male employees voluntarily resigned, accounting for 34.3% of the total employees. Additionally, 134 female employees voluntarily resigned, accounting for 65.69 % of the total employees. Furthermore, there were no notable labor disputes reported throughout the year.

จำนวนพนักงานลาออก
Employee turnover **204** คน คิดเป็น **15.18%**
people IS

แบ่งตามระดับ (By level)



แบ่งตามช่วงอายุงาน (By years of service)



สุขภาพ และความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่า สุขภาพและความปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงานเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด ที่บริษัทฯ ต้องมีมาตรการในการดูแล ป้องกันพนักงานที่ปฏิบัติงานให้บริษัทฯ จึงมีการดำเนินการด้านความปลอดภัยในการทำงานในหลากหลายมิติ ดังนี้

- 1) การแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย ชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบกิจการ ซึ่งมีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและแผนงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน รวมถึงรายงานและเสนอมาตรการหรือแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขด้านความปลอดภัยให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
- 2) การจัดอบรมและแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน “ระดับบริหาร” และ “ระดับหัวหน้างาน” พร้อมยื่นแต่งตั้งกับกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน ตามที่กฎหมายกำหนด
- 3) การจัดอบรมดับเพลิงขั้นต้น พร้อมฝึกซ้อมแผนอพยพหนีไฟ พร้อมรายงานผลการดำเนินการกับกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน ตามที่กฎหมายกำหนด

Occupational Health and Workplace Safety

The Company is well are that wellbeing and workplace safety are of utmost importance. Recognizing this, the Company has implemented measures to care for and protect employees while on duty, thus, the Company has undertaken the following initiatives in multiple aspects to ensure workplace safety:

- 1) Establishing the Occupational Health, Safety and Workplace Environment Committee tasked with establishing policies and plans related to workplace safety, along with duties to provide reports and propose measures or approaches to improve safety as mandated by the law.
- 2) Training and appointing safety officers at the “executive” and “supervisor” levels and notify the Department of Labour Protection and Welfare under the Ministry of Labour as mandated by the law.
- 3) Organizing the basic firefighting training and fire evacuation drills, with results reported to Department of Labour Protection and Welfare under the Ministry of Labour as mandated by the law.

ปี 2566

การเกิดอุบัติเหตุ
ถึงขั้นเสียชีวิต

0 ราย

In 2023
there were

0

fatality from
accident.

จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม ของพนักงานทั้งหมด

(Total working hours of all employees)

2,449,440

ชั่วโมง (Hours)

จำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บ / อุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน

(Number of injury incidents /
accidents leading to
lost time)

0

ครั้ง (Times)

จำนวนรวมพนักงานบาดเจ็บ จากการทำงานถึงขั้นหยุด ตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป

(Total number of
employees injured
from work resulting in
absence of 1 day
or more)

0

คน (People)

ร้อยละของจำนวน พนักงานที่ได้รับ บาดเจ็บ ถึงขั้นหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป

(Percentage of number of employees
injured from work resulting in
absence of 1 day or more)

00.00

จำนวนพนักงาน เสียชีวิต

(Number of employees
passed away)

0

คน (People)

หมายเหตุ : อัตราการลาออกนับรวมเกษียณ การพ้นสภาพ
(ขาดงานเกิน 3 วัน) และการเสียชีวิตNote: The turnover rate includes retirement, termination
of employment (more than 3 days absence) and death.

มาตรฐานความปลอดภัย และมาตรการป้องกันในสถานการณ์ โรคระบาด

Safety Standards and Preventive Measures in Pandemic Situation

กิจกรรมฉีดวัคซีนไขหวัดใหญ่

Flu Vaccination Activity

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลสุขภาพ รวมถึงเล็งเห็นถึงความอันตรายในการแพร่ระบาดและความรุนแรงของไข้หวัดใหญ่ จึงจัดให้มีการฉีดวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์ให้แก่พนักงานที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่ รวมถึงพนักงานที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานสาขาย่อย ทั้ง 20 สาขาทั่วประเทศ รวมพนักงานของบริษัทฯ เข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์ จำนวน 585 คน

The Company recognizes the importance of healthcare and is aware of the dangers of the spread and severity of influenza. Therefore, the Company has arranged for the vaccination of 4 strains of the virus for employees working at the head office as well as employees working at 20 branch offices nationwide. A total of 585 employees of the company received the 4-strain influenza vaccine.



การให้ความรู้ด้านการประกันภัย

การพัฒนาพนักงาน

ตลอดปี 2566 บริษัทฯ ได้ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องมุ่งให้เกิดความพร้อมของทักษะในด้านต่าง ๆ การ Upskill Reskill ทั้งในส่วนของ Functional Competency และ Leadership Competency ผ่านรูปแบบการพัฒนาที่หลากหลาย อาทิเช่น Classroom, Workshop, e-Learning, Job Rotation และ Project Assignment เป็นต้น และพนักงานทุกคนสามารถพัฒนาตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่าน Digital Platform “MTI Learn D” ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ให้พนักงานทุกระดับพัฒนาการทำงานได้อย่างไร้ขีดจำกัดด้วยความมุ่งมั่นพัฒนาให้พนักงานเติบโตไปพร้อม ๆ กับบริษัทฯ

เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานใหม่ ให้สามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานและวัฒนธรรมองค์กร เมืองไทยประกันภัย ได้จัดหลักสูตร Orientation Program ให้กับพนักงานเข้าใหม่ทุกคน ได้ทราบถึงสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ การใช้งานระบบต่าง ๆ จริยธรรมในการทำงาน Core Value และ นโยบายความมั่นคงปลอดภัยสำหรับระบบสารสนเทศ

ได้มีการจัดหลักสูตรที่จำเป็นกับการปฏิบัติงาน เน้นการเรียนรู้และพัฒนาทักษะเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานและการบริการลูกค้า เช่น หลักสูตรความรู้ ระบบเครื่องยนต์ เกียร์ ช่วงล่าง ระบบงานซ่อมสีตัวถัง สำหรับฝ่ายประเมินราคาและฝ่ายสนับสนุนสินไหมประกันภัย และ หลักสูตรความรู้การประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก สำหรับฝ่ายขาย และ หลักสูตร Show & Tell Effective Presentation สำหรับผู้บริหาร

เพื่อให้ลูกค้ายืนยันใจว่าเมืองไทยประกันภัยได้รวบรวม จัดเก็บและใช้ข้อมูลลูกค้าอย่างปลอดภัย มิให้เกิดการละเมิดสิทธิข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า บริษัทได้สร้างความรู้ ความเข้าใจในกฎหมาย PDPA ผ่านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และ จัดหลักสูตร พระราชบัญญัติข้อมูลส่วนบุคคล หรือ PDPA ให้กับพนักงานทุกคนพร้อมทั้งทดสอบความรู้ทุกปี จำนวน 1 ครั้งต่อปี นอกจากนี้ยังให้ความรู้เรื่องการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ประเภทรูทกิจประกันภัย (ปปง.) โดยพนักงานต้องได้รับความรู้และผ่านการทดสอบความรู้ทุกคน

Insurance knowledge training

People Development

Throughout 2023, the Company has continuously promoted and supported the development of its employees to ensure readiness in various skill areas through upskilling and reskilling initiatives, both in functional competency and leadership competency. This is conducted through diverse development formats, such as classroom sessions, workshops, e-Learning, job rotation, and project assignments. Additionally, all employees have the opportunity to learn anytime, anywhere through the digital platform called “MTI Learn D”, providing unlimited learning opportunities for employees at all levels to enhance their work capabilities, with a dedicated focus on fostering employee growth alongside the Company.

To prepare new employees to adapt to the working environment and organizational culture, Muang Thai Insurance has organized an orientation program. This program aims to ensure that all new employees are informed about the benefits, privileges, system usage, work ethics, core values, and IT security policies regarding information systems.

Essential training courses focusing on practical work skills have been provided to enhance process workflow and customer service. For example, knowledge courses on engine systems, gears, chassis repair systems for the appraisal and insurance support departments, insurance business interruption knowledge for sales, and Show & tell effective presentation courses for executives.

To ensure customer confidence in the secure handling of their data, the Company has educated its employees on the Personal Data Protection Act (PDPA) through continuous communication and provided PDPA training annually, along with testing their knowledge. Furthermore, employees are trained in money laundering prevention and detection (AML) specific to insurance businesses, with everyone required to pass the knowledge test.

