



แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2568
แบบ 56-1 One Report
ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-One Report)

บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568



สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

1. โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ	1
1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ	23
1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท	96
1.4 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว	103
1.5 การออกหลักทรัพย์อื่น	104
1.6 นโยบายการจ่ายเงินปันผล	105

2. การบริหารจัดการความเสี่ยง

2.1 นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง	107
2.2 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท	114

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน	161
3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ	195
3.3 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม	207
3.4 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม	231

4. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

4.1 วิเคราะห์การดำเนินงานและฐานะทางการเงินการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ	249
4.2 ปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่อาจมีผลต่อฐานะการเงินหรือการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ	256
4.3 ข้อมูลจากงบการเงิน และอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	261

5. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

5.1 ข้อมูลทั่วไป	275
5.2 ข้อมูลสำคัญอื่น	276
5.3 ข้อพิพาททางกฎหมาย	277
5.4 ตลาดรอง	278
5.5 สถาบันการเงินที่ติดต่oprประจำ (กรณีออกตราสารหนี้)	279

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ

6. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

6.1 ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ	280
6.2 จรรยาบรรณธุรกิจ (ถ้ามี)	298
6.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของนโยบายและระบบการกำกับดูแลกิจการในรอบปีที่ผ่านมา	315

7. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการคณะกรรมการชด้อย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ

7.1 โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ	317
7.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ	318
7.3 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชด้อย่อย	331
7.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร	341
7.5 ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน	347
7.6 ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ	350

8. รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ

8.1 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา	352
8.2 รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบในรอบปีที่ผ่านมา	381
8.3 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชด้อย่อยอื่น ๆ	384

9. การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน

9.1 การควบคุมภายใน	399
9.2 รายการระหว่างกัน	403

ส่วนที่ 3 งบการเงิน

รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน	423
รายงานของผู้สอบบัญชีอนุญาต	425
งบการเงิน	432
หมายเหตุประกอบงบการเงิน	441

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ	501

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

1. โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มสิ่งทอ โดยพัฒนาและบริหารเครื่องหมายการค้าของตนเองภายใต้แบรนด์ **เชอร์ลอน (CHERILON)** **คาร่า (CARA)** สำหรับสุภาพสตรี และ **แซนรีโม (SanRemo)** สำหรับสุภาพบุรุษ ซึ่งเป็นแบรนด์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ถุงน่อง ถุงเท้า ชุดนอน และเครื่องแต่งกาย ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการใช้งานในชีวิตประจำวันและตอบสนองต่อความต้องการด้านแฟชั่นของผู้บริโภคในหลากหลายกลุ่ม

นอกจากสินค้าในกลุ่มสิ่งทอแล้ว บริษัทได้ขยายธุรกิจไปยังผลิตภัณฑ์ในกลุ่มความงามและการบำรุงผิว ภายใต้เครื่องหมายการค้า ได้แก่ **Scruple, MISASA, Jungnani และ Gold Energy & Snail Synergy** โดยมีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท เช่น สบู่ โฟมล้างหน้า ผลิตภัณฑ์สกินแคร์ และครีมบำรุงผิว เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อความงามที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพสินค้า การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งช่องทางการค้าส่ง ค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า และแพลตฟอร์มการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคและเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาว

ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม การดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนให้แก่บริษัทในอนาคต

โครงสร้างผลิตภัณฑ์ (Product Portfolio)

บริษัทมีการพัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในหลายกลุ่มหลัก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจสำคัญ ดังนี้

1. กลุ่มสินค้าถักทอ (Knitting Products)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ถักทอถือเป็นธุรกิจหลักของบริษัท ประกอบด้วยสินค้าประเภท **ถุงน่องและถุงเท้า** ซึ่งพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการถักทอที่ทันสมัย เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่น ความกระชับ และความสบายในการสวมใส่

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ครอบคลุมทั้งสินค้าสำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวัน สินค้าแฟชั่น และสินค้าที่ออกแบบเพื่อการใช้งานเฉพาะทาง เช่น การป้องกันความหนาว การป้องกันแสงแดด และการเสริมบุคลิกภาพในการแต่งกาย

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สำคัญ ได้แก่

- **CHERILON ถุงน่องรับปริญญา**

เป็นถุงน่องแบบซัพพอร์ตที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการใช้งานของนักศึกษาในวันรับปริญญา โดยมีแรงกระชับที่ช่วยพยุงกล้ามเนื้อของขา ลดความเมื่อยล้าจากการยืนหรือเดินเป็นเวลานาน พร้อมช่วยเสริมภาพลักษณ์ของนักศึกษาให้ดูเรียบเนียนสวยงามในวันสำคัญ

2. กลุ่มสินค้าเครื่องนุ่งห่ม (Apparel Products)

ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ประเภท **ชุดชั้นใน ชุดนอน และชุดออกกำลังกาย** ซึ่งได้รับการออกแบบโดยคำนึงถึงความสวยงาม ความกระชับ และความสบายในการสวมใส่ โดยมีการนำเทคโนโลยีการผลิตแบบ **Seamless และ Bonding Technology** มาใช้เพื่อเพิ่มความเรียบเนียนและความกระชับของสินค้า

บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นและความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งมีการออกแบบคอลเลกชันใหม่ตามฤดูกาล

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ความงามและการดูแลผิว (Beauty & Personal Care Products)

บริษัทได้ขยายธุรกิจไปสู่ผลิตภัณฑ์ความงามและการดูแลผิว ซึ่งประกอบด้วยสินค้า เช่น **สบู่ โฟมล้างหน้า ผลิตภัณฑ์สกินแคร์ และครีมบำรุงผิว** ภาย โดยเน้นการใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติและการพัฒนาสูตรที่เหมาะสมกับการดูแลผิวในชีวิตประจำวัน

การดำเนินงานธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้าเครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และสินค้าเครื่องสำอางประเภทสกินแคร์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท ได้แก่ **CHERILON, SANREMO, CARA และ SCRUPLES** ซึ่งได้รับการพัฒนาให้มีความ คุณภาพ ได้มาตรฐาน และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคัดเลือกผู้ผลิตที่มีมาตรฐาน การควบคุมคุณภาพสินค้า รวมถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า และการขยายช่องทางการจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและรองรับการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาว โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีการผลิต เพื่อเพิ่มคุณภาพ ความสะดวกสบายในการสวมใส่ ตลอดจนคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันบริษัทได้พัฒนานวัตกรรมที่สำคัญในผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. Seamless Bonding

เทคโนโลยีการตัดเย็บแบบไร้ตะเข็บ ซึ่งช่วยเพิ่มความเรียบเนียนและความกระชับของผลิตภัณฑ์ ลดการระคายเคืองจากตะเข็บผ้า และมอบความสบายในการสวมใส่ พร้อมเสริมความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค

2. Recycle Nylon

การนำเส้นใยไนลอนรีไซเคิลมาใช้ในการกระบวนการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวโน้มของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน

3. UV Protection

นวัตกรรมการป้องกันรังสีอัลตราไวโอเล็ต (UV) ในเนื้อผ้า ซึ่งช่วยปกป้องผิวจากแสงแดดและเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานกลางแจ้ง โดยผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานการป้องกันรังสี **UPF50+**

การพัฒนานวัตกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรอบด้าน ทั้งในด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และการดูแลสุขภาพผิวของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. Over Knee Tights

ถุงน่องแพชชั่นเนื้อทึบ 40 ดีเนียร์ ที่มีความยืดหยุ่นได้ดีทั้ง 4 ทิศทาง เนื้อสัมผัสนุ่มและสวมใส่สบาย สามารถช่วยปกปิดร่องรอยบนขา และสามารถนำไป Mix & Match กับเสื้อผ้าแฟชั่นได้หลากหลายรูปแบบ

5. Fancy Collection

ถุงน่องลวดลายแพชชั่น เนื้อบางใส เห็นลวดลายชัดเจน ให้ความกระชับและยืดหยุ่นดี เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเพิ่มความโดดเด่นให้กับ การแต่งกาย

6. Winter Tights

ถุงน่องกันหนาวแบบ Double Layers ที่สามารถป้องกันความหนาวได้ตั้งแต่ 10 องศา ถึง -8 องศา โดยชั้นในบุขนเนื้อนุ่มเพื่อเก็บความร้อน ขณะที่ชั้นนอกช่วยให้รีียวขาดูเรียวยาว พร้อมทั้งสามารถป้องกันแสงแดดได้สูงถึง 99%

ลักษณะผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในหลากหลายกลุ่ม ภายใต้แนวคิดด้านนวัตกรรมสิ่งทอและการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ECOWEAR

เป็นกลุ่มสินค้าเสื้อผ้าที่พัฒนาขึ้นโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่ม Innerwear ที่ผลิตจากเนื้อผ้า ฝ้ายธรรมชาติ (Cotton) ร้อยละ 50 ผสมกับเส้นใยเรยอน (Rayon) ร้อยละ 50 ซึ่งเป็นเส้นใยที่ย่อยสลายได้ง่ายและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิตอยู่ภายใต้มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม **ISO 14001** และไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง ทำให้เนื้อผ้ามีความนุ่มเป็นพิเศษ สวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี และให้สัมผัสที่อ่อนโยนต่อผิว

Care for Fiber

เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าลูกไม้ที่ผลิตขึ้นภายใต้แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยนำวัสดุเหลือใช้ เช่น พลาสติก มาผ่านกระบวนการรีไซเคิล คัดแยกประเภท และแปรรูปเป็นเส้นใยสำหรับทอเป็นผ้าลูกไม้ลดทลายสวยงาม ภายใต้แนวคิด **“Made Earth Friendly for the Good of Tomorrow”** ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อโลก

Recycled Lace Collection

เป็นคอลเลกชันผ้าลูกไม้รีไซเคิลของแบรนด์ **Cherilon Intimate** ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตและวัตถุดิบที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการใช้น้ำ ลดการใช้พลังงาน ลดปริมาณของเสีย และลดการใช้วัตถุดิบใหม่

ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในและเครื่องนุ่งห่ม

CHERILON CALMY ECO BRA

เป็นชุดชั้นในสตรีที่พัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด **“อกสวยช่วยโลก”** โดยใช้เส้นใยที่ได้จากกระบวนการรีไซเคิล ควบคู่กับเทคโนโลยีการทอแบบ **Seamless** และลายนูนแบบ **Jacquard** ช่วยให้เนื้อผ้าระบายอากาศได้ดี เพิ่มความสบายในการสวมใส่ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

CHERILON BOND FIT 270

เป็นกางเกง **Seamless Bonding Shape Wear** ที่ใช้เทคนิคการรัดติดผ้าด้วยความร้อน (Bonding) ทำให้ไร้ตะเข็บและมีความเรียบเนียน ช่วยกระชับสัดส่วนรอบตัวในลักษณะ 270 องศา ให้ความยืดหยุ่นสูง รองรับรูปร่างของผู้สวมใส่ และเหมาะสำหรับการใช้งานทั้งในชีวิตประจำวัน และการออกกำลังกาย

CHERILON HYGISY EASY

เป็นกางเกงในกันเปื้อนสำหรับสตรีที่ออกแบบมาเพื่อรองรับช่วงเวลาที่ประจำเดือน โดยใช้เทคโนโลยีผ้าหลายชั้นที่ช่วยป้องกันการซึมเปื้อน สามารถใช้ได้ทั้งกลางวันและกลางคืน รวมถึงใช้ร่วมกับผ้าอนามัยเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการเคลื่อนไหว ทั้งยังมีคุณสมบัติระบายอากาศได้ดี สวมใส่สบาย และสามารถซักทำความสะอาดเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำได้

ผลิตภัณฑ์ถุงน่องและสินค้าแฟชั่น

CHERILON SUPER SHINE Pantyhose

ถุงน่องรุ่นพิเศษที่พัฒนาให้มีความโดดเด่นด้านแฟชั่น โดยใช้เส้นใยที่มีส่วนผสมของเส้นใย **Glitter** เพื่อเพิ่มความเงางามและความแวววาว สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน

CHERILON SILKY SHEER SUPPORT Pantyhose

ถุงน่องเนื้อบางแบบ **20 Denier** ที่มีคุณสมบัติให้ความเงางามตามธรรมชาติ เนื้อผ้านุ่มลื่น สวมใส่สบาย และมีความยืดหยุ่นสูง ช่วยเสริมความเรียบเนียนของริ้วขา

CHERILON ถุงน่องป้องกันรังสี UV

ถุงน่องเนื้อหนาที่มีคุณสมบัติในการป้องกันรังสีอัลตราไวโอเล็ตในระดับ **UPF 50+** ช่วยปกป้องผิวจากแสงแดด ลดความเสี่ยงของผิวไหม้และผิวคล้ำจากแสงแดด อีกทั้งยังช่วยให้ความอบอุ่นในสภาพอากาศเย็น เหมาะสำหรับการใช้งานทั้งในร่มและกลางแจ้ง

CHERILON ถุงน่องรับปริญญา

เป็นถุงน่องแบบซัพพอร์ตที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการใช้งานของนักศึกษาในวันรับปริญญา โดยมีแรงกระชับที่ช่วยพยุงกล้ามเนื้อของริ้วขา ลดความเมื่อยล้าจากการยืนหรือเดินเป็นเวลานาน และช่วยเสริมภาพลักษณ์ของริ้วขาให้ดูเรียบเนียนสวยงามในวันสำคัญ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Development)

ในปี **2568** บริษัทได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในหลายกลุ่มสินค้า เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่

กลุ่มถุงน่อง

Over Knee Tights

ถุงน่องแฟชั่นเนื้อทึบ 40 ดีเนียร์ ที่มีความยืดหยุ่นได้ดีทั้ง 4 ทิศทาง เนื้อสัมผัสนุ่มและสวมใส่สบาย สามารถช่วยปกปิดร่องรอยบนริ้วขา และสามารถนำไป Mix & Match กับเสื้อผ้าแฟชั่นได้หลากหลายรูปแบบ

Fancy Collection

ถุงน่องลวดลายแฟชั่น เนื้อบางใส เห็นลวดลายชัดเจน ให้ความกระชับและยืดหยุ่นดี เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเพิ่มความโดดเด่นให้กับ การแต่งกาย

Winter Tights

ถุงน่องกันหนาวแบบ Double Layers ที่สามารถป้องกันความหนาวได้ตั้งแต่ 10 องศา ถึง -8 องศา โดยชั้นในบุขนนุ่มเพื่อเก็บความอบอุ่น ขณะที่ชั้นนอกช่วยให้เรียวขาดูเรียวยาว พร้อมทั้งสามารถป้องกันแสงแดดได้สูงถึง 99%

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

ในปี 2568 บริษัทได้เปิดตัวคอลเลกชันสำคัญ ได้แก่ **Collagen Collection** ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีเส้นใยนาโนมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรม สิ่งทอ โดยผสาน **Masterbatch** เข้ากับสารสกัดคอลลาเจนจากปลาคอด (Cod Fish) ซึ่งเป็นปลาทะเลน้ำลึกที่มีคุณภาพคอลลาเจนสูง เส้นใยดังกล่าวถูกพัฒนาเป็น **Nylon Collagen Fiber** และนำไปถักทอด้วยเครื่อง **Seamless** ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อสัมผัสนุ่มสบาย พร้อม คุณสมบัติช่วยกักเก็บความชุ่มชื้นให้กับผิวระหว่างการสวมใส่

เส้นใยคอลลาเจนยังช่วยสร้างฟิล์มบางที่ยืดหยุ่นบนผิว ช่วยลดการสูญเสียน้ำ รักษาสมดุลของผิว และช่วยลดปัญหาความแห้งกร้าน

ผลิตภัณฑ์ในคอลเลกชันนี้ประกอบด้วย

- ถุงเท้าข้อสั้น
- ถุงเท้าได้ตาตุ่ม
- ถุงน่อง
- ปลอกแขน
- เสื้อโครอปสายเดี่ยว
- บราครอป
- กางเกงใน

พันธกิจ (MISSION)

CHERILON
พันธกิจ (MISSION)

- พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สร้างสรรค์สินค้า CHERILON ที่ตอบโจทย์ผู้หญิงทุกสรีระ
- ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและธรรมาภิบาล
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- ปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

❤️ CHERILON สวดยคนทุกองศา
ก้าวไปข้างหน้าพร้อมลูกค้าย่างมั่นคงและยั่งยืน

- พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สร้างสรรค์สินค้า CHERILON ที่ตอบโจทย์ผู้หญิงทุกสรีระ
- ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและธรรมาภิบาล
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- ปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

- CHERILON สวดยครบทุกองค์ก้าวไปข้างหน้าพร้อมลูกค้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน

1. มุ่งมั่นพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องแต่งกายที่มีคุณภาพ ภายใต้แบรนด์ของบริษัท โดยให้ความสำคัญกับนวัตกรรม การออกแบบ ความสบายในการสวมใส่ และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้หญิงในทุกสรีระ ด้วยราคาที่เหมาะสมและเข้าถึงได้
2. พัฒนาลิขสิทธิ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การเลือกใช้วัสดุที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมสร้างอนาคตที่ยั่งยืน
3. ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม และยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) พร้อมทั้งคำนึงถึงการรักษาผลประโยชน์ต่อสังคม ผู้บริโภค คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน
4. พัฒนาศักยภาพบุคลากรขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ และความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมถึงสนับสนุนการทำงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท
5. เสริมสร้างความแข็งแกร่งของทุกสายธุรกิจของบริษัท ด้วยการปรับตัวอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อรองรับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และขับเคลื่อนการเติบโตขององค์กรอย่างมั่นคง
6. “CHERILON มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค พร้อมพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวไปข้างหน้าพร้อมกับลูกค้าทุกท่านอย่างมั่นคง และเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกมิติของธุรกิจ”
7. “CHERILON สร้างสรรค์ความสวยงามอย่างครบทุกองค์ก้าวไปข้างหน้าพร้อมลูกค้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน



OUR CORE VALUES

ค่านิยมหลักของบริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

Integrity & Transparency

ความซื่อสัตย์และความโปร่งใส
ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรม และจริยธรรม ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี (Good Corporate Governance)

แนวคิดหลักที่บริษัทให้ความสำคัญ

Quality & Innovation (คุณภาพและนวัตกรรม)
มุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย และนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

Customer Focus (การมุ่งเน้นลูกค้า)

ให้ความสำคัญกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

Sustainability & CSR (ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม)
ดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน การดูแลสิ่งแวดล้อม และการก้าวสู่ Green Industry

Adaptability & Agility (การปรับตัวและความรวดเร็ว)
เสริมสร้างความแข็งแกร่งด้วยการปรับตัวที่รวดเร็วทันต่อสถานการณ์ เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ค่านิยม (Core Values)

1. Customer Focus

ให้ความสำคัญกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

2. Quality Commitment

มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

3. Integrity & Transparency

ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และยึดหลักธรรมาภิบาล

4. Innovation & Development

ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมสินค้าอย่างต่อเนื่อง

5. Sustainability

ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท



บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง โดยเชื่อว่าวัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ และการขับเคลื่อนกลยุทธ์ขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดกว้าง โปร่งใส และเคารพความแตกต่างของบุคลากร เพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานภายใต้หลักการ 4T เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการทำงานร่วมกัน และเป็นแนวทางในการสื่อสารภายในองค์กร ดังนี้

Target (เป้าหมาย)

การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของงานอย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานทุกระดับมีความเข้าใจร่วมกัน และสามารถดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Timeline (เงื่อนไขเวลา)

การบริหารจัดการเวลาและการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามกำหนดเวลา และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร

Tracking (การติดตามผล)

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม โดยเน้นการสื่อสารและการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

Teamwork (การทำงานเป็นทีม)

การส่งเสริมการทำงานร่วมกันบนพื้นฐานของความเข้าใจและการเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร

หลักการดำเนินธุรกิจกับลูกค้าและลูกค้า (CARE)

บริษัทยังให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยยึดหลัก CARE เป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่น ดังนี้

C – Confident (ความมั่นใจ)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า โดยใส่ใจในรายละเอียดของทุกผลิตภัณฑ์ก่อนส่งมอบถึงมือผู้บริโภค เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า

A – Acceptance (การยอมรับ)

บริษัทมุ่งพัฒนาและสรรหาสินค้าที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งการให้บริการด้านการขายที่เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อให้สินค้าและบริการได้รับการยอมรับจากลูกค้า ทั้งในด้านคุณสมบัติสินค้า ความพึงพอใจ และราคาที่เหมาะสม

R – Responsibility (ความรับผิดชอบ)

บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการเติบโตของธุรกิจควบคู่กับความยั่งยืนของสังคม

E – Excellence (ความเป็นเลิศ)

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาสินค้า บริการ และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงาน และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าและคู่ค้า

กลยุทธ์และเป้าหมายระยะยาวถึงปี พ.ศ. 2571

บริษัทกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าสิ่งทอภายใต้แบรนด์ของบริษัท โดยเฉพาะแบรนด์เชอริลอน (CHERILON) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน

1. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาแบรนด์และผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้มีคุณภาพและนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบที่ทันสมัย ความสบายในการสวมใส่ และคุณสมบัติที่ช่วยเพิ่มประโยชน์ใช้สอยของสินค้า ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์และสร้างความแตกต่างในตลาด

2. กลยุทธ์ด้านการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทมุ่งขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ทั้งในทางสรรพสินค้า ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ และรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ช่องทางดิจิทัลมากขึ้น

3. กลยุทธ์ด้านการสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาพลักษณ์และการรับรู้ของแบรนด์ ผ่านการสื่อสารทางการตลาด การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภค และการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว

4. กลยุทธ์ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัทมุ่งส่งเสริมการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยสนับสนุนการใช้วัสดุที่ยั่งยืน การรีไซเคิล และการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การเติบโตของธุรกิจสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

5. เป้าหมายระยะยาวถึงปี พ.ศ. 2571

บริษัทตั้งเป้าหมายในการพัฒนาและขยายธุรกิจเพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีมุ่งเน้น

- การเพิ่มสัดส่วนยอดขายจากสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท
- การขยายฐานลูกค้าในช่องทางการจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ในตลาดสิ่งทอและแฟชั่น

บริษัทมีเป้าหมายในการสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างสมดุล ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค ผู้มีส่วนได้เสีย และสังคมโดยรวมในระยะยาว โดยคณะกรรมการบริษัทได้ดำเนินการติดตามและทบทวนกลยุทธ์และแผนงานเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ ในระหว่างปี คณะกรรมการยังได้กำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายปฏิบัติการตามแผนที่ได้รับมอบหมาย ผ่านการประชุมคณะกรรมการผู้บริหารเป็นประจำทุกเดือน เพื่อรับทราบความคืบหน้าของแผนงาน และพิจารณาปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

นโยบายการประกอบธุรกิจ

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอภายใต้แบรนด์ **Cherilon** ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมไว้วางใจจากผู้บริโภคมาอย่างยาวนานกว่า 62 ปี โดยบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามแนวทางดังกล่าว บริษัทได้กำหนดนโยบายการประกอบธุรกิจที่สำคัญ ดังนี้

1. นโยบายการรักษาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้าในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การควบคุมกระบวนการผลิต ไปจนถึงการตรวจสอบและทดสอบคุณภาพสินค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานและความปลอดภัย พร้อมมอบประสบการณ์การใช้งานที่ดีแก่ผู้บริโภค

2. นโยบายการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยมีการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้า รวมถึงบริการต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

3. นโยบายการพัฒนาบุคลากร

บริษัทมุ่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและการขยายตัวของธุรกิจ โดยในปี 2568 บริษัทได้ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมผ่านสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน 13 ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 จำนวน 4 หลักสูตร ดังนี้

1. หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่ Crop Bra เสริมฟองน้ำรุ่นที่1 ฝึกอบรมในวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568
2. หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่กางเกงในเต็มตัว รุ่นที่ 1 ฝึกอบรมในวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2568
3. หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทชุดชั้นใน Set Beyond Gender รุ่นที่ 1 ฝึกอบรมในวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2568
4. หลักสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่เสื้อสายเดี่ยว Crop เสริมฟองน้ำ รุ่นที่ 1 ในวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2568

เลขที่ รร ๐๔๐๔.๘/๒.๑.๒๕๖๘

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ๑๓
กรุงเทพมหานคร
อาคารสุโขทัย กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๑๐
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐

หนังสือมอบหมายให้ไปฝึกอบรมว่า บริษัท นิสิต (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ได้รับความเห็นชอบ
หลักสูตรรายละเอียดที่เกี่ยวข้องและรายการค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการฝึกอบรมประกอบกิจการเป็นผู้ดำเนินการฝึกจาก
นายทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. ๒๕๔๕ จำนวน ๔ หลักสูตร ดังต่อไปนี้

๑. หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่ Crop Bra เสริมฟองน้ำ
รุ่นที่ ๑ ฝึกอบรมในวันที่ ๒๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน ๔๐ คน
๒. หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่กางเกงในเต็มตัว
รุ่นที่ ๑ ฝึกอบรมในวันที่ ๓๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน ๔๐ คน
๓. หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทชุดชั้นใน Set Beyond Gender
รุ่นที่ ๑ ฝึกอบรมในวันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน ๔๐ คน
๔. หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่เสื้อสายเดี่ยว Crop เสริมฟองน้ำ
รุ่นที่ ๑ ฝึกอบรมในวันที่ ๒๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘
ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน ๔๐ คน

ให้ไว้ ณ วันที่ ๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๘

Lila Ina
(นายชัชวาล เตชะ)

ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ๑๓ กรุงเทพมหานคร
นายทะเบียน

สำหรับตรวจสอบความถูกต้อง
ของหนังสือรับรอง

4. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อม โดยนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการผลิต รวมถึงการใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมด้านสิ่งทออย่างต่อเนื่อง เช่น

- การใช้เทคโนโลยีการตัดเย็บแบบไร้ตะเข็บ (Seamless Bonding) เพื่อเพิ่มความสบายในการสวมใส่และช่วยกระชับสัดส่วน
- การใช้เส้นใยรีไซเคิล (Recycle Nylon) ในการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การพัฒนานวัตกรรมป้องกันรังสี UV ในเนื้อผ้า (UV Protection) เพื่อปกป้องผิวจากแสงแดด โดยผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน UPF 50+

นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ **CHERILON CALMY ECO BRA** ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เส้นใยรีไซเคิลและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการออกแบบผ้าทอแบบ Seamless Jacquard เพื่อช่วยเพิ่มการระบายอากาศและความสบายในการสวมใส่

5. นโยบายด้านการจัดจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม โดยในประเทศมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า (Department Store) โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ร้านค้าส่ง (Traditional Trade) ร้านค้าของบริษัท (Company Shop) รวมถึงช่องทางการจำหน่ายออนไลน์

6. นโยบายการให้บริการลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้าในทุกช่องทางการจำหน่าย โดยมีการพัฒนาระบบบริการให้เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าแต่ละประเภท ได้แก่

1. ค้าปลีก (Retail)

มีการจัดอบรมพนักงานประจำห้างสรรพสินค้าเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการลูกค้า การสื่อสาร และการแนะนำสินค้าให้สอดคล้องกับมาตรฐานการให้บริการ

2. ค้าส่ง (Business to Business : B2B)

มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะยาว โดยมีการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสินค้า การบริหารคำสั่งซื้อขนาดใหญ่ การบริการหลังการขาย และการกำหนดเงื่อนไขทางการค้าให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย

3. ช่องทางออนไลน์ (Online Channel)

บริษัทให้ความสำคัญกับการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มการจำหน่ายออนไลน์ เช่น Lazada, Shopee และ TikTok โดยมุ่งเน้นการให้ข้อมูลสินค้าอย่างครบถ้วน การตอบข้อซักถามอย่างรวดเร็ว การจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการให้บริการหลังการขาย เช่น การเปลี่ยนหรือคืนสินค้า และการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง

7. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และนวัตกรรมอย่างยั่งยืน (Environmental and Social Policy)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน บริษัทจึงมุ่งพัฒนาระบบการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

7.1 การใช้วัสดุที่ยั่งยืน (Sustainable Materials)

บริษัทส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุรีไซเคิล หรือวัสดุจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม ECOWEAR ซึ่งเป็นสินค้าที่ออกแบบให้คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ สินค้าประเภท Innerwear ที่ผลิตจากเนื้อผ้าฝ้ายธรรมชาติ (Cotton) ร้อยละ 50 ผสมกับเส้นใยเรยอน (Rayon) ร้อยละ 50 ซึ่งเป็นเส้นใยที่ให้ความนุ่มสบาย ระบายอากาศได้ดี และผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมตามระบบ ISO 14001 โดยไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผิวหนังผู้สวมใส่ ส่งผลให้เนื้อผ้ามีความนุ่มเป็นพิเศษ ให้สัมผัสที่สบายผิวและเหมาะสำหรับการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน

7.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Materials Innovation)

