

DRIVING A SUSTAINABLE FUTURE

SUSTAINABILITY REPORT 2019

รายงานความยั่งยืน 2562

สารบัญ

Contents

01	วิสัยทัศน์ ภารกิจ	Vision & Mission
02	สารจากประธานกรรมการ / ประธานกรรมการบริหารและ ประธานคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี	Message from Chairman of the Board of Directors / Chief Executive Officer and Chairman of the Good Corporate Governance Committee
04	รู้จักกรุงเทพประกันชีวิต	Let's get to know Bangkok Life Assurance Pcl
07	บริษัทประกันชีวิตมุ่งมั่น สร้างอนาคตที่ยั่งยืน	A Life Insurance Company with a Drive for a Sustainable Future
12	แนวความคิดด้านความยั่งยืน ของบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต	Sustainability Concept of Bangkok Life Assurance Pcl
14	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	About this report
16	การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียและความคาดหวัง	Participation with Stakeholders and Expectation
22	การประเมินประเด็นความยั่งยืน	Assessment of Sustainability Aspects
25	การสนับสนุนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals : UN SDGs)	Supporting the United Nations Sustainable Development Goals: UN SDGs
30	ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2562	Sustainability Performance 2019
32	มุ่งสู่การเป็น..... ผู้แนะนำการวางแผนการเงินที่ลูกค้าเลือก	Driving Towards Being... Financial planning advisor chosen by customers
49	มุ่งสู่การเป็น..... องค์กรที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนอย่างยั่งยืน	Driving Towards Being... An organization places importance on sustainable investments
52	มุ่งสู่การเป็น..... องค์กรที่ใส่ใจพนักงาน	Driving Towards Being... An organization which cares for its employees
67	มุ่งสู่การเป็น..... องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	Driving Towards Being... An organization which is responsible for society and environment
88	การกำกับดูแลกิจการที่ดี	Good Corporate Governance
91	การบริหารจัดการความเสี่ยง	Risk Management
97	ความปลอดภัยของข้อมูลและระบบปฏิบัติการดิจิทัล	Data Security and Digital Operating System
100	การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและสินบน	Anti-Corruption and Anti-Bribery
103	การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน	Prevention and Suppression of Money Laundering
105	การกำกับดูแลการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม	Market Conduct

VISION & MISSION

วิสัยทัศน์ ภารกิจ

วิสัยทัศน์ / VISION

ให้ประชาชนเห็นประโยชน์การประกันชีวิต และทำประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและคุณค่าชีวิต

To make people realize the benefits of the life insurance and choose insurance coverage which is suitable for their financial position and value of life.

ภารกิจ / MISSION

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยการปกป้องคุณค่าชีวิต ให้คำแนะนำด้านการวางแผนทางการเงินและบริการที่ประทับใจผ่านตัวแทน คู่ค้า และพนักงานที่มีความจริงใจและมีความรู้ระดับแนวหน้าของประเทศ

The Company is determined to be a leader in establishing financial security for all groups of people and protecting their value of life by offering financial advice and impressive service through its sincere agents, partners, and employees who are experts in the field.

Messages From

CHAIRMAN OF THE BOARD OF DIRECTORS / CHAIRMAN OF EXECUTIVE BOARD OF DIRECTORS AND CHAIRMAN OF THE GOOD CORPORATE GOVERNANCE COMMITTEE

สารจากประธานกรรมการ / ประธานกรรมการบริหารและ ประธานคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 68 ปี บริษัทยังคงยึดมั่นและมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชนทุกกลุ่ม โดยมุ่งเน้นการให้คำแนะนำด้านการวางแผนทางการเงินอย่างรอบด้านสำหรับทุกช่วงวัย ด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุน และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของบริษัท

อย่างไรก็ตามภายใต้ภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ทั้งทางด้านการแข่งขันท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ท้าทาย ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มการใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแลกรับสิทธิประโยชน์ผ่าน Mobile Application การชำระเบี้ยประกันชีวิตผ่าน Internet Banking หรือการเลือกรับกรมธรรม์แบบ Electronic (E-policy) บริษัทจึงต้องมีการปรับตัวและพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจให้หลากหลายแง่มุม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อยืนยันให้บริการประชาชนชาวไทยอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ในปี 2562 บริษัทได้กำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืน (Driving A Sustainable Future) โดยมุ่งการสร้าง

ความสมดุลในการบริหารจัดการที่ครอบคลุมพัฒนาการในทุกมิติขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการสร้างความมั่นคงให้แก่สังคม ผ่านการดำเนินงานอย่างมีศักยภาพทั้งในด้านการยกระดับงานบริการและการปรับใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยี โดยได้พัฒนา BLA Happy Life ซึ่งเป็นโมบายแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้เอาประกันภัยในการติดต่อขอรับบริการสิทธิประโยชน์ ชำระเบี้ยประกันภัย ข้อมูลกรมธรรม์ประกันภัย และพัฒนาระบบการจัดการคลังข้อมูลเพื่อรองรับการทำงานในเชิงวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการในอนาคตและในด้านการสร้างความมั่นคงให้แก่สังคม ผ่านการให้ความรู้ด้านการวางแผนทางการเงินของตัวแทนบริษัท โดยมีเป้าประสงค์ให้ตัวแทนสามารถถ่ายทอดความรู้ด้านการวางแผนทางการเงินให้กับประชาชนซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่ช่วยสร้างความมั่นคงให้กับประชาชนในสังคมได้ รวมไปถึงการสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลผ่านโครงการทุนการศึกษา โดยมอบทุนการศึกษาระดับปริญญาตรีปริญญาโท ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศให้แก่บัณฑิต นักศึกษา บุคคลทั่วไป เพื่อให้ได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนเอง นอกจากนี้บริษัทยังได้ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกรักและ

ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับบุคลากรภายในองค์กร รวมไปถึงลูกค้าและประชาชนทั่วไปผ่านโครงการต่างๆ ที่จัดทำต่อเนื่องตลอดทั้งปี บริษัทขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านที่ให้การสนับสนุนบริษัทมาโดยตลอด และขอให้คำมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านว่าบริษัทจะมุ่งมั่นสานต่อภารกิจระดับการพัฒนาการให้บริการควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญในการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



ดร.ศิริ การเจริญดี
Dr. Siri Ganjarendeek

ประธานกรรมการ
Chairman of the Board of Directors



คมคาย อูสรานนท์
Komkai Thusaranon

ประธานกรรมการบริหารและ
ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี
Chairman of Executive Board of
Directors and
Chairman of the Good Corporate
Governance Committee

Bangkok Life Assurance PCL has been operating our business for 68 years. The Company dedicated and determined to be a leader in establishing financial security for all groups of people by focusing on providing comprehensive financial advice for all age ranges through our life insurance products, investment products and others.

However, under the changed environments of competing amidst challenging economic conditions together with changes in technology and behaviors of consumers who have increasing tendency to use services through online channels, whether it be to redeem privileges through Mobile Application, to pay life insurance premiums through Internet Banking or to choose to obtain policies electronically in the form of E-policy, the Company therefore needs to adjust ourselves and develop the format of our business operations on various aspects to be in line with consumers' requirements and expectation more efficiently in order to be steadfast in providing service to Thai people sustainably.

In 2019 the Company had specified our business operation policy of Driving a Sustainable Future with a view to creating balance in our management which covers all dimensions of development, our responsibility towards the environment, and creation of security for society through enhancing services and embracing innovation technologies. We have developed Happy Life which is a mobile application that provides more convenience to the Insured in requesting for special service, making premium payment, viewing insurance policy information. We also developed a data management system to support the analytical study necessary for product designs and services enhancement in the future. We build security for society by providing financial planning knowledge to our agents with the goal that they can transfer the same knowledge to the public as it is a foundation to help create security for people in the society. We also support human resources development through scholarship project by

awarding scholarships at Bachelor's and Master's degrees levels both nationally and internationally so that students and the general public may have a chance to develop their potentials. In addition, the Company fosters awareness in loving and caring for the environment to our employees as well as customers and the general public through various projects which are organized continually throughout the year.

The Company would like to thank all our stakeholders for their continuous support to the Company and we would like to assure you that the Company will continue to push for further development in services as well as place importance on social and environmental development continuously and sustainably.

LET'S GET TO KNOW BANGKOK LIFE ASSURANCE PCL

รู้จักกรุงเทพประกันชีวิต

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (หลักทรัพย์ “BLA”) ที่อยู่เคียงข้างประชาชนชาวไทยมานานกว่า 68 ปี โดยบริษัทให้บริการด้านการวางแผนการเงินอย่างรอบด้านสำหรับทุกช่วงวัย ด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตและผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพของบริษัท และผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยและกองทุนรวมของบริษัท พันธมิตร

บริษัทมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ 23/115-121 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร และมีสำนักงานสาขา 67 แห่งครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกและการเข้าถึงบริการของบริษัทตลอดจน เพื่อรองรับการขยายตัวของฐานลูกค้าตัวแทนประกันชีวิต และที่ปรึกษาการเงิน

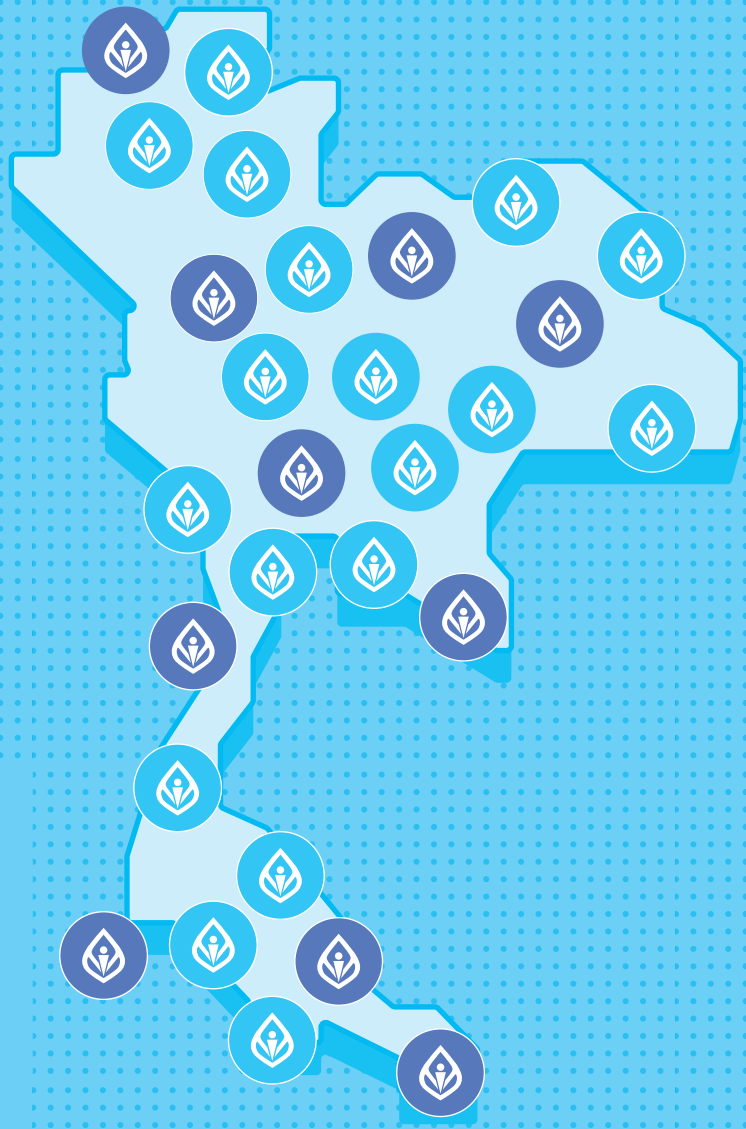
Bangkok Life Assurance PCL is listed on the Stock Exchange of Thailand (SET “BLA”) and has been alongside Thai people for over 68 years. The Company provides comprehensive financial planning service for all age ranges with our Company’s life and health insurance products as well as non-life insurance products and mutual funds of our partner companies.

The Company’s Head Office is located at No. 23/115-121, Soi Sun Wichai, Rama 9 Road, Bangkapi Sub-district, Huaykwang District, Bangkok. We have 67 branch offices nationwide for our customers’ convenience in accessing our services and for supporting the expansion of our customers insurance agents, and financial advisors base.






**ผลิตภัณฑ์และ
การบริการหลัก
ของบริษัทที่สำคัญ**

**Company’s
Main Products
and Services**



ที่มา : UN World Population Prospects (2015)

Map of Thailand showing the distribution network of our branch offices

ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต Life Insurance Products	ผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุน Investment Product	บริการอื่นๆ Other Services
 <ul style="list-style-type: none"> ● เพื่อคุ้มครองชีวิต ● เพื่อการออมและสะสมทรัพย์ ● เพื่อการศึกษาบุตร ● เพื่อคุ้มครองการรักษาพยาบาล ● เพื่อคุ้มครองโรคร้ายแรง ● เพื่อคุ้มครองทุพพลภาพ ● เพื่อคุ้มครองอุบัติเหตุ ● เพื่อวางแผนการเกษียณ <ul style="list-style-type: none"> ● Life coverage ● Saving and endowment ● Child education ● Medical treatment coverage ● Critical illness coverage ● Disability coverage ● Accident coverage ● Retirement planning 	 <ul style="list-style-type: none"> ● กองทุนรวม ● Mutual Fund 	 <ul style="list-style-type: none"> ● แผนคุ้มครองสินเชื่อ ● ประกันภัยทรัพย์สิน ● Mortgage Insurance ● Property insurance

THE 3RD BEST LIFE INSURANCE COMPANY AWARD FOR OUTSTANDING MANAGEMENT OF THE YEAR 2018

รางวัลบริษัทประกันชีวิต ที่มีการบริหารงานดีเด่น อันดับ 3 ปี 2561

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้รับคัดเลือกจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ให้รับรางวัลบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่น อันดับ 3 ประจำปี 2561 เพื่อส่งเสริมบทบาทของอุตสาหกรรมประกันภัยให้เป็นที่เชื่อถือ ครีทธา และเป็นที่ยอมรับของประชาชน โดยมีเกณฑ์การคัดสรรจากบริษัทประกันภัยที่มีการบริหารงานอย่างมืออาชีพ มีศักยภาพการดำเนินงาน มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และมีธรรมาภิบาลเป็นเลิศ

Bangkok Life Assurance was awarded The 3rd Best Life Insurance Company Award in 2018 for Outstanding Management from the Office of Insurance Commission (OIC). The award aims to promote be trust belief and acceptance in life insurance industry among the public, with the selection criteria that take into account insurance companies with professional management, operational potential, stable financial status, and good governance.

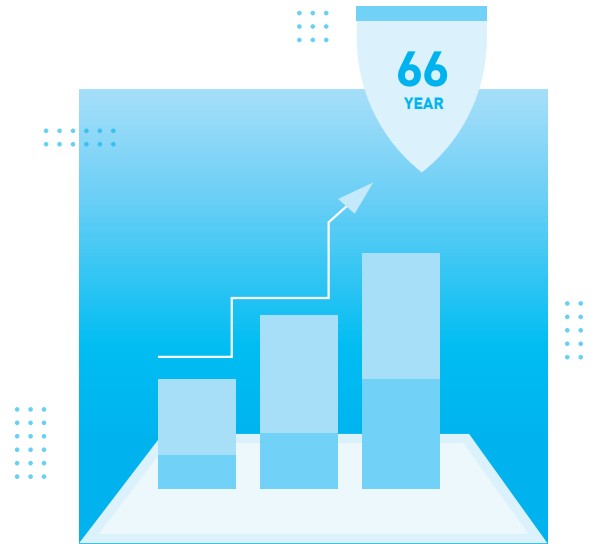


A LIFE INSURANCE COMPANY WITH A DRIVE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

กรุงเทพประกันชีวิต มุ่งมั่นสร้างอนาคตที่ยั่งยืน

กว่า 68 ปี ที่กรุงเทพประกันชีวิตได้มุ่งมั่นสร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่ประชาชนมาโดยตลอดจน ถึงวันนี้ที่เป็นยุคสมัยแห่งความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Disruptive Era) กรุงเทพประกันชีวิตยังคงเดินหน้าปรับตัวเตรียมพร้อมอยู่เสมอ เพราะเราเชื่อว่าความมั่นคงเป็นสิ่งที่ต้องสร้างอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าทุกคนมั่นใจได้ว่าเราจะมุ่งไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยกัน

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิตมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตบนรากฐานที่มั่นคงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนความรู้ด้านการวางแผนทางการเงินให้แก่ประชาชนทุกกลุ่ม การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถสร้างความมั่นคงให้ครอบครัว ตลอดจนการส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งจะมีส่วนช่วยผลักดันให้สังคมไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสดตามนโยบายของรัฐบาล



It is more than 68 years that Bangkok Life Assurance has been driven to create financial security for the people, and even in this Disruptive Era, Bangkok Life Assurance is still moving forward and always adjusting ourselves in preparation, as we believe that security is something which must be continuously created so all our customers can be confident that we are moving towards sustainable growth together.

Bangkok Life Assurance PCL is driven to develop our business to a sustainable growth economically, socially and environmentally, to encourage knowledge about financial planning to people in all walks of life, to recommend products and services which can create security for the family as well as support access to financial services through digital platforms which will help drive Thai society into cashless society according to the government's policy.

ยุทธศาสตร์

จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี บริษัทจึงมุ่งพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการรวมถึงแพลตฟอร์มเพื่อเชื่อมต่อกับลูกค้า ตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาทางการเงิน เพื่อสร้างประสบการณ์และความสัมพันธ์แบบบูรณาการ และเพื่อการต่อยอดที่จะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดของทุกภาคส่วนในสังคม ในปี 2562 บริษัทได้ประกาศการเป็นองค์กรแห่งการเปลี่ยนแปลง (Change Organization) เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน ภายใต้โครงการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการ ที่มีเป้าหมายสูงสุดในการเป็นผู้นำด้านการสร้างความมั่นคงให้กับพี่น้องประชาชนชาวไทย และไปสู่การมีส่วนช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศ

บริษัทเชื่อมั่นว่ายุทธศาสตร์ดังกล่าวจะเสริมสร้างกระบวนการดำเนินงาน และวัฒนธรรมองค์กรใหม่ที่พนักงาน ตัวแทนประกันชีวิต และที่ปรึกษาการเงิน ปฏิบัติหน้าที่และให้บริการอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพอย่างมืออาชีพในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้สนับสนุนงาน

Strategies

Due to changes in consumer behaviors resulting from population, economic, social and technological progress factors, BLA has focused on products and services as well as platforms to connect with customers, life insurance agents and financial advisors in order to create integrated experience and relations for further development which will lead to the highest benefits for every sector in society. In 2019, the Company has announced ourselves to be a Change Organization for a sustainable future under the project to enhance the quality and service standard with the ultimate goal of being the leader in creating security for our Thai people and moving towards helping to create sustainability for the country's economic system.

BLA believes that this strategy will strengthen the operational process and new organizational culture where employees, life insurance agents and financial advisors will carry out their duties and provide services quickly and with professional efficiency in a wider circle with the incorporation of new technologies to support their work.

กระบวนการ เปลี่ยนผ่านองค์กรของบริษัท

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สภาพการแข่งขัน และสภาพแวดล้อมภายนอกอื่นๆ ทำให้บริษัทต้องพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างและรูปแบบการทำงานภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยมีกรอบระยะเวลาดำเนินงาน 3 ปี (2562 - 2564) มุ่งเน้นการปรับปรุงรากฐานขององค์กร ควบคู่กับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการขยายช่องทางจัดจำหน่าย และความหลากหลายของสินค้าและบริการ

Company's Change Process

The rapid change in technological advancement, competition, and other external environments cause the Company to regularly develop and improve its structure and format of operations within our organization. Our three-year operational framework (2019-2021) aims at improving the organizational foundation together with changing business structure which now aims at expanding our distribution channels and diversity of products and services.

การพัฒนาารากฐานองค์กร Organizational Development

การพัฒนาารากฐานขององค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว

- บริการที่ยืดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
- แพลตฟอร์มดิจิทัลและกระบวนการอัตโนมัติ
- การกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่ดี
- คุณภาพและทัศนคติของบุคลากร
- โครงสร้างและการจัดการที่คล่องตัว
- การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสังคม

TO SUSTAINABLY INCREASE
COMPETITIVENESS IN THE LONG RUN

- Customer-centric services
- Digital platform and automatic processes
- Good Governance and riskmanagement
- Quality and attitudes of personnel
- Flexible structure and management
- Social contribution

การก้าวสู่ยุคดิจิทัล Entering the Digital Age

คุณค่าจากโครงการ

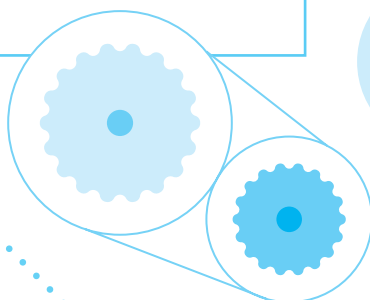
'CHANGE FOR FUTURE'

- ลดต้นทุนการให้บริการ
- ขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางใหม่
- สร้างความผูกพันกับองค์กร

VALUE FROM

'CHANGE FOR FUTURE'

- Reducing cost of service
- Expanding customer base through new channels
- Creating organizational bond



ในปี 2562 นี้ กรุงเทพมหานคร
ได้กำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจ
เพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืน
(Driving a Sustainable Future)
4 ด้าน ดังต่อไปนี้

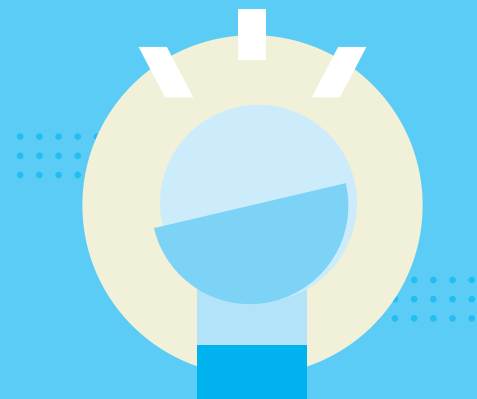
For the year 2019
BLA stipulated business
operation policies of
Driving a Sustainable Future
through the following
4 approaches:



① Driving Brand Value

มุ่งมั่นเป็นผู้นำ ผู้ยึดมั่นในคุณค่าด้านการวางแผน การเงินอันเปี่ยมกลยุทธ์อย่างมืออาชีพ พร้อม พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง

Determined to be a leader driven in the value of financial planning and ready to continuously develop products and services.



② Driving Organization with Innovation

มุ่งมั่นขับเคลื่อนองค์กรให้สอดคล้องกับยุค ดิจิทัล ด้วยการไม่หยุดพัฒนาตัวเอง พร้อม เรียนรู้ และเปิดรับสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

Determined to drive the organization to conform to the digital age by not ceasing to improve ourselves, willing to acquire new knowledge, and always opening up to accept new things.



3

Driving Customer Engagement

มุ่งมั่นตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้าทุกคน ด้วยการให้บริการที่เอาใจใส่ และเพิ่มความสะดวกสบายด้วยช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ครอบคลุม

Determined to respond to every customer's needs with attentive services and additional convenience with wide-ranging communication channels.



4

Driving a Sustainable Future

มุ่งมั่นสร้างอนาคตที่ยั่งยืนรอบด้าน ด้วยการสร้างความมั่นคงทางการเงินและสร้างสุขภาพที่ดีเพื่อคนไทย ควบคู่ไปกับการทำงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

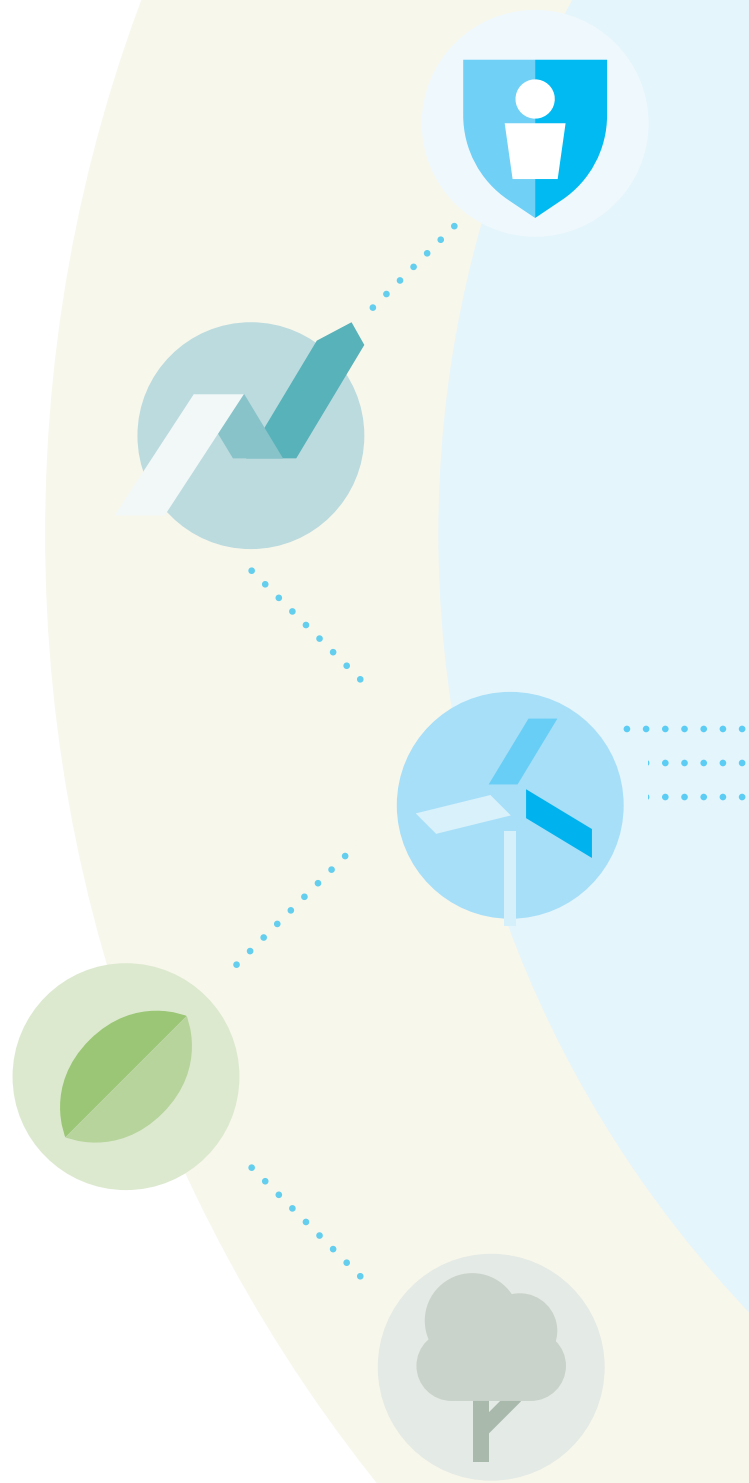
Determined to create an all-round sustainable future by creating financial security and good health for Thai people along with environmental friendly business operations.

SUSTAINABILITY CONCEPT OF BANGKOK LIFE ASSURANCE PCL

แนวความคิดด้านความยั่งยืนของ กรุงเทพประกันชีวิต

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิตให้ความสำคัญกับการผนวกแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลในด้านการบริหารจัดการที่ครอบคลุม 3 มิติ อันได้แก่ การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และการสร้างความมั่นคงให้แก่สังคม ซึ่งการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดด้านความยั่งยืนนั้นตั้งอยู่บนรากฐานของการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่สังคม ผ่านการให้บริการด้านการประกันชีวิตและการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมสำหรับแต่ละช่วงวัย ส่งเสริมให้ประชาชนไทยทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ และมีความรู้ในการวางแผนทางการเงินให้กับตนเองและครอบครัว ตลอดจนสร้างคุณค่าและเพิ่มความไว้วางใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อมุ่งสู่การเป็น “ผู้นำในการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับประชาชน” ตามภารกิจของบริษัท

Bangkok Life Assurance places importance on incorporating sustainability concept as part of our business strategies, focusing on creating a balanced, three-dimensional management approach which includes rapid development of the organization, environmental responsibility and creating stability for the society. Conducting business under the sustainability concept is based on creating economic stability for society by providing life insurance services and financial planning suitable to people in various age ranges. We encourage every group of Thai people to have access to insurance products and services and have knowledge in financial planning for themselves and their families. We add value and trust for all stakeholders and commit to becoming “The leader in establishing financial stability for the people” as per our mission.



ผู้แนะนำการวางแผน
การเงินที่ลูกค้าเลือก

Financial planning advisor
chosen by customers

เป็นบริษัทประกันชีวิต
ที่พัฒนาตัวแทน นายหน้า
และที่ปรึกษาการเงินสู่มืออาชีพ

Being a life insurance company
which enhances agents, brokers
and financial advisors' professional

เป็นองค์กรที่
ดูแลพนักงาน

Being an organization
which cares for its employees

มุ่งสู่การเป็นบริษัทประกันชีวิต
ที่ประชาชนไว้วางใจในบริการที่สุด
คือเส้นทางสู่ความยั่งยืน

Driving towards being a life insurance company
whose services are most trusted by
the people is a road to sustainability

เป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

Being an organization
which is responsible for society
and environment

เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญ
กับการลงทุนอย่างยั่งยืน

Being an organization
places importance on
sustainable investments

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้เป็นปีแรก เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงความมุ่งมั่นและผลการดำเนินงานตามกรอบยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืนของบริษัท โดยนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในภาพรวมครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล ของบริษัทและบริษัทย่อย

About this Report

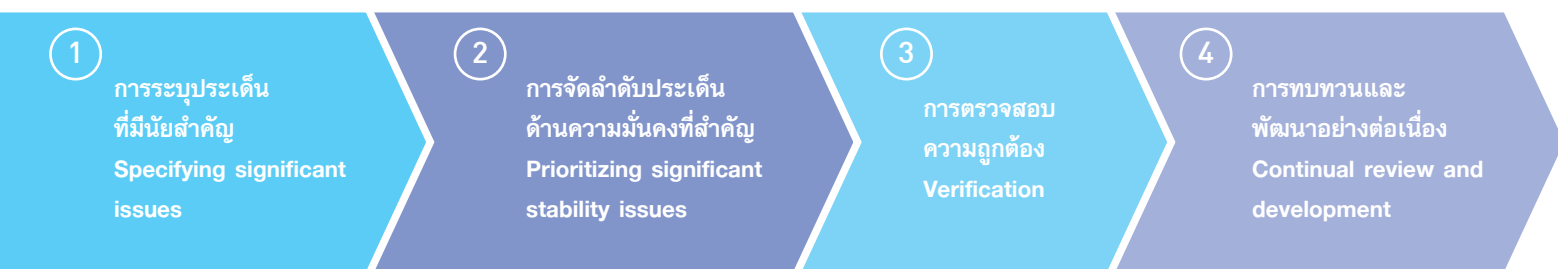
This is the 1st Sustainability Report produced by Bangkok Life Assurance PCL (“the Company”) as a channel in communicating to stakeholders the determination and performance under the sustainability strategic framework of the Company by presenting the overall sustainability performance covering the dimensions of economy, society, environment and good governance of the Company and our subsidiaries.

กระบวนการกำหนดเนื้อหาในรายงาน

บริษัทได้จัดทำรายงานโดยพิจารณาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจประกันชีวิต เพื่อประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ โดยมีกระบวนการและขั้นตอนที่ตั้งมั่นบนหลักการสำคัญ 10 ประการ ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Inclusiveness) การพิจารณาบริบทแห่งความยั่งยืน (Sustainability Context) การประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) ความถูกต้องของข้อมูลที่เปิดเผย (Accuracy) ความสมดุลของผลการดำเนินงานทั้งเชิงบวกและเชิงลบ (Balance) ความชัดเจนของข้อมูลและความเข้าใจต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม (Clarity) การมีข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบได้ เพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการดำเนินงานที่ผ่านมา (Comparability) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลและเนื้อหา (Reliability) และขอบเขตของเวลาในการรายงานเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย (Timeliness) โดยมีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้

Process In Determining The Contents of the Report

The Company had prepared the Report by considering both internal and external factors concerning life assurance business operations in order to assess major sustainability issues. We had selected processes and steps which focus on 10 significant factors comprising Stakeholder inclusiveness, Sustainability context, Materiality, Completeness, Accuracy, Balance, Clarity, Comparability, Reliability, and Timeliness. The processes and steps in assessing the sustainability issues are as follows:



...



...



...



1

การระบุประเด็นที่มีนัยสำคัญ Identify significant issues

บริษัทได้ทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย โดยคำนึงถึงปัจจัยภายใน อาทิ กลยุทธ์ทางธุรกิจ เป้าหมายของบริษัท ปัจจัยภายนอก อาทิ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก และทิศทางของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ประเด็นที่อาจมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่ควรให้ความสนใจ ตลอดจนแนวโน้มการพัฒนาความยั่งยืนของภาคธุรกิจประกันชีวิตในภูมิภาค

The Company has reviewed sustainability issues which are significant to the Company and the stakeholders' business operations by considering internal factors such as business strategies, the Company's goals; external factors such as the changing world trends and direction of relevant industries, issues which may affect stakeholders concerning economy, society and environment which should be studied along with trends in development of sustainability of the regional life insurance business.

2

การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ Prioritizing significant sustainability issues

ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทและตัวแทนหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อจัดระดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยคำนึงถึงผลกระทบ 2 ด้าน ได้แก่ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และผลกระทบต่อบริษัทบริษัทได้ดำเนินการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียภายนอกจากช่องรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อให้เข้าใจความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียภายนอกถึงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ โดยบริษัทจะนำข้อคิดเห็นที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทเพื่อความยั่งยืนต่อไป

The Company's high-level management and representatives of various departments brainstormed to prioritize the Company's short-term and long-term sustainability issues by considering 2 aspects of impact, the impacts upon stakeholders and impacts upon the Company. The Company duly listened to the opinions of external stakeholders from various communication sharing channels with a view to understanding the expectation of external stakeholders on the issue of sustainability which is significant. The Company will use these opinions to improve and sustainably develop our Company's operations.

3

การตรวจสอบความถูกต้อง Verification

บริษัทได้ดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ และหาความสอดคล้องกับแนวทางตัวชี้วัดที่กำหนด ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณาอนุมัติ

The Company has verified the completeness and accuracy of the priorities concerning significant sustainability and has arranged the consistencies with the guideline of the indicators defined together with relevant departments. These have been submitted to the Executive Board of Directors for consideration and approval.

4

การทบทวนและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง Continual review and development

บริษัทได้จัดให้มีการทบทวนกระบวนการจัดทำและเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง และน้อมรับคำเสนอแนะจากทุกภาคส่วนที่ได้รับ เพื่อนำไปปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทในรายงานฉบับต่อไป

The Company has arranged to continually review the process of preparing and disclosing information in the Sustainability Report and welcome suggestions from every section which will be used to improve the contents and format in disclosing the performance of the Company's sustainability in our next Report.

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย และความคาดหวัง

Participation with Stakeholders and Expectation

ลูกค้า

รูปแบบการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้เสีย	ข้อคิดเห็นและความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการ ตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> • การประเมินความผูกพันของลูกค้าต่อบริษัท • การจัดเสวนาความรู้ด้านการวางแผนการเงินสำหรับยามเกษียณ การรักษาสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ประกันภัยและเครื่องมือทางการเงิน • การสื่อสารให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินแก่ลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ • การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผ่านช่องทางโทรศัพท์ • การรับเรื่องร้องเรียนและการให้บริการผ่านศูนย์บริการลูกค้าและเครือข่ายสาขา 	<p>การสร้างระบบนิเวศด้านการวางแผนการเงินที่ครอบคลุม การบริหารความเสี่ยงและการสะสมความมั่งคั่งที่เหมาะสมกับประชาชนแต่ละกลุ่มและแต่ละช่วงวัย เป็นการดำเนินงานหลักที่บริษัทให้ความสำคัญและมีผลการดำเนินงานที่ชัดเจนด้วยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการตอบสนองโจทย์ความต้องการที่แท้จริงและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในยุคปัจจุบัน</p>	<p>พัฒนานวัตกรรมและส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการฝึกอบรมพนักงานเพื่อรักษาและยกระดับขีดความสามารถและมาตรฐานการให้บริการ รวมถึงมาตรการในการปกป้องความเป็นส่วนตัวของลูกค้าอย่างเคร่งครัด</p> <p>ทั้งนี้บริษัทสร้างกระบวนการดำเนินงานและนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เป็นระบบและสนับสนุนความต้องการ ควบคู่กับการให้คำแนะนำทางการเงินที่ช่วยลูกค้าสร้างวินัยทางการเงินและเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตในวัยเกษียณ</p>

Customers

Manner of Engagement with Stakeholders	Opinions and Expectations of Stakeholders	Example of the Company's Ways of Meeting Needs
<ul style="list-style-type: none"> • Assessing customers' engagement with the Company • Organizing talks on financial planning for retirement, keeping good health, insurance products and financial tools • Communicating knowledge about financial planning to customers through social media • Surveying customer satisfaction via telephone channel • Handling customer complaints and giving services through Call Center and branch network 	<p>Creating an ecosystem concerning financial planning which covers risk management and wealth accumulation appropriate for each group of people and at each age range is a major operation prioritized by the Company with clear work performance. This was done by establishing business partners and using digital technology which meets the actual needs and serve the present-day lifestyle of customers.</p>	<p>Continually developing innovations and delivering products and services to meet the needs of every group of customers besides training employees in order to maintain and enhance their capabilities and service standards as well as standards in strictly protecting customers' privacy. In this respect, the Company creates operation processes and offers financial products which are systematic and supportive to needs, together with giving financial advice which helps customers build financial disciplines and preparedness for the future after their retirement.</p>

ตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน

รูปแบบการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้เสีย	ข้อคิดเห็นและความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทาง การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารนโยบายและข่าวสารผ่านการประชุมและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ • การประชุมร่วมกับตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน การจัดสัมมนา และการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การประเมินผลการปฏิบัติงาน • การประกาศเกียรติคุณตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน • ช่องทางแจ้งเบาะแสการทุจริตหรือการประพฤติมิชอบ 	<p>การปรับทิศทาง การดำเนินธุรกิจสู่การเป็นดิจิทัลแพลตฟอร์ม ส่งผลกระทบต่อบทบาทหน้าที่ของตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน เพื่อสร้างความเข้าใจและการเตรียมความพร้อมผู้บริหารระดับสูงภายในองค์กรได้สื่อสารการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างชัดเจนและต่อเนื่องกับการสนับสนุนการทำงานเพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น รวมทั้งให้โอกาสแก่ตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงินในการพัฒนาศักยภาพและเติบโตไปกับบริษัท</p>	<p>มีแผนพัฒนาตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน และจัดอบรมตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงินอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำ และสนับสนุนด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถในการแข่งขันและตรงกับความต้องการของลูกค้า</p>

Insurance Agents and Financial Advisors

Manner of Engagement with Stakeholders	Opinions and Expectations of Stakeholders	Example of the Company's Ways of Meeting Needs
<ul style="list-style-type: none"> • Communication of policies and information via meetings and digital media • Meetings with insurance agents and financial advisors, organizing seminars and activities for society • Performance assessment • Presentation of awards to insurance agents and financial advisors • Whistle-blowing corruption or misconducts 	<p>Adjustment of business operation direction to digital platform has impacted the roles and duties of insurance agents and financial advisors. In order to create understanding and preparedness, high-level management in the organization has communicated the said changes clearly and continually together with support of work performance so that insurance agents may access their targets more readily. This includes giving opportunities to insurance agents and financial advisors to develop their potentials and grow alongside the Company.</p>	<p>Set up development plans for insurance agents and financial advisors and organize continual trainings for insurance agents and financial advisors as well as look after work environment of insurance agents and financial advisors to render convenience, speed and accuracy. These are also augmented by competitive products which correspond to customers' needs.</p>

พนักงาน

รูปแบบการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้เสีย	ข้อคิดเห็นและความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการ ตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารนโยบายและข่าวสารผ่านการประชุมและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ • การประชุมร่วมกับพนักงาน การจัดสัมมนา และการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การประเมินผลการปฏิบัติงาน • โครงการพัฒนาบุคลากร • การประเมินความผูกพันของพนักงาน • การประกาศเกียรติคุณพนักงาน • ช่องทางแจ้งเบาะแสการทุจริตหรือการประพฤติมิชอบ • ร่วมเลือกตั้งคณะกรรมการสวัสดิการ มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะสวัสดิการต่างๆ • เลือกตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน 	<p>การปรับทิศทางการดำเนินธุรกิจสู่การเป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งผลกระทบต่อบทบาทหน้าที่ของพนักงานบริษัทบางกลุ่มอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อสร้างความเข้าใจและการเตรียมความพร้อมภายในองค์กร ผู้บริหารระดับสูงภายในองค์กรได้สื่อสารการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามบริษัทมีพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ในหลายส่วนงานที่มีบทบาทแตกต่างกัน พนักงานบางคนยังมีความกังวลเกี่ยวกับการลดอัตราจ้างงานขององค์กร บริษัทควรสร้างความมั่นใจด้านการจ้างงาน ควบคู่ไปกับการให้โอกาสแก่พนักงานทุกระดับในการพัฒนาศักยภาพและเติบโตไปกับบริษัท</p>	<p>มีแผนพัฒนาพนักงานและจัดอบรมให้พนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาศักยภาพและให้โอกาสเติบโตไปกับบริษัท รวมถึงการดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานให้มีความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และเอื้อต่อการทำงาน</p>