สร้างความตระหนักรู้และผลกระทบจากการใช้ อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี ให้กับพนักงานทุกคน ผ่านหลักสูตร Cyber Security เพื่อเพิ่มความรู้ในการปกป้องข้อมูลจากการโจรกรรมของแฮกเกอร์ การรั่วไหลของข้อมูลหรือเหตุการณ์ใด ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน อุปกรณ์ และบริการที่ใช้งาน ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร และชื่อเสียงขององค์กรได้ โดยได้จัดอบรมและทดสอบความรู้ จำนวน 2 ครั้งต่อปี

เมืองไทยประกันภัยพัฒนาขีดความสามารถด้านดิจิทัล เพื่อเตรียมพร้อมที่จะก้าวสู่ยุคดิจิทัล ด้วยการพัฒนานักงานกลุ่ม Talent ให้เรียนรู้การเขียนคำสั่ง และการพัฒนากระบวนการทำงาน ด้วย Robotic Process Automation (RPA) ผ่านการเรียนรู้ และลงมือทำ Exercise, Showcase และ Project Assignment ซึ่งมีโครงการที่นำ RPA ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และลดเวลาการทำงานได้ มากกว่า 10 โครงการ

โดยแบ่งหลักสูตรการเรียนรู้ออกเป็นหมวดหมู่ดังนี้

- หลักสูตรบังคับตามกฎหมาย ได้แก่
 - หลักสูตรการป้องกันและการปราบปรามการฟอกเงิน ประเภทรูทกิจประกันภัย
 - หลักสูตร พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
 - หลักสูตร การสร้างความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์พนักงานต้องเข้าอบรมและผ่านเกณฑ์การทดสอบ 100%
- หลักสูตรที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานทั่วไป อาทิ หลักสูตรการประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก หลักสูตรการประกันภัยเบื้องต้น เป็นต้น
- หลักสูตรสำหรับผู้บริหาร อาทิ หลักสูตร Show and Tell Effective Presentation หลักสูตรการยกระดับความเป็นมืออาชีพและการเพิ่มขีดความสามารถจากภายในสำหรับนักประกันภัย เป็นต้น
- หลักสูตรสำหรับพนักงานกลุ่มศักยภาพ (Talent) อาทิ หลักสูตร Power Automate Cloud (RPA) หลักสูตรการบริหารโครงการ (Project Management)

ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ได้จัดให้ผู้บริหารเข้ารับการอบรม E-Learning หลักสูตรการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ESG) ซึ่งเป็นหลักสูตรของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand) โดยผู้บริหารทุกท่านสอบผ่านตามเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด และได้รับใบประกาศนียบัตร 100% และในปี 2567 บริษัทจะดำเนินการให้พนักงานทุกคน ได้เข้ารับการอบรมหลักสูตรการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ESG) โดยมีเป้าหมายไว้ที่ 100%

To increase awareness and mitigate risks associated with internet usage and technology, all employees have undergone cyber security training to enhance knowledge on data protection against hacking, data breaches, or any events that may affect operations, equipment, and services used. This training, conducted twice annually, aims to prevent potential damages to the organization and its reputation.

Muang Thai Insurance is developing digital capabilities to prepare for the digital era by enhancing the skills of the Talent Group to learn coding and process development through Robotic Process Automation (RPA) learning, hands-on exercises, showcases, and project assignments. There are more than 10 projects utilizing RPA to increase efficiency and reduce working time.

The training courses are divided into the following categories:

- Mandatory courses required by law
 - Anti-Money Laundering for Insurance Business
 - Personal Data Protection Act
 - Cyber Security AwarenessEmployees must attend and pass 100% of the test criteria.
- Courses required for general practice, such as business interruption insurance courses, basic insurance courses, etc.
- Courses for Executive, such as Show and Tell Effective Presentation, enhancing professionalism and internal empowerment for insurers, etc.
- Courses for Talents, such as Power Automate Cloud (RPA), Project Management

In 2023, the Company emphasized sustainable development. Executives were mandated to participate in the ESG training program offered by the Stock Exchange of Thailand, ensuring they met all program requirements and received a 100% certification. Moving forward into 2024, the Company plans to extend this training opportunity to all employees, aiming for a 100% participation rate.

สรุปผลการฝึกอบรมและพัฒนา ปี 2566
Summary of Training and Development Results for 2023

“MTI Learn D”

เมืองไทยประกันภัยสนับสนุนให้พนักงานได้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ด้วยแนวคิด Learn Anytime Anywhere ในปี 2566 เมืองไทยประกันภัยได้พัฒนา Digital Platform โดยพนักงานกลุ่ม New Gen ของบริษัทฯ ในชื่อ Application MTI Learn D เป็น Platform ที่สามารถใช้งานง่าย สะดวก และการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา แบบไร้ขีดจำกัด Application MTI Learn D เป็นแหล่งรวมความรู้ที่หลากหลาย ทั้งหลักสูตรอบรม Functional Skills, Leadership Skill, Power Skill และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี สามารถสร้างแบบทดสอบเพื่อวัดความรู้และประสิทธิภาพจากการอบรม เป็น Knowledge Hub ที่รวบรวมความรู้ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Knowledge Sharing, Podcast และ Book Briefing เป็นต้น

ประโยชน์เชิงปริมาณต่อธุรกิจ

- 1) ลดค่าใช้จ่ายในการจัดอบรมแบบปกติ มากกว่า 50%
- 2) ทำให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพ โดยร่วมอบรมหรือศึกษาความรู้ต่าง ๆ ผ่าน MTI Learn D จำนวน 1,344 คน

ประโยชน์เชิงปริมาณต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- 1) ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง
- 2) ลดปริมาณการใช้กระดาษจากการเรียนรู้ทางออนไลน์ 100%

“MTI Learn D”

Muang Thai Insurance supported continuous development for employees with the concept of Learn Anytime Anywhere. In 2023, the Company developed a digital platform named MTI Learn D Application, led by the New Generation team of the Company. The MTI Learn D is an easy-to-use bad convenient platform for learning anytime, anywhere, without limitations. It is a diverse knowledge hub offering various training courses including functional skills, leadership skills, power skills, and technology-related knowledge. It allows creating tests to measure knowledge and training effectiveness. MTI Learn D serves as a knowledge hub that consolidates knowledge in various formats such as knowledge sharing, podcasts, and book briefings, etc.

Quantitative benefits to the business operation

1. Reduce training expenses by more than 50% compared to conventional training methods.
2. Enable employees to develop their skills by participating in training or acquiring knowledge through MTI Learn D platform, with a total of 1,344 people.

Quantitative benefits to society and environment

1. Encourage the employee to learn anytime, anywhere, 24 hours a day.
2. Reduce paper consumption from online learning by 100%.

สินค้าและบริการเพื่อความยั่งยืน

ลูกค้า

สร้างโอกาสการเข้าถึงประกันภัยแก่คนในสังคม

ด้วยแนวทางการทำการตลาดในปี 2566 ได้มุ่งเน้นการขยายงานลูกค้ารายย่อย โดยใช้กลยุทธ์หลายอย่างเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้านี้ มีการใช้ข้อมูลวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาทิ

- ผลิตภัณฑ์ **“ประกันรถยนต์อัมได้”** ซึ่งมีทั้งประเภท 1, 2+, 3, 3+ ที่มุ่งเน้นการทำตลาดรถยนต์ในภูมิภาค
- “ประกันอุบัติเหตุรุ่นใหญ่ไฟกะพริบ”** ประกันอุบัติเหตุที่มีความคุ้มครองที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น การคุ้มครองกระดูกแตกหัก ค่าชดเชยการซื้อรถเข็นผู้ป่วย
- “ประกันสุขภาพเมืองไทยพร้อม!”** เหมาะกับกลุ่มอาชีพอิสระที่ต้องการความคุ้มครองสุขภาพในราคาประหยัด
- “ประกันสุขภาพเมืองไทยจัดหนัก”** เหมาะกับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองสูง
- “ประกันสุขภาพเมืองไทยเต็มสิทธิ์”** ที่ออกแบบมาสำหรับผู้ที่มีสวัสดิการเดิมอยู่แล้ว แต่ต้องการเพิ่มทุนประกันสุขภาพ เป็นต้น

โดยมีการจัดแคมเปญการตลาด และจัดโปรโมชั่นที่ดึงดูดเป้าหมายและเฉพาะเจาะจงได้มากขึ้น พร้อมกับใช้แนวทางการตลาดที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล อาทิ การพัฒนาเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน อีเมลมาร์เก็ตติ้ง รวมถึงโซเชียลแพลตฟอร์ม ซึ่งมีการปรับปรุงให้ใช้งานง่ายและให้ประสบการณ์ที่ดีกับผู้ใช้ ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการและข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย นอกจากนี้ มีการทำการตลาดในเชิงสร้างสรรค์สังคม เช่น การสร้างชุมชนผู้สูงอายุผ่านโครงการเต้นหมื่นปีรุ่นใหญ่ไฟกะพริบ ซึ่งสามารถสร้างความชื่นชอบในแบรนด์ การรับรู้ในผลิตภัณฑ์ประกันอุบัติเหตุสำหรับผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี

Products and services for sustainability

Customer

Insurance Accessibility for people

In 2023, the marketing strategy focuses on expanding the retail customer base by employing various strategies to attract this group, including data analysis to understand customer needs and behaviors. This allows the company to develop products such as:

“Smile Motor Insurance”, which is available in type 1, 2+, 3 and 3+, targeting the automotive market in the regions.

“PA for Senior” designed to provide suitable coverage for the elderly, including protection for broken bones and compensation for the purchase of wheelchairs

“Muang Thai Ready!”, a health insurance suitable for self-employed individuals seeking cost-effective health coverage

“Muang Thai Jud Nak”, a health insurance suitable for those seeking better coverage

“Muang Thai Term Sith”, a health insurance designed for those who already have existing benefits but want to increase their health insurance coverage.

The Company conducted marketing campaigns and promotions to attract and target a larger audience. The Company also embraced digital marketing strategies, including website and application development, e-Mail marketing, and social media platforms. The improvements aimed to provide an easy and pleasant user experience, enabling customers to access services and information about products quickly and easily. In addition, the Company also engages in creative social marketing, such as creating a community for the elderly through the **“Ten Thousand Years of Dancing: Old Gen Enjoy”** event. This project helped generate brand loyalty and awareness for the accident insurance products among the elderly.