บริษัทได้พัฒนาโครงการ Care for Fiber ซึ่งเป็นการนำวัสดุเหลือใช้ เช่น พลาสติก มาผ่านกระบวนการรีไซเคิลและแปรรูปเป็นเส้นใยเพื่อนำมาผลิตผ้าลูกไม้ลดตายต่าง ๆ สำหรับใช้ในผลิตภัณฑ์ภายใต้คอลเลกชัน Recycled Lace ของแบรนด์ Cherilon โดยแนวคิดดังกล่าวอยู่ภายใต้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Earth Friendly Product Development)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและวัตถุดิบที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในหลายมิติ ได้แก่

- การลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิต
- การลดการใช้พลังงาน
- การลดปริมาณของเสียจากกระบวนการผลิต
- การลดการปล่อยของเสียและมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม

แนวทางการกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนแนวคิด “The Good of Tomorrow” เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสำหรับคนรุ่นต่อไป

7.3 การรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนชุมชน บริษัทมีการจัดทำกิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน โดยตระหนักว่าการเติบโตขององค์กรควรดำเนินไปพร้อมกับการสร้างคุณค่าและประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวม

บริษัทจึงได้ดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR) อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลากหลายด้าน ในแต่ละปี บริษัทได้เข้าร่วมและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ โดยในปีบริษัทได้ร่วมดำเนินกิจกรรมสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2568 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) โดยเข้าเยี่ยมชมคณะพยาบาลศาสตร์ของ **Panyapiwat Institute of Management** พร้อมมอบถุงน่องและถุงเท้าสำหรับนักศึกษาพยาบาล รวมมูลค่ากว่า 50,000 บาท เพื่อสนับสนุนการศึกษาและเป็นกำลังใจแก่นักศึกษาที่กำลังเตรียมก้าวสู่การเป็นบุคลากรทางการแพทย์ที่มีคุณภาพในอนาคต

ในโอกาสดังกล่าว บริษัทได้จัดกิจกรรมบรรยายพิเศษในหัวข้อ **“Support Your Look, Support Your Legs: นวัตกรรมเส้นใย เพิ่มความสบายทุกการสวมใส่”** เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของเส้นใยและเทคโนโลยีการผลิตถุงน่องและถุงเท้าที่ช่วยเพิ่มความสบายในการสวมใส่ รองรับการเคลื่อนไหวตลอดการปฏิบัติงาน รวมทั้งช่วยเสริมบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับวิชาชีพพยาบาล ภายในกิจกรรมยังมีการจัดกิจกรรมตอบคำถามเพื่อเสริมสร้างความรู้ พร้อมมอบของที่ระลึกแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากนักศึกษา สร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองและส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทกับสถาบันการศึกษา โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์สำคัญ ได้แก่

- สนับสนุนอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการศึกษานักศึกษาพยาบาล
- ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านเครื่องแต่งกายของนักศึกษา
- ส่งเสริมความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมาตรฐานการแต่งกายของนักศึกษาพยาบาล
- ตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทให้ความสำคัญกับการสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษา โดยเฉพาะวิชาชีพพยาบาลซึ่งถือเป็นกำลังสำคัญในการดูแลสุขภาพของประชาชน บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการจัดกิจกรรมในครั้งนี้จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจและสนับสนุนให้นักศึกษาพร้อมก้าวสู่เส้นทางวิชาชีพอย่างมั่นคงในอนาคต

● โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะด้านสื่อสร้างสรรค์

บริษัทได้ดำเนินโครงการสนับสนุนทุนการศึกษาให้แก่ศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ของ **King Mongkut's University of Technology Thonburi** เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนในด้านการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลและการผลิตคอนเทนต์วิดีโอ

โครงการดังกล่าวจัดขึ้นโดยมุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ ควบคู่กับการเรียนรู้เกี่ยวกับแพชชั่นและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยใช้ผลิตภัณฑ์ถุงน่องของแบรนด์ Cherilon เป็นสื่อกลางในการสร้างสรรค์ผลงานผ่านกิจกรรมเวิร์กช็อปให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดประกวดคลิปวิดีโอสั้นความยาวไม่เกิน 90 วินาที ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากคณะฯ ในการจัดกิจกรรมภายในห้องเรียน

นอกจากนี้ บริษัทได้มอบทุนการศึกษารวมจำนวน 10,000 บาท ให้แก่นักศึกษาที่มีผลงานคลิปวิดีโอที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีความโดดเด่น เพื่อเป็นการสนับสนุนและต่อยอดศักยภาพของนักศึกษาในการพัฒนาทักษะด้านการผลิตสื่อดิจิทัล และเตรียมความพร้อมสู่การประกอบวิชาชีพในอนาคต

โครงการดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการมีส่วนร่วมสนับสนุนการศึกษาและการพัฒนาศักยภาพของเยาวชน ซึ่งถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต

1.1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

สารจากประธานกรรมการ



เรียน ท่านผู้ถือหุ้นทุกท่าน

ในช่วงปีที่ผ่านมา สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของบริษัทได้รับผลกระทบจากหลายปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

ในช่วงครึ่งปีแรกการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังไม่เป็นไปตามที่หลายฝ่ายคาดหวังภาคการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของเศรษฐกิจไทยเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่กลับมาเต็มที่จึงส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการบริโภคและการใช้จ่ายในหลายภาคส่วนของเศรษฐกิจขณะเดียวกันเศรษฐกิจโลกยังอยู่ในช่วงของการปรับโครงสร้างและการจัดระเบียบใหม่ของระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (Global Realignment) ทั้งในด้านการค้า การปรับตัวของห่วงโซ่อุปทาน และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในหลายภูมิภาค ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวม

ในช่วงครึ่งปีหลังประเทศไทยยังต้องเผชิญกับสถานการณ์อุทกภัยในหลายพื้นที่ซึ่งส่งผลกระทบต่อชุมชนการคมนาคมและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในบางภูมิภาค ทำให้ตลาดภายในประเทศมีความท้าทายเพิ่มขึ้น

แม้จะต้องเผชิญกับปัจจัยภายนอกเหล่านี้ บริษัทนิวซีดี(กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) และทีมงานทุกฝ่ายยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาและปรับตัวอย่างต่อเนื่องโดยบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่การสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

หนึ่งในความท้าทายที่สำคัญของปีนี้ คือการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์หลักของบริษัท **Cherilon** ได้แก่ **Cherilon Collagen** ซึ่งเป็นอีกก้าวหนึ่งของการนำนวัตกรรมมาผสานกับความสบายและคุณภาพในการใช้งานในชีวิตประจำวันผลิตภัณฑ์ใหม่นี้สะท้อนถึงความตั้งใจของบริษัทในการสร้างทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค พร้อมทั้งเสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ในระยะยาว

บริษัทเชื่อมั่นว่า ความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมที่เอื้ออำนวยเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัว การคิดค้นสิ่งใหม่ และความร่วมมือของทุกฝ่ายภายในองค์กร

ในโอกาสที่ในนามของบริษัทขอขอบคุณผู้ถือหุ้นลูกค้าคู่ค้าและพนักงานทุกท่าน ที่ให้ความไว้วางใจและสนับสนุนบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด(มหาชน) ด้วยดีเสมอมา บริษัทจะยังคงมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ เพื่อสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

นายบุญปกรณ์ โขควัฒนา

ประธานกรรมการ

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์



“มุ่งเน้นการพัฒนาและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท”

“มุ่งพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน”

“มุ่งสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคอย่างยั่งยืน”

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจที่สามารถสร้างผลกำไรและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทมีวิสัยทัศน์ในการมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านการจัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ในการดำเนินงาน บริษัทให้ความสำคัญกับการสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านการส่งเสริมการใช้เคลและการเลือกใช้วัสดุที่ยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตและการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนการใช้พลังงาน

หมุนเวียนและการนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

พันธกิจ (MISSION)

- พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สร้างสรรค์สินค้า CHERILON ที่ตอบโจทย์ผู้หญิงทุกสรีระ
- ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและธรรมาภิบาล
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- ปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด
- CHERILON สวຍគ្របពុកកាត់ទៅក្រៅប្រទេសជាមួយភ្នាក់ងារយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់

พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงกระบวนการผลิตที่ช่วยลดผลกระทบต่อธรรมชาติ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

สร้างสรรค์สินค้า CHERILON ที่ตอบโจทย์ผู้หญิงทุกสรีระ

บริษัทมุ่งออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Cherilon ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้หญิงในทุกช่วงวัยและทุกสรีระ โดยเน้นความสวยงาม ความสบายในการสวมใส่ และคุณภาพที่ช่วยเสริมบุคลิกภาพและความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและธรรมาภิบาล

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์ และยึดหลักธรรมาภิบาล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

บริษัทส่งเสริมการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะของบุคลากรในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสนับสนุนการเติบโตขององค์กรในระยะยาว

ปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

บริษัทให้ความสำคัญกับการติดตามแนวโน้มของตลาด เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ พร้อมทั้งปรับกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอย่างทันทั่วถึง

CHERILON สวຍគ្របពុកកាត់ កាត់ទៅក្រៅប្រទេសជាមួយភ្នាក់ងារយ៉ាងម៉ឺងម៉ាត់

สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของแบรนด์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมความมั่นใจและความงามให้กับผู้บริโภค พร้อมเติบโตเคียงข้างลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. พัฒนาและจำหน่ายสินค้าสิ่งทอที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
2. เสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับในตลาด
3. สร้างการเติบโตทางธุรกิจและผลกำไรอย่างยั่งยืน
4. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและฐานลูกค้าให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
5. ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
6. พัฒนาศักยภาพบุคลากรและองค์กรอย่างต่อเนื่อง



ค่านิยมองค์กร (Core Values)

Customer Focus

ให้ความสำคัญกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค

Quality Commitment

มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐาน

Integrity & Transparency

ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และยึดหลักธรรมาภิบาล

Innovation & Development

ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมสินค้า

Sustainability

ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน (Strategy)

1. กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

พัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. กลยุทธ์การพัฒนาแบรนด์

เสริมสร้างภาพลักษณ์และความแข็งแกร่งของแบรนด์ของบริษัทในตลาด

3. กลยุทธ์การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

เพิ่มช่องทางการจำหน่ายทั้งในทางสรรพสินค้า ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และช่องทางออนไลน์

4. กลยุทธ์การบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

พัฒนาระบบการบริหารจัดการและบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

5. กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

สนับสนุนการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจในระยะ 2-5 ปีข้างหน้า

ภายใต้สถานการณ์ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ความผันผวนของราคาพลังงาน และผลกระทบจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในหลายภูมิภาค บริษัทฯ ได้กำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจในระยะ 2-5 ปีข้างหน้า โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กร การบริหารความเสี่ยง และการรักษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว โดยมีเป้าหมายสำคัญดังนี้

1. การรักษาเสถียรภาพของรายได้และการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มุ่งรักษาเสถียรภาพของรายได้จากธุรกิจหลัก พร้อมทั้งสร้างการเติบโตอย่างเหมาะสมผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการขยายฐานลูกค้า เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

2. การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนการผลิตและการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาพลังงาน การขนส่ง และความไม่แน่นอนของห่วงโซ่อุปทานในระดับโลก

3. การพัฒนานวัตกรรมสินค้าและสร้างความแตกต่างในตลาด

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและนวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น ความสบายในการสวมใส่ เทคโนโลยีเนื้อผ้า และการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. การขยายและพัฒนาช่องทางการจำหน่าย



บริษัทฯ มีแผนพัฒนาช่องทางการจำหน่ายทั้งในรูปแบบร้านค้าปลีกและช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าในกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการพัฒนาระบบการขายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มศักยภาพการเติบโตของธุรกิจ ผ่านการพัฒนาตลาดใหม่ทั้งในด้านพื้นที่ภูมิศาสตร์และกลุ่มผู้บริโภค เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ CHERILON และเพิ่มโอกาสทางการตลาดในระยะยาว

ในด้านการขยายตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ มีแผนศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยัง ตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ภายในระยะเวลา 4 ปี โดยมุ่งเน้นประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตของตลาดสินค้าแฟชั่นและสิ่งทอ รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจและผู้จัดจำหน่ายในแต่ละประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างการรับรู้ในแบรนด์ในระดับภูมิภาค นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาดเพื่อ ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z ภายในระยะเวลา 3 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มแฟชั่นและพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในยุคดิจิทัล โดยบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ รวมถึงการใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น



5. การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัท มุ่งดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล (ESG) โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจกับความยั่งยืนขององค์กรพัฒนาระบบการขายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป



6. การพัฒนาศักยภาพองค์กรและบุคลากร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรและการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ



7. เป้าหมายด้านการบริหารและการจัดการ

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาระบบการบริหารและการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยมีเป้าหมายสำคัญ ดังนี้

7.1. การพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีความคล่องตัว โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยนำหลักการบริหารจัดการที่ดีมาปรับใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร

7.2. การเสริมสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และจริยธรรมทางธุรกิจ โดยมีการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างถูกต้อง เป็นธรรม และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

7.3. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดความซ้ำซ้อนของกระบวนการทำงาน และสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

7.4. การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงและระบบควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถป้องกันและลดผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทมีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานภายใต้แผนธุรกิจ (Business Plan) มาใช้ในการบริหาร โดยครอบคลุม 4 มิติการทำงาน ประกอบด้วย มิติด้านการเงิน (Financial) มิติด้านลูกค้าและการตลาด (Customer/Market) มิติด้านการปฏิบัติการ (Internal Operations) และมิติด้านศักยภาพของพนักงานและระบบงาน (Capability) ซึ่งแต่ละมิติมีการพูดถึงกลยุทธ์ และโครงการหรือแนวคิดต่าง ๆ ที่จะสนับสนุนกลยุทธ์ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนธุรกิจของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

- มิติด้านการเงิน (Financial) เพื่อเพิ่มรายได้และลดต้นทุน เพื่อสร้างกำไรสูงสุดให้กับบริษัท

บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายการขายและกำหนดกลยุทธ์ในการผลักดันยอดขายของแต่ละช่องทาง เช่น การนำเสนอสินค้า การพัฒนามาตรฐานการจัดร้านและการจัดเรียงสินค้าให้ดึงดูดลูกค้า การวางแผนการขายและกำหนดราคาขายให้เหมาะสม ฯลฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถทำได้ตามเป้าหมายการขายที่กำหนดไว้ รวมถึงมีการจัดทำงบประมาณรายจ่าย และที่มาของรายได้ ซึ่งจะส่งผลถึงผลประกอบการของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการจัดทำงบประมาณประจำปีสำหรับแผนกแต่ละแผนก โดยมีรายละเอียดรายเดือน เพื่อให้แต่ละหน่วยงานสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายเทียบกับงบประมาณ และดำเนินการใช้จ่ายโดยมีงบประมาณรองรับ อีกทั้งการดำเนินงานของบริษัทในมิตินี้ ยังมีภาวะความเสี่ยงทางการเงิน เพื่อเสริมสร้างให้การดำเนินธุรกิจ มีเหตุผลที่สนับสนุนโดยการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียและผลกระทบทางการเงินของบริษัท เช่น การวิเคราะห์ ถึงความคุ้มค่า ความสามารถในการทำกำไร ระยะเวลาในการคืนทุน และอัตราผลตอบแทน เป็นต้น

- มิติด้านลูกค้าและการตลาด

บริษัทตระหนักดีว่าลูกค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้การบริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหวัง บริษัท จึงจัดทำแบบประเมินคุณภาพบริการ (Service Quality Programs) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่จะช่วยยกระดับคุณภาพ การบริการ รวมไปถึงระบบต่าง ๆ และศักยภาพของบุคลากรให้มีความเป็นเลิศ เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและการบริการที่เหมาะสม ซึ่งคุณภาพของการให้บริการจะได้รับการประเมินผลตามตัวชี้วัดที่กำหนดขึ้น เพื่อที่จะสามารถบริการให้ตรงตามความต้องการหรือเหนือความคาดหมายแก่ลูกค้าได้

- มิติด้านการปฏิบัติการ

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาขั้นตอนการทำงานให้รวดเร็วแต่ยังคงไว้ซึ่งประสิทธิภาพ และลดความเสี่ยง ในการปฏิบัติงาน ด้วยการสร้างระบบงาน และนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการทำงาน นอกจากนี้บริษัท ยังให้ความสำคัญกับมาตรฐานในการทำงาน จึงได้จัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงานของขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงาน หรือ SOP (Standard Operating Procedures) กล่าวคือกระบวนการทำงานต่าง ๆ จะมีมาตรฐานให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ซึ่ง SOP จะเข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายธุรกิจ ควบคุมและตรวจสอบการปฏิบัติงาน ช่วยให้การฝึกอบรมมีมาตรฐานและใช้เวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดเวลาการบริหารจัดการ ให้ผู้บริหาร และช่วยส่งเสริมสนับสนุนคุณภาพบริการของบริษัท

- มิติด้านศักยภาพของพนักงานและระบบงาน

บริษัทได้ตระหนักเสมอว่าพนักงานทุกคนเป็นทรัพยากรที่มีค่าของบริษัท และเป็นผู้ที่มีโอกาสที่จะเติบโตและมีความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้น การพัฒนาความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพและทักษะของพนักงาน จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับบริษัท ทางบริษัท จึงได้จัดทำแผนและโครงการเพื่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ส่งเสริมให้พนักงานได้รับองค์ความรู้ทักษะต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานมีความเติบโตในเส้นทางอาชีพ ทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาสู่ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ที่สูงขึ้นได้ โดยแผนการพัฒนาพนักงานของบริษัทมีดังนี้

1. การพัฒนาความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพ (Career Path Development) บริษัทได้จัดทำแผนและเส้นทางความก้าวหน้าให้กับพนักงานทุกคน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1 กำหนดโครงสร้างของฝ่าย/แผนกในบริษัท

1.2 ทบทวนและจัดทำเอกสารเกี่ยวกับบทบาทและความรับผิดชอบ (Job Descriptions) ของแต่ละตำแหน่งหน้าที่

1.3 กำหนดสมรรถนะ (Competency) ของแต่ละตำแหน่ง

1.4 กำหนดช่วงเวลาในการเลื่อนขั้น/ตำแหน่ง (Service Time)

1.5 จัดทำฝึกอบรม (Training)

1.6 การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation)

1.7 การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning)

1.8 การพัฒนาผู้นำ (Leadership Development)

2. การพัฒนาศักยภาพ (Skills Development)

บริษัทได้จัดทำโครงการและแผนเพื่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ด้วยการจัดอบรมและกิจกรรม เพื่อเป็นการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานตามสมรรถนะที่ได้กำหนดให้แก่พนักงาน ตามสมรรถนะ (Competency) 3 ประเภท ได้แก่

2.1 สมรรถนะหลัก (Core Competency) เป็นสมรรถนะที่พนักงานทุกระดับตำแหน่งในบริษัท พึงมี

2.2 สมรรถนะเฉพาะตำแหน่ง (Functional Competency) เป็นสมรรถนะที่จำเป็นเฉพาะตำแหน่งงาน ที่พนักงานในตำแหน่งนั้น ๆ พึงมี โดยทางบริษัทได้กำหนดหลักสูตรในการอบรม โดยพิจารณาจากทักษะ ความรู้ และความสามารถที่พนักงานในแต่ละตำแหน่งจำเป็นต้องนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน

2.3 สมรรถนะทางการบริหาร (Managerial Competency) เป็นสมรรถนะที่ระดับหัวหน้างาน หรือผู้ที่ต้องการจะเติบโตขึ้นไปในระดับบริหารพึงมี

2.4 การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร (Communication Skills) เพื่อให้บุคลากรสามารถสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น

- การนำเสนอ (Presentation)
- การเจรจาต่อรอง
- การทำงานเป็นทีม

2.5 การพัฒนาทักษะด้านวิชาชีพ (Professional Skills) เป็นการเพิ่มความรู้และทักษะเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เช่น

- ความรู้ด้านบัญชี การเงิน หรือการตลาด
- ความรู้ด้านการผลิตสิ่งทอและแฟชั่น
- ความรู้ด้านการขายและการบริหารลูกค้า

2.6 การพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการ (Management Skills) การพัฒนาความสามารถในการบริหารงานและการจัดการองค์กร เช่น

- การวางแผนงาน
- การบริหารทีมงาน
- การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

3. การวัดและประเมินผล (Measurement and Evaluation หรือ Performance Management) บริษัทได้จัดการประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

3.1 การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี ด้วยระบบตัวชี้วัดความสำเร็จ หรือ KPI (Key Performance Indicators) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงาน ได้เห็นความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานในแต่ละปี

3.2 การประเมินพฤติกรรมบุคคลในการทำงาน หรือ PB (Professional Behavior) โดยพิจารณาจากการให้ความร่วมมือและช่วยเหลือแผนกต่าง ๆ ความเอาใจใส่ต่องานและความขยัน การมี Growth Mindset และการมีวินัยและรักษากฎระเบียบของบริษัท (รวมถึงการขาด สาย ลา งาน) สรุปการจัดทำแผนการปฏิบัติงานภายใต้แผนธุรกิจ(Business Plan) มาใช้ในการบริหารเกี่ยวกับการขาย การตลาด การเงิน และการปฏิบัติการในทุกส่วนงานได้จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) เพื่อพัฒนาตัวชี้วัด (KPI) สำหรับการประเมินผลและศักยภาพในการทำงานของแต่ละส่วนงาน โดยมีเป้าหมายในการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

กลยุทธ์การรับมือความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกและสถานการณ์สงคราม

จากสถานการณ์ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกและความขัดแย้งในหลายภูมิภาค บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงและการดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับความผันผวนดังกล่าว ดังนี้

1. การบริหารต้นทุนและวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนการผลิตและการจัดหาวัตถุดิบ โดยมีการกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตหลายราย เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาและปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ

2. การเพิ่มความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

บริษัทฯ มีการวางแผนบริหารสินค้าคงคลังและการขนส่งอย่างเหมาะสม รวมถึงการติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด

3. การขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และ Marketplace เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ และลดข้อจำกัดจากสถานการณ์เศรษฐกิจหรือข้อจำกัดด้านการเดินทาง

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน เช่น สินค้าที่ให้ความสบายในการสวมใส่ เทคโนโลยีเนื้อผ้าพิเศษ และสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5. การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักความยั่งยืน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อสร้างความมั่นคงและการเติบโตในระยะยาวขององค์กร

1.1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
2568	ในปี 2563 ขยายฐานลูกค้าเพิ่ม Traffic ในโลกออนไลน์ด้วย LINE for Business LINE Ads Platform เพื่อการปรับตัวของ แปรนด์ในเว็บไซต์ www.cherilon.com เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้ายุคดิจิทัล พร้อมแตกไลน์สินค้าที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้หญิงยุคใหม่มากยิ่งขึ้นทั้งกลุ่ม Legwear, Innerwear, Shapewear และเพิ่มช่องทางให้ซื้อง่าย และตอบโจทยจะทำอย่างไรให้ลูกค้ารู้จัก ได้เริ่มโฆษณาออนไลน์เพื่อโปรโมทช่องทางเลือกใช้ LINE Ade Platform ซึ่งเป็นการลงโฆษณาบน LINE เป็นช่องทางหลักเพราะสามารถเข้าถึงผู้ใช้ LINE ในไทยกว่า 46 ล้านคน วันที่ 1 ธันวาคม 2564 บริษัทฯได้จัดทำบิลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & e-Receipt) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของภาครัฐลดการใช้เอกสารในรูปแบบกระดาษช่วยลดภาวะโลกร้อน ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและบริหารจัดการของภาครัฐและภาคเอกชน โดยได้รับประโยชน์การลดความซ้ำซ้อนและลดปัญหาการจัดการเอกสารที่อยู่ในรูปของกระดาษ ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเอกสาร สามารถนำข้อมูลไปใช้ประมวลผลต่อในระบบสารสนเทศภายในองค์กรได้ทันที เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความน่าเชื่อถือและมีผลผูกพันทางกฎหมายของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เอกสารที่จัดทำได้แก่ ใบกำกับภาษี (Tax Invoice) ใบเพิ่มหนี้ (Debit Note) ใบลดหนี้ (Credit Note) และใบเสร็จรับเงิน (Receipt) ซึ่งได้มีการจัดทำข้อความขึ้นเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์และลงลายมือชื่อดิจิทัล (Digital Signature) โดยได้จัดส่งให้กรมสรรพากรและคู่ค้าด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2565 มีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานภายใต้แผนธุรกิจ (Business Plan) มาใช้ในการบริหารเกี่ยวกับการขาย การตลาด การเงิน และการปฏิบัติการในทุกส่วนงานโดยได้จัดทำ Action Plan ดัชนีชี้วัด KPI (Key Performance Indicator) และ PB (Professional Behavior) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน วันที่ 13 ธันวาคม 2565 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยและกฏบัตรคณะกรรมการ 3 คณะ ดังนี้ 1. คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน 2. คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน 3. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง วันที่ 25 เมษายน 2566 ได้มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทจากเดิม 10 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในจำนวนหุ้นชำระแล้วจากเดิม 14,951,000 หุ้น เป็น 149,510,000 หุ้น วันที่ 27-28 มิถุนายน 2567 นี้ บริษัทได้จัดงานเฉลิมฉลองครบรอบ 60 ปีแห่งความสำเร็จ พร้อมยกทัพสินค้าคุณภาพภายใต้แบรนด์เชอริลอน และโปรโมชันพิเศษสุดๆ มาให้เลือกช้อปกกันอย่างจุใจที่บูธ CHERILON WORLD ภายในงาน “SAHA Group Fair & Fest ครั้งที่ 28” ณ ไบเทค บางนา พร้อมกันนี้ยังได้เปิดตัวการปรับภาพลักษณ์ใหม่ ภายใต้แนวคิด “Become The Real You” ที่จะสะท้อนความเป็นตัวตนและความสวยงามที่แท้จริงของทุกคน พบกับประสบการณ์ใหม่ที่เต็มไปด้วยความพิเศษ วันที่ 29 มกราคม 2567 สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินโดยรถยนต์ พระที่นั่งถึง มูลนิธิฯ เที่ยม ในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ทรงเป็นองค์ประธานในการประชุมสามัญประจำปี 2567 ของคณะกรรมการ มูลนิธิฯ เที่ยม ในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี และทรงตัดแถบแพรเปิดนิทรรศการ 30 ปี มูลนิธิฯ เที่ยม ในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีโดยคุณพิภพ โชควัฒนา กรรมการผู้จัดการบริษัทได้รับเกียรติเข้ารับพระราชทานโล่ที่ระลึกจากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี รู้สึกเป็นเกียรติอย่างหาที่สุดมิได้ที่ได้รับพระราชทานโล่จากการที่ได้มีการสนับสนุนกิจการมูลนิธิฯ เที่ยมมาอย่างต่อเนื่อง ในช่วงวันที่ 27-30 มิถุนายน 2567 นี้ จะมีการจัดงานเฉลิมฉลองครบรอบ 60 ปีแห่งความสำเร็จของแบรนด์เชอริลอนภายในงาน "SAHA Group Fair & Fest ครั้งที่ 28" ณ บูธ CHERILON WORLD ซึ่งจัดขึ้นที่ไบเทค บางนา โดยการจัดงานในครั้งนี้จะเป็นโอกาสสำคัญในการแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จและการเติบโตของแบรนด์เชอริลอนตลอดระยะเวลา 60 ปี พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมงานได้สัมผัสกับประสบการณ์และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่แบรนด์นำเสนอในงาน วันที่ 27 พฤษภาคม 2568 เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท โดยภายหลังการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 152,500,200 บาท แบ่งออกเป็น 152,500,200 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 1 บาท ทั้งนี้ เป็น หุ้นสามัญทั้งหมดจำนวน 152,500,200 หุ้น

ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
	ในปี พ.ศ. 2568 บริษัทได้รับรางวัล “Shopee Outstanding Operations Award 2025” จาก Shopee ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่องค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ สะท้อนถึงศักยภาพของบริษัทในการบริหารจัดการระบบงาน การให้บริการลูกค้า และการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ  

1.1.3 การใช้เงินระดมทุนตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งในแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์

มีการเสนอขายตราสารทุน หรือตราสารหนี้หรือไม่ : ไม่มี

1.1.4 ข้อมูลพื้นที่บริษัทให้คำมั่นไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูล รวมทั้งการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อมูลพื้นที่หรือเงื่อนไขดังกล่าวในปีต่อ ๆ มา

มีการออกตราสารที่มีข้อมูลพื้นที่หรือเงื่อนไขหรือไม่ : ไม่มี

1.1.5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท : บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

ชื่อย่อหลักทรัพย์ : NC

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา

จังหวัด : กรุงเทพฯ

รหัสไปรษณีย์ : 10120

ประเภทธุรกิจ : จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอาง
จัดจำหน่ายในรูปแบบขายส่งและขายปลีก โดยเป็นบริษัทในเครือสหพัฒน์ฟิวเจอร์

เลขทะเบียนบริษัท : 0107537001901

โทรศัพท์ : 0-2294-6999

โทรสาร : 0-2294-3803

เว็บไซต์บริษัท : www.newcity.co.th

อีเมล : account@newcity.co.th

จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด (หุ้น)