Employees

Manner of Engagement with Stakeholders	Opinions and Expectations of Stakeholders	Example of the Company's Ways of Meeting Needs
<ul style="list-style-type: none"> • Communicate policies and information via meetings and digital media • Meetings with employees, organizing seminars and activities for society • Assessing the performance • Personnel development project • Assessing employee engagement • Presentation of awards to employees • Whistle-blowing of corruption or misconduct • Participating in electing Welfare Committee and taking part to volunteer opinions and advice about various welfares • Electing Occupational Safety, Health and Environment Committee. 	<p>Adjustment of business operation direction to becoming digital platform has inevitably impacted the roles and duties of some groups of employees. In order to create understanding and preparedness within the organization, high-level management of the organization has communicated the said changes clearly and continually. However, the Company's employees carry out their duties in many sections and have different roles. Some employees are concerned about the Company's workforce reduction. The Company should create employment security together with giving opportunities to every level of employees to develop their capabilities and grow alongside the Company.</p>	<p>There should be plans for employee development and continual training in order to develop employees' capabilities with the opportunity to grow alongside the Company. Attention should be given to employees' work environment which should be safe, sanitary and conducive to work.</p>

ผู้ถือหุ้น

รูปแบบการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้เสีย	ข้อคิดเห็นและความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทาง การตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น รายงานตามแบบ 56-1 รายงานประจำปี (แบบ 56-2) การนำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชน การประกาศผลประกอบการรายไตรมาส การพบปะนักลงทุนรายบุคคล การพูดคุยและตอบข้อซักถามกับนักลงทุนผ่านทางโทรศัพท์ การพบปะนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ การจัดโร้ดโชว์ในต่างประเทศ 	<p>บริษัทกำลังอยู่ระหว่างการดำเนินโครงการขยายผลผลิตจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบที่เน้นให้ความคุ้มครองแทนแบบสะสมทรัพย์ การยกระดับคุณภาพบริการผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มควบคู่กับการเตรียมความพร้อมสำหรับการบังคับใช้มาตรฐานบัญชีฉบับใหม่ (IFRS 17) ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคตของบริษัท โดยมีการปรับปรุงแผนทางการตลาดที่สำคัญ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าผลการดำเนินงานนั้นจะเป็นไปอย่างสอดคล้องและคุ้มค่ากับการลงทุน บริษัทควรมียุทธศาสตร์และกระบวนการประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม ภายใต้กรอบและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี</p>	<p>ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการบริหารจัดการความเสี่ยง และตามหลักการกำกับกิจการที่ดี ตลอดจนเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพียงพอ และทันการณ์</p>

Shareholders

Manner of Engagement with Stakeholders	Opinions and Expectations of Stakeholders	Example of the Company's Ways of Meeting Needs
<ul style="list-style-type: none"> Annual General Meeting of Shareholders Extraordinary Meeting of Shareholders Annual Report 56-1 Annual Report (Form 56-2) Public disclosure on important information Announcement of quarterly results Meeting individual investors Discussions and answering investors' queries by phone Meeting securities analysts Organizing overseas roadshows 	<p>The Company is working on a project to expand insurance policy productivity by focusing on risk protection rather than savings, enhance the service quality through digital platform, coupled with the preparation for enforced use of Thailand Financial Reporting Standard IFRS 17 which is an important turning point for the future business operations of the Company, as it necessitates major improvements of the market plan. Therefore, in order to be confident that the resultant performance will conform and be worthy of the investment, the Company should have an appropriate strategy for assessing the process and risk management within good corporate government framework.</p>	<p>Operate business under risk management framework and good corporate governance as well as disclose accurate, complete, adequate and timely information.</p>

สังคมและสิ่งแวดล้อม

รูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย	ข้อคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินโครงการของบริษัทและโครงการดาวพิเศษมุ่งเน้นการลดใช้ถุงพลาสติกเพื่อลดจำนวนขยะที่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม การสื่อสาร ให้คำแนะนำ และความรู้ด้านการวางแผนทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ และช่องทางตัวแทนและที่ปรึกษาการเงิน การสำรวจความต้องการของชุมชนและสังคม การส่งเสริมให้พันธมิตรร่วมดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมกับบริษัท การสืบสานประเพณีและวัฒนธรรมไทย การใช้เทคโนโลยีเพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ 	<p>ด้วยบทบาทหน้าที่ในการให้บริการด้านประกันภัย และการวางแผนการเงินมีส่วนช่วยยกระดับความมั่นคงทางการเงินให้แก่คนในสังคมไทย ควบคู่กับการบริหารจัดการผลกระทบด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการดำเนินงานของบริษัท อีกทั้งบริษัทควรส่งเสริมการเข้าถึงการบริหารทางการเงินของบริษัทอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ</p>	<p>ส่งเสริมและดำเนินกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตอาสาและเข้าร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนให้ความรู้ทางการเงินแก่ชุมชนอย่างมีระบบผ่านสื่อออนไลน์และช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและมีความเข้าใจในการบริหารจัดการการเงินมากยิ่งขึ้น</p>

Society and Environment

Manner of Engagement with Stakeholders	Opinions and Expectations of Stakeholders	Example of the Company's Ways of Meeting Needs
<ul style="list-style-type: none"> Operating Company's projects and Magic Eyes project which focus on reduction of plastic bag usage to reduce environmentally harmful wastes Communicating, giving advice, and knowledge on financial planning via social media, electronics channels, and via agent and financial advisor channels. Surveying the needs of community and society Encouraging business partners to participate in activities for society with the Company. Carrying on Thai tradition and cultures. Using technology to reduce natural resource consumption. 	<p>Through the roles and duties of giving insurance service and financial planning, the Company plays a part in raising the level of financial security to the Thai society alongside management of social and environmental impacts arising from the Company's operations. Furthermore, the Company should promote access to the Company's financial management thoroughly and efficiently.</p>	<p>Promoting and carrying out activities which benefit the communities, society, and the environment. Encouraging employees to volunteer and regularly participate in activities as well as introducing products and services and giving financial knowledge to the community systematically through social media and electronics channels which help the public access and understand better how to manage their money.</p>

หน่วยงานกำกับดูแล

รูปแบบการมีส่วนร่วม กับผู้มีส่วนได้เสีย	ข้อคิดเห็นและความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ตัวอย่างแนวทางการ ตอบสนองของบริษัท
<ul style="list-style-type: none"> • ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานทางการที่กำกับดูแลธุรกิจอย่างต่อเนื่อง • ร่วมประชุมรับฟังแนวนโยบายของหน่วยงานกำกับธุรกิจและหน่วยงานราชการอื่น ๆ • รับการตรวจสอบจากหน่วยงานทางการ • ร่วมรับฟังและแสดงความคิดเห็นต่อแนวทางปฏิบัติและกฎเกณฑ์อยู่ระหว่างการพัฒนาปรับปรุง • แสดงความคิดเห็นผ่านเวทีแสดงความคิดเห็นต่างๆ 	<p>บริษัทดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานในทุกด้านให้สอดคล้องกับข้อกำหนดและเจตนารมณ์ของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างต่อเนื่องภายในเวลาที่กฎหมายกำหนด</p>	<p>กำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรตามมาตรฐานสากล ภายใต้ระดับเงินกองทุนที่รองรับความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมตามหลักการประเมินความเสี่ยงและความมั่นคงทางการเงิน เพื่อให้การดำเนินงานทั้งองค์กรเป็นไปตามนโยบายแนวทางการบริหารความเสี่ยง รวมถึงเสริมสร้างกลไกในการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ</p>

Regulatory Agencies

Manner of Engagement with Stakeholders	Opinions and Expectations of Stakeholders	Example of the Company's Ways of Meeting Needs
<ul style="list-style-type: none"> • Continuously collaborate with public sector's regulatory agencies • Attend meetings to hear policies of the agencies supervising the business and of other government agencies • Be subject to examinations from government agencies • Participate and express opinions concerning guidelines and regulations which are being developed and improved • Express opinions through various opinion-giving platforms. 	<p>The Company improves and develops its business operation in every aspect to conform to regulations and intentions of relevant legal rules concerning its business continually within the time span as stipulated by law.</p>	<p>Define the organization's risk-management framework in accordance with international standards under the level of the capital which supports the risk appropriately as per the principles of risk assessment and financial stability so that operations of the entire organization are according to the policy of risk management guidelines as well as systematically reinforcing the mechanism of risk management.</p>

Assessment of Sustainability Aspects

การประเมินประเด็นความยั่งยืน

	ผู้ถือหุ้น	ตัวแทน	พนักงาน	พันธมิตร	ลูกค้า	ชุมชน / สังคม / สิ่งแวดล้อม	หน่วยงานราชการ / หน่วยงานกำกับ	นักลงทุน
ด้านเศรษฐกิจ								
1. สร้างหลักประกันที่เหมาะสมกับ Aging Society					X	X		
2. การพัฒนาการให้บริการโดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง					X			
3. การปรับตัวเข้าสู่ยุค Digital		X	X	X	X			
4. การกำกับดูแลกิจการที่ดี	X	X	X	X	X	X	X	X
5. การบริหารความเสี่ยง	X	X	X	X	X	X	X	X
6. ความปลอดภัยของข้อมูลและระบบปฏิบัติการ Digital		X	X	X	X		X	
7. การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล		X	X		X		X	
8. การยกระดับพฤติกรรมทางการตลาดของธุรกิจประกันภัย		X		X	X		X	
ด้านสังคม								
9. ให้ความรู้ด้านการวางแผนทางการเงินและธุรกิจประกันชีวิต		X	X	X	X	X		
10. การเปิดโอกาสการเข้าถึงการประกันชีวิตอย่างทั่วถึง		X			X	X		
11. ส่งเสริมสุขภาพประชาชน			X		X	X		
12. สนับสนุนเยาวชน						X		
13. การพัฒนาศักยภาพและดูแลรักษาบุคลากรขององค์กร		X	X					
ด้านสิ่งแวดล้อม								
14. การจัดการสิ่งแวดล้อม						X		
15. สร้างจิตสำนึกรักและดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม		X	X	X	X	X		

	Share holders	Agents	Employees	Partners	Customers	Community / Society / Environment	Govt.agencies / Regulatory Agencies	Investors
Economy								
1. Creating appropriate security for the aging					X	X		
2. Customer-centric service development					X			
3. Adaptation to digital age		X	X	X	X			
4. Good Corporate Governances	X	X	X	X	X	X	X	X
5. Risk management	X	X	X	X	X	X	X	X
6. Data and digital operating system security		X	X	X	X		X	
7. Personal information management		X	X		X		X	
8. Improvement of marketing behaviors of insurance business		X		X	X		X	
Society								
9. Provide knowledge on financial planning and insurance business		X	X	X	X	X		
10. Provide widespread opportunity in accessing life insurance		X			X	X		
11. Enhancing public health			X		X	X		
12. Support youth activities						X		
13. Develop potentials and maintain organization's personnel		X	X					
Environment								
14. Environmental management						X		
15. Foster awareness of loving and caring for the environment		X	X	X	X	X		

Prioritizing the Sustainability Aspects

การจัดลำดับความสำคัญประเด็น
ด้านความยั่งยืน

ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย
Importance for stakeholders

<p>มาก A lot</p> <p>11, 12, 14, 15</p>	<p>มากที่สุด Maximum</p> <p>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13</p>
<p>น้อย Not a lot</p>	<p>มาก A lot</p>

ความสำคัญต่อบริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
Importance for Bangkok Life Assurance PCL

Supporting the United Nations Sustainable Development Goals: UN SDGs

การสนับสนุนเป้าหมาย
การพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ



บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มนำ SDGs เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดำเนินงานของบริษัท โดยมี 10 เป้าหมาย จากทั้งหมด 17 เป้าหมาย ดังนี้

Bangkok Life Assurance PCL has started to incorporate SDGs in the Company's business operations, employing 10 goals out of a total of 17 goals, as follows:

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิตกับการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ

Bangkok Life Assurance PCL supports the United Nations Sustainable Development Goals

<p>เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ United Nations Sustainable Development Goals</p>	<p>การดำเนินงานของบริษัท Company's Implementation</p>	<p>ความเชื่อมโยงกับประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Significant Connection to Sustainability Issue</p>
<p>1 NO POVERTY</p>  <p>เป้าหมายที่ 1 ขจัดความยากจนทุกรูปแบบทุกสถานที่ Goal 1: End poverty in all its forms everywhere</p>	<p>ส่งเสริมให้ประชาชนทำประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและคุณค่าชีวิต เพื่อบริหารความเสี่ยงของตนเองและครอบครัวในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน และให้ความรู้ด้านการวางแผนการเงินแก่ลูกค้าและประชาชนสำหรับทุกช่วงอายุจนถึงวัยเกษียณผ่านช่องทางต่างๆ Encourage people to take out insurance coverage appropriate to their financial status and value of life to manage their own and their family's risk in case of unforeseen incident and educate customers and people of every age range up till retirement age on financial planning through various channels.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การเข้าถึงบริการทางการเงินและการประกันชีวิต และส่งเสริมความรู้ด้านการวางแผนการเงิน • การขยายฐานลูกค้า • การส่งเสริมสภาพแวดล้อมในชุมชน • Access to financial services and life insurance, and promote knowledge on financial planning • Expand customer database • Enhance environment in the community
<p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p>  <p>เป้าหมายที่ 3 การส่งเสริมสุขภาพและการเป็นอยู่ที่ดี Goal 3: Promote healthy life and well-being</p>	<p>ส่งเสริมความรู้ทางการเงิน และการวางแผนการเงินระยะยาว รวมทั้งการรักษาสุขภาพ Promote financial knowledge and long-term financial planning as well as healthcare.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การให้ความรู้ทางการเงิน • การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุม • Provide financial knowledge • Design comprehensive products

4 QUALITY EDUCATION



เป้าหมายที่ 4

รับรองการศึกษาที่เท่าเทียมและทั่วถึง ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน

Goal 4: Ensure equitable and lifelong learning opportunities for everyone

พัฒนาบุคลากร ตัวแทนและนายหน้าประกันชีวิตและส่งเสริมการเรียนรู้

Develop potentials of personnel, life insurance agents and brokers and promote knowledge

- การเข้าถึงบริการทางการเงินและส่งเสริมการเรียนรู้การวางแผนการเงิน
- การเรียนรู้ด้านการวางแผนการเงินและการประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและคุณค่าชีวิต
- Access to financial services and promotion of financial planning knowledge
- Knowledge in financial planning and life securing insurance appropriate for financial status and value of life

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



เป้าหมายที่ 8

ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานที่มีคุณค่า

Goal 8: Promote inclusive and sustainable economic growth and decent work for all

นำเสนอประกันชีวิตและผลิตภัณฑ์การลงทุนที่ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าและทุกช่วงชีวิตซึ่งก่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการจ้างงานทั่วประเทศไทย นอกจากนี้บริษัทมีกระบวนการจ้างงานที่เป็นธรรมและมีกระบวนการพัฒนาความสามารถบุคลากรรวมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานที่ปลอดภัยและเอื้อต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานทุกคน ตลอดจนมีการจ้างงานผู้ทุพพลภาพ

Present life insurance and comprehensive investment products to all customer groups of all age ranges which creates economic security and employment nationwide. Furthermore, the Company has a fair employee hiring process as well as personnel development process. We have also created a safe work environment suitable for good quality of life for all our employees and hire people with disabilities.

- การปฏิบัติด้านสิทธิแรงงาน
- สุขภาพ ความปลอดภัย
- การสรรหาและรักษาบุคคลที่มีศักยภาพ
- การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคล
- การส่งเสริมสุขภาพของชุมชน
- Our practice concerning labor rights
- Health and safety
- Hiring and retaining personnel with good potentials
- Developing employee potentials and planning human resources
- Fostering community health

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



เป้าหมายที่ 9

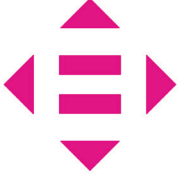


พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนและทั่วถึง และสนับสนุนนวัตกรรม

Goal 9: Build resilient infrastructure, promote sustainable business and foster innovation

สร้างสรรค์เทคโนโลยีเพื่อการบริการที่แม่นยำ สะดวกรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรขององค์กรและของลูกค้า รวมไปถึงการสนับสนุนการต่อยอดด้านนวัตกรรม

Create technologies for accurate, convenient and efficient services to meet the needs of the organization's personnel and customers as well as promote extension of innovation.

- เทคโนโลยีดิจิทัล
- ผลิตภัณฑ์ การให้บริการ และการสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า
- ความปลอดภัยของข้อมูลและระบบปฏิบัติการ
- Digital technology
- Products, services, and good experiences for customers
- Safe data and operational process

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ขององค์การสหประชาชาติ United Nations Sustainable Development Goals	การดำเนินงานของบริษัท Company's Implementation	ความเชื่อมโยงกับประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Significant Connection to Sustainability Issue
<p>10 REDUCED INEQUALITIES</p>  <p>เป้าหมายที่ 10 การลดความเหลื่อมล้ำ Goal 10: Reduced inequalities</p>	<p>การส่งเสริมการศึกษาของเยาวชน การส่งเสริมด้านการออม Promote youth education; promote saving</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การปลูกฝังคุณค่าที่ดีแก่เด็กและเยาวชน • การออมและลงทุนผ่านผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ • Instill good values in children and youth • Saving and investing through various financial products
<p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>  <p>เป้าหมายที่ 12 การผลิตและบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ Goal 12: Responsible consumption and production</p>	<p>การส่งเสริมการใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ โดยไม่ต้องเดินทางมาด้วยตนเอง ทำให้ประหยัดทรัพยากรพลังงาน Promotion of services through online channels without any need to appear in person, which saves energy resources.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ระบบออนไลน์เพื่อให้บริการอย่างครอบคลุม • Online system for inclusive services
<p>13 CLIMATE ACTION</p>  <p>เป้าหมายที่ 13 การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ Goal 13: Take urgent action to combat climate change and its impacts</p>	<p>มุ่งมั่นเป็นส่วนหนึ่งในการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบและร่วมกันบรรเทาผลกระทบดังกล่าวผ่านการมีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ Determined to be a part in reducing impacts from climate change through the most efficient handling of resources within the organization as well as encouraging employees' awareness of the significance of the impacts and jointly reduce these impacts through participation in various activities.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กร • กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม • ส่งเสริมการสื่อสารผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ และการออกเอกสารสำคัญในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการตัดต้นไม้ทำลายป่าเพื่อทำกระดาษ • ส่งเสริมการลดการใช้ถุงพลาสติก • Management of resources within the organization • Social and environmental activities • Encourage communication through electronics channels and issuance of important documents in electronics form to reduce trees being cut down to make papers • Drive to reduce plastic bag usage.

15 LIFE ON LAND



เป้าหมายที่ 15

ชีวิตบนพื้นดิน

Goal 15: Life on Land

การลดการใช้หรือนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่เพื่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเหมาะสมเพื่อลดผลกระทบในระยะยาว

Reducing the use of or recycling materials in order to use natural resources worthily and appropriately to reduce long-term impacts

ดำเนินโครงการส่งเสริมการประหยัดพลังงานไฟฟ้า น้ำ และลดการใช้กระดาษ

Proceed with the project to save electric power and water and to reduce paper usage.

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



เป้าหมายที่ 17

พันธมิตรสู่ความสำเร็จ

Goal 17: Partnerships for the Goals

ร่วมกับพันธมิตรในการสร้างการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินของกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่มีคุณภาพที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการ Collaborating with partners in creating access to financial products by target group and providing quality services which meet the needs in every aspect.

ความร่วมมือกับตัวแทนประกันชีวิต นายหน้าประกันชีวิต นายหน้าประกันวินาศภัย และสถานพยาบาลทั่วประเทศในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและบุคคลในชุมชนอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และเหนือความคาดหมาย Cooperate with life insurance agents, life insurance brokers, non-life insurance brokers, and clinics and nursing homes nationwide in giving services which meet the need of customers and community members all over speedily and unexpectedly.

SUSTAINABILITY PERFORMANCE 2019

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปี 2562

มุ่งสู่การเป็น...

DRIVING TOWARDS
BEING...

ผู้แนะนำการวางแผน การเงินที่ลูกค้าเลือก

Financial planning advisor
chosen by customers

จำนวนลูกค้า >1 ล้านคน

- อัตราการเติบโตของฐานลูกค้าประกันสุขภาพและโรคร้ายแรง **+8.6%**
- ลูกค้าในช่องทางการขายตรง ช่องทางการขายผ่านเครือข่ายพันธมิตร และช่องทางการขายดิจิทัล เพิ่มขึ้น **+8.1%** ในปี 2562

Number of customers

>1 million people

- Growth rate of health insurance and critical illness customers **+8.6%**
- Customers derived from direct sales channel, partner network and through digital sales increased by **+8.1%** in 2019.

มุ่งสู่การเป็น...

DRIVING TOWARDS
BEING...

ให้ความสำคัญกับ การลงทุนอย่างยั่งยืน

Places importance
on sustainable investments

ทรัพย์สินลงทุน 323,787 ล้านบาท

- พันธบัตรรัฐบาล = **42.9%**
- ตราสารหนี้ภาคเอกชน = **34.3%** (THSI = 50%)
- ตราสารทุน = **8.8%** (THSI = 66.7%)

Invested capital 323,787 million baht

- Government Bonds = **42.9%**
- Corporate Debt Securities = **34.3%** (THSI = 50%)
- Equity Instrument = **8.8%** (THSI = 66.7%)

มุ่งสู่การเป็น...

DRIVING TOWARDS
BEING...

บริษัทประกันชีวิตที่พัฒนา ตัวแทน นายหน้า และ ที่ปรึกษาการเงินสู่มืออาชีพ

Being a life insurance company
which enhances agents, brokers
and financial advisors' professional

จำนวน MDRT **106 คน**

จำนวน TNQA **281 คน**

จำนวน IQA **282 คน**

จำนวน CFP **18 คน**

จำนวน AFPT **95 คน**

จำนวน IP/IC **1,404 คน**

จำนวนหลักสูตรอบรมรวม

673 หลักสูตร

Number of MDRT: **106 persons**

Number of TNQA: **281 persons**

Number of IQA: **282 persons**

Number of CFP: **18 persons**

Number of AFPT: **95 persons**

Number of IP/IC: **1,404 persons**

Total number of training courses:

673 courses

มุ่งสู่การเป็น...

DRIVING TOWARDS
BEING...

องค์กรที่ดูแลพนักงาน

An organization which
cares for its employees

จำนวนพนักงาน **1,215 คน**

• อัตราค่าเฉลี่ยของอายุงาน **12 ปี**

Number of employees: **1,215 persons**

• Average years of service **12 years**

มุ่งสู่การเป็น...

DRIVING TOWARDS
BEING...

องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

An organization which is responsible
for society and environment

ทรัพยากรธรรมชาติ

• จำนวนกระดาษรีไซเคิล

41,007.60 กิโลกรัม

• จำนวนถุงผ้าและอุปกรณ์บรรจุอาหาร
ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ **16,733 ชิ้น**

Natural Resources

• Quantity of recycled paper:

41,007.60 kilograms

• Quantity of reused cloth bags and
food containers: **16,733 pieces**

มุ่งสู่การเป็น...
DRIVING TOWARDS
BEING...

ผู้แนะนำการวางแผน
การเงินที่ลูกค้าเลือก
Financial planning advisor
chosen by customers



เสียงสะท้อนจากลูกค้า

Customer Feedback

“เทคโนโลยีดิจิทัลมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน บริษัท กรุงเทพประกันชีวิตควรพัฒนาและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดังกล่าวในการทำความเข้าใจลูกค้าเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มและทุกช่วงวัยได้อย่างครอบคลุม”

“Digital technology is of great importance in business operations nowadays. Bangkok Life Assurance should develop and make use of such technology to understand customers and be able to present products and services which comprehensively meet the needs of customers of every group and every age range.”

ประเด็นความ ยั่งยืนที่สำคัญ

Significant Sustainability Aspects

- การสร้างหลักประกันที่เหมาะสมต่อการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ของประเทศไทย
- ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ / การสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า
- การขยายฐานลูกค้า
- เทคโนโลยีดิจิทัล
- การบริหารจัดการภาพลักษณ์องค์กร

- Creating appropriate security for Thailand's aging society
- Products and services / Create good experience for customers
- Expansion of customer base
- Digital technology
- Managing the organization's image

การสร้างหลักประกันที่เหมาะสมต่อ การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ของประเทศไทย

จากการคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมประชากรสูงอายุ โดยจากการศึกษาของ UN World Population Prospects ในปี 2558 พบว่าประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรที่อายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป เท่ากับร้อยละ 13 ของประชากรไทยทั้งหมดในปี 2563 และจะเพิ่มเป็นร้อยละ 26 ในอีก 20 ปีข้างหน้า ประกอบกับประชาชนในวัยทำงานจะมีสัดส่วนที่ลดลงจากอัตราการเกิดของประชากรในประเทศที่ต่ำ

สัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด (%) ในกลุ่มประเทศอาเซียน Proportion of the elderly to the entire population (%) in ASEAN countries

	ฟิลิปปินส์ Philippines	อินโดนีเซีย Indonesia	มาเลเซีย Malaysia	เวียดนาม Vietnam	ไทย Thailand	สิงคโปร์ Singapore
2015	5	5	6	7	10	9
2030	7	8	10	12	18	15
2050	10	14	17	21	27	24

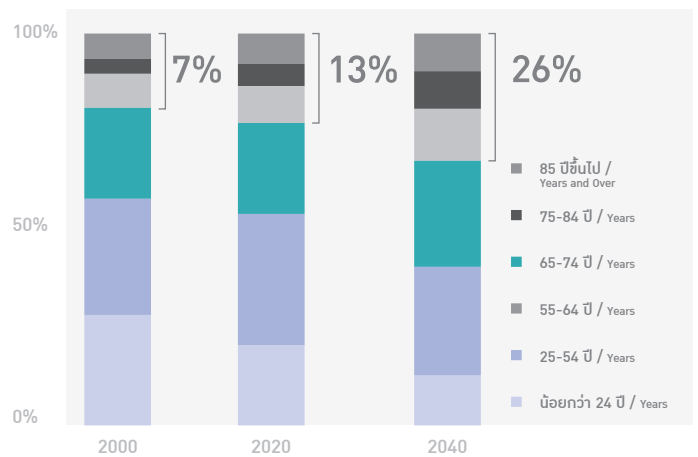
ที่มา : UN World Population Prospects (2015)
Source: UN World Population Prospects (2015)

บริษัทจึงให้ความสำคัญในการร่วมสร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่ประชาชน ด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของการวางแผนการเงิน ตั้งแต่ยังอยู่ในวัยทำงาน เพื่อให้ประชาชนมีระยะเวลาสะสมทรัพย์สินที่เพียงพอจนสามารถใช้เป็นแหล่งเงินสำรองสำหรับไว้ใช้ในยามเกษียณ อีกทั้งในกรณีที่มืครอบครัว บริษัทสนับสนุนให้ประชาชนรู้จักประโยชน์ของการทำประกันชีวิตโดยเฉพาะเพื่อคุ้มครองและสร้างความมั่นคงให้กับคนข้างหลังในยามที่ผู้นำหรือสมาชิกในครอบครัวต้องจากไปก่อนวัยอันควร สำหรับปี 2562 บริษัทได้ดำเนินการด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนการสร้าง ความมั่นคงทางการเงิน หลังการเกษียณอายุ ดังนี้

Creating Appropriate Security for Thailand's Aging Society

Projections show that Thailand is entering aging society. The study of the UN World Population Prospects conducted in 2015 found that people aged 65 years and older accounted for 13 percent of the entire population in Thailand in 2020, and will rise to 26 percent in the next 20 years. In relation to this, the working population will also decline due to the country's low birth rate.

ประมาณการสัดส่วนประชากรไทยตามกลุ่มอายุ Estimation of proportion of Thai population per age groups



ที่มา : UN World Population Prospects (2015)
Source: UN World Population Prospects (2015)

Under the circumstances, the Company places importance on helping to create financial security for the people by providing knowledge and understanding about the value of financial planning during working age so that people have an interval of time to accumulate sufficient wealth that can be used as a source of reserve fund after retirement. In the case of families, the Company encourages people to recognize the benefits of life insurance coverage especially for protection and creating security for loved ones who are left behind when the head of the family or a member of the family departs before time. In 2019, the Company implemented measures to encourage financial security after retirement as follows:



บีแอลเอ บำนาญ 99

วางแผนเกษียณวันนี้ สบายนานถึงอายุ 99 ปี
พร้อมลดหย่อนภาษีได้
รับบำนาญรายปีสูงสุด 40 งวด

การพัฒนาแบบประกันประเภทบำนาญของบริษัท

บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการก้าวสู่สังคมประชากรสูงวัยด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการออมตั้งแต่วินาที โดยมุ่งหมายพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายต่างกัน บีแอลเอ บำนาญ 99 ถูกออกแบบมาเพื่อการเตรียมพร้อมสำหรับชีวิตหลังเกษียณ โดยสามารถรับบำนาญตั้งแต่อายุ 60 ปี จนถึงอายุ 99 ปี สามารถเลือกรับบำนาญรายปี 24% ต่อปี หรือรายเดือน 2.025% ต่อเดือน บริษัทยังได้พัฒนาแบบประกันเพื่อการออมทรัพย์ระยะยาว และการวางแผนการเงินผ่านแนวคิด 3B Link

การขยายอายุการรับประกันภัยให้รองรับผู้สูงวัย

เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมผู้สูงอายุบริษัทมีแผนที่จะขยายอายุการรับประกันภัยของแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าสูงวัยสามารถเข้าถึง และเลือกความคุ้มครองที่เหมาะสมกับตนเองได้ จากเดิมที่แบบประกันมีเกณฑ์อายุการรับประกันภัยถึงอายุ 65 ปี บริษัทได้ทำการขยายอายุรับประกันภัยให้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้บริษัทพิจารณาขยายอายุความคุ้มครองอีกด้วย การขยายอายุการรับประกันภัยและขยายอายุความคุ้มครองนอกจากจะเพิ่มโอกาสให้ผู้สูงอายุมีโอกาสได้รับความคุ้มครองมากขึ้น ยังเป็นเครื่องมือการออมที่ดี และช่วยให้ผู้สูงอายุรับมือกับภาระค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

Advancement of Company's Pension Insurance

The Company has developed a product to support the advance of the Aging Society, as we foresaw the importance of immediate saving and aimed to develop a product which meets the need of customers who have different expenditures. BLA Pension 99 has been designed to prepare for life on retirement. Pension may be collected from the age of 60 years until 99 years. Choice can be made for either an annual pension of 24 percent per year or monthly pension of 2.025 percent per month. In addition, the Company has developed a long-term endowment insurance and financial planning via the 3B Link concept.

Extension of insurable age to accommodate the Elderly

In order to serve the Aging Society, the Company has plans to extend the insurable age of each product by giving the opportunity to elderly customers to access and select appropriate coverage for themselves. From the former age limit of 65 years specified in the insurance criteria, the Company has extended the insurable age and has, moreover, considered expanding the coverage age also. Extension of insurable age and coverage age not only gives the elderly the opportunity to get more coverage opportunity, but it is also a good savings tool and helps the elderly deal with the burden of personal expenditures which will occur in the future.

สัดส่วนของแบบประกันที่คุ้มครองถึงอายุ 80 ปีขึ้นไป
ในช่องทางตัวแทนประกันชีวิต ในปี 2562

อายุ 80 ปีขึ้นไป

68%

อายุ 90 ปีขึ้นไป

36%

Proportion of insurance plans
which have coverage up to 80 years and over
via life insurance agent channel in 2019

Aged 80 years and over

68%

Age 90 years and over

36%

ผลิตภัณฑ์และการบริการ / การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า





Products And Services / Create Good Experience For Customers

ผลิตภัณฑ์

นอกจากการพัฒนาแบบประกันและบริการสำหรับผู้สูงอายุ บริษัทยังพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ บีแอลเอ เพรสทีจ เฮลท์ ที่มุ่งเน้นให้ความคุ้มครองรอบด้าน ทั้งผู้ป่วยใน ผู้ป่วยนอก ผู้ป่วยฉุกเฉิน ทุกที่ทั่วโลก จนถึงอายุ 99 ปี โดยแบบประกัน บีแอลเอ เพรสทีจ เฮลท์ มีความคุ้มครองแบบครอบคลุมตั้งแต่ 10 ล้านบาท ถึง 100 ล้านบาท และครอบคลุมการรักษาพยาบาลทั่วโลก ทำให้บริษัทมีแบบประกันสุขภาพที่ครอบคลุมความต้องการของประชาชนที่แตกต่างกัน

Product

Apart from developing insurance products and services for the elderly, the Company has also developed BLA Prestige Health, a health product which focuses on all-around coverage for inpatients, outpatients, emergency room patients worldwide up to age 99 years. BLA Prestige Health has a comprehensive coverage from 10 million baht up to 100 million baht and covers worldwide medical treatment. Overall, the Company's health insurances serve to cover a variety of requirements of the people.

	สุขภาพ 2011 HEALTH 2011	บีแอลเอ ราษฎร์สุขภาพ BLA RAKSUKAPAB	เฮลท์พลัส HEALTH PLUS	บีแอลเอ เพรสทีจ เฮลท์ BLA PRESTIGE HEALTH
อายุที่คุ้มครอง Coverage Age	1 เดือน – 80 ปี 1 month – 80 years	6 ปี – 80 ปี 6 years – 80 years	6 เดือน – 80 ปี 6 months – 80 years	11 ปี – 99 ปี 11 years – 99 years
ลักษณะความคุ้มครอง Nature of Coverage	วงเงินค่ารักษาตามประเภทของค่ารักษา Medical treatment cost according to type of treatment	จ่ายตามสัดส่วนของค่ารักษา Payment in proportion to medical treatment cost	เหมาจ่าย Lump sum payment	เหมาจ่าย ทุนคุ้มครองสูง Lump sum payment High coverage sum
พื้นที่ที่คุ้มครอง Coverage Area	ไทย Thailand 	ไทย Thailand 	ไทย Thailand 	ทั่วโลก Worldwide 

นอกเหนือจากแบบประกันสุขภาพที่ครอบคลุมประชาชนทุกระดับแล้ว บริษัทยังได้พัฒนาแบบประกันเพื่อคุ้มครองด้านโรคร้ายแรง ทั้งแบบเฉพาะเจาะจงกลุ่มโรค คือ BLA Cancer Max ที่ครอบคลุมโรคมะเร็งในช่วงที่ต้องรักษาจนถึงระยะพักฟื้น และแบบประกัน BLA Super Care ที่ครอบคลุมโรคร้ายแรงที่ให้ความคุ้มครองกลุ่มโรคแยกจากกัน 6 กลุ่ม หากเกิดความเจ็บป่วยในกลุ่มโรคใดและได้รับค่าสินไหมในกลุ่มโรคนั้นแล้ว ก็ยังคงได้รับการคุ้มครองในกลุ่มโรคที่เหลือ

Apart from health insurance plans with price points for everyone, the Company has also developed critical illness plans both for specific illness group, that is, BLA Cancer Max which covers cancer from treatment stage up till rehabilitation period, and BLA Super Care which covers critical illnesses which provides coverage for 6 different groups of illnesses, that is, if treatment has been made for a group of illnesses and reimbursement has been made for that illness group, it is still possible to receive coverage for the remaining illness groups.

คุ้มครองโรคร้ายแรง

โครงการ บีแอลเอ แคนเซอร์ แม็กซ์

คุ้มครองมะเร็งเต็มแม็กซ์ วางใจได้เต็มที่



- คุ้มครองโรคมะเร็งทุกระยะ
- รับเงินชดเชยรายวันสูงสุด วันละ 10,000 บาท

คุ้มครองโรคมะเร็ง*

อายุรับประกันภัย รับประกันภัย แรกเกิด ถึง 70 ปี	ระยะเวลาคุ้มครอง และชำระเบี้ยประกันภัย ถึงอายุ 90 ปี	ตรวจพบโรคมะเร็ง เป็นครั้งแรก รับสูงสุด 3 ล้านบาท	เข้ารักษาตัวเป็นผู้ป่วยใน รับเงินชดเชยรายวัน รับสูงสุดวันละ 10,000 บาท	เสียชีวิตจาก โรคมะเร็ง รับสูงสุด 3 ล้านบาท
---	---	---	---	---

* ครอบคลุมมะเร็งในกรณีวินิจฉัยแน่ชัด และใช้ภาวะวินิจฉัยจากแพทย์ว่าไม่มาจากโรคอื่นในระยะเวลานานเกิน 6 เดือน
เงื่อนไขการรับประกันภัย • โครงการ บีแอลเอ แคนเซอร์ แม็กซ์ ประกอบด้วยสัญญาประกันชีวิต บีแอลเอ ซู่ซ่า และสัญญาที่แนบมา บีแอลเอ ซีพีดี แคนเซอร์ บีแอลเอ เฮลตี้ แคนเซอร์ และ บีแอลเอ เอ็มไอ แคนเซอร์ • การตรวจสุขภาพเป็นไปตามหลักการทางการแพทย์ของบริษัท • สามารถเลือกกรมธรรม์ประกันภัยโรคมะเร็ง บีแอลเอ แคนเซอร์ แม็กซ์ ได้มากกว่า 1 กรมธรรม์ โดยจำนวนเงินเอาประกันภัยของสัญญาเพิ่มขึ้น บีแอลเอ ซีพีดี แคนเซอร์ คุ้มครองรวมกันสูงสุดไม่เกิน 3,000,000 บาท
© 2019 Bangkok Life Insurance Public Company Limited. All rights reserved.

ติดต่อตัวแทนประกันชีวิต หรือที่ปรึกษาการเงิน
สำนักงานใหญ่ และสาขาเมืองทั่วประเทศ
โทร. 02-777-8888
www.bangkoklife.com

กรุงเทพประกันชีวิต
ชีวิตที่มีความสุขมากกว่า

	BLA Cancer Max	BLA Super Care
อายุที่คุ้มครอง Insurable Age	แรกเกิด – 90 ปี 0 – 90 years	1 ปี – 80 ปี 1 year – 80 years
ลักษณะความคุ้มครอง Nature of Coverage	สัดส่วนของจำนวนเงินเอาประกันภัย และรับ ค่าชดเชยรายวันตามเงื่อนไข Proportion of sum insured and receive daily compensation according to conditions	จำนวนเงินเอาประกันภัยของแต่ละกลุ่มโรค (รวม 6 กลุ่มโรค) Sum insured of each illness group (altogether 6 illness groups)

นอกจากนี้ยังได้พัฒนาแบบประกันโรคร้ายแรงแบบกลุ่มที่ขายตรงให้กับกลุ่มลูกค้าประกันกลุ่ม ทำให้มีเบี้ยประกันภัยที่ต่ำลงจากการที่ไม่ต้องมีต้นทุนด้านการขาย และบริษัทยังได้รับเป็นผู้บริหารธุรกรรมที่เกิดจากสวัสดิการประกันกลุ่มอีกด้วย

In addition, we have developed a group critical illness plan for direct sales to group insurance customers with lower premium as there is no sales cost. Our Company has moreover been chosen to manage the business transactions arising from the group insurance welfare.

ในปี 2562
บริษัทมีผู้ถือกรมธรรม์ประกัน
สุขภาพและประกันโรคร้ายแรง
เพิ่มขึ้น **+8.6%**

During 2019 the number of
health and critical illnesses
insurance policyholders of
our Company
increased by **+8.6%**

การพัฒนาระบบให้บริการลูกค้ากลุ่ม สุขภาพ

บริษัทได้ร่วมมือกับบริษัทเจ้าของเครือข่ายการให้บริการความช่วยเหลือทั่วโลก ภายใต้ชื่อโครงการ BLA Every Care โดยลูกค้าประกันสุขภาพสามารถได้รับบริการเสริมที่จำเป็นตลอด 24 ชั่วโมง ครอบคลุมทุกที่ทั่วโลก ในปี 2562 ซึ่งเป็นระยะแรกของโครงการ BLA Every Care บริการที่ลูกค้าจะได้รับประกอบด้วย

- **EVERYCARE BEFORE** บริการคำแนะนำด้านการแพทย์ทางโทรศัพท์ ทั้งภายในประเทศไทยและเมื่ออยู่ต่างประเทศ
- **EVERYCARE SPECIAL** บริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานพยาบาล (Medical Service Provider Referral) อาทิ โรงพยาบาล คลินิก แพทย์ และทันตแพทย์ บริการสำรองจ่ายกรณีจำเป็นต้องเข้ารับการรักษาแบบผู้ป่วยในในต่างประเทศ สำหรับผู้ถือกรมธรรม์ที่มีเงื่อนไขความคุ้มครอง
- **EVERYCARE AFTER** บริการจัดเตรียมส่งผู้เอาประกันภัยเข้ารับรักษาตัวในโรงพยาบาล และบริการประสานงานการหาผู้ดูแลในระยะพักฟื้น

BLA EveryCare

ห่วงใยคุณ... ทุกช่วงเวลา

บริการเสริมที่ดูแลคุณ
เป็นพิเศษทุกช่วงเวลา..
แบบครบวงจร
จากแบบประกันสุขภาพ
สำหรับทุกเพศ ทุกวัย

ปีแรกของโครงการ BLA EveryCare มีลูกค้าที่สามารถใช้บริการ **รวม 50,000 คน**

บริษัทมุ่งหมายให้ผลิตภัณฑ์บำนาญ สุขภาพ และการบริการด้านสุขภาพมีส่วนช่วยในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและลดค่าใช้จ่ายส่วนตัวของผู้สูงอายุ รวมทั้งแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของภาครัฐในระยะยาว

Development of system to serve health group customers

The Company is collaborating with a company which owns an assistance-rendering network worldwide under the BLA Every Care project, where health insurance customers can get 24-hour necessary supplementary service with worldwide coverage. In 2019 when the BLA EveryCare project first started, the services provided to customers consisted of:

- **EVERYCARE BEFORE**, medical advice by phone service both within Thailand and while traveling abroad.
- **EVERYCARE SPECIAL**, medical service provider referral for hospitals, clinics, doctors and dentists. Money is also advanced when necessary for policyholders to get treatment abroad if the insurance policy contains such coverage condition.
- **EVERYCARE AFTER**, a service which prepares the insured for hospitalization and collaboration in finding nursing care service during rehabilitation period.