ประกันอุบัติเหตุรุ่นใหญ่ไฟกะพริบ

ผลิตภัณฑ์ประกันอุบัติเหตุรุ่นใหญ่ไฟกะพริบ เริ่มจำหน่ายตั้งแต่เดือนเมษายน 2566 ในทุกช่องทาง โดยสามารถสร้างเบี้ยประกันภัยรับในปี 2566 ประมาณ 1.06 ล้านบาท

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ประกันอุบัติเหตุรุ่นใหญ่ไฟกะพริบนี้ ได้มีการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้สูงอายุผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบการจัดกิจกรรมสอนเต้นลีลาศ สอนการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ตามชมรมหรือศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล กว่า 10 แห่ง และมีการจัดงานเต้น 10,000 ปี รุ่นใหญ่ไฟกะพริบ ที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุมาร่วมสนุกเต้นรำร่วมกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

จากการจัดกิจกรรมดังกล่าว มีผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 1,000 คน และได้รับผลตอบแทนจากผู้สูงอายุเป็นอย่างดี ส่งผลให้เกิดกระแสไวรัล **“เต้น 10,000 ปี รุ่นใหญ่ไฟกะพริบ”** ในกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งช่วยเสริมสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ประกันภัยมากขึ้น

ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีแนวทางที่จะดำเนินกิจกรรมดังกล่าวต่อเนื่องในปี 2567 พร้อม ๆ กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณภาพชีวิตแก่ผู้สูงอายุต่อไป



PA Senior

PA Senior was launched in April 2023, available through every channel. It earned approximately 1.06 million baht in insurance premiums in 2023.

The product was promoted to raise awareness among the elderly through a variety of online and offline communication channels. In particular, the product was promoted through dance lessons and computer program training activities at over 10 clubs and centers for the development of the wellbeing of the elderly Bangkok Metropolitan Region, both public and private sector. There was also a **“Ten Thousand Years of Dancing: Old Gen Enjoy”** event that allowed the elderly to join in the fun of dancing together free of charge.

More than 1,000 elderly people participated in the activities, and the response from the elderly was very good. This resulted in a viral trend of **“Ten Thousand Years of Dancing: Old Gen Enjoy”** among the elderly, which helped increase awareness of the insurance product.

Given the success of these activities, the company plans to continue similar activities in 2024, accompanied with a focus on developing insurance products tailored to the needs of the elderly, contributing to improving their overall quality of life.

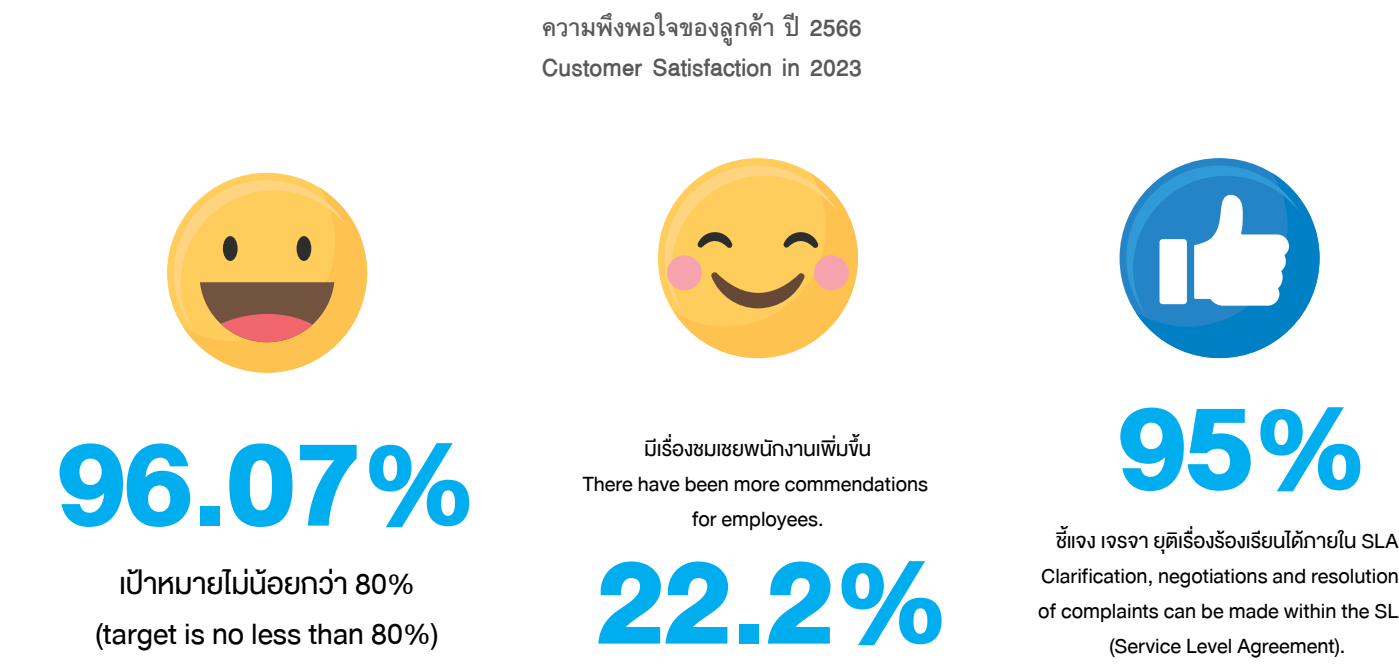


ความพึงพอใจจากลูกค้า

นอกจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีแล้ว บริษัทฯ ยังเชื่อมั่นว่า มนุษย์ยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการส่งมอบประสบการณ์ การบริการที่เป็นเลิศไปสู่ลูกค้า ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีการพัฒนาดน ทั้งในด้าน ความรู้ ทักษะ ทักษะคติเพื่อให้พร้อมสำหรับการ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีกระบวนการตรวจสอบ คุณภาพ (Quality assurance) การให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ อย่างสม่ำเสมอ โดยปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบสำรวจ ความพึงพอใจ ผ่านระบบโทรศัพท์ (IVR SERVEY) หลังจาก เจ้าหน้าที่วางสายเมื่อสิ้นสุดการให้บริการ เพื่อมั่นใจได้ว่าลูกค้า จะได้รับบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่ และเป็นมาตรฐานเดียวกัน

Customer satisfaction

Alongside technological advancements, the Company holds the belief that human interaction remains essential in delivering exceptional service experiences to customers. Therefore, the Company focuses on enhancing the knowledge, skills, and attitudes of our employees to ensure readiness for continuous service improvement. Additionally, a quality assurance process is in place to consistently monitor customer service via telephone. Over the past year, the Company has implemented a telephone satisfaction survey system (IVR service) which is activated after the employees conclude the call in order to guarantee that customers receive high-quality service meeting our standards.



แผนหรือโครงการหรือดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงสินค้า/ บริการ/กระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่สอดคล้องกับข้อมูล จากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

Plan or project or initiative to enhance and improve the Company's products/services/business processes in line with customer satisfaction survey data

ประเด็นสำคัญ ของการพัฒนาบริการ	การดำเนินการ
ปรับปรุงระบบการรับบัตรคิวสำหรับ ผู้มาติดต่อเรียกร้องสินไหมรถยนต์ ประเภทต่าง ๆ เพื่อความรวดเร็ว และสามารถสรุปสถิติการเข้าใช้บริการ ทำให้สามารถนำไปวิเคราะห์และปรับปรุง ระยะเวลาในการให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้	ติดตั้งเครื่องกดบัตรคิว และปรับปรุงกระบวนการทำงาน รวมถึงประชาสัมพันธ์ ให้ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มาติดต่อทราบ เพื่อสร้างการรับรู้
เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการ Call Back ไปยังลูกค้าที่แจ้งอุบัติเหตุ รถยนต์ ซึ่งนอกจากจะเพิ่มประสิทธิภาพ การทำงานโดยรวมแล้ว ยังเป็นการดูแล ลูกค้าอย่างเป็นระบบมากขึ้น และ ส่งผลถึงการลดเรื่องร้องเรียนในด้าน การบริการสินไหม	จัดกำลังคนรองรับ การ Call Back / กำหนดรูปแบบ ในการติดต่อสื่อสาร
แนะนำ ให้ข้อมูลตามประกาศ คปภ. ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินการ ของหน่วยงานภายใน รวมถึงคู่ค้า ในการดูแลลูกค้า ให้สอดคล้องตามประกาศฯ	ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เผยแพร่ประกาศ หรือให้ความรู้ และแชร์ประสบการณ์ในการ บริหารจัดการเรื่องร้องเรียน ทั้งในรูปแบบการรายงานสรุป เรื่องร้องเรียน / การจัดประชุม รวมถึงการสร้างการรับรู้ ในรูปแบบต่าง ๆ

นวัตกรรมที่สร้างสรรค์ตอบโจทย์สังคมในทุกมิติ

บริษัทมุ่งเน้นการเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้า และใช้บริการ ต่าง ๆ จึงได้มีการเพิ่มการใช้บริการใหม่ ๆ ผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น Mobile Application - Muang Thai Friend, Line Official Account - Muang Thai Insurance ซึ่งลูกค้ารายย่อยสามารถใช้บริการซื้อผลิตภัณฑ์ แจ็งเคลม ต่ออายุประกันภัย หรือติดต่อสอบถามได้ นอกจากนี้ ยังเปิดร้าน ค้าใน Online Market Place ตอบโจทย์ดิจิทัล โลฟิสไต้ล เช่น เปิดร้านค้าใน Shopee จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันภัยส่วนบุคคล ต่าง ๆ

Material Topics of Service Enhancement	Implementation
Improve queuing system for visitors who claim for motor insurance to increase promptness and summarize the service usage statistics in order to analyze and improve the efficiency in service duration	Installation of queue ticket machines, refining service processes and communication of these changes to executives, employees and visitors to create awareness
Improve efficiency in the call-back process for customers who phone in to submit their claims. In addition to an increase in overall workflow efficiency, this also leads to more systematic customer care and consequently reduces the number of complaints regarding claim.	Increase the call-back workforce and establishing communication protocols
Advise and instruct in accordance with relevant announcements of the OIC to ensure that internal operations, as well as business partner, provide proper customer care in accordance with the announcements.	Collaboration with relevant agencies to publicize, inform and exchange the experience in complaints handling by publishing summary reports, meetings and creating awareness in various formats

นวัตกรรมที่สร้างสรรค์ตอบโจทย์สังคมในทุกมิติ

บริษัทมุ่งเน้นการเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้า และใช้บริการ ต่าง ๆ จึงได้มีการเพิ่มการใช้บริการใหม่ ๆ ผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น Mobile Application - Muang Thai Friend, Line Official Account - Muang Thai Insurance ซึ่งลูกค้ารายย่อยสามารถใช้บริการซื้อผลิตภัณฑ์ แจ็งเคลม ต่ออายุประกันภัย หรือติดต่อสอบถามได้ นอกจากนี้ ยังเปิดร้าน ค้าใน Online Market Place ตอบโจทย์ดิจิทัล โลฟิสไต้ล เช่น เปิดร้านค้าใน Shopee จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันภัยส่วนบุคคล ต่าง ๆ

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัท ฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยได้มีการจัดกิจกรรมสำหรับลูกค้าหรือการมอบ Privilege ต่าง ๆ เพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าให้เป็นไปตามเป้าหมายการดำเนินงาน บริษัทฯ

Customer Engagement

The Company recognizes the importance of building good relationships with customers. Therefore, the company organizes activities and offers various privileges to customers as a way of expressing gratitude, creating satisfaction, and building customer loyalty in line with the company's operational goals.