หุ้นสามัญ : 152,499,896

หุ้นบุริมสิทธิ : 0



1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1.2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของสายผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มธุรกิจ

	2566	2567	2568
รายได้จากการดำเนินงานรวม (พันบาท)	525,243.00	502,931.00	494,875.00
สิ่งทอ (พันบาท)	380,556.00	377,425.00	381,038.00
เครื่องสำอาง (พันบาท)	97,482.00	97,719.00	87,420.00
อื่น ๆ (พันบาท)	47,206.00	27,787.00	26,417.00
รายได้จากการดำเนินงานรวม (%)	100.00%	100.00%	100.00%
สิ่งทอ (%)	72.45%	75.05%	77.00%
เครื่องสำอาง (%)	18.56%	19.43%	17.67%
อื่น ๆ (%)	8.99%	5.53%	5.34%

โครงสร้างรายได้จากในประเทศและจากต่างประเทศ

	2566	2567	2568
รายได้รวม (พันบาท)	525,243.00	502,931.00	494,875.00
รายได้จากในประเทศ (พันบาท)	511,316.00	466,204.00	436,775.00
รายได้จากต่างประเทศ (พันบาท)	13,927.00	36,727.00	58,100.00
รายได้รวม (%)	100.00%	100.00%	100.00%
รายได้จากในประเทศ (%)	97.35%	92.70%	88.26%
รายได้จากต่างประเทศ (%)	2.65%	7.30%	11.74%

รายได้อื่น ตามที่ระบุในงบการเงิน

	2566	2567	2568
รายได้อื่นรวม (พันบาท)	6,596.00	9,629.00	19,184.00
รายได้อื่นจากการดำเนินงาน (พันบาท)	2,402.00	3,337.00	11,940.00
รายได้จากเงินปันผล (พันบาท)	4,194.00	6,292.00	7,244.00
รายได้อื่นนอกเหนือจากการดำเนินงาน (พันบาท)	4,194.00	6,292.00	7,244.00
กลับรายการค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนใน บริษัทร่วม (พันบาท)	1,257.00	1,316.00	4,851.00

ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ของการร่วมค้าและบริษัทร่วมตามวิธีส่วนได้เสีย

	2566	2567	2568
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) (พันบาท)	-752.00	-2,392.00	985.00

1.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการพัฒนานวัตกรรมธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายสินค้าในกลุ่มสิ่งทอ โดยมีเครื่องหมายการค้าเป็นของตัวเอง ภายใต้แบรนด์ เซอริลอน (CHERILON) สำหรับสุภาพสตรี และแบรนด์ แซนรีโม (SanRemo) สำหรับสุภาพบุรุษ โดยบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลากหลายรูปแบบ ทั้งด้านการใช้งาน ความสะดวกสบาย และการออกแบบที่ทันสมัยและมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีคุณสมบัติพิเศษ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านสุนทรีย์และความสบายในการสวมใส่ โดยมีการออกแบบโครงสร้างเส้นใยให้สามารถช่วยลดการสะสมของแบคทีเรียและเชื้อรา พร้อมทั้งมีคุณสมบัติในการดูดซับเหงื่อและระบายอากาศได้ดี ช่วยลดความอับชื้นและเพิ่มความสะอาดในการใช้งาน

ในปี 2568 บริษัทได้เปิดตัวคอลเลกชันสำคัญ ได้แก่ **Collagen Collection** ซึ่งเป็นการนำนวัตกรรมเส้นใยนาโนมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยการผสมเทคโนโลยี Masterbatch เข้ากับสารสกัดคอลลาเจนจากปลาคอด (Cod Fish) ซึ่งเป็นปลาทะเลน้ำลึกที่มีคุณภาพคอลลาเจนสูงเส้นใยดังกล่าวได้รับการพัฒนาเป็น **Nylon Collagen Fiber** และนำไปถักทอด้วยเทคโนโลยี Seamless ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเรียบเนียน ไร้ตะเข็บ และให้สัมผัสนุ่มสบายขณะสวมใส่ โดยมีคุณสมบัติเด่นในการช่วยกักเก็บความชุ่มชื้นให้กับผิวระหว่างการใช้นอกจากนี้ เส้นใยคอลลาเจนยังมีคุณสมบัติในการสร้างฟิล์มบางที่มีความยืดหยุ่นบนผิว ช่วยลดการสูญเสียน้ำ และรักษาสมาดุลความชุ่มชื้นของผิว ทำให้ผิวสัมผัสนุ่ม เรียบเนียน พร้อมทั้งช่วยควบคุมสมดุลค่า pH ของผิว และลดปัญหาความแห้งกร้าน ผลิตภัณฑ์ในคอลเลกชันดังกล่าวครอบคลุมสินค้าในหลายประเภท ได้แก่

- ถุงเท้าข้อสั้น
- ถุงเท้าใต้กางเกง
- ถุงนอน
- ปลอกแขน
- เสื้อโครปสายเดี่ยว
- บราโครป
- กางเกงใน

ทั้งนี้บริษัทมีการจำแนกสายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มตามประเภทสินค้าและเครื่องหมายการค้า เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถแบ่งออกเป็นสายผลิตภัณฑ์หลัก ดังต่อไปนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ถุงนอนและถุงเท้า

ภายใต้เครื่องหมายการค้า CHERILON, GOLDENLEGS, Anfana และ NAMI ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อความสวมใส่สบาย มีความยืดหยุ่น และเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน

2. สายผลิตภัณฑ์ชุดนอนและชุดชั้นในสำหรับสุภาพสตรี

ภายใต้เครื่องหมายการค้า CARA, CHERILON INTIMATE และ NAMI โดยมุ่งเน้นการออกแบบที่ให้ความนุ่มสบาย สบายงาม และเหมาะสมกับการใช้งานของสุภาพสตรี

3. สายผลิตภัณฑ์เสื้อและกางเกงแพ้น

ภายใต้เครื่องหมายการค้า Cherilon Basic และ Cherilon Leggings ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแพ้นที่ออกแบบให้ทันสมัย สวมใส่สบาย และสามารถใช้งานได้หลากหลายโอกาส

4. สายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับสุภาพบุรุษ

ภายใต้เครื่องหมายการค้า SANREMO โดยมุ่งเน้นคุณภาพของเนื้อผ้า ความกระชับ และความสบายในการสวมใส่

5. สายผลิตภัณฑ์ถุงนอน ถุงเท้า และเสื้อผ้าสำหรับเด็ก

ภายใต้เครื่องหมายการค้า Young Cherilon ซึ่งออกแบบมาเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานของเด็ก โดยคำนึงถึงความนุ่มสบายและความปลอดภัยในการสวมใส่เป็นสำคัญ

นอกจากนี้บริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทรับมาจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตภายนอก เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

6. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท

ภายใต้เครื่องหมายการค้า SCRUPLE

จำแนกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวตามประเภทการใช้งาน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและมาตรฐานอุตสาหกรรม โดยสามารถแบ่งออกเป็นหมวดหลัก ดังต่อไปนี้

6.1 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว (Cleansing Products)

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดผิวหน้าและผิวกาย เช่น มิลค์คลีนเซอร์ โฟมล้างหน้า สบู่ และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวอื่น ๆ

6.2 ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพผิว (Toner / Skin Preparation Products)

ได้แก่ โทเนอร์ หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ปรับสมดุลผิวและเตรียมผิวก่อนการบำรุง เช่น ไวเทนนิ่งโทนเนอร์

6.3 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skincare / Treatment Products)

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและผิวกาย เช่น ครีม เซรั่ม เจลบำรุงผิว และผลิตภัณฑ์เพิ่มความชุ่มชื้น เช่น Aloe SoothingGel และSCRUPLES VITAL BRIGHTEN UP SERUM ซึ่งมีคุณสมบัติในการบำรุงผิวอย่างเข้มข้นช่วยให้ผิวดูกระจ่างใส (Brightening)

6.4 ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย (Body Care Products)

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดและบำรุงผิวกาย เช่น ครีมอาบน้ำ โลชั่น สบู่เหลว และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกายอื่น ๆ

7.ผลิตภัณฑ์ที่รับมาจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตภายนอก (Outsource Products)

บริษัทได้เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทดูแลผิวจากผู้ผลิตภายนอก (Outsource) เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ความงาม โดยเป็นผลิตภัณฑ์ทานาคาภายใต้เครื่องหมายการค้า De Leaf Thanaka ซึ่งบริษัททำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า

8.ผลิตภัณฑ์ประเภทดูแลผิวเพื่อความกระจ่างใส (Whitening Products)

บริษัทมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจากต่างประเทศ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ความงาม โดยเป็นสินค้านำเข้าจากประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ภายใต้เครื่องหมายการค้า Jungnani และ Gold Energy & Snail Synergy ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวหน้าและผิวกาย

ทั้งนี้ บริษัททำหน้าที่เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว

ถุงน่อง/ถุงเท้า

ถุงน่อง

บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงน่อง โดยนับเป็นหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจรายแรกในประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงน่องภายใต้เครื่องหมายการค้า CHERILON มาอย่างยาวนานกว่า 61 ปี ร่วมกับ บริษัท นิเวลล์สินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมและเป็นผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตถุงน่องคุณภาพสูง

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความหลากหลาย ครอบคลุมทั้งถุงน่องแบบเต็มตัวและแบบครึ่งตัว รวมถึงมีการพัฒนาโดยใช้เส้นด้ายพิเศษที่มีคุณสมบัติเฉพาะ เพื่อรองรับการใช้งานที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ทั้งในด้านความสบาย ความสะดวกสบาย และความทนทาน และการใช้งานเฉพาะด้าน โดยสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งานได้ ดังต่อไปนี้

1.ผลิตภัณฑ์ถุงน่องแฟชั่น (Fashion Pantyhose)

เน้นการออกแบบที่ทันสมัย หลากหลายสีและลวดลาย เพื่อเสริมภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของผู้สวมใส่

2.ผลิตภัณฑ์ถุงน่องเพื่อความสบายในการสวมใส่ (Comfort Pantyhose)

ออกแบบให้มีความนุ่ม ยืดหยุ่นดี ระบายอากาศได้ดี เหมาะสำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวัน

3.ผลิตภัณฑ์ถุงน่องเพื่อสุขภาพ (Support / Functional Pantyhose)

พัฒนาด้วยเส้นด้ายและเทคโนโลยีเฉพาะ เพื่อช่วยกระชับสัดส่วน และส่งเสริมการไหลเวียนโลหิต เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ

4.ถุงน่องเฉพาะทาง (Functional Pantyhose)

4.1 Over Knee Tights

ผลิตภัณฑ์ถุงน่องแฟชั่นเนื้อทึบ ขนาด 40 ดีเนียร์ ผลิตด้วยเทคนิคการทอพิเศษที่ช่วยให้เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่นได้ดีในทุกทิศทาง ให้สัมผัสนุ่มและสวมใส่สบาย สามารถช่วยปกปิดร่องรอยบนริ้วรอย และเหมาะสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกับการแต่งกายได้หลากหลายรูปแบบ

4.2 Fancy Collection

ผลิตภัณฑ์ถุงน่องลวดลายแฟชั่น เนื้อบางใส สามารถแสดงลวดลายได้อย่างชัดเจน มีความกระชับและยืดหยุ่นดี เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเพิ่มความโดดเด่นให้กับการแต่งกาย

4.3 Winter Tights

ผลิตภัณฑ์ถุงน่องกันหนาวแบบ 2 ชั้น (Double Layers) ที่สามารถรองรับอุณหภูมิในช่วงประมาณ 10 องศาเซลเซียส ถึง -8 องศาเซลเซียส โดยชั้นในบุด้วยวัสดุที่นุ่มเพื่อช่วยกักเก็บความร้อน ขณะที่ชั้นนอกช่วยให้รีดิวความร้อนได้อย่างเป็นธรรมชาติ อีกทั้งยังมีคุณสมบัติในการช่วยป้องกันรังสีจากแสงแดด

5. ผลิตภัณฑ์ถุงเท้า (Socks)

ครอบคลุมทั้งถุงเท้าลำลองและถุงเท้าสำหรับกิจกรรมเฉพาะด้าน โดยเน้นความทนทาน ความกระชับ และความสบายในการสวมใส่

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถศึกษารายละเอียดได้จากเว็บไซต์ของบริษัทและ www.cherilon.com ซึ่งรวบรวมข้อมูลสินค้าอย่างครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ (Product Highlight)

บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ดังนี้

1. กลุ่มถุงน่องแพ้น้ำและเฉพาะทาง

เช่น รุ่น Over Knee Tights, Fancy Collection และ Winter Tights ซึ่งพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ทั้งด้านแฟชั่นและการใช้งานในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

2. กลุ่มถุงน่องเพื่อสุขภาพและการพยุง (Support Series)

เช่น รุ่น DOUBLE CONTROL SUPPORT ซึ่งออกแบบเพื่อเพิ่มแรงพยุงและลดความเมื่อยล้าของกล้ามเนื้อขา

3. กลุ่มถุงน่องเนื้อบาง (Sheer / Nude Series)

เช่น รุ่น NUDE ที่มีความบาง เนียน และให้ความเป็นธรรมชาติ เหมาะสำหรับการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มผู้บริโภค (Special Segment Products)

เช่น ถุงน่องขนาดพิเศษ (Plus Size) และผลิตภัณฑ์แบบกันลื่น (Non-Slip) ที่ออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งานเฉพาะด้าน

5. กลุ่มผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาลและนวัตกรรมวัสดุ (Seasonal & Innovation Products)

เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เส้นใยพิเศษเพื่อความเย็นสบาย หรือรองรับสภาพอากาศที่แตกต่าง

6. กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก (Kids Collection)

เช่น ถุงน่องเด็กเนื้อที่บอบบางที่มีความยืดหยุ่นและทนทาน เหมาะสำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวัน

7. กลุ่มผลิตภัณฑ์ถุงเท้า (Socks)

7.1 **ถุงเท้าฟังก์ชันพิเศษ (Functional Socks)** ประเภทถุงเท้าแบบสั้นระดับข้อเท้า (Ankle High) ที่พัฒนาด้วยเส้นใยผสมอนุภาค Silver Ion ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยยับยั้งเชื้อจุลินทรีย์บนพื้นผิวผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่วยลดกลิ่นอับชื้น และเพิ่มความสะอาดในการสวมใส่ โดยยังคงคุณสมบัติด้านความนุ่ม เบา และการระบายอากาศที่ดี

7.2 **ถุงเท้าเนื้อบางเพื่อความสบาย (Sheer Support Socks)** ผลิตจากเส้นใยชนิดพิเศษที่ช่วยให้ความรู้สึกเย็นสบาย (Cool Filament) มีความยืดหยุ่นดีและกระชับรูปเท้า พร้อมเสริมความทนทานบริเวณปลายเท้า เหมาะสำหรับการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน

7.3 **ถุงเท้ามาตรฐานสำหรับการใช้งานทั่วไป (Basic / Daily Socks)** ประเภท ถุงเท้าสีขาวที่ผลิตจากเส้นใย Nylon ผสม Spandex ให้ความกระชับและสวมใส่สบาย เหมาะสำหรับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา บุคลากรทางการแพทย์ และบุคคลทั่วไป สามารถใช้งานได้หลากหลายโอกาส

รูปภาพถุงน่อง/ถุงเท้า



ถุงน่องแฟนซี Glitter เนื้อซัพพอร์ตแบบโคนขา

ถุงน่องแฟนซีเฉพาะทางแฟนซีGlitter เนื้อซัพพอร์ตแบบโคนขา

CHERILON
WINTER
TIGHTS



กันหนาวได้ตั้งแต่
10°C ถึง -8°C



ป้องกันแดดได้ถึง 99.99%
UPF 50+ EXCELLENT

สวมใส่ทั้งในอากาศหนาว
และกลางแจ้ง



ถุงน่องเนื้อหนา Double Layers

winter tights ถุงน่องเนื้อหนา Double layers

Active
SUPPORT
PANTYHOSE

กระชับ
สบายขา
เพิ่มความเมื่อยล้า

CHERILON
Active
SUPPORT
PANTYHOSE

กระชับ
สบายขา
เพิ่มความเมื่อยล้า

DOUBLE CONTROL
กระชับแบบใหม่ มี SUPPORT
ทอแบบ SPANDEX เพิ่มความยืดหยุ่น
และช่วยการไหลเวียนของเลือดได้ดี
เพิ่มความสบายขาได้ทันที อยากรู้ลองดู

15
DENIER

FREE SIZE
HIP 31-38 in
HEIGHT 145-175 cm

สัมผัสความสบายที่เหนือกว่า ขาเรียวสวยตลอดวัน

Active Support Pantyhose ถู่งน่องเพื่อสุขภาพ

Cherilon
Nude
Transparent Pantyhose
Sheer to waist

15 denier sheer
with LYCRA Spandex Elastane

LYCRA®
15 Denier Sheer

99 สีเนื้อธรรมชาติ
Natural Warm

Cherilon Nude ถู่งน่องเนื้อบาง



01 สีเนื้อโทนสว่าง Beige

Cherilon Plus Size ถุงน่องขนาดพิเศษ



11 สีเนื้อโทนสว่าง Rose Beige

NON-SLIP SHEER SUPPORT ถุงน่องแบบกันลื่น

CHERILON
สั้มพัลใหม่
ที่ใครๆก็ใส่ได้



ฟิวเนี่ยนนุ่ม สุขภาพดีตลอดวัน

COLLAGEN SUPPORT ถุงน่องคอลลาเจน



CHERILON GIRLS ถุงน่องสำหรับเด็ก



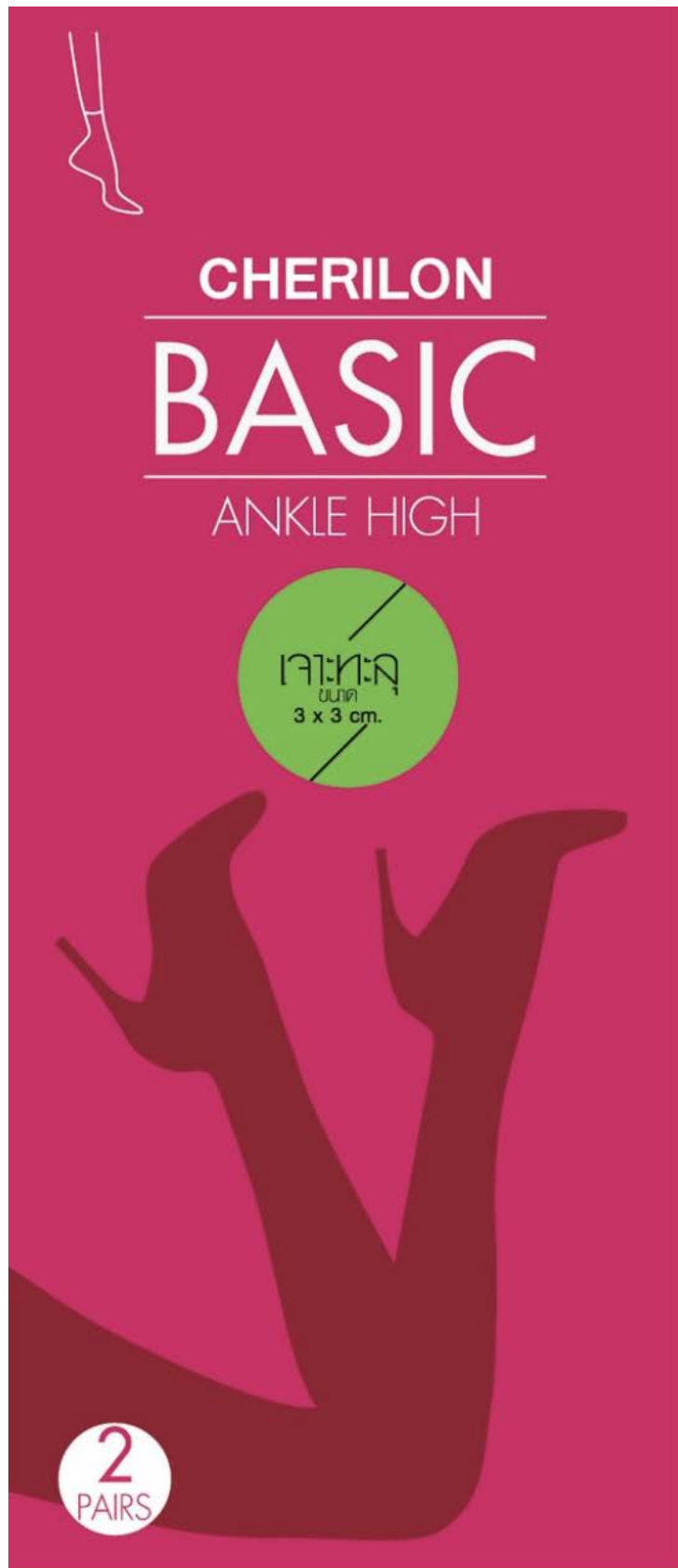
Cherilon No Show socks ถุงเท้าขอส้น



ANTIVIRAL SOFT SHORT SOCKS ถุงเท้าขอส้นป้องกันไวรัส



Ankle High ถุ่่งเท้าระดับข้อเท้า



CHERILON BASIC ถุงน่องมาตรฐาน

ชุดนอนและชุดชั้นใน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเกี่ยวกับชุดนอนและชุดชั้นใน

ในปี 2568 บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมใน 3 ด้านหลัก ดังนี้

- **Seamless Bonding**

บริษัทได้นำเทคโนโลยีการผลิตแบบไร้ตะเข็บมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความเรียบเนียน ลดรอยต่อ และเสริมความกระชับของสินค้า ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความสบายในการสวมใส่ และเพิ่มความมั่นใจในการใช้งาน

- **Recycle Nylon**

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยนำเส้นใยในลอนจากวัสดุรีไซเคิลมาใช้ในการกระบวนการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองต่อแนวโน้มการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- **UV Protection**

บริษัทพัฒนานวัตกรรมการป้องกันรังสีอัลตราไวโอเล็ตในเนื้อผ้า เพื่อช่วยปกป้องผิวจากแสงแดด โดยผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานการป้องกันรังสี UV ในระดับ UPF 50+ ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการใช้งานและคุณภาพของสินค้า

นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาแนวคิด **Care for Fiber** ซึ่งมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำวัสดุเหลือใช้ เช่น พลาสติก เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและแปรรูปเป็นเส้นใยสำหรับการผลิตผ้าลูกไม้ ภายใต้แนวคิด “*Made Earth Friendly for The Good of Tomorrow*” สำหรับผลิตภัณฑ์คอลเลกชัน Recycled Lace ของแบรนด์ Cherilon Intimate ทั้งนี้ กระบวนการผลิตดังกล่าวช่วยลดการใช้วัตถุดิบใหม่ ลดการใช้น้ำและพลังงาน ตลอดจนลดของเสียและมลพิษจากการผลิต

ผลิตภัณฑ์ชุดนอน (Sleepwear Collection)

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดนอนโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของเนื้อผ้าและความสบายในการสวมใส่เป็นหลัก โดยเลือกใช้ผ้าซาติน (Satin) ซึ่งมีคุณสมบัติเด่นด้านความเรียบเนียน ความนุ่มลื่น และความเงางาม ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน

ทั้งนี้ ผ้าซาตินมีคุณสมบัติในการระบายอากาศได้ดี น้ำหนักเบา และคงรูปได้ดี ไม่ยับง่าย ส่งผลให้ผู้สวมใส่ได้รับความสบายในระหว่างการพักผ่อน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผ้าซาตินมีความยืดหยุ่นต่ำ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการออกแบบขนาดและโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสรีระของผู้บริโภค ในปี 2568 บริษัทได้เปิดตัวคอลเลกชันชุดนอนใหม่ โดยมุ่งเน้นการผสมผสานระหว่างการออกแบบเชิงแฟชั่นและการเลือกใช้วัสดุคุณภาพสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยมีตัวอย่างคอลเลกชันที่สำคัญ ดังนี้

- **Aphrodite Collection**

ได้รับแรงบันดาลใจจากแนวคิดด้านความงามและความหรูหรา โดยเลือกใช้ผ้าชีฟองและผ้าลูกไม้ในการออกแบบ

- **Beyond Gender Collection**

นำเสนอแนวคิดการออกแบบที่ไม่จำกัดเพศ (Genderless) ผ่านลวดลายและโทนสีที่สะท้อนถึงความหลากหลายและความเป็นตัวตนของผู้สวมใส่

- **Celestial Girl Collection**

พัฒนาจากแนวโน้มแฟชั่น โดยใช้โทนสีที่สอดคล้องกับทิศทางแฟชั่นในฤดูกาล Autumn/Winter 2025/2026

- **Naked Lace Collection**

เป็นการผสมผสานระหว่างผ้าลูกไม้และผ้าซาตินในโทนสีธรรมชาติ (Nude Tone) เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างความหรูหราและความสบายในการสวมใส่

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดนอนหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นการออกแบบที่ผสมผสานระหว่างความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสรุปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

- **กลุ่มชุดนอนเดรสสายเดี่ยว (Nightdress Collection)**

ผลิตจากผ้าซาติน ตกแต่งด้วยผ้าลูกไม้ เพื่อเพิ่มความสวยงามและความหลากหลายของดีไซน์ โดยมีทั้งแบบเดรสยาวและเดรสสั้น พร้อมโครงสร้างที่รองรับสรีระ เช่น การเสริมซับในบริเวณหน้าอก และสายบ่าที่สามารถปรับระดับได้

- **กลุ่มชุดนอนแฟชั่น (Fashion Sleepwear)**

ออกแบบโดยคำนึงถึงความทันสมัยและการนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายโอกาส สามารถ Mix & Match กับผลิตภัณฑ์อื่นในคอลเลกชันเดียวกัน เช่น เสื้อสายเดี่ยว กางเกงขาสั้น หรือเสื้อคลุม

- **กลุ่มเสื้อคลุม (Robes)**

ผลิตจากผ้าซาติน มีน้ำหนักเบาและสวมใส่สบาย ออกแบบให้มีความเหมาะสมทั้งด้านการใช้งานและความสวยงาม เช่น การเพิ่มเชือกผูกเอว และการตกแต่งด้วยผ้าลูกไม้ เพื่อเสริมมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดนอนโดยผสมผสานการเลือกใช้วัสดุคุณภาพ การออกแบบที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค และการสร้างความหลากหลายของสินค้าในแต่ละคอลเลกชัน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด

ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน (Intimate Wear)

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในโดยผสานนวัตกรรมด้านวัสดุและกระบวนการผลิต เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับการใช้เส้นใยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการรีไซเคิล ควบคู่กับการออกแบบที่ช่วยเพิ่มความสบายในการสวมใส่

ทั้งนี้ บริษัทได้นำเทคโนโลยีการทอแบบไร้ตะเข็บ (Seamless) และการทอลายแบบแจ็กการ์ด (Jacquard) มาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายอากาศ ความยืดหยุ่น และความกระชับของผลิตภัณฑ์

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ (Product Highlight)

บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งกลุ่มสินค้าเชิงฟังก์ชันและแฟชั่น โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly Collection)**

เช่น ผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด CHERILON CALMY ECO BRA และ Eco Lace ซึ่งใช้วัสดุรีไซเคิลจากสิ่งทอเหลือใช้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

- **กลุ่มบราทอไร้ตะเข็บ (Seamless Bra)**

เช่น รุ่น Harmony และ Support Bra ซึ่งออกแบบเพื่อเพิ่มความกระชับ รองรับสรีระ และลดการกดทับจากตะเข็บ พร้อมทั้งให้ความสบายในการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน

- **กลุ่มบรานวัตกรรม (Functional & Innovation Bra)**

เช่น Airy Bra ซึ่งใช้เทคโนโลยี Bonding และเนื้อผ้าที่มีคุณสมบัติระบายอากาศ ช่วยลดความอับชื้น และเพิ่มความสบายในการสวมใส่ โดยเฉพาะในสภาพอากาศร้อน

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันแบคทีเรีย (Anti-Bacterial Collection)**

เช่น กางเกงชั้นในที่พัฒนาโดยใช้เส้นใยผสมอนุภาค Silver Ion ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยยับยั้งการสะสมของเชื้อจุลินทรีย์บนพื้นผิวผลิตภัณฑ์ และช่วยลดกลิ่นอับชื้น

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์แฟชั่นและลูกไม้ (Fashion & Lace Collection)**

เช่น กางเกงชั้นในลูกไม้ และผลิตภัณฑ์ในคอลเลกชัน Midnight Bloom ที่เน้นการออกแบบเพื่อความสวยงาม ควบคู่กับความสบายในการสวมใส่

- **กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการกระชับสรีระ (Shapewear Collection)**

เช่น กางเกงยกสะโพกและกางเกง Boylegs ซึ่งออกแบบเพื่อช่วยกระชับสัดส่วน รองรับสรีระ และเพิ่มความมั่นใจในการสวมใส่

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในโดยผสานนวัตกรรมด้านวัสดุ เทคโนโลยีการผลิต และการออกแบบที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า รองรับแนวโน้มความต้องการด้านสุขอนามัย ความสบาย และความยั่งยืน ตลอดจนเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด

รูปภาพชุดนอนและชุดชั้นใน



ชุดนอนเดรสสายเดี่ยว



ชุดนอนแพชั่น



เสื้อคลุม



ชุดนอนAphrodite Collection



เสื้อคลุมชุดนอนยาว Aphrodite Collection



Beyond Gender Collection



Beyond Gender Collection



CHERILON INTIMATE -Celestial Girl Collection



CHERILON INTIMATE -Celestial Girl Collection

CHERILON
INTIMATE

Naked Lace

สายเดี่ยวคอวี

แต่งลูกไม้เซ็กซี่ทรู

ผ้าซาตินพรีเมียม

ดีไซน์เรียบหรู โดดเด่นด้วยลูกไม้
เซ็กซี่อย่างมีคลาส

COLORS



SIZE M, L, XL



CHERILON INTIMATE -Naked Lace Collection

CHERILON
INTIMATE

Naked Lace

เดรสยาวสายเดี่ยวคอวี

แต่งลูกไม้เซ็กซี่ทรู

ผ้าซาตินพรีเมียม

ดีไซน์เรียบหรู โดดเด่นด้วยลูกไม้
เซ็กซี่อย่างมีคลาส

COLORS



SIZE M, L, XL, 2XL



CHERILON INTIMATE-Collection

CHERILON
 INTIMATE
CALMY BRA
 the ECO - FRIENDLY
อกสวย
ช่วยโลก



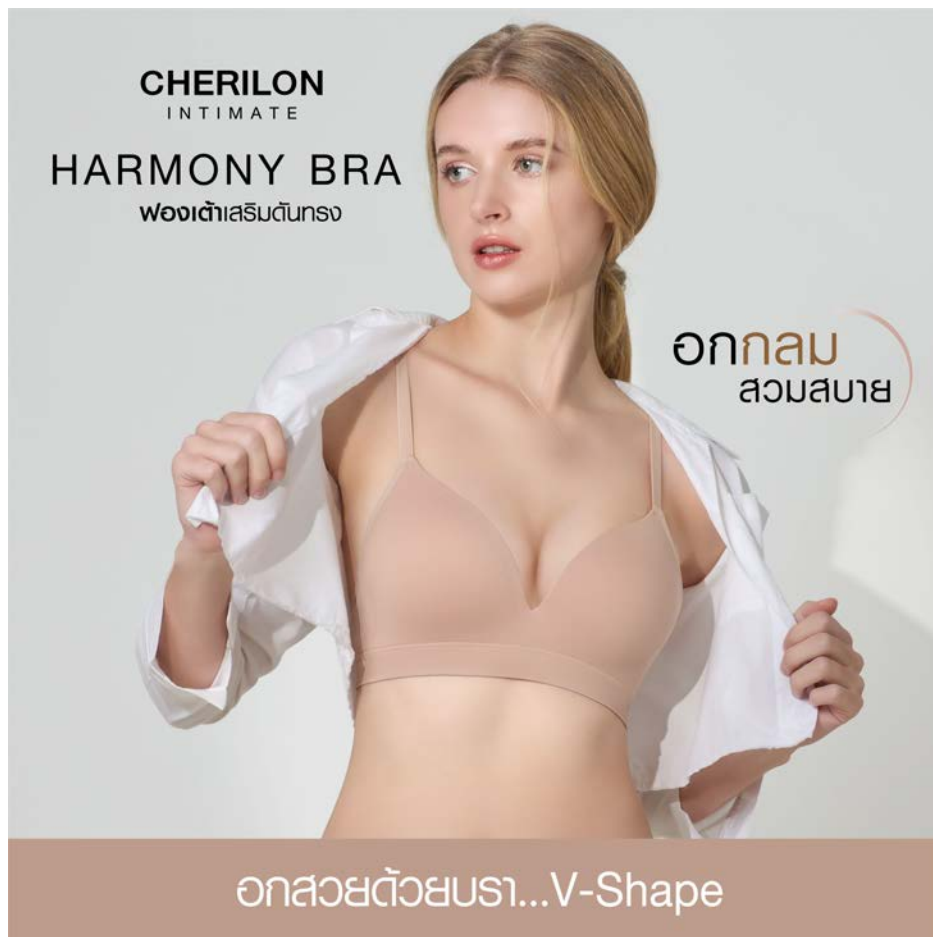
กระบวนการรีไซเคิลสิ่งทอเหลือใช้ในการผลิตเพื่อความยั่งยืน
 และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ชุดชั้นใน CALMY BRA เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ชุดชั้นใน Eco lace เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ชุดชั้นใน Eco lace เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ชุดชั้นใน HARMONY BRA บราไร้ตะเข็บ



ชุดชั้นใน Harmony Bra บราทอไร้ตะเข็บ

CHERILON
 INTIMATE
AIRY
 ULTRA COMFORT BRA

บางเบา
 เรียบเนียน

สัมผัสนุ่ม...เย็นสบาย

กางเกงชั้นใน
ANTI-BACTERIA


Anti-Bacteria
 ป้องกันแบคทีเรีย


Anti-Odor
 ลดกลิ่น


AIR COOL
 ระบายอากาศดี

กางเกงชั้นใน ANTI-BACTERIA



กางเกงในผ้าลูกไม้ -Fashion&Lace Collection



กางเกงยกสะโพกยกกระชับ -Shapewear Collection

เสื้อและกางเกงแฟชั่น

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่น (Fashion Apparel)

บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นโดยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ควบคู่กับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability) โดยมีการใช้เส้นใยทั้งจากธรรมชาติ เส้นใยสังเคราะห์ และเส้นใยสังเคราะห์ที่ผ่านการพัฒนาเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เส้นใยหลักที่ใช้ในการผลิต ประกอบด้วย

- **Cotton (ฝ้าย)** : เส้นใยจากธรรมชาติที่ให้ความนุ่ม ระบายอากาศได้ดี และโดยทั่วไปมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเส้นใยสังเคราะห์
- **Cupra (คูปรา)** : เส้นใยสังเคราะห์ที่ผลิตจากเซลลูโลสของพืช ให้สัมผัสนุ่ม ลื่น และมีคุณสมบัติในการระบายอากาศ
- **Polyester (โพลีเอสเตอร์)** : เส้นใยสังเคราะห์ที่มีความทนทานสูง โดยบริษัทมีแนวทางในการปรับใช้วัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในอนาคต
- **Tencel และเส้นใย Eco-Friendly อื่น ๆ** : เส้นใยจากเซลลูโลสธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ และผลิตภายใต้กระบวนการที่ช่วยลดการใช้ทรัพยากร เช่น น้ำและพลังงาน

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาเนื้อผ้าให้มีคุณสมบัติด้านความสบายในการสวมใส่ เช่น การระบายอากาศ การดูดซับความชื้น ความยืดหยุ่น และความทนทาน เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพอากาศและพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ (Product Highlight)

บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งกลุ่มลำลอง (Casualwear) กลุ่มชุดนอน (Nightwear) และกลุ่มเสื้อผ้าออกกำลังกาย (Activewear) โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- **กลุ่มเสื้อยืดและเสื้อผ้าลำลอง (Casualwear)**
เช่น เสื้อยืดคอวี และเสื้อยืดคอกลม ซึ่งผลิตจากการผสมผสานเส้นใย Cotton, Cupra และ Polyester เพื่อเพิ่มความนุ่ม ความยืดหยุ่น และการระบายอากาศ เหมาะสำหรับการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน
- **กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเส้นใย Tencel (Eco-Friendly Collection)**
เช่น ชุดเสื้อ-กางเกงขายาว ซึ่งใช้เส้นใยจากธรรมชาติ มีคุณสมบัตินุ่ม ลื่น ระบายอากาศได้ดี และช่วยสร้างความสมดุลของอุณหภูมิผิวหนังขณะสวมใส่ อีกทั้งสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ
- **กลุ่มเสื้อผ้าออกกำลังกาย (Activewear)**
เช่น เสื้อยืดผ้าผสมและกางเกงออกกำลังกาย ซึ่งออกแบบให้มีความยืดหยุ่นสูง ระบายอากาศได้ดี และรองรับการเคลื่อนไหว เหมาะสำหรับกิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกาย
- **กลุ่มกางเกงและเลกกิ้ง (Bottom & Leggings)**
เช่น Seamless Active Leggings และกางเกงขาสั้นออกกำลังกาย ที่ใช้เทคโนโลยีการทอแบบไร้ตะเข็บ เพื่อเพิ่มความกระชับ ลดการเสียดสี และเพิ่มความคล่องตัวในการใช้งาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแฟชั่นโดยผสานนวัตกรรมด้านวัสดุ การออกแบบ และกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และตอบสนองต่อแนวโน้มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ความสบาย และฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย

รูปภาพเสื้อและกางเกงแฟชั่น



เสื้อยืดคอกลม



เสื้อยืด T-Shrit



ชุดลำลองเสื้อกางเกง จากเส้นใยธรรมชาติ





Active Leggings -Bottom & Leggings

ชุดชั้นในสำหรับสุภาพบุรุษ

ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับสุภาพบุรุษ (Men's Intimate Wear)

บริษัทพัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับสุภาพบุรุษ ภายใต้แนวคิดการผสมผสานคุณภาพของวัสดุ ความสบายในการสวมใส่ และการออกแบบที่เหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน โดยครอบคลุมทั้งกลุ่มเสื้อยืด เสื้อกล้าม กางเกง กางเกงใน และถุงเท้า ผลิตภัณฑ์หลักใช้เส้นใยฝ้าย (Cotton) คัดสรรพิเศษ 100% ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่มีคุณสมบัติเด่นด้านความนุ่ม ระบายอากาศได้ดี และให้ความรู้สึกเย็นสบายต่อผิว นอกจากนี้ ยังดูแลรักษาง่าย สามารถซักทำความสะอาดได้สะดวกและแห้งเร็ว เหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวันในด้านความยั่งยืน เส้นใยฝ้ายเป็นวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ จึงช่วยลดการสะสมของขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทสามารถเยี่ยมชมเว็บไซต์ของบริษัทได้ที่

WWW.SANREMOINNERWEAR.COM

การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Categories)

บริษัทแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับสุภาพบุรุษออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มเสื้อผ้าชั้นในและเสื้อผ้าลำลอง (Innerwear & Casualwear)

ประกอบด้วยเสื้อยืดคอกลม เสื้อยืดคอวี และเสื้อกล้าม ซึ่งผลิตจากผ้าฝ้ายคุณภาพสูง โดยเฉพาะผ้าฝ้ายชนิด Combed Cotton ที่มีความเนียน เรียบ นุ่ม และลดการเกิดขุย

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ออกแบบในรูปแบบ Modern Classic และลวดลายเรียบง่าย สามารถสวมใส่ได้ทั้งเป็นเสื้อชั้นใน เสื้อสำหรับนอน หรือ เสื้อผ้าลำลองทั่วไป (Casualwear) พร้อมทั้งสามารถนำไป Mix & Match กับเครื่องแต่งกายอื่นได้หลากหลาย

2. กลุ่มกางเกงและชุดออกกำลังกาย (Bottom & Activewear)

ประกอบด้วยกางเกงขาสั้นและผลิตภัณฑ์ที่รองรับกิจกรรมทางกาย โดยเน้นการออกแบบให้มีความทนทาน ระบายอากาศได้ดี และแห้งเร็ว ตัวอย่างเช่น กางเกงขาสั้นแบบ Double Layer ที่มีซับในเพื่อลดการเสียดสี และเพิ่มความกระชับในการเคลื่อนไหว พร้อมองค์ประกอบด้านฟังก์ชัน เช่น เหวยางยืด เชือกปรับระดับ และกระเป๋ารวมซับ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน

3. กลุ่มกางเกงชั้นในและถุงเท้า (Underwear & Socks)

3.1 กางเกงชั้นในชาย (Men's Underwear)

บริษัทพัฒนากางเกงชั้นในโดยใช้เทคโนโลยีการทอแบบไร้ตะเข็บ (Seamless) และเส้นใยสังเคราะห์คุณภาพสูง เช่น Polyamide ผสม Spandex เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่น ความกระชับ และลดการเสียดสี ผลิตภัณฑ์มีทั้งรูปแบบ Brief และ Boxer ซึ่งออกแบบให้รองรับการเคลื่อนไหว และเพิ่มความคล่องตัวในการใช้งานในชีวิตประจำวัน

3.2 ถุงเท้าสำหรับสุภาพบุรุษ (Men's Socks)

บริษัทพัฒนาถุงเท้าโดยใช้เส้นใย Polyamide ชนิดพิเศษ ซึ่งมีคุณสมบัติเด่นด้านความบางเบา การระบายอากาศ และความยืดหยุ่น ผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทั้งถุงเท้าทำงาน ถุงเท้าลำลอง และถุงเท้าแฟชั่น เช่น

- ถุงเท้า Men Cool Socks ที่ให้ความรู้สึกเย็นสบายเท้า เหมาะกับสภาพอากาศร้อน
- ถุงเท้าแบบ No Show ที่ออกแบบเพื่อรองรับการสวมใส่กับรองเท้าแฟชั่น โดยไม่เห็นขอบถุงเท้า

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Approach)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับสุภาพบุรุษใน 3 ด้านหลัก ได้แก่

- **คุณภาพและความสบาย (Comfort & Quality)** : เลือกใช้วัสดุคุณภาพสูง เช่น Cotton 100% และเส้นใยผสมที่ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่น
- **ฟังก์ชันการใช้งาน (Functionality)** : ออกแบบให้รองรับการใช้งานในชีวิตประจำวันและกิจกรรมที่หลากหลาย
- **ความยั่งยืน (Sustainability)** : สนับสนุนการใช้วัสดุจากธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

รูปภาพชุดชั้นในสำหรับสุภาพบุรุษ



SanRemo
แซนรีโม

LENZING
Modal[®]
BONDING BOXER

เบี่ยนเรียบ ไร้ตะเข็บ
นุ่มกระชับ รองรับทุกกิจกรรม



เสื้อกล้ามแซนรีโม-Innerear & C



เสื้อยืดคอกลมแซนรีโม-Innerear & Casualwear



SanRemo
แซนรีโม

COTTON LIGHT BOXER

กางเกงขาสั้น
ใส่สบาย ไม่อับชื้น



กางเกงขาสั้นแซนรีโม-Bottom & Activewear



กางเกง Boxer briefs แซนรีโม

SanRemo
แซนรีโม



ถุงเท้าติดแอร์แซนรีโม

ถุงน่อง/ถุงเท้าและเสื้อผ้าสำหรับเด็ก

ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก (Kids Wear & Hosiery)

บริษัทพัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก โดยมุ่งเน้นคุณภาพ ความปลอดภัย และความสบายในการสวมใส่เป็นสำคัญ ควบคู่กับการออกแบบที่เหมาะสมกับพัฒนาการและการใช้งานของเด็กในชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์หลักครอบคลุมทั้งกลุ่มถุงน่อง ถุงเท้า และเสื้อผ้าเด็ก โดยมีการคัดเลือกวัสดุและเทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยลดการระคายเคืองผิว และเพิ่มความทนทานของสินค้า

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ถุงน่องและถุงเท้าเด็ก (Kids Hosiery)

บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงน่องและถุงเท้าสำหรับเด็กโดยใช้เส้นใยไนลอน (Nylon) เป็นหลัก ซึ่งมีคุณสมบัติด้านความเหนียว ทนทาน และยืดหยุ่นสูง พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีการทอแบบ **Non-Run** มาใช้ เพื่อป้องกันการลุกลามของเส้นด้ายเมื่อเกิดการเกี่ยวหรือฉีกขาด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น

ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเนื้อสัมผัสนุ่ม ยืดหยุ่นดี และออกแบบให้ไม่ระคายเคืองต่อผิวเด็ก อีกทั้งสามารถสวมใส่ได้อย่างกระชับและสบาย เหมาะสมกับกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบให้สามารถนำไป Mix & Match กับเครื่องแต่งกายได้หลากหลายรูปแบบ เพื่อเพิ่มความสวยงามและตอบโจทย์ด้านแฟชั่นสำหรับเด็ก

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- ถุงน่องเด็กเนื้อบาง (ประมาณ 20 ดีเนียร์) ให้สัมผัสบางเบา เหมาะกับการใช้งานทั่วไป
- ถุงน่องเด็กเนื้อทึบ (ประมาณ 40 ดีเนียร์) ที่ให้ความหนาและความกระชับมากขึ้น
- ถุงน่องเด็กแบบตาข่าย ซึ่งเน้นด้านแฟชั่นและการระบายอากาศ

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเด็ก (Kids Apparel)

บริษัทพัฒนาเสื้อผ้าสำหรับเด็กโดยใช้เส้นใยฝ้าย (Cotton) เป็นหลัก ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่มีความนุ่ม ระบายอากาศได้ดี และเหมาะกับผิวที่บอบบางของเด็ก โดยมีการผสมเส้นใยสแปนเด็กซ์ (Spandex) เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นของเนื้อผ้า ช่วยให้เด็กสามารถเคลื่อนไหวได้อย่างคล่องตัว และเพิ่มความกระชับในการสวมใส่ ผลิตภัณฑ์ได้รับการออกแบบให้มีความเรียบง่ายแต่เหมาะสมกับวัย พร้อมทั้งใช้เทคนิคการพิมพ์ลวดลายที่มีคุณภาพ เช่น Reactive Print ซึ่งช่วยให้สีติดทนนานและไม่หลุดลอกง่าย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชุดเสื้อและกางเกงเด็ก (Set) ซึ่งประกอบด้วยเสื้อคอกลมและกางเกงเลกกิ้ง การออกแบบแขนเสื้อและทรงกางเกงที่ช่วยเพิ่มความคล่องตัว การใช้ยางยืดคุณภาพดีบริเวณขอบเอว เพื่อความกระชับและปรับเข้ากับสรีระของเด็ก

แนวทางด้านความยั่งยืน (Sustainability Approach)

แม้ว่าผลิตภัณฑ์บางส่วนจะใช้เส้นใยไนลอนซึ่งเป็นวัสดุสังเคราะห์ที่ย่อยสลายได้ยาก บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านแนวทางต่าง ๆ ได้แก่

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทนทานและอายุการใช้งานยาวนาน เพื่อลดการใช้ทรัพยากรซ้ำซ้อน
- การเลือกวัสดุที่เหมาะสมกับการใช้งาน เพื่อลดของเสียจากการใช้งานระยะสั้น
- การพัฒนาเสื้อผ้าเด็กจากเส้นใยธรรมชาติ เช่น Cotton ซึ่งสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ

แนวทางดังกล่าวช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

รูปภาพถุงน่อง/ถุงเท้าและเสื้อผ้าสำหรับเด็ก



ถุงน่องหนา -Kids Hosiery



ถุงน่องเด็ก Young Cherilon



ถุงน่องเด็ก Cherilon Girls

ประเภทดูแลผิวกาย ตรา SCRUPLE และ De leaf Thanaka

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Personal Care & Skincare Products)

บริษัทได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์สู่หมวดผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ภายใต้ตราสินค้า **Scruples (สครูเพิลส์)** เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในด้านการดูแลสุขภาพผิว ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมุ่งเน้นการดูแล ฟันฟู และเสริมสร้างความแข็งแรงของผิว โดยมีจุดเด่นด้านการคัดสรรส่วนผสมจากธรรมชาติ ผสานกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ แบรนด์ Scruples ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมาอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 40 ปี

แนวคิดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Concept & Development)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวภายใต้แนวคิด “การดูแลผิวจากธรรมชาติ” โดยเน้นการใช้สารสกัดจากวัตถุดิบธรรมชาติที่มีคุณสมบัติในการบำรุง ฟันฟู และปกป้องผิว เช่น

- **น้ำมันมะพร้าว (Coconut Oil)** : ช่วยบำรุงผิวให้เนียนนุ่ม และลดการสูญเสียความชุ่มชื้น
- **เชียร์บัตเตอร์ (Shea Butter)** : ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นอย่างล้ำลึก
- **ใบบัวบก (Centella Asiatica)** : ช่วยฟันฟูผิวและเสริมความแข็งแรงของผิว
- **ว่านหางจระเข้ (Aloe Vera)** : ช่วยบรรเทาการระคายเคือง และปรับสมดุลผิว
- **สมุนไพรธรรมชาติอื่น ๆ** : สนับสนุนสุขภาพผิวโดยรวม

แนวทางดังกล่าวช่วยสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับแนวโน้มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและความปลอดภัยต่อผิว

กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก (Product Categories)

1. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว (Cleansing Products)

เช่น สบู่ทำความสะอาดผิวที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ โดยพัฒนาให้สามารถทำความสะอาดผิวได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งช่วยคงความชุ่มชื้นและไม่ทำลายสมดุลของผิว

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

- สบู่ที่มีส่วนผสมของน้ำมันมะพร้าว เชียร์บัตเตอร์ และสารสกัดจากมะขามป้อม (Indian Gooseberry) ซึ่งมีวิตามินซีสูง ช่วยต้านอนุมูลอิสระ
- การผสมสารสกัดจากใบบัวบก เพื่อช่วยฟื้นฟูผิว และลดการระคายเคือง

2. ผลิตภัณฑ์บำรุงและฟื้นฟูผิว (Skin Treatment & Moisturizing Products)

เช่น เจลบำรุงผิวที่มีส่วนผสมหลักจากว่านหางจระเข้ ซึ่งช่วยเพิ่มความชุ่มชื้น และบรรเทาอาการระคายเคืองของผิว

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

- เจลว่านหางจระเข้ที่มีความเข้มข้นสูง (ประมาณ 99%) ผสมสารให้ความชุ่มชื้นหลายชนิด (Hyaluronic Acid) เพื่อช่วยเติมน้ำให้ผิวในหลายชั้นผิว
- มีคุณสมบัติช่วยลดการอักเสบของผิวจากแสงแดด และช่วยฟื้นฟูผิวให้กลับมาสมดุล

3. ผลิตภัณฑ์แป้งจากธรรมชาติ (Natural Powder Products)

บริษัทมีผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นที่มีส่วนผสมจาก **ทานาคา** ซึ่งเป็นพืชที่มีคุณสมบัติด้านการบำรุงและปกป้องผิว

คุณสมบัติของทานาคา ได้แก่

- ช่วยลดการอักเสบของผิว
- ช่วยปกป้องผิวจากรังสี UV ในระดับหนึ่ง
- ให้ความรู้สึกเย็นสบายเมื่อใช้กับผิว

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

- แป้งฝุ่นทานาคา ซึ่งช่วยควบคุมความมัน ลดความหมองคล้ำ และสามารถใช้ได้ทั้งผิวหน้าและผิวกาย
- สามารถประยุกต์ใช้โดยการผสมน้ำเพื่อใช้พอกผิวหน้า เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นและความกระจ่างใส

แนวทางด้านความยั่งยืน (Sustainability Approach)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางหลัก ได้แก่

- การเลือกใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติ เพื่อลดการใช้สารเคมีที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพผิวในระยะยาว ลดการใช้ผลิตภัณฑ์ซ้ำซ้อน
- การพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และลดการใช้ทรัพยากร

ช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคสามารถศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมผ่านช่องทางของบริษัท

สรุปภาพรวม

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของบริษัทภายใต้ตราสินค้า Scruples มีจุดเด่นด้านการผสมผสานสารสกัดจากธรรมชาติกับนวัตกรรมการผลิต เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในด้านการดูแลสุขภาพผิว พร้อมทั้งสนับสนุนแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



สครูเพิลส์ แนซเชอร์ อินเดียนกูสเบอร์รี่ แอนด์ โกตุ โกล่า โซป



สบู่มะขามป้อม ตรา Scruples



โฟมล้างหน้าสครูเพิลส์



WHITENING FOAM



สบู่อ่อนน้ำสกรูเฟิลส์



WHITENING MILK CLEANSER น้ำนมล้างหน้า



COLLAGEN BODY LOTION



Pure Aloe เจลว่านหางจระเข้



ผลิตภัณฑ์ Deleaf THANAKA

ประเภทดูแลผิวขาวJungnani และ Gold Energy & Snail Synergy

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อความกระจ่างใส ภายใต้แบรนด์ Jungnani และ Gold Energy & Snail Synergy (สินค้านำเข้าจากประเทศเกาหลี)

ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Facial Skincare Product)

UNGNNGNI Hyper Facial Serum ขนาด 45 มิลลิลิตร

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เซรั่มบำรุงผิวหน้า ภายใต้ชื่อ UNGNNGNI Hyper Facial Serum ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมที่นำเข้ามาจากประเทศเกาหลี โดยออกแบบสูตรให้มีความอ่อนโยน สามารถใช้ได้กับทุกสภาพผิว รวมถึงผิวบอบบางและแพ้ง่าย

ลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Characteristics)

ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นครีมเนื้อบางเบา ซึมซาบสู่ผิวได้รวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการฟื้นฟูและบำรุงผิวแบบองค์รวม ผ่านคุณสมบัติแบบ **Double Function** ได้แก่

- การปรับสภาพผิวให้กระจ่างใส (Brightening Effect)
- การลดเลือนริ้วรอยและชะลอวัย (Anti-aging Effect)

ครีมช่วยฟื้นฟูโครงสร้างผิวที่เสื่อมสภาพจากมลภาวะและอายุที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งเสริมความแข็งแรงให้กับผิว ช่วยให้ผิวคงความชุ่มชื้น มีความเรียบเนียน และแลดูอ่อนเยาว์อย่างเป็นธรรมชาติ

ส่วนผสมสำคัญ (Active Ingredients)

ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสารสกัดจากธรรมชาติและสารบำรุงผิวที่ผ่านการคัดสรรอย่างเหมาะสม โดยมีสารสำคัญ ได้แก่

- **Chamaccyporis Obtusa Water (Hinoki Cypress Extract)**
ช่วยยับยั้งเชื้อแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของการเกิดสิว (P. acnes) ลดการอักเสบ และส่งเสริมสุขภาพผิวให้แข็งแรง
- **Daucus Carota Sativa (Carrot) Root Extract**
อุดมด้วยสารต้านอนุมูลอิสระและวิตามินหลายชนิด เช่น วิตามิน C, B3 และ B6 ช่วยลดการอักเสบ ควบคุมความมัน และช่วยให้สีผิวสม่ำเสมอ
- **Acmella Oleracea Extract**
มีคุณสมบัติคล้ายการทำงานของโบท็อกซ์ (Botox-like Effect) ช่วยให้ผิวดึงกระชับ ลดเลือนริ้วรอย
- **Centella Asiatica Extract**
ช่วยลดการอักเสบของผิว กระตุ้นการสร้างคอลลาเจน และฟื้นฟูผิวให้แข็งแรง
- **Echium Plantagineum Seed Oil**
อุดมด้วยกรดไขมันจำเป็นและ Squalane ช่วยรักษาความชุ่มชื้น และป้องกันการสูญเสียน้ำของผิว
- **Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil**
ช่วยบำรุงผิวให้เนียนนุ่ม ลดการระคายเคือง และเสริมสร้างเกราะป้องกันผิว (Skin Barrier)
- **Propanediol**
ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดูดซึมของสารบำรุงเข้าสู่ผิว พร้อมช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว
- **วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (Directions for Use)**
ใช้ภายหลังการทำความสะอาดผิวหน้า โดยหยดครีมลงบนฝ่ามือและลูบไล้ให้ทั่วใบหน้า สามารถใช้ได้เป็นประจำวันละ 2 ครั้ง ในช่วงเช้าและเย็น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์อย่างต่อเนื่อง

วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (Directions for Use)

ใช้ภายหลังการทำความสะอาดผิวหน้า โดยหยดครีมลงบนฝ่ามือและลูบไล้ให้ทั่วใบหน้า สามารถใช้ได้เป็นประจำวันละ 2 ครั้ง ในช่วงเช้าและเย็น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์อย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลทางการค้า (Commercial Information)

- รหัสสินค้า: ZJC-QASS01-NNK
- เลขที่ใบรับจดแจ้ง: 24-2-6700015078
- ราคาจำหน่ายปลีก: 1,490 บาทต่อชิ้น
- ราคาจำหน่ายส่ง: 1,040 บาทต่อชิ้น

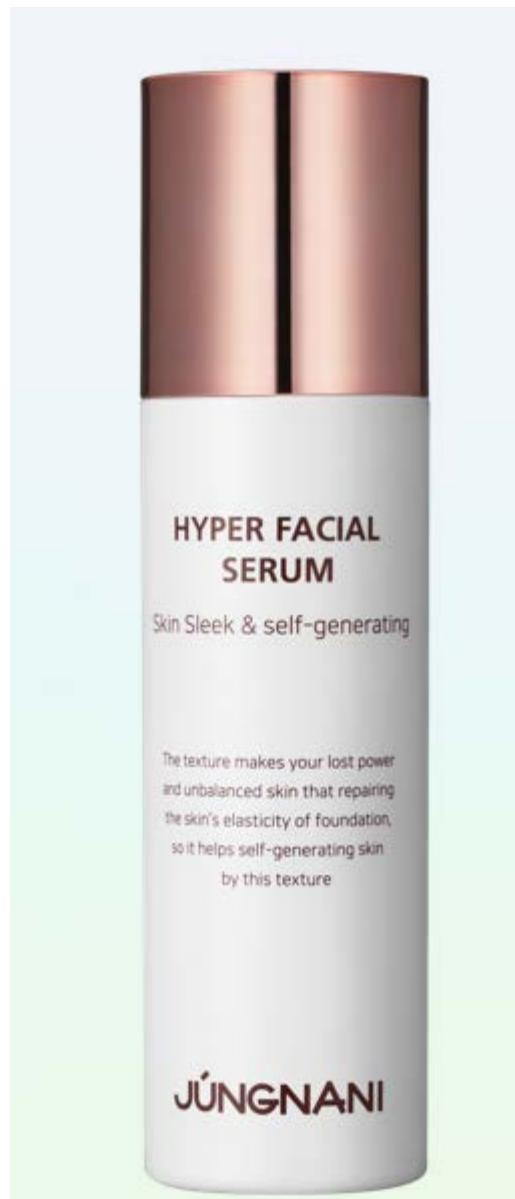
รูปภาพประเภทดูแลผิวขาวJungnani และ Gold Energy & Snail Synergy