EveryCare Before

BE PREPARED,
BEFORE ILLNESS STRIKES...
Medical advice by phone
service both within Thailand
and during travels abroad

EveryCare Special

WHEN ILLNESS STRIKES,
REST ASSURED
Money is advanced for
medical treatment when you
are hospitalized abroad

EveryCare After

CONTINUAL LOOKING AFTER,
WITH WARMTH AND CERTAINTY
Transportation service
to-back after hospitalization
Provides information on
clinics and nursing homes
during rehabilitation

During the first year of BLA EveryCare Project, a total of **50,000 customers** were able to use our services

The Company is determined to make our retirement product, health product and health service have a part in enhancing the quality of life and reducing personal expenditures of the elderly and thereby easing the burden of healthcare expenses on the public sector in the long run.

การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

Create good positive experiences for customers

การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าเกี่ยวข้องกับศักยภาพและความใส่ใจของพนักงาน ตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน การปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างสรรคผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ตลอดจนต้องมีช่องทางสำหรับรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงได้ดำเนินการใน 5 ด้านหลักประกอบด้วย

1. การสร้างวัฒนธรรมการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า
2. การปรับใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยี
3. การยกระดับงานบริการ
4. การสร้างความผูกพันกับลูกค้าที่ถือกรมธรรม์
5. การพัฒนาศักยภาพของตัวแทนประกันชีวิต

การสร้างวัฒนธรรมการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญแก่การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า จึงได้เพิ่มช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่หลากหลาย อาทิ สำนักงานใหญ่ สำนักงานสาขา และศูนย์บริการลูกค้า (Customer Service Center) รวมถึงการพัฒนากระบวนการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนเพื่อรับฟังปัญหาของลูกค้า และสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันที โดยบริษัทได้ปรับใช้ระบบการบริหารจัดการข้อคิดเห็นของลูกค้าแบบครบวงจร (Closed Loop Feedback) ผ่านคณะกรรมการส่งเสริมการสร้างความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement Committee) ที่สามารถตรวจสอบและติดตามการแก้ไขปัญหาหรือข้อร้องเรียน ตลอดจนหาแนวทางการป้องกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการบริการได้อย่างต่อเนื่องรวดเร็ว (สำหรับกรมธรรม์ที่ไม่ต้องตรวจสอบสุขภาพ) เป็นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงการสร้างความมั่นคงผ่านประกันชีวิต ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนมากขึ้น

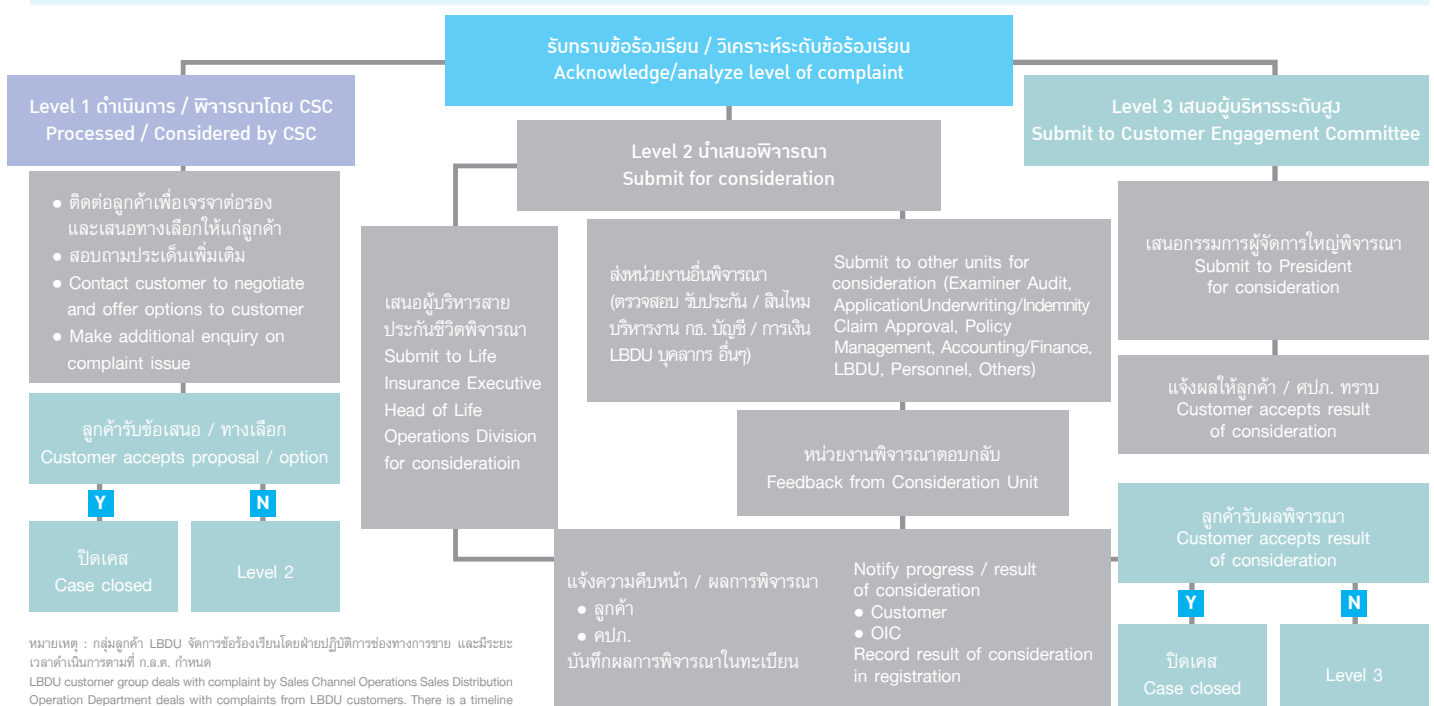
Creating good experiences for customers involves the potentials and attention of employees, life insurance agents and financial advisors, applying technology and innovation to create products and service which can actually meet customers' need, and there should be a channel to receive customers' opinions and suggestions for use in continually developing and improving the Company's products and services. In this connection, the Company has handled the following main aspects:

1. Create culture of placing importance on customers
2. Applying technological innovation
3. Enhancing the level of servicing
4. Create relations with customers who are policyholders
5. Develop the potentials of life insurance representatives

Create culture of placing importance on customers

The Company gives importance to hearing opinions and suggestions of customers and have, therefore, added various channels for receiving complaints; for instance, the Head Office, branch offices and Customer Service Center. We also developed an operation system for receiving complaints in order to hear problems our customer face and can solve them right away by applying a system called the Closed Loop Feedback system, which manages the opinions of customers and passes them through the Customer Engagement Committee who can check and follow up to solve the problems or complaints as well as find solutions to prevent them from reoccurring in order to develop and adjust the service continuously and quickly (for policies which require no medical checkup). This creates opportunity in accessing stability through life insurance which helps increase channels through which the public can access financial service.

กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนศูนย์บริการลูกค้า (Customer Service Center : CSC)





การปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

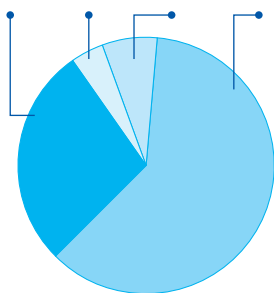
บริษัทเห็นถึงความสำคัญของการส่งมอบบริการเพื่อสร้างประสบการณ์ในการทำประกันชีวิตของลูกค้าให้เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว โดยนำโมบายแอปพลิเคชันเทคโนโลยี SmartGo และ SmartApp มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยลูกค้าสามารถสมัครทำประกันชีวิตและได้รับผลการพิจารณาประกันภัยเบื้องต้นได้อย่างรวดเร็ว

ในด้านการให้บริการแก่ลูกค้าผู้เอาประกันภัย บริษัทได้พัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน SmartCustomer บนเว็บไซต์ของบริษัทคือ www.bangkoklife.com รวมถึงพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน BLA Happy Life เพื่อเพิ่มความสะดวกในการให้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์พกพาของลูกค้าได้ตลอดเวลาและทุกสถานที่ โดยบริษัทได้แบ่งการพัฒนาออกเป็นเฟสต่างๆ เพื่อความรวดเร็วในการให้บริการแก่ผู้เอาประกันภัย และทำให้สามารถปรับปรุงความสะดวกในการใช้งานและเพิ่มการบริการแก่ผู้เอาประกันภัยได้ต่อเนื่อง

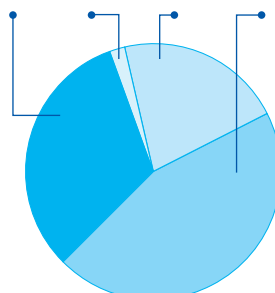
การยกระดับงานบริการ

บริษัทได้ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้นในการติดต่อ Call Center โดยการขยายระยะเวลาการให้บริการเป็น 24 ชั่วโมง นอกจากการติดต่อทางโทรศัพท์และการดำเนินการผ่านแอปพลิเคชันเทคโนโลยีแล้ว บริษัทกำหนดให้ศูนย์บริการลูกค้า (Customer Service Center) มีหน้าที่รับเรื่องสนับสนุนการให้บริการกับลูกค้าที่ติดต่อผ่านช่องทางอื่นๆ เพื่อให้ครอบคลุมและมีการบริการในมาตรฐานเดียวกัน

Website	Mobile App	E-mail	Facebook /LINE	Website	Mobile App	E-mail	Facebook /LINE
28%	4%	7%	61%	32%	2%	21%	45%



2562



2561

เพิ่มขึ้น +71%
Increased by + 71%

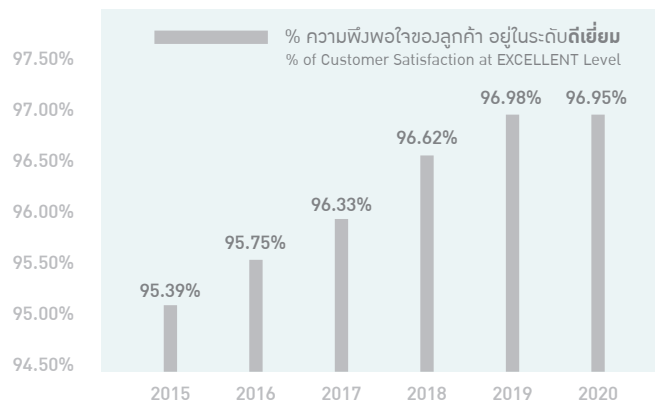
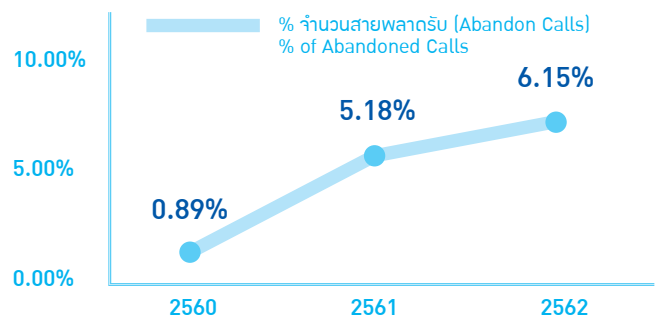
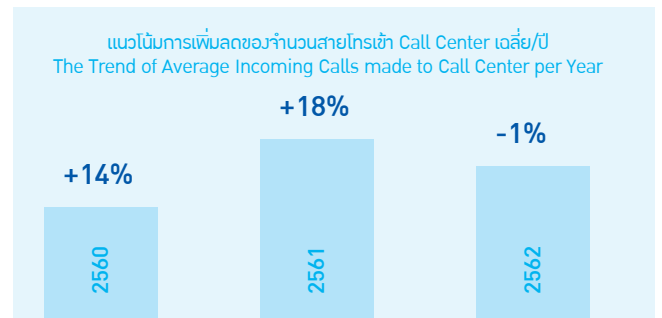
Applying Technology and Innovation

The Company sees the importance of providing service to customers so they can experience fast process when taking out life assurance. We, therefore, put to use the mobile application technologies SmartGo and SmartApp to present important product information to customers so they can apply for life insurance and receive notification concerning their application within a short time.

In serving customers who take out insurance, the Company has developed a web application SmartCustomer on our Company's Website www.bangkoklife.com and have developed the Happy Life mobile application for more convenience in providing service via the customer's mobile phone or portable device at all times and everywhere. The Company divided the development into different phases for speed in servicing our insured which enables us to improve the convenience in using and continuously increase service to the insured.

Upgrade of our Services

The Company has improved and developed our service process to enable customers to receive more convenience when contacting the Call Center by extending our service to 24 hours. Apart from telephone contact and operation through the technology applications, the Company has assigned to our Customer Service Center the responsibility of inclusively servicing customers through other channels as well to ensure the same standard of service.



สำหรับการให้บริการด้านประกันสุขภาพและโรคร้ายแรง บริษัทได้พัฒนาเครือข่ายพันธมิตรโรงพยาบาลและปรับปรุงระบบการดำเนินการด้านสินไหม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้าที่มีประกันด้านสุขภาพต่างๆ โดย

With respect to services concerning health and critical illness insurance, the Company has developed a hospital partnership network and improved our claim process system in order to increase efficiency in servicing our various health insurance customers by

การพัฒนาเครือข่ายโรงพยาบาล Network Hospital

เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย บริษัทได้ร่วมกับโรงพยาบาลชั้นนำทั่วประเทศจำนวน 281 โรงพยาบาล (ข้อมูลจาก www.bangkoklife.com) เพื่อให้บริการลูกค้าได้ครอบคลุมในทุกภูมิภาค พร้อมทั้งบริการพิเศษสำหรับลูกค้าของบริษัทหากเข้าไปรับการรักษาที่โรงพยาบาลคู่สัญญา เช่น การไม่ต้องสำรองเงินค่ารักษาพยาบาลเมื่อเข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลคู่สัญญา เป็นต้น โดยบริษัทได้ทำบันทึกข้อตกลงกับโรงพยาบาลต่างๆ เพื่อขยายการบริการเหล่านี้

Development of Network Hospital System

In order to meet the various customer requirements the Company has cooperated with 281 leading hospitals nationwide (Source of information www.bangkoklife.com) so that customer service will cover every region, with special services for the Company's customers when being treated at partner hospitals, such as, not having to advance money for treatments when being treated at our partner hospital. In this respect, the Company has made a Memorandum of Understanding with various hospital to expand these services.



บมจ.กรุงเทพประกันชีวิตกับโรงพยาบาลเวิลด์เมดิคอลร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางธุรกิจ (MOU) เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและมอบบริการด้านสุขภาพที่มีคุณภาพสูงแก่ลูกค้าผู้เอาประกัน Bangkok Life Insurance PCL and World Medical Hospital jointly signed a Memorandum of Understanding (MOU) to provide more convenience and present high quality health services to insured customers

นอกจากนั้น บริษัทยังได้จัดให้มีการมอบรางวัล Hospital Award แก่โรงพยาบาลคู่สัญญาเพื่อร่วมกันยกระดับการบริการในด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ถือกรมธรรม์ประกันสุขภาพของบริษัท

Furthermore, the Company organized a Hospital Award presentation to our partnership hospitals to jointly upgrade various aspects of services which are beneficial to the Company's health insurance policyholders.



โรงพยาบาลที่ขึ้นรับรางวัลดีเด่นในสาขาต่างๆ ได้แก่

โรงพยาบาลเวสต์เมดิคอล โรงพยาบาลปิยะเวท โรงพยาบาลกรุงเทพ
โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
โรงพยาบาลเอกอุดร โรงพยาบาลเวชธานี โรงพยาบาลยันฮี โรงพยาบาล
โอเวอร์บรู๊ค และโรงพยาบาลแมคคอร์มิค

• ระบบบริการด้านการเรียกร้องสินไหม (Claim System)

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญในการบริการลูกค้าเรื่องการเรียกร้องสินไหมจึงได้พัฒนาระบบสินไหม (Claim System) เพื่อให้เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลและเจ้าหน้าที่สินไหมสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการแจ้งเตือนผ่านระบบแบบ Real-Time พร้อมทั้งแสดงข้อมูลสิทธิการเรียกร้องสินไหมผ่านทางระบบดังกล่าว เพื่อให้เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลสามารถตรวจสอบสิทธิการเรียกร้องสินไหมของลูกค้า โดยไม่ต้องติดต่อบริษัทผ่านทางโทรศัพท์หรือโทรสาร ซึ่งจะส่งผลให้กระบวนการเรียกร้องสินไหมมีความถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

Following hospitals were presented a Hospital Award in various categories

World Medical Hospital, Piyavate Hospital, Bangkok Hospital, Chulalongkorn Hospital, The Thai Red Cross Society, Bumrungrad Hospital, Aek Udorn International Hospital, Vejthani Hospital, Yanhee Hospital, Overbrook Hospital, and McCormick Hospital.

• Claim System

The Company foresees the importance of servicing customer concerning indemnity claims and have therefore developed the Claim System to allow hospital officials and indemnity assessors to communicate quickly with a real-time notification through the system together with display of insurance coverage so that hospital official may check the customer's indemnity right without having to contact the Company via phone or fax. This results in an indemnity claim process being more accurate and quicker.

ในปี 2562 บริษัทได้จ่ายเงินผลประโยชน์และ เงินสินไหมต่างๆ แก่ผู้เอาประกัน มากกว่า 6 แสนราย

In 2019 the Company paid various benefits and indemnity claims to more than 600,000 insured

• การสร้างความผูกพันกับลูกค้าที่ถือกรมธรรม์

กรุงเทพประกันชีวิตได้จัดตั้ง BLA Happy Life Club สำหรับลูกค้าและครอบครัว เพื่อช่วยให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและเข้าถึงการวางแผนการเงินและสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านโครงการและกิจกรรมลูกค้าต่างๆ ที่ส่งเสริมความสุขของครอบครัว ความรู้ทางการเงิน และการมีสุขภาพที่ดีโดยในปี 2562 มีกิจกรรมที่สนับสนุนการสร้างความมั่นคงทางการเงิน และการส่งเสริมสุขภาพ ดังนี้

• Building Relationships with policy holder

Bangkok Life Insurance set up the BLA Happy Life Club to enable customers and their families to feel satisfied and appreciative of financial and health planning efficiently through various customer projects and activities which enhanced family happiness, financial knowledge and good health. In 2019 the following activities encouraging the creation of financial security and health promotion were organized:

- การส่งเสริมความรู้ทางการเงิน : กิจกรรมส่งเสริมความรู้ต่างๆ ที่จัดขึ้น เช่น งานมหกรรมการเงินทั่วประเทศ รวมทั้งการให้บริการด้านวางแผนการเงินจากตัวแทนและที่ปรึกษาการเงินของบริษัทรวมทั้งการจัดทำนิตยสารความรู้เพื่อให้ลูกค้าได้รับความรู้ด้านการเงินและด้านอื่นๆ
- การส่งเสริมสุขภาพ : บริษัทจัดให้มีโครงการตรวจสุขภาพประจำปี สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด และจัดทำโครงการ BLA Every Care เพื่อเพิ่มบริการการดูแลสุขภาพแก่ลูกค้า นอกจากนี้ลูกค้ายังได้สิทธิเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพต่างๆ ที่บริษัทจัดขึ้น เช่น กรุงเทพประกันชีวิตฮาร์ฟมาราธอน หรือเข้าร่วมการสัมมนากับองค์กรด้านสุขภาพที่บริษัทร่วมจัดกิจกรรมต่างๆ แก่ลูกค้า ในปี 2562 บริษัทได้ร่วมกับโรงพยาบาลพันธมิตรเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน เช่น

- Promotion of Financial Knowledge : Various knowledge supplementary activities were organized by, such as the nationwide Money Expo; financial planning services were also provided by the Company's agents and financial advisors along with issuing of informative magazines to give financial and other knowledge to customers.
- Health Promotion : The company arranged annual physical checkup for qualified customer groups as well as organized BLA Every Care project to augment our service of looking after customers' health. Furthermore, customers received the opportunity to participate in the various health promotion activities organized by the Company such as the Bangkok Life Assurance Half Marathon or participated in health organization seminars arranged by the Company for customers. In 2019, the Company participated with partnership hospital to provide knowledge to the public; for instance

- กรุงเทพมหานครร่วมกับโรงพยาบาลปิยะเวทจัดกิจกรรมให้ความรู้กับสมาชิกคลับในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเรียนรู้วิธีควบคุมน้ำตาลในเลือด ลดความเสี่ยงเบาหวาน และเคล็ดลับการดูแลสุขภาพด้วยโภชนาการที่ถูกต้อง

- Bangkok Life Assurance cooperated with Piyavate Hospital in organizing activities which provided knowledge on behavioral change together with studies on blood sugar control, reducing risks of diabetes, and tips on healthy living through good nutrition.

- กิจกรรมห่วงใยใส่ใจสุขภาพ โดยร่วมกับสุขใจบอดีฟิตเวลเนสเชิญสมาชิกคลับร่วมฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกายให้กลับมาแข็งแรง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ท่ามกลางธรรมชาติ ณ สุขใจ บอดีฟิตเวลเนส สระบุรี

- Caring for health activities: In cooperation with Sukjai Bodyfit Wellness, invited Club members to restore their bodies to full fitness with better quality of life in the midst of nature at Sukjai Bodyfit Wellness, Saraburi.

บริษัทส่งเสริมให้มีการให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน BLA Happy Life และ LINE Official อย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่การเป็น InsureTech อย่างเต็มรูปแบบ โดยในปี 2562 แอปพลิเคชัน BLA Happy Life ถือเป็นหนึ่งในโครงการหลักด้านดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน (Digital Transformation) ทั้งนี้ ในปี 2562 การบริการที่สะดวกและรวดเร็วสำหรับลูกค้าบนช่องทางโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) และ LINE ประกอบด้วย

1.ด้านสิทธิพิเศษและกิจกรรมขอบคุณลูกค้า (CRM) ลูกค้าสามารถแลกรับสิทธิ์ได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถติดตามข่าวสารกิจกรรมสำหรับลูกค้าที่บริษัทจัดเตรียมให้ หรือเลือกอ่านนิตยสารออนไลน์ (E-magazine) รวมถึงบริการผู้ช่วยส่วนบุคคล (Personal Assistant) ที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง ซึ่งลูกค้าสามารถกดเพื่อใช้บริการเหล่านี้ได้ทุกที่ทุกเวลาบนแอปพลิเคชันดังกล่าว

2.ด้านข้อมูลกรมธรรม์และบริการแนะนำแบบประกันที่เหมาะสม ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลกรมธรรม์ของตนเองได้ตลอดเวลาผ่านช่องทางโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) และ LINE นอกจากนี้ ลูกค้าสามารถแจ้งความประสงค์ขอเปลี่ยนแปลงกรมธรรม์และเรียกร้องสินไหม พร้อมทั้งชำระเบี้ยประกันปีต่อและสามารถตรวจสอบสถานะของการเรียกร้องสินไหม นอกจากนี้ ยังมีบริการแนะนำแบบประกันที่เหมาะสมให้กับลูกค้าเพื่อเพิ่มความคุ้มครองตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย

3.ด้านบริการอื่นๆ ทั้งด้านข้อมูลการติดต่อบริษัท เช่น การค้นหาสาขาของบริษัท หรือค้นหาโรงพยาบาลคู่สัญญานั้น ลูกค้าสามารถใช้ช่องทางดังกล่าวในการค้นหาได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ ด้านเอกสารนั้น บริษัทมีบริการดาวน์โหลดเอกสารและแบบฟอร์มต่างๆ เช่น หนังสือรับรองการชำระเบี้ย เป็นต้น

ณ สิ้นปี 2562

มีจำนวนผู้ใช้บนโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) และ LINE จำนวนประมาณ 57,000 ดาวน์โหลด และ 3.5 ล้านตามลำดับ บริษัทให้ความสำคัญต่อการยกระดับกระบวนการดำเนินงานธุรกรรมและการบริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดี และตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าในแต่ละกลุ่มอย่างแท้จริง



The Company promotes continuous service through BLA Happy Life application and LINE Official in order to completely turn into InsureTech. In 2019 BLA Happy Life application can be considered one of the main digital transformation projects. In this respect, in 2019 services which are convenient and fast for customers on Mobile Application and LINE consist of:

1.Customer privileges and thank-you activities (CRM): Customers may redeem their rights anywhere and at any time and can follow news on activities for customers which the Company has prepared or choose to read E-magazine as well as use the Personal Assistant service which gives 24-hour service; customers can access this service anywhere and at any time on the stated application.

2.Information on insurance policy and advisory service concerning appropriate insurance coverage: Customers can always access their own insurance policy information through their Mobile Application and LINE. Furthermore, customers may notify their intention to alter the policy and claim indemnity as well as make their annual premium payment and check the status of their indemnity claim. Moreover, there is a service advising appropriate insurance coverage for the customer supplemental according to each customer's requirement.

3.Other services, either concerning information for contacting the Company such as searching for branch offices or for partnership hospitals, these channels can be used for the search anywhere and at any time. In addition, with respect to documents, the Company has a download service for various documents and forms such as a certificate of insurance premium payments, etc.

At the end of 2019, Mobile Application and LINE totaled approximately 57,000 downloads and 3.5 million respectively. The Company places importance on upgrading steps in conducting transaction and service with innovation and modern technologies which can create good experience and actually meet the different needs of customers of each group.

● **การพัฒนาศักยภาพของตัวแทนประกันชีวิต**

ภายใต้บริบทการดำเนินธุรกิจที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และส่งผลต่อความต้องการและไลฟ์สไตล์ใหม่ของผู้แทนประกันชีวิต บริษัทจึงได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตในด้านการจัดเก็บและการนำเสนอข้อมูลต่อลูกค้า การเข้าร่วมอบรมสัมมนา และการรับรู้ข่าวสารที่ง่ายต่อการเข้าถึงมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการเสริมความรู้และการพัฒนาทักษะการให้บริการเชิงลึก ผ่าน BLA Station Application ซึ่งเป็นระบบดิจิทัลที่ถูกพัฒนาขึ้นในปี 2562 สำหรับตัวแทนประกันชีวิต โดยเนื้อหาบางเรื่องก็สามารถเข้าถึงได้โดยบุคคลทั่วไปที่สนใจ

● **Enhancing life insurance agents' potentials**

Under the context of operating business in which technology and innovation play significant roles in carrying out the Company's business and impact the needs and new lifestyle of life insurance agents, the Company has introduced technology to help promote the work of the life insurance agents with respect to storing and presenting information to customers, participating in trainings and seminars and acknowledging information which are more easily accessible. This is for the benefit in of supplementing the knowledge and developing skills for providing in-depth service through BLA Station Application which is a digital system developed in 2019 for life insurance agents. The contents of some subjects can also be accessed by interested public in general.

จำนวน MDRT Number of MDRT	106 คน 106 persons	จำนวน CFP Number of CFP	18 คน 18 persons
จำนวน TNQA Number of TNQA	281 คน 281 persons	จำนวน AFPT Number of AFPT	95 คน 95 persons
จำนวน IQA Number of IQA	288 คน 288 persons	จำนวน IP/IC Number of IP/IC	1,404 คน 1,404 persons

การขยายฐานลูกค้า

บริษัทมุ่งขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ โดยการดำเนินธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีชั้นนำเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าทุกกลุ่ม การดำเนินงานดังกล่าวไม่เพียงช่วยให้ลูกค้าของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้าถึงบริการประกันชีวิตได้มากขึ้น แต่ยังสามารถเติบโตให้ทั้งกับบริษัทและระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

Expansion Of Customer Base

The Company aims at expanding new customer database by conducting transaction through first-class technology in order to transmit the best experience to every group of customers. The mentioned operation not only will enable the Company's customers and stakeholders to gain access to life insurance services more readily but will create growth both for the Company and the economy system of Thailand.

การขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์ม

คนรุ่นใหม่นิยมใช้ช่องทางดิจิทัลในการทำธุรกรรมต่างๆ มากขึ้น บริษัทจึงได้พัฒนาช่องทางขายออนไลน์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ อาทิ แบบประกันสะสมทรัพย์เพื่อการใช้สิทธิลดหย่อนทางภาษีและแบบประกันคุ้มครองโรคร้ายแรง ทำให้สามารถตัดสินใจทำประกันด้วยตนเองได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองรับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ ปัจจุบันช่องทางออนไลน์ยังเป็นช่วงเริ่มต้นเป็นช่องทางที่เสริมทางเลือกให้กับกลุ่มเป้าหมายแต่คาดว่าจะมีการเติบโตตามความต้องการของคนรุ่นใหม่ในอนาคต เมื่อลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกแบบประกัน ใช้บริการด้านกรมธรรม์ ชำระเบี้ย และเรียกร้องสินไหม ผ่านระบบดิจิทัล

Expansion of customer base through digital platform

As the new generation are leaning more towards digital channels to carry out various transactions, the Company has developed online sales channel to present products which meet the need of the new generation such as savings insurance plan for tax deductions and critical illness insurance plan. This means that they can independently decide to take out insurance coverage throughout 24 hours, resonating the lifestyle of the new generation. Although online channel is only at its beginning stage, it still provides an alternative channel for the target customers. We expect this channel to grow in tandem with the needs of the future generation when the customers can make a decision to select the insurance plan, enjoy policy services, make premium payments and claims via a digital system.

บีแอลเอ สตาร์ ซีโอ (ออนไลน์)
คุ้มครองเริ่ม และโรคร้ายอื่นๆ รวม 20 โรค
สมัครง่าย ไม่ต้องตรวจสุขภาพ

ประโยชน์พิเศษ
รับสิทธิประโยชน์ 2 ปี จากแอปพลิเคชัน BLA Healthy Life

- ปีที่ 1 รับฟรี 1 สิทธิ Welcome Point (เทียบมูลค่าได้ถึง 3,600 บาท)
- ปีที่ 2 รับสิทธิแบบประกันสุขภาพแบบคุ้มครองทุกโรคร้าย หรือสิทธิพิเศษอื่นๆ

รายละเอียดเพิ่มเติม คลิก

Smart Insurance 4 JBL Endurance Sport

สมัครฟรี - 31 ก.ค. 63 (เฉพาะปีนี้เป็นต้นไป/สมัครใหม่)

การขยายฐานลูกค้า ผ่านเครือข่ายพันธมิตร

เพื่อยกระดับศักยภาพและขีดความสามารถขององค์กร บริษัทได้สร้างพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังว่าความร่วมมือดังกล่าวจะสามารถเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและช่องทางในการดำเนินธุรกิจให้แก่ลูกค้าของบริษัทได้

ช่องทางการขายตรง ช่องทาง การขายผ่านเครือข่ายพันธมิตร และช่องทางการขายดิจิทัล เพิ่มขึ้น +8.1% ในปี 2562

เทคโนโลยีดิจิทัล

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจและสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน บริษัทได้กำหนดนโยบาย Digital Transformation เพื่อพัฒนาด้านดิจิทัลผ่านการสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลแบบครบวงจร ตลอดจนสร้างระบบนิเวศด้านการประกันชีวิตเพื่อยกระดับการให้บริการประกันชีวิตและการก้าวสู่สังคมไร้กระดาษในอนาคต

เพื่อให้การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในองค์กร สามารถตอบสนองกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการดำเนินงาน และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในด้านต่างๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของภาวะแวดล้อมการประกอบธุรกิจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงช่วยสนับสนุนธุรกิจใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน บริษัทจึงได้มีการวางแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลเพื่อรองรับกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัททั้งในระยะสั้นและในระยะยาว โดยมีระยะเวลาการดำเนินการตามแผนงาน 3 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 - 2564

แผนงานด้านดิจิทัลนี้แบ่งออกเป็น 7 ส่วน โดยเริ่มตั้งแต่การวางรากฐานของระบบงานที่เกี่ยวข้องไปจนถึงการพัฒนาบุคลากรในองค์กร ได้แก่

1.การวางรากฐานระบบการจัดการข้อมูล

ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบคลังข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้จัดการรูปแบบรวมถึงการรับ-ส่งข้อมูลที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการทำงานในเชิงวิเคราะห์ (Data Management Foundation)

2.ติดตามและวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์

เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงระบบและรูปแบบการแสดงผลที่สอดคล้องและรองรับกับความต้องการของผู้ใช้งาน (Tracking Online Data)

3.วางกลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะเจาะจงโดยวิเคราะห์จากเส้นทางของผู้บริโภค

เพื่อสามารถนำเสนอข้อมูลต่างๆ ที่ตรงกับความสนใจ และมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าและผู้มุ่งหวัง (Personalized Customer Journey)

Expansion of customer base via partnership network

To enhance the organizational potentials and capability, the Company has been continuously building up partnership and cooperation network with external agencies with the expectation that the cooperation may strengthen our competitive capability and channel of business operations for the Company's customers.

Direct sales channel, Sales through partnership network channel, and Digital sales channel increased by +8.1% in 2019

Digital Technology

Presently digital technology plays an important role in business operations and creates a competitive edge. The Company has formulated the Digital Transformation policy in order to digitally develop through the creation of one-stop service digital platform as well as an ecosystem for life insurance to enhance life insurance service and move towards a paperless society in the future.

In order for the application of digital technology in the organization to fulfil business operation strategy efficiently both in respect of operation, for the use of various information to support the changes of the changed business operation environment and changed consumer behaviors, and for the endorsement of emerging businesses of the future which will result in the businesses being competitive and growing sustainably, the Company therefore plans to develop the basic digital structure to support the strategy of the Company's operation both short-term and long-term, with an operational duration for the plan of 3 years from 2019-2021.

This digital plan is divided into 7 parts, starting from laying down the foundation of related work systems up till until development of the personnel in the organization, as follows:

1.Data Management Foundation:

This is a development of the Data Warehouse and equipment which are used to manage the format including the receiving-transmitting of information which is suitable and efficient in order to support the analytical work.

2.Tracking Online Data:

This will be used to develop and improve the system and display format which meet and support the users' requirement.

3.Personalized Customer Journey:

This can be used to present various information which matches the

4.นำปัญญาประดิษฐ์เข้ามาใช้ในระบบงาน

เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ประเมินผลข้อมูล ตลอดจนช่วยรองรับงานด้านการบริการ (AI Projects for Backend)

5.ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานในองค์กรอย่างมีกลยุทธ์

โดยใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ รวมถึงการอบรมบุคลากรในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจและเสริมทักษะการทำงานในรูปแบบใหม่ (Digital Transformation and AI Training)

6.สร้างทีมงานที่มีความรู้ความสามารถในด้านการใช้ข้อมูลในเชิงวิเคราะห์

เพื่อพัฒนาและขับเคลื่อนเทคโนโลยีในองค์กร (Build an In-house Team)

7.พัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยรองรับ

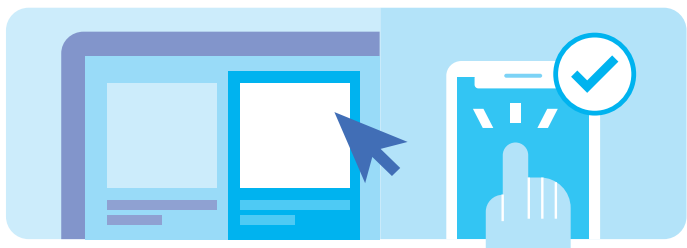
ตลอดจนการสื่อสารที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อการขับเคลื่อนอย่างมีประสิทธิภาพ (Develop an AI Strategy and Develop Internal and External Communications)

ในปี 2562 ที่ผ่านมา บริษัทได้มีการเตรียมงานในส่วนของโครงสร้างระบบ และได้จัดตั้งหน่วยงานด้านดิจิทัลเทคโนโลยีและคณะทำงานด้านพัฒนาแพลตฟอร์ม เพื่อวางโครงสร้างและพัฒนาระบบการทำงานดิจิทัลที่เชื่อมโยงกัน ประกอบด้วย

ระบบการขายดิจิทัล

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างแพลตฟอร์มเพื่อให้ลูกค้าสามารถหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ เปรียบเทียบราคา ไปจนถึงสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ จึงสร้างสรรค์ระบบ SmartInsured ขึ้น ลูกค้าสามารถเลือกดูข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตนเอง และมีเครื่องมือช่วยคำนวณภาษีเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้ที่ต้องการวางแผนภาษีอีกด้วย นับเป็นบริษัทแรกในประเทศไทยที่สามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างเต็มรูปแบบครบถ้วน กระบวนการขายเพื่อตอบรับผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลผลประโยชน์ความคุ้มครอง เงื่อนไขการรับประกันและช้อยยกเว้นความคุ้มครอง และคำนวณเบี้ยประกันได้ด้วยตนเอง ซึ่งถือได้ว่าเป็นความโปร่งใสที่ลูกค้าจะได้รับก่อนที่จะพิจารณาตัดสินใจทำประกัน โดยทุกกระบวนการตั้งแต่การเลือกแบบประกันภัย การชำระเงิน และการรับมอบกรมธรรม์ สามารถดำเนินการได้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งหมด เป็นการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้ด้วยวิธีหนึ่ง

ช่องทางขายออนไลน์ของบริษัทได้มีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการซื้อประกันออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกมากยิ่งขึ้น มีกระบวนการตรวจสอบยืนยันตัวตนทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-KYC) ที่น่าเชื่อถือ รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การใช้งานที่ดีและรองรับการเข้าถึงได้ด้วยอุปกรณ์ที่หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น



customer's interest and provide good experience to customers and prospects.

4.AI Projects for Backend:

This is used for data analysis and evaluation as well as services support.

5.Digital Transformation and AI Training:

Technology is used to increase efficiency as well as training personnel in the organization in order to create understanding and build up skills for working under the new format.

6.Build an in-house Team:

Build an in-house team which is adept at using analytical information to develop and bring technology into play in the organization.

7.Develop an AI Strategy and Develop Internal and External Communications:

Ensure that internal and external communication takes the same direction to enhance efficiency in operation.

Throughout 2019, the Company had made preparations for the structure of the system and set up a digital technology unit and a platform development committee to lay down the structure and develop the digital work system which are in sync. These of the following:

Digital Sales System

The Company foresees the importance of building a platform where customers can find product information, compare prices and even buy products via online channel. We have, therefore, created the Smartinsured system; customers can choose to study product information which corresponds to their own needs. There is also a tax calculating tool which leads to an introduction of the product suitable for those who engage in a tax planning. We are the first company in Thailand which can offer life insurance product via online channel as a full-service sales process to respond to consumers of the digital age. Customers can access information concerning benefits, coverage, insurance underwriting conditions and coverage exclusions, and calculate insurance premium by themselves which can be considered a transparency which customer will obtain before they consider and decide to take out insurance. Every process from selection of coverage plan, payment and acceptance of policy can entirely be carried out on the online platform which is one way of reducing the use of natural resources.

The Company's online sales channel has been developed, and continuous improvements have been carried out in order to make it more convenient for customers to buy online insurance. There is a reliable process which verifies identify through e-KYC or electronic Know Your Customer technology. Also development and improvements ensure that customers receive good experience in using this channel where access is supported by various devices such as Smartphone, Tablet, etc.

ส่วนแบ่งตลาดเบี้ยรับใหม่ ช่องทางออนไลน์ ปี 2562 เท่ากับ 9.5%

Market share of
new Premium payment
through online channels
in 2019 equaled 9.5%

วางแผนลดหย่อนภาษี ด้วยประกันออนไลน์ครบวงจร

สมัครง่ายด้วยตัวเอง
ตลอด 24 ชม.



สะดวกทุกที่
ทุกเวลา



รับครบถ้วน
ภายใน 1-2 วัน



ปลอดภัยกับ
ISO 27001



Call Center
24 ชม.



ระบบการให้บริการดิจิทัล

Digital Service System

นอกเหนือจากการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลที่ลูกค้าสามารถดำเนินการด้านธุรกรรมต่างๆ ด้วยตนเองแล้ว บริษัทได้ดำเนินการติดตั้ง Data Warehouse พร้อมทั้งเพิ่มเติมและแก้ไขข้อมูลในฐานข้อมูลให้เป็นข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันเพื่อให้หน่วยงานต่างๆ สามารถดึงข้อมูลไปใช้ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวยังมีแผนต่อยอดในเรื่องการป้องกันททุจริตของการเรียกร้องสินไหม การพิจารณารับประกันแบบ Automated Underwriting ที่ระบบสามารถรับประกันและออกเลขกรมธรรม์ได้อย่างรวดเร็วหากเป็นไปตามเงื่อนไขการพิจารณารับประกันที่กำหนด โดยขั้นตอนทั้งหมดไม่ต้องผ่านผู้พิจารณา รวมไปถึงการนำข้อมูลไปใช้ในงานคณิตศาสตร์ประกันภัย เพื่อให้นักคณิตศาสตร์ประกันภัยสามารถดึงข้อมูลมาใช้ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

ในปี 2562 บริษัทผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 ด้านการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ หรือ Information Security Management System เป็นครั้งที่ 2 ซึ่งครอบคลุมในเรื่องของการบริหารงานและการดำเนินงานของศูนย์คอมพิวเตอร์หลักและศูนย์คอมพิวเตอร์สำรอง การพัฒนาซอฟต์แวร์ในธุรกิจประกันชีวิต การดำเนินงานของสายประกันชีวิตและประกันกลุ่ม การดำเนินงานของสาขาทั่วประเทศ ให้ความสำคัญปลอดภัยด้านการจัดเก็บระบบฐานข้อมูล และการปกป้องข้อมูลของลูกค้าจากภัยคุกคามทางโลกไซเบอร์

Besides providing service through digital channel by which customers can carry out transactions by themselves, the Company has proceeded to install a Data Warehouse along with adding and correcting information in the database so that it is accurate and current allowing various internal departments to retrieve the data for convenient and speedy usage. Furthermore, there is a plan to extend this project to include prevention of insurance fraud as well as automatic underwriting in which the system can approve an insurance application and issue the policy number quickly if it meets the stipulated underwriting conditions. All these steps require no further human consideration. Also, the data will be used in Actuarial work so that the Actuary may retrieve the data for accurate and speedy usage.

In 2019, the Company was awarded the ISO/IEC 27001:2013 Certification in the field of Information Security Management System for the 2nd time which includes management and operation of the main computer center and the reserved computer center, software development in life insurance business, operation of life insurance and group insurance, operation of branch offices nationwide, so that there is database storage security and protection of customer data from cyber threats.