กิจกรรมปันยิ้มอิ่มบุญ มีลูกค้าเข้าร่วมทั้งหมด 100 ท่าน ณ เกาะเกร็ด นนทบุรี
โดยล่องเรือผ่านแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังเกาะเกร็ด นนทบุรี

100 customers participated in the "Sharing Smiles, Feeding the Soul" activity at Koh Kret, Nonthaburi, by cruising along the Chao Phraya River



Movie Free Day กิจกรรมชมภาพยนตร์
Movie Free Day: free movie tickets



มอบบัตรชมการแสดงโขน
Khon performance tickets give away



Chef For a day กิจกรรมทำขนมที่สถาบัน UFM
Chef For a day: baking activity at UFM school



สิทธิพิเศษมากมายใน Application Muang Thai Friends มากกว่า 150 รายการ ตลอดปี 2566
Over 150 exclusive privileges in Muang Thai Friends Application throughout 2023



มอบบัตรชมการแสดงคอนเสิร์ต RBSO
ตลอดปี 2566 ณ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
ทั้งหมด 13 ครั้ง
13 shows of RBSO concert tickets at the
Thailand Cultural Center were given away
throughout 2023



การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันวินาศภัยที่ดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 90 ปี และเป็นบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญ และร่วมสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องในหลากหลายด้าน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เน้นสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างสังคมที่เป็นสุข “ยิ้มได้ เมื่อภัยมา”

ด้านสังคม

1. พนักงานร่วมกันบริจาคปฏิทินตั้งโต๊ะปีเก่า ส่งต่อให้กับสำนักงานเขตห้วยขวาง เพื่อนำไปผลิตสื่อการเรียนรู้อักษรเบรลล์ ให้กับผู้พิการทางสายตา
2. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยฯ รุ่นที่ 71 บริจาคของใช้จำเป็นให้เด็ก ๆ โรงเรียนบ้านรามอินทรา
3. บริจาคสลากกินแบ่งรัฐบาล ส่งต่อให้กับ วัดห้วยหมู และศูนย์สาธารณะสงเคราะห์เด็กออทิสติก เพื่อนำไปผลิตสินค้ารีไซเคิล อาทิ ดอกไม้จันทร์, พวงหรีด สร้างรายได้ให้กับตนเอง
4. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยฯ รุ่นที่ 72 จัดกิจกรรม “อ้อมนี้เพื่อน้อง” ณ มูลนิธิสงเคราะห์เด็ก สภาภาษาชาวไทย
5. เชิญชวนพนักงานอุดหนุนสินค้าจาก มูลนิธิบ้านครูบุญชู เพื่อเด็กพิเศษ
6. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยฯ รุ่นที่ 74 ร่วมกับ มูลนิธิมาตามแบ้งบริจาคของใช้จำเป็น ณ บ้านพักฉุกเฉิน ดอนเมือง
7. เชิญชวนพนักงาน ส่งมอบความรักให้แม่ ด้วยพวงมาลัยกระดาษทิชชู จากวิสาหกิจชุมชนเกาะกลาง คลองเตย
8. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยฯ รุ่นที่ 76 จัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ทำความสะอาด วัดคลองเตยนอก และบริจาคข้าวสารอาหารแห้งให้กับผู้ป่วยติดเตียงในชุมชน
9. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยฯ รุ่นที่ 77 และพนักงานเมืองไทยประกันภัย ร่วมสมทบสนับสนุนของอุปโภค บริโภค ให้กับบ้านราชวดี (ชาย)



Community and society

Muang Thai Insurance Public Company Limited is a long-established insurance company with over 90 years of experience. We are a company that places great importance on and consistently supports the social activities. This commitment is made under a corporate social responsibility policy aimed at sustainable development, emphasizing the active participation of all sectors in society to create a happy and resilient community that in line with the Company's slogan is 'Face Crisis with a Smile.'

Society

1. The employees donated the old year desk calendar to the Huai Khwang District Office to produce Braille learning materials for the visually impaired.
2. 71st generation of MTI New Volunteer Program donated essential kits to the children of Ban Ram Inthra School.
3. Donate lottery tickets to Huay Mu Temple and the Public Center for Children with Autism to produce recycled products (sandalwood flowers and wreaths) and generate income for them.
4. 72nd generation of MTI New Volunteer Program organized an activity “Lunch for Students” at the Thai Red Cross Children's Foundation.
5. Invited the employees to support the products from the Boonchu Teachers' Home Foundation for Special Children.



10. พนักงานร่วมแบ่งปันเสื้อกันหนาว ผ้าห่ม ผ้าพันคอ และถุงมือให้กับพี่น้องบนดอยสูงร่วมกับมูลนิธิกระจกเงา
11. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยฯ รุ่นที่ 78 ร่วมกิจกรรมแฟนท์กระเป่า “ลายนี้ มีใบเดียวในโลก” กับกลุ่มจิตอาสา ส่งต่อให้กับน้อง ๆ ในพื้นที่ห่างไกล
12. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยฯ รุ่นที่ 79 จัดกิจกรรม มอบของใช้จำเป็น ให้กับมูลนิธิเด็กอ่อนในสลัมฯ
13. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยประกันภัย รุ่นที่ 80 ร่วมกับกลุ่ม Paper Ranger “ทำสมุดทำมือจากกระดาษรีไซเคิล” ส่งต่อให้กับน้อง ๆ ในพื้นที่ห่างไกล

ด้านกีฬา

1. ผู้สนับสนุนหลักของสโมสรฟุตบอลการท่าเรือ เอฟ.ซี. และให้การส่งเสริมและพัฒนาเยาวชน ด้วยการสนับสนุนฟุตบอลเยาวชน อะคาเดมี่ การท่าเรือ เอฟ.ซี. เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กและเยาวชนในการพัฒนาศักยภาพและทำตามฝันในการเป็นนักกีฬาอาชีพต่อไปในอนาคต
2. จัดกิจกรรม ฟุตบอลคลินิกและการแข่งขันฟุตบอลเยาวชน “เมืองไทยมาตาม คัพ”
3. สนับสนุนสโมสรฟุตบอลทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด อาทิ บีจีพัทลุง ยูไนเต็ด, เมืองเลย ยูไนเต็ด, ขอนแก่น ยูไนเต็ด, อุดรธานี ยูไนเต็ด, นครปฐม ยูไนเต็ด เป็นต้น
4. ผู้สนับสนุนสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง เพราะถือเป็นการสนับสนุนวงการฟุตบอลไทยให้ไปสู่ความสำเร็จในทุกกระดับ

6. 74th generation of MTI New Volunteer Program in collaboration with Madame Pang Foundation donated essential kits at Don Mueang Emergency Home.
7. Invited the employees to express love to their mothers with a garland made of tissue paper from Koh Klang Community Enterprise, Klong Toey District.
8. 76th generation of MTI New Volunteer Program organized a merit-making event to clean up Khlong Toei Nok Temple and donated dry food to bedridden patients in the community.
9. 77th generation of MTI New Volunteer Program and Muang Thai Insurance employees donated consumer goods to Rachawadee Home for Persons with Disabilities Protection and Development (for boys).
10. Together with the Mirror Foundation, the employees donated sweaters, blankets, scarves and gloves to people who live on the mountains.
11. 78th generation of MTI New Volunteer Program participated in the bag painting activity “This bag is truly one-of-a-kind” with fellow volunteers to pass on to children in remote areas.
12. 79th generation of MTI New Volunteer Program donated essential kits to the Foundation for Slum Child Care.
13. 80th generation of MTI New Volunteer Program collaborated with Paper Ranger to create handmade recycled paper notebooks and distributed them to children in remote areas

Sport

1. The Company is primary sponsor of the Port F.C, and we support the youth football academy at Port F.C. This initiative aims to inspire children and youth to nurture their potential and aspire to become professional athletes.
2. Football clinic activities and “Muang Thai Madam Cup”
3. The Company extends its support to football clubs in Bangkok and other provinces including BG Pathum United F.C., Muang Loei United F.C., Khon Kaen United F.C., Ayutthaya United F.C., Nakhon Pathom United F.C., etc.
4. The Company is a proud sponsor of the Football Association of Thailand under the Royal Patronage of His Majesty the King, by contributing and supporting to Thai football to success across all levels.