JUNGNGNI Hyper Facial Serum



HYPER FACIAL NUTRITION CREAM



HYPER FACTAL SERUM



นโยบายการวิจัยและพัฒนาในด้านต่าง ๆ และรายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการ สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ

นโยบายการวิจัยและพัฒนา (R&D) : ไม่มี

นโยบายการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Policy)

ในปัจจุบัน บริษัทไม่ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ภายในองค์กรโดยตรง และไม่มีการลงทุนในงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นการเฉพาะ อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการดำเนินงาน และรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

บริษัทใช้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการดำเนินงานผ่านความร่วมมือกับโรงงานผู้ผลิต บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและมีการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมจากพันธมิตรดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้า การปรับปรุงกระบวนการผลิต รวมถึงการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยการคัดเลือกและจ้างพนักงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสนับสนุนการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับแนวโน้มของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลา

ในด้านการบริหารจัดการ บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาระบบการทำงานและกระบวนการบริหารจัดการภายในให้มีความคล่องตัวและยืดหยุ่น สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ แม้ว่าบริษัทจะไม่ได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนาด้วยตนเอง แต่บริษัทมีการติดตามแนวโน้มเทคโนโลยี นวัตกรรม และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาสินค้า กระบวนการดำเนินงาน และกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนาในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่ได้มีการจัดสรรงบประมาณหรือบันทึกค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยตรง เนื่องจากบริษัทได้มีการจัดตั้งหน่วยงาน R&D ภายในองค์กร

อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยมีฝ่ายผลิตภัณฑ์และฝ่ายโฆษณาเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงานดังกล่าว ทั้งในด้านการปรับปรุงคุณภาพสินค้า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมถึงการวางแผนและดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดและการสื่อสารแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดังกล่าวถูกรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท และไม่ได้แยกแสดงเป็นค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาโดยเฉพาะ

ทั้งนี้ บริษัทมีแนวทางในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องผ่านการทำงานร่วมกับผู้ผลิตและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ อันจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดในระยะยาว

1.2.2.2 นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญในปีที่ผ่านมา ⁽¹⁾

บริษัทกำหนดนโยบายการตลาดโดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการนำเสนอสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลระหว่างคุณภาพสินค้า ราคา และภาพลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาด

บริษัทมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าในทุกช่วงวัย ควบคู่กับการรักษาฐานลูกค้าเดิม ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านแฟชั่นและการใช้งาน รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ การสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านสื่อดิจิทัล และการใช้ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนการตลาด ตลอดจนการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายดังกล่าว บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1.กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างแบรนด์

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์หลัก ได้แก่ Cherilon, CARA และ Sanremo โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สานองค์ประกอบด้านแฟชั่น ฟังก์ชันการใช้งาน และนวัตกรรมสิ่งทอ เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลากหลายช่วงอายุและรูปแบบการดำเนินชีวิต

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ Seasonal Collection และ Functional Product เพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา อาทิ สินค้าแฟชั่น สินค้าสำหรับสภาพอากาศหนาว และสินค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะด้าน เช่น การระบายอากาศ การกักเก็บความชุ่มชื้น รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมบุคลิกภาพในการแต่งกาย

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งพัฒนานวัตกรรมด้านเส้นใยและการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและสร้างความแตกต่างจากสินค้าในตลาดทั่วไป พร้อมทั้งขยายกลุ่มสินค้าไปยังผลิตภัณฑ์ด้านความงามและการดูแลผิว เพื่อตอบสนองแนวโน้มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและภาพลักษณ์มากยิ่งขึ้น

2.กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Market)

บริษัทมุ่งเน้นการทำตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท โดยสามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายสำคัญได้ดังนี้

2.1 กลุ่มวัยทำงานและผู้บริโภคทั่วไป

เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและคุณภาพของสินค้า โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน เช่น ถุงน่องถุงเท้า และชุดชั้นในที่มีความสบายและทนทาน

2.2 กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านแฟชั่น

เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสไตล์และเทรนด์การแต่งกาย โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมบุคลิกภาพและความมั่นใจ เช่น ถุงน่องแฟชั่น ชุดนอนดีไซน์พิเศษ และสินค้าที่สามารถ Mix & Match ได้หลากหลาย

2.3 กลุ่มผู้บริโภคที่มองหาผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง (Functional Products)

เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติพิเศษของสินค้า เช่น

- การกักเก็บความอบอุ่น
- การป้องกันรังสี UV
- การใช้เส้นใยนวัตกรรม เช่น เส้นใยคอลลาเจน หรือเส้นใย Bamboo

2.4 กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านสุขภาพและผิวพรรณ

เป็นกลุ่มที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพและความงาม โดยบริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอและผลิตภัณฑ์ความงามที่ช่วยเสริมการดูแลผิว เช่น สินค้าที่ใช้เส้นใยคอลลาเจนซึ่งช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นและความสบายในการสวมใส่

นโยบายและทิศทางการตลาดที่สำคัญ

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation)

บริษัทมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจนตามช่วงอายุ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการ ได้แก่

- เด็กและเยาวชน
- วัยรุ่น
- วัยทำงาน (25-45 ปี)
- วัยเกษียณ (45 ปีขึ้นไป)

โดยมีการพัฒนาสินค้าให้ครอบคลุมทุกช่วงวัย เช่น ถุงน่องแฟชั่น ชุดชั้นใน ชุดออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และเครื่องสำอางจำพวก

2) การแข่งขันในตลาด (Competition)

ในปี 2568 การแข่งขันด้านราคามีความรุนแรงเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้านำเข้าจากประเทศจีนที่มีราคาต่ำ บริษัทจึงมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างผ่านคุณภาพสินค้าและความแข็งแกร่งของแบรนด์ โดยเฉพาะแบรนด์ Cherilon ซึ่งมีประวัติยาวนานกว่า 61 ปี บริษัทได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นการจัดแคมเปญร่วมกับคู่ค้าทั้งช่องทางค้าส่ง ค้าปลีก และออนไลน์ เพื่อกระตุ้นยอดขายและขยายฐานลูกค้า ส่งผลให้ยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์เติบโตเพิ่มขึ้นคิดเป็น 7.20 %

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels)

บริษัทมีแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นตลาดค้าส่งและการเปิดร้านค้าใหม่ พร้อมทั้งเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ทั้งผลิตภัณฑ์สิ่งทอ สกินแคร์ และสินค้าแบบ Outsource เพื่อรองรับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

4) การส่งออก (Export Market)

บริษัทมีการส่งออกสินค้าไปยังหลายประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน อิสราเอล มัลดีฟส์ ฮองกง สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ในปี 2568 สัดส่วนรายได้จากการส่งออกคิดเป็น 13.30 % ของยอดขายรวม หรือมูลค่า 58.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าคิดเป็น 58.19%

5) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต (Seamless Technology)

บริษัทได้นำเทคโนโลยี Seamless Bonding มาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มความสบายในการสวมใส่ ลดการระคายเคืองจากตะเข็บ และเพิ่มความยืดหยุ่นของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้สินค้ามีคุณภาพและตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

6) การตลาดเพื่อความยั่งยืน (Green Marketing)

บริษัทได้นำเส้นใยรีไซเคิล (Recycle Nylon) มาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและตอบสนองต่อแนวโน้มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ **CHERILON CALMY ECO BRA** ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเส้นใยรีไซเคิล โดยผสานการออกแบบด้วยเทคโนโลยี Seamless และการทอลายแบบแบบแอคทีฟ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายอากาศและความสบายในการสวมใส่ ตลอดจนช่วยเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทได้นำนวัตกรรม **UV Protection** มาใช้ในเนื้อผ้า เพื่อช่วยป้องกันรังสีอัลตราไวโอเล็ต (UV) และเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการใช้งานกลางแจ้ง โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับการรับรองมาตรฐานระดับ **UPF 50+** ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการปกป้องผิวจากรังสี UV ในระดับสูง

7. การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรคเนื้อหา (Content) ที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญ ได้แก่ Facebook, Instagram และ TikTok

8) การตลาดโดยใช้ข้อมูล (Data-Driven Marketing)

บริษัทมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคจากแคมเปญทางการตลาด เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ปรับนโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการแข่งขันผ่านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างแบรนด์ และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านคุณภาพ ฟังก์ชันการใช้งาน และความยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินนโยบายการตลาดที่สำคัญ ดังนี้

1) การตลาดดิจิทัลและการขายผ่านช่องทางออนไลน์ (E-commerce and Digital Marketing)

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการจำหน่ายและการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Instagram, YouTube และ TikTok ภายใต้บัญชีของแบรนด์ เช่น @Cherilonworld, Newcity Bangkok, Cherilon Dansmate, Cherilon, Sanremo และ Cara Newcity เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์และสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทยังพัฒนาเว็บไซต์ของบริษัทได้แก่ www.cherilon และ www.newcitybangkok.com เพื่อรองรับการจำหน่ายสินค้าโดยตรง รวมถึงขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce ชั้นนำ เช่น Lazada, Shopee, TikTok Shop, ShopAtAnywhere และ LINE MAN เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าและสนับสนุนการเติบโตของยอดขายออนไลน์

2) การตลาดที่เน้นความยั่งยืน (Sustainable Marketing)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดความยั่งยืน เช่น **CHERILON CALMY ECO BRA** ซึ่งผลิตจากเส้นใยรีไซเคิล โดยผสานเทคโนโลยี Seamless และการออกแบบผ้าทอลายनुแบบแจ็กการ์ด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายอากาศและความสบายในการสวมใส่

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิต เช่น เศษด้ายและเศษผ้า มาผ่านกระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) เพื่อลดปริมาณของเสียและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทยังได้ดำเนินโครงการด้านสังคมร่วมกับองค์กรภายนอก เช่น การนำถุงนอนที่ไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ (QC) หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วแต่ยังคงคุณภาพ มาพัฒนาเป็นวัสดุสำหรับผลิตขาเทียม เพื่อสนับสนุนผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือทางการแพทย์ อันเป็นการสร้างคุณค่าร่วมทั้งในมิติทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

3) การตลาดของผลิตภัณฑ์ (Marketing Strategy)

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้กำหนดนโยบายการตลาดโดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์หลัก ได้แก่ Cherilon, CARA และ Sanremo ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลระหว่างด้านแฟชั่น ฟังก์ชันการใช้งาน และนวัตกรรมสิ่งทอ เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาด

ภายใต้นโยบายดังกล่าว บริษัทได้มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ Seasonal Collection และ Functional Product เพื่อรองรับการใช้งานในแต่ละช่วงเวลาและสภาพแวดล้อม อาทิ สินค้าแฟชั่น สินค้าสำหรับสภาพอากาศหนาว รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะด้าน เช่น การระบายอากาศ การกักเก็บความชุ่มชื้น และการเสริมบุคลิกภาพในการแต่งกาย

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมเส้นใยและการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและสร้างความแตกต่างจากสินค้าในตลาดทั่วไป รวมถึงการขยายกลุ่มสินค้าไปยังผลิตภัณฑ์ด้านความงามและการดูแลผิว เพื่อตอบรับแนวโน้มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและภาพลักษณ์มากยิ่งขึ้น

กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Market)

ภายใต้นโยบายการตลาดดังกล่าว บริษัทมุ่งเน้นการทำตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท โดยสามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายสำคัญได้ดังนี้

1. กลุ่มวัยทำงานและผู้บริโภคทั่วไป

เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและคุณภาพของสินค้า โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน เช่น ถุงนอน ถุงเท้า และชุดชั้นในที่มีความสบายและทนทาน เหมาะสำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวันและการทำงาน

2. กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านแฟชั่น

เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสไตล์และเทรนด์การแต่งกาย โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยเสริมบุคลิกภาพและสร้างความมั่นใจ เช่น ถุงนอนแฟชั่น ชุดนอนดีไซน์พิเศษ และสินค้าที่สามารถนำไป Mix & Match ได้หลากหลาย

3. กลุ่มผู้บริโภคที่มองหาผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง (Functional Products)

เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะด้าน เช่น

- ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยกักเก็บความอบอุ่นในสภาพอากาศหนาว
- ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยป้องกันรังสี UV
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เส้นใยนวัตกรรม เช่น เส้นใยคอลลาเจน หรือเส้นใย Bamboo

โดยผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญทั้งด้านประสิทธิภาพการใช้งานและคุณภาพของสินค้า

1. กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านสุขภาพและผิวพรรณ

เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและผิวพรรณ โดยบริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในกลุ่มสิ่งทอและผลิตภัณฑ์ความงาม ที่มีคุณสมบัติช่วยดูแลผิว เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เส้นใยคอลลาเจน ซึ่งช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นและความสบายในการสวมใส่

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด (Product Development)

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในหลากหลายกลุ่มสินค้า เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำคัญ ดังนี้

กลุ่มถุงน่อง

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงน่องแฟชั่นและถุงน่องเฉพาะทาง เช่น

- ถุงน่องแฟชั่นแบบ Over Knee ที่มีความยืดหยุ่นสูงและสวมใส่สบาย
- ถุงน่องลวดลายแฟชั่น (Fancy Collection) ที่ช่วยเพิ่มความโดดเด่นในการแต่งกาย
- ถุงน่องกันหนาว (Winter Tights) แบบ Double Layers ที่สามารถป้องกันอุณหภูมิต่ำและป้องกันรังสี UV ได้

กลุ่มชุดชั้นใน

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคโนโลยี Bonding เพื่อเพิ่มความเรียบเนียนและความกระชับ เช่น บราสำหรับผู้บริโภค Plus Size บราฟองเต้านวระบายอากาศ และผลิตภัณฑ์กางเกงในอนามัยที่พัฒนาจากนวัตกรรมเฉพาะของบริษัท

กลุ่มชุดนอนและเครื่องแต่งกาย

บริษัทได้พัฒนาคอลเลกชันชุดนอนที่เน้นดีไซน์และคุณภาพของวัสดุ รวมถึงการนำแนวคิดแฟชั่นร่วมสมัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคในหลากหลายรูปแบบ

นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เส้นใย Bamboo Fiber ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยลดการสะสมของแบคทีเรียและช่วยระบายอากาศได้ดี

4) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

ในปี 2568 บริษัทได้พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยเปิดตัว **Collagen Collection** ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีเส้นใยนาโนมาประยุกต์ใช้ร่วมกับสารสกัดคอลลาเจนจากปลาโคด (Cod Fish) เพื่อพัฒนาเป็นเส้นใย Nylon Collagen Fiber

ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณสมบัติช่วยกักเก็บความชุ่มชื้น ลดการสูญเสียน้ำ และช่วยรักษาสมดุลของผิว ทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกสบายและช่วยดูแลผิวในระหว่างการใช้งาน โดยถูกนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท เช่น ถุงเท้า ถุงน่อง ปลอกแขน เสื้อผ้า และชุดชั้นใน

สัดส่วนการจำหน่าย ในประเทศต่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

ประเทศ	สัดส่วน (%)
ญี่ปุ่น	70.91
มาเลเซีย	13.72
จีน	7.51
มัลดีฟส์	1.06
มอริเชียส	1.97
อินเดีย	2.37
ออสเตรเลีย	0.47
อินโดนีเซีย	0.05
โมร็อกโก	0.21
เวียดนาม	0.34
สหราชอาณาจักร	0.09
ฮ่องกง	0.64
สิงคโปร์	0.39
ฟิลิปปินส์	0.11
บาร์เบโดส	0.08
สหรัฐอเมริกาบริติชเอดเวิร์ดส์	0.05

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา

สภาพการแข่งขันทางการตลาด

ในปีที่ผ่านมา สภาพการแข่งขันในตลาดสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภท Innerwear มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ระดับการแข่งขันโดยรวมมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการแข่งขัน ได้แก่ การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศจีน ซึ่งมีการจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าสินค้าในตลาดทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ อันเป็นผลมาจากโครงสร้างต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มขึ้น และเกิดแรงกดดันด้านราคาในตลาดอย่างต่อเนื่อง

สำหรับตลาดภายในประเทศ บริษัทประเมินว่ามีผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งโดยตรงในกลุ่มสินค้า Innerwear ประมาณ 3-10 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการทั้งในประเทศและผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยมีการแข่งขันทั้งในด้านราคา คุณภาพสินค้า และการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักถึงความท้าทายดังกล่าว และได้ดำเนินนโยบายบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพสินค้า การออกแบบ และนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของผู้ประกอบการประเภทผู้นำน้อย บริษัทถือเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการที่มีความแข็งแกร่งและมีประสบการณ์ยาวนานในตลาด โดยมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐานการผลิต และความหลากหลายของสินค้า ทั้งนี้ แม้ว่าจะมีผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากที่นำเข้ามาสินค้าจากประเทศจีนเข้ามาจำหน่ายในตลาด แต่โดยรวมแล้วยังไม่สามารถสร้างแรงกดดันทางการแข่งขันในระดับที่มีนัยสำคัญได้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านคุณภาพสินค้า ความสม่ำเสมอของมาตรฐาน และความน่าเชื่อถือของแบรนด์

ด้วยประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจกว่า 61 ปี ประกอบกับความแข็งแกร่งของแบรนด์และความเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทจึงสามารถรักษาความเป็นผู้นำในตลาดผู้นำน้อยได้อย่างต่อเนื่อง

สภาพการแข่งขันทางการตลาด

ในปีที่ผ่านมา สภาพการแข่งขันในตลาดสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภท Innerwear มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ระดับการแข่งขันโดยรวมมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการแข่งขัน ได้แก่ การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศจีน ซึ่งมีการจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าสินค้าในตลาดทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ อันเป็นผลมาจากโครงสร้างต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มขึ้น และเกิดแรงกดดันด้านราคาในตลาดอย่างต่อเนื่อง

สำหรับตลาดภายในประเทศ บริษัทประเมินว่ามีผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งโดยตรงในกลุ่มสินค้า Innerwear ประมาณ 3-10 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการทั้งในประเทศและผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยมีการแข่งขันทั้งในด้านราคา คุณภาพสินค้า และการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักถึงความท้าทายดังกล่าว และได้ดำเนินนโยบายบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพสินค้า การออกแบบ และนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของผู้ประกอบการประเภทผู้นำน้อย บริษัทถือเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการที่มีความแข็งแกร่งและมีประสบการณ์ยาวนานในตลาด โดยมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐานการผลิต และความหลากหลายของสินค้า ทั้งนี้ แม้ว่าจะมีผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากที่นำเข้ามาสินค้าจากประเทศจีนเข้ามาจำหน่ายในตลาด แต่โดยรวมแล้วยังไม่สามารถสร้างแรงกดดันทางการแข่งขันในระดับที่มีนัยสำคัญได้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านคุณภาพสินค้า ความสม่ำเสมอของมาตรฐาน และความน่าเชื่อถือของแบรนด์

ด้วยประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจกว่า 61 ปี ประกอบกับความแข็งแกร่งของแบรนด์ CHERILON และความเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทจึงสามารถรักษาความเป็นผู้นำในตลาดผู้นำน้อยได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. นโยบายการแข่งขันและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทมุ่งเน้นการดำเนินนโยบายการแข่งขันและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่องทางหลัก ได้แก่ ตลาดค้าส่ง ตลาดค้าปลีก และตลาดออนไลน์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1) ตลาดค้าส่ง (Wholesale Market)

ตลาดค้าส่งเป็นตลาดหลักของบริษัท โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายคิดเป็น 40.82% ของยอดขายรวม ซึ่งในตลาดดังกล่าวมีผู้ประกอบการหลายราย ส่งผลให้มีการแข่งขันในระดับสูง

กลุ่มลูกค้าในตลาดค้าส่งส่วนใหญ่เป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่ม Modern Trade ซึ่งมีการสั่งซื้อสินค้าในลักษณะปริมาณมาก (Bulk) และอยู่ในรูปแบบบรรจุหีบห่อ โดยสินค้าหลักที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ถุงเท้าและถุงน่อง นอกจากนี้ ยังมีลูกค้าในกลุ่มร้านค้าส่งทั่วไปทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

จุดแข็งสำคัญของบริษัทในตลาดค้าส่ง คือ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยาวนานกับลูกค้า โดยมีพันธมิตรบางรายที่ดำเนินธุรกิจร่วมกันมาอย่างต่อเนื่องมากกว่า 61 ปี ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและความน่าเชื่อถือของบริษัท ส่งผลให้บริษัทสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

1.2) ตลาดค้าปลีก (Retail Market)

ตลาดค้าปลีกมีส่วนรายได้คิดเป็น 25.41 % ของยอดขายรวม โดยประกอบด้วยช่องทางการจำหน่ายผ่านทางสรรพสินค้าชั้นนำทั้งในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด รวมถึงโซ่อุปทานของบริษัทจำนวน 7 แห่ง

รูปแบบการจำหน่ายในช่องทางนี้เป็นการขายปลีกแบบรายชิ้น โดยเน้นสินค้าในกลุ่มพรีเมียมที่มีคุณภาพสูง ภายใต้แบรนด์หลักของบริษัท เช่น เซอร์ล่อน ครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท อาทิ ถุงน่อง เสื้อผ้า ชุดนอน ชุดชั้นใน และชุดออกกำลังกาย บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า โดยจัดให้มีเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าและพนักงานขายที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจในช่องทางห้างสรรพสินค้ามีเงื่อนไขด้านยอดขายขั้นต่ำ หากยอดขายไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการปรับลดหรือเรียกคืนพื้นที่จำหน่ายสินค้า ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งของการแข่งขันในตลาดค้าปลีก

ทั้งนี้ จุดแข็งสำคัญของบริษัท คือ แบรนด์เซอร์ล่อนซึ่งอยู่คู่กับผู้บริโภคชาวไทยมาอย่างยาวนานกว่า 60 ปี และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา

1.3) ตลาดออนไลน์ (Online Market)

ตลาดออนไลน์มีส่วนรายได้คิดเป็น 20.06 % ของยอดขายรวม โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 7.20 % ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มการขายตัวของพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น

บริษัทได้จำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce ขึ้นนำ ได้แก่ Lazada, Shopee, TikTok, ShopAtAnywhere และ LINE MAN ซึ่งถือเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่และขยายฐานลูกค้าเดิม

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในตลาดออนไลน์มีความรุนแรงสูง โดยเฉพาะจากสินค้านำเข้าที่มีราคาต่ำ ซึ่งสร้างแรงกดดันด้านราคาในตลาด แม้จะเผชิญกับการแข่งขันดังกล่าว บริษัทสามารถสร้างความแตกต่างผ่านความแข็งแกร่งของแบรนด์เซอร์ล่อน ซึ่งเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือ ส่งผลให้บริษัทยังคงสามารถรักษฐานลูกค้าเดิม และขยายยอดขายในช่องทางออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง

2. แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ในอนาคต อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายมีแนวโน้มเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากปัจจัยด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมวัสดุ พฤติกรรมผู้บริโภค และภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอน ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

บริษัทตระหนักถึงแนวโน้มดังกล่าว และได้เตรียมความพร้อมในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่มีการแข่งขันสูง

ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีใหม่และวัสดุที่มีคุณสมบัติพิเศษมาใช้ เช่น ผ้าอัจฉริยะ (Smart Textile) ที่สามารถปรับคุณสมบัติตามสภาพแวดล้อม และเส้นใยจากแหล่งธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีแนวโน้มจะเข้ามามีบทบาททดแทนวัสดุแบบดั้งเดิมในอนาคต

นอกจากนี้ ความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามกระแสแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ ส่งผลให้บริษัทต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ทั้งด้านคุณภาพ ราคา และการออกแบบ ควบคู่กับการขยายช่องทางการจำหน่ายทั้งในตลาดออนไลน์และตลาดดั้งเดิม เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลาย

2.1 การบริหารจัดการภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ

จากแนวโน้มเศรษฐกิจที่ยังคงเติบโตในอัตราที่จำกัดและความผันผวน บริษัทได้ปรับปรุงแบบแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยจัดทำแผนแม่บท (Master Plan) เพื่อกำหนดกรอบแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ และสามารถควบคุมความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนดังกล่าวครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

- 1. โครงสร้างของแผนธุรกิจ (Business Plan Structure)
- 2. แผนงบประมาณ (Budgetary Plan)
- 3. กำหนดระยะเวลาในการจัดทำและดำเนินแผน (Timeline for Business Plan and Budget)

2.2 วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในการเป็นหน่วยธุรกิจที่สามารถสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน (Profitable Unit) โดยมีแนวทางสำคัญ ได้แก่ การเพิ่มยอดขายและการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 แนวทางการดำเนินงาน (Strategic Initiatives)

- การวางแผนการขายโดยใช้ข้อมูล (Data-Driven Sales) และการวิเคราะห์คู่แข่ง
- การรักษาฐานลูกค้าเดิม (Customer Retention)
- การขยายฐานลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition)
- การพัฒนามาตรฐานการจัดร้านและการจัดเรียงสินค้า (Visual Merchandising)
- การพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานของพนักงานขาย

ตารางแนวทางการดำเนินงานและตัวชี้วัด (Strategic Initiatives & KPI)

แนวทางการดำเนินงาน (Strategic Initiatives)	ตัวชี้วัด (KPI)	รายละเอียดการวัดผล	เป้าหมาย (Target)
Data-Driven Sales และการวิเคราะห์คู่แข่ง	ความแม่นยำของแผนการขาย (Sales Forecast Accuracy)	เปรียบเทียบยอดขายจริงกับยอดคาดการณ์	≥ 90%
	อัตราการเติบโตของยอดขาย	การเพิ่มขึ้นของยอดขายจากแผนที่วางไว้	X % ต่อปี
Customer Retention	อัตราการรักษาลูกค้าเดิม	ลูกค้าที่ซื้อซ้ำเทียบกับลูกค้าทั้งหมด	≥ 80%
	มูลค่าการซื้อซ้ำ (Repeat Purchase Rate)	สัดส่วนรายได้จากลูกค้าเดิม	เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
Customer Acquisition	จำนวนลูกค้าใหม่	ลูกค้าใหม่ในแต่ละช่วงเวลา	เพิ่มขึ้น X %
	ต้นทุนต่อการได้ลูกค้าใหม่ (CAC)	ค่าใช้จ่ายต่อการได้ลูกค้า 1 ราย	ลดลงต่อเนื่อง
Visual Merchandising	การผ่านมาตรฐานการจัดร้าน	ตรวจประเมินหน้าร้านตามเกณฑ์บริษัท	100%
	ยอดขายต่อพื้นที่ (Sales per Sq.m.)	ประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ขาย	เพิ่มขึ้น X %
พัฒนาพนักงานขาย	อัตราการผ่านมาตรฐานพนักงาน	การอบรมและการประเมินผล	100%
	ยอดขายเฉลี่ยต่อพนักงาน	วัด Productivity ของพนักงานขาย	เพิ่มขึ้น X %

2.4 ตัวชี้วัดและเป้าหมาย (Key Performance Indicators)

บริษัทกำหนดตัวชี้วัดสำคัญเพื่อใช้ในการติดตามผลการดำเนินงาน ดังนี้

- อัตราการเติบโตของรายได้ (Revenue Growth)
- การผ่านมาตรฐานการจัดร้านและการจัดเรียงสินค้า (เป้าหมาย 100%)
- การผ่านมาตรฐานพนักงานขาย (เป้าหมาย 100%)
- อัตราส่วนต้นทุนขายต่อรายได้ (COGS to Revenue)
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ (Cost/Expenses to Revenue)
- การพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ (Process Improvement)

ตารางตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators: KPI)

หมวดตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด (KPI)	รายละเอียด	เป้าหมาย
ด้านการเติบโต (Growth)	อัตราการเติบโตของรายได้ (Revenue Growth)	วัดการเพิ่มขึ้นของรายได้จากทุกช่องทาง	X % ต่อปี
	การเติบโตของกำไรจากการดำเนินงาน	วัดความสามารถในการสร้างกำไร	10–20% (ตามแผนปี 2567–2569)
ด้านการขาย (Sales Performance)	สัดส่วนรายได้ตามช่องทาง	ค้าส่ง / ค้าปลีก / ออนไลน์	40% / 35% / 25%
	การเพิ่มส่วนแบ่งตลาด (Market Share)	เปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด	เพิ่มขึ้น 5%
ด้านลูกค้า (Customer)	อัตราการรักษาลูกค้าเดิม (Customer Retention)	ความสามารถในการรักษาลูกค้า	เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
	การได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition)	การขยายฐานลูกค้าใหม่	เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
ด้านประสิทธิภาพ (Operational Efficiency)	อัตราส่วนต้นทุนขายต่อรายได้ (COGS to Revenue)	ควบคุมต้นทุนสินค้า	Y %
	อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ (Cost to Revenue)	ควบคุมค่าใช้จ่ายรวม	≤ 1
ด้านมาตรฐานงานขาย (Sales Standard)	มาตรฐานการจัดร้าน (Visual Merchandising)	การจัดเรียงสินค้าและภาพลักษณ์หน้าร้าน	100%
	มาตรฐานพนักงานขาย	การอบรมและประเมินพนักงาน	100%
ด้านกระบวนการ (Process)	การพัฒนากระบวนการทำงานใหม่	การปรับปรุงระบบงานและ workflow	มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

Balanced Scorecard (BSC) และตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน

มุมมอง (Perspective)	แนวทาง (Strategic Initiatives)	ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย (Target)	น้ำหนัก (%)
ด้านการเงิน (Financial)	เพิ่มยอดขายและกำไร	Revenue Growth	X % ต่อปี	15%
	ควบคุมต้นทุน	COGS to Revenue	≤ Y %	10%
	บริหารค่าใช้จ่าย	Cost to Revenue	≤ 1	10%
ด้านลูกค้า (Customer)	รักษาลูกค้าเดิม	Customer Retention Rate	≥ 80%	10%
	เพิ่มลูกค้าใหม่	Customer Acquisition	เพิ่มขึ้น X %	10%
	สร้างความพึงพอใจ	Customer Satisfaction Score	≥ 85%	5%
ด้านกระบวนการ (Internal Process)	Data-Driven Sales	Forecast Accuracy	≥ 90%	10%
	พัฒนาหน้าร้าน	Visual Merchandising Standard	100%	10%
	เพิ่มประสิทธิภาพการขาย	Sales per Sq.m.	เพิ่มขึ้น X %	5%
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning & Growth)	พัฒนาพนักงานขาย	Training Completion Rate	100%	5%
	เพิ่มศักยภาพทีมขาย	Sales per Employee	เพิ่มขึ้น X %	5%
	พัฒนาระบบงาน	Process Improvement	ต่อเนื่อง	5%

รวม = 100%

2.5 เป้าหมายการเติบโตและแผนการดำเนินงาน (ปี 2567–2569)

ภายใต้แผนแม่บท บริษัทตั้งเป้าหมายการเติบโตของกำไรจากการดำเนินงานในช่วงปี 2566–2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10–20 โดยมีโครงสร้างการเติบโตของแต่ละช่องทาง ดังนี้

- ตลาดค้าส่ง ร้อยละ 40
- ตลาดค้าปลีก ร้อยละ 35
- ตลาดออนไลน์ ร้อยละ 25

บริษัทมุ่งเน้นการขายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด โดยตั้งเป้าเพิ่มส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 5

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายกลุ่มสินค้าโดยการคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตภายนอก (Outsource) เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่าย (Distributor) สำหรับสินค้าที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัท เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและสร้างโอกาสทางการตลาดเพิ่มเติม

ในด้านการบริหารความเสี่ยง บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดเลือกราคาทางธุรกิจที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นกลุ่มค้าส่ง เช่น โมเดิร์นเทรด ยี่ปี่ และ ซาปั๋ว ซึ่งมีความน่าเชื่อถือและมีวินัยในการชำระเงิน เพื่อลดความเสี่ยงด้านเครดิต และหลีกเลี่ยงการทำธุรกิจกับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง ขณะเดียวกัน บริษัทได้ขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ทั้งการพัฒนาเว็บไซต์ของบริษัทเอง และการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce ที่ได้รับความนิยม เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าและสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

จากการดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าว บริษัทสามารถรักษาสัดส่วนแบ่งทางการตลาดโดยรวมได้ในระดับประมาณร้อยละ 75

3. ศักยภาพในการแข่งขัน

บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขันจากความแข็งแกร่งของแบรนด์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท ซึ่งมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 61 ปี และได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในตลาด โดยแบรนด์หลัก ได้แก่ “เซอรีย่อน” สำหรับกลุ่มแฟชั่นสตรี และ “แซนรีโม” สำหรับกลุ่มแฟชั่นสุภาพบุรุษ ซึ่งสะท้อนถึงความเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม

บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องในแต่ละปี พร้อมทั้งปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

ในด้านกลยุทธ์ทางการตลาด บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลตลาดและคู่แข่ง เพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ บริษัทยังตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงจากภายนอก (Threat) เช่น การลอกเลียนแบบสินค้า การแข่งขันด้านราคาจากสินค้านำเข้าที่มีต้นทุนต่ำ และการแข่งขันที่รุนแรงในช่องทางออนไลน์ จึงได้กำหนดแนวทางในการลดความเสี่ยงและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน (4Ps Strategy)

เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์การตลาดโดยครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ดังนี้

3.1) ด้านผลิตภัณฑ์และแบรนด์ (Product & Branding)

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมและตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น การนำเทคโนโลยี Seamless Bonding และการใช้เส้นใย Recycle Nylon มาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มคุณภาพสินค้าและสะท้อนถึงความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้มีความทันสมัยและโดดเด่น ผ่านการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

3.2) ด้านราคา (Pricing)

บริษัทกำหนดราคาสินค้าโดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีความยืดหยุ่นในการกำหนดราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในตลาดระดับกลางและระดับพรีเมียม

นอกจากนี้ บริษัทมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล และการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อและเพิ่มยอดขาย

3.3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution)

บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึง โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่องทางหลัก ได้แก่

- **ตลาดค้าส่ง (Wholesale):** จำหน่ายผ่านเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจและตัวแทนจำหน่ายที่มีความสัมพันธ์ยาวนานกว่า 61 ปี
- **ตลาดค้าปลีก (Retail):** จำหน่ายผ่านหน้าร้านและเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า
- **ช่องทางออนไลน์ (Online):** จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของบริษัทและแพลตฟอร์ม E-commerce ชำนาญ เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

บริษัทดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นยอดขาย โดยมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น

- การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลสำคัญ
- การทำการตลาดร่วมกับอินฟลูเอนเซอร์และบุคคลที่มีชื่อเสียง
- การจัดกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับแบรนด์

5) กลุ่มลูกค้าและการแข่งขันในตลาด

บริษัทได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขันที่แตกต่างตามลักษณะของตลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจำหน่ายสินค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

5.1) กลุ่มลูกค้าค้าส่ง (Wholesale Customers)

กลุ่มลูกค้าค้าส่ง ได้แก่ ร้านค้าประเภท ยี่เป็ด และชาเขียว ซึ่งมีลักษณะการจำหน่ายสินค้าหลากหลายแบรนด์ โดยบริษัทมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีความคุ้มค่า เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำกำไรและแข่งขันกับสินค้านำเข้าราคาถูกและสินค้าลอกเลียนแบบได้

ลูกค้าในกลุ่มนี้ถือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจระยะยาว โดยมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องมากกว่า 61 ปี และมีสัดส่วนส่วนแบ่งตลาดประมาณ 45 %

5.2) กลุ่มลูกค้าปลีก (Retail Customers)

กลุ่มลูกค้าปลีก ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด และร้านสะดวกซื้อ โดยเน้นการจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทที่มีคุณภาพสูงและมีภาพลักษณ์ระดับพรีเมียม

สินค้าของบริษัทสามารถแข่งขันกับสินค้าแบรนด์นำเข้าจากต่างประเทศได้ ทั้งในด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ โดยมีสัดส่วนส่วนแบ่งตลาดประมาณ 55 %

6.การวิเคราะห์ SWOT และปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการแข่งขัน

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)

- บริษัทมีแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักและมีประวัติยาวนานกว่า 61 ปี ได้แก่ “เซอรีลอน” “แอนฟาน่า” “แซนรีโม” และ “คาร่า”
- มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั้งตลาดค้าส่ง ค้าปลีก และออนไลน์
- มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต
- มีฐานลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจระยะยาว

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ต้นทุนการผลิตสูงกว่าสินค้านำเข้าบางประเภท
- การแข่งขันด้านราคามีข้อจำกัดเมื่อเทียบกับสินค้านำเข้าราคาถูก
- การพึ่งพาช่องทางค้าส่งในบางสัดส่วนยังคงมีอยู่

โอกาส (Opportunities)

- การเติบโตของช่องทาง E-commerce และพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น
- แนวโน้มความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ทั้งในและต่างประเทศ

อุปสรรค/ความเสี่ยง (Threats)

- การแข่งขันจากสินค้านำเข้าที่มีต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะจากประเทศจีน

- การลอกเลียนแบบสินค้าและเครื่องหมายการค้า
- การแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงในตลาด
- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว

7. ปัจจัยความเสี่ยง (Risk Factors) และแนวทางบริหารจัดการ

7.1 ความเสี่ยงด้านการแข่งขันทางการตลาด

รายละเอียดความเสี่ยง:

การแข่งขันในอุตสาหกรรมสิ่งทอและสินค้า Innerwear มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากสินค้านำเข้าที่มีราคาต่ำ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายและส่วนแบ่งตลาดของบริษัท

แนวทางบริหารจัดการ:

- มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและความแตกต่าง
- สร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ผ่านการสื่อสารการตลาด
- ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสมตามกลุ่มลูกค้า

7.2 ความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบสินค้า

รายละเอียดความเสี่ยง:

การลอกเลียนแบบสินค้าและเครื่องหมายการค้าอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

แนวทางบริหารจัดการ:

- จัดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและทรัพย์สินทางปัญญาอย่างครบถ้วน
- ตรวจสอบและเฝ้าระวังการละเมิดสิทธิในตลาด
- สื่อสารจุดเด่นของสินค้าแก่ให้ผู้บริโภคได้รับทราบ

7.3 ความเสี่ยงด้านต้นทุนและราคา

รายละเอียดความเสี่ยง:

ความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบและการแข่งขันด้านราคาจากตลาด อาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรของบริษัท

แนวทางบริหารจัดการ:

- เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน
- พัฒนาระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- ปรับโครงสร้างราคาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด

7.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

รายละเอียดความเสี่ยง:

พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการเปลี่ยนไปสู่ช่องทางออนไลน์ อาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบการจำหน่ายสินค้า

แนวทางบริหารจัดการ:

- พัฒนาช่องทางการจำหน่ายออนไลน์อย่างต่อเนื่อง
- ใช้ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า
- ปรับกลยุทธ์การตลาดให้ทันต่อแนวโน้มตลาด

8. สรุปภาพรวมศักยภาพการแข่งขัน

บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขันจากความแข็งแกร่งของแบรนด์ เครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม และความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการแข่งขันที่รุนแรงและการเปลี่ยนแปลงของตลาด จึงได้กำหนดกลยุทธ์และแนวทางการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

รูปภาพสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา



หมายเหตุ : (1) ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้กำหนดนโยบายการตลาดโดยมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าและเสริมสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องมือทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกช่องทาง

บริษัทได้นำกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) มาเป็นกลไกหลักในการดำเนินงาน โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์สินค้า อาทิ การใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมกับลูกค้า การโฆษณาผ่านบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer Marketing) เพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการจัดทำแคมเปญส่งเสริมการขายในช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

นอกจากนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Engagement) โดยดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การสื่อสารแบบสองทางผ่านช่องทางออนไลน์ และการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมีการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อันจะส่งผลให้การดำเนินงานด้านการตลาดมีประสิทธิภาพและสามารถสนับสนุนการเติบโตของรายได้ได้อย่างยั่งยืน

1.2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์

(1) ลักษณะวัตถุดิบและแหล่งที่มา

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์สิ่งทอและสินค้าแฟชั่น โดยวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการว่าจ้างผู้ผลิต (Outsource) ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากมีสัดส่วนต้นทุนหลักของบริษัท

ในปีที่ผ่านมา บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปจากแหล่งภายในประเทศ 96.30 % และต่างประเทศ 3.70 % ของยอดซื้อรวม โดยแหล่งจัดหาหลักมาจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศ ทั้งที่เป็นบริษัทในกลุ่มและนอกกลุ่ม

วัตถุดิบและสินค้าหลัก ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เช่น ถุงน่อง ชุดชั้นใน และสินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

- สินค้าเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เสริมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก

การจัดหาวัตถุดิบโดยรวมอยู่ในระดับที่สามารถจัดหาได้ ไม่พบข้อจำกัดด้านการขาดแคลนอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ต้นทุนวัตถุดิบมีความผันผวนตามสภาวะตลาด โดยเฉพาะวัตถุดิบประเภทเส้นใยสังเคราะห์ ซึ่งมีลักษณะเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) ที่อาจได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันและปัจจัยเศรษฐกิจโลก

(2) ผู้จำหน่ายวัตถุดิบและลักษณะความสัมพันธ์

บริษัทมีการจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตหลายราย เพื่อกระจายความเสี่ยงในการพึ่งพาผู้จำหน่าย โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้จำหน่ายหลักได้ดังนี้

(2.1) ผู้ผลิตในกลุ่มเครือ

บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตในกลุ่มเครือ ซึ่งเป็นบริษัทร่วมในกลุ่มนิเวศกรุป โดยมีสัดส่วนการสั่งซื้อ **85.22 %** ของยอดซื้อรวม ลักษณะความสัมพันธ์เป็นไปในเชิงพันธมิตรทางธุรกิจระยะยาว โดยมีการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง และมีการกำหนดราคาซื้อขายตามราคาตลาดทั่วไป (Arm's Length Basis) ซึ่งไม่แตกต่างจากการทำรายการกับบุคคลภายนอก

บริษัทมีการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าในลักษณะ **Forecast Order ล่วงหน้า 6-9 เดือน** เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถวางแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2.2) ผู้ผลิตสิ่งทอรายอื่น (ในประเทศ)

บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตสิ่งทออื่นภายในประเทศ ซึ่งไม่อยู่ในกลุ่มเครือ คิดเป็นสัดส่วน **11.08 %** ของยอดซื้อรวม โดยมีการวางแผนสั่งซื้อในลักษณะ **Forecast Order ล่วงหน้า 6-12 เดือน** เพื่อรองรับความต้องการของตลาดและลดความเสี่ยงด้านการจัดส่งสินค้า

(2.3) ผู้ผลิตสินค้าเครื่องสำอาง

สำหรับสินค้าประเภทเครื่องสำอาง บริษัทมีการว่าจ้างผลิตจากโรงงานในกลุ่มเครือสหพัฒน์ จำนวนประมาณ **3-5 ราย** ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางการค้าระยะยาวมากกว่า 61 ปี

โดยมีสัดส่วนการสั่งซื้อ 0.61 % ของยอดซื้อรวม

(2.4) ผู้จำหน่ายสินค้า Outsource (นอกกลุ่ม)

บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตภายนอกที่ไม่อยู่ในกลุ่มเครือ (Outsource) เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ โดยในปี 2568 มีสัดส่วนการสั่งซื้อ **21.23 %** ของยอดซื้อรวม

ทั้งนี้ บริษัทไม่มีการพึ่งพาผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่งในระดับเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดซื้อรวมในลักษณะที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงเชิงนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการติดตามและบริหารความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายหลักอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจในความต่อเนื่องของการจัดหาสินค้า

(3) ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและการบริหารจัดการ

วัตถุดิบหลักบางประเภท โดยเฉพาะเส้นใยสังเคราะห์ มีลักษณะเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) ซึ่งอาจมีความผันผวนด้านราคาอย่างรวดเร็วตามภาวะตลาดโลก และอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัย เช่น ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และสถานการณ์เศรษฐกิจ

เพื่อบริหารความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้ดำเนินการดังนี้

- วางแผนการสั่งซื้อสินคล่วงหน้า (Forecast Order) เพื่อควบคุมต้นทุน
- กระจายแหล่งจัดหาสินค้าไปยังผู้ผลิตหลายราย
- เปรียบเทียบราคากับผู้ผลิตตามสภาวะตลาด
- ติดตามสถานการณ์ราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด

สรุป

บริษัทมีการบริหารจัดการด้านการจัดหาวัตถุดิบอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยเครือข่ายผู้ผลิตภายในประเทศที่มีความมั่นคงและมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะยาว พร้อมทั้งมีการกระจายแหล่งจัดหาเพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพาผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่ง นอกจากนี้ บริษัทมีการวางแผนการสั่งซื้อและบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความผันผวนของราคาวัตถุดิบและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการบริหารจัดการกระบวนการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผน การคัดเลือกผู้ผลิต การบริหารจัดการสินค้า ไปจนถึงการจำหน่ายและการให้บริการลูกค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวางแผนและวิเคราะห์ตลาด (Market Planning and Analysis)

บริษัทเริ่มต้นกระบวนการจัดหาผลิตภัณฑ์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลการขายจากระบบสารสนเทศของบริษัท ซึ่งครอบคลุมข้อมูลสำคัญ เช่น รหัสสินค้า หมวดหมู่สินค้า (Item Group) ปริมาณการจำหน่าย รายได้จากการขาย และต้นทุนสินค้า

โดยมีการดำเนินการวิเคราะห์ในประเด็นสำคัญ ดังนี้

- การจำแนกข้อมูลตามรหัสสินค้าและกลุ่มสินค้า เพื่อระบุสินค้าที่มีศักยภาพในการทำกำไร และสินค้าที่ควรปรับปรุง
- การประเมินผลกำไรของสินค้าแต่ละรายการ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์
- การจัดอันดับสินค้า โดยพิจารณา Top 100 สินค้าที่มียอดขายสูงสุดในแต่ละช่วงเวลา
- การวิเคราะห์แนวโน้มยอดขายรายเดือนและตามฤดูกาล เพื่อใช้ในการวางแผนการผลิตและการจัดโปรโมชั่น

ผลจากการวิเคราะห์ดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารสินค้า และการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

2. การคัดเลือกผู้ผลิตและการจัดหาสินค้า (Supplier Sourcing and Procurement)

บริษัทมีนโยบายคัดเลือกผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือและมีศักยภาพในการผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐาน โดยแบ่งตามประเภทสินค้า ดังนี้

2.1 สินค้าประเภทถุงน่องและถุงเท้า

บริษัทมีความร่วมมือกับโรงงานผู้ผลิตในกลุ่มเครือ ซึ่งเป็นผู้ผลิตหลักในการจัดหาสินค้าประเภทถุงน่อง โดยมีการจัดสรรสินค้าเพื่อจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบริษัท ได้แก่ CHERILON, GOLDENLEGS, AFANA และ ANNABEL คิดเป็นสัดส่วนการจัดหาสินค้าประเภทนี้ **100%**

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทมีการบริหารจัดการร่วมกับผู้ผลิตอย่างใกล้ชิด โดยให้ความสำคัญกับการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น

- เส้นใยไนลอนรีไซเคิล (Recycled Nylon)
- เส้นใยโพลีเอสเตอร์รีไซเคิล (Recycled Polyester)

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้า ความทนทาน และตอบสนองแนวโน้มการบริโภคอย่างยั่งยืน

2.2 สินค้าประเภทชุดนอนและชุดชั้นใน

บริษัทเป็นผู้ดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ CHERILON INTIMATE และ CARA โดยมีการกำหนดคุณลักษณะสินค้าและวัตถุดิบอย่างชัดเจน

จากนั้น บริษัทจะดำเนินการว่าจ้างผลิตจากผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญ โดยแบ่งเป็น

- ผู้ผลิตในกลุ่มเครือ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ **18.6%**
- ผู้ผลิตภายนอก (Supplier) คิดเป็นสัดส่วนประมาณ **5%**

เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานและมีความหลากหลาย

2.3 สินค้าประเภทเครื่องสำอาง

บริษัทมีการดำเนินการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงการทดสอบคุณภาพก่อนการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและแข่งขันในตลาดได้อย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1. การกำหนดประเภทผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์ความต้องการตลาด

บริษัทเริ่มต้นจากการกำหนดประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง โดยพิจารณาจากแนวโน้มตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และทิศทางการเติบโตของสินค้าในแต่ละกลุ่ม

จากนั้น ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์จะประสานงานกับฝ่ายขาย เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการของตลาด ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่

- ระดับราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- คุณภาพและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ถูกค่าคาดหวัง
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละประเภทสินค้า
- ข้อมูลการแข่งขันของสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด

ข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและสามารถแข่งขันได้

2.3.2. การคัดเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินการคัดเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Product Concept) จากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตลาด โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหมาะสม และมีระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ การพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์จะคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ ได้แก่ คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ความเหมาะสมของต้นทุนเมื่อเทียบกับราคาจำหน่าย ความสามารถในการแข่งขันในตลาด ความสอดคล้องกับภาพลักษณ์และกลยุทธ์ของบริษัท

2.3.3. การจัดทำแผนงานและการอนุมัติโครงการ

เมื่อได้แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม บริษัทจะดำเนินการจัดทำแผนงานโครงการ โดยครอบคลุมรายละเอียดที่สำคัญ เช่น

- งบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- การประมาณการรายได้และกำไร
- ระยะเวลาในการพัฒนาและนำสินค้าออกสู่ตลาด

แผนงานดังกล่าวจะถูกนำเสนอให้ทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตรวจสอบความถูกต้องและความเป็นไปได้ ก่อนเสนอขออนุมัติจากผู้มีอำนาจตามลำดับชั้น

2.3.4. การพัฒนาตัวอย่างผลิตภัณฑ์และการทดสอบคุณภาพ

ภายหลังจากได้รับอนุมัติโครงการ บริษัทจะจัดทำรายละเอียดแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept) และส่งต่อให้ผู้ผลิตดำเนินการพัฒนาตัวอย่างสินค้า (Sample)

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะถูกนำมาทดสอบและประเมินคุณภาพตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด ซึ่งอาจครอบคลุมถึง

- คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
- ความปลอดภัยในการใช้งาน
- ความคงตัวของผลิตภัณฑ์
- ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตรงตามข้อกำหนด และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตในเชิงพาณิชย์

3. การบริหารจัดการสต็อกและโลจิสติกส์ (Inventory and Logistics Management)

3.1 การขนส่งสินค้า

ผู้ผลิตเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดส่งสินค้าเข้าสู่คลังสินค้าของบริษัทตามเงื่อนไขที่กำหนด

3.2 การจัดเก็บสินค้า

บริษัทมีระบบบริหารคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ระบบบาร์โค้ดในการรับสินค้าและบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบ SAP เพื่อควบคุมความถูกต้องของข้อมูล

สินค้าจะถูกจัดเก็บตามหมวดหมู่ ชั้นวาง และตำแหน่งที่กำหนดไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการเบิกจ่ายสินค้าและการจัดส่งให้ลูกค้า

4. การตลาดและการจำหน่าย (Marketing and Distribution)

4.1 การกำหนดราคา (Pricing Strategy)

บริษัทกำหนดราคาสินค้าโดยแยกตามประเภทลูกค้า ได้แก่

- **ลูกค้าค้าปลีก:** ราคาสูงกว่า เนื่องจากมีต้นทุนการบริหารจัดการที่สูงกว่า
- **ลูกค้าค้าส่ง:** ราคาต่ำกว่า เนื่องจากมีปริมาณการสั่งซื้อสูง

ทั้งนี้ การกำหนดราคาจะพิจารณาจากต้นทุนสินค้า สภาพการแข่งขัน และความต้องการของตลาด เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถในการแข่งขันและอัตรากำไร

4.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels)

บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมภายในประเทศ ทั้งตลาดค้าส่ง ค้าปลีก และช่องทางออนไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึงสำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทยังอยู่ระหว่างการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายเพิ่มเติม เพื่อรองรับการขยายตัวในอนาคต

4.3 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion Strategy)

บริษัทดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น

- การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลสำคัญ
- การทำการตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์และบุคคลที่มีชื่อเสียง
- การสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า

5. การบริการลูกค้าและการให้บริการหลังการขาย (Customer Service and After-Sales Service)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยมีนโยบายรับประกันสินค้า และให้บริการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่ตรงตามคำสั่งซื้อหรือมีข้อบกพร่อง

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว

กำลังการผลิตของบริษัท

	กำลังการผลิต	ใช้ไปทั้งหมด (ร้อยละ)
- (ชิ้น)	0.00	0.00

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหรือ การให้บริการ

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

บริษัทดำเนินธุรกิจในฐานะเป็นผู้จำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป (Finished Goods) โดยไม่ได้ดำเนินการผลิตสินค้าเอง ดังนั้น การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าจึงเป็นหน้าที่ของโรงงานผู้ผลิต (Supplier/Manufacturer) ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการคัดเลือกและจัดหาวัตถุดิบ รวมถึงการกำหนดประเภทและคุณสมบัติของเส้นใยหรือวัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

1. ลักษณะทั่วไปของวัตถุดิบและแหล่งที่มา

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัท โดยเฉพาะกลุ่มสิ่งทอ เช่น ฝ้าย กัญชง กัญข้าว และชุดชั้นใน ได้แก่ เส้นใยสังเคราะห์และเส้นใยธรรมชาติ ซึ่งโรงงานผู้ผลิตจะเป็นผู้จัดหาโดยตรงจากแหล่งผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตามความเหมาะสมด้านคุณภาพ ราคา และความต่อเนื่องของการจัดหา

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายกำหนดคุณสมบัติของวัตถุดิบในเชิงคุณภาพร่วมกับผู้ผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และสอดคล้องกับมาตรฐานอุตสาหกรรม

2. การคัดเลือกและการกำกับดูแลผู้ผลิต/ผู้จัดหาวัตถุดิบ

แม้ว่าบริษัทจะไม่ได้จัดหาวัตถุดิบโดยตรง แต่บริษัทมีบทบาทในการกำกับดูแลและควบคุมคุณภาพผ่านการคัดเลือกโรงงานผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือและมีมาตรฐานในการดำเนินงาน โดยพิจารณาจาก

- ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้ผลิต
- มาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ
- ความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง
- ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลวัตถุดิบ

นอกจากนี้ บริษัทกำหนดให้โรงงานผู้ผลิตต้องระบุรายละเอียดของวัตถุดิบหรือส่วนประกอบของสินค้าอย่างชัดเจนบนฉลากผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับทราบข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอสำหรับการตัดสินใจซื้อ

3. ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบ

เนื่องจากบริษัทไม่ได้จัดหาวัตถุดิบโดยตรง ความเสี่ยงหลักจึงเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้ผลิตในการจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอและมีคุณภาพตามที่กำหนด ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจาก

- ความผันผวนของราคาระดับวัตถุดิบในตลาดโลก (Commodity)
- การขาดแคลนวัตถุดิบในบางช่วงเวลา
- ความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption)

อย่างไรก็ตาม บริษัทบริหารความเสี่ยงดังกล่าวโดยการคัดเลือกผู้ผลิตที่มีแหล่งจัดหาวัตถุดิบที่หลากหลาย และมีความสามารถในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. แนวทางด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยร่วมมือกับผู้ผลิตในการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่มีความยั่งยืน เช่น เส้นใยรีไซเคิล หรือวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเช่น Care for Fiber ผ้าลูกไม้ที่ถูกผลิตขึ้นเป็นพิเศษโดยการนำวัสดุที่เหลือใช้เช่น พลาสติก นำมารีไซเคิล เป็นต้น

แนวทางดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Environmental Responsibility) โดยมุ่งลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาว พร้อมทั้งตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

สรุป

แม้ว่าบริษัทจะไม่ได้ดำเนินการจัดหาวัตถุดิบโดยตรง แต่ได้มีการกำหนดนโยบายและแนวทางในการกำกับดูแลผู้ผลิตอย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้ามีคุณภาพ ปลอดภัย และสามารถจัดหาได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

ประเทศ	ชื่อวัตถุดิบ	มูลค่า (บาท)
ไทย	0	0.00

1.2.2.4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรหลัก

สินทรัพย์ถาวร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางแสดงรายละเอียดสินทรัพย์ถาวร