การบริหารจัดการภาพลักษณ์องค์กร

สิ่งที่ธุรกิจต้องเผชิญคือผลกระทบจากการแข่งขันทางธุรกิจ ความเปลี่ยนแปลงและเหตุการณ์ต่างๆ บริษัทจึงต้องพัฒนาความสามารถในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญและเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่จะใช้ในการรับมือการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทางธุรกิจ ชื่อเสียงขององค์กรช่วยให้เกิดความเชื่อมั่นในแบบประกันของบริษัท และช่วยให้เกิดความรู้สึกผูกพันระหว่างลูกค้ากับบริษัท ชื่อเสียงและภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ปรากฏในใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

ในแผนการจัดการทางกลยุทธ์ (Strategic Management) ของบริษัท ผู้บริหารได้กำหนดให้มีการประเมินและตรวจสอบชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท ทศนคติและความคิดเห็นของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย และผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาแผนการดำเนินการในการสื่อสารเพื่อคุณค่าของภาพลักษณ์บริษัท จากการศึกษาในปี 2561 พบว่าประชาชนกว่า 99% รู้จักกรุงเทพประกันชีวิต ในขณะที่ 36% ให้กรุงเทพประกันชีวิตเป็นตราสินค้าที่รู้สึกชื่นชอบ

Managing the Organization's Image

What a business must face is the impact from business competition, various changes and situations. The company must therefore enhance its ability to cope with various changes. The organization's reputation and image is the thing which the Company places importance on and is one of the strategies used to deal with the various changes in business. The organization's reputation helps create trust in our insurance products as well as helps create a feeling of attachment between customers and Company as reputation and image appear in the mind of the concerned target customer group.

In the Company's Strategic Management, the management has stipulated that there be assessment and checking of reputation and image of the Company, attitude and opinions of various customers, target groups and stakeholders which will be used in the development of our communication action plan for the value of the Company's image. The study in 2018 showed that more than 99% of the people knew of Bangkok Life Assurance while 36% viewed Bangkok Life Assurance as a brand they appreciated.



ดัชนีชี้วัด ปี 2561 (ไตรมาส 2)
2018 Index (2nd quarter)

สัดส่วนของผู้ตอบ
Proportion of Respondents

การรู้จักกรุงเทพประกันชีวิต
Knowledge of Bangkok Life Assurance

99%

การเป็นแบรนด์ที่ชื่นชอบ
Appreciated Brand

36%

ในปี 2562 บริษัทจึงได้ดำเนินการวิจัยเพื่อใช้ในการวางแผนการสร้าง ความแข็งแกร่งด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทตามแผนยุทธศาสตร์ โดยพบว่าในมุมมองของกลุ่มเป้าหมายบริษัทมีจุดเด่นที่เป็นบริษัทที่มีความมั่นคง ยาวนาน มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการเงินการประกันภัย มีสาขาที่ครอบคลุม ทั่วประเทศ มีบริการที่ดีจากตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงินของ บริษัท และเป็นบริษัทที่จ่ายค่าสินไหมได้ง่ายไม่มีปัญหา อย่างไรก็ตามกลุ่ม เป้าหมายบางส่วนยังมีความสับสนในการแยกกรุงเทพประกันชีวิตจากกลุ่ม ธุรกิจการเงิน และในบางพื้นที่มีความรู้จักบริษัทค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับบริษัท ประกันชีวิตขนาดใหญ่อื่นๆ ซึ่งบริษัทได้นำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการวางแผน ยุทธศาสตร์ในการสร้างภาพลักษณ์ต่อไป

สำหรับปี 2562 บริษัทได้กำหนดแผนการสื่อสารเพื่อสนับสนุนแนวทางการ ดำเนินธุรกิจด้านประกันสุขภาพ ซึ่งบริษัทได้เปิดตัวแบบประกันสุขภาพใหม่ๆ เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม และได้พัฒนาโครงการ BLA Every Care เพื่อเพิ่มบริการด้านสุขภาพแก่ผู้ถือกรมธรรม์สุขภาพของ บริษัท บริษัทจึงได้ทำการสื่อสารเพื่อสร้างความรับรู้ในแบบประกันสุขภาพ ใหม่ บีแอลเอ เพรสทิจ เฮลท์ (BLA Prestige Health) รวมทั้งการเข้าร่วม ในกิจกรรมทางการเงินต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ความ เป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการวางแผนการเงิน

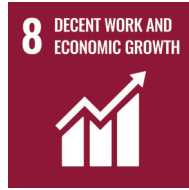
In 2019 the Company organized a survey for use in planning the creation of strong Reputation and Image of the Company as per our Strategic Plan. It was found that according to the points of view of the target group, the Company's strength lay in our long established stability, our expertise with respect to finance and insurance, our nationwide branch offices, the good services given by the Company's life insurance agents and financial advisors, and is a Company which reimburses the indemnity easily and without problem. Nevertheless, part of the target group were still confused about separating Bangkok Life Assurance from the financial business group, and in some areas there was quite low knowledge of the Company compared to other large-size life assurance companies. The Company used the result of the survey for further Strategic Plan in creating image.

As for 2019, the Company had specified communication plan to support our way of operating our health insurance. The Company has launched some new health insurance plans to cover the requirement of every group of customers and have developed the BLA Every Care project to increase health service for holders of the Company's health policies. The Company, therefore, communicated to create knowledge in a new health insurance plan, BLA Prestige Health, as well as continuously participated in various financial activities in order to create an image of being an expert in providing financial planning advice.



มุ่งสู่การเป็น...
DRIVING TOWARDS
BEING...

องค์กรที่ให้ความสำคัญ
กับการลงทุนอย่างยั่งยืน
An Organization Places importance
on sustainable investments



เสียงสะท้อนจากสังคม

“สังคมคาดหวังให้นักลงทุนสถาบันมีส่วนร่วมสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทย และให้ความสำคัญกับการลงทุนในธุรกิจที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม”

Social Feedback

“Society expects institutional investors to help support the development of Thailand’s infrastructure and give importance to investing in business which creates positive impacts on society and environment.”

ประเด็นความ ยั่งยืนที่สำคัญ

- การลงทุนในกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออนาคตประเทศไทย
- การลงทุนในหุ้นยั่งยืน (THSI) และกองทุนรวมหุ้นธรรมาภิบาลไทย
- การลงทุนในตราสารหนี้สีเขียวของบริษัทที่ประกอบธุรกิจพลังงานสะอาด (Green Bond Investment)

Significant Sustainability Aspects

- Thailand Future Fund (TFFIF) investment
- Thailand Sustainability Investment (THSI) and Thai CG Fund Investment
- Green Bond Investment

การลงทุนอย่างยั่งยืน คือการลงทุนโดยพิจารณาผลกระทบต่อสังคม ซึ่งนอกจากจะคำนึงถึงผลตอบแทนที่จะได้รับ และความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจแล้ว ยังต้องคำนึงถึงผลกระทบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาลที่ดีด้วย โดยท้ายที่สุดปัจจัยเหล่านี้ก็จะส่งผลให้บริษัทสามารถเติบโตอย่างยั่งยืน ปัจจุบันนักลงทุนโดยเฉพาะนักลงทุนสถาบันและนักลงทุนต่างประเทศให้ความสำคัญกับการลงทุนในบริษัทที่มีแนวทางการค้าเน้นธุรกิจที่น่าเชื่อถือและเป็นไปเพื่อความยั่งยืนทั้งของกิจการและสังคมโดยรวมมากขึ้น โดยคาดหวังว่าบริษัทที่ลงทุนไปนั้นจะสามารถดำเนินธุรกิจและมีผลกำไรอย่างยั่งยืน มีธรรมาภิบาล และมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและพัฒนาสังคมตลอดจนสามารถสร้างผลตอบแทนทางการลงทุนได้อย่างเหมาะสมในระยะยาว

สำหรับการลงทุนของบริษัทซึ่งดำเนินธุรกิจประกันชีวิต มีการลงทุนโดยนำเงินที่ได้รับจากผู้ถือกรมธรรม์ไปลงทุนอย่างเหมาะสมเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่สอดคล้องกับภาระผลประโยชน์ที่จะต้องจ่ายคืนให้ผู้ถือกรมธรรม์ในอนาคต บริษัทประกันชีวิตจึงมีการระงับและคว่ำบาตรการซื้อพันธบัตรในระยะเวลาที่ต่อผู้ถือกรมธรรม์ ดังนั้นนโยบายการลงทุนจึงยึดหลักความมั่นคงทางการเงินเป็นสำคัญตลอดจนต้องมีความระมัดระวัง และความรับผิดชอบต่อการลงทุน

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิตเล็งเห็นความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นต่อแนวคิดการลงทุนอย่างยั่งยืน และเชื่อมั่นว่าแนวคิดดังกล่าวจะส่งผลให้บริษัท ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมจากการลงทุน ขณะเดียวกันก็สามารถลดความผันผวนจากการลงทุนในระยะยาวและยังก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมที่เราใช้ชีวิตและดำเนินธุรกิจอยู่ ดังนั้นบริษัทจึงได้เพิ่มความสำคัญในการพิจารณาปัจจัยด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล ร่วมไปกับปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ของบริษัทที่จะเข้าลงทุน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าหลักทรัพย์ที่จะลงทุนนั้นมีปัจจัยพื้นฐานที่เหมาะสม มีธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้มีการลงทุนในกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออนาคตประเทศไทย กองทุนรวมหุ้นธรรมาภิบาลไทย และตราสารหนี้สีเขียวของบริษัทที่ประกอบธุรกิจพลังงานสะอาด มีรายละเอียด ดังนี้

การลงทุนในกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออนาคตประเทศไทย

จากนโยบายในการพัฒนาประเทศที่มีความจำเป็นและต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนหลายโครงการ โดยเฉพาะกิจการโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองและการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งล้วนเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่ใช้เงินลงทุนสูง ที่ผ่านภาครัฐเลือกใช้แหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมเงินเป็นหลักทำให้หนี้สาธารณะเพิ่มขึ้น รัฐบาลจึงต้องบริหารจัดการภาระการคลังเหล่านี้ควบคู่กับการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในขณะเดียวกัน การระดมทุนผ่านกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออนาคตประเทศไทยจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนากิจการโครงสร้างพื้นฐานและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ การบริหารหนี้ของภาครัฐ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน จึงได้ร่วมลงทุนในกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออนาคตประเทศไทยตั้งแต่เริ่มต้นกองทุนในวันที่ 30 ตุลาคม 2561 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน

การลงทุนในหุ้นยั่งยืน (THSI) และกองทุนรวมหุ้นธรรมาภิบาลไทย

จากที่บริษัทเล็งเห็นความสำคัญของแนวคิดการลงทุนอย่างยั่งยืน ดังนั้นการวิเคราะห์การลงทุนของบริษัท จึงได้ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความยั่งยืนของบริษัทที่จะเข้าลงทุน โดยได้ลงทุนในบริษัทที่อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้คัดเลือกบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล โดยบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนถือได้ว่าเป็นบริษัทที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้บริษัทยังมีการลงทุนใน

Sustainable investment means investments which take into account the all-around impacts; that is, apart from considering the result to be received and the profit-making capability of the business, social, environmental and good governance impacts also have to be considered, as finally these factors will affect the sustainable growth of the Company. Presently, investors, especially institutional investors and foreign investors, place more importance on investing in companies which have trends in carrying out their business credibly and for the sustainability of both their business and society on the whole because they expect the companies they have invested in to be able to carry out business with sustainable profit, with good governance, and to take part in supporting and developing society as well as be able to create returns on their investment appropriately in the long run.

With respect to investments by companies which operate life insurance business, the investment involves investing money obtained from policyholders appropriately in order to get returns which are consistent with the benefit obligations which have to be paid back to policyholders in the future. Life insurance companies therefore have the obligation and responsibility for the long-term commitment made to policyholders. Therefore, the investment strategy must adhere to the principle of financial security as a priority together with caution and responsibility in the investment.

Bangkok Life Assurance foresees the increased importance of sustainable investment concept and believe that this concept will result in the Company receiving appropriate returns from the investment and at the same time can reduce the fluctuation from the long-term investment. This will also create benefits to society at large where we are living and operating our business. Therefore, the Company is placing more importance on considering the social, environmental and good governance factors as well as the various basic factors of the companies which we will invest in to make sure that the assets we are investing in have suitable basic factors, with good governance in their business operation which creates positive impacts to society and environment. In this respect, the Company has invested in the Thailand Future Fund (TFFIF), Thai CG Fund and the Green Bond Investment as per the following details:

Thailand Future Fund (TFFIF) Investment

There are many country development policies which are essential and urgently need to be carried out especially infrastructure projects to support city expansion and the country economic growth, all of which are mega projects requiring high investments. During the past, the sources of funds principally chosen by the public sector were loans which resulted in increased public debts. The government therefore had to manage these fiscal burdens and simultaneously invest in developing the country's infrastructure. Raising money through Thailand Future Fund (TFFIF) was thereby established as an important part in the development of infrastructure activities as well as raising the quality of life of the public. The Company sees the importance in developing the country's infrastructure, in public debt management, and in raising

กองทุนรวมหุ้นธรรมาภิบาลไทย ซึ่งเป็นกองทุนที่มีการลงทุนในตราสารทุนของบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดำเนินงานอย่างโปร่งใส มีแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน รวมถึงบริษัทที่ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (CAC) มีการจัดอันดับ CG Scoring ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยบริษัทได้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นธรรมาภิบาลไทยซึ่งบริหารโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมในประเทศ ตั้งแต่ปี 2561 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน

การลงทุนในตราสารหนี้สีเขียวของบริษัทที่ประกอบธุรกิจพลังงานสะอาด (Green Bond Investment)

จากที่ความต้องการในใช้พลังงานทดแทนและพลังงานสะอาดทั้งในระดับโลกและระดับประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นและการสนับสนุนจากภาครัฐ ผนวกกับการพัฒนาการของเทคโนโลยีที่ช่วยให้การผลิตพลังงานหมุนเวียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นควบคู่ไปกับต้นทุนการผลิตที่ลดต่ำลง ส่งผลให้ภาคเอกชนสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจพลังงานสะอาดเพิ่มมากขึ้น และเนื่องจากการลงทุนทางด้านพลังงานมักต้องการเงินลงทุนที่สูง ภาคเอกชนจึงได้ระดมทุนผ่านการออกตราสารหนี้ โดยตราสารหนี้ที่ออกเพื่อระดมทุนไปใช้ในโครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะมีชื่อเรียกโดยเฉพาะว่าตราสารหนี้สีเขียว หรือ Green Bond ซึ่งมีคุณลักษณะเหมือนกับตราสารหนี้ทั่วไป บริษัทได้สนับสนุนธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการลงทุนในตราสารหนี้สีเขียว หรือ Green Bond ของกลุ่มพลังงานทางเลือกที่เป็นพลังงานสะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยได้เริ่มลงทุนตั้งแต่ปี 2558 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน

the level of the people's quality of life and has, therefore, participated in continuously investing in the Thailand Future Fund (TFFIF) since the start of the Fund on 30 October 2018 until now.

Thailand Sustainability Investment (THSI) and Thai CG Fund Investment

As the Company anticipates the importance of sustainable investment concept, the analysis of the Company's investment, therefore, places importance on analyzing the sustainability of companies which we will invest in. We have in this respect invested in companies listed in the SET Sustainability List produced by the Stock Exchange of Thailand which had chosen registered companies which operate their business with environmental awareness, with responsibility to society and with good governance. Companies chosen under the Sustainability List can be considered companies with potentials in operating their business who are prepared for future changes. The Company is also investing in the Thai CG Fund Investment which is a Fund which invest in equity instruments of companies with good corporate governance, operate with transparency, and had clear risk management methods, as well as companies which have been certified as members of Thailand private sector's Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) with CG Scoring by the Thai Institute of Directors (IOD). The Company has invested in the Thai CG Fund Investment managed by SET Mutual Fund Co. since 2018 up till the present time.

Green Bond Investment

The increased trends of using renewable energy as well as clean energy both on global and national levels with encouragement from the public sector, combined with development of technologies which help produce renewable energy more efficiently and coupled with the decrease in manufacturing cost, generated more and more interest by the private sector to invest in clean energy business. Also, as investments in energy always require high cost, the private sector issued Bonds to raise money for use in environment-friendly projects under the specific name of Green Bond which has the same characteristic as ordinary bonds. Our Company has been fostering environment-friendly businesses by investing in Green Bonds issued by the renewable energy group as the energy is clean and environment-friendly such as solar energy, wind energy, and others which concern continuous preservation of the environment. We have continually invested in Green Bond since the year 1995 up to the current time.

สัดส่วนการลงทุน ณ สิ้นปี 2562

Investment Ratio at end of 2019

- สินทรัพย์ลงทุนของ บมจ. กรุงเทพประกันชีวิต ณ สิ้นปี 2562 มีจำนวนเท่ากับ 323,787 ล้านบาท แบ่งเป็นการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลในสัดส่วน 42.9% สำหรับการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีสัดส่วนสูงที่สุด 2 อันดับถัดมา ได้แก่ ตราสารหนี้ภาคเอกชนและตราสารทุน โดยมีสัดส่วนการลงทุนอยู่ที่ 34.3% และ 8.8% ตามลำดับ
- สัดส่วนเงินลงทุนในตราสารหนี้ภาคเอกชนของบริษัทที่อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน (THSI) เทียบกับเงินลงทุนในตราสารหนี้ภาคเอกชนทั้งหมด = 50.6%
- สัดส่วนเงินลงทุนในหุ้นไทยที่อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน (THSI) เทียบกับเงินลงทุนในหุ้นไทยทั้งหมด = 66.7%
- Bangkok Life Assurance PCL's capital assets as of end of 2019 equal 323,787 million baht, categorized into investment in government bonds at the proportion of 42.9%. The 2nd highest proportions was the investment in private sector bonds and equities with investment ratios of 34.3% and 8.8% respectively.
- The proportion of investment in private sector bonds which are listed in THSI compared to total investment in the private sector bonds = 50.6%.
- The proportion of investment in Thai shares listed in THSI, compared to total investment in Thai shares = 66.7%.

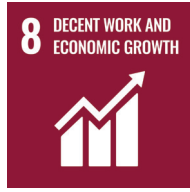


มุ่งสู่การเป็น...

DRIVING TOWARDS
BEING...

องค์กรที่ใส่ใจพนักงาน

An organization
which cares its employees



เสียงสะท้อน จากพนักงาน

“การเข้ามาของเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อบทบาทและหน้าที่ของพนักงานเป็นอย่างมาก จึงอยากให้บริษัทให้โอกาสกับพนักงานทุกระดับในการพัฒนาทักษะและศักยภาพในการทำงานยุคดิจิทัลเพื่อให้พนักงานสามารถเติบโตไปพร้อมกับบริษัท และพวกเขาก็พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานแบบใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายของผู้บริหารและบริษัท”

ประเด็นความ ยั่งยืนที่สำคัญ

- การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคล
- วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร
- การสร้างความผูกพันภายในองค์กร
- การสรรหาและรักษานักวิชาการที่มีศักยภาพ
- สุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน
- การปฏิบัติด้านสิทธิแรงงาน

Employee Feedback

“The entrance of technology has a high impact on the roles and duties of employees. The Company is thus requested to give opportunity to employees at every level in developing skills and potentials for working in the digital age so that employees may grow alongside the Company. We are prepared to adjust to new working methods so as to conform to the vision and goals of management and the Company.”

Significant Sustainability Aspects

- Development of personnel's potentials and human resources planning
- Organizational culture and values
- Creating bonds within the organization
- Searching for and preserving personnel with potentials
- Employees' health and safety
- Good Labour Practice

การพัฒนาศักยภาพบุคลากร / การวางแผนด้านทรัพยากรบุคคล

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ในปี 2562 บริษัทจึงกำหนดยุทธศาสตร์ Change for the Future ที่จะนำองค์กรก้าวทันการพัฒนาทางเทคโนโลยี การบริหารจัดการและการวางแผนด้านทรัพยากรบุคคลจึงมีความสำคัญ บริษัทจึงมุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับให้พร้อมรับมือกับความท้าทายในอนาคต

การสร้างทักษะแห่งอนาคต Digital Culture / Big Idea / BLAST / Design Thinking

การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลจำเป็นต้องผลักดันให้พนักงานและตัวแทนตื่นตัวด้านนวัตกรรม ในปีที่ผ่านมา บริษัทเห็นชอบให้แต่งตั้ง BLA Synergy Team หรืออีกชื่อหนึ่งว่า BLAST โดยเป็นทีมที่รวบรวมคนรุ่นใหม่ในบริษัท และเปิดโอกาสให้ริเริ่มสร้างสรรค์ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการทำงานในองค์กรและการให้บริการลูกค้า ตัวแทน รวมถึงคู่ค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น BLAST ประกอบไปด้วยพนักงานจากหลากหลายหน่วยงาน จึงทำให้สมาชิกในแต่ละทีมมีแนวความคิด ความเชี่ยวชาญในสายงาน และทักษะที่แตกต่างกัน แต่ความแตกต่างเหล่านี้ช่วยเสริมให้ BLAST สามารถร่วมกันวิเคราะห์และริเริ่มโครงการที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดพลังความคิดและผลกระทบเชิงบวกในบริษัทได้เป็นอย่างดี

หนึ่งในโครงการที่สร้างสรรค์โดย BLAST คือ การประกวดแข่งขัน Big Idea ซึ่งเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าร่วมการแข่งขันเพื่อนำเสนอแนวคิดของตนผ่านกระบวนการดังนี้

1. ค้นหาปัญหาที่พบในการทำงานหรือในองค์กรไม่ว่าจะเป็นปัญหาเล็กหรือใหญ่
2. วิเคราะห์ถึงปัญหาที่พบ
3. นำเสนอโครงการโดยชี้แจงถึงวิธีการในการแก้ปัญหา และนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ ซึ่งการประกวดนี้มีพนักงานให้ความสนใจส่งโครงการเข้าประกวดถึง 25 โครงการ และผู้เข้าประกวดทุกท่านจะได้เข้ารับการฝึกอบรม เพื่อเสริมทักษะความรู้ดังต่อไปนี้

- ธุรกิจ Health Startup – Chiiwii โดยมีจุดประสงค์ให้พนักงานเข้าใจถึงธุรกิจ Startup ซึ่งเป็นโมเดลธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ อีกทั้งยังช่วยเสริมแนวความคิดถึงธุรกิจสุขภาพว่าไม่ได้จำกัดอยู่แค่ที่โรงพยาบาลซึ่งเป็นหนึ่งคู่ค้าขององค์กร
- การนำเสนอไอเดีย (Pitch Idea) โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้พนักงานเรียนรู้จักการนำเสนอไอเดียในวิธีการที่ถูกต้อง กระชับ และทำให้ผู้รับฟังไอเดียสนใจ
- ทักษะด้านการนำเสนองาน (Presentation Skills) โดยมีจุดประสงค์เพื่อเสริมสร้างทักษะการนำเสนองานให้แก่พนักงาน

Developing Personnel's Potentials / Planning of Human Resources

Technological changes plays a critical role in business operations nowadays. In 2019, the Company decided on a strategy called Change for the Future which will drive the organization to stay abreast of technology development. Management and human resources planning are significant, and the Company is therefore thriving to develop the potentials of employees at every level to be prepared for future challenge.

Creating Potential Skills for the future of Digital Culture / Big Idea / BLAST / Design Thinking

Stepping into the digital age necessitates alerting employees and agents to welcome innovation. In the past year, the Company encouraged the formation of the BLA Synergy Team, known as BLAST, which is a team that gathered the Company's new generation and gave them the opportunity to initiate, create, improve, and change work procedures within the organization as well as the services given by customer service, agents and partners to become more efficient. BLAST comprises employees from various work units, resulting in all team members being able to contribute their diversified views, expertise and skills, and these differences enabled BLAST members to help one another analyze and initiate projects that could cause changes to create energy in their design thinking which led to positive and beneficial effect on the Company.

One of the creative projects generated by BLAST was the Big Idea Competition which gave employees the opportunity of competing in presenting their concepts through the following procedures:

1. Look for problems in the work routine or in the organization, either small or large
2. Analyze the problem faced
3. Present the project by pointing out ways to solve the problem and applying innovation to carry it out. This competition was well received by employees and 25 projects were entered in the competition. Subsequently, all the competitors had the opportunity to be trained and increase/elevate their skills and knowledge in:

- Health Startup business – Chiiwii has the aim of acquainting employees with a business startup which is an emerging business model that also helps supplement the concept that health business is not restricted only to hospitals, one of the organization's partner.
- Idea pitching, with the aim of educating employees in the art of presenting ideas accurately and concisely so that it captures the audience's interest.
- Presentation skills, which aims at enhancing employee's skill in making a presentation.

สำหรับไอเดียที่ชนะการประกวด 5 ลำดับแรก จะได้นำไปพัฒนาเป็นโครงการในบริษัท ซึ่งได้แก่

1. โครงการจัดทำ Data Book และ Agent Tool จาก Big Data เพื่อช่วยเตือนการทุจริตเกี่ยวกับการเรียกร้องสินไหม
2. โครงการเพิ่มความผูกพันของพนักงานโดยใช้ wearable device เพื่อติดตามข้อมูลด้านสุขภาพของพนักงาน รวมถึงภาวะความเครียดที่อาจเกิดจากการทำงาน
3. โครงการ Health Care Platform เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการหาสถานพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์ที่เหมาะสม
4. โครงการแจ้งยืนยันการรับกรมธรรม์ผ่าน Mobile Application เพื่ออำนวยความสะดวกของลูกค้า และลดขั้นตอนการทำงานของพนักงาน รวมถึงลดการใช้ทรัพยากรกระดาษ และค่าขนส่ง
5. โครงการ BLA Chanel การสื่อสารผ่าน YouTube Channel และ Facebook เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงการประกันชีวิต และตระหนักถึงความสำคัญของการทำประกันชีวิต อีกทั้งเป็นแหล่งรวมข้อมูล Lifestyle ต่างๆ

The following first 5 winning ideas will be developed into the Company's projects:

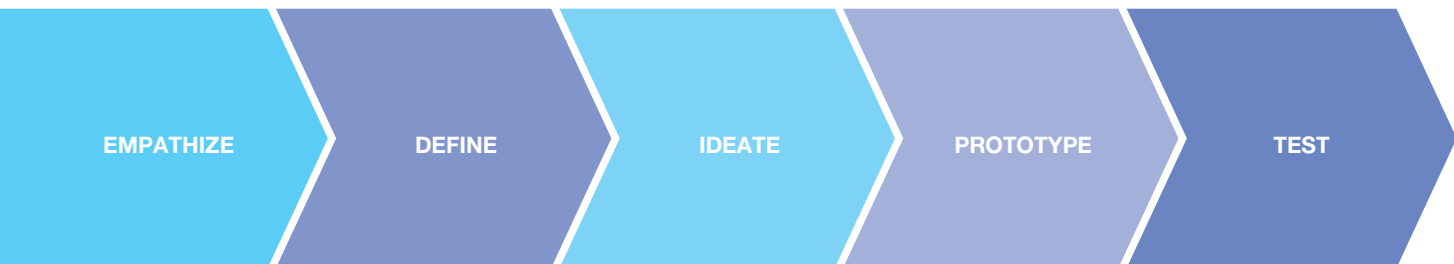
1. Data Book and Agent Tool project from Big Data which gives warning about indemnity claim frauds.
2. Employee Relationship Enhancement project by using a wearable device to follow up employee's health data as well as work stress
3. Health Care Platform project to help facilitate customers in finding appropriate nursing homes and clinic as well as medical personnel.
4. Project to confirm receipt of Insurance policy through mobile application for customer's convenience which reduces employees' work procedures as well as the use of natural resource of papers and postage cost.
5. BLA Channel Project which is communication through YouTube Channel and Facebook to allow people access and become aware of the importance of life insurance; it also acts as a source of various lifestyle information.

หลักสูตรพัฒนาศักยภาพสำหรับผู้บริหารทุกระดับ เพื่อกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

Potentials Development Training Course on Design Thinking Process for Executives of all Levels

ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบันสามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว บริษัทจึงมุ่งปลูกฝังให้พนักงานเข้าใจปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า โดยไม่ยึดติดกับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อเสริมสร้างกระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ให้มีประสิทธิภาพ และสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมกระบวนการคิดเชิงออกแบบให้กับพนักงานทุกระดับ โดยปลูกฝังกระบวนการคิดดังกล่าวตั้งแต่ภาพรวมที่เริ่มจากการทำความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง การค้นหาไอเดียและแนวคิดเพื่อนำไปทดลอง การทำตัวเป็นต้นแบบและการทดสอบไอเดีย โดยบริษัทเชื่อว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบจะช่วยผลักดันให้พนักงานมีแนวคิดริเริ่มที่จะนำไปสู่นวัตกรรมที่จะช่วยพัฒนาการดำเนินงานภายในอนาคตให้ดียิ่งขึ้น

Customer needs and behaviors nowadays can change rather quickly. It is the Company's aim to instill in employees the need to understand customers' actual problems and requirements without clinging to products or services to create an efficient, new form of working process. In this way, they can present products and services which truly meet customers' needs. The Company therefore designed a training course on Design Thinking Process for employees of all levels and implanted this thinking process starting from the overall picture of understanding customers thoroughly, searching for ideas and concepts for testing, using oneself as role model, and testing the idea. The Company believes that this design thinking process will help propel employees' initiative concept, leading to innovation which will help develop and improve future operations.



Learning Journey : From Ideas to Product / Service

3rd Sep

17th Sep

18th Sep

25th Sep

DAY 1

DAY 2

DAY 3

DAY 4

PITCHING

Ideas Generation
Who are your customers?
Design Thinking Process - Empathize

Is it worth it?
Design Thinking Process
- Define
- Ideate
Customers, Delight, Approaching Customers

Business Model Partners
Competitors
World Market Business Working Team
Check the Facts

Design Thinking Process
- Prototype & Test Presentation

Present your work to BLA Management



การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

บริษัทได้มุ่งเน้นการพัฒนาพนักงาน และตอบโจทย์ความต้องการของการพัฒนาสายอาชีพ รวมถึงสมรรถนะหลัก (Core Competency) สมรรถนะผู้นำ (Leadership Competency) สมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ (Functional Competency) และกลยุทธ์ขององค์กร (Strategy) ผ่านกระบวนการจัดทำแผนการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (Training & Development Plan) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการตั้งแต่การหาความจำเป็นในการฝึกอบรม (Identify Training Needs) ของแต่ละตำแหน่งงานผ่านระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยผู้บังคับบัญชาและส่วนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร การจัดทำแผนงานฝึกอบรมประจำปี (Training Yearly Plan) การออกแบบและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม (Design and Develop Course Outline) การบริหารโครงการฝึกอบรม (Training Management) และการติดตามและประเมินผลการฝึกอบรม (Training Evaluation and Follow Up) โดยเลือกวิธีการหรือรูปแบบที่ใช้ในการพัฒนาบุคลากร ตามความเหมาะสมของเนื้อหาและผู้เข้าอบรม ดังนี้

EMPLOYEE TRAINING AND DEVELOPMENT

The Company aims at employee development and meeting the needs for career development as well as Core Competency, Leadership Competency, Functional Competency and Organizational Strategy through our process of Employee Training & Development Plan. The process involves identifying the training needs of each position, performance evaluation by the supervisor and the training and personnel development section, annual training plan, designing and developing course outline, training management and training evaluation and follow up. Method or form used for the personnel development is selected according to the suitability of the contents and the trainees as follows:

• การจัดอบรมภายใน (In-house Training)

โดยออกแบบหลักสูตรให้เหมาะสมสำหรับผู้เรียน ซึ่งพิจารณาจากสมรรถนะและความจำเป็นในการฝึกอบรม (Training Need) มีการสรรหาวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รูปแบบกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้และทักษะในการทำงานที่ดีขึ้น เป็นการพัฒนาศักยภาพพนักงานที่ส่งผลดีต่อองค์กร

นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นในเรื่องการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการวางแผนการเงินอย่างรอบด้าน เพื่อให้บุคลากรได้นำองค์ความรู้ที่ได้รับนั้นไปใช้ในการปฏิบัติงาน การดำเนินชีวิต และยังสามารถเผยแพร่ความรู้สู่ครอบครัว ชุมชน และสังคม เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้

• การอบรมภายนอก (Public Training)

เป็นการพัฒนาความรู้ทางด้านวิชาชีพโดยตรงของพนักงานที่จะต้องพัฒนาความรู้ทักษะความชำนาญให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อความ เป็นมืออาชีพที่พร้อมสำหรับการทำงานในแต่ละตำแหน่งงานอย่างแท้จริง ซึ่งจะทำให้องค์กรมีบุคลากรที่มีความรู้ทักษะความชำนาญโดยแท้จริง

• การพัฒนาตนเอง (Self Development)

เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริหารและพนักงาน ได้ศึกษาหาความรู้จากแหล่งความรู้ต่างๆ เช่น จากการอ่านหนังสือ ความรู้จากอินเทอร์เน็ต หรือแหล่งความรู้อื่นๆ ตามความต้องการโดยยึดหลักการเรียนรู้ตามอัธยาศัย และนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานได้นำเสนอไอเดียความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เพื่อเป็นการจุดประกายความคิดและนำมาใช้ในการทำงานผ่านโครงการต่างๆ ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการส่งเสริมให้กับพนักงานในการเข้าร่วมประชุมสัมมนา/ดูงานทั้งในและต่างประเทศ และฝึกอบรมความรู้ทางด้านวิชาการ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงและโดยอ้อม รวมทั้งให้การสนับสนุนการศึกษาหลักสูตรทางด้านวิชาชีพต่างๆ ที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทในระยะยาว เช่น LOMA (Life Office Association), ICA (International Claim Association), CFA (Chartered Financial Analyst), CISA (Certified Investment and Securities Analyst), AFPT (Associate Financial Planner Thailand), CFP (Certified Financial Planner), ASA (Associate of the Society of Actuaries), FSA (Fellow of the Society of Actuaries), IC (Investment Consultant), IP (Investment Planner), TOEIC (Test of English for International Communication) เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีอยู่ในปัจจุบัน ให้พร้อมรับมือกับสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมอย่างสม่ำเสมอ และยังมีแผนการจัดทำระบบการเรียนการสอนผ่านสื่อออนไลน์ (E-learning) เพื่อเป็นอีกช่องทางในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างยั่งยืน

การจัดทำแผนการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (Training & Development Plan) ของบริษัทนั้นเป็นการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะ โดยเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับความจำเป็นในการฝึกอบรมของพนักงาน เพื่อให้ก้าวทันโลกเทคโนโลยีในปัจจุบันและอนาคตประกอบไปด้วย

• หลักสูตรมาตรฐานบังคับ (Core Program) เป็นหลักสูตรที่มุ่งพัฒนา ด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ ของพนักงานทุกระดับ ตามสมรรถนะหลัก (Core Competency) ขององค์กร ตามโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมประจำตำแหน่ง (Training Road Map) เช่นหลักสูตร Company Basic Knowledge หรือหลักสูตรทางด้านกฎหมาย

• **In-House Training.** Courses are designed to fit the trainees on the basis of their aptitude and training needs, while trainers are selected by their knowledge and expertise on the subject, with appropriate training format and process so employees can benefit from the training and have better working skills, which is a way of developing employees' potentials with good consequences to the organization.

The Company also focuses on imparting knowledge about products and comprehensive financial planning to enable personnel to utilize the knowledge gained for their work, their living, and even transmit it to their family, to the community and society thereby generating a better quality of life.

• **External Training or Public Training** is for directly developing the occupational knowledge of employees who have to improve their knowledge, skill and proficiency to keep abreast of the changes that occur and to become professionals who are prepared for actually working in their specific job positions so that the organization can have personnel who are really knowledgeable, skillful, and professional.

• **Self-Development** opens up the opportunity for executives and employee to study and research new information from various knowledge sources such as by reading books, by surfing on the internet or other learning resources according to their liking under the principle of learning at their leisure and exchanging the knowledge among colleagues. This will encourage executives and employees to present new and creative ideas which stimulate their thinking and can be used at the workplace through various Company's projects.

Furthermore, the Company is encouraging employees to participate in meetings, seminars/study trips both inland and abroad and attend academic training courses which directly or indirectly concern their work, and also permits employees to attend training courses concerning various professions which will support the Company's business operation in the long run; for instance courses organized by LOMA (Life Office Association), ICA (International Claim Association), CFA (Chartered Financial Analyst), CISA (Certified Investment and Securities Analyst), AFPT (Associate Financial Planner Thailand), CFP (Certified Financial Planner), ASA (Associate of the Society of Actuaries), FSA (Fellow of the Society of Actuaries), IC (Investment Consultant), IP (Investment Planner), TOEIC (Test of English for International Communication) in order to enhance employees' current knowledge and capability so that they are well prepared to deal with the competitive conditions in the industry. Also the Company has plans in organizing an E-learning training system as another channel in sustainably developing personnel's knowledge and capability.

The Company's Training and Development Plan for developing the potentials and enhancing knowledge and capability, skill, with emphasis on continuous development and conformity to the needs for employee training to keep up with the current and future technology world consists of:

- Leadership Development Program เป็นหลักสูตรด้านการเรียนรู้ในเรื่องการรู้จักตัวเองและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งเป็น Leading Self, Leading Team, Leading Function และ Leading Organization โดยขึ้นอยู่กับความจำเป็นตามตำแหน่งงาน (Position)
- Functional Development Program เป็นหลักสูตรด้านการพัฒนาทักษะตามบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงาน สำหรับพนักงานทุกตำแหน่ง ทุกระดับตามลักษณะงานที่รับผิดชอบ (Function) เพื่อพัฒนาทักษะหรือความรู้ในงานที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน โดยสามารถเรียนรู้ร่วมกันในทุกแผนก

- Core Program, which is a course focusing on developing knowledge, capability, skill and attitude of every level of employee according to the core competency of the organization and the training road map such as the Company Basic Knowledge or legal training course.
- Leadership Development Program, which is a training course on knowing oneself and working alongside others efficiently. This is divided into Leading Self, Leading Team, Leading Function, and Leading Organization, and depends on the necessity and the job position.
- Functional Development Program, which is a training course on developing skills according to the role and duties in working and is for employees of every position, every level, according to their work function, to develop skill or work knowledge which is necessary for carrying out their function. This course can be jointly attended by every department.

การจัดการความรู้

บริษัท ได้ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจในสภาวะปัจจุบัน ปัจจัยหลักที่จะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) คือ ความสามารถขององค์กรในการจัดการความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์/กระบวนการของตน ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เรื่องของเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge - based Economy - KBE) จึงจำเป็นต้องการใช้องค์ความรู้มาสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้รวมถึงเทคนิค กลไก ระบบการจัดการ เพื่อสนับสนุนให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น Activity based Learning, Story based Learning, Case Sharing และ Workshop รวมถึง On the Job Training ที่จะกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิด รูปแบบการจัดการความรู้ (KM Model) ซึ่งสามารถนำไปขยายผลและปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในอนาคต

ทั้งนี้ บริษัทได้ส่งเสริมการจัดการความรู้ภายในองค์กร (Knowledge Management) โดยสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ผ่านกระบวนการต่างๆ มีการใช้งานระบบ KM เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์การทำงาน (Case Study) เทคนิควิธีการปฏิบัติงาน (How to) คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Instruction) และวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) นอกจากนี้ ยังได้มีการสร้างและพัฒนาระบบผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เชี่ยวชาญในฐานะ “ผู้รู้ ผู้เผยแพร่ และผู้เป็นแบบอย่าง” ได้นำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดและพัฒนางานให้มีคุณภาพมากขึ้น พร้อมเป็นตัวอย่างในการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ปฏิบัติงานรุ่นหลังได้เรียนรู้ ฝึกฝน และมีโอกาสก้าวเข้าสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญในรุ่นต่อไป พร้อมทั้งจะก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในอนาคต โดยผ่านศูนย์การเรียนรู้กรุงเทพประกันชีวิต และระบบ Smarthome :BLA'S KM ซึ่งเป็นช่องทางในการค้นคว้าหาความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เปรียบเสมือนคลังความรู้ที่สำคัญที่จะช่วยส่งเสริมพัฒนาความรู้ของบุคลากรในองค์กรอย่างยั่งยืน

SYSTEMATIC KNOWLEDGE MANAGEMENT: KM

The Company is aware that in carrying out business operations in the current conditions, the main factor which will give a competitive advantage to the organization would be the capability of the organization in systematically managing its own knowledge and skills in its own products/ procedures to meet customer needs efficiently. Therefore, knowledge-based economy – KBE is necessary in utilizing the knowledge for better value productivity. This includes techniques, mechanism, and management system to support more efficient work operation by using a variety of tools such as Activities Based Learning, Stories Based Learning, Case Sharing and Workshop and including On-the-job Training which will stimulate exchanges among one other with an aim to creating a KM Model which can be utilized to extend results and perform continuously and sustainably in the future.

In this respect, the Company has supported organizational knowledge management by encouraging executives and employees’ participation in transmitting and exchanging experiences and knowledge via various processes, using KM system to exchange Knowledge, Case Study, How To, Work Instruction and Best Practice. Furthermore, an Expert System has been created and developed in order to encourage and support experts in their capacities as “Specialists, Transmitters, and Role Models” who have transferred their knowledge and developed their work more qualitatively as well as are role models who inspire their successors to study, enhance their skills and have the opportunity to step into the role of experts of the succeeding generation and ready to progress into the learning organization in the future through BLA Knowledge Center and Smarthome BLA’s KM system which is a channel for knowledge search and exchange of knowledge, comparable to a major knowledge storehouse which will support and sustainably develop the knowledge of the organization’s personnel.

วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร

บริษัทตระหนักถึงวัฒนธรรมองค์กรที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทและขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายภายใต้บริบทของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วัฒนธรรมองค์กรจึงเปรียบเสมือนรากแก้วขององค์กร ซึ่งจะเป็นตัวผลักดันและขับเคลื่อนให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ โดยที่บริษัทมีโครงการส่งเสริมค่านิยมองค์กร (Core Value) โดยการจัดกิจกรรม BLA The Star เพื่อคัดเลือกบุคคลต้นแบบที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามค่านิยมหลัก 5 ประการ ได้แก่ ศรัทธา รับผิดชอบ จริใจ พัฒนาการ และทำงานเป็นทีม ซึ่งจัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกเดือนเพื่อให้บุคลากรทุกคนได้ตระหนักถึงพฤติกรรมที่องค์กรคาดหวัง และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน จนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กรต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ บริษัทยังคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ความหลากหลายของลักษณะงาน เส้นทางอาชีพ และความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) เพื่อประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาบุคลากรและองค์กรอย่างยั่งยืนต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมในธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งในปี 2562 เป็นปีที่มีความท้าทายสำหรับการพัฒนาบุคลากรที่หลากหลาย ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการเตรียมความพร้อมบุคลากรเพื่อรองรับการต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจ การให้บริการและนวัตกรรมใหม่ที่มีรูปแบบวิธีการที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงพฤติกรรมของคนในสังคมไทย (Digital Disruption) บริษัทจึงได้มุ่งเน้นและสนับสนุนให้พนักงานมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ตามค่านิยมองค์กรเรื่องการพัฒนาด้าน โดยให้การสนับสนุนบุคลากรในการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทั้งเรื่องระยะเวลาในการพัฒนาตนเอง รูปแบบการพัฒนาที่หลากหลายในแบบที่ตนเองสนใจ (Learning Styles) รวมไปถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยมีการกำหนดเรื่องพัฒนาด้านในการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI) ตามสมรรถนะหลักขององค์กร (Core Competency) และการพัฒนาตนเอง Development Plan ดังนี้

Organizational Culture And Value

The Company is aware of organizational culture which helps promote operations as per business strategies of the Company and drives the organization to succeed in reaching its goal under the context of the fast changing world. The organization's culture is therefore comparable to the main root of the organization which will be the propeller which drives the organization to success according to the vision, mission, and strategies stipulated. The Company has a Core Value project through organizing an activity called BLA The Star to select a role model who has 5 desirable and popular traits: Faith, Responsibility, Sincerity, Self-Development, and Teamwork. This project is organized continually every month so that every personnel will become aware of behaviors expected by the organization and act in the same direction until it becomes an organizational culture in the future.

การประเมินการปฏิบัติงานประจำปี (KPI) Annual Performance Evaluation (KPI)

70%

PERFORMANCE EVALUATION
ประเมินจากผลการปฏิบัติงาน

20%

CORE COMPETENCY EVALUATION

ค่านิยมองค์กร
ศรัทธา
รับผิดชอบต่อ
จริย
พัฒนาตน
ทำงานเป็นทีม

The Organization's Value:
Faith,
Responsibility,
Sincerity,
Self-Development and
Teamwork

10%

DEVELOPMENT PLAN

อย่างน้อย
36 ชั่วโมง/ปี

At least
36 hours per year

Moreover, the Company takes into consideration the differences between the personnel, the diverse natures of work, growth path, and career path for maximum benefits in developing the personnel and the organization continually and sustainably as well as promoting the economic and social value in the life insurance business. The year 2019 was a challenging year for developing the variety of personnel amidst technological changes and preparing personnel to support the extension of business operation, the service providing and new innovation which has changed format and method as well as the behavior of people in the Thai society (Digital Disruption). The Company therefore focuses and encourages employees to continually develop themselves all the time according to the organizational value concerning self-development by supporting personnel in their development of knowledge and capability both regarding the duration in developing themselves, the various learning styles that interest them, and the expenses involved. There are stipulations concerning self-development in the Performance Evaluation (KPI) according to the organization's Core Competency and the Development Plan as follows:

การสื่อสารนโยบาย และข่าวสารภายในองค์กร

บริษัทได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสารเป็นอย่างมาก ซึ่งการสื่อสารนโยบาย และข่าวสารภายในองค์กรถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความเข้าใจนโยบายของผู้บริหารและองค์กร ทั้งยังเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในองค์กรตั้งแต่ระดับบริหารไปถึงระดับปฏิบัติการ ทั้งนี้หากการสื่อสารภายในองค์กรมีความถูกต้อง ชัดเจน และรวดเร็ว ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามนโยบายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน บุคลากรในองค์กรมีความเข้าใจและเกิดความพึงพอใจ ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติทำให้งานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้

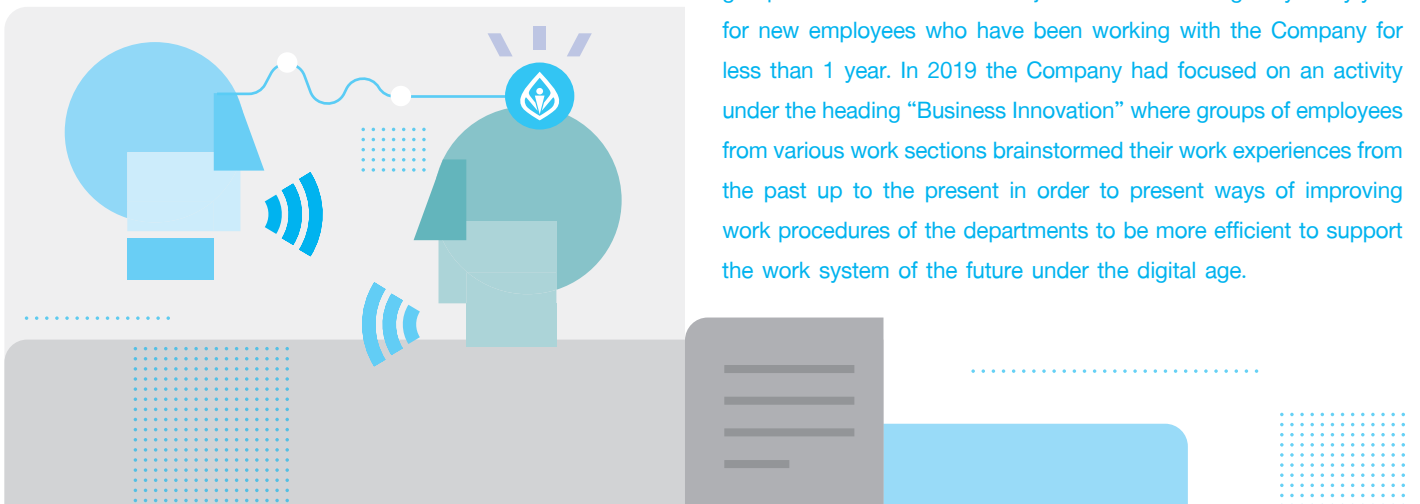
ที่ผ่านมาบริษัทได้มีการสื่อสารนโยบายและข่าวสารภายในองค์กร ผ่านการจัดประชุมและกิจกรรมต่างๆ เช่น Kick Off Business Strategy (ต้นปี) Town Hall Meeting (รายไตรมาส) การประชุมหน่วยงาน (ประจำเดือน) และการประชุมย่อยของหน่วยงาน (Team Talk) (รายสัปดาห์) เป็นต้น โดยการจัดประชุมดังกล่าวบริษัทใช้ระบบการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication) เน้นการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงาน ด้วยวัฒนธรรมการสื่อสารแบบเปิดกว้าง โดยพนักงานทุกคนมีโอกาสดำเนินการแสดงความคิดเห็น สอบถามข้อสงสัยและเสนอแนะข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ทั้งนี้ พนักงานยังสามารถพูดคุยสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูงผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ช่องทางอีเมล การจัดแบบสำรวจหรือแบบสอบถามออนไลน์ และการสื่อสารผ่านกิจกรรมของบริษัท ซึ่งจะเน้นการสร้างบรรยากาศการสื่อสารอย่างเปิดเผยในระดับผู้บริหารและพนักงาน เพื่อให้พนักงานทุกระดับที่ประจำสำนักงานใหญ่และสำนักงานสาขาทั่วประเทศ ได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นทั้งองค์กร พร้อมเปิดโอกาสในการพูดคุยกับผู้บริหาร หัวหน้างานและเพื่อนพนักงานระหว่างหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทยังให้การสนับสนุนการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานผ่านการจัดกิจกรรมกลุ่มพนักงานภายใต้โครงการ BLA Home ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีสำหรับพนักงานเข้างานใหม่ที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี และปี 2562 บริษัทได้มุ่งเน้นกิจกรรมภายใต้หัวข้อ “Business Innovation” โดยจัดกลุ่มให้พนักงานจากหลายหน่วยงานร่วมระดมความคิดเห็นที่ผ่านประสบการณ์การทำงานในอดีตและปัจจุบัน เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงกระบวนการทำงานของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพื่อรองรับระบบการทำงานในอนาคตของโลกยุคดิจิทัล

Internal Communication and Information

The Company places much importance on communication as communication regarding policy and news within the organization are considered an important thing which will help create understanding of the policies of the Management and of the organization and also create a bond between the organization's personnel from management level to the operations level. In this connection, if internal communication is accurate, clear and fast it will result in work operation according to the policy flowing in the same direction and the personnel in the organization understanding and becoming satisfied which will result in efficiency and effectiveness of the operation so the work can reach the goals set.

During the past the Company has communicated policies and internal information via meetings and various activities such as Kick Off Business Strategy (beginning of the year), Town Hall Meeting (quarterly), Team meeting (monthly), and Team Talk (weekly). In organizing these meetings, the Company used 2-way communication with a focus on participation by management and employees under wide open communication culture where all employees have a chance to express their opinions, make enquiries and present information which is of benefit to work. In this respect, employees are also able to discuss and communicate with high-level management through online channel such as emails or online questionnaires and communicate through the Company's activities which aim at creating an informal communication atmosphere between management and employee levels so that all employees of every level who are employees of the head office and branch offices nationwide participate and express their opinions. Opportunity is given for continuous communication among management, executives, supervisors and intra-department colleagues.

Furthermore, the Company's also encourages employees to express their views and advice through the organization of employee activity group under the BLA Home Project which is held regularly every year for new employees who have been working with the Company for less than 1 year. In 2019 the Company had focused on an activity under the heading “Business Innovation” where groups of employees from various work sections brainstormed their work experiences from the past up to the present in order to present ways of improving work procedures of the departments to be more efficient to support the work system of the future under the digital age.



การสร้างความผูกพันภายในองค์กร

ภายใต้สภาวะความเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันอย่างรุนแรง องค์กรต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ทรัพยากรบุคคลซึ่งถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่ได้รับผลกระทบตามมาทั้งในด้านความกดดันและบรรยากาศในการทำงาน ความแตกต่างระหว่าง Generation ตลอดจนการปรับตัว สิ่งต่างๆ เหล่านี้ถือเป็นตัวบั่นทอน Engagement ขององค์กร และอาจเป็นสาเหตุทำให้พนักงานไม่สามารถบริหารและสร้างความสมดุลระหว่างการทำงานและการดำเนินชีวิตส่วนตัวได้

บริษัทตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงได้สรรหากลยุทธ์และวิธีการ ตลอดจนการพัฒนาในด้านต่างๆ ที่สามารถเสริมสร้างสมรรถนะที่ทำให้พนักงานบรรลุถึงความรู้ ทักษะ ที่สามารถนำมาปรับใช้ในการทำงานและภายในครอบครัว และถือเป็นการบริหารความสมดุลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่ความสุขที่ยั่งยืนในชีวิตการทำงาน และในชีวิตครอบครัว ตลอดจนสามารถสรรสร้างและผลิตผลงานให้กับองค์กรได้บรรลุตามเป้าหมายต่อไป

บริษัทได้มีการจัดทำโครงการที่สนับสนุนการแสดงออกทางความคิดของพนักงานเพื่อสร้างความผูกพันกับองค์กร เพื่อปรับปรุงแนวทางการทำงาน และทราบถึงความคิดเห็นด้านต่างๆ ของพนักงาน สำหรับใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงวิธีการทำงานให้รองรับความต้องการของพนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกัน เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตอย่างยั่งยืน ที่มุ่งเน้นการมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Focus) โดยบริษัทได้วางจรรยาบรรณที่ปรึกษาชั้นนำระดับโลกเป็นผู้ดำเนินการประเมินเพื่อให้ได้ผลการประเมินที่เป็นกลางและสะท้อนระดับความพร้อมของบริษัทอย่างแท้จริง สำหรับผลการประเมินในปี 2562 พบว่าระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทอยู่ที่ 63 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยระดับความผูกพันของบริษัทในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบและการทำงานภายในที่เอื้อต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้แก่พนักงานทุกระดับ เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันกับบริษัทอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีการมอบรางวัลประกาศเกียรติคุณพนักงานอย่างต่อเนื่องเป็นประจำเพื่อเป็นขวัญกำลังใจ และสร้างแรงจูงใจในการทำงาน อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจ ความผูกพันของพนักงาน และความสำเร็จขององค์กรต่อไป เช่น รางวัลเกียรติคุณพนักงานอายุงานครบกำหนด รางวัลชมเชยพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมีวินัย รางวัลชมเชยพนักงานที่เป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติงาน ซึ่งสร้างความประทับใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ถือเป็นแบบอย่างที่ดีควรค่าแก่การยกย่องชมเชย



Creating Bonds within the Organization

Under the changing conditions and stiff competition, organizations have to constantly adjust themselves. Human resources who are considered major driving force and are impacted both by pressure and working atmosphere, generation gap and the need for adjustment, all of which are destroyer of the organization's engagement and may be the cause of employees not being able to manage and create balance between their working and personal life.

The Company is aware of the abovementioned problem and have looked for strategies and ways including development in various aspects which can reinforce employees' competency to enable them attain the knowledge and skill which they can use to adapt to their work and within their family and can be considered an efficient management of balance and will lead to a sustainable happiness in their working life and family life as well as being able to effectively create and produce work to fulfil the organizational goal.

The Company has organized projects which encourage employees' expression of ideas to build bonds with the organization in order to improve working methods and know the ideas in different aspects of the employees to be used as a way to improve the work method to support the needs of the employees to increase efficiency in working together to prepare to deal sustainably with the changes in the future which focus on transparency of strategy and customer focus. The Company had contracted a leading world-class advisory company to organize the assessment so that the evaluation result is neutral and truly reflects the level of readiness of the Company. Result of the evaluation for 2019 showed the employee bond to the Company to be at the score of 63 which was at a level which is similar to the average bond level of companies in Thailand. Nevertheless, the Company places importance on developing system and internal working which is conducive to efficient work for employees at all levels so that employees may have a sustainable bond with the Company.

Furthermore, the Company awards certificate of appreciate to employees continuously and regularly to boost the morale and build inspiration in working which will result in satisfaction and binding of employees and the success of the organization such as Certificate of Honor for employees on reaching retirement, Certificate of Appreciation for employees who perform their job with principle, Certificate of Appreciation for employees who are good role models in their work performance which makes good impression and created good image for the organization which is considered good example worthy of being appreciated.

การสรรหาและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ

เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเสริมความแข็งแกร่งให้กับองค์กร บริษัทมุ่งสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาร่วมงานกับบริษัท ภายใต้เป้าหมายที่ต้องการเป็นหนึ่งในห้าองค์กรชั้นนำในประเทศไทยที่มีผู้อยากเข้าร่วมงานด้วย บริษัทจึงกำหนดและดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การสรรหาและดึงดูดบุคลากรเชิงรุก ผ่านการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและองค์กรชั้นนำในการจัดโครงการที่ส่งเสริมการเติบโตทางการศึกษาและเสริมสร้างประสบการณ์ของนักศึกษาที่มีศักยภาพร่วมกันควบคู่ไปกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อรักษามูลค่าเหล่านี้ให้ร่วมงานและเติบโตไปกับบริษัทอย่างยั่งยืน

Recruiting and Retaining Employees with Potentials

As a way of increasing the capability in competing and in strengthening the organization, the Company focuses on finding competent and knowledgeable personnel to join our Company. Under the goal of wanting to be one of five leading organizations in Thailand which people want to work for, the Company specifies and operates under the Approach Strategy in searching for and attracting personnel through creating cooperation with educational institutions and leading organizations in organizing projects which promote educational growth and strengthen the experience of students who have potentials together. This is carried out at the same time with supporting participation of employees through various activities and projects to retain these personnel to work and sustainably grow with the Company.

การบริหารผลการปฏิบัติงาน

การบริหารผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานและตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของตนเองร่วมกับหัวหน้างาน ให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายของหน่วยงานและบริษัท (Company KPI) โดยบริษัทได้กำหนดระบบ การประเมินผลการปฏิบัติงานนี้ไว้ปีละ 2 ครั้ง คือกลางปีและปลายปีซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บังคับบัญชาและพนักงาน ได้หารือร่วมกัน (One-on-one Session) เพื่อพัฒนาปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันในการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ รวมถึงเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและพนักงาน อันจะนำมาซึ่งความผูกพันต่อองค์กร

จากการประเมินผลการปฏิบัติงาน จะทำให้บริษัทสามารถพัฒนาจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาของพนักงานรายบุคคล ซึ่งบริษัทได้มีการนำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) หรือ IDP มาใช้ในหน่วยงานต่างๆ จะช่วยให้พนักงานได้รับการพัฒนาอย่างตรงตามความจำเป็นและต่อเนื่อง

Performance Management System

In order to handle Performance Appraisal fairly, the Company has given the opportunity for employees to participate in specifying their work plan and their own key performance indicators together with their supervisor to conform to the goal of the department and the Company's KPI. The Company has fixed in the system that this Performance Appraisal be carried out 2 times a year, that is, in the middle of the year and at the end of the year which gives the supervisor and the employee the opportunity to have a One-on-One Session so that the work can be improved and be more efficient and to have the same understanding of the goal set by the organization. This will at the same time strengthen good relationship between the supervisor and the employee resulting in a bond with the organization.

The performance appraisal will enable the Company to develop strengths and points for developments of the individual employee, and the Company has presented the Individual Development Plan or IDP for use in the different departments to help employees receive the development they require continually.

โครงการทุนการศึกษา

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพและคุณภาพ และเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจให้เติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทจึงมีนโยบายให้ทุนการศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศแก่นิสิต นักศึกษา บุคคลทั่วไป รวมถึงบุคลากรภายในบริษัท ให้ได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของตนเองตามสาขาวิชาต่างๆ เพื่อเป็นการปูพื้นฐานความก้าวหน้าในอาชีพการทำงานในอนาคต โดยที่บริษัทได้ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาในสาขาวิชาชีพต่างๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการศึกษา อาทิ ค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าเอกสารประกอบการเรียน รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นต้น โดยที่บริษัทได้มีการติดตามประสานงานและอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนการพัฒนาสายอาชีพที่รองรับกับตำแหน่งงานที่เหมาะสมของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการและให้โอกาสได้ร่วมงานกับบริษัทในระหว่างที่กำลังรอเข้าศึกษาอีกด้วย โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้สนับสนุนทุนการศึกษามาอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 23 คน โดยในปี 2562 ได้มอบทุนการศึกษาให้กับบุคลากรภายในและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจำนวน 2 ทุน

โครงการนักศึกษาฝึกงาน

บริษัทได้จัดโครงการพัฒนาศักยภาพให้กับนิสิตนักศึกษาในสถานการศึกษาต่างๆ ผ่านโครงการนักศึกษาฝึกงานกรุงเทพประกันชีวิต เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กับนิสิตนักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการทำงานจริง และได้รับประสบการณ์จากการปฏิบัติงานโดยตรง สามารถนำความรู้ที่เรียนมาประยุกต์ใช้ในการฝึกงานได้ อันเป็นการพัฒนาศักยภาพและเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับนิสิตนักศึกษา สำหรับเข้าสู่ชีวิตการทำงานในอนาคต โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้ให้การสนับสนุนโครงการนักศึกษาฝึกงานมาอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ทั้งในรูปแบบของการฝึกงานสายวิชาชีพ การฝึกงานในหน่วยงานทั่วไป การฝึกงานสหกิจศึกษา รวมไปถึงการศึกษาดูงานของมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับความรู้ในหัวข้อต่างๆ เช่น ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจประกันชีวิต ความรู้ด้านการวางแผนทางการเงิน ความรู้ในหน่วยงานต่างๆ และยังสามารถใช้แหล่งเรียนรู้ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริษัทได้เหมือนพนักงานของบริษัท นอกจากนี้ นักศึกษาฝึกงานยังได้มีโอกาสในการทำและนำเสนอโครงการที่ตนเองสนใจให้แก่ผู้บริหารของบริษัทเพื่อเป็นการฝึกประสบการณ์ในการสร้างสรรค์ไอเดียและนำความรู้ไปต่อยอดในการเรียน การทำงาน และในการใช้ชีวิตในอนาคต โดยที่บริษัทมีความยินดีที่จะรับนักศึกษาฝึกงานที่เข้าร่วมโครงการและสำเร็จการศึกษาแล้ว ซึ่งถือเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าร่วมเป็นสมาชิกของบริษัทอีกด้วย โดยในปี 2562 ที่ผ่านมามีนักศึกษาเข้าร่วมโครงการฝึกงานสายวิชาชีพจำนวน 8 คน การฝึกงานสหกิจศึกษา จำนวน 2 คน และการศึกษาดูงานหน่วยงานด้าน

EDUCATIONAL FUND PROJECT

The Company is aware of the importance of education as it is an important basic factor in creating potentials and quality for personnel development. To support the business expansion to grow and advance stably and sustainably the Company has a policy of granting educational scholarship at Bachelor's and Master's Degree level both for inland and overseas studies to students and the general public including the Company's employees to give them the chance to improve their own potentials on various subjects in order to lay the foundation for their work progress in the future. The Company supports educational scholarship in various professional branches including expenses incurred for the study such as cost of the credit, tuition fees, cost of handouts and other expenses. The Company follows up, coordinates, and facilitates things for the students so they can concentrate fully on the learning. Apart from this the Company has plans to develop the professions which support the work positions suitable for the students who participate in the project and gives them the opportunity to join the Company while waiting for the study to begin. In the past the Company has sponsored educational scholarships continually both at Bachelor's and Masters' Degree levels, altogether 23 persons. And in 2019 the Company presented one educational scholarship each to an internal personnel and the general public.

STUDENT APPRENTICESHIP/ ON-THE-JOB TRAINING PROJECT

The Company has established a project to develop potentials for students of various educational institutions via the Bangkok Life Assurance Student Apprenticeship / On-the-job Training Project to give students an opportunity to study actual work process, get experience from direct operation, and can use the knowledge they have studied to apply during the job training, and this potential development and preparedness will enable students enter working life in the future. During the past, the Company has been continuously supporting the student apprenticeship / on-the-job training project regularly every year both in the form of vocational job training, job training in office departments in general, co-operative education job training, and study-visit by various universities. Students who participate in the project receive knowledge in various subjects such as knowledge about life insurance business, knowledge about financial planning, knowledge of various departments, and they can even make use of learning sources and facilities in the Company just like an employee of the Company. Furthermore, internship students have the chance to create and present projects which they are interested in to the Company's executives as an exercise in creating ideas as well as use the knowledge gained to expand their studies, their work and their way of life in the future. Also, the Company is happy to

คณิตศาสตร์ ด้านการบริหารความเสี่ยง และด้านประกันชีวิตของอาจารย์ และนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง จำนวน 60 คน

accept internship students who have participated in the project and have completed their education and are considered a quality personnel to join as a member of the Company. In 2019, we had 8 students participating in the vocational training project, 2 students in co-operative education job training, and 60 students and lecturers from the Prince of Songkhla University participated in a study-visit in the field of mathematics, risk management, and life insurance.

ระบบการสืบทอดตำแหน่งงาน

บริษัทให้ความสำคัญต่อทุกตำแหน่งงานหลักในองค์กร จึงมีโครงการพัฒนาพนักงานในแต่ละระดับงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับระบบการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) โดยบริษัทได้ดำเนินการคัดเลือกบุคลากรภายในองค์กรที่เป็น “ดาวเด่น” (Talent) ที่สามารถสร้างผลงานที่ดีเลิศตามที่องค์กรคาดหวัง เพื่อให้มีความพร้อมดำรงตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งทันทีที่ตำแหน่งนั้นๆ ว่างลง ซึ่งการจัดทำ “แผนการสืบทอดที่ตำแหน่ง” นั้น บริษัทจะเน้นตำแหน่งผู้บริหารระดับฝ่ายงานขึ้นไป เช่น ผู้บริหารสาย ผู้บริหารฝ่าย เป็นต้น ดังนั้นการวางแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) จึงเป็นโครงการคัดเลือกและเตรียมความพร้อมของบุคลากรไว้เพื่อรองรับตำแหน่งงานที่จะว่างลงเนื่องจากผู้ดำรงตำแหน่งเดิมเกษียณอายุ หรือมีตำแหน่งงานใหม่ที่เกิดขึ้น เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจและงานในส่วนต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผู้ที่ถูกคัดเลือกเป็นผู้สืบทอด (Successor) จะได้มีเวลาเตรียมความพร้อมทั้งด้านความรู้ ทักษะ ความสามารถในสายงาน และสำคัญที่สุดคือด้านภาวะผู้นำ โดยได้รับการพัฒนาผู้สืบทอดเป็นรายบุคคล (Successor Development Plan) รองรับภารกิจและส่งผลต่อความประสบความสำเร็จในภาพรวมขององค์กรอย่างยั่งยืน

Succession Planning

The Company places importance on every main job position in the organization and therefore sets up a project for employee development at each job level in succession in order to support the Succession Planning system. The Company selects personnel in the organization who display “Talent” and can create excellent work as per expectation of the organization and prepare them to take up a vacant position as soon as it becomes free. This Succession Planning is focused at executive positions and above, such as Line Manager and Department Executive.

Therefore, the Succession Planning can be considered a project for selecting and preparing personnel to step into a vacant position due to retirement of the predecessor or to be assigned to a new position to enable the organization carry out business and work activities in different departments continuously. In this respect, the Successors will have time to prepare themselves in the aspects of knowledge, skill, and capability in their line of work, and most importantly in the aspect of leadership. The Successor Development Plan will support the growth of the organization and result in the overall sustainable success of the organization.

สมรรถนะผู้นำ

บริษัทได้พัฒนาระบบสมรรถนะผู้นำในปี 2562 โดยผ่านกระบวนการระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารฝ่ายงานขึ้นไป กำหนดสมรรถนะผู้นำขององค์กรที่ควรมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการงานและทีมงาน สมรรถนะผู้นำดังกล่าวจึงได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินศักยภาพผู้นำในองค์กร โดยผลการประเมินรายบุคคลจะถูกนำมาพิจารณาจุดเด่นและจุดที่ต้องพัฒนา ศักยภาพของผู้นำรายนั้นๆ เพื่อให้ตรงตามผลการประเมินรายบุคคล ทั้งนี้เพื่อเป็นการเสริมศักยภาพให้ผู้นำมีความสามารถมากขึ้น มีความพร้อมขับเคลื่อนองค์กรไปอย่างมีประสิทธิภาพ รองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และยังสามารถสนับสนุนงานรองรับฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในอนาคตอย่างยั่งยืน สมรรถนะผู้นำทั้ง 6 ด้าน ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ (Visioning) การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อการตัดสินใจ (Decision Making) การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) การบริหารและพัฒนาพนักงาน (Managing and Developing People) การสื่อสาร (Communication) และนวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation)

LEADERSHIP COMPETENCY

The Company has developed a Leadership Competency system in 2019 through a brainstorming process from executives at the levels of department manager and above to specify the leadership competency of the organization who should have a major role in managing work and team members. This leadership competency has therefore been used as a tool in evaluating the potential of the organization’s leader. The result of the individual evaluation will be used for consideration of the strengths and the points for improvement of that particular leader to correspond to the personal evaluation in order to augment the leadership potential to a higher level, ready to efficiently drive the organization to support future changes and also able to sustainably support the increased customer base in the future. The 6 aspects of Leadership Competency comprise Visioning, Decision Making, Change Management, Managing and Developing People, Communication, and Business Innovation.

สุขภาพ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

บริษัทตระหนักดีว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและถูกสุขภาวะ ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี ถือเป็นหลักการหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติด้านแรงงาน บริษัทจึงดูแลและเอาใจใส่พนักงานอย่างใกล้ชิด ด้วยการรับฟังความต้องการของพนักงานอย่างทั่วถึง ผ่านช่องทางที่หลากหลาย นำเสนอสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับพนักงานและครอบครัว ตลอดจนดำเนินโครงการและกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยเสริมให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน และมีคุณภาพชีวิตที่ดีตลอดระยะเวลาที่ร่วมงานกับบริษัท โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะข้อมูลหรือสวัสดิการต่างๆ ผ่านทางคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ

ด้วยความใส่ใจของบริษัทที่ต้องการให้พนักงานทุกคนมีสุขภาพ แข็งแรง และทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี บริษัทจึงสร้างสรรค์สร้างกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นศูนย์ออกกำลังกายทั้งในร่มและกลางแจ้ง ศูนย์อาหารที่ถูกสุขลักษณะและมีอาหารจำหน่ายหลากหลาย ถูกต้องตามหลักโภชนาการ สมาคมและชมรมต่างๆ ทั้งด้านกีฬา สันทนาการ และศิลปวัฒนธรรม ส่งผลให้พนักงานทุกคนมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ส่งผลให้อัตราการเจ็บป่วยหรือขาดงานลดน้อยลง บริษัทได้ให้การสนับสนุนพนักงานในองค์กรจัดตั้งชมรมพร้อมสนับสนุนค่าใช้จ่ายและอุปกรณ์การกีฬาอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยชมรมต่างๆ ดังนี้

ชมรมพุทธศาสตร์	Buddhism Club	สมาชิกจำนวน 150 คน	150 members
ชมรมรักสุขภาพ	Health Club	สมาชิกจำนวน 70 คน	70 members
ชมรมฟุตบอล	Football Club	สมาชิกจำนวน 70 คน	70 members
ชมรมวิ่งเพื่อสุขภาพ	Run for Your Health Club	สมาชิกจำนวน 94 คน	94 members
ชมรมปิงปอง	Ping Pong Club	สมาชิกจำนวน 29 คน	29 members

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมทำความสะอาด “Big Cleaning Day” ทุกวันศุกร์สุดท้ายของเดือนที่สิ้นไตรมาส โดยคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อความปลอดภัยในชีวิตการทำงาน ถูกสุขอนามัย และดูแลระมัดระวังทรัพย์สินให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

การอบรม CPR ของห้องแพทย์

เพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการกู้ชีพด้วยวิธี CPR เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับพนักงาน ทางศูนย์การแพทย์ของบริษัทได้จัดให้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องการกู้ชีพและข้อควรปฏิบัติที่ถูกต้องเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน นอกจากนี้ ศูนย์การแพทย์ของบริษัทยังมีการสาธิตขั้นตอนการกู้ชีพ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทดลองทำการกู้ชีพด้วยวิธี CPR ด้วยตนเองเพื่อให้มีความเข้าใจที่มากขึ้น

กิจกรรมโดยห้องแพทย์

บริษัทให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ตัวแทนเพื่อส่งเสริมความรู้เรื่องโรคต่างๆ และเพื่อให้ตัวแทนสามารถถ่ายทอดความรู้ต่อให้แก่ลูกค้า โดยศูนย์การแพทย์ของบริษัทมีการจัดกิจกรรมอบรมความรู้เรื่องโรคต่างๆ ตลอดทั้งปี

Health, Safety, and Well-Being of Employees

The Company is well aware that safe and hygienic work environment and fostering employees' well-being are considered a respect of basic human right principles and labor practice. Therefore, the Company closely looks after and pay attention to employees by listening to the needs of all employees through various channels, presenting appropriate welfare to employees and their families as well as carry out various projects and activities which promotes happiness in employees at the workplace, with good quality of life throughout their employment with the Company. Employees are encouraged to give opinions and present information or make suggestions about fringe benefits / welfares through the Welfare Committee of the workplace.

With the Company's heedfulness in wanting all employees to enjoy good health and work under good environment, the Company has created various activities and facilities for employees, whether they be indoor or outdoor sports center, hygienic food courts serving a variety of nutritious food, clubs for sports, recreation and arts, all of which promote good physical and mental health for all employees, resulting in reduced number of sickness or absence from work. The Company encourages employees in the organization to set up clubs and has continuously given monetary support for expenses and sports equipment. Following are the clubs set up by employees:

Apart from this, there is a cleaning activity called “Big Cleaning Day” held every last Friday of each quarterly month organized by the Safety, Hygiene and Environment at the Workplace Committee to observe safety in the working life, for hygiene, and for attention in keeping assets in good order.

CPR Training at the Medical Room

To promote correct understanding about resuscitation by CPR to ensure safety for employees, the Company's medical center organized a training to instruct about resuscitation and correct practices in emergencies. Moreover, the Company's medical center also demonstrated steps in resuscitation and gave the opportunity for participants to test and carry out the resuscitation by CPR by themselves for better understanding.

Activities by the Medical Room

The Company places importance in instructing agents in order to improve their knowledge about various disease so that the agents

เช่น อบรมให้ความรู้เรื่องโรคมะเร็ง อบรมให้ความรู้เรื่องโรคอ้วน เป็นต้น นอกเหนือจากการให้ความรู้แก่ตัวแทน ศูนย์การแพทย์ยังให้ความสำคัญกับพนักงานและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดีผ่านการแข่งขันลดน้ำหนัก โดยกิจกรรมดังกล่าวมีการจัดอบรมเรื่องความรู้ทางโภชนาการและการใช้ Application สำหรับควบคุมน้ำหนักให้กับผู้ที่เข้าร่วมโครงการลดน้ำหนัก พร้อมทั้งมีการส่งเสริมการออกกำลังกายให้กับพนักงานโดยการติดตั้งสติ๊กเกอร์ขึ้นบันไดเพื่อบอกการเผาผลาญจำนวนแคลอรีในแต่ละขั้นที่ก้าวขึ้น นอกจากนี้ ศูนย์การแพทย์ของบริษัทยังมีกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสนับสนุนสุขภาพที่ดีของพนักงาน เช่น การจัดกิจกรรมรณรงค์เลิกบุหรี่ให้กับพนักงาน เป็นต้น

การบริหารจัดการความปลอดภัยในกรณีฉุกเฉิน

บริษัทได้จัดทำแผนการบริหารและป้องกันในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินและการระงับอัคคีภัย พร้อมทั้งจัดเตรียมทรัพยากรและอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมในการรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินต่างๆ ทั้งในส่วนอาคารสำนักงาน และสำนักงานสาขาทั่วประเทศ โดยมีการจัดการ ควบคุมตอบสนอง ตอบโต้ติดต่อประสานงานช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ รวมถึงมีการจัดทำแผนการตรวจตรา แผนการรณรงค์ป้องกันอัคคีภัย แผนการซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟ และแผนการบรรเทาทุกข์ พร้อมทั้งดูแลจัดการสถานที่ทำงานไม่ให้มีวัสดุหรือลักษณะของการทำงานที่มีโอกาสเป็นต้นเหตุของการเกิดเพลิงไหม้ และมีการจัดให้มีการฝึกซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟประจำปีตามข้อกำหนดของกฎหมาย

- การป้องกันการเกิดอัคคีภัยในองค์กร โครงการซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี สำนักงานใหญ่และสำนักงานสาขา (8 สาขา) เพื่อรณรงค์ให้พนักงาน ผู้บริหาร และตัวแทนฝ่ายขาย รวมไปถึงประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีความสนใจเข้าร่วมได้ตระหนักและให้ความสำคัญถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในสำนักงาน สามารถป้องกันและระงับเหตุจากการเกิดอัคคีภัยในเบื้องต้นได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนได้รับความร่วมมือจากกรมสวัสดิการแรงงานพื้นที่ (จังหวัดหนองคาย) เข้าร่วมสังเกตการณ์ในการอบรมและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟของสำนักงานสาขาหนองคายอีกด้วย

can transfer the knowledge gained to customers. The Company’s medical center organizes activities all year round to educate participants on various diseases and sickness such as training about cancer, obesity, and so on.

Apart from instructing the agents, the medical center also gives importance to employees and fortifies the organization’s culture in promoting good health through a weight-lifting competition. This activity consists of giving knowledge on dietetics and the use of application for weight control for participants of the weight control project. An exercise project is promoted to employees by fixing stickers on staircase steps to tell of the amount of calories burnt with each step taken. Furthermore the Company’s medical center organizes other activities to promote good health for employees such as the stop smoking campaign activity.

Safety in Emergency Management

The Company set up a plan in managing and protecting in emergency and firefighting and has prepared necessary resources and equipment for preparedness for various emergency incidents both at the Head Office and branch offices nationwide under the procedures of management, control, response, strike back, contact, and collaborate to help the injured. Also there are plans for patrolling, fire protection campaign, fire drill, evacuation, and rescue plan. The workplace is superintended so there are no materials or working characteristics which may be a source of fire, and fire drills are annually organized according to legal requirements.

- Prevention of Fire in the Workplace

Annual fire drills are held at the Head Office and 8 branch offices for participation by employees, executives and sales representatives as well as interested people nearby who are interested to attend to raise awareness in the importance of safety for life and properties in the workplace to be able to initially prevent and deter the cause of fire correctly. We received cooperation from officials of the Department of Labour Protection and Welfare (Nong Khai Province) who participated and observed the fire drill at our Nong Khai Branch Office.

การปฏิบัติด้านสิทธิแรงงาน

Labor Rights Practice

บริษัทให้ความสำคัญต่อการเคารพในหลักสิทธิแรงงาน และการปฏิบัติต่อพนักงานทุกระดับอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมโดยไม่แบ่งแยกเพศ สีผิว เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และการศึกษา อีกทั้งให้อิสระแก่พนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมที่ไม่ขัดต่อข้อบังคับการปฏิบัติงานของบริษัท และบริษัทยังใช้หลักการด้านแรงงานสัมพันธ์กับพนักงานทุกระดับภายในองค์กรโดยฝ่ายบริหาร ทรัพยากรบุคคล มีการจัดกิจกรรมสนทนาการสานสัมพันธ์กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง และให้สิทธิเสรีภาพกับพนักงานในการโหวตหรือแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นรูปธรรม

The Company places importance on observing the principles of labor rights and equal and fair treatment of all levels of employees without discrimination based on sex, color, nationality, religion, culture, and education. We also give employees the freedom to participate in activities which do not go against the work regulations of the Company. Moreover, the Company practices the principles of labor relations with every level of employees in the organization. In this respect, the Human Resources Department continuously holds recreational activities to strengthen relationship with employees and gives freedom to employees in voting or giving opinions concretely.

สิทธิมนุษยชน

บริษัทมุ่งเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โดยให้ความสำคัญต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนของลูกค้า พนักงานชุมชน และคู่ค้าทางธุรกิจ ผ่านการตรวจสอบและประเมินผลกระทบในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการเคารพสิทธิแรงงานและสิทธิมนุษยชนของพนักงานในการจ้างงานและการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ซึ่งบริษัทได้ระบุไว้อย่างชัดเจนในจรรยาบรรณบริษัทและกลุ่มธุรกิจของบริษัท และนโยบายสิทธิมนุษยชน ที่ยึดปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง อาทิ ตราสารสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ (The International Bill of Human Rights) ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (The Universal Declaration of Human Rights) และแนวทางและหลักการของสหประชาชาติในเรื่องธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights : UNGP) เพื่อแสดงถึงความยึดมั่นและแนวปฏิบัติที่ดีต่อลูกค้าและพนักงาน ตลอดจนคู่ค้าทางธุรกิจของบริษัท

รางวัล THAILAND BEST EMPLOYER BRAND AWARDS 2020

ด้วยความมุ่งมั่นและการพัฒนางานด้านบริหารทรัพยากรบุคคลในปี 2562 ทำให้บริษัทได้รับรางวัลจากงานประกาศรางวัล 14th EMPLOYER BRANDING AWARDS จัดขึ้นโดยสถาบันด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (World HRD Congress) และ EMPLOYER BRANDING INSTITUTE - INDIA องค์กรด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและแนวปฏิบัติด้านกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นสถาบันที่มอบรางวัลให้กับองค์กรชั้นนำทั่วโลกที่มีการบริหารงานเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลได้อย่างดีเยี่ยมและมีประสิทธิภาพ พัฒนากิจกรรมของบุคลากรได้อย่างเหมาะสม และผู้บริหารที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาองค์กรให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้หญิงมีบทบาทในการเป็นผู้นำในองค์กร เป็นแบบอย่างที่ดีด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและใช้การประชาสัมพันธ์ในงานอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัท ได้รับรางวัลจำนวน 2 รางวัล ได้แก่ THAILAND BEST EMPLOYER BRAND AWARDS 2020 และ HR EXCELLENCE AWARDS 2020 ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของบุคลากรภายในองค์กรทุกหน่วยงานและทุกระดับงาน ตลอดระยะเวลา 68 ปี ในการดำเนินธุรกิจ กรุงเทพมหานครมีชีวิตมีความตั้งใจพัฒนาความเป็นเลิศในทุกด้านอยู่เสมอ และจะมุ่งมั่นพัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดนิ่งสู่การเป็นผู้นำด้านการวางแผนการเงินครบวงจรให้กับคนไทยต่อไป

With determination and development of work in human resources management in 2019, the Company had been presented the 14th EMPLOYER BRANDING AWARDS organized by the World HRD Congress and EMPLOYER BRANDING INSTITUTE – INDIA, an international organization which promotes innovation and practices of Human Resources strategies and an institute which presents awards to leading organizations worldwide that manage human resources with excellence and efficiency, develop employees' skills appropriately, with the management helping in developing the organization to conform with the strategies as well as encouraging women's role as organizational leader, a good role model in

HUMAN RIGHTS

The Company aims to be a leader in operating business fairly by placing importance on respecting human rights of customers, community, employees and business partners through checking and assessing impacts in the aspect of human rights which may occur from the business operations as well as respect the labor rights and human rights in the hiring of employees and fair practice to employees. These are all specified clearly in the Codes of Conduct of the Company and the Company's business groups as well as the Human Rights Policy which adheres to the relevant law and standards on international human rights such as The International Bill of Human Rights, The Universal Declaration of Human Rights and the UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP in order to show commitment and fair practice to customers and employees as well as the Company's business partners.



development of human resources with effective use of public relations in conjunction with work.