ด้านการแพทย์และสาธารณสุข

1. พนักงานร่วมบริจาคโลหิต ในโครงการ 9 แส่นซีซี 90 ปีหอการค้าไทย

Medical and Public Health

1. Employees donated blood under the project “900,000 cc for 90 years of the Thai Chamber of Commerce.”

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. อาสาสมัครใหม่เมืองไทยฯ รุ่นที่ 73 จัดกิจกรรม “อาสาสมัครใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” ณ สวนรมณีนาถ
2. รณรงค์ให้ปฏิบัติตามแคมเปญของกทม. เชิญชวนปิดไฟ 1 ชั่วโมง ลดโลกร้อน
3. บริจาคขวดพลาสติก ให้กับวัดจากแดง นำไปรีไซเคิลเป็นผ้าไตรจีวร
4. เชิญชวนประหยัดน้ำ แคมเปญ “ประหยัดน้ำ คุณทำได้”
5. เชิญชวนพนักงานส่งต่อขยะอะลูมิเนียม เพื่อนำไปรีไซเคิลจัดทำขาเทียม ให้กับคนพิการขาขาดที่ยากไร้

Environment

1. 73rd generation of MTI New Volunteer Program organized the “New Volunteer Caring for the Environment” activity at Rommaninat Park.
2. Participated in the campaign of the Bangkok Metropolitan Administration that encouraged everyone to turn off the lights for 1 hour to minimize global warming.
3. Donate plastic bottles to Jakdang temple for recycling them into monk's robes.
4. Campaigned “Save water, you can do it”
5. Encouraged the employees to donate aluminum waste for recycling into prosthetic legs for the poor amputees.



โครงการ “อาสาสมัครใหม่เมืองไทย”

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือ ส่งเสริม และพัฒนา โดยเฉพาะการพัฒนาคนในชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างรอบด้าน เพื่อการพึ่งพาตนเองได้ นำไปสู่ชุมชนที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องตามหลักธรรมาภิบาล และเป็นพันธกิจสำคัญ ที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ความสำคัญและคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม โดยไม่เลือกปฏิบัติกับกลุ่มใดเพียงกลุ่มเดียว ทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ เริ่มต้นจากการสร้างพลังคน ด้วยการสร้างคนดีให้มีหัวใจอาสา เปิดโอกาสให้พนักงานได้รวมกลุ่มออกไปทำกิจกรรม เพื่อสาธารณประโยชน์ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศมากกว่า 10 ปี ในนาม “อาสาสมัครใหม่เมืองไทย”

ผลที่ได้รับ

มิติสังคม

- สร้างการมีส่วนร่วมกับพนักงานภายในบริษัทฯ และภาคีเครือข่าย
- ปลุกจิตสำนึกให้พนักงานมีความเป็นจิตอาสา ส่งผลให้เป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงลูกค้า
- มีความสามัคคี รู้จักแบ่งปัน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน มีความเห็นอกเห็นใจกันมากขึ้น จนเกิดเป็นความเข้มแข็งในองค์กร และสังคมต่อไป
- ตระหนักรู้ และเข้าใจในการอุทิศเสียสละ แบ่งปัน เพื่อการพัฒนาประเทศชาติอย่างยั่งยืน
- เกิดต้นแบบอาสาสมัครใหม่เมืองไทย และขยายต่อไปตามพื้นที่ต่าง ๆ

มิติสิ่งแวดล้อม

- มีการจัดกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปั่น EM Ball ทำจัตน้ำเน่าเสีย ทำความสะอาดลานวัดและชุมชน เป็นต้น เป็นการปรับภูมิทัศน์ให้ดียิ่งขึ้น

มิติเศรษฐกิจ

- มีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์เพื่อสังคม ขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น
- สร้างเสริมภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ สร้างโอกาสทางการตลาดมากขึ้น



MTI New Volunteer Program

Muang Thai Insurance Public Company Limited is committed to helping, promoting, and developing, especially enhancing the quality of life of those in communities in all aspects so that they can become self-reliant and form sustainable and solid communities. This is in line with the Company's good governance principles and its mission to be responsible for the impact from its operations to the society. The company places importance and consideration to all stakeholders without discrimination, both inside and outside the company. The program starts with creating compassionate people with a volunteer spirit and providing them the opportunities to participate in charitable activities for greater benefits of the society, which has been ongoing for more than 10 years under the name “MTI New Volunteer Program”.

Results

Social Dimension

- Fostered employee engagement and community relations
- Cultivated a sense of volunteerism among employees, encouraging them to be responsible for the Company's operations and customers
- Strengthen unity, collaboration and mutual assistance among employees, creating a more compassionate and empathetic culture for the Company and society.
- Raised awareness and understanding of self-sacrificing and giving back to society for sustainable development of the country
- Set an example for volunteering culture to expand to new areas

Environmental Dimension

- Organized various activities for environmental conservation, such as creating EM Ball to cleanse polluted water and cleaning activities in temples and communities, contributing to the improvement of the areas

Economic Dimension

- Contributed to social benefits, expanding the target market
- Improved the Company's image and created new marketing opportunities



โครงการ เมืองไทยไร้ขยะ

MTI Zero Waste Project

บริษัท มีการจัดทำนโยบายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน มีการแต่งตั้งคณะผู้ตรวจประเมินการจัดการพลังงานภายในองค์กร รวมทั้งได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ตามนโยบาย ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อร่วมขับเคลื่อน งานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร มีการปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมกับพนักงาน มีการรณรงค์ภายในบริษัท ให้ใช้ ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า รวมถึงการตั้งเป้าหมายลดการใช้ ทรัพยากรสิ้นเปลืองอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งหวังสร้างความ ตระหนักถึงการจัดการขยะแบบครบวงจรให้กับพนักงานภายใน บริษัท เพื่อลดปริมาณขยะ ลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการ กำจัดขยะ ตามหลักการ ESG

The Company has environmental and energy conservation policies in place. An Internal Energy Audit Committee has been appointed, as well as an environmental working group in accordance with the environmental, social, and governance (ESG) policy, to drive the Company’s environmental efforts, promote environmental awareness among employees, encourage responsible resources consumption and set targets to evidently reduce supplies consumption. The goal for these initiatives is to raise awareness of integrated waste management among employees in order to reduce waste volume, time and disposal costs involved in accordance with the ESG principles.

ผลที่ได้รับ

มิติสังคม

- สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับบริษัท
- สร้างการตระหนักรู้ เกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า

มิติสิ่งแวดล้อม

- ลดการใช้ทรัพยากร เช่น พลังงาน (ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ) น้ำ กระดาษ และวัสดุสิ้นเปลือง
- มีการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน ด้วยการผลิตการใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Reduce, Reuse และ Recycle)

มิติเศรษฐกิจ

- มีการออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ส่งเสริมและสนับสนุน ในด้านสิ่งแวดล้อม
- มีการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าทางธุรกิจในการจัดหาสินค้าและบริการของบริษัท ที่ให้ความสำคัญต่อบำจุยการรักษา สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

Results

Social Dimension

- Fostered employee participation in environmental conservation efforts with the Company
- Raised awareness regarding responsible resources consumption

Environmental Dimension

- Reduced resource consumption, such as energy (electricity and air conditioner), water, paper and supplies
- Implemented renewable resource economy with the 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) principle

Economic Dimension

- Launched insurance products that promote and support environmental initiatives
- Prioritized business partners who place importance in sustainable environmental practices in the procurement of goods and services for the company.

การบริหารจัดการคู่ค้า

บริษัท ได้วางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการคู่ค้า เพื่อการเติบโตไปพร้อมกับคู่ค้า เพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ยึดหลักการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล โดยส่งเสริมการใช้ ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้ง เน้นการจัดซื้อจัดหาสินค้าและบริการกับคู่ค้าภายในประเทศและคู่ค้า ที่อยู่ในพื้นที่ของโครงการก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อส่งเสริมการสร้าง ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม

มาตรฐานและเกณฑ์การประเมินคู่ค้า

- คุณภาพของสินค้า ตรวจสอบคุณภาพ ตรงตามมาตรฐาน ที่อยู่ในเกณฑ์กำหนด
- การจัดส่งสินค้าและการส่งมอบงาน ตรงตามกำหนดเวลา และสถานที่ตามแผนงาน
- ความพึงพอใจ ความรวดเร็วในการดำเนินงาน และการตอบสนองการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ
- คำนึงถึงการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนิน ธุรกิจร่วมกัน

Partner Management

The company has devised a strategic approach for nurturing its partnerships, aiming for mutual growth while ensuring the delivery of quality products and services, adhering to the principles of good governance. This strategy emphasizes efficient resource utilization and environmental responsibility. Moreover, the Company prioritizes collaborations with domestic partners and those situated in project areas, thereby fostering community and societal benefits.

Standards and Partner Evaluation Criteria

- Product quality: Inspecting product quality to ensure compliance with specified standards.
- Product delivery and implementation: Adhering to scheduled timelines and locations as planned.
- Satisfaction: Promptness in operations and effective responsiveness to problem-solving.
- Consideration for conducting business with environmental, social, and ethical responsibility to foster sustainable business practices.