ประเภทสินทรัพย์ถาวร	พื้นที่ใช้สอย			มูลค่าทางบัญชี	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	ไร่	งาน	ตรว	(หน่วย : ล้านบาท)		
ที่ดิน						
ที่ดิน-เขตบางรัก กทม			13.30	1.22	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ที่ดิน-แขวงคลองตัน เขตพระโขนง กทม		6.00	114.00	9.75	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ที่ดิน-แขวงคลองตัน เขตพระโขนง กทม			60.00	1.20	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ที่ดิน-อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่			27.00	0.21	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ที่ดิน-อ.บางน้ำเปรี้ยว จ.ฉะเชิงเทรา	8.00	3.00	89.00	3.17	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ที่ดิน-อ.เมือง จ.นครราชสีมา			13.00	0.26	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ที่ดิน-อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี	10.00		37.00	2.46	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม				18.27		
อาคาร						
อาคาร-เขตบางรัก กทม				0.91	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร-แขวงคลองตัน เขตพระโขนง กทม				19.93	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร-แขวงคลองตัน เขตพระโขนง กทม				5.80	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร- บ้านสวนนครชน กทม.				1.03	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร-สุวินทวงศ์ กทม				12.85	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร-เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่				0.53	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคาร-นครราชสีมา				1.73		
คงเหลือมูลค่าก่อนหักค่าเสื่อมราคา				42.78		

หัก ค่าเสื่อมราคา				- 42.50		
คงเหลือมูลค่าสุทธิ				0.28		
อุปกรณ์						
เครื่องใช้สำนักงาน				0.90		
ครุภัณฑ์				1.25		
เครื่องตกแต่งสำนักงาน				5.09		
ยานพาหนะ				0.24		
คงเหลือมูลค่าสุทธิ				7.48		
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน						
สิทธิการเช่า - จ.นครราชสีมา				0.50		
เครื่องหมายการค้า				0.04		
โปรแกรมคอมพิวเตอร์				1.62		
ตราสารทุน						
หลักทรัพย์จดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์				160.68		
หลักทรัพย์นอกตลาดหลักทรัพย์				68.40		
เงินลงทุนในบริษัทร่วม				67.71		
11610 - เงินลงทุนทองคำ				2.31		

อาคารบางรัก ตั้งอยู่เลขที่ 293/16-17 ถนนสุรวงศ์ แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร เป็นอาคารพาณิชย์รูปแบบตึกแถว 2 ห้อง จำนวน 5 ชั้น ซึ่งบริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ตั้งแต่วันที่ 10 มิถุนายน 2501 อาคารดังกล่าวใช้เป็นโชว์รูม โดยเริ่มต้นมีมูลค่าตามบัญชีอยู่ที่ 907,730 บาท แต่หลังจากการตัดค่าเสื่อมราคาในปัจจุบันมูลค่าตามบัญชีเหลือเพียง 1 บาท

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ลักษณะสำคัญของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยสินทรัพย์ดังกล่าวไม่มีลักษณะทางกายภาพ แต่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตแก่บริษัทอย่างต่อเนื่อง

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญของบริษัท ประกอบด้วย

1. เครื่องหมายการค้า (Trademark)

บริษัทเป็นเจ้าของและใช้เครื่องหมายการค้าในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้แบรนด์ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดภายใต้เครื่องหมายการค้าเป็นของตนเองโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อเครื่องหมาย	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง
CHERILON	ถุงน่อง	ค 448	21/3/15 – 20/3/75
CHERILON	ถุงเท้า	Kh/43546	25/6/55 - 25/6/75
GOLDENLEGS	ถุงน่อง	149308	2/8/34 – 1/8/74
ACCEMT	ถุงน่อง	ค23032	9/6/37 – 8/6/67
ANFANA	ถุงน่อง	ค118613	31/5/33 – 31/5/73
ANNABEL	ถุงน่อง	ค142114	17/5/34 – 16/5/74

ANNISS	ถุงนอน	ค227155	11/3/48 – 10/3/68
AMANDA	ถุงนอน	ค36318	11/4/38 – 10/4/68
ANGELY	ถุงนอน	ค277118	8/8/50 – 7/8/70
AZIRA	ถุงนอน	ค69790	13/3/40 – 12/3/70
CAMELLIA	ถุงนอน	ค19729	3/11/36 – 2/11/66
CEDERIA	ถุงนอน	ค24058	18/7/37 – 17/7/67
CHOPAN	ถุงนอน	ค132044	10/1/34 – 10/1/74
CARA	ถุงนอน ฯลฯ	ค21292	14/10/36 – 13/10/66
COMPULOM	ถุงนอน	ค24893	18/7/37 – 17/7/67
COOL LOOK	ถุงนอน	ค24891	18/7/37 – 17/7/67
DANZ	ถุงนอน	ค126283	15/10/33 – 14/10/73
FORTRESS	ถุงนอน	ค28473	23/9/37 – 22/9/67
FANTATICO	ถุงนอน	ค28472	23/9/37 – 22/9/67
FREASY	ถุงนอน	ค133214	28/4/40 – 27/4/70
FINESSE	ถุงนอน	ค59086	18/7/37 – 17/7/67
FIXIPANTS	ถุงนอน	ค122042	6/10/42 – 5/10/72
SPUNDEX	ถุงนอน	ค30313	7/12/37 -6/12/67
SASHER	ถุงนอน	ค62307	23/9/37 – 22/9/67
SANREMO	ถุงเท้า	ค34073	5/10/37 - 4/10/67
SANREMO	ชุดชั้นใน	ค318688	14/8/52 – 13/8/72
CHERIE	เสื้อชั้นใน	ค76053	18/7/37 – 17/7/67
CITYMATE	ชุดเต็นท์	ค174473	8/1/44 – 7/1/74
DANS MATE	ชุดเต็นท์	ค146855	28/2/44 – 27/2/74
DANCE MATE	ชุดเต็นท์	ค144250	8/1/44 – 7/1/74
GRAZIA	เสื้อแขนยาว	ค18488	3/12/36 – 2/12/66
HIKKO HOUSE	เสื้อ,กางเกง	ค222306	19/11/47 – 18/11/67
TRER BIEN	เสื้อ	ค63700	9/9/39 – 8/9/69
CHERI GIFF	ตุ๊กตา	ค117233	3/3/33 – 29/3/73
SCRUPLES	แชมพู	ค137725	30/1/24 -29/1/74
SCRUPLES	สบู่หอม	ค135715	8/4/24 -7/4/74
MISASA	ครีมบำรุงผิว	ค305880	3/11/51 2/11/71
PURE VIVID	เครื่องสำอาง	ค29003	30/6/37 -29/6/67
CHA CHA	ลิปสติก	ค146857	23/2/44 -22/2/74
V-CARE	กล้วยอบน้ำผึ้ง	ค111536	18/8/42 -17/8/72

2. สิทธิทางสัญญา (Contractual Rights)

บริษัทมีสิทธิที่เกิดจากสัญญาทางธุรกิจ ซึ่งถือเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ โดยเป็นสิทธิการเข้าพื้นที่เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีก บริษัทได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่กับบริษัท ราชสีมาชอปปิงคอมเพล็กซ์ จำกัด สำหรับพื้นที่บางส่วนภายในอาคารศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 1242/2 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยสัญญาเช่ามีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 6 พฤษภาคม 2543 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2570

สิทธิการเช่าดังกล่าวมีมูลค่ารวมจำนวน 12.32 ล้านบาท ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการตัดจำหน่ายตามอายุสัญญาเช่าอย่างเป็นระบบ โดย ณ ปัจจุบันมีมูลค่าที่ตัดจำหน่ายไปแล้วจำนวน 11.82 ล้านบาท และมีมูลค่าสุทธิคงเหลือจำนวน 0.50 ล้านบาท

สิทธิทางสัญญาดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัท เนื่องจากเป็นทำเลที่ตั้งในศูนย์การค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่อง และช่วยเสริมสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมีการบริหารจัดการและติดตามสถานะของสัญญาเช่าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากสิทธิทางสัญญาดังกล่าว

3. ระบบสารสนเทศและซอฟต์แวร์ (Software and Information Systems)

บริษัทมีการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมงานด้านบัญชี การบริหารคลังสินค้า และการบริหารการขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความถูกต้องของข้อมูล ลดความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน และสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้อย่างทันท่วงที

ระบบและโปรแกรมสำคัญที่บริษัทใช้งาน มีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบบัญชีและบริหารทรัพยากรองค์กร (ERP System)

● SAP Business One

เป็นระบบบริหารทรัพยากรองค์กร (ERP) ที่ใช้ในการบริหารจัดการด้านบัญชี การเงิน การจัดซื้อ การขาย และคลังสินค้าแบบครบวงจร ช่วยให้ข้อมูลมีความถูกต้อง เชื่อมโยงกันทั้งองค์กร และสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● SeniorSoft MC-5390

เป็นโปรแกรมบัญชีที่ใช้สนับสนุนการบันทึกบัญชีและการจัดทำรายงานทางการเงิน โดยช่วยเพิ่มความสะดวกในการจัดเก็บข้อมูลและการประมวลผลทางบัญชี

2. ระบบสนับสนุนการออกแบบและการตลาด (Design and Marketing Software)

● Adobe Creative Cloud for Teams (All Apps – Monthly Subscription)

เป็นชุดโปรแกรมสำหรับการออกแบบกราฟิก การสร้างสื่อโฆษณา และการพัฒนาคอนเทนต์ทางการตลาด เช่น การออกแบบภาพสินค้า สื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อออนไลน์ เพื่อสนับสนุนการสื่อสารแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท

3. ระบบและซอฟต์แวร์สนับสนุนการดำเนินงานอื่น ๆ

● Webbase Program (รหัส OP18-04-597)

เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ เช่น การจัดการข้อมูลสินค้า หรือการเชื่อมโยงข้อมูลกับช่องทางดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล

● Transcend Memory 16GB (รหัส AP160200096)

เป็นอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล (Storage Device) ที่ใช้สำหรับสนับสนุนการจัดเก็บและสำรองข้อมูลของบริษัท เพื่อเพิ่มความปลอดภัยของข้อมูลและรองรับการใช้งานระบบสารสนเทศ

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม : มี

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยมุ่งเน้นการสร้างเสริมความแข็งแกร่งทางธุรกิจและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทในระยะยาว ผ่านการสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสามารถสร้างประโยชน์ร่วมกัน (Synergy)

ณ ปัจจุบัน บริษัทมีการลงทุนในบริษัทร่วม ได้แก่ บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) โดยถือหุ้นจำนวน 1,479,062 หุ้น คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 69.93 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 14.79 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าในกลุ่มสิ่งทอ ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าหลักที่จัดส่งสินค้าให้แก่บริษัทเพื่อจำหน่าย ส่งผลให้การลงทุนดังกล่าวมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท และช่วยเสริมสร้างความมั่นคงด้านห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

แนวนโยบายการบริหารการลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทมุ่งเน้นการบริหารการลงทุนในบริษัทร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. การควบคุมและการมีส่วนร่วมในการบริหาร

แม้ว่าบริษัทจะถือหุ้นในสัดส่วนที่ไม่มีอำนาจควบคุม แต่บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานและมีส่วนร่วมในเชิงนโยบายผ่านการสื่อสารและประสานงานกับฝ่ายบริหารของบริษัทร่วมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัท

2. การสร้างความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนทรัพยากร

บริษัทส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกันในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการผลิตและการจัดหาสินค้า ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถเข้าถึงแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ และมีความต่อเนื่องในการจัดหาสินค้า ขณะเดียวกันบริษัทร่วมสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านบริษัทได้

3. การบริหารความเสี่ยงและการสร้างมูลค่า

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน โดยมีการติดตามสถานการณ์ทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงประเมินความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน การเงิน และสถานะตลาด เพื่อให้สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการลงทุน โดยพิจารณาถึงผลตอบแทนในระยะยาว และความสามารถในการสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัท

4. การรายงานทางการเงิน

บริษัทดำเนินการรับรู้เงินลงทุนในบริษัทร่วมตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง และมีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับการลงทุนอย่างโปร่งใสในงบการเงินและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)

5. การพัฒนาและเติบโตในระยะยาว

บริษัทมีนโยบายสนับสนุนการเติบโตของบริษัทร่วมอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ การปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานะตลาด และการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้เกิดการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืนในระยะยาว

6. รายการระหว่างกัน (Related Party Transactions)

บริษัทมีรายการระหว่างกันกับบริษัท นิวพลัสเทรดดิ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทร่วม โดยรายการหลักเป็นการซื้อสินค้าเพื่อจำหน่าย ซึ่งเป็นไปตามลักษณะการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัท

รายการดังกล่าวมีเงื่อนไขทางการค้าเป็นไปตามปกติธุรกิจ (Arm's Length Basis) โดยพิจารณาจากราคาตลาดและเงื่อนไขที่ใช้กับบุคคลหรือกิจการทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกัน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและโปร่งใส

บริษัทมีการกำหนดนโยบายและขั้นตอนการอนุมัติรายการระหว่างกันอย่างเหมาะสม โดยรายการที่มีนัยสำคัญจะต้องผ่านการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และ/หรือคณะกรรมการตรวจสอบ (ถ้ามี) เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม

นอกจากนี้ บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลรายการระหว่างกันในงบการเงินและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) อย่างครบถ้วน ตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

1.2.2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ : ไม่มี

รายละเอียดงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

จำนวนงานทั้งหมด : N/A
มูลค่างานทั้งหมด : N/A
มูลค่ารับรู้แล้ว : N/A
มูลค่างานคงเหลือที่ยังไม่รับรู้ : N/A
รายละเอียดเพิ่มเติม : -

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท⁽¹⁾

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ บมจ.นิวซีดี (กรุงเทพฯ) --- 14.79 % --- บมจ.นิวพลัสนิตติ้ง
บมจ.นิวพลัสนิตติ้ง --- 98.75 % --- บจ.นิวพลัสอุตสาหกรรม
บมจ.นิวพลัสนิตติ้ง --- 49.33% --- บจ.นิวพลัส (89)

1.3.1 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

(1) นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ดำเนินธุรกิจหลักในลักษณะเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Trading Company) โดยมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ ถุงน่อง ถุงเท้า ชุดชั้นใน ชุดออกกกำลังกาย และชุดนอน ภายใต้แบรนด์ของบริษัท ในขณะที่กระบวนการผลิตสินค้า บริษัทไม่ได้ดำเนินการเอง แต่มีการจัดหาสินค้าจากบริษัทในกลุ่ม ซึ่งมีบทบาทเป็นผู้ผลิต (Manufacturing) โดยเฉพาะบริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าหลักของกลุ่ม ทั้งนี้ บริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) จะทำหน้าที่บริหารจัดการด้านการผลิต และกระจายคำสั่งผลิตไปยังบริษัทย่อยในกลุ่ม ได้แก่

- บริษัท นิวพลัสอุตสาหกรรม จำกัด
- บริษัท นิวพลัส (89) จำกัด

เพื่อดำเนินการผลิตสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานและปริมาณที่กำหนด ก่อนส่งมอบสินค้าให้แก่บริษัทเพื่อจัดจำหน่ายต่อไป โครงสร้างการดำเนินงานดังกล่าวช่วยให้กลุ่มบริษัทสามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนระหว่างการผลิตและการจัดจำหน่าย ซึ่งส่งผลให้สามารถควบคุมคุณภาพสินค้า ลดต้นทุน และตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว

(2) โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

2.1 บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

บริษัทเป็นผู้ดำเนินธุรกิจหลักด้านการจัดจำหน่ายสินค้า โดยมีการลงทุนในบริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) จำนวนร้อยละ 14.79 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

แม้ว่าบริษัทจะไม่มีอำนาจควบคุมโดยตรง แต่เนื่องจากมีการรวมกันบางส่วน จึงมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน ส่งผลให้บริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) มีสถานะเป็น **บริษัทร่วม (Associate Company)** ของบริษัท

2.2 บริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน)

บริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตสินค้าในกลุ่มสิ่งทอ และเป็นผู้ผลิตหลักของกลุ่มบริษัท โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ถือหุ้นในบริษัท นิวพลัสอุตสาหกรรม จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 98.75 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ซึ่งถือเป็น **บริษัทย่อย (Subsidiary)**
- ถือหุ้นในบริษัท นิวพลัส (89) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 49.33 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ซึ่งเข้าข่ายเป็น **บริษัทร่วม (Associate Company)**
- โครงสร้างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจแบบบูรณาการ (Integrated Business) ภายในกลุ่ม โดยมีบริษัท นิวพลัสนิตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นศูนย์กลางด้านการผลิต และบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทมีโครงสร้างการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน โดยแบ่งบทบาทระหว่างการผลิตและการจัดจำหน่ายอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งมีความเชื่อมโยงกันผ่านโครงสร้างการถือหุ้น ซึ่งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของกลุ่มบริษัทในระยะยาว

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ได้กำหนดนโยบายการแบ่งการดำเนินงานภายในกลุ่มบริษัทอย่างชัดเจน โดยแยกบทบาทหน้าที่ระหว่างการจัดจำหน่ายและการผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. การจัดการคำสั่งซื้อล่วงหน้า (Forecast Order Management)

บริษัททำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า โดยรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำประมาณการคำสั่งซื้อ (Forecast Order) ส่งให้แก่บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตหลักของกลุ่ม

การจัดทำ Forecast Order จะดำเนินการล่วงหน้าเป็นระยะเวลา **ประมาณ 9 เดือน ถึง 1 ปี** ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตได้อย่างเหมาะสม และลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนสินค้า

2. การวางแผนการผลิตของโรงงาน

บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) และโรงงานในกลุ่ม จะนำข้อมูล Forecast Order ที่ได้รับไปใช้ในการวางแผนการผลิต โดยครอบคลุมถึง

- การจัดเตรียมกำลังการผลิต
- การวางแผนการใช้เครื่องจักรและแรงงาน
- การกำหนดระยะเวลาในการผลิตและส่งมอบสินค้า

ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้สอดคล้องกับปริมาณและระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล

บริษัทมีการติดตามความคืบหน้าของการผลิตและการจัดส่งสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตรวจสอบเป็นรายเดือน เพื่อประเมิน

ประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพสินค้า และความตรงต่อเวลาในการส่งมอบ

ผลการประเมินดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการปรับปรุงแผนการดำเนินงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในระยะต่อไป

4. การประสานงานด้านการผลิตและการปรับแผน

โรงงานผู้ผลิตจะใช้ข้อมูล Forecast Order เป็นข้อมูลหลักในการวางแผนการผลิต การจัดเตรียมวัตถุดิบ และการจัดสรรทรัพยากร ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงของคำสั่งซื้อ บริษัทจะทำการแจ้งปรับปรุงข้อมูล Forecast Order ให้แก่โรงงานทราบอย่างทันท่วงที เพื่อให้สามารถปรับแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. นโยบายการตัดสินใจและการมอบอำนาจ

5.1 หลักการกำหนดนโยบายและการบริหารงาน

บริษัทมีคณะกรรมการที่ทำงานร่วมกันในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และนโยบายการดำเนินงาน โดยมีการกำหนดโครงสร้างอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน เพื่อให้การบริหารงานมีความคล่องตัว โปร่งใส และตรวจสอบได้

5.2 การมอบอำนาจการตัดสินใจ

บริษัทได้กำหนดกรอบการมอบอำนาจให้ผู้จัดการในแต่ละแผนกสามารถตัดสินใจในเรื่องที่อยู่ในขอบเขตความรับผิดชอบของตนได้ โดยไม่จำเป็นต้องเสนอเรื่องต่อผู้บริหารระดับสูงในทุกกรณี ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

5.3 การตัดสินใจในกรณีเกินขอบเขตอำนาจ

ในกรณีที่เรื่องใดเกินขอบเขตอำนาจของผู้จัดการแผนก ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องรายงานและเสนอเรื่องต่อผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่มีอำนาจตามลำดับขั้น เพื่อพิจารณาและอนุมัติตามกระบวนการที่กำหนดไว้

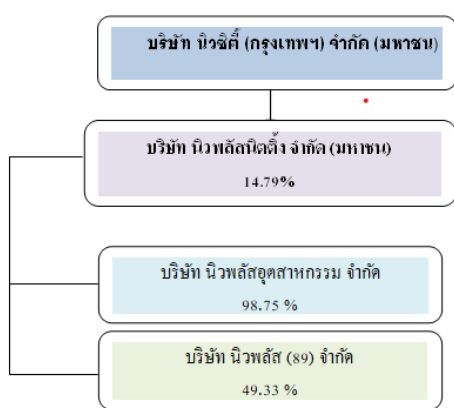
5.4 การแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบ

บริษัทกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบและสอดคล้องกัน โดยพนักงานทุกระดับต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต และยึดมั่นในหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

แผนผังโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทของท่านมีการถือหุ้นในบริษัทอื่นหรือไม่ : มี

รูปแผนผังโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



(2) ข้อมูลแผนภาพของโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทร่วม

ชื่อบริษัท	นิติบุคคลที่ถือหุ้นในบริษัทนี้	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	สัดส่วนสิทธิออกเสียง (%)
บริษัท นิวพลัสไนติง จำกัด (มหาชน)	บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)	14.79%	14.79%

บริษัทที่ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

ชื่อบริษัทและสถานที่ตั้ง สำนักงานใหญ่	ลักษณะธุรกิจ	ประเภทหุ้น	จำนวนหุ้น	จำนวนหุ้น ที่จำหน่ายแล้ว
บริษัท นิวพลัสไนติง จำกัด (มหาชน) 34 หมู่ 20 ถนนสุวินทวงศ์ ต.ศาลาแดง อ.บางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา 2400 โทรศัพท์ : 038 593127 โทรสาร : 038 593125	โรงงานผู้ผลิตสิ่งทอ	หุ้นสามัญ	10,000,000	10,000,000

1.3.2 การถือหุ้นของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งถือหุ้นในบริษัทย่อยหรือบริษัทรวมเกินกว่า ร้อยละ 10 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิ

ออกเสียงของบริษัท

บริษัทมีการถือหุ้นของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งถือหุ้น ในบริษัทย่อย : ไม่มี
หรือบริษัทรวมหรือไม่

1.3.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทมีความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่หรือไม่ : มี

ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้น

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับกลุ่มนิวพลัสกรุ๊ป ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านการผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่ม โดยมีความเชื่อมโยงทั้งในด้านโครงสร้างผู้ถือหุ้น การดำเนินธุรกิจ และการสนับสนุนทางการเงิน

1. ลักษณะความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ กุญแจ กุญแจ กุญแจ ชุดชั้นใน ชุดออกกำลังกาย และสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีการจัดหาสินค้าส่วนใหญ่จากโรงงานผู้ผลิตในกลุ่มนิวพลัสกรุ๊ป ซึ่งมีสถานะเป็นบริษัทรวมของบริษัท

ในปี 2568 บริษัทมีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าจากกลุ่มดังกล่าวจำนวน **264.05 ล้านบาท** หรือคิดเป็นร้อยละ **85.22** ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด

สินค้าดังกล่าวเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อ (Made-to-Order) ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท

ทั้งนี้ กลุ่มนิวพลัสกรุ๊ปมีบริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

2. นโยบายการดำเนินงานระหว่างบริษัทในกลุ่ม

กลุ่มนิวพลัสกรุ๊ปมีนโยบายให้แต่ละบริษัทในเครือดำเนินธุรกิจอย่างเป็นอิสระ โดยสามารถกำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารงานของตนเองได้อย่างเหมาะสม

บริษัททำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า ขณะที่บริษัทในกลุ่มทำหน้าที่เป็นผู้ผลิต โดยมีการจัดหาสินค้าจากบริษัทในกลุ่มในสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 50–80 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าและสถานะตลาดในแต่ละช่วงเวลา

3. นโยบายการกำหนดราคาและเงื่อนไขทางการค้า

การทำรายการซื้อขายสินค้าระหว่างบริษัทและบริษัทในกลุ่มเป็นไปตามหลักการค้าเสรี (Arm's Length Basis) โดยกำหนดราคาซื้อขายตามราคาตลาดที่ยอมรับกันได้ ซึ่งไม่แตกต่างจากการทำรายการกับบุคคลหรือกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน

การกำหนดราคาและเงื่อนไขทางการค้าเป็นไปตามกลไกตลาดทั่วไป โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านต้นทุน คุณภาพสินค้า ปริมาณการสั่งซื้อ และเงื่อนไขทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

4. การลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทได้ลงทุนในบริษัท นิวพลัสดีตัง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตหลักของกลุ่ม โดยถือหุ้นจำนวน **1,479,062 หุ้น** คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนรวม **69.93 ล้านบาท** หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ **14.79** ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

การลงทุนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงของแหล่งจัดหาสินค้า และสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจในระยะยาว โดยบริษัท นิวพลัสดีตัง จำกัด (มหาชน) ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าเพื่อจัดส่งให้แก่บริษัทสำหรับการจัดจำหน่าย

5. การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน

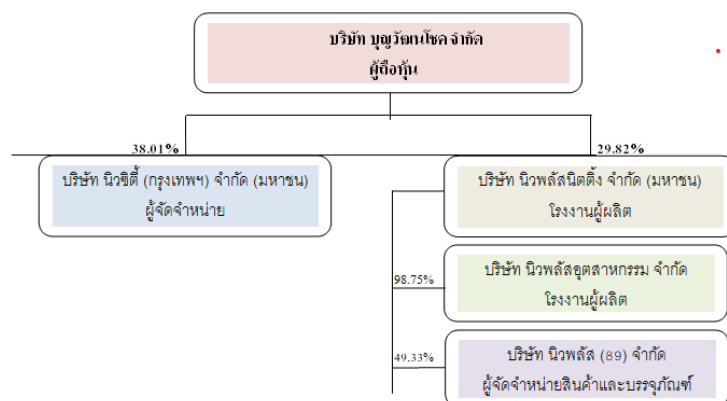
บริษัทมีโครงสร้างการถือหุ้นไขว้ระหว่างกันกับบริษัทในกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การถือหุ้นดังกล่าวไม่มีลักษณะที่ขัดหรือแย้งกับหลักเกณฑ์ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 39/2559 เรื่อง “การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่” ข้อ 15 บริษัทได้พิจารณาโครงสร้างการถือหุ้นดังกล่าวอย่างรอบคอบ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล และไม่ส่งผลกระทบต่อหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือสิทธิของผู้ถือหุ้นรายอื่น

ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับกลุ่มนิวพลัสกรุ๊ปเป็นความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีการสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างชัดเจน โดยบริษัททำหน้าที่ด้านการจัดจำหน่าย ขณะที่บริษัทในกลุ่มทำหน้าที่ด้านการผลิต ภายใต้หลักการดำเนินธุรกิจที่เป็นอิสระ โปร่งใส และเป็นธรรมตามกลไกตลาด ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน และสนับสนุนการเติบโตของบริษัทในระยะยาว อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงแหล่งจัดหาสินค้าจากกลุ่มบริษัทในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง และได้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวอย่างเหมาะสม

การถือหุ้นไขว้ระหว่างกัน ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2568

ชื่อบริษัท	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	
	บริษัทถือหุ้นบริษัทอื่น	บริษัทอื่นถือหุ้นบริษัท
1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 50% 2. บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทเกินกว่า 50% บริษัทต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่น	-	-
1. บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่น เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัท	-	-
1. บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นกว่า 50% ในบริษัทอื่น	-	-
1. กรณีการถือหุ้นเกินกว่า 25%แต่ไม่เกินกว่า 50% 2. บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทเกินกว่า 25%แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 10% ● บริษัท บุญวิวัฒนโชค จำกัด	-	38.07
1. บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นเกินกว่า 25%แต่ไม่เกินกว่า 50% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทเกินกว่า 10%	-	-
1. กรณีการถือหุ้นไม่เกินกว่า 25% 2. บริษัทอื่นเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทไม่เกินกว่า 25% บริษัทต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทอื่นเกินกว่า 25% 1. บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทอื่นไม่เกินกว่า 25% บริษัทอื่นต้องไม่ถือหุ้นไขว้ในบริษัทเกินกว่า 25%	-	-
1. บริษัท นีวพลัสนิติตั้ง จำกัด (มหาชน)	14.79	-
2. บริษัท เสรีคอนโทรล จำกัด	-	6.33
3. บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)	0.55	0.45
4. บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	0.07	15.50
5. บริษัท โชควัฒนา จำกัด	-	1.99
6. บริษัท สายพิณวัฒนา จำกัด	-	0.07

แผนภาพโครงสร้างธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่



กลุ่มธุรกิจ

1.3.4 ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่

ข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่ ณ วันที่ 13 มีนาคม 2569

กลุ่ม/รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่	จำนวนหุ้น (หุ้น)	% หุ้น
1. บริษัท บุญวัฒนโชค จำกัด	58,057,216	38.01
2. บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	23,640,927	15.50
3. บริษัท เสรีคอนโทรล จำกัด	9,658,675	6.33
4. บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)	7,604,691	4.99
5. นาย บุญปรกรณ์ โชควัฒนา	6,165,818	4.04
6. น.ส. วรวรรณ โชควัฒนา	3,987,873	2.62
7. นาย พิภพ โชควัฒนา	3,629,996	2.38
8. น.ส. วรวงศ์ โชควัฒนา	3,570,000	2.34
9. นาง ศิรินา ปาโรฬารวิทยา	3,094,822	2.03
10. บริษัท โชควัฒนา จำกัด	3,031,684	1.99
11. บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ธนพล จำกัด(มหาชน)	2,668,320	1.75
12. น.ส. วิภารัตน์ บุญสิทธิ์	2,070,600	1.36
13. นาย ชอบ สุวรรณวงศ์	1,719,700	1.13
14. นาย ชัย โสภณพนิช	1,701,421	1.12
15. บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	1,208,485	0.79