The Company received 2 awards, THAILAND BEST EMPLOYER BRAND AWARDS 2020 and HR EXCELLENCE AWARDS 2020; these awards are the result of cooperation of the organization's personnel from every department and at every level.

Throughout 68 years of our business operations, Bangkok Life Assurance has always nurtured the intention of developing excellence in every aspect and we are determined to incessantly continue our progress towards being the leader in comprehensive financial planning for Thai people.

มุ่งสู่การเป็น... TOWARDS

องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
An organization which is responsible
for society and environment



เสียงจากผู้มีส่วนได้เสีย ด้านสังคม

“ในฐานะบริษัทประกันชีวิตชั้นนำ บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต มีหน้าที่สร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้แก่สังคม โดยการให้ความรู้ด้านการทำประกันชีวิตให้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินและคุณค่าชีวิตควบคู่กับการสร้างความมั่นคงทางการเงิน ด้วยการแนะนำวางแผนทางการเงินอย่างเหมาะสม”

Feedback From Stakeholders...On Society

“As a leading life insurance company, Bangkok Life Assurance has the duty to create positive changes to society by giving knowledge on life insurance plans which suit the financial status and quality of life together with building financial security by giving advice on appropriate financial planning.”

ประเด็นความ ยั่งยืนที่สำคัญ

- การเข้าถึงบริการทางการเงินและส่งเสริมความรู้ทางการเงิน
- การส่งเสริมด้านสุขภาพและการป้องกันค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล
- การเปิดโอกาสด้านการศึกษาและปลูกฝังค่านิยมสำคัญให้แก่เยาวชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน
- การสร้างจิตสำนึกและการดูแลสิ่งแวดล้อม

Important Sustainability Aspects

- Access to financial service and promote financial knowledge
- Promotion of good health and protection against Medical treatment expenditures
- Educational opportunities and fostering significant values in youth leading toward a sustainable development of the country
- Create awareness and look after the environment

กรุงเทพประกันชีวิตมุ่งมั่นสร้างความมั่นคงให้กับประชาชน ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยึดหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส มีจริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และตรวจสอบได้ รวมทั้งสร้างคุณค่าแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่เพียงให้ความสำคัญด้านเศรษฐกิจหรือผลตอบแทนจากการประกอบธุรกิจเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญด้านการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนผ่านวิสัยทัศน์ขององค์กร ค่านิยมและนโยบาย สังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติภายใต้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนมาโดยตลอด บริษัทยังดำเนินงานโดยคำนึงถึงการช่วยยกระดับเศรษฐกิจ ปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างสรรค์สังคม

Bangkok Life Assurance is determined to create stability for the public, operate business with integrity under good corporate governance principles, apply principles of good governance, transparency, ethics, honesty, and accountability, as well as create values for stakeholders. Not only giving importance to economy or returns on business operations, but also placing importance on caring for society and environment which is reflected through the organization's vision, value, and policy on society and the environment which the Company has always adhered to as a guideline under the framework of sustainable development. The Company also operates business by considering helping to enhance the economy, raise awareness of loving the environment and creative society.

กรอบการดำเนินกิจกรรม เพื่อสังคมตามประเด็นความยั่งยืน

Framework in Carrying out Social Activities under Aspect of Sustainability

บริษัทยึดมั่นการดำเนินธุรกิจตามกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน และได้นำสภาพปัญหาที่พบในสังคมไทยมาเป็นกรอบในการดำเนินการ โดยการร่วมสร้างความมั่นคงในชีวิตของประชาชนในทุกช่วงวัย อีกทั้งยังมุ่งเน้นการดำเนินงานที่ช่วยลดการทำลายสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยร่วมมือกับคู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ หน่วยงานของภาครัฐและเอกชน และประชาชนทั่วไป สำหรับการร่วมสร้างความมั่นคงในชีวิตของประชาชน นอกจากนี้ กรุงเทพประกันชีวิต ยังได้ส่งเสริมให้มีการดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยการลดการใช้กระดาษสำหรับเอกสารเกี่ยวกับประกันชีวิตต่างๆ ด้วยการเปลี่ยนเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์แทน และเก็บบนระบบ Smart Tools ที่บริษัทจัดทำขึ้นเพื่อความสะดวก ไม่ต้องเดินทางเข้ามายังบริษัทอีกต่อไป เป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมของประเทศ

The Company adheres to operating business under the framework of sustainable development and has utilized the problems found in Thai society as our operating framework by participating in creating stability in the lives of people of all age ranges. We also seriously and continuously intend to carry out works which help reduce destruction of the environment and natural resource by cooperating with our trading partners, business partners, public sector and private sector including the public in general to collaborate in creating stability in people's life. Apart from this, Bangkok Life Assurance is also promoting care for the environment by reducing paper usage of various documents concerning life insurance by switching to electronics documents instead which are kept under Smart Tools system which the Company created for convenience so that there is no longer any need for customers to travel to the Company in order to support the quality of life and the country's environment.

กรอบการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมตามประเด็นความยั่งยืน Framework in Carrying out Social Activities under Aspect of Sustainability

ด้านเศรษฐกิจ Economy-wise	ด้านสังคม Society-wise	ด้านสิ่งแวดล้อม Environment-wise
<ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมความรู้ทางการเงิน • การเข้าถึงบริการทางการเงิน • Promote financial knowledge • Access to financial service 	<ul style="list-style-type: none"> • การส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาเยาวชน • การปลูกฝังค่านิยมสำคัญทางด้านวัฒนธรรม • การพัฒนาคุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม • การพัฒนาความรู้ด้านการดูแลสุขภาพของ คนในชุมชน • Promote acquisition of knowledge and youth development • Implant important cultural values • Develop quality of life and environment • Develop knowledge in healthcare for community people 	<ul style="list-style-type: none"> • การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม • การลด ละ เลิกใช้พลังงาน และวัสดุไม่จำเป็น • Raise awareness of the environment • Reduce-reject-cease using energy and unnecessary materials

กลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม

องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมจำเป็นต้องมีการดำเนินการในวงกว้าง หากได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสียจะทำให้การดำเนินการเกิดผลลัพธ์ที่ไปถึงสังคม โดยรวมบริษัทจึงได้ร่วมมือกับพันธมิตรและเปิดโอกาสให้พนักงานและตัวแทนประกันชีวิตได้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง และได้ร่วมมือกับพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ คือ

- สมาคมนักวางแผนการเงินแห่งประเทศไทย
- สมาคมประกันชีวิตไทย
- สมาคมสร้างสรรค์ไทย
- บลจ บัวหลวง
- กรุงเทพประกันภัย และบริษัทเครือธนาคารกรุงเทพ
- กระทรวงสาธารณสุข
- สมาคมกีฬาต่างๆ
- โรงพยาบาลต่างๆ เพื่อจัดอบรมด้านสุขภาพ

นอกจากนี้การที่ปัญหาเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกับมิติของเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมด้วย บริษัทได้ใช้แนวทางการดำเนินผ่าน 2 โครงการหลัก เพื่อเชื่อมโยงมิติของปัญหาด้านต่างๆ เข้ามาดำเนินการในลักษณะร่วมกัน ดังนี้

กรุงเทพประกันชีวิต ชีวิตที่ออกแบบได้

BANGKOK INSURANCE.... LIVE AS YOU DESIGN

กรุงเทพประกันชีวิต ชีวิตที่ออกแบบได้ เป็นโครงการที่ให้ความสำคัญและเน้นการให้ความรู้ด้านการวางแผนการเงินอย่างรอบด้านแก่ประชาชนแต่ละช่วงอายุ พร้อมให้คำปรึกษาและแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินสู่ประชาชน เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินชีวิต ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะช่วยให้ประชาชนได้รับความรู้ขั้นพื้นฐานและสามารถวางแผนการเงินที่เหมาะสมกับฐานะและคุณค่าชีวิตของตนเองได้ ซึ่งทั้งหมดนี้จะนำไปสู่ความมั่นคงในชีวิตตนเองและครอบครัว

แนวคิดชีวิตที่ออกแบบได้ จะสร้างความรู้ทางการเงิน 2 ด้าน การสร้างวินัยทางการเงินด้วยการออมและการลงทุน คือ

Bangkok Life Assurance, Live as you design is a project which places importance and focuses on providing knowledge in comprehensive financial planning to people in each age range as well as giving advice and sharing knowledge concerning financial products to the public for use as a tool in conducting their lives. This activity will help the public receive basic knowledge and can plan their own finances which suit their status and quality of life. All this will lead to stability in their life and their family's lives.

The concept of Live as You Design will give 2 aspects of financial knowledge, creating financial discipline by saving, and saving, namely.

Strategy in Creating Social Activities

Organizations with corporate social responsibility (CSR) need to operate in a wide circle, and if they receive collaboration and support from stakeholders their business operation will generate results to society in general. The Company therefore cooperates with partners and gives the opportunity to employees and life insurance agents to continuously participate in various social activities of the Company. In this connection, we have been collaborating with the following partners who are experts in various aspects:

- Thai Financial Planners Association
- The Thai Life Assurance Association
- Thai Environmental and Community Development Association
- Bualuang Securities
- Bangkok Insurance and Bangkok Bank Holding Companies
- Ministry of Public Health
- Various Sports Associations
- Various hospitals for training on health

Moreover, as these problems are connected with the dimensions of economy and environment also, the Company uses ways of proceeding through 2 major projects to connect the dimensions of various problems so that they can be performed together as under.

หลักประกันความมั่นคง แก่ครอบครัว

- ประกันชีวิต
- ประกันวินาศภัย

Guarantee of security for the family

- Life insurance
- Non-life insurance



สร้างความมั่งคั่ง

- วินัยทางการเงิน
- การออมและการลงทุน
- การวางแผนเกษียณ
- ค่าใช้จ่ายสุขภาพต่างๆ

Create wealth

- Financial discipline
- Saving and investing
- Retirement planning
- Various expenditures on health

กรุงเทพประกันชีวิต

ชีวิตที่มีความสุขมากกว่า

เน้นการสร้างความสุข พร้อมส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในสังคม และบุคลากรในองค์กร โดยการดำเนินงานภายใต้แนวคิดดังกล่าว ทำให้เกิดงานกิจกรรมต่างๆ ทั้งด้านการศึกษาและพัฒนาความรู้ ความสามารถ การรักษาสุขภาพ และการออกกำลังกาย การสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทย การดูแลผู้สูงอายุ และการปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

ด้านเศรษฐกิจ :
การเข้าถึงบริการทางการเงินและส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

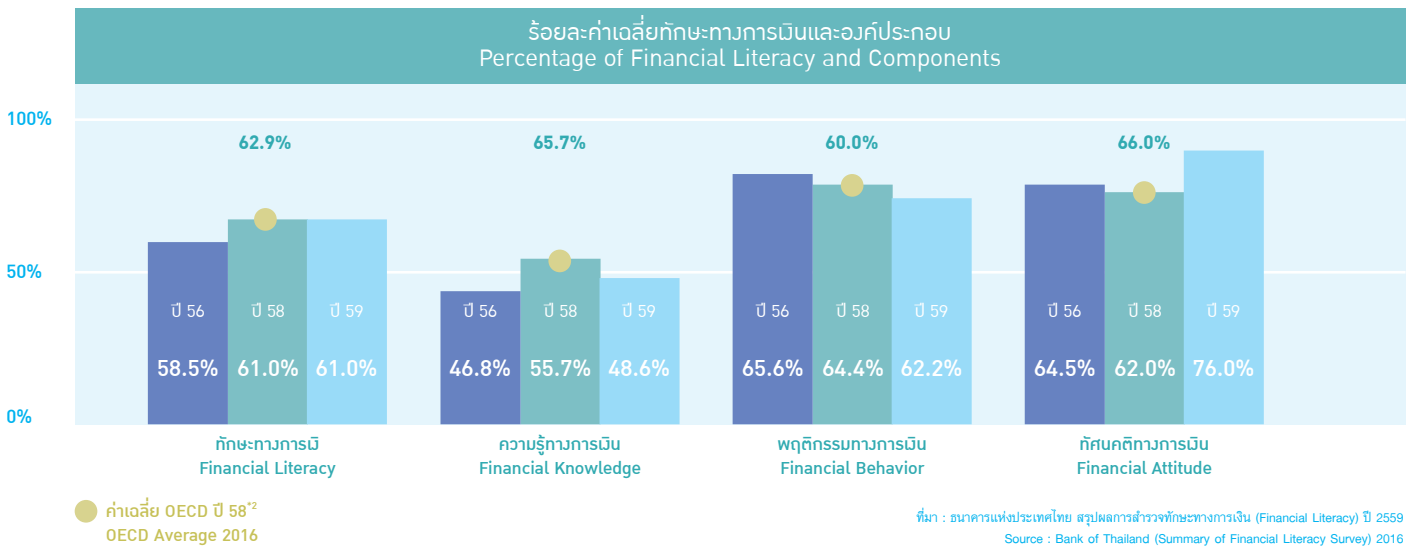
BANGKOK INSURANCE... FOR A BETTER LIFE

Focuses on giving happiness as well as fostering quality of life of society and employees in the organization by proceeding under the above concept which generates various activities both in education and in developing knowledge, capability, health caring and exercise, heritage of Thai culture, care for the elderly, and raising environmental awareness.

Economy : Financial Service Access and Promotion of Financial Literacy

ธนาคารแห่งประเทศไทยทำวิจัยในปี 2559 พบว่า คนไทยมีทักษะด้านความรู้ทางการเงินที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของ OECD ค่อนข้างมาก โดยมีความรู้ทางการเงินเฉลี่ยเพียง 48.6% ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย OECD ที่ 65.7%

Bank of Thailand's 2016 survey found that Thai people's financial literacy was considerably lower than that of the OECD average, with only 48.6% financial literacy, which was lower than the OECD average of 65.7%.



ขณะที่สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติคาดการณ์ว่าปี 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ และจะมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นอกจากปัญหาความรู้ทางการเงินแล้ว เมื่อประชาชนมีอายุยืนยาวขึ้น จะมีค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีแนวโน้มที่ภาระการดูแลของภาครัฐจะเพิ่มขึ้นสูงมาก การส่งเสริมให้ประชาชนดูแลสุขภาพและมีความคุ้มครองด้านสุขภาพตามมาตรฐานชีวิตของตนจึงเป็นแนวทางที่ควรดำเนินการ การส่งเสริมให้คนไทยมีทักษะทางการเงินเพิ่มขึ้น และการเตรียมพร้อมทางการเงินเพื่อชีวิตหลังเกษียณจึงเป็นปัญหาสำคัญของประเทศ การสร้างความมั่นคงทางการเงินเพื่อให้สามารถใช้ชีวิตหลังเกษียณได้อย่างไม่ลำบากจึงเป็นเป้าหมายทางการเงินที่สำคัญของประเทศที่ต้องส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักและเริ่มการวางแผนสำหรับตนเอง

บริษัทในฐานะที่เป็นสถาบันการเงินที่ดำเนินธุรกิจทั้งด้านการสร้างความมั่นคงผ่านผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต มีพันธมิตรด้านประกันภัยและกองทุนรวม จึงให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้ประชาชนมีการวางแผนการเงิน และดำเนินการตามแผนการเงินที่วางไว้ ทั้งการสร้างหลักประกันชีวิต ทรัพย์สิน และการสร้างความมั่งคั่งผ่านกองทุนรวม ผ่านตัวแทนและที่ปรึกษาทางการเงินที่ได้รับการพัฒนา

While the National Economic and Social Development Board (NESDB) speculates that Thailand will become a full-fledge ageing society in 2021 with the number of elderly steadily rising, apart from the problem of financial knowledge, as the population's lifespan becomes longer, healthcare expenditures will rise with a tendency of placing higher financial burden on the public sector to support the elderly for healthcare. Encouraging the public to take care of their health and have health coverage according to their standard of living is therefore the path to follow.

Encouraging Thai people to have better financial literacy and be financial prepared for life after retirement is therefore an important problem for the country. Building financial stability to be able to cope with life after retirement without problem is an important financial goal of the country so it should promote people's awareness to begin planning for themselves.

The Company, being a financial institution operating business in

ความพร้อมในการวางแผนการเงิน บริษัทได้พัฒนาเครื่องมือสนับสนุนการวางแผนการเงินและการติดตามสถานะของแผนการเงิน ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบรับการวางแผนการเงิน โดยเฉพาะด้านการประกันสุขภาพ เพื่อให้ประชาชนได้มีความคุ้มครองเพื่อความมั่นคงของชีวิต และความมั่งคั่งสำหรับการใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุ เป็นการสนับสนุนและลดภาระของภาครัฐที่อาจประสบปัญหาด้านงบประมาณในระยะยาว

การส่งเสริมความรู้ ด้านการวางแผนการเงิน

บริษัทมุ่งส่งเสริมให้ความรู้ด้านการเงินแก่สังคมไทยผ่านแนวทาง

• **การให้ความรู้ผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ของบริษัท**

การสื่อสารที่ครอบคลุมทั้งช่องทางออนไลน์และสื่อต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ ยูทูป เฟซบุ๊ก ไลน์ และทวิตเตอร์ของบริษัท เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงเนื้อหาความรู้ทางการเงินที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของตน โดยมีรูปแบบการนำเสนอที่เข้าใจง่าย เช่น คำคม อินโฟกราฟิก บทความ รวมไปถึงภาพยนตร์สั้น ที่มุ่งเน้นเนื้อหาสำหรับการช่วยเสริมทักษะในการบริหารและจัดการด้านการเงิน ทำให้ประชาชนสามารถนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน จากการสร้างการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องบนพื้นที่สังคมออนไลน์ ทำให้บริษัทเข้าใจปัญหาและความสนใจด้านการบริหารจัดการทางการเงินของประชาชนไทยมากยิ่งขึ้น ในปี 2562 บริษัทจึงยกระดับเว็บไซต์ www.bangkoklife.com เพื่อพัฒนาให้เว็บไซต์ของบริษัทเป็นแพลตฟอร์มสำคัญสำหรับการสื่อสารความรู้และข้อมูลการบริหารจัดการเงินแก่ประชาชน อาทิ ความรู้ในเรื่องสุขภาพและการเงินเพื่อการวางแผนครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวม ความรู้ด้านการออม โดยมีบทความมากกว่า 400 บทความ ที่ออกแบบมาเพื่อความต้องการในทุกช่วงชีวิตของลูกค้า และใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่มุ่งเน้นการสื่อสารที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยนำเสนอทั้งในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

building security through life assurance products, with insurance and mutual fund partners, places importance in encouraging the public to have financial planning which they should carry out, both in creating life insurance through savings and accumulating wealth through mutual funds via agents and financial advisors whose financial planning preparedness has been enhanced. In this connection, the Company has developed a tool to support financial planning and follow up the status of the financial plan as well as developed products which meet financial planning needs especially in respect of health insurance to enable people to have coverage for the security of their lives and wealth for living their lives after retirement. This will support and reduce the burden on the government who may experience budgetary problem in the long run,

Promoting Financial Planning Knowledge

The Company aims at promoting financial knowledge to Thai society by

• **Providing knowledge through the Company's online communication channels**

Communication which covers both online channels and other social media such as the Company's Website, YouTube, Facebook, LINE and Twitter to enable every group of people access the contents of financial knowledge which are appropriate for their lifestyle, with an easily understood format such as well-known sayings, infographics, articles, as well as short films with emphasis on contents which enhance financial management skills so people can apply the concept to their everyday life. Creating continuous participation on social media enables the Company to understand Thai people's problems and interest in managing their finance more and more. In 2019 the Company upgraded the www.bangkoklife.com website to develop the Company's website into an important platform for communication of knowledge and financial management information to the public; for instance, knowledge on health and finance for family planning, knowledge about investing in mutual funds, knowledge about savings, with more than 400 articles which have been designed to meet customers' needs during every interval of their lifespan. The Company also uses storytelling techniques which focus on communications that are easy to understand by customers and are presented both in Thai and English languages.



	กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)	ประกันบำนาญ บีแอลเอ พร้อมเกษียณ (ออนไลน์)
ความต่อเนื่องในการซื้อ	ต้องซื้อต่อเนื่องทุกปี (เว้นได้ไม่เกิน 1 ปี ติดต่อกัน) และซื้อต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5 ปีเต็ม	★ ซื้อครั้งเดียว ไม่เป็นภาระต่อเนื่อง
ผลตอบแทน	ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและลักษณะของกองทุน	★ ความเสี่ยงต่ำ ผลตอบแทนการันตีแน่นอนตามที่ระบุในสัญญา
การรับเงินคืน	รับเป็นเงินก้อนครั้งเดียว นำมาบริหารใช้เอง	★ รับเงินบำนาญทุกปี ปีละ 15% ของจำนวนเงินเอาประกันก้อนสูงสุด 26 ปี (ถึงอายุ 85 ปี)
ลดหย่อนภาษีได้สูงสุด	15% ของรายได้ที่ต้องเสียภาษีต่อปี และไม่เกิน 500,000 บาท*	★ 15% ของรายได้ที่ต้องเสียภาษีต่อปี และไม่เกิน 200,000 บาท

*เมื่อรวมกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กบข. ประกันชีวิตแบบบำนาญ และกองทุนสมการะห์กรุงศรีไว้อีกนอกช

• การให้ความรู้ผ่านการพัฒนาความรู้ด้านการวางแผนการเงินของตัวแทนของบริษัท

การมีความรู้ด้านการวางแผนทางการเงิน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ช่วยสร้างความมั่นคงในชีวิตให้กับประชาชนในสังคมได้ โดยเฉพาะการวางแผนทางการเงินในด้านการประกันชีวิตซึ่งบริษัทมีความชำนาญ บริษัทจึงได้จัดให้มีโครงการเพื่อช่วยส่งเสริมและพัฒนาการให้ความรู้ให้กับประชาชนผ่านการพัฒนาศักยภาพของตัวแทนประกันชีวิต บริษัทมุ่งหวังที่จะเพิ่มจำนวนตัวแทนประกันชีวิตที่มีคุณภาพผ่านการจัดการอบรมที่มีขึ้นตลอดทั้งปี โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตสามารถถ่ายทอดความรู้ด้านการวางแผนทางการเงินให้กับประชาชนและผู้มุ่งหวัง รวมถึงยังสามารถช่วยลูกค้าในการวางแผนทางการเงินด้านประกันชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทได้จัดการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่สำนักงานใหญ่และสาขาของบริษัทตลอดปี เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงินได้เข้าร่วมพัฒนาความรู้ของตัวเองรวมทั้งบริษัทได้ส่งเสริมให้ตัวแทนและที่ปรึกษาการเงินเข้าร่วมสัมมนากับองค์กรภายนอกต่างๆ เช่น การจัดสัมมนาของสมาคมนักวางแผนการเงินไทย สมาคมประกันชีวิตไทย สมาคมด้านประกันชีวิตต่างๆ เช่น การประชุมระดับโลก ของสมาคม MDRT ที่มีวิทยากรชั้นนำในด้านต่างๆ เข้าร่วมให้ความรู้กิจกรรมหลักสูตรอบรมของสมาคม GAMA รวมทั้งการอบรมความรู้ต่างๆ ที่จัดโดยองค์กรพันธมิตรทางการเงินของบริษัท อาทิ บริษัทประกันภัย และบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ภายใต้โครงการความร่วมมือ BLAFA3B

• Providing knowledge through enhancement of financial planning knowledge of the Company's agents

Having financial planning knowledge is the basis of building security in life for the people in the society, especially financial planning in the aspect of life insurance of which the Company is skillful. The Company therefore established a project to help promote and develop knowledge for the public through potential enhancement of life insurance agents. The Company expects to increase the number of quality life insurance agents through the year-round trainings with the aim of having the life insurance agents being able to transmit financial planning knowledge to the public and expected targets and also help customers plan their finance for life insurance efficiently. The Company organizes various training courses at the Head Office and branch offices all year long so that life insurance agents and financial advisors can participate to enhance their own knowledge. Moreover, the Company encourages agents and financial advisors to participate in seminars organized by various external organizations; for instance, seminars held by the Thai Financial Planners Association, The Thai Life Assurance Association, and by numerous life assurance associations such as the global conference of the MDRT Association with participation by leading speakers in various fields who imparted their knowledge; GAMA Association's training program activities, as well as various knowledge trainings organized by the Company's financial partnership organizations such as the insurance company and security management mutual fund company under the BLAFA3B cooperative project.

รูปแบบการจัดกิจกรรม Format of activities held	ปี 2561 2018	ปี 2562 2019
กิจกรรม FA Club ทั่วประเทศ FA Club Activities Nationwide	34 ครั้ง 34 times	36 ครั้ง 36 times
กิจกรรมสัมมนาลูกค้า ทั่วประเทศ Customer Seminar Activities Nationwide	17 ครั้ง 17 times	10 ครั้ง 10 times
สัมมนารวบรวมที่ปรึกษาการเงิน Financial Advisor Associates Seminar	2 ครั้ง 2 times	2 ครั้ง 2 times

บริษัทยังได้พัฒนาแอปพลิเคชันระบบอบรมแบบออนไลน์ BLA Station เพื่อใช้เป็นช่องทางการอบรมแบบออนไลน์ให้กับตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน เพื่อเพิ่มความถี่ในการอบรม และเพิ่มหลักสูตรเฉพาะสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจแตกต่างกัน และทำให้สามารถอัปเดตข้อมูลความรู้ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และลดภาระค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางมาอบรมที่สำนักงาน ในอนาคตบริษัทยังมีแนวคิดจะขยายให้เป็นช่องทางเผยแพร่ความรู้ด้านการเงินแก่ผู้สนใจภายนอกอีกด้วย

ตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงินที่ได้ผ่านการอบรมจนเกิดความเชี่ยวชาญ ยังได้ช่วยนำความรู้ของตนเองเผยแพร่ผ่านกลุ่มผู้สนใจและกลุ่มองค์กรต่างๆ และได้รับการตอบรับที่ดี รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัทอีกด้วย โดยในปี 2562 บริษัทได้พัฒนาบุคลากรผู้ผ่านการทดสอบความรู้และ

The Company has also developed an online application system, BLA Station, as a channel for online training for life insurance agents and financial advisors to expand the frequencies of the trainings, and have supplemented it with specific courses for groups which have varied interests so that knowledge information can be updated more speedily and so that expense burden and traveling time for training at the offices may be reduced. For the future the Company has the concept of expanding it as a channel to impart financial knowledge to external interested public also.

Some life insurance agents and financial advisors who have taken the training courses and are proficient on the subject matters

ได้รับใบอนุญาตผู้แนะนำการลงทุน และได้สร้างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ใช้เป็นศูนย์รวมแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการด้านการลงทุนในกองทุนรวมและการบริหารความเสี่ยงด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตสำหรับผู้แนะนำการลงทุน และตัวแทนประกันชีวิตได้เลือกใช้ในการนำเสนอต่อประชาชนอย่างเป็นระบบ ถูกต้องและครบถ้วน

เป็นโครงการที่ช่วยพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์และวิธีสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับคนในชุมชน โดยเป็นการให้บริการผ่านผู้แนะนำการลงทุนซึ่งสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการเพิ่มช่องทางให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงองค์ความรู้เพื่อการวางแผนทางการเงินที่ถูกต้องและเหมาะสมกับฐานะและความเสี่ยงของตนและครอบครัว

were able to transmit their knowledge to interested groups and various organizational groups and received good responses and were able to create good image for the Company. In 2019 the Company developed personnel who passed tests of knowledge and received permit as Investment Consultant; and created technological innovation which is used as a center for knowledge base about products and services in investing in mutual funds and risk management with life insurance products for investment consultants and life insurance agents to choose for presenting to the public systematically, accurately, and completely.

It's a project which helps develop knowledge and understanding about benefits and ways to create financial security for community members. The service is provided by investment consultants in conformity with the intention of the public sector which would like to increase channels in which the general public can access knowledge for financial planning which is accurate and suitable for their and their family's status and risk.

● การให้ความรู้ผ่านการเข้าร่วมงาน SET in the city และงาน Money Expo

ในปี 2562 บริษัทได้เข้าร่วมโครงการกิจกรรมทางการเงินต่างๆ เพื่อให้ความรู้ด้านการเงินแก่ประชาชนรวมทั้งสิ้น 8 ครั้ง ดังนี้

● Providing knowledge through participation in SET in the City and Money Expo

During 2019 the Company participated altogether 8 times in various financial project activities to provide financial knowledge to the public as follows:

รูปแบบการจัดกิจกรรม	ประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมงานเฉลี่ย/ครั้ง Estimated average number of participants / event
มหกรรมการเงิน Money Expo กรุงเทพฯ จำนวน 2 ครั้ง Money Expo Bangkok / 2 times	800,000 คน 800,000 participants
มหกรรมการเงิน Money Expo ทั่วประเทศ (ยกเว้นกรุงเทพฯ) 3 ครั้ง Money Expo nationwide (excluding Bangkok) / 3 times	80,000 คน 80,000 participants
งานมหกรรมการลงทุน SET in the City โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 1 ครั้ง SET in the City organized by Stock Exchange of Thailand (SET) / 1 time	120,000 คน 120,000 participants
งานวันประกันชีวิต จัดโดยสมาคมประกันชีวิต จำนวน 1 ครั้ง Life Assurance Day organized by Thai Life Assurance Association / 1 time	50,000 คน 50,000 participants
สัปดาห์ประกันภัย โดยคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) 1 ครั้ง Insurance Week organized by Office of Insurance Commission (OIC) / 1 time	50,000 คน 50,000 participants

ผู้เข้าร่วมงานได้รับบริการคำแนะนำการวางแผนการเงินด้วยผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ประกันภัย และกองทุนรวมจากที่ปรึกษาการเงินและตัวแทนประกันชีวิตของกรุงเทพประกันชีวิต โดยในงานสัปดาห์ประกันภัยนั้น มีประชาชนกว่า 1,489 ราย รับคำแนะนำการวางแผนการเงิน จำนวน 376 ราย/ครอบครัว ได้เริ่มสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัวกับกรุงเทพประกันชีวิต

Participants obtained advice on financial planning with life insurance products, insurance products, and mutual funds from Bangkok Life Assurance financial consultants and life insurance agents. During Insurance Week, more than 1,489 persons received advice on financial planning, and 376 persons/families started building security for themselves and their families with Bangkok Life Assurance.

สร้างความพร้อมทางการเงิน
ผ่านจำนวนเงินเอาประกันชีวิต
521.61 ล้านบาท และ
วางแผนด้วยกองทุนรวม
16.75 ล้านบาท

CREATE FINANCIAL
PREPAREDNESS THROUGH
521.61 MILLION BAHT
IN SUM ASSURED
AND MUTUAL FUND
PLANNING AT A TOTAL OF
16.75 MILLION BAHT



• การให้ความรู้แก่นักวิเคราะห์และนักลงทุน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและส่งเสริม นักวิเคราะห์ นักลงทุน ตลอดจนบุคคลที่สนใจ ให้ได้รับทราบข้อมูลผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงความรู้ความเข้าใจในธุรกิจประกันชีวิต ผ่านงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ โดยมีการจัดประชุม นักวิเคราะห์ (Analyst Meeting) หลังจากประกาศผลประกอบการของบริษัท จำนวน 4 ครั้งประจำทุกไตรมาส รวมถึงในวาระพิเศษ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดผลการดำเนินงาน ควบคู่ไปกับการให้ความรู้ด้านธุรกิจประกันชีวิต

• Provide Knowledge to Analysts and Investors

The Company places importance and encourages analysts, investors, and interested persons to receive information on the Company's performance as well as knowledge and understanding of life insurance business through Investor Relations events by organizing Analyst Meeting after announcing the Company's performance 4 times regularly every quarter including special

โดยมีนักวิเคราะห์เข้าร่วมการประชุมครั้งละ 8-10 ท่าน ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมจะมีโอกาสได้รับทราบข้อมูลด้านต่างๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเงิน ของบริษัท รวมถึงสามารถสอบถามข้อมูลและขอทราบความรู้ของธุรกิจประกันชีวิตได้โดยตรงกับผู้บริหาร เช่น การสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแบบประกัน ความรู้ด้านกฎระเบียบของธุรกิจ กลยุทธ์ของบริษัท ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจประกันชีวิตและแนวโน้มเปลี่ยนแปลง เป็นต้น

ทั้งนี้ บนเว็บไซต์ของบริษัทในส่วนของนักลงทุนสัมพันธ์ บริษัท ยังได้มีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจประกันชีวิตให้แก่ นักวิเคราะห์ นักลงทุน และบุคคลที่สนใจ โดยจัดทำเป็นเอกสารแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) จำนวน 5 เรื่อง ซึ่งเป็นหัวข้อหลักของธุรกิจประกันชีวิต เช่น ความรู้เรื่องเงินกองทุนของธุรกิจประกันชีวิต มูลค่าของธุรกิจประกันชีวิต มาตรฐานทางบัญชีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เป็นต้น โดยนักวิเคราะห์ นักลงทุน และผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดเอกสารดังกล่าวได้ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัท ยังเปิดโอกาสให้นักลงทุนที่สนใจสามารถเข้าพบผู้บริหารหรือนักลงทุนสัมพันธ์เพื่อสอบถามข้อมูลการดำเนินงานรวมถึงความรู้ด้านธุรกิจประกันชีวิตได้ โดยหากนักวิเคราะห์ นักลงทุน หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อส่วนงานนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัทโดยตรงเพื่อขอทราบข้อมูลได้ทันที

occasions in order to provide information concerning details of our overall operations as well as provide knowledge on life insurance business. On each occasion, 8-10 analysts were present and these participants had the opportunity of gaining information on various matters such as the Company's products, distribution channels, finance, and were able to enquire about the facts and request knowledge about life insurance business directly with the executives. For instance, requesting information about insurance plan, knowledge on business regulations, the Company's strategies, information about life insurance business and the changing trends, and so on.

In this connection, on the Company's website at the section of Investor Relations, the Company publicizes knowledge concerning life insurance business for analysts, investors and interested persons in the form of 5 knowledge sharing documents which are the main subjects of life insurance business; for instance, knowledge about the fund of life insurance business, value of life insurance business, financial standard concerning the business, and so on, and analysts, investors and interested persons can download these documents through the Company's website.

Moreover, the Company give opportunity for interested investors to meet with our executives or investor relations staff to enquire about information on our performance and knowledge on life insurance business. In case analysts, investors, or interested persons would like to have additional information, they may contact the Company's Investor Relations directly for the information.

การส่งเสริมการเข้าถึงบริการ ด้านประกันชีวิตพื้นฐาน

สาขาของบริษัทครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่จำนวน 67 สาขา สามารถให้บริการลูกค้าด้านต่าง ๆ ได้เทียบเท่าสำนักงานใหญ่ เช่น การรับชำระเบี้ยประกัน ชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดและสิทธิประโยชน์ในกรมธรรม์ ฯลฯ สาขาของบริษัทยังเป็นศูนย์กลางสำหรับตัวแทนและบุคคลทั่วไปในการให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบริษัท เช่น ข้อมูลผลิตภัณฑ์เพื่อให้บุคคลทั่วไปมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการประกันชีวิตและสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล

บริษัทร่วมมือกับองค์กรภายนอกอย่างต่อเนื่องในการยกระดับการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการประกันชีวิตและการลงทุนที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการ และช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการดังกล่าวได้อย่างเป็นธรรมภายใต้การสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย ในปี 2562 บริษัทได้ร่วมลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในโครงการประกันภัย 7 บาท เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับความคุ้มครองอุบัติเหตุในช่วงวันหยุดยาวต่างๆ โดยกรมธรรม์ประกันภัย 7 บาทให้ความคุ้มครองด้านการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุและการรักษาพยาบาลจากอุบัติเหตุ เป็นการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด

Promotion of Access to Basic Life Insurance Service

The Company's branch offices cover every region nationwide. Presently there are 67 branch offices which can give service to customers on all matters same as at the Head Office such as accepting premium payments, explain about details and benefits in the policy, and so on. The Company's branch offices are also the center for agents and the public in general for imparting various information about the Company such as product information for people in general to have accurate understanding about life insurance and can choose the products which meet their individual needs.

The Company continuously cooperates with external organizations in improving access to life insurance products and services which can meet needs and enable the public to access these services fairly under the support of the Securities & Exchange Commission and the Office of the Insurance Commission. In 2019 The Company signed a Memorandum of Understanding (MOU) concerning the 7 baht insurance project so that the public in general may receive accident coverage during various long weekends. The 7-baht insurance policy covers loss of life from an accident as well as medical treatment from accident which helps alleviate the burden of expenses arising from unforeseen incidents.

● การมอบความคุ้มครองอุบัติเหตุและค่ารักษาพยาบาล ผ่านกรมธรรม์ ประกันกลุ่ม 7 บาท

ในช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นช่วงที่ประชาชนมีการเดินทางหนาแน่น ทั้งการเดินทางกลับภูมิลำเนา และการเดินทางพักผ่อนท่องเที่ยว ทำให้มีสถิติด้านอุบัติเหตุที่สูงกว่าปกติจนภาครัฐต้องออกมาตรการและแคมเปญเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนมีวินัยและระมัดระวังในการเดินทาง ด้วยโอกาสการเกิดความสูญเสียชีวิตและค่ารักษาพยาบาลที่สูงกว่าปกติ กรุงเทพมหานครจึงได้มอบความคุ้มครองอุบัติเหตุและค่ารักษาพยาบาลแบบกลุ่มผ่านกรมธรรม์ประกันกลุ่ม 7 บาท โดยแยกการมอบสิทธิให้แก่ประชาชน 2 กลุ่มคือ

- กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการของบริษัท และ
- กลุ่มประชาชนทั่วไปผ่านพันธมิตรที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยในปี 2562 บริษัทได้ร่วมมือกับกลุ่มบริษัท โมโน ร่วมมอบสิทธิความคุ้มครองผ่านประกันภัย 7 บาท ในช่วงเทศกาลปีใหม่ 2563

● Providing accident coverage and medical treatment expenses through 7-baht Group Insurance Policy

During various festivals, people travel densely both to their hometowns and for vacations which causes accident statistics to be higher than normal. In this connection, the public sector needed to lay down measures and create campaigns to arouse people to travel with discipline and cares. With the chance of loss of life and medical treatment being higher than normal, Bangkok Life Assurance therefore provided group accident coverage and medical treatment through 7-baht group insurance where 2 groups of people are entitled to coverage rights:

- The Company's existing customer group, and
- The general public group through partner companies participating in the activity. In 2019 the Company collaborated with Mono Group to jointly provide coverage for the 7-baht insurance during the New Year festival 2020.

จำนวนผู้ได้รับความคุ้มครอง
จากประกันภัย 7 บาท ในปี 2562
รวม 25,300 ราย
ทุนประกันภัยรวม
2,530 ล้านบาท

Number of people who received
coverage from the 7-baht
insurance in 2019
totaled 25,300 persons.
Total sum assured
2,530 million baht

ด้านเศรษฐกิจ :
**การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันปัญหา
ค่าใช้จ่ายการเินจากค่ารักษาพยาบาล**

Economic Aspect :
**Health Promotion and Prevention of
Problems Concerning Expenditures
for Medical Treatment**

การมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีสุขภาพอนามัยที่แข็งแรง จะช่วยให้ชุมชนสามารถสร้างสรรค์และสามารถประกอบกิจการตามบทบาทและหน้าที่ของแต่ละคนในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงดำเนินโครงการที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดีควบคู่กับการให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกาย โดยมุ่งหวังเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคและสร้างวินัยด้านการออกกำลังกายเพื่อให้ชุมชนมีสุขภาพแข็งแรงอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ บริษัทจึงมุ่งพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรให้เท่าทันและใช้โอกาสจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสร้างการเข้าถึงบริการวางแผนการเงินและการประกันชีวิต และยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างเท่าเทียม สะดวกทั่วถึงและครอบคลุมทุกพื้นที่มากยิ่งขึ้น โดยบริษัทได้พัฒนาแบบประกันที่ให้ความคุ้มครองชีวิตและการเจ็บป่วยแบบพื้นฐานสำหรับคนส่วนใหญ่ของประเทศ อาทิ โครงการ บีแอลเอ อุ่นใจ โรคร้าย ที่มีความคุ้มครองชีวิต 50,000 บาท และมีความคุ้มครองโรคร้ายแรงเริ่มต้นตั้งแต่ 100,000 บาท ที่คุ้มครองถึงอายุ 90 ปี และมีเบี้ยประกันชีวิตคงที่ตลอดสัญญาเริ่มต้นเพียง 1,525 บาทต่อปี เพื่อให้ประชาชนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงความคุ้มครองชีวิตและโรคร้ายแรงขั้นพื้นฐานได้

Having good quality of life and good health helps community to create and operate business according to each individual's role and duty in society efficiently. In this connection, the Company set up a project to help enhance the quality of life especially with regard to health promotion along with providing knowledge about the benefits of exercise with expectation of change in eating habits and creating discipline in exercising so that community people can be sustainably healthy.

Moreover, in this era when technology changes speedily and impacts business operations, the Company strives to enhance the capability of the organization to keep pace with and use the opportunity from the progress of technology in creating access to the service of financial planning and life insurance as well as upgrading the development of products and services in order to encourage all people in all walks of life to be able to access the service equally and conveniently throughout and covering every and more areas. The Company has developed insurance plans which provide life insurance and basic illness coverage for the

โครงการบีแอลเอ อุ่นใจโรคร้าย
BLA Aunjai Rok-rai Plan

อายุที่คุ้มครอง Insurable age	20 – 90 ปี 20 – 90 years old
จำนวนเงินเอาประกันภัย - ชีวิต Sum assured - Life	เริ่มต้น 50,000 บาท Starting at 50,000 baht
จำนวนเงินเอาประกันภัย - โรคร้ายแรง Sum assured - Dread disease	ตั้งแต่ 100,000 บาท – 3,000,000 บาท 5 กลุ่มโรคร้ายแรง รวม 11 โรค From 100,000 baht – 3,000,000 baht covering 5 groups of dread diseases altogether 11 diseases
เบี้ยประกันคงที่ เริ่มต้น Fixed insurance premium starting at	1,525 บาท/ปี (อายุ 20 ปี เพศชาย) 1.525 baht/year (Male, 20 years old)

majority of people in the country such as the BLA Aunjai Rok-rai which has a life insurance coverage of 50,000 baht and a dread disease coverage starting at 100,000 baht up to the age of 90 years old, with a fixed insurance premium throughout the contract starting only at 1,525 baht per year. This enables the majority of people to access the life coverage and basic dread diseases.