จำนวนคู่ค้า ที่ประเมิน (AVL)	ผ่านการประเมิน				
	เกรด A 80-100 คะแนน	เกรด B 70-79 คะแนน	เกรด C 60-69 คะแนน	เกรด D 50-59 คะแนน	เกรด F 50 คะแนน
จำนวน 35 ราย	32	3	0	0	0

Number of Registered Partners (AVL)	Evaluation Results				
	Grade A 80-100 points	Grade B 70-79 points	Grade C 60-69 points	Grade D 50-59 points	Grade F Below 50 points
35 partners	32	3	0	0	0

คู่ค้ารายสำคัญ

การดำเนินงานด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ เริ่มต้นจากการทบทวนความสำคัญของคู่ค้าของบริษัทฯ โดยทำการรวบรวมคู่ค้าที่มีการซื้อขายในรอบปีตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป (Critical Tier 1)

จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์หลังเลิกในชั้นถัดไปของห่วงโซ่อุปทานหรือคู่ค้าของคู่ค้าของบริษัทฯ โดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน และคำนึงถึงผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของบริษัทฯ เป็นหลัก เพื่อหาคู่ค้าของคู่ค้าที่มีความสำคัญ (Critical non-Tier 1) ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภทของคู่ค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
คู่ค้าทั้งหมด	35	100
คู่ค้ารายสำคัญ	6	17.15
คู่ค้าของคู่ค้าที่มีความสำคัญ (Critical non-Tier 1)	7	20

จากนั้นบริษัทฯ ได้ทำการประเมินความเสี่ยงทางด้านความยั่งยืนของคู่ค้า ทั้งคู่ค้ารายสำคัญ (Critical Tier 1) รวมถึงคู่ค้าของคู่ค้าที่มีความสำคัญ (Critical non-Tier 1) โดยผ่านกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อค้นหาและประเมินความเสี่ยงทางด้านความยั่งยืนของคู่ค้าที่มีแนวโน้มจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของทางด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ จากผลการดำเนินงานค้นหาและประเมินความเสี่ยง “ไม่พบคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง”

แผนงาน (KPI)	ผลการดำเนินงาน		เป้าหมาย
	ปี 2565	ปี 2566	
คู่ค้าที่มีการประเมิน ESG Risk	0%	50%	50% ในปี 2567

Critical Supplier

The Company initiates its supply chain management operations by assessing the significance of its partners, focusing on those with trading volumes of 1 million baht or more (Critical Tier 1).

Subsequently, a comprehensive analysis is conducted on the subsequent tier of the supply chain or the partners of the Company’s partners, employing the same criteria while considering their impact on the Company’s business operations. The aim is to identify critical non-tier 1 partners. The findings are summarized as follows:

Type of Partners	Number (Partners)	Percentage
All Partners	35	100
Critical Supplier	6	17.15
Critical non-Tier 1	7	20

Following this, the company has assessed the ESG risks of its partners, including Critical Tier 1 and Critical non-tier 1 partners, through practical training activities. The objective was to identify and evaluate ESG risks that could impact the Company’s sustainable business operations. Based on the search and risk assessment results, “no partners with high risk were found.”

Key Performance Indicator (KPI)	Result		Target
	2022	2023	
Partners assessed for ESG Risk	0%	50%	50% in 2024

แนวปฏิบัติในการกำหนดระยะเวลาที่จะชำระเงินให้แก่คู่ค้า

ปัจจุบัน บริษัทฯ ยังไม่มีการกำหนดนโยบายในประเด็นเรื่องระยะเวลาชำระเงินให้แก่คู่ค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการระบุระยะเวลาการชำระเงิน ลงในเอกสาร PO ตามมาตรฐานที่ 30 วันหลังจากส่งมอบสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การเจรจา ระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้า ซึ่งอาจมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มขึ้น หรือลดลงตามความเหมาะสม

จากจำนวนคู่ค้า 35 ราย ในปี 2566

ระยะเวลาการชำระเงิน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เงินสด	7	20
เครดิต 30 วัน	28	80
รวม	35	100

Guidelines for determining payment terms to partners

Currently, the Company has not established a policy regarding payment terms to partners. However, the Company has specified a payment period in the PO document according to the standard of 30 days after delivery of products or services. This depends on the negotiations between the Company and the partners, which may be subject to adjustments depending on appropriateness.

From a total of 35 partners in 2023

Payment term	Number (Partners)	Percentage
Cash	7	20
30-day credit	28	80
Total	35	100

บรรษัทภิบาล และเศรษฐกิจ

Governance and Economic

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีประสิทธิภาพ และตรวจสอบได้ เพื่อปกป้องสิทธิประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย สร้างชื่อเสียงที่ดี ลดความเสี่ยง และปฏิบัติตามกฎหมาย ช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

Policy and Guideline on Governance and Economic Dimension

The Company emphasizes the importance of the good governance with efficiency that can be audited to protect the interests of all stakeholders in order to instill confidence in them, build a good reputation, reduce risks, and comply with the law. This supports the Company conduct the business with transparency, efficiency, and responsibility, enabling it to conduct business to contribute to society.

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ
การกำกับดูแล
กิจการที่ดี
มีประสิทธิภาพ และ
ตรวจสอบได้

The Company emphasizes
the importance of the
good governance
with efficiency

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ในปี 2566

ESG	ประเด็น	เป้าหมายปี 2566 –2568	ผลการดำเนินงานปี 2566
บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ	ความปลอดภัยทางด้านข้อมูล และการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล	การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน 100%	100%
		ข้อร้องเรียนเรื่องการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเป็นศูนย์	0 ราย
	บรรษัทภิบาล และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ในระดับดีมาก	ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ในระดับดีเลิศ
		เป็นแนวร่วมภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	ได้รับรองเป็นแนวร่วมภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
		จำนวนกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจเป็นศูนย์	ไม่มีกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ

Goal of governance and economic management and result for 2023

ESG	Subject	Goals for 2023–2025	Results of 2023
Governance and Economic	Information security and personal information	Assessment of internal control system adequacy is 100%	100%
		No complaint regarding personal information processing	None
	Corporate Governance and Anti-Corruption	The assessment result of Corporate Governance Report for Thai Listed Companies (CGR) is very good.	The assessment result of Corporate Governance Report for Thai Listed Companies (CGR) is excellent
		Member of the Private Sector Collective Action Coalition against Corruption (CAC)	Certified as a member of the Private Sector Collective Action Coalition against Corruption (CAC)
		Number of zero case of the Code of Conduct violation	No violation of the code of conduct

การแข่งขันอย่างโปร่งใส

การสร้างมาตรฐานการขายที่ดี

การควบคุมและพัฒนาตัวแทนและนายหน้าประกันภัย เช่น ตัวแทนนายหน้า/นายหน้าประกันภัยต้องผ่านการอบรมตามหลักสูตรที่บริษัทได้กำหนดไว้

บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) มีการดูแลและส่งเสริมพัฒนาตัวแทนประกันวินาศภัย และนายหน้าประกันวินาศภัยที่เป็นคู่ค้าของบริษัท โดยได้จัดตั้ง ส่วนฝึกอบรมสอบบัตรเพื่อให้เป็นหน่วยงานที่ดูแลและส่งเสริมพัฒนาตัวแทน/นายหน้าประกันวินาศภัยเป็นการเฉพาะ และให้ส่วนฝึกอบรมสอบบัตร ทำหน้าที่ อบรมตัวแทน / นายหน้า ให้มีใบอนุญาตเป็นตัวแทน / นายหน้าประกันวินาศภัย รวมทั้งการต่ออายุใบอนุญาตตามหลักสูตร และเงื่อนไข ที่ คปภ. ได้กำหนดไว้

บริษัทฯ ได้ดำเนินการขอรับความเห็นชอบจากนายทะเบียน เพื่อจัดตั้งส่วนฝึกอบรมสอบบัตร เป็นสถาบันอบรมหลักสูตรประกันวินาศภัยให้แก่ตัวแทน และนายหน้าประกันวินาศภัย ที่เป็นคู่ค้าของบริษัท ตามหลักสูตรที่ คปภ. กำหนดไว้ โดยมี 8 หลักสูตร

ปัจจุบันส่วนฝึกอบรมสอบบัตรได้รับอนุมัติจากคปภ.ให้สามารถดำเนินการจัดอบรมออนไลน์ ได้ทั้ง 10 หลักสูตร โดยจัดอบรมผ่านโปรแกรม Zoom และ Microsoft Teams ซึ่งบริษัทฯ ได้หาวิธีการให้ตัวแทน / นายหน้าประกันวินาศภัย ที่เป็นคู่ค้าของบริษัทสามารถเรียนรู้การประกันภัยได้ด้วยตนเอง จึงได้จัดทำโปรแกรมการเรียนรู้ด้วยตัวเอง (e-Learning) ขึ้น โดยใช้ชื่อว่า Learn Anywhere ในขั้นต้นจัดทำหลักสูตรติวสอบ ไว้สำหรับผู้ที่จะประสงค์จะสอบ เป็นตัวแทน / นายหน้าประกันวินาศภัยก่อนขั้นตอนต่อไปจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันภัยทั้งหลาย ผู้ที่จะใช้ระบบนี้จะต้องเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกก่อน จึงจะสามารถเข้าระบบได้ที่ <http://learnanywhere.muangthaiinsurance.com>

ผลจากการให้ตัวแทน / นายหน้า เข้าไปทดลองใช้โปรแกรม Learn Anywhere ควบคู่ไปกับการเข้าอบรมหลักสูตรเตรียมสอบใบอนุญาตนั้นปรากฏว่าได้ผลดีขึ้นเป็นที่น่าพอใจ ขณะที่จำนวนผู้เข้าใช้ โปรแกรม Learn Anywhere มีมากกว่า 13,770 คน นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงโปรแกรมดังกล่าว ให้ดูมีความทันสมัย และครบถ้วนเพิ่มมากยิ่งขึ้น

Transparent Competition

Establishing Good Sales Standards

To ensure that the insurance agent and insurance broker are qualified, they must complete the courses as determined by the Company

Muang Thai Insurance Public Company Limited cares for and promotes the improvement of its agent and broker who are business partners with the Company. The Company has established a training section for the purpose of training the agents / brokers to obtain and renew the licenses as mandated by the principles and conditions set by the OIC.

