

นโยบายด้านความยั่งยืน
บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

1. หลักการและเหตุผล

บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ดำเนินกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมบนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีวิสัยทัศน์ “มุ่งสู่การเป็นบริษัทประกันชีวิตแห่งความยั่งยืนที่ส่งมอบคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย” บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจให้เป็นมากกว่าการประกันชีวิต โดยให้บริการด้านการประกันชีวิตและการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ในทุกช่วงชีวิต ทุกจังหวะชีวิต และทุกการใช้ชีวิต รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals – SDGs) และมาตรฐานการกำกับดูแลธุรกิจประกันภัยทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

2. การกำกับดูแลความยั่งยืน

บริษัทยึดมั่นต่อการกำกับดูแลกิจการและบริหารจัดการด้านความยั่งยืนตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริษัทชุดย่อย ผู้บริหาร และพนักงาน มีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายและกรอบการบริหารจัดการความยั่งยืน โดยกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืน ไว้ดังนี้

2.1 คณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

- (1) กำหนดทิศทางการดำเนินงานและแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนที่เหมาะสม สอดคล้องกับ Sustainable Development Goals - SDGs และนโยบายด้านความยั่งยืนที่เป็นไปตามแผนแม่บทด้านการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัท
- (2) พิจารณานโยบาย เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน พร้อมผลักดันไปสู่การปฏิบัติ โดยสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ภายใต้กรอบการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนที่กำหนดไว้
- (3) ขับเคลื่อนวัฒนธรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยพิจารณาการสื่อสารแก่ผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูล ตามกรอบและมาตรฐานด้านความยั่งยืนในระดับประเทศและระดับสากล ผ่านรายงานความยั่งยืน
- (4) กำกับดูแลหน่วยงานในสังกัด เก็บ รวบรวม สรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี รวมถึงตรวจทานและอนุมัติข้อมูลในรายงานความยั่งยืนเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ

2.2 หน่วยงานด้านความยั่งยืน

- (1) รับผิดชอบในภาพรวมการขับเคลื่อนนโยบาย แนวปฏิบัติ เป้าหมาย เป็นไปตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- (2) พัฒนาระบบบริหารจัดการ การเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- (3) ติดตามความคืบหน้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน เพื่อรายงานต่อคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนรายไตรมาส

- (4) จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี ตามมาตรฐานสากล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร และพัฒนาความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท
- (5) ส่งเสริมและสนับสนุนความรู้ รวมทั้งการสื่อสาร และสร้างวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนภายในบริษัท
- (6) ให้คำปรึกษาแนะนำ จัดทำเอกสารสนับสนุน นโยบาย คู่มือ แนวปฏิบัติ ตามมาตรฐาน ความยั่งยืนต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและต่อยอดการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

3. กรอบการดำเนินงานตามกลยุทธ์ความยั่งยืน "TLI" ที่ครอบคลุม 3 มิติ

มิติเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล

3.1 Trusted Partner ตอบโจทย์ทุกความไว้วางใจ

- (1) เป้าหมาย : การสร้างระบบนิเวศที่ครอบคลุมด้วยผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อส่งมอบชีวิตและสุขภาพที่ดี พร้อมความมั่งคั่ง ภายใต้หลักธรรมาภิบาลสูงสุด
- (2) ความมุ่งมั่น : การเป็นบริษัทประกันชีวิตชั้นนำในระดับสากล ที่เป็นทุกคำตอบของการประกันชีวิต ด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองต่อ ความต้องการของลูกค้าในทุก Life Stage, Life Event และ Lifestyle ผ่านการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ และกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- (3) กรอบการดำเนินงาน
 1. การดำเนินธุรกิจบนหลักธรรมาภิบาล การกำกับดูแลกิจการที่ดี
 2. การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการด้าน ESG
 3. การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อเป็นทุกคำตอบด้านการประกันชีวิต และสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับลูกค้า
 4. การลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบและให้เกิดความยั่งยืนทั้งต่อบริษัท สังคม และสิ่งแวดล้อม
 5. การพัฒนานวัตกรรมเพื่อการบริหารองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
 6. การบริหารความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

มิติสังคม

3.2 Life Inclusion เชื่อมประสบการณ์สู่โอกาส

- (1) เป้าหมาย : การเป็นผู้นำที่สร้างโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน และการประกันชีวิต โดยพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อสร้างพื้นที่แห่งการมีส่วนร่วมที่ครอบคลุมทุกประสบการณ์ที่ดีในทุกช่วงชีวิตของมนุษย์
- (2) ความมุ่งมั่น : การสร้างความมั่นคงทางสังคม ที่สอดคล้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมด้วยการพัฒนาแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ที่เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทได้อย่างสะดวกทั่วถึง และตรงใจสำหรับทุกช่วงชีวิต สำหรับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในชีวิต และในทุกรูปแบบการใช้ชีวิต เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมอย่างยั่งยืน
- (3) กรอบการดำเนินงาน
 1. การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงและการให้ความรู้ด้านการเงิน การประกันชีวิต

2. การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมการพัฒนาทักษะความรู้และดูแลความเป็นอยู่ที่ดีแก่พนักงาน
3. การเคารพสิทธิมนุษยชน และความแตกต่างหลากหลาย
4. การบริหารจัดการคู่ค้าอย่างเป็นธรรมครอบคลุม ESG
5. การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน ผ่านกิจกรรม CSR-In-Process และ CSR-After-Process โดยมีหลักการ Creating Shared Value (CSV) เป็นสำคัญ

มิติสิ่งแวดล้อม

3.3 Infinite World พร้อมส่งต่อโลกที่ดีกว่า

(1) เป้าหมาย : ความพร้อมรับมือและการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น และการบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของคนรุ่นต่อไป

(2) ความมุ่งมั่น : การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่ออนาคตที่ดีกว่าสำหรับคนรุ่นต่อไป รวมทั้งการบูรณาการกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงการลดการใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลือง ใช้พลังงานสะอาด ตลอดจนพลังงานทดแทนที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

(3) กรอบการดำเนินงาน

1. การดำเนินงานที่เป็นมิตรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการประสิทธิภาพการใช้พลังงานภายในกระบวนการอย่างยั่งยืน
2. การคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่เป็นปัญหาระดับโลก เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเสมอ

ทั้งนี้ ผู้บริหาร พนักงาน และตัวแทนประกันชีวิตทุกคน มีหน้าที่สนับสนุน ผลักดัน และบูรณาการด้านความยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร และปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายที่กำหนดนี้ รวมทั้งสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้นำไปปรับใช้ในการดำเนินงาน ตลอดจนสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืน

4. การทบทวนและปรับปรุงนโยบาย

ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อบังคับ นโยบาย หรือแนวปฏิบัติใด ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อนโยบายฉบับนี้ หรือเห็นว่านโยบายฉบับนี้ไม่เหมาะสมหรือไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ให้กลุ่มสื่อสารองค์กรเป็นผู้นำเสนอการปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นสมควรต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

(มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 14 สิงหาคม 2567 เป็นต้นไป)