โครงการสนับสนุนความพร้อม
นักกีฬาและกิจกรรมกีฬาต่างๆ

นอกจากการสร้างร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรงผ่านการออกกำลังกายแล้ว การมอบความอุ่นใจปกป้องความเสี่ยงเมื่อต้องออกกำลังกายหรือแข่งขันกีฬา ก็คือสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน บริษัทจึงสนับสนุนประกันอุบัติเหตุในกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ประชาชนและนักกีฬาไม่ต้องกังวลต่ออุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้นจากการออกกำลังกายและการแข่งขัน

- การมอบความคุ้มครองอุบัติเหตุจากการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย
 - สนับสนุนความปลอดภัยแก่นักวิ่งในงาน “เดิน-วิ่ง 2019 OLYMPIC DAY” มอบทุนประกันอุบัติเหตุรวมกว่า 1,300 ล้านบาท
 - สนับสนุนทัพกรีฑาไทย นักกรีฑา และผู้ฝึกสอน สู้ศึกซีเกมส์ 2019 มอบกรมธรรม์ประกันชีวิตและอุบัติเหตุ 186 ล้านบาท
 - สนับสนุนทัพนักกีฬายิงปืนทีมชาติไทย สู้ศึกซีเกมส์ 2019 มอบกรมธรรม์ประกันชีวิตและอุบัติเหตุรวมกว่า 23 ล้านบาท

Project to Promote
the Preparedness of Athletes
and Various Sports Activities

Apart from building up the body to be robust and healthy through exercises, another important factor when exercising or participating in sport events is being assured with a risk coverage. The Company therefore encourages accident insurance in various activities so that people and athletes do not worry about accidents which may occur during exercises and competitions.

- Provide accident coverage relating to sports and exercise
 - Supporting safety for athletes in the “Run-Walk 2019 Olympic Day” by presenting total sum assured of more than 1,300 million baht
 - Supported Thai athletic team, athletes and trainers to the SEA Games 2019 by presenting life assurance and accident insurance policy of more than 186 million baht
 - Supported Thai National Shooting Team to the SEA Games 2019 by presenting life assurance and accident insurance policy of more than 23 million baht.





ทุนประกันรวม
เพื่อคุ้มครองนักกีฬา
ในปี 2562
รวม 1,509 ล้านบาท

Total sum assured for
protection of athletes in 2019
at a total of
1,509 million baht

การมอบหน้ากากป้องกันฝุ่น N95

ในปี 2562 ประเทศไทยเผชิญปัญหาฝุ่นละออง PM2.5 ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อด้านสุขภาพในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ บริษัท นำทีมผู้บริหารและพนักงานลงพื้นที่แจกหน้ากากป้องกันฝุ่น N95 ให้แก่ประชาชนในพื้นที่เสี่ยง โดยการกระจายพนักงานเพื่อไปแจกยังพื้นที่ต่างๆ และยังร่วมกับพันธมิตร อาทิ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ในการกระจายหน้ากาก ณ พื้นที่เสี่ยงภัยใกล้โรงพยาบาลเมเจอร์เพิ่มเติม บริษัทยังส่งหน้ากากป้องกันฝุ่น N95 ไปยังสาขาของบริษัททั่วประเทศเพื่อแจกจ่ายรวมทั้งสิ้นจำนวนกว่า 10,000 ชิ้น

Distributing N95 Respirator Mask

In 2019 Thailand faced the problem of PM2.5 dust particles which impacted health in various areas nationwide. The Company dispatched our executives and employees to distribute N95 respirator mask to people in risky areas. Employees were sent to distribute the N95 mask at various places and we also collaborated with our partner company such as Major Cineplex Group in distributing the mask at problematic areas near Major Cineplex theatres. Moreover, the Company dispatched altogether more than 10,000 pieces of N95 respirator mask to our branch offices nationwide for distribution.





ด้านสังคม :
การเปิดโอกาสด้านการศึกษาและ
ปลูกฝังค่านิยมสำคัญให้แก่เยาวชน
เพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

โครงการกรุงเทพประกันชีวิต กรีฑาดาวรุ่งมุ่งโอลิมปิกเยาวชน-ยุวชน
ชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย 2562

การพัฒนาศักยภาพของเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีความรู้ความสามารถและความพร้อมทั้งด้านคุณธรรมจริยธรรมเป็นรากฐานที่สำคัญในการสร้างความเจริญด้านเศรษฐกิจและสังคม บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนการพัฒนาเยาวชนที่จะเติบโตเป็นอนาคตของชาติที่มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต บริษัทมุ่งดำเนินโครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการกีฬาที่ยึดเยาวชนเป็นศูนย์กลาง เพื่อเป็นแรงสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของชาติต่อไป เพราะบริษัทเชื่อว่า เยาวชนคือรากฐานและอนาคตของชาติ

บริษัทได้ร่วมกับสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และหน่วยงานระดับจังหวัดจัดเวทีคัดเลือกสุดยอดนักกรีฑาเยาวชนทั่วประเทศ สานต่อความฝันสู่เวทีระดับนานาชาติที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อส่งเสริมกีฬาในหมู่เยาวชนและยุวชนทั่วประเทศ และสร้างช้างเผือกพนักกำลังกรีฑาไทยให้พร้อมชิงชัยโอลิมปิกเกมส์ 2020 ในปีนี้ มีนักกีฬากรีฑายุวชน เยาวชนทั่วประเทศร่วมแข่งขันในโครงการกว่า 5,000 คน นอกจากนั้น ยังมีนักกรีฑาจากโครงการกรุงเทพประกันชีวิต กรีฑาดาวรุ่งมุ่งโอลิมปิก เป็นตัวแทนกรีฑายุวชน/เยาวชนทีมชาติไทย เพื่อไปคว้าเหรียญทองในกรีฑา Sea Youth และ กีฬานักเรียนระหว่างประเทศแห่งอาเซียน 35 คน โครงการนี้ยังช่วยให้เยาวชนที่มีทักษะโดดเด่นทั่วประเทศแต่ขาดโอกาสในการต่อยอดความสามารถอีกมาก

Social Aspect :
Educational Opportunities and
Fostering Important Values in Youth for
Sustainable Development of the Country

Bangkok Life Assurance Rising Youth Athletes Onwards Towards Thailand Youth Olympic Championship 2019

Developing potentials of new generation youth to have knowledge, capability and readiness both morally and ethically is an important foundation in building economic and social prosperity. The Company is determined to encourage development of youth to grow into leaders of tomorrow and be ready for future changes. The Company strives to carry out its project to develop and promote sportive potentials with youth taking the center stage to become an important propeller in driving the nation's economy and society in the future because the Company believes that youth is the foundation and the leaders of tomorrow.

The Company is collaborating with the Athletic Association of Thailand under His Majesty the King's Patronage as well as provincial government agencies in organizing for the 2nd consecutive year a

stage to select top youth athletes nationwide to carry on the dreams to move onwards towards international level to promote sports for youth nationwide and create a champion to strengthen Thai athletic sports in readiness to conquer the Olympic Games 2020. This year we have more than 5,000 youth athletes nationwide competing in the project. Besides, there will be 35 youth athletes from the Bangkok Life Assurance Rising Youth Athletes Onwards Towards Thailand Youth Olympic Championship project who will represent Thailand National Youth Team to compete for gold medals in the SEA Youth Athletics Championships and the ASEAN School Games. This project will help youth with outstanding skills nationwide but lack opportunity to strengthen their capabilities.

โครงการโรงเรียนของหนู

กรุงเทพประกันชีวิตร่วมกับไทยรัฐทีวี สร้างความฝันเล็กๆ และส่งต่อรอยยิ้มสู่เยาวชนไทยในพื้นที่ห่างไกล ในถิ่นทุรกันดาร เป็นการเสริมสร้างความสุขแบบยั่งยืนกับโครงการโรงเรียนของหนู ในปี 2562 บริษัทสานต่อ 2 กิจกรรมเพื่อเยาวชนไทยได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีเติมไปด้วยรอยยิ้ม

- โครงการน้ำดื่มสะอาด เพื่อชีวิตที่มีความสุข มอบถังเก็บน้ำกว่า 10,000 ลิตร รวมทั้งระบบทำน้ำสะอาด เครื่องกรองน้ำ พร้อมเลี้ยงอาหารกลางวันแก่เด็กๆ ณ ศูนย์การเรียนรู้ตำรวจตระเวนชายแดนอินทรีอาสา (บ้านป่าเกะฮู) ต.ป่าเต็ง อ.แก่งกระจาน จ.เพชรบุรี เพื่อสร้างน้ำดื่มสะอาดสู่คุณภาพชีวิตและสุขอนามัยที่ดี โดยโครงการ “น้ำดื่มสะอาด เพื่อชีวิตที่มีความสุข” เริ่มมาตั้งแต่ปี 2556 และยังคงต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพชีวิตและสุขภาพของเยาวชนและประชาชน ในเรื่องสุขอนามัย การออกกำลังกาย การบริโภคน้ำดื่มที่สะอาด และสิ่งๆ โรงเรียนต่างๆ ขาดแคลน เพื่อเสริมคุณภาพชีวิตและการศึกษาของเยาวชนไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่ห่างไกล

- โครงการ “โรงเรียนของหนู” ครั้งที่ 2 ณ โรงเรียนชุมชนบ้านผาผ่า ต.แม่คะตวน อ.สบเมย จ.แม่ฮ่องสอน นักเรียนส่วนใหญ่จำเป็นต้องเดินไปโรงเรียนเป็นระยะทางกว่า 3-7 กิโลเมตร การไม่มีจักรยานหมายถึงการขาดเรียนเพราะเดินทางลำบากหรือไม่มีผู้ปกครองมาส่ง บริษัทร่วมมอบรอยยิ้มและคุณภาพชีวิตที่ดีด้วยการมอบจักรยาน 70 คัน ทั้งนี้บริษัทยังมอบอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่โรงเรียนและเด็กนักเรียนขาดแคลน อย่างตู้เย็น เครื่องปั่น ภาชนะพร้อมช้อนส้อม และเครื่องเล่นเด็กในสนาม เพื่อเสริมสร้างสุขอนามัยที่ดีแก่เยาวชนในพื้นที่ห่างไกล โครงการนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อโรงเรียนที่ยังขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้เยาวชนไทยมีคุณภาพชีวิตภายในรั้วโรงเรียนที่ดียิ่งขึ้น

“My School” Project

Bangkok Life Assurance in cooperation with Thairath TV fulfils young dreams and forwards smiles to Thai youth in remote areas by way of creating sustainable happiness with the “My School” project. In 2019 the Company carried on 2 activities for Thai youth to have good quality of life full of smiles.

- The Clean Drinking Water for Happiness in Life project presented a water tank of more than 10,000 liter capacity together with filtering system and water filters and also organized lunch for the school children at the Border Patrol Police Learning Center Insea Asa (Pa Guer Yor Village) Pa Deng Subdistrict, Kaeng Krachan District, Phetchaburi Province with a view to creating clean drinking water for a good quality of life and hygiene. The “Clean Drinking Water for a Happy Life” project was initiated since the year 2013 and has still been carried out up to now. The Company is aware of the importance of quality of life and health of youth and people in the way of hygiene, exercise, drinking clean water and things which various schools lack for enhancing the quality of life and education of Thai youth especially in remote areas.



- The 2nd “My School” project was organized at Ban Pha Pha Community School, Mae Katuan Subdistrict, Sop Moei District, Mae Hong Son Province. Most students had to walk to school at a distance of 3-7 kilometers. Not having a bicycle meant being absent from school due to difficulty in traveling or the parents could not bring them. The Company delivered smiles and good quality of life with a presentation of 70 bicycles as well as facilities which the school and the students lacked such as refrigerators, food blenders, food trays complete with forks and spoons, and outdoor playground equipment to enhance good hygiene for youth in remote areas. This project is therefore beneficial to schools which still lack various facilities in order to let Thai youth enjoy better quality of life within the confines of the school.



การจัดกิจกรรมสนับสนุนประเพณี เช่น การแข่งเรือประเพณี การแห่เทียนพรรษา เพื่อสานสัมพันธ์กับชุมชน

นอกเหนือจากการส่งเสริมด้านการศึกษาและโอกาสของเยาวชนแล้ว บริษัทยังส่งเสริมการปลูกฝังประเพณีวัฒนธรรมและค่านิยมสำคัญของไทยผ่านการสนับสนุนกิจกรรมระดับจังหวัด เพื่อให้เยาวชนไทยรักและหวงแหนค่านิยมสำคัญของชาติต่อไป อาทิ

กิจกรรมงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี

บริษัทร่วมให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ประจำปี 2562 สืบสานพุทธศิลป์เมืองอุบลฯ พาชมต้นเทียนพรรษางามล้ำเป็นประจําทุกปี

งานประเพณีแข่งขันเรือยาวจังหวัดพิจิตร ประจำปี 2562

บริษัทร่วมสนับสนุนวัดท่าหลวงในการรักษาให้ประเพณีอันดีงามที่สร้างความสุขแก่ประชาชนคนไทยและชาวต่างชาติไม่สูญหายไป โดยมีผู้บริหาร พนักงาน ตัวแทนประกันชีวิต ร่วมอำนวยความสะดวกแจกน้ำ พัด และหมวกคลายร้อนแก่ผู้เข้าร่วมงานอีกด้วย



Organization of Events Which Preserve Thai Heritage such as Kings Cup Longboat Competition, Candle Procession Parade to Enhance Relationships with Community

Apart from promoting education and opportunity for youth, the Company also promotes preservation of Thai Heritage and Keeping Traditional Thai Culture Alive through supporting provincial level activities so that youth would love and cherish important national values of the nation, such as

Ubon Ratchathani Candle Procession Parade

The Company participated and promoted the organization of the 2019 Ubon Ratchathani candle procession parade which carries on Buddhist arts of Ubon Ratchathani and regularly displays magnificent candles every year.

Kings Cup Longboat Competition 2019, Phichit Province

The Company supported Wat Tha Luang (Royal Monastery) in preserving Thai Heritage which provides happiness to Thai people as well as foreigners. Our executives, employees, and life insurance agents helped to hospitably distribute drinks, fans and cooling caps to attendees in the event.



การสร้างจิตสำนึกและ การดูแลสิ่งแวดล้อม

บริษัทดำเนินการส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกและดูแลรักษาสสิ่งแวดล้อมทั้งภายในองค์กรและประชาชนภายนอก โดยมีโครงการหลักๆ ที่ดำเนินการในปี 2562 ดังนี้

การส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกและดูแลรักษาสสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

โครงการ “Bhappy³” ครั้งที่ 12

บริษัทร่วมมือกับ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท ไอโอไอ กรุงเทพประกันภัย จำกัด และโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จัดให้มีกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงานทั้งสี่บริษัท ในครั้งนี้ถือเป็นการจัดกิจกรรมเป็นครั้งที่ 12 ชื่อกิจกรรม คือ “พลังจิตอาสา ร่วมใจปลูกป่าชายเลน เพื่อธรรมชาติที่ยั่งยืน” จัดขึ้น ณ บ่อมพระจุลจอมเกล้า ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยทั้งสี่บริษัทได้ร่วมกันทำกิจกรรมปลูกป่าชายเลน เป็นการสร้างจิตสำนึกให้กับผู้บริหารและพนักงาน ตระหนักและเห็นคุณค่าของการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อันเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศ เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์น้ำและอาหารของสัตว์ที่อยู่ในบริเวณนั้นๆ เพื่อป้องกันหน้าดินพังทลายบริเวณชายฝั่ง ชะลอความเร็วของกระแสน้ำกระทบชายฝั่งช่วยให้หน้าดินแข็งแรง และเป็นการร่วมอนุรักษ์ป่าชายเลนให้มีความคงอยู่ต่อไป

Raising Awareness and Caring for the Environment

The Company promotes the concept of raising awareness to love and care for the environment both within the organization and together with the public in general. One of the main projects carried out in 2019 was:

ENCOURAGING AWARENESS IN LOVING AND CARING FOR ENVIRONMENT BY THE ORGANIZATION

The 12th “BHappy³” Project

The Company cooperated with Bangkok Insurance PCL, Aioi Bangkok Insurance Co., Ltd. and Bumrungrad Hospital to organize a relationship binding activity among Management and employees of all four companies. This 12th BHappy Project activity under the name “Volunteer Spirit, Planting Mangrove Forest for Sustainability of Nature” took place at Chulachomkloa Fort, Laem Fa Pha Subdistrict, Phra Samut Chedi District, Samut Prakarn Province. Members of the four companies jointly planted mangrove forest in an activity to raise management and employees’ awareness on the value of nature and environment conservation which are necessary natural resources for the ecology. Mangrove forest serves as valuable food and shelter areas for aquatic animals. It prevents coastal erosion from wave damage, retains land sediment, and in turn encourages conservation of the mangrove forests.



โครงการ BLA Happy Life Go Green ภายในองค์กร

การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาความยั่งยืนของประเทศ บริษัทจึงมุ่งปลูกฝังให้พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มีจิตสำนึกอนุรักษ์ทรัพยากร และตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติบริษัทได้ดำเนินโครงการต่อเนื่องที่ให้พนักงานในองค์กรทุกคนได้มีส่วนร่วมในการสร้างสังคมของเราให้ก้าวขึ้นไปด้วยกัน ประกอบด้วย

โครงการประหยัดไฟฟ้า

- โครงการประหยัดพลังงานโดยการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และวิธีการประหยัดพลังงานประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Smart Home) ของบริษัท และการรณรงค์การปิดไฟในช่วงเวลากลางวัน การออกไปประชุม หรือหลังเลิกงานโดยการติดสติ๊กเกอร์เลขหมายกำกับบนโต๊ะทำงานเพื่อควบคุมการใช้พลังงานเฉพาะพื้นที่ และการติดตั้งระบบปิดหน้าเครื่องคอมพิวเตอร์อัตโนมัติในองค์กร
- การเปลี่ยนเป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน โดยเฉพาะหลอดไฟต่างๆ ในบริเวณที่ต้องเปิดทิ้งไว้ตลอดเวลา เช่น โถงทางเดินแต่ละชั้น
- โครงการส่งเสริมสุขภาพด้วยการเดินขึ้นบันไดแทนการใช้ลิฟต์ โดยการติดค่าพลังงานที่ใช้ในการขึ้นบันไดแต่ละชั้นพร้อมการให้กำลังใจแก่ผู้เดินขึ้นบันได นอกจากนี้เป็นผลดีกับสุขภาพยังช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าจากการใช้ลิฟต์

โครงการประหยัดน้ำประปา

- โครงการรณรงค์ใช้หลักการประหยัดน้ำ โดยการเช็ดก่อนใช้ รองก่อนใช้ หรือการใช้น้ำซ้ำ การเปิด - ปิดก๊อกน้ำให้สนิทหลังการใช้งานแล้วทุกครั้ง และ/หรือหากพบอุปกรณ์การใช้น้ำชำรุด แจ้งผู้รับผิดชอบทราบทันที เพื่อกำจัดจุดรั่วไหลในองค์กร

โครงการประหยัดทรัพยากรกระดาษ

- การจัดเก็บเอกสารรณรงค์ใช้กระดาษซ้ำ (Re-use) หรือ Scan เก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์แทนการถ่ายสำเนา เพื่อลดการใช้กระดาษในองค์กร ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรกระดาษเกิดความคุ้มค่ารวมทั้งเป็นการลดพื้นที่ในการจัดเก็บเอกสาร เพื่อความปลอดภัยและป้องกันความเสี่ยงจากอัคคีภัยในสำนักงาน
- การทำลายเอกสาร โดยการนำส่งบริษัท/ร้านค้าเพื่อนำไปทำลายโดยวิธีการต้ม ซึ่งจะสามารถนำมาสู่กระบวนการผลิตกระดาษใหม่ได้ ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรต้นไม้อย่างคุ้มค่า เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- โครงการรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมในออฟฟิศ โดยการจัดกล่องรับเอกสารที่เป็นกระดาษสีขาวในทุกจุดที่มีเครื่องถ่ายเอกสารในองค์กร เพื่อนำไปรีไซเคิล

บริษัทยังมุ่งปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นการช่วยลดทั้งการใช้ทรัพยากรและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นด้วย

BLA Happy Life Go Green Project within the Organization

Using natural resources efficiently is an important basis in developing the country's sustainability. The Company is therefore determined to raise in employees and stakeholders the awareness in conserving natural resources as well as the realization of the value of natural resources. This is an on-going project in which all organization's employees participate to improve our society and comprise

Energy-saving project

- This is energy-saving campaign in carried out by gathering all information and methods of saving energy and broadcasting it via the Company's electronic channels (SmartHome) and promoting energy preservation by turning off lights during daytime and when going out to attend meetings or after work, putting a numbered sticker on the work desks to control energy use in specific areas as well as an automated computer shutdown system in the organization.
- Change to energy-saving equipment especially various light bulbs which stay turned on all the time such as at the walkways of each floor
- A health promotion project of walking up the stairs instead of using elevators and affixing a sticker showing the calorie count of using each step as well as encouraging those who use the stairs. Apart from gaining good health this also help conserving energy from using elevators.

Water-saving project

- A campaign to wipe remains off dishes before washing; store water in containers for use; reuse water, turn off faucets properly after each use; and immediately notify the person responsible for repairs on seeing a water leak in the organization.

Paper-saving Project

- This campaign involves document storage; paper re-using, encourage use of electronic copy and discourage hard copy. Not only will this help save paper, it also saves storage space and reduces fire risk hard as well.
- Destroying documents by sending to commercial establishments to boil and use the pulp for recycled paper production; this is a natural resourceful use of tree for environmental conservation.
- Recycling Project in the office: White paper documents are collected in a box, placed next to every copying machine in the Organization, for recycling.

The Company is also determined to improve work procedures in the organization by the use of digital technology which not only reduces use of resources and time in carrying out work but also helps increase work efficiency.

ปริมาณการใช้พลังงานในองค์กร
Quantity of Energy Usage in the Organization

	2561 2018	2562 2019
ปริมาณไฟฟ้า Quantity of Electricity	3,339.74 เมกะวัตต์/ชั่วโมง 3,339.74 megawatt per hours	3,432.65 เมกะวัตต์/ชั่วโมง 3,432.65 megawatt per hours

ปริมาณการใช้น้ำประปาภายในองค์กร
Quantity of Water Usage in the Organization

	2561 2018	2562 2019
ปริมาณน้ำล้านลูกบาศก์เมตร Quantity of Water	20,922 ล้านลูกบาศก์เมตร 20,922 million cubic meters	19,453 ล้านลูกบาศก์เมตร 19,453 million cubic meters

ปริมาณการใช้กระดาษ
Quantity of Paper Usage

	2561 2018	2562 2019
ปริมาณกระดาษรีไซเคิล Quantity of Recycled Paper	36,826 กิโลกรัม 36,826 kilograms	41,007.60 กิโลกรัม 41,007.60 kilograms

การส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกรักและดูแล
รักษาสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชนภายนอก

Encouraging the General Public's
Awareness in Loving and Caring
for Environment

● กิจกรรม Thailand Tree Festival

บริษัทร่วมสนับสนุนกิจกรรม Thailand Tree Festival ซึ่งมูลนิธิสถาบันราชพฤกษ์ได้ร่วมกับกลุ่มรักต้นไม้ใหญ่ (Big Tree Project) และ Urban Adventures จัดขึ้นเพื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมสำหรับเด็กและครอบครัวในการปลูกจิตสำนึกรักษ์โลก เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ธรรมชาติและสร้างประสบการณ์ตรงในการใช้ชีวิตของเด็กและครอบครัวนอกห้องเรียน (Nature Fun)

● Thailand Tree Festival Activity

The Company joined in to support the Thailand Tree Festival organized by Rajapruek Institute Foundation, Big Tree Project and Urban Adventures for children and their families with the aim of raising the awareness to save our planet through learning about nature and experiencing learning outside of the classroom (Nature Fun).



● **BLA Happy Life Go Green** ร่วมกับสมาคมสร้างสรรค์ไทย (ตาวีเศษ) จัดโครงการปลูกจิตสำนึกประชาชนคนไทยหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ กับโครงการ **BLA Happy Gift**

โครงการ “BLA Happy Gift ส่งต่อความสุขสีเขียวด้วยของขวัญที่ยั่งยืน” เป็นโครงการที่กรุงเทพประกันชีวิต ร่วมกับสมาคมสร้างสรรค์ไทย (ตาวีเศษ) จัดขึ้นเพื่อปลูกจิตสำนึกให้คนไทยทุกคนหันมาดูแลโลกของเรา โครงการนี้เปิดให้ประชาชนได้เข้ามาบริจาคเงิน โดยผู้บริจาคจะได้รับของที่ระลึกรักษ์โลกเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันหรือเป็นของขวัญแก่คนที่รัก อาทิ ถุงผ้า ร่ม กระบอกน้ำ รักษาอุณหภูมิ และกล่องใส่อาหารรักษ์โลก ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เสมอ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำผ้าขาวมาจากชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศมาใช้เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนไทยด้วย รายได้จากการบริจาคทั้งหมดโดยไม่หักค่าใช้จ่าย มอบแก่สมาคมสร้างสรรค์ไทย (ตาวีเศษ) เพื่อนำไปสานต่อเจตนารมณ์ในการจัดกิจกรรมรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมต่อไป

● **BLA Happy Life Go Green, together with the Thai Creative Association (Magic Eyes), organized a campaign to raise awareness of Thai people to use re-cycled products through the BLA Happy Gift Project.**

“BLA Happy Gift -- forwarding green happiness with sustainable gifts” was a project which Bangkok Life Assurance collaborated with the Thai Creative Association (Magic Eyes) in organizing to raise awareness of all Thai people to take care of our earth. The general public was encouraged to make donations and receive in return world-care souvenirs which could be used on a daily basis or given as gifts to people they cared for, such as cloth shopping bags, umbrellas, temperature-controlled vacuum flasks, and world-caring food containers which are always reusable. These products are made with local pa-kao-ma fabric from various communities nationwide which help augment incomes for the Thai communities. All earnings from the donations were presented to the Thai Creative Association (Magic Eyes) without any deduction to further promote their activities in the environment campaign.

จำนวนของขวัญ
โครงการ “BLA Happy Gift”
ที่รักษ์โลกรวม
16,733 ชิ้น

NUMBER OF WORLD-CARING
GIFTS IN THE
“BLA HAPPY GIFT”
PROJECT TOTALED
16,733 PIECES

ผลการดำเนินการด้านสังคม สิ่งแวดล้อมในปี 2562

Social Environment Results in 2019

การดำเนินการ Activities

ผลที่ได้รับ Results

การสร้างความรู้ด้านการเงินแก่ประชาชนทุกระดับ ทั่วประเทศ CREATING FINANCIAL KNOWLEDGE TO PEOPLE AT EVERY LEVEL NATIONWIDE

- บูทกิจกรรมการเงิน ทั่วประเทศ
- กิจกรรม FA Club ประจำเดือน ทุกภูมิภาค และ Day of Opportunity ประจำปี
- สื่อความรู้ทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัล และ Social Media
- Nationwide Financial Activity Booths
- Monthly FA Club activity in all regions and annual Day of Opportunity
- Transmit financial knowledge through Digital Channels and Social Media

- บูทรวม **6 บูท / ปี**
- ไม่ต่ำกว่า **20 ครั้ง / ปี** ผู้เข้าร่วมประมาณ **1,000 คน**
- Total of **6 booths per year**.
- Not less than **20 times per year**, Number of participants approximately **1,000 persons**

การยกระดับการให้บริการและการวางแผนทางการเงินของประชาชน ENHANCING SERVICE AND FINANCIAL PLANNING OF THE GENERAL PUBLIC

- Mobile Application “BLA Happy Life” ที่พัฒนาขึ้นเพื่อรองรับการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าและประชาชน
- Smart Tools ตั้งแต่ระบบเสนอขาย ไปจนถึงระบบการขาย ระบบบริหารข้อมูลธุรกรรมการเงินสำหรับลูกค้า
- เครื่องมือจัดพอร์ตแผนการเงิน ด้วย 3BLink
- BLA Station แหล่งข้อมูลสำหรับพัฒนาและอัปเดตข้อมูลแก่ตัวแทนและนายหน้า
- Mobile Application “BLA Happy Life” developed to support service to customer groups and the general public
- Smart Tools from Offer System to Sales System and System of providing information/financial transaction for customers
- Tools for organizing financial port with 3BLink
- BLA Station, Information source for enhancing and updating information for agents and brokers

- Mobile App มี**ผู้ดาวน์โหลด 57,000 คน**
- มีการสับไคคำขอผ่านระบบ Smart App คิดเป็น **30%** ของจำนวนใบคำขอ
- 3BLink ถูกใช้งานโดย FA **1,300 คน**
- BLA Station พร้อมเข้าถึงตัวแทนทั่วประเทศ **10,000 คน**
- Mobile App was downloaded by **57,000 people**
- Insurance applications through Smart App system, equal **30%** of number of application
- 3BLink has been used by **1,300 FAs**
- BLA Station is ready to be accessed by **10,000 agents** nationwide

การดำเนินการ Activities	ผลที่ได้รับ Results
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการวางแผนการเงิน DEVELOPMENT OF FINANCIAL PRODUCTS FOR FINANCIAL PLANNING	
<ol style="list-style-type: none"> 1. กรมธรรม์ประกันกลุ่ม 7 บาท ในช่วงเทศกาลเพื่อการสร้างความคุ้มครองพื้นฐานแก่ประชาชนทั่วประเทศ 2. กรมธรรม์ประกันภัยกลุ่ม สำหรับนักกีฬาฯ ทีมชาติ และประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกายต่างๆ 3. การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพ ที่ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มและทุกความต้องการ 4. การนำเสนอบริการดูแลด้านสุขภาพแก่ประชาชน ผ่าน BLA Every Care และการตรวจสุขภาพประจำปี <ol style="list-style-type: none"> 1. 7-baht group insurance policy during festivals to create basic coverage for people nationwide 2. Group insurance policy for Thailand National Athlet Team and people who participated in various exercise activities 3. Designing health insurance products which cover all groups of people and every need 4. Presentation of health care service to the public through BLA Every Care, and Annual Physical Check up 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มอบกรมธรรม์ประกันกลุ่ม 7 บาท รวมทุนประกันภัย 2,530 ล้านบาท 2. มอบกรมธรรม์ประกันกลุ่ม มากกว่า 100,000 คนในปี 2562 ทุนประกันอุบัติเหตุ รวม 1,509 ล้านบาท 3. เพิ่มผู้ถือกรมธรรม์สุขภาพและโรคร้ายแรง +8.6% ในปี 2562 4. BLA Every Care ครอบคลุมผู้ใช้บริการ 50,000 คน <ol style="list-style-type: none"> 1. Handed over 7-baht group insurance policies with total sum assured of 2,530 million baht 2. Handed over group insurance policies to more than 100,000 persons in 2019. Cost of accident insurance totaled 1,509 million baht 3. Increase in policyholders of health and critical illnesses insurance by +8.6% in 2019. 4. BLA Every Care covered 50,000 users.

Good Corporate Governance

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

ผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย
โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (ปี 2556 - 2562)

Result of Good Corporate Governance Survey
of Thai listed Companies by Thai Institute of Directors
(2013-2019)

กรุงเทพประกันชีวิต



“ดีมาก”

ปีที่ 7 ติดต่อกัน

ด้วยความเชื่อมั่นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะนำไปสู่การสร้างคุณค่าให้ธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทจึงกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการที่ประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีการถ่วงดุลอำนาจระหว่างกัน อีกทั้งการประกอบธุรกิจของบริษัทต้องเป็นไปอย่างซื่อสัตย์และเป็นธรรมต่อสังคม บนความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท มอบหมายให้คณะกรรมการกำกับกิจการที่ดีทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกำกับดูแลงานด้านการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงการทบทวนและปรับปรุงนโยบายและหลักปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ให้มีความเหมาะสมและเป็นไปตามหลักการกำกับกิจการที่ดีของหน่วยงานกำกับธุรกิจ อันได้แก่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการกำกับดูแลความเสี่ยงขององค์กรในปัจจุบันและการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจประกันชีวิตมากขึ้น ในปี 2562 คณะกรรมการได้มีมติให้จัดตั้งฝ่ายงานดิจิทัลอินโนเวชัน (Digital Innovation) โดยได้มอบหมายให้รองประธานกรรมการบริหารเป็นผู้รับผิดชอบด้านการกำกับดูแลการดำเนินงาน

นอกจากนี้ คณะกรรมการสรรหาและค่าตอบแทน ยังมีหน้าที่รับผิดชอบในการสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและเป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการและผู้มีอำนาจจัดการของบริษัท ทั้งนี้ การพิจารณาจะอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคและเท่าเทียม โดยบริษัทมีการประเมินทักษะ ประสบการณ์ รวมถึงคุณสมบัติต่างๆ ของบุคคลที่จะได้รับการเสนอเข้าเป็นกรรมการบริษัทเพื่อให้องค์ประกอบของคณะกรรมการมีความหลากหลายครอบคลุม และเหมาะสมกับบริบทในการดำเนินธุรกิจประกันชีวิต

The Company is confident that good corporate governance will lead to creation of sustainable value and has therefore formed a corporate management structure that is efficient, transparent, accountable, and balanced. Furthermore, the Company must conduct its business with honesty and fairness to society with balanced benefits to be shared among customers, shareholders, and other stakeholders.

Corporate Governance Framework

The Company has assigned the Good Corporate Governance Committee the duty of specifying policies and governing business including the revision and improvement of policies and regulations concerning the Company's corporate governance to be appropriate and conforming to the principles of good corporate governance of the agencies overseeing our business, that is, the Securities and Exchange Commission and the Office of the Insurance Commission.

The Company recognizes the importance of Risk Management at the present time as well as Technology Management which has an increasing role in life insurance business operations. In 2019 the Board of Management passed a resolution to set up a Digital Innovation Section and delegated the Vice Chairman of the Executive Committee as the person responsible for the management of the operations.

Moreover, the Nomination and Remuneration Committee has the responsibility of nominating qualified personnel according to the relevant rules and regulations and these personnel will be presented to the Company's Board of Directors and/or at the Shareholders' Meeting for consideration for nomination as Director and Authorized Officer of the Company. In this respect, the consideration will be based on equality and the Company will assess the skills, experience and various qualifications of the person nominated as Company Director in order that the composition of the Board of Directors be varied, sweeping and appropriate for the context in conducting a life insurance business.

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ Corporate Governance Structure

คณะกรรมการบริษัท Board of Directors

คณะกรรมการชุดย่อย Sub-Committees	คณะกรรมการฝ่ายบริหารจัดการที่สำคัญ Core Executive Committees
<ul style="list-style-type: none"> • คณะกรรมการบริหาร • คณะกรรมการตรวจสอบ • คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน • คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี • คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง • คณะกรรมการลงทุน • คณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงาน • Executive Board of Directors • Audit Committee • Nominating and Remuneration Committee • Good Corporate Governance Committee • Risk Management Committee • Investment Committee • Performance Assessment and Evaluation Committee 	<ul style="list-style-type: none"> • คณะกรรมการกำกับการปฏิบัติต่อลูกค้า • คณะกรรมการจัดการ • คณะกรรมการผลิตภัณฑ์ • คณะทำงานบริหารเงินกองทุน • คณะกรรมการกำกับพฤติกรรมตัวแทนประกันภัยและที่ปรึกษาการเงิน • Fair Market Conduct Committee • Management Committee • Product Governance Committee • Capital Management Committee • Committee for Supervising Conduct of Insurance Agents and Financial Advisors

ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2562
as at 31 December 2019

โครงสร้างคณะกรรมการบริษัทที่มีความสมดุล Balanced Structure of Company's Board of Directors

กรรมการอิสระ Independent Directors	6 จาก 15 คน 6 out of 15 persons	ร้อยละ 40 40%
กรรมการที่ส่วนร่วมในการบริหารงาน Executive Directors	2 จาก 15 คน 2 out of 15 persons	ร้อยละ 13 13%
กรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร Non-executive Directors	13 จาก 15 คน 13 out of 15 persons	ร้อยละ 87 87%
กรรมการเพศหญิง Female Directors	4 จาก 15 คน 4 out of 15 persons	ร้อยละ 27 27%
กรรมการเพศชาย Male Directors	11 จาก 15 คน 11 out of 15 persons	ร้อยละ 73 73%

ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2562
as at 31 December 2019

ประสิทธิภาพของคณะกรรมการ

เพื่อให้มั่นใจถึงประสิทธิภาพของคณะกรรมการ บริษัทได้จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทคณะกรรมการชุดย่อยเป็นประจำทุกปี โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัททั้งคณะ 2) การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อย 3) การประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการรายบุคคล และ 4) การประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานกรรมการ

นอกจากนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ บริษัทส่งเสริมให้คณะกรรมการมีความหลากหลายทั้งในด้านความรู้ ประสบการณ์ ความสามารถ ช่วงอายุ และเพศ ซึ่งทำให้คณะกรรมการมีมุมมองและทัศนคติที่กว้างขวาง ทั้งนี้ นอกจากความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในธุรกิจประกันชีวิตแล้ว

บริษัทมีการสนับสนุนให้กรรมการเข้าร่วมหลักสูตรของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors : IOD) และได้เชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์กับคณะกรรมการเป็นประจำ ในหัวข้อที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา โดยในปี 2562 ได้เชิญผู้บริหารระดับสูงจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์มาบรรยายเรื่องหลักการดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Code : CG Code) ปี 2560

Efficiency of Committees

To be confident of Committees' efficiency, the Company arranges Annual Appraisal of Directors of the Board as well as the Sub-Committees' operations. The appraisal is divided into 4 parts: 1) Performance appraisal of the entire Board of Directors; 2) Performance appraisal of Sub-Committees; 3) Performance appraisal of individual directors; and 4) Performance appraisal of the Chairman of the Board of Directors.

Moreover, in order to increase the committees' efficiency in carrying out their duties, the Company encourages diversities in committee members with respect to knowledge, experience, capability, age range, and gender so that the committees will have extensive viewpoints and attitudes. In this respect, apart from knowledge and specific expertise in life assurance business, the Company encourages directors to participate in courses organized by the Thai Institute of Directors : IOD and also regularly invite distinguished speakers and experts to exchange knowledge and experiences with committee members on different subject matters according to the appropriateness of the period. In 2019 a high-level executive from the Securities and Exchange Commission was invited to give a lecture on Corporate Governance Code: CG Code 2017.

Risk Management

การบริหารจัดการความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน ซึ่งผลกระทบจากความเสียหายสามารถส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทจึงได้กำหนดกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรตามมาตรฐานสากล (Enterprise Risk Management : ERM) ภายใต้ระดับเงินกองทุนที่รองรับความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมตามหลักการประเมินความเสี่ยงและความมั่นคงทางการเงินขององค์กร (Own Risk and Solvency Assessment : ORSA) เพื่อให้การดำเนินงานทั้งองค์กรเป็นไปตามนโยบาย แนวทางการบริหารความเสี่ยง รวมถึงเสริมสร้างกลไกในการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ตลอดจนปลูกฝังวัฒนธรรมความเสี่ยงภายในองค์กร เพื่อมุ่งให้พนักงานทุกระดับมีความเข้าใจ รับผิดชอบ และตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมบริหารความเสี่ยงในทุกด้านของการดำเนินธุรกิจของบริษัท

โครงสร้างการกำกับและบริหารความเสี่ยง

บริษัทมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับแนวทางที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด กำหนดทิศทางการบริหารจัดการความเสี่ยงให้เหมาะสมกับกลยุทธ์เชิงธุรกิจ กำกับดูแลการปฏิบัติตามกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อมั่นใจได้ว่าความเสี่ยงทั้งหมดภายในองค์กรได้ถูกควบคุมและติดตามให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ตลอดจนให้คำแนะนำแก่คณะกรรมการบริษัทในการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture) และการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร พร้อมกันนี้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังทำหน้าที่ทบทวนและให้ความเห็นเกี่ยวกับนโยบายบริหารความเสี่ยง เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ

การบริหารจัดการความเสี่ยง – แนวปราการ 3 ชั้น

บริษัทได้นำกรอบการกำกับดูแล “แนวปราการ 3 ชั้น” มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพและตรวจสอบความถูกต้องในแต่ละกระบวนการ ซึ่งเป็นความร่วมมือจากทุกหน่วยงานภายในบริษัท ตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัทจนถึงระดับปฏิบัติงาน อีกทั้งยังใช้ระบบการประเมินตนเองเพื่อควบคุมความเสี่ยง (Risk Control Self-assessment) สำหรับการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้นก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและประเมินความเสี่ยงในระดับองค์กรต่อไป

Risk Management is an important mechanism in driving an organization to its goal of sustainably creating value to stakeholders as risk impact may undermine stakeholders' confidence. The Company has therefore specified the organizational risk management framework according to the Enterprise Risk Management : ERM under the capital level which can appropriately support the risk as per the principles of Own Risk and Solvency Assessment : ORSA in order that the operation of the whole organization will be aligned with the enterprise risk management policy and procedures and with systematic risk management mechanism. In addition, the Company has implanted risk culture within the organization with the aim that every level of employees understands, is responsible and is aware of the significance of participating in risk management in every aspect of the Company's business operations.

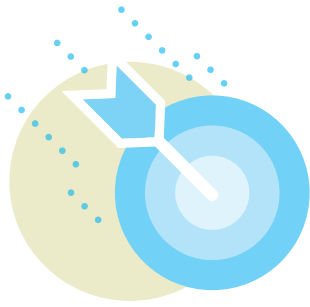
Structure of the Risk Management

The Company's Risk Management Committee, has the duty of specifying strategies in managing risk to conform with the direction set out by the Board of Directors, setting out risk management strategies that align with the business strategy, to oversee the operation according to the risk management framework so that all the organizational risks can be controlled and monitored according to the organization's risk appetite. The Risk Management Committee also advises the Board of Directors in relations to embedding risk culture and adhering to corporate value. The Risk Management Committee also has the duty to review and give advice on the risk management policy for the Board's consideration and approval.