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

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

The program has received positive feedback from agents and brokers who have used “**Learn Anywhere**” program to prepare for licensure exams, with over 13,770 people currently enrolled. The Company has made improvements to the program to make it more modern and comprehensive.

Data Governance

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) และพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 ตลอดจนข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเก็บข้อมูล การบันทึกข้อมูล การใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การจัดเก็บรักษาข้อมูล รวมถึงการลบหรือทำลายข้อมูลภายหลังการใช้งาน เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ PDPA ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นต้นไป

โดยบริษัทฯ ได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูล (DPO) เพื่อรับผิดชอบประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ในปี 2566 บริษัทได้ยกระดับการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ด้วยการเพิ่มการกำกับดูแลข้อมูลต่าง ๆ โดยบริษัทได้ทบทวนแนวปฏิบัติและนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทุกคนมีความรู้ทักษะ และเครื่องมือที่เหมาะสมในการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า และสื่อสารผ่านทางอีเมลเพื่อเน้นย้ำและกระตุ้นให้เห็นถึงบทบาทของพนักงานในการป้องกันและแจ้งข้อมูลความผิดปกติกับบริษัทฯ ซึ่งเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในด้านการดูแลความปลอดภัยของข้อมูล นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังติดตั้งเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ตรวจจับพฤติกรรมผิดปกติมาใช้ นอกจากนี้ระบบยังได้กำหนดมาตรการการสื่อสาร และสร้างความตระหนักถึงด้านความปลอดภัยข้อมูล การดูแลรักษาข้อมูล และการป้องกันการโจรกรรมเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วม ผ่านระบบสื่อสารภายในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้ สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล คำประกาศเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Notice) ของบริษัท เพิ่มเติมได้ที่ <https://www.muangthaiinsurance.com/th/pagecontent/PDPA>

Protection of Personal Information

The Company places great importance on safeguarding personal information and complies with the Personal Information Protection Act 2019 (PDPA) and the Cyber security Act 2019, as well as other relevant regulations related to data collection, recording, usage, storage, and disposal, with the objective to support business operations to comply with the PDPA, which has been enforced on June 1, 2022.

In 2023, the Company appointed a Data Protection Officer (DPO) to oversee various privacy matters. The Company has enhanced its information technology and data privacy practices by implementing additional data governance measures. Annual reviews of IT practices and policies are conducted to ensure that all employees have the knowledge, skills, and appropriate tools to protect customer information. Communication through e-Mail emphasizes the role of employees in preventing and reporting abnormalities to the Company, fostering employee participation in data security. Furthermore, the Company has installed tools and technologies to detect abnormal behaviors. Communication measures have been established to raise awareness of data security, data maintenance, and anti-fraud measures, encouraging everyone's involvement through various internal communication channels. Additionally, information about the Company's Privacy Policy and Privacy Notice can be found at <https://www.muangthaiinsurance.com/th/pagecontent/PDPA>



นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Notice)

ไม่พบ

กรณีการละเมิดข้อมูล
ส่วนบุคคลของลูกค้า

ไม่พบ

กรณีการละเมิดข้อมูล
ส่วนบุคคลของลูกค้า

ไม่พบ

การรับแจ้งจากหน่วยงาน
กำกับดูแล ว่ามีการละเมิด
ข้อมูลส่วนบุคคล

No

breach of
personal data of the
business partners

No

breach of
personal data of the
customers

No

alert from the regulator
regarding personal
data breach

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินการตามนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ กำหนดแนวทางปฏิบัติและข้อกำหนดในการดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ไว้ในนโยบายต่อต้านทุจริตและ คอร์รัปชัน ส่งผลให้บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ผ่านการประเมินผลและการรับรองการเป็นสมาชิกครั้งที่ 3 (ต่ออายุครั้งที่ 2) จากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) โดยการรับรองครั้งนี้มีอายุ 3 ปี (2564 - 2567) บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันในสังคมไทย โดยกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมาย จริยธรรมทางธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งต้องปฏิบัติตามหน้าที่ของตนด้วยความโปร่งใส โดยห้ามกระทำการใด ๆ ที่เป็นการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการรับหรือให้สินบน ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดแก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง รวมถึงห้ามจ่ายสินบนเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ และการดำเนินการใด ๆ ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามความระมัดระวัง นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการประเมินและบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน และจัดทำมาตรการแนวทางปฏิบัติในการควบคุมและกำกับดูแลเพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ มีการกำหนดแนวทางในการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบาย และแนวทางปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น

นโยบายไม่รับของขวัญ (No Gift Policy)

นโยบายนี้ เป็นส่วนหนึ่งของมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยการงดการรับของขวัญ (No Gift Policy) ในช่วงเทศกาลและในโอกาสอื่นใด โดยประกาศไปยังพนักงาน คู่ค้า และผู้เกี่ยวข้องภายนอกทราบ โดยนโยบาย No Gift Policy เริ่มในปี 2562 เป็นปีแรก เพื่อตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทในการสร้างหลักธรรมาภิบาลที่ดี โดยในปี 2566 บริษัทฯ ได้มีการณรงค์และเผยแพร่การให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบาย No Gift Policy ผ่านสื่อทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยเป้าหมายการเปลี่ยนจาก “ของขวัญ” เป็น “คำอวยพร” ซึ่งผู้บริหารและพนักงาน ได้ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความโปร่งใส

Anti-corruption

The Company is committed to continuously implementing anti-corruption and corporate governance policies. The guidelines and practices have been established for various operations in the anti-corruption policy. This has led the Company to pass the evaluation for the third-time certification (second renewal) from the Thai Private Sector Collective Action against Corruption (CAC). This certification is valid for three years (2021 - 2024). Our dedication is to being part of the solution to corruption issues in Thai society, mandating that all executives and employees comply with laws, business ethics, regulations related to corruption prevention and combating corruption, and perform their duties with transparency. Any act of corruption or the giving or receiving of bribes, gifts, property, or other benefits to related parties is strictly prohibited. This includes the prohibition of making payments for business benefits and any operations that may pose a risk of corruption. Therefore, the executives and all employees must exercise with caution. Additionally, the Company has established processes for assessing and managing corruption risks, as well as developing control and oversight measures to prevent and monitor risks at acceptable levels. The guidelines have been provided for tracking the anti-corruption policy and practice compliance.

No Gift Policy

Beginning in 2019, the no gift policy was first introduced as part of the Company's anti-corruption measures. This policy prohibits the acceptance of gifts during the festive season or on any other occasion, and has been announced to employees, partners, and external stakeholders. The Company is committed to promoting good governance principles, and the no gift policy is one way to reinforce this commitment. In 2023 the Company has campaigned and disseminated knowledge about the no gift policy through both internal and external media. The aim of this effort is to shift the culture from one of gift-giving to one of offering blessings. Both executives and employees have embraced the policy, working together to ensure the Company's operations comply with good corporate governance policy. This has helped strengthen the corporate culture of transparency, which is an essential part of the Company's values.



การอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเรื่องการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้มีการจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความรู้ผ่านระบบ e-Learning เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีความรู้ ความเข้าใจ และสร้างวัฒนธรรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งให้เกิดความตระหนักและสามารถป้องกันตรวจสอบและตอบสนองต่อทุจริตและคอร์รัปชัน ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้นโยบายนี้

Anti-corruption trainings

The Company has continuously conducted training course to educate employees on anti-corruption through e-Learning platform, ensuring that all executives and employees possess the necessary knowledge, understanding, and commitment to foster a culture of anti-corruption. Additionally, this initiative aims to raise awareness and empower individuals to prevent, detect, and respond to corruption issues, both within and outside the organization, in accordance with this policy.

การบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ

การจัดการข้อร้องเรียน

ส่วนการบริหารจัดการต่อเรื่องร้องเรียน ได้บริหารจัดการให้สอดคล้อง
ต่อนโยบายการดูแลลูกค้าของบริษัท ซึ่งนอกจากการดูแลผู้ที่ไม่ได้
รับความสะดวกจากการใช้บริการ หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดย
สามารถแจ้งปัญหา หรือร้องเรียนมายังบริษัท ผ่านช่องทางที่หลากหลาย
เช่น โทรศัพท์ / e-Mail / Website / Facebook ฯ บริษัทฯ
ได้พัฒนาช่องทางการรับเรื่องผ่าน QR Code ซึ่งบริษัทฯ มีหน่วย
งานที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการข้อร้องเรียนโดยเฉพาะ โดยทำ
หน้าที่ตั้งแต่การสืบค้น รับเรื่อง ตรวจสอบ ประสานงาน แยกแยะ
เรื่องที่ต้องการการดำเนินการเร่งด่วน กับเรื่องเป็นเรื่องที่สามาร
งชี้แจงได้ ตามหลักการตามเงื่อนไขประกันภัย และยังเพิ่มช่องทาง
และระบบในการติดตามผล เช่น ระบบการติดตามสินไหม เพื่อให้
สามารถหาแนวทางในการจัดการปัญหาเรื่องร้องเรียนของผู้แจ้ง
ได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นไปตามตามวัตถุประสงค์ของการ
ร้องเรียน และเป็นไปตามหลักการ เงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง และเพื่อ
ทำความเข้าใจให้ผู้แจ้ง หรือผู้ร้องเรียนทราบ ซึ่งนอกจากจะเป็นการ
บริหารจัดการเรื่องร้องเรียนแล้ว ยังเป็นการสื่อสาร ทำความเข้าใจ
ที่ถูกต้องให้ผู้แจ้ง ทำให้ผู้แจ้งรับทราบข้อเท็จจริง

ในปี 2566 มีข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญ (critical complaint)
จำนวน 2,477 เรื่อง ลดลงจากปี 2565 จำนวน 752 เรื่อง

Systematic handling of complaints

Complaint Handling

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

In 2023, there were 2,477 critical complaint cases, which are
752 cases lower than 2022.