ข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นใหญ่ (shareholders' agreement)

บริษัทมีข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นใหญ่หรือไม่ : ไม่มี

1.4 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

1.4.1 ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท) :	152,500,200.00
เรียกชำระแล้ว (ล้านบาท) :	152,499,896.00
หุ้นสามัญ (จำนวนหุ้น) :	152,499,896
มูลค่าหุ้นสามัญ (หุ้นละ) (บาท) :	1.00

บริษัทได้เข้าไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่นหรือไม่

บริษัทได้เข้าไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่นหรือไม่ : ไม่มี

1.4.2 ทุนประเภทอื่นที่มีสิทธิหรือเงื่อนไขแตกต่างจากหุ้นสามัญ

ทุนประเภทอื่นที่มีสิทธิหรือเงื่อนไขแตกต่างจากหุ้นสามัญ : ไม่มี

1.4.3 การถือหุ้นโดย บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด (NVDR)

มีการถือหุ้นโดย บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด (NVDR) : มี

จำนวนหุ้น (หุ้น) : 297,477

คิดเป็นร้อยละ (%) : 0.21

ผลกระทบต่อสิทธิการออกเสียงของผู้ถือหุ้น

ผลกระทบต่อสิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้น (กรณี NVDR)

การถือครองหลักทรัพย์ในรูปแบบ NVDR (Non-Voting Depository Receipt) ไม่มีผลกระทบต่อมูลค่าการซื้อขายหุ้นโดยรวมของบริษัท เนื่องจาก NVDR เป็นตราสารที่อ้างอิงกับหุ้นสามัญและมีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ในลักษณะเดียวกับหุ้นสามัญทั่วไป โดยราคาซื้อขายของ NVDR จะเคลื่อนไหวใกล้เคียงกับราคาของหุ้นอ้างอิงตามกลไกตลาด

อย่างไรก็ตาม NVDR มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการถือหุ้นสามัญในด้านสิทธิออกเสียง โดยผู้ถือ NVDR ซึ่งออกโดย บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด จะไม่ได้รับสิทธิในการออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท

ทั้งนี้ ผู้ถือ NVDR ยังคงได้รับสิทธิประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Economic Rights) เช่นเดียวกับผู้ถือหุ้นสามัญ ได้แก่

- สิทธิในการรับเงินปันผล
- สิทธิในการได้รับหุ้นปันผลหรือสิทธิประโยชน์ทางการเงินอื่น
- สิทธิในการได้รับข้อมูลข่าวสารของบริษัทตามที่กฎหมายกำหนด

ดังนั้น การมี NVDR ในโครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อมูลค่าหลักทรัพย์หรือสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นโดยรวม แต่มีผลเฉพาะในด้านการลดสัดส่วนสิทธิออกเสียงของผู้ถือ NVDR เมื่อเทียบกับจำนวนหุ้นที่ถืออยู่

1.5 การออกหลักทรัพย์อื่น

1.5.1 หลักทรัพย์แปลงสภาพ

หลักทรัพย์แปลงสภาพ : ไม่มี

1.5.2 หลักทรัพย์ที่เป็นตราสารหนี้

หลักทรัพย์ที่เป็นตราสารหนี้ : ไม่มี

1.6 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท

นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท

บริษัทมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นจากกำไรสะสมของบริษัท โดยพิจารณาจ่ายในอัตราไม่เกินร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิ ตามงบการเงินเฉพาะกิจการที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชี

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะต้องได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัท โดยคณะกรรมการบริษัทจะเป็นผู้พิจารณาเสนออัตราการจ่ายเงินปันผลที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ

- ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัท
- กระแสเงินสดและสภาพคล่องของกิจการ
- แผนการลงทุนและการขยายธุรกิจในอนาคต
- ความจำเป็นในการสำรองเงินทุนหมุนเวียน
- ภาวะเศรษฐกิจและสภาวะตลาดโดยรวม

นอกจากนี้ การจ่ายเงินปันผลจะต้องเป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัท และเงื่อนไขหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) เพื่อให้มั่นใจว่าการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องของบริษัท

ข้อมูลการจ่ายเงินปันผลในรอบ 4 ปีที่ผ่านมา

รายการ	2567	2566	2565	2564
จำนวนหุ้น (หุ้น)	149,510,000	149,510,000	149,510,000	149,510,000
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น (บาท)	1.00	1.00	10.00	10.00
เงินปันผลต่อหุ้น (บาท) ● เงินสด (0.01บาท/หุ้น) ● หุ้นปันผล(0.02บาท/หุ้น)	0.03 1,495,100 2,990,200	0.02 2,990,200	0.14 2,093,140	0
จำนวนเงินปันผลทั้งหมด (บาท)	4,485,300	2,990,200	2,093,140	0
กำไรสุทธิปีที่ยัดสรร (บาท)	13,684,107	20,500,298	15,449,301	(25,532,885)
สัดส่วนต่อกำไรสุทธิ (%)	32.78	14.59	13.55	0

ข้อมูลการจ่ายเงินปันผลย้อนหลัง

	2564	2565	2566	2567	2568
อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท : หุ้น)	N/A	1.0300	0.0900	0.1400	0.0300
อัตราเงินปันผลต่อหุ้น (บาท : หุ้น)	N/A	0.1400	0.0200	0.0300	0.0100
อัตราส่วนหุ้นปันผล (จำนวนหุ้นเดิม : หุ้นปันผล)	N/A : N/A	0.0000 : 0.0000	0.0000 : 0.0000	50.0000 : 1.0000	0.0000 : 0.0000
มูลค่าหุ้นปันผลต่อหุ้น (บาท : หุ้น)	N/A	0.1400	0.0200	0.0300	0.0100
รวมมูลค่าการจ่ายปันผล (บาท : หุ้น)	N/A	2,093,140.0000	2,990,200.0000	4,485,300.0000	1,524,998.9600
อัตราการจ่ายเงินปันผลเทียบกับกำไรสุทธิ (%)	N/A	13.55	14.59	32.78	30.24

2. การบริหารจัดการความเสี่ยง

2.1 นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในทุกระดับขององค์กร โดยมุ่งเน้นให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลและสนับสนุนการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบหลักดังนี้

1. หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

1. วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ พร้อมจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท
2. กำหนดมาตรการ แนวทาง และกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อลดโอกาสและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น
3. กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารความเสี่ยงอย่างชัดเจน
4. ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง
5. จัดทำรายงานผลการบริหารความเสี่ยง และนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบเป็นระยะ
6. ปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
7. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
8. งานที่ได้รับมอบหมายอื่น ๆ

2. กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้กำหนดกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

- การระบุความเสี่ยง (Risk Identification): ระบุปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment): พิจารณารisk ในด้าน “โอกาสในการเกิด (Likelihood)” และ “ผลกระทบ (Impact)”
- การจัดการความเสี่ยง (Risk Mitigation): กำหนดมาตรการควบคุมและแผนรองรับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
- การติดตามและรายงานผล (Monitoring & Reporting): ติดตามผลการดำเนินงานและรายงานต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่เฝ้าระวัง ติดตาม และรายงานความเสี่ยงในความรับผิดชอบของตนอย่างสม่ำเสมอ

3. การกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)

บริษัทมีการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยมุ่งเน้นให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ไม่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และชื่อเสียงของบริษัท

4. การรายงานและการกำกับดูแล

บริษัทมีการจัดทำรายงานผลการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบและใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีระดับที่ไม่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และชื่อเสียงของบริษัท

5. ประเภทของความเสี่ยงที่สำคัญ

บริษัทได้จำแนกประเภทของความเสี่ยงที่สำคัญ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการอย่างครอบคลุม ดังนี้

1. **ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)**
ความเสี่ยงจากการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ หรือแผนธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับสภาวะตลาด
2. **ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk)**
ความเสี่ยงที่เกิดจากกระบวนการทำงาน ระบบงาน หรือบุคลากร
3. **ความเสี่ยงด้านกฎหมายและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk)**
ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
4. **ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)**
ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพคล่อง อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และเครดิต
5. **ความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health Risk)**
ความเสี่ยงที่อาจกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย
6. **ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Risk)**
ความเสี่ยงจากผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ
7. **ความเสี่ยงด้านชุมชนและสังคม (Community Risk)**
ความเสี่ยงที่อาจกระทบต่อชุมชนและสังคมโดยรอบ
8. **ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง (Reputation Risk)**
ความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสีย

6. วัตถุประสงค์

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้เกิดความมั่นคงต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ดังนั้น บริษัทจึงกำหนดนโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยงขึ้นเพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับการดำเนินธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้:

1. ป้องกันและลดความสูญเสียทางธุรกิจจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น
2. สร้างระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐานสากล
3. ส่งเสริมการตัดสินใจของผู้บริหารบนพื้นฐานข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง
4. สนับสนุนความต่อเนื่องของธุรกิจและความเชื่อมั่นของนักลงทุน

7. ขอบเขตของการบริหารความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงครอบคลุมทุกส่วนงานของบริษัท รวมถึง:

- **ด้านการเงิน:** การจัดการสภาพคล่อง, การลงทุน, การบริหารหนี้สิน
- **ด้านการดำเนินงาน:** กระบวนการผลิต, การควบคุมคุณภาพ, การจัดซื้อจัดจ้าง
- **ด้านกฎหมายและข้อบังคับ:** การปฏิบัติตามกฎหมาย, ข้อกำหนดของหน่วยงานรัฐ, สัญญาธุรกิจ
- **ด้านเทคโนโลยีและข้อมูล:** ความปลอดภัยของข้อมูล, การสำรองข้อมูล, ความต่อเนื่องของระบบ IT
- **ด้านชื่อเสียงและความสัมพันธ์:** การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย, การจัดการเหตุวิกฤต

8. โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงดังนี้:

1. **คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee)**
 - ประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงของบริษัท
 - ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และติดตามผลการดำเนินงาน
2. **ฝ่ายบริหารความเสี่ยง (Risk Management Office)**
 - ทำหน้าที่วิเคราะห์ความเสี่ยง, จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง, และรายงานผลต่อคณะกรรมการ
 - ตรวจสอบให้แน่ใจว่าการควบคุมและมาตรการลดความเสี่ยงถูกนำไปใช้ในทุกฝ่ายงาน
3. **ผู้บริหารแต่ละฝ่าย (Department Heads)**

- รับผิดชอบประเมินความเสี่ยงในหน่วยงานของตนเอง
 - ดำเนินมาตรการลดความเสี่ยงและรายงานต่อฝ่ายบริหารความเสี่ยง
4. **กระบวนการบริหารความเสี่ยง** บริษัทใช้กระบวนการบริหารความเสี่ยงแบบต่อเนื่อง (Enterprise Risk Management) โดยมีขั้นตอนดังนี้: **1 ระบุความเสี่ยง (Risk Identification)**
- วิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละส่วนงาน
 - จัดทำรายการความเสี่ยงตามประเภท เช่น การเงิน, การดำเนินงาน, กฎหมาย, เทคโนโลยี, ชื่อเสียง
- 2 ประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)**
- ประเมินโอกาสเกิด (Likelihood) และผลกระทบ (Impact) ของแต่ละความเสี่ยง
 - จัดระดับความรุนแรง (Risk Level) เพื่อลำดับความสำคัญในการจัดการ
- 3 วางแผนและควบคุมความเสี่ยง (Risk Response & Control)**
- กำหนดมาตรการลดหรือควบคุมความเสี่ยง เช่น การประกันภัย, การตรวจสอบภายใน, การฝึกอบรมพนักงาน
 - เลือกวิธีจัดการความเสี่ยง: ยอมรับ, ลด, โอน, หรือหลีกเลี่ยง
- 4 ติดตามและรายงาน (Monitoring & Reporting)**
- ติดตามผลการดำเนินการมาตรการและความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง
 - จัดทำรายงานสรุปความเสี่ยงและมาตรการต่อคณะกรรมการบริหารและผู้บริหารระดับสูง

9. การสื่อสารความเสี่ยง

- รายงานความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงจะถูกสื่อสารต่อผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ
- จัดให้มีช่องทางให้พนักงานทุกระดับแจ้งความเสี่ยงหรือเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น

10. การทบทวนและปรับปรุง

- นโยบายและแผนบริหารความเสี่ยงจะได้รับการทบทวนปีละครั้ง หรือเมื่อมีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงของบริษัท
- ปรับปรุงมาตรการและกระบวนการตามผลวิเคราะห์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยง

11. งานที่ได้รับมอบหมายอื่น ๆ (Other Assigned Duties)

นอกจากหน้าที่หลักตามตำแหน่งแล้ว พนักงาน/ฝ่ายงานยังมีความรับผิดชอบเพิ่มเติมดังนี้:

- สนับสนุนโครงการพิเศษของบริษัท**
 - เข้าร่วมการวางแผนหรือดำเนินงานโครงการที่คณะกรรมการมอบหมาย
 - เช่น โครงการปรับปรุงกระบวนการทำงาน, โครงการด้านความยั่งยืน
- จัดทำรายงานหรือข้อมูลสำหรับผู้บริหาร**
 - จัดทำรายงานผลการดำเนินงาน รายงานความเสี่ยง หรือข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจ
 - ปรับปรุงข้อมูลและรายงานตามที่ได้รับมอบหมาย
- เข้าร่วมการฝึกอบรมและสัมมนา**
 - เพื่อพัฒนาทักษะด้านการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน หรือความรู้เฉพาะทาง
- ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือหน่วยงานอื่น**
 - เช่น แนะนำการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับระบบควบคุมภายใน การปฏิบัติตามกฎหมาย หรือเทคโนโลยี
- ดำเนินงานอื่น ๆ ตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย**
 - งานเร่งด่วนหรือกรณีฉุกเฉินที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงและการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงตามแนวทาง Three Lines of Defense เพื่อให้การกำกับดูแล การควบคุม และการตรวจสอบความเสี่ยงเป็นไปอย่างเป็นระบบ มีความชัดเจนในด้านบทบาทและความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน รวมทั้งสามารถถ่วงดุลและตรวจสอบซึ่งกันและกันได้อย่างเหมาะสม อันจะช่วยสนับสนุนให้การบริหารความเสี่ยงขององค์กรมีความครอบคลุม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัท

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง (Three Lines of Defense)

ระดับการควบคุม	หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบ	บทบาทและความรับผิดชอบ
Third Line of Defense (การตรวจสอบอิสระ)	ผู้ตรวจสอบภายใน	1. ตรวจสอบให้มั่นใจว่ามีการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยง 2. ประเมินประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง 3. รายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบเมื่อพบความผิดปกติที่มีนัยสำคัญ
Second Line of Defense (การกำกับดูแลและควบคุม)	คณะกรรมการบริษัท และ คณะกรรมการตรวจสอบ	1. ให้ข้อเสนอแนะหรือความเห็นชอบต่อระบบบริหารความเสี่ยง 2. กำกับดูแลให้มีระบบบริหารความเสี่ยงที่เพียงพอและเหมาะสม 3. พิจารณาและให้ความเห็นชอบแผนบริหารความเสี่ยง
	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	1. กำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล 2. รับทราบผลการดำเนินงานและให้ข้อเสนอแนะ 3. ประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงและผลการดำเนินงาน 4. รายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท
	คณะกรรมการบริหาร	1. พิจารณานุมัติแผนบริหารความเสี่ยงและมาตรการบรรเทา 2. ติดตามผลการบริหารความเสี่ยงเป็นรายไตรมาส 3. สนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายองค์กร
First Line of Defense (การปฏิบัติงาน)	คณะทำงานบริหารความเสี่ยง	1. กำหนดนิยามโอกาสและผลกระทบของความเสี่ยง 2. วิเคราะห์และประเมินระดับความเสี่ยง (Likelihood & Impact) 3. จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและมาตรการลดผลกระทบ 4. ติดตามและควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
	หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบ ความเสี่ยง	1. ระบุและค้นหาความเสี่ยงในกระบวนการทำงาน 2. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง 3. รายงานผลและเหตุการณ์ความเสี่ยงต่อคณะทำงานบริหารความเสี่ยง



โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงตามหลัก Three Lines of Defense โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ดังนี้

1. First Line of Defense (แนวป้องกันระดับที่ 1: ผู้ปฏิบัติงาน)

คือ หน่วยงานหรือพนักงานที่ปฏิบัติงานจริง

บทบาทหลัก:

- ระบุและค้นหาความเสี่ยงในงานของตนเอง
- ปฏิบัติตามขั้นตอนและมาตรการควบคุม (SOP)
- จัดการและลดความเสี่ยงเบื้องต้น
- รายงานปัญหาหรือความเสี่ยงที่พบ

เปรียบเทียบง่าย ๆ: “คนทำงานหน้างาน = ด้านแรกที่ต้องระวังความเสี่ยง

2. Second Line of Defense (แนวป้องกันระดับที่ 2: ผู้กำกับและควบคุม)

คือ ฝ่ายบริหาร คณะกรรมการ และหน่วยงานบริหารความเสี่ยง

บทบาทหลัก:

- กำหนดนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยง
- ควบคุม กำกับ และติดตามการทำงานของหน่วยงาน
- วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงในภาพรวมองค์กร
- ให้คำแนะนำและปรับปรุงมาตรการควบคุม

เปรียบเทียบ: “ผู้ควบคุมเกม = คอยดูว่าทุกอย่างทำถูกต้องไหม”

3. Third Line of Defense (แนวป้องกันระดับที่ 3: ผู้ตรวจสอบอิสระ)

คือ ผู้ตรวจสอบภายใน (Internal Audit)

บทบาทหลัก:

- ตรวจสอบความถูกต้องและประสิทธิภาพของระบบทั้งหมด
- ประเมินว่าการควบคุมและการบริหารความเสี่ยงเพียงพอหรือไม่
- รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

เปรียบเทียบ: “ผู้ตรวจสอบอิสระ = คนมาตรวจซ้ำว่าระบบดีจริงไหม”

ระดับกำกับดูแล (Top Level Governance)

- คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการตรวจสอบ
 - ทำหน้าที่กำกับดูแลภาพรวมและให้ความเห็นชอบ
- ระดับกำหนดนโยบายและควบคุม (Second Line)
 - คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
 - คณะกรรมการบริหาร
 - กำหนดกรอบและติดตามผลการบริหารความเสี่ยง
- ระดับปฏิบัติการ (First Line)
 - คณะทำงานบริหารความเสี่ยง
 - หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบความเสี่ยง
 - ระบุ วิเคราะห์ และจัดการความเสี่ยง
- หน่วยงานอิสระ (Third Line)
 - ผู้ตรวจสอบภายใน
 - ตรวจสอบและรายงานความถูกต้องและประสิทธิภาพของระบบ

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงเพื่อสร้างความมั่นคงต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ดังนั้น บริษัทจึงได้แต่งตั้ง **คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง** ขึ้นเพื่อทำหน้าที่กำกับ ติดตาม และประเมินความเสี่ยงขององค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิเคราะห์ความเสี่ยงและจัดทำแผนการบริหารความเสี่ยง

- คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีหน้าที่ กำหนดและกำกับนโยบายการบริหารความเสี่ยง โดยครอบคลุมความเสี่ยงหลัก 8 ด้านขององค์กร
- สร้าง กรอบการควบคุมความเสี่ยง (Risk Control Framework) และกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงตามระดับความรุนแรง ได้แก่:
 - ระดับต่ำ (Low)
 - ระดับปานกลาง (Medium)
 - ระดับสูง (High)

2. ประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

คณะกรรมการแบ่งการประเมินความเสี่ยงออกเป็น 8 ด้านสำคัญดังนี้:

1. ด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) – ความเสี่ยงจากการวางแผนธุรกิจและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์
2. ด้านการดำเนินงาน (Operational Risk) – ความเสี่ยงจากกระบวนการทำงาน การผลิต การให้บริการ หรือการจัดการภายใน
3. ด้านการเงิน (Financial Risk) – ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพคล่อง การลงทุน และการบริหารหนี้สิน
4. ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance Risk) – ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ หรือข้อกำหนดของหน่วยงานรัฐ
5. ด้านสุขภาพ (Healthy Risk) – ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน
6. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Risk) – ความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
7. ด้านชุมชน (Community Risk) – ความเสี่ยงที่มีผลต่อความสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อชุมชน
8. ด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง (Image and Reputation Risk) – ความเสี่ยงที่อาจกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัท

3. พัฒนาและติดตามกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยง

- ในปี 2567 บริษัทได้ปรับปรุงระดับความเสี่ยงลดลงจากปีก่อน จำนวน 12 เรื่อง และพัฒนาเพิ่มเติมจากปีก่อน จำนวน 45 เรื่อง
- เน้นการปรับวิธีการและกำหนดเหตุการณ์ที่สามารถลดความเสี่ยงได้
- จัดทำ กระบวนการติดตามการควบคุมและลดความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่บริษัทสามารถยอมรับได้

4. ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน

- ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผน เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์และแนวทางการบริหารความเสี่ยงในรอบถัดไป
- วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการดำเนินงาน
- ระบุปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้สามารถปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานและบรรลุเป้าหมายของบริษัท

5. งานที่ได้รับมอบหมายอื่น ๆ

นอกเหนือจากการบริหารความเสี่ยงทั่วไป คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงยังได้รับมอบหมายงานเพิ่มเติมดังนี้:

1. ติดตามความเสี่ยงในโครงการระยะยาวถึงงาน
 - ประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการดำเนินโครงการ
 - พัฒนากลยุทธ์ในการลดผลกระทบจากความเสี่ยงตลอดระยะเวลาโครงการ
 - คำนึงถึงปัจจัยภายนอกและภายในที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการ
2. สนับสนุนโครงการพิเศษหรือโครงการใหม่ของบริษัท
 - ให้คำปรึกษาและติดตามความเสี่ยงในโครงการพัฒนาธุรกิจใหม่
 - จัดทำรายงานและข้อเสนอแนะเพื่อช่วยในการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. จัดทำและปรับปรุงเอกสาร/รายงานความเสี่ยง
 - รายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อผู้บริหารและคณะกรรมการ
 - ตรวจสอบให้มั่นใจว่ามาตรการควบคุมความเสี่ยงถูกนำไปใช้ครบถ้วน

ลิงก์นโยบาย แผนการดำเนินงาน : <https://image.makewebcdn.com/makeweb/>

และแผนการบริหารความเสี่ยง 0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%94%E0%B8%B3%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%87.docx?v=202405291424

2.2 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยทั้ง ภายใน และ ภายนอกองค์กร ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และความดำรงอยู่ของบริษัท โดยบริษัทได้จัดทำระบบบริหารความเสี่ยง (Enterprise Risk Management) เพื่อระบุ วิเคราะห์ และจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งความเสี่ยงปัจจุบันและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า

การเปิดเผยความเสี่ยงนี้มีประโยชน์ต่อผู้ลงทุนในการวิเคราะห์ความเสี่ยง และสร้างความน่าเชื่อถือต่อการบริหารจัดการของบริษัท โดยบริษัทได้คำนึงถึงแนวทางดังนี้:

1. การวิเคราะห์ความเสี่ยงต้องสอดคล้องกับ เป้าหมาย นโยบาย กลยุทธ์ และลักษณะการดำเนินงานของบริษัท
2. พิจารณารiskที่อาจมีผลกระทบต่อ Stakeholders ใน Value Chain ทั้งลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และชุมชน
3. เปิดเผยปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญและมีโอกาสเกิดขึ้นสูง โดยมีการระบุมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม สอดคล้องกับ ลักษณะและบริบทของการดำเนินธุรกิจ

1. การบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร (Corporate Level)

- วางกลยุทธ์ในระดับองค์กรให้สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของบริษัท
- รายงานความคืบหน้าการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นระยะ
- ครอบคลุมการประเมินความเสี่ยงด้าน การต่อต้านทุจริต คอร์รัปชัน การปฏิบัติตามกฎหมาย และการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- ประเมินและติดตาม เหตุปัจจัยที่อาจทำให้ความเสี่ยงเปลี่ยนแปลง ตลอดเวลา

2. การบริหารความเสี่ยงในระดับธุรกิจ (Business Level)

- วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจ
- จัดทำแผนงานที่เหมาะสมต่อแต่ละธุรกิจและส่วนงาน
- ประเมินผลกระทบของความเสี่ยงต่อการดำเนินงานและฐานะการเงินของแต่ละหน่วยธุรกิจ

3. การบริหารความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ (Functional / Operational Level)

- นำแผนงานมาปฏิบัติจริงในแต่ละหน่วยงาน
- ประเมินและวัดผลการดำเนินงานตาม Business Plan
- ครอบคลุม 4 มิติสำคัญ:
 1. ด้านการเงิน (Financial) – การติดตามค่าใช้จ่ายเทียบกับงบประมาณ (Budget)
 2. ด้านลูกค้า/ตลาด (Customer/Market) – การให้บริการและการจัดโปรโมชั่นตามฤดูกาล
 3. ด้านปฏิบัติการ (Operations) – การจัดทำ SOP และคู่มือปฏิบัติงานตามมาตรฐาน
 4. ด้านความสามารถ (Capability) – การใช้ทักษะเชิงวิเคราะห์และการวางแผนโดยใช้ข้อมูล (Data-Driven)

4. ปัจจัยความเสี่ยงสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปี 2568

จากการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง บริษัทได้ทำการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงในระดับองค์กร (Enterprise Risk Assessment) ครอบคลุมความเสี่ยงในทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาจากโอกาสในการเกิดเหตุการณ์ (Likelihood) และระดับผลกระทบ (Impact) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงและกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม ผลการประเมินความเสี่ยงในปี 2568 สามารถจำแนกระดับความเสี่ยงได้ดังนี้

- **ความเสี่ยงระดับต่ำ (Low Risk)** ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่อยู่ในระดับที่บริษัทยอมรับได้ มีจำนวน 33 เรื่อง คิดเป็น ร้อยละ 41.77 ของความเสี่ยงทั้งหมด โดยบริษัทมีมาตรการควบคุมภายในรองรับอย่างเพียงพอ และมีการติดตามอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันไม่ให้ความเสี่ยงเพิ่มสูงขึ้น

- **ความเสี่ยงระดับปานกลาง (Medium Risk)** มีจำนวน 23 เรื่อง คิดเป็น ร้อยละ 29.11 ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ต้องมีการเฝ้าระวังและติดตามอย่างใกล้ชิด โดยบริษัทได้กำหนดแนวทางและมาตรการในการลดผลกระทบ รวมถึงปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
 - **ความเสี่ยงระดับสูง (High Risk)** มีจำนวน 23 เรื่อง คิดเป็น ร้อยละ 29.11 ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัท หากเกิดขึ้น โดยบริษัทได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกในการกำหนดมาตรการควบคุมและแผนรองรับ รวมถึงการติดตามประเมินผลอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง
- ทั้งนี้ บริษัทได้นำผลการประเมินความเสี่ยงดังกล่าวมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนกลยุทธ์และการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับเป้าหมายและทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร รวมทั้งสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีระบบ โดยวิเคราะห์และจัดการความเสี่ยงในปี 2568 ทั้ง 8 ด้านหลัก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านความเสี่ยง	จำนวนหัวข้อ	ระดับต่ำ (Low)	ระดับปานกลาง (Medium)	ระดับสูง (High)	ข้อสังเกต/มาตรการบริหาร
กลยุทธ์ (Strategic Risk)	47	24	10	13	ปรับกลยุทธ์ตามการเปลี่ยนแปลงตลาดและเศรษฐกิจ, วางแผนกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ
การดำเนินงาน (Operational Risk)	12	2	4	6	พัฒนา SOP, ควบคุมคุณภาพ, ฝึกอบรมพนักงาน, ระบบติดตามประสิทธิภาพ
การเงิน (Financial Risk)	8	1	3	4	วิเคราะห์ทางการเงิน, ตรวจสอบสภาพคล่อง, ประเมินผลกระทบอัตราดอกเบี้ยและต้นทุน
ปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance Risk)	4	3	1	0	ตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ, ฝึกอบรมพนักงาน
สุขภาพ (Healthy Risk)	3	0	3	0	มาตรการด้านความปลอดภัยและสุขภาพ, โปรแกรมประกันสุขภาพ
สิ่งแวดล้อม (Environment Risk)	1	0	1	0	ระบบบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม, การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน
ชุมชน (Community Risk)	2	2		0	การมีส่วนร่วมกับชุมชน, การประเมินผลกระทบต่อสังคม
ภาพลักษณ์และชื่อเสียง (Image & Reputation Risk)	2	1	1	0	การสื่อสารองค์กร, การจัดการวิกฤติและ PR, การเฝ้าระวังโซเชียลมีเดีย

ระดับความรุนแรง (Severity Level)

- Low (ต่ำ) – ผลกระทบต่อการดำเนินงานหรือการเงินไม่สำคัญ
- Medium (ปานกลาง) – มีผลต่อการดำเนินงานหรือผลประกอบการในระดับที่ต้องติดตาม
- High (สูง) – มีผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