Risk Management – 3 Lines of Defence

The Company has adopted the “3 Lines of Defense” framework to promote a check and balance in all operating processes through a cooperation of every work unit within the Company, starting from Board of Directors level to employee level. Risk & Control Self-assessment has also been applied for the basic risk assessment before being presented to the Risk Management Committee and to the Board for consideration of overall risk assessment.

ระบบการบริหารความเสี่ยงของบริษัทประกอบด้วย 6 ขั้นตอน 6 Processes in the Company's Risk Management

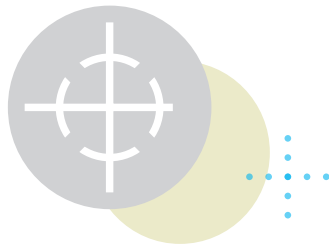


1

การกำหนดวัตถุประสงค์
Specifying Aims

การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่สามารถวัดผลได้ ปฏิบัติได้จริง บนพื้นฐานความเป็นจริง และมีกำหนดเวลาที่แน่นอน เพื่อใช้ประกอบการระบุปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย

Specifying measurable and practical aims or goals on actual basis with definite time limit to support when specifying risk factors which may impact capability in achieving aims or goals.



2

การระบุปัจจัยเสี่ยง
Specifying Risk Factors

การระบุเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ส่งผลให้แผนงานที่วางไว้ไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย โดยความเสี่ยงอาจเกิดได้ทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

Specifying circumstances which may post risks, impact planned works and lead to not achieving objectives or goals. Risks may occur due to internal and external factors.

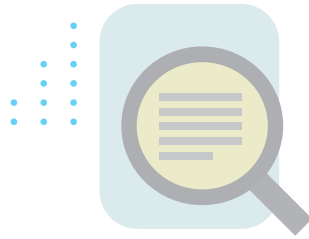
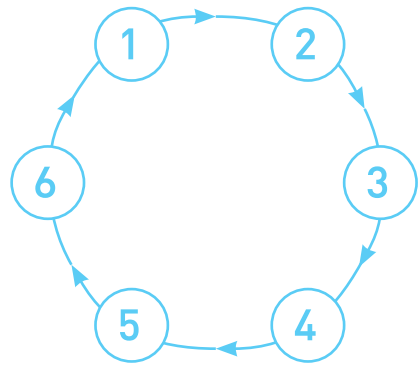


3

การประเมินความเสี่ยง
Assessing Risk Probability

การประเมิน “ระดับของโอกาส” ที่จะเกิดความเสี่ยงนั้นจะเกิดขึ้น และประเมิน “ระดับของผลกระทบ” หากความเสี่ยงนั้นเกิดขึ้นจริง โดยใช้เกณฑ์การประเมินทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

Assessing the “level of probability” that the risk may occur and assess “level of impact” in case the risk actually occurs, using both qualitative and quantitative assessment criteria.



4

**การจัดการความเสี่ยง
และการบริหารเงินกองทุน**
Risk Management and
Capital Management

การกำหนดมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยง
สำคัญ (Key Risk) เพื่อลดผลระดับของโอกาส
และระดับของผลกระทบจากการเกิดเหตุการณ์
เสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับ

Specifying measures in handling the
key risk to reduce level of probability
and level of impact of the risk to an
acceptable level.

5

การติดตามและประเมินผล
Monitoring and Assessment

การติดตามประสิทธิภาพของกระบวนการ
บริหารความเสี่ยง และการประเมินผลลัพธ์
อย่างต่อเนื่อง

Monitoring efficiency of processes in risk
management and consistently assess
the result.

6

การรายงานผล
Reporting

การรายงานผลการบริหารความเสี่ยงแก่ผู้
เกี่ยวข้อง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
และคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

Regularly reporting results of risk
management to people involved, the
Risk Management Committee and the
Board of Directors.

ภาพรวมของความเสี่ยงสำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัท
Significant Risks in the Business Operations of the Company Overview

ปัจจัยเสี่ยงภายนอก

การเมือง เศรษฐกิจมหภาค สังคม สิ่งแวดล้อม กฎหมาย
โครงสร้างประชากร เทคโนโลยี

External Factors

Politics, Macro Economy, Social, Environment, Law,
Population Structure, Technology

ปัจจัยเสี่ยงภายใน

บุคลากร กระบวนการทำงาน
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลิตภัณฑ์

Internal Factors

Personnel, working process, information technology system,
products

ความเสี่ยงที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจประกันชีวิต

- ความเสี่ยงด้านความเพียงพอของเงินกองทุน
- ความเสี่ยงด้านการประกันภัย
- ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน
- ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย
- ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ
- ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์
- ความเสี่ยงด้านการลงทุน

**Significant Risks in Insurance
Business Operations**

- Capital adequacy risk
- Investment risk
- Competition risk
- Compliance risk
- Operation risk
- Product risk
- Investment risk

ความเสี่ยงอื่น ๆ

- ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง
- ความเสี่ยงภัยคุกคามทางไซเบอร์
- ความเสี่ยงด้านวัฒนธรรมดิจิทัล
- ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

Other Risks

- Reputation risk
- Cyber threat risk
- Digital culture risk
- IT change risk

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการปัญหาหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งครอบคลุมการประเมินแนวโน้มการเกิดขึ้นของปัจจัยที่อาจคุกคามการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบริหารจัดการภาวะวิกฤติ ทั้งในช่วงก่อน ระหว่าง และหลังการเกิดเหตุการณ์ตลอดจนระบุนิธีป้องกันและบริหารจัดการปัจจัยดังกล่าว เพื่อให้บริษัทสามารถรับมือกับภาวะวิกฤติ ทั้งในช่วงเริ่มต้นและรวมถึงช่วงฟื้นฟูได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2562 คณะกรรมการชุดย่อยในระดับบริหารได้ทบทวนกรอบการบริหารจัดการเพื่อการรับมือในกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินที่ไม่คาดคิดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะสามารถกู้กระบวนการสำคัญ (Critical Business Process) ให้สามารถกลับมาดำเนินการได้อย่างเป็นปกติ ตามระดับการให้บริการที่กำหนดไว้ เพื่อช่วยลดระดับความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อหน่วยงานและองค์กรได้ โดยบริษัทให้ความสำคัญสูงสุดกับกิจกรรมการให้บริการลูกค้า ไปจนถึงหน่วยงานสนับสนุนและผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดกระบวนการทำงานตามมาตรฐานสากล ISO/IEC 27001 (UKAS) และการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ISO 22301 (UKAS)

The Company places importance on management of problems or other unexpected events which may have impacts on the Company and stakeholders which include assessment of trends in occurrence of factors which may threaten the Company's business operations, crisis management both before, between, and after the event, up to indications of ways of preventing and managing the aforesaid factors so that the Company can deal with the crisis both at the initial stage and the recovery period efficiently in 2019.

The sub-committees at executive level have continuously gone over the management framework of coping with unexpected emergency situation to make sure that the Company will be able to recover and retrieve the Critical Business Process to its normal specified level of service to help reduce the seriousness of the impact to the departments and organization. The Company gives the highest priority to the activity of providing service to customers including supporting departments and the personnel concerned as well as the work process according to Information Security Management ISO/IEC 27001 (UKAS) and Business Continuity Management ISO/IEC 27001 (UKAS).

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

บริษัทวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ทั้งที่อาจส่งผลกระทบต่อในระยะสั้น (ภายใน 1 ปี) และระยะยาว (ระหว่าง 3-5 ปี) เป็นประจำทุกปี เพื่อพัฒนา มาตรการรองรับและการตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านี้อย่างทันการณ์ ตลอดจน สามารถควบคุมผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อบริษัท โดยในปี 2562 บริษัทได้ระบุ ความเสี่ยงเกิดใหม่ที่สำคัญ 2 ประเภท

Emerging Risks

Every year the Company regularly analyzes emerging risks which may cause short-term (within 1 year) and long-term (between 3-5 years) impacts in order to develop measures to support and respond well in time to these risks as well as be able to control impacts which may occur to the Company. And in 2019 the Company specified 2 types of emerging risks.

ความเสี่ยงด้านวัฒนธรรมดิจิทัล Digital Culture Risk

การปรับเปลี่ยนรูปแบบในการดำเนินธุรกิจและกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรเพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในยุคปัจจุบันที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านบุคลากรและความเสี่ยงด้านดิจิทัล บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์และแผนดำเนินธุรกิจด้านดิจิทัลที่ชัดเจนและเหมาะสม โดยคณะกรรมการจัดการได้อนุมัติการจัดตั้ง BLA Sysnergy Team (BLAST) ซึ่งประกอบด้วยพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่จากหลากหลายหน่วยงาน จึงทำให้สมาชิกในทีมแต่ละคนมีแนวความคิด ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่แตกต่างกัน แต่ความแตกต่างเหล่านี้ช่วยเสริมให้ BLAST ร่วมกันวิเคราะห์ และริเริ่มโครงการที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดพลังความคิด และผลกระทบเชิงบวกในบริษัทได้เป็นอย่างดี โดยมีการนำแนวทางการทำงานเป็นทีม (Agile) มาปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็ว (Speed) เพื่อตอบสนองนวัตกรรม (Innovation) และความต้องการของลูกค้า (Customer Centric) เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจควบคู่กับพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

Due to change in business operation format and operation process within the organization to be able to cope with changes and look for business opportunities at present time which may create personnel risk and digital risk, the Company has specified clear and appropriate strategies and business operations concerning digital. In this connection, the Management had approved the formation of BLA Synergy Team, known as BLAST, which comprises new generation employees from various work units, so each team member has different concept, expertise and skill though these differences enable BLAST members to help one another analyze and initiate projects that cause changes to create energy in their design thinking which led to positive and beneficial effect on the Company. Their work method called Agile is used to improve the work process by way of speed in order to respond to innovation and customer centricity, thereby increasing business opportunities and developing the risk management process which may occur.

ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี Technology Change Risk

ความเสี่ยงในที่นี่หมายถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลกระทบต่อความคาดหวังพฤติกรรมของลูกค้า ตลาด และอุตสาหกรรม ซึ่งมีผลต่อความเสี่ยงด้านการดำเนินงานและด้านชื่อเสียงของบริษัท ทั้งนี้เพื่อเป็นการรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้สร้างความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพื่อผู้บริหารและพนักงานเตรียมความพร้อมรับมือกับความท้าทายในนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล มีการเพิ่มสัดส่วนการลงทุนด้านเทคโนโลยี ส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีการกล้าลองทำหยา เพื่อเปิดรับนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความมุ่งมั่นในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมถึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านดิจิทัลควบคู่กับพัฒนากระบวนการป้องกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยี (Cyber Risk)

The risk in this instance means impact which occurs as a result of technology change which affects the expectation, customer behavior, market and industry, which affect operational risk and reputation risk of the Company. In this respect, in order to cope with the aforesaid risks, the Company created understanding in the changes that occur in order that executives and employees can be ready to deal with the challenge in innovation and the change into digital age. There is an increase in the proportion of investment on technology, which encourages employees of the organization to face the challenge and open up to new innovation with a determination in giving service to meet the needs of customer speedily. Also there is a development of products and digital service together with development of process to prevent Cyber Risk.

การปลูกฝังวัฒนธรรมการดำเนินงานที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมขององค์กรที่มีความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและปลูกฝังให้พนักงานทุกระดับเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารความเสี่ยงในองค์กร โดยบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงให้คำแนะนำคณะกรรมการบริษัทในการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture) ทั่วทั้งองค์กร และกำกับให้มีการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรโดยบริษัทได้สร้างช่องทางสำหรับการรายงานความเสี่ยงและดำเนินโครงการรณรงค์การตระหนักรู้ พัฒนาและอบรมบุคลากรของบริษัททุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ ความระมัดระวัง และตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อทุกหน่วยงานในองค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้เสีย

Raising Awareness of Risk Culture

The Company placed importance in creating organization culture which is important to risk management and raise the awareness of employees of all levels to be a part of the organization's risk management. The Company delegated the Risk Committee to give advice to the Board of Directors to raise awareness of Risk Culture throughout the organization and directed that this culture be implemented as an organizational culture by which the Company has created a channel for reporting risks and has established a project promoting the awareness by developing and training the Company's personnel of every level continuously so that they have knowledge, understanding, carefulness and awareness of the risk which may occur which will impact every department in the organization as well as stakeholders.

Data Security and Digital Operating System

ความปลอดภัยของข้อมูล และระบบปฏิบัติการดิจิทัล

สำหรับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญต่อระบบการรักษาความปลอดภัยและการป้องกันข้อมูลของลูกค้าและของบริษัท โดยในปี 2562 บริษัทได้มอบหมายรองประธานกรรมการบริหารให้ทำหน้าที่กำกับดูแลกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีและสถาปัตยกรรมด้านดิจิทัลอินโนเวชัน เพื่อให้มั่นใจว่ามีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และเป้าหมายของบริษัท ตลอดจนทบทวนการดำเนินงานด้านดังกล่าวอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

แนวปฏิบัติด้านเทคโนโลยี

ด้วยบริบทวิธีการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่ข้อมูลส่วนใหญ่ขององค์กรจะถูกเก็บอยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทจึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อความปลอดภัยสารสนเทศ และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า โดยบริษัทได้กำหนดนโยบายความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศและนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท เพื่อให้พนักงาน ผู้บริหาร ตัวแทนประกันชีวิต นายหน้าประกันชีวิต คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น ได้รับทราบและปฏิบัติตาม ภายใต้แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ บนพื้นฐานของหลักการ Confidentiality, Integrity, Availability (CIA) ทั้งนี้ นโยบายดังกล่าวได้กำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบที่ชัดเจนสำหรับการพัฒนา การนำไปใช้ และการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยมีคณะกรรมการจัดการทำหน้าที่กลั่นกรอง และสนับสนุนให้มีการดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย พร้อมทั้งทบทวนและประเมินระดับความเหมาะสมของระบบรักษาความปลอดภัยสารสนเทศให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การดำเนินงานของบริษัท และมีหน่วยงานตรวจสอบที่เป็นหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกบริษัท ทำหน้าที่ตรวจสอบ และให้คำแนะนำในการปรับปรุงการรักษาความปลอดภัยให้ประสิทธิภาพอีกด้วย

In carrying out business in the digital age, the Company is aware and places importance on data security system and customer data protection and Company data protection. In 2019 the Company assigned to the Chairman of the Executive Board of Directors the responsibility of controlling technology strategies and architecture of digital innovation to ensure conformity to the Company's strategies and goals as well as continuously review their execution which should fit with the technology changes which occur all the time.

Regulations on Technology

With the context of present day business operation process where most of the organization's data are kept in electronic form, the Company places utmost importance on Information Security and Privacy and has stipulated corporate policy on information security and personal data protection for employees, executives, life insurance agents, life insurance brokers, business partners, and shareholders' to acknowledge and abide by under the regulation on information security on the basis of the Confidentiality-Integrity-Availability (CIA) principle. The aforesaid policy specifies clear roles and responsibility for development, implementation and monitoring of IT security policy. The Management Committee is tasked with monitoring and supporting the implementation of the policy as well as reviewing and assessing the level of appropriateness in IT security system to conform to the corporate business operation strategy, with an internal and external monitoring bodies having the duty to check and give advice on improvement of the security to be more efficient.

CONFIDENTIALITY	INTEGRITY	AVAILABILITY
ข้อมูลจะสามารถเข้าถึงได้โดยผู้ที่มีสิทธิเท่านั้น Information can be accessed by authorized personnel only	ข้อมูลมีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ Information is accurate and reliable	ข้อมูลพร้อมเรียกใช้เมื่อต้องการ Information is ready for use when required

พร้อมกันนี้ บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ISO27001:2013 ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจประกันชีวิตอันดับต้นๆ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ตั้งแต่ปี 2015 ในด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ ครอบคลุมทั้งศูนย์คอมพิวเตอร์ การพัฒนาระบบงานสารสนเทศ การควบคุมการปฏิบัติงานในส่วนของการบริหารประกันชีวิตและประกันภัยกลุ่ม ส่วนของจัดการสินไหมทดแทนและศูนย์บริการรับแจ้งปัญหา และในปี 2016 บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ISO22301:2012 ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ด้วยการที่บริษัทจัดเตรียมศูนย์ข้อมูลสำรอง (Second Site) และศูนย์ปฏิบัติการสำรอง โดยให้มีการเชื่อมโยงระบบเครือข่ายและข้อมูลสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเกิดเหตุฉุกเฉินในสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น และเพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บริษัทมีการซักซ้อมแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจตามมาตรฐานสากลเป็นประจำทุกปี จึงเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทให้ความสำคัญในการบริหารจัดการระบบสารสนเทศให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

ในอีกด้านหนึ่งของการรักษาความปลอดภัยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบงานสารสนเทศและฐานข้อมูลที่มีความสำคัญของบริษัท ได้รับการรับรองตามมาตรฐานหลักเกณฑ์การพัฒนาระบบที่เป็นสากล โดยเริ่มตั้งแต่การรวบรวมความต้องการ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ออกแบบและพัฒนาระบบ ทดสอบผลลัพธ์ จนถึงการนำระบบขึ้นใช้งานจริง ไม่เพียงเท่านั้นบริษัทยังเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยระบบด้วยการให้ผู้ตรวจสอบภายนอกที่ได้รับมาตรฐานด้านการตรวจสอบความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศ เป็นผู้ตรวจหาช่องโหว่ของระบบงานของบริษัท ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าระบบงานของบริษัทเป็นไปตามมาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศ

บริษัทใช้แนวทางการดำเนินงานด้านไซเบอร์แบบเชิงรุก ครอบคลุมตั้งแต่การป้องกันการบุกรุกโจมตีจากภายนอก (อินเทอร์เน็ต) และภายในเครือข่ายบริษัท มีระบบการแจ้งเตือนและตรวจสอบความผิดปกติ จนถึงการตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่กระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งพัฒนาเทคโนโลยี บุคลากร กระบวนการตรวจสอบภัยด้านไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัทสามารถรับมือสถานการณ์และป้องกันการสูญเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ และควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างและระเบียบการกำกับดูแลอย่างทั่วถึง บริษัทยังมุ่งสร้างวัฒนธรรมเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล พร้อมทั้งมุ่งเน้นให้พนักงานมีองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าว โดยบริษัทได้จัดให้มีการฝึกอบรมการสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยเชิงรุก (Proactive Security Awareness) ให้กับพนักงานทุกระดับ

สำหรับในปี 2562 ทางบริษัทเตรียมพร้อมในการพัฒนาศูนย์ปฏิบัติการความมั่นคงปลอดภัย (Security Operation Center - SOC) ที่มีมาตรฐาน พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญด้านการรักษาความปลอดภัยระบบสารสนเทศ เพื่อจะดูแลเฝ้าระวังภัยคุกคามต่อระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท และตอบสนองต่อการบุกรุกได้อย่างรวดเร็วแบบเรียลไทม์ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อสร้างความมั่นใจ

Meanwhile, the Company has received ISO 27001:2013 for information security management; we are one of the leading life insurance business companies since 2015 to obtain this information security standard which covers our computer center, development of information system, monitoring of operation of life insurance policy and group insurance, indemnity handling, and claims receiving center. Furthermore, in the year 2016, the Company received ISO 22301:2012 for business continuity. The Company has prepared a second site for information as well as a second operation site with round-the-clock connection of network system and IT in order to be prepared for emergency in any disruptive incidents which may occur and for a more efficient business operation. The Company rehearses the business continuity plan in accordance with the international standard every year which shows that the Company sees the importance of managing the IT system to be able to operate continuously and efficiently.

Moreover, the IT security which concerns development of IT work process and the Company's important database has been certified by the international system development guideline standard, starting with the compilation of requirements, feasibility analysis, system design and development, testing the result, to actual implementation of the system. Furthermore, the Company has increased the system security standard by having an external examiner standardized in IT security examination check for any security vulnerability in the Company's operating system to ensure that the Company's operating system is in accordance with the standard of the IT security system.

The Company uses pro-active comprehensive cyber operational methods starting from prevention of external (internet) attack and within the corporate network, with a warning and irregularity check system, and fast and efficient response to incidents impacting the IT security. There is also development of technology, personnel, and continuous cyber-attack check process to enable the Company to capably and efficiently cope with the incident and prevent loss. Together with structure development and comprehensive management regulation. The Company is also determined to create data security culture in the organization so that all levels of employee are aware of the significance of data security, and aims to educate employees on this knowledge by organizing a Proactive Security Awareness training to employees of all levels.

In 2019 the Company was prepared with the development of the Security Operation Center – SOC) which is standardized and has IT security system experts to maintain, monitor any

ในการรักษาความปลอดภัยระบบสารสนเทศ และเป็นไปตาม พ.ร.บ.ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และข้อกำหนด กฎเกณฑ์ของหน่วยงานรัฐที่กำกับดูแล รวมถึงจัดทำแผนการดำเนินโครงการเตรียมความพร้อมด้านการรับมือกับภัยด้านไซเบอร์ (Cybersecurity Preparedness) ผ่านการทำแคมเปญ อาทิ ฟิชซิ่ง (Phishing Exercise) การโจมตีให้ไม่สามารถให้บริการได้ (DDoS Attack) เพื่อทดสอบศักยภาพขององค์กรในการรับมือต่อภัยคุกคามจากสถานการณ์ดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทยังมีส่วนร่วมในการยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการความปลอดภัยของข้อมูลของอุตสาหกรรมประกันชีวิตโดยร่วมแลกเปลี่ยนความรู้และกรณีศึกษาด้านความปลอดภัยของข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก อาทิ ศูนย์ประสานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยระบบคอมพิวเตอร์ประเทศไทย (Thailand Computer Security Incident Response Team: ThaiCERT) ศูนย์ประสานงานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศภาคประกันชีวิต (Thailand Insurance Sector Computer Emergency Response: TI-CERT) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของข้อมูลของอุตสาหกรรมประกันภัยให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

การรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

ในด้านการดูแลรักษาข้อมูลของลูกค้า บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดูแลและจัดการข้อมูลลูกค้าให้มีความปลอดภัยสูงสุด และมีแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของสำนักงานกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย สำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวปฏิบัติด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมของหน่วยงานกำกับธุรกิจ โดยบริษัทได้จัดทำและทบทวนนโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Policy) ของบริษัท และหลักปฏิบัติการรักษาความลับและการเปิดเผยข้อมูลลูกค้า ซึ่งกำหนดแนวทางดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแลข้อมูลลูกค้า เพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทเคารพในสิทธิความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของลูกค้าทุกรายโดยมีแนวปฏิบัติในการดูแลและเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าอย่างปลอดภัย โดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของลูกค้า การรักษาความลับ รวมถึงมุ่งป้องกันไม่ให้มีการนำข้อมูลส่วนบุคคลและ/หรือข้อมูลเกี่ยวกับทำประกันภัยไปใช้โดยไม่ได้รับความยินยอมจากลูกค้า ทั้งนี้ ในการขอความยินยอมจากลูกค้า บริษัทได้แจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวม การใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลของของลูกค้าอย่างชัดเจน ในกรณีที่พบข้อมูลส่วนบุคคลผิดพลาดหรือไม่ถูกต้อง ลูกค้าสามารถติดต่อศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) ของบริษัท เพื่อแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้องได้

กิจกรรมสร้างการตระหนักรู้ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในปี 2562
บริษัทมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมฝึกอบรม กิจกรรมประชุมแม่ทัพและที่ปรึกษาการเงิน และผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ BLA Station Application และการ์ตูนแอนิเมชันเกี่ยวกับ Code of Conduct ขององค์กร เป็นต้น

attack on the Company's IT system, with fast, real-time response to the attack throughout 24 hours to create confidence in IT system security and to be in line with the Cybersecurity Act as well as the rules and regulatory requirements of the supervising government agency. Moreover, a Cybersecurity Preparedness plan had been organized through various campaigns such as Phishing Exercise and DDoS Attack, in order to check the organization's potential in coping with the attack from the aforesaid situations.

In addition, the Company participated in upgrading the standard of managing life insurance industry data security through exchange of knowledge and case studies on data security with external organizations such as Thailand Computer Security Incident Response Team: ThaiCERT, Thailand Insurance Sector Computer Emergency Response: TI-CERT, and the Office of Insurance Commission (OIC) to increase potentials in handling work on insurance industry data security to the highest efficiency.

Privacy Protection

With respect to protecting customer data, the Company places utmost importance on handling and managing customer data with maximum security and has an operation method which is consistent with the regulations of the Office of the Insurance Commission, The Securities and Exchange Commission, Thailand, and other pertinent regulations including guidelines concerning market conduct of business regulators. The Company has organized and reviewed its Market Conduct Policy and Personal Data Protection Policy as well as the principles of protecting and disclosure of customer data which set out the method of protecting customer data and stipulate the responsibility of the relevant agency for customer data protection in order to protect customer data efficiently.

The Company respects every customer's privacy right and confidentiality and has a rule in managing and protecting customer data safely, with consideration for customer privacy, data protection, as well as a determination to prevent the usage of personal data and/or insurance data without customer's approval. In this respect, in order to get customer's approval, the Company would notify the customer clearly of the aim in compiling, using, or disclosure of customer data in case it is found that personal data is wrong or inaccurate; customers may contact the Company's Call Center to amend data.

Raising awareness in personal data protection in 2019

The Company is determined to continuously create awareness and knowledge in personal data protection in the organization through training activities, meeting of leaders and financial advisors activities, and through electronics channel such as BLA Station Application and animation cartoons concerning Code of Conduct of the Organization, and so on.

Anti-Corruption and Anti-Bribery

การต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชันและสินบน

บริษัทประกาศนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท โดยมุ่งปลูกฝังแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ผ่านการสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างองค์กร บทบาท และความรับผิดชอบในการกำกับดูแลที่มีระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันการดำเนินงานอันก่อให้เกิดเหตุทุจริตคอร์รัปชันและสินบน

แนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและสินบน

บริษัทประกาศนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมทั้งดำเนินการปรับปรุงมาตรการต่อต้านคอร์รัปชันและสินบนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามข้อกำหนดทางกฎหมายและบริบทในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีให้คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับในองค์กรรับทราบ และนำไปปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดซึ่งเนื้อหาของนโยบายดังกล่าวครอบคลุมรูปแบบการคอร์รัปชันและสินบนที่สำคัญไว้อย่างชัดเจน เช่น การช่วยเหลือทางการเมือง การบริจาคเพื่อการกุศล การให้เงินสนับสนุน การจ่ายค่าอำนวยความสะดวกที่อาจนำไปสู่การคอร์รัปชัน เป็นต้น ทั้งนี้ ในปี 2562

บริษัทไม่มีกรณีกล่าวโทษหรือร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันและสินบนจากสำนักงานกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

The Company announced the Company's anti-corruption and anti-bribery policy with a view to establishing good practice as an organizational culture through creation of good corporate governance and compliance with business ethics as well as determining the organization's structure, role and responsibility in corporate governance with efficient internal control and risk management systems in order to prevent operations which create corruption and bribery.

Regulation in Anti-Corruption and Anti-Bribery

The Company announced an anti-corruption policy and proceeded to improve the anti-corruption and anti-bribery measures to conform to the changes according to regulation and context in operating a business, and also communicated the policy and good practice for acknowledgement by the committees, executives and every level of employees in the organization for their strict adherence and practice. The contents of the aforesaid Policy clearly covers important corruption and bribery styles such as political assistance, donations for charity, funding, payment for amenities which may lead to corruption, and so on.

In 2019 the Company did not have any case of accusation or complaint concerning corruption and bribery from the Office of Insurance Commission, Office of Anti Money Laundering, Office of the National Anti-Corruption Commission and The Securities and Exchange Commission.

ในปี 2562 **100 %**
ของจำนวนผู้บริหารและพนักงาน
บริษัทได้ยืนยันการทบทวนหลัก
ปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริต
คอร์รัปชัน

In 2019 **100%**
of Company's Executives and
Employees have confirmed
reviewing the Principles of
Conduct with respect to
Anti-Corruption

บริษัทให้ความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจอย่างโปร่งใสและสอดคล้องกับนโยบายต่อต้านการทุจริตและสินบน จึงประกาศเป็นหลักปฏิบัติด้านการมอบและรับของขวัญ โดยให้พนักงานทุกระดับงดให้หรือรับของขวัญ ของกำนัล หรือผลประโยชน์อื่นแก่บริษัทและองค์กรต่างๆ เว้นแต่เนื่องในโอกาสสำคัญโดยกำหนดให้มีมูลค่าไม่เกิน 2,000 ต่อรายต่อปี ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีธรรมาบรรณและความโปร่งใส

The Company places importance on operating business with transparency and in consistency with the anti-corruption and anti-bribery policy. We are therefore announcing the rule of declining to give and accept gifts. All levels of employees shall not give or accept gifts, complimentary items, or other benefits to various companies and organizations except on special occasions and the gifts, etc. shall not exceed 2,000 baht per case per year. This is in accordance with the organization's culture of ethics and transparency.

การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนและกรณีทุจริต

ภายใต้ Whistleblower Guideline บริษัทสนับสนุนให้พนักงานแจ้งเบาะแสหรือข้อมูลการกระทำที่ไม่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น อีเมล จดหมาย และโทรศัพท์ซึ่งบริษัทมีนโยบายรักษาความลับโดยไม่เปิดเผยตัวตนของผู้รายงาน รวมถึงมีกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนอย่างเป็นระบบ ด้วยการกำหนดหน่วยงานที่มีความชำนาญเฉพาะในการตรวจสอบข้อเท็จจริงเพื่อทำหน้าที่สอบสวนเหตุการณ์หรือกรณีอย่างทันที่ และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการพิจารณาโทษทางวินัย และรายงานผลการพิจารณาเพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบทุก 3 เดือน

Management of Complaints and Fraud Reporting

Under Whistleblower Guideline, the Company encourages employees to give a tip-off or information on acts which are not consistent with the practice and ethics in the business operation of the Company through various channels such as email, letter, and telephone. The Company has a policy in keeping information confidential by not disclosing the identity of the person reporting the case as well as a process in handling complaints systematically by specifying the offices with specific skills in examining facts to have the duty of investigating the incident or the case in a timely manner and report the result of the proceeding to the Disciplinary Committee; the result of the investigation will be reported to the Audit Committee's acknowledgement every 3 months.

พนักงานหรือบุคคลภายนอกแจ้งเบาะแสหรือเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดกรณีปฏิบัติงานบกพร่องหรือผิดพลาดและกรณีทุจริตผ่านช่องทาง

Employees or people outside the organization are to make tip-off or complaints about wrong doings in case of faulty work procedure or mistakes and in case of corruption through

ไปรษณีย์

Mail to:

ฝ่ายตรวจสอบ หรือสำนักงานกำกับ การปฏิบัติงาน
บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
23/115-121 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

Internal Audit Department, or Compliance Office

Bangkok Life Assurance PCL
23/115-121 Soi Sun Wichai, Rama 9 Rd
Bangkapi, Huaykwang, Bangkok 10310

อีเมล / เบอร์โทรศัพท์

Email / Telephone No.

ฝ่ายตรวจสอบ
โทรศัพท์ 0-2777-8233-4
โทรสาร 0-2777-8237
auditor@bangkoklife.com
สำนักกำกับการปฏิบัติงาน
โทรศัพท์ 0-2777-8861
โทรสาร 0-2777-8605
compliance@bangkoklife.com

Internal Audit Department

Telephone: 0-2777-8233-4

Telefax: 0-2777-8237

auditor@bangkoklife.com

Compliance Office

Telephone: 0-2777-8861

Telefax: 0-2777-8605

compliance@bangkoklife.com

จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2562 บริษัทได้ดำเนินการยกระดับการกำกับดูแลการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) โดยบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการกำกับ การปฏิบัติต่อลูกค้า ในปลายปี 2561 คณะกรรมการกำกับการปฏิบัติต่อลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยกรรมการและผู้บริหารระดับสูง มีบทบาทหน้าที่ในการควบคุม ติดตาม และกำกับดูแลคุณภาพการเสนอขายผลิตภัณฑ์และการบริการลูกค้า จากทุกช่องทางอย่างเป็นระบบ ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และทันต่อ เหตุการณ์ เพื่อธำรงไว้ซึ่งความเป็นธรรม โดยการปฏิบัติของคณะกรรมการนี้ จะถูกรายงานต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคณะกรรมการบริษัท ต่อไป ทั้งนี้ เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการกำกับดูแลการดำเนินงาน ให้เป็นไปอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดย บริษัทได้กำหนดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบไปด้วยกรรมการอิสระ ทั้งหมด ทำหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์หลักจริยธรรม และจรรยาบรรณ ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมการดำเนินธุรกิจร่วมกับตัวแทนนายหน้าและ บริษัทพันธมิตรที่ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการอบรมสัมมนาเกี่ยวกับการ ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม ทั้งที่จัดอบรมในห้องเรียนและการสื่อสารผ่าน ระบบดิจิทัล

Business Operation Ethics

In 2019 the Company upgraded Market Conduct of the organization by establishing a Market Conduct Committee. Towards the end of 2018. The Market Conduct Committee, comprising Directors and high-level executives with a role in supervising, monitoring, and controlling the quality of product sales offering and servicing of customers via every channel systematically, in the same direction and keeping abreast of the situation in order to maintain fairness; the operation of this Committee is reported to the Good Corporate Governance Committee and the Board of Directors. This is to show the Company's determination in supervising work procedures to be ethical and responsible for every group of stakeholders. The Company stipulated that there be an Audit Committee comprising all Independent Directors having the role of supervising the operations according to the Company's rules, morality and ethics.

Moreover, the Company supports business operations together with brokers and partner companies which place importance on operating business with righteousness and responsibility to society and the environment, who have attended the seminar on Market Conduct both in class and through digital communication.

Prevention and Suppression of Money Laundering

การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

บริษัทมุ่งยกระดับการดำเนินงานด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทในการดำเนินธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายและแนวปฏิบัติตามมาตรฐานสากล ด้วยการพัฒนาระบบปฏิบัติการ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบตัวตน และพิสูจน์ทราบลูกค้า ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ระบบการพิสูจน์ตัวตนลูกค้ารูปแบบใหม่

ในปี 2562 บริษัทประสบความสำเร็จในการร่วมทดสอบระบบพิสูจน์ตัวตนของลูกค้าด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องภายใต้โครงการ National Digital ID เพื่อยกระดับมาตรฐานในการพิสูจน์ตัวตนหรือตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้าที่ใช้บริการกับสถาบันการเงินหรือหน่วยงานภาครัฐ และช่วยลดขั้นตอนการเดินเอกสารของลูกค้าในการขอใช้บริการกับสถาบันการเงิน ซึ่งทำให้สถาบันการเงินมีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อนำมาใช้ในการพิสูจน์ตัวตนลูกค้าให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

การอบรมหลักสูตรกฎหมายป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินให้กับพนักงาน

บริษัทได้มีการจัดอบรมหลักสูตรการป้องกันการฟอกเงินการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องแก่ผู้บริหารและพนักงานทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้ทราบและเข้าใจแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องและสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมั่นใจ อาทิ การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย กฎกระทรวง และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการฟอกเงินการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง บทบาทหน้าที่ของบริษัทประกันชีวิต วิธีการตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า เป็นต้น โดยผ่านการจัดทำนโยบาย แนวปฏิบัติงาน รวมถึงการสื่อสารความรู้ให้ความรู้ทั้งในรูปแบบห้องเรียน โดยมีการจัดทำเนื้อหาให้มีความกระชับและเข้าใจง่าย

The Company is determined to improve its operations in preventing and suppressing money laundering and financial support to terrorism and spreading of weapons of mass destruction in order to conform with the context in operating life assurance business which includes legal and guideline changes according to international standards by development of the operation systems, by the use of technologies in verifying and establishing the customer's identity as well as continuously enhancing the operation process within the organization to reach the highest efficiency and effectiveness.

The new verification of customer's identity system

In 2019 the Company succeeded in coordinating with the Bank of Thailand, Siam Commercial Bank and relevant government agencies in using customer's identity test system electronically under the National Digital ID Project in order to improve the standards of identifying or testing to know the fact about customers who use services with financial institutions or government agencies and help reduce steps in processing customer's documentation when applying for services with financial institutions. This provides financial institutions with reliable sources to use in customer's identification as stipulated by law.

Training Course for Employees on Anti-Money Laundering Laws

The Company organized a training course on prevention of money laundering, financial support of terrorism and spreading of weapons of mass destruction. We also educated all our Executives and employees within the organization so that they become acquainted and understand the correct procedures and can confidently apply the knowledge gained in their business operations. For instance, knowledge of the law, ministerial regulations and announcements concerning money laundering, financial support of terrorism and spreading of weapons of mass destruction, the roles of life insurance companies, methods of verification of facts about customers, and so on. These are done by preparing policies, operation guidelines as well as communicating the knowledge classroom style by preparing information which is concise and easy to understand.

หลักสูตรการป้องกันการฟอกเงินการสนับสนุนทางการเงิน
แก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอำนาจทำลายล้างสูง
Training course on prevention of money laundering, financial support in terrorism
and spreading of weapons of mass destruction

การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้บริหารและพนักงานประจำ
สำนักงานใหญ่
Preparedness for Management and Employees at Head
office

จำนวนผู้ผ่านการอบรม
275 คน
Number of participants 275

การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้บริหารและพนักงานประจำ
สำนักงานสาขา
Preparedness for Management and Employees branch
offices

จำนวนผู้ผ่านการอบรม
179 คน
Number of participants 179

หมายเหตุ : ข้อมูล ณ สิ้นเดือน ธันวาคม 2562
Remark : Data as at end of December 2019

Market Conduct

การกำกับดูแลการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

การกำกับดูแลทุกหน่วยงานขององค์กรปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมถือเป็นนโยบายหลักที่บริษัท กรุงเทพประกันชีวิตให้ความสำคัญตลอดมา เพราะความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของลูกค้าเป็นรากฐานอันมีค่าสำหรับการประกอบธุรกิจประกันชีวิต ในปีที่ผ่านมามีบริษัทได้พัฒนาปรับปรุงหลักเกณฑ์การปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเป็นธรรมอย่างต่อเนื่อง การดำเนินกิจการของบริษัทครอบคลุมตั้งแต่การสร้างวัฒนธรรมองค์กรและการกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้บริหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทน กระบวนการเสนอขายการสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงานและผู้เสนอขาย การดูแลข้อมูลของลูกค้า การบริหารจัดการข้อร้องเรียน การควบคุม การกำกับและตรวจสอบ และการกำหนดแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินเพื่อการบริหารอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งบริษัทได้ยึดถือกฎเกณฑ์และแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และสำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัยอย่างเคร่งครัด ซึ่งแนวปฏิบัติของทั้งสองหน่วยงานมีเนื้อหาสอดคล้องกัน อีกทั้งบริษัทได้สอดแทรกหลักการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมไว้ในจรรยาบรรณของบริษัท และมุ่งพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อให้ผู้เสนอขายทุกคนสามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทโดยยึดมั่นในการรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า นำเสนอสิ่งที่เหมาะสมที่สุดให้กับลูกค้าอย่างเป็นธรรมและไม่แสวงหาประโยชน์จากความไม่รู้ของลูกค้า

ในปี 2562 คณะกรรมการกำกับดูแลการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมซึ่งจัดตั้งโดยคณะกรรมการบริษัทเป็นการเฉพาะ ได้เริ่มปฏิบัติหน้าที่ด้านการกำกับดูแลคุณภาพการเสนอขายผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้เสนอขายทุกช่องทาง เพื่อให้การปฏิบัติต่อลูกค้าสอดคล้องกับนโยบายและหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

Market Conduct observed by every department of the organization can be considered the main policy on which Bangkok Life Assurance PCL places importance all the time as customer confidence and trust are a valuable foundation for operating a life insurance business. During the past years, the Company has continuously been developing and improving the rules in market conduct. The Company's comprehensive operations start from creating organizational culture and defining roles and responsibility of executives; developing products; defining remuneration criteria, sales offer process; communicating with and educating employees and agents/brokers; customer data care; handling complaints; controlling, supervising and inspecting; and defining contingency plans for continuous business administration.

In addition, the Company strictly adheres to rules and guidelines on market conduct established by the Securities and Exchange Commission and the Office of the Insurance Commission, contents of both agencies which conform. Also, the Company has inserted the market product principles as the Company's ethics and aims at developing the technological innovation so that all agents/brokers can offer the Company's products while adhering to the principles of protecting customers' interest, and offer what is most appropriate for customers with fairness and do not take advantage of unknowing customers.

In 2019 the Market Conduct Committee which has specifically been established by the Board of Directors started carrying out its duty by supervising the quality in offering products and services by agents/brokers through every channel so that the practice to customers adheres to the policy and principle concerning market conduct.

ความมุ่งมั่นภายใต้นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม Determination under the Market Conduct Policy

ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจและเชื่อมั่นว่าบริษัทให้บริการอย่างเป็นธรรม

Customers trust and feel confident that the Company provides service in a fair and just manner.

ให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงความต้องการและเหมาะสมกับลูกค้า

Give advice on products and services that meet the needs and are appropriate for customers.

มุ่งพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

Aiming to improve product offer and services which largely take into consideration the benefits to customers.

มุ่งให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างสะดวก และถูกต้องแม่นยำ ควบคู่กับการดูแลและแก้ปัญหาอย่างทันท่วงที

Aiming at giving customer convenient and accurate service, coupled with taking care and solving problems promptly.

บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
23/115-121 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

Bangkok Life Assurance Public Company Limited
23/115-121 Soi Sun Wichai, Rama 9 Rd.,
Bangkapi, Huaykwang, Bangkok 10310



Tel. 02-777-8000
Fax 02-777-8899
Call center 02-777-8888
www.bangkoklife.com