ข้อร้องเรียนปี 2566 (Complaints in 2023)	จำนวน (Number)
1. คู่กรณีเรียกร้องค่าขาดประโยชน์จากการใช้รถและการเรียกร้อยสินไหม (Loss of use claims by a third party and compensation)	1,511 เรื่อง (cases)
2. การบริการของพนักงาน (Employee service)	177 เรื่อง (cases)
3. อื่น ๆ (Others)	789 เรื่อง (cases)
รวมข้อร้องเรียนทั้งหมด (Total Complaints)	2,477 เรื่อง (cases)

การเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางและกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน
เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับการแจ้งเรื่องร้องเรียน รวมถึง
ช่องทางการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก เพื่อความชัดเจน
รวดเร็ว สร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง และช่วยลดเรื่องร้องเรียนได้
ดังนี้

- 1) สามารถร้องเรียน โดย Scan QR CODE เพื่อกรอก
คำขอร้องเรียน โดยมีระบบการรับเรื่อง ติดต่อกลับผู้ร้องเรียน
เพื่อแจ้งผลตาม SLA ที่ตั้งไว้
- 2) ติดตามการร้องเรียน หรือไม่ได้รับความไม่สะดวกในด้าน
บริการของบริษัทใน Social media ต่าง ๆ เช่น Pantip
เพื่อนำไปสู่กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนตามขั้นตอน
ของบริษัท
- 3) มีช่องทางการประสานงาน และให้ข้อมูลแก่สำนักงาน
คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย
- 4) มีช่องทางการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก เช่น คู่ค้า
- 5) มีช่องทาง และระบบการทำงาน การติดตามเรื่องร้องเรียน
จากหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกัน
- 6) มีการวางกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนตามกระบวนการ
จัดการเรื่องร้องเรียนแต่ละประเภท เช่น เรื่องร้องเรียน
ผ่านทางคปภ.
- 7) ปฏิบัติตามประกาศคปภ. เพื่อเป็นไปในแนวทางเดียวกับ
คปภ. ในการให้การดูแลลูกค้า และผู้เรียกร้อง และลด
ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้า
- 8) มีกระบวนการรองรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดข้อมูล
ส่วนบุคคล
- 9) ถ่ายทอดข้อมูลการร้องเรียน / ประกาศ กฎ ระเบียบ
ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจประกันวินาศภัยให้หน่วยงานภายใน
บริษัท รวมถึงคู่ค้าทราบ เพื่อให้การดูแลลูกค้าเป็นไป
อย่างถูกต้อง และตามระยะเวลาที่กำหนด
- 10) ประชุม นำปัญหาเรื่องร้องเรียนร่วมกันหาแนวทางป้องกัน
กับหน่วยงานทั้งภายในบริษัท และระหว่างคู่ค้า
- 11) มีการรายงานสรุปเรื่องร้องเรียนให้ผู้บริหารทราบ เพื่อให้
สามารถนำไปปรับกลยุทธ์ในการดูแลลูกค้าและคู่ค้าได้อย่าง
มีประสิทธิภาพมากขึ้น

The Company is committed to provide the customers with
convenient and efficient ways to file complaints, along with
clear and effective communication channels with external
agencies to raise awareness and reduce the numbers of
complaints as follows:

- 1) Customers can scan a QR code to easily submit
a complaint. Our system will automatically receive
the complaint and contact the customer to provide
updates based on the service level agreement
(SLA) set by the Company.
- 2) Complaints or difficulties regarding the Company's
services which are appeared or reported via various
social media channels, such as Pantip, will be tracked.
This helps to ensure that complaints are handled
in accordance with the Company's procedures.
- 3) A channel has been established to coordinate
and provide information to the Office of Insurance
Commission.
- 4) The Company has established channels for coordination
with external agencies such as business partners
- 5) The Company has implemented channels and systems
to ensure systematic and consistent follow-up of
complaints received from various agencies.
- 6) The Company has developed a complaint handling
process that is tailored to each type of complaint,
such as those received through the OIC.
- 7) Adherence to OIC announcements to align with
customer care practices and minimize potential
impacts on customers.
- 8) Dedicated complaint handling process related to
personal data breach
- 9) Dissemination of information on complaints and
relevant regulations within the insurance business
to internal units and business partners to ensure proper
customer care and compliance with set timelines.
- 10) Regular meetings are held to address issues and
complaints and find preventative solutions within
the company and with business partners.
- 11) Complaints are reported to the management to
efficiently strategize and enhance customer and
business partner care.

การแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน

บริษัทฯ กำกับดูแลให้มีกระบวนการรับข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตและคอร์รัปชันในหลายช่องทาง รวมทั้งเปิดเผยช่องทางรับเรื่องร้องเรียนไว้ในเว็บไซต์ หรือรายงานประจำปีของบริษัทฯ พร้อมทั้งเปิดรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันจากพันธมิตรและผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใส บริษัทฯ กำกับดูแลให้มีการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลที่ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยห้ามการเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามคำสั่งโดยชอบด้วยกฎหมาย ตามคำสั่งศาลหรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนมายัง บริษัทฯ ได้ตามช่องทางดังต่อไปนี้

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

ทั้งนี้ สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันของบริษัท เพิ่มเติมได้ที่ <https://www.muangthaiinsurance.com/th/ir/governance>

Whistleblowing and complaint

The Company ensures that there is a process for handling complaints from stakeholders, both internally and externally. Whistleblowing channels for fraud and corruption are established through various means, including disclosure on the Company's website and in its annual report. Additionally, the Company is open for suggestions for anti-corruption measures from the business partners and stakeholders, ensuring transparency. Complaints are systematically managed to protect the rights of complainants and informants acting in good faith. Disclosure of information to unauthorized individuals is strictly prohibited, except as required by law, court order, or relevant regulatory authorities.

Internal and external stakeholders can report any wrongdoings or lodge a complaint to the Company via the following channels:

- **Postal mail:** Internal Audit Department
Muang Thai Insurance
Public Company Limited
252 Rachadaphisek Road,
Huaykwang, Bangkok 10310
- **Telephone:** Complaint Management Section
Tel. 0 2290 3299, 0 2665 4000,
0 2290 3333
- **e-Mail:** info@muangthaiinsurance.com
- **Online:** <https://www.mticonnect.com>
(Contact us >> Complaint/Suggestion)

For further details on Anti-Corruption Policy, please visit:
<https://www.muangthaiinsurance.com/th/ir/governance>



นโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน
Anti-Corruption Policy

GRI Content Index

การรับรองข้อมูลตามเกณฑ์ GRI

GRI Standards	Disclosure	Sustainability Report	Relation to SDGs	Remark
General Disclosures				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-6 Activities, value chain and other business relationships	12-20		
	2-7 Employees	42-55		
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	2-5		
	2-22 Statement on sustainable development strategy	8-13 , 24-25		
	2-23 Policy commitments	8-13		
	2-24 Embedding policy commitments	8-13		
GRI 204: Procurement Practices	204-1 Proportion of spending on local supplier	36 , 67	12 , 13 , 16	
Material topics				
GRI 3: Material topics	3-1 Process to determine material topics	21-22		
	3-2 List of material topics	23		
Anti-Corruption				
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	54 , 76-77		
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	76-77	16	
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	72	16	
Risk Management				
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	36	12 , 13	

GRI Standards	Disclosure	Sustainability Report	Relation to SDGs	Remark
Energy, water, greenhouse gas emission, waste				
GRI 301: Materials	301-1 Materials used by weight or volume	36	12 , 13	
	301-2 Recycled input materials used	35-36	12 , 13	
	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	35-36	12 , 13	
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	30-32	7	
	302-2 Energy consumption outside the organization	33	7	
	302-3 Energy intensity	32	7	
	302-4 Reduction of energy consumption	32-33	7 , 8 , 12 , 13	
GRI 302: Water and Effluents 2018	303-5 Water consumption	34	6	
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	30	13	
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	30	13	
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	30	13	
	305-4 GHG emissions intensity	30	13	
	305-5 Reduction of GHG emissions	31-36	13	
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	35	12	
	306-2 Management of significant waste related impacts	35	12	
	306-3 Waste generated	35	12	
	306-5 Waste directed to disposal	35	12	
Suppliers				
GRI 308: Supplier environmental assessment (2016)	308-1: New suppliers that were screened using environmental criteria	67	12	
GRI 414: Supplier-social-assessment (2016)	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	67	8 , 16 , 17	
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	78	8 , 17	
Local Communities				
GRI 305: Emissions 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	62-66	9 , 11 , 17	

GRI Standards	Disclosure	Sustainability Report	Relation to SDGs	Remark
Customer Data Privacy Protection				
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	75	8 , 16	
Employee Labor Practices, Inclusion, Diversity, and Equality				
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	43, 49	3 , 5	
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	44-47	3 , 5 , 10	
GRI 404: Training and Education	404-1 Average hours of training per year per employee	54	4	
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	52-55	4	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	43	5 , 10	
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	43		
GRI 406: Non-discrimination	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	40	10	
GRI 412: Human Right Assessment	412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	40-41	10	
Employee Well-Being				
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	50-51	3	
	403-3 Occupational health services	50-51	3	
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	50-51	3	
	403-6 Promotion of worker health	50-51	3	
	403-9 Work-related injuries	50-51	3	



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

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

www.muangthaiinsurance.com
Call Center 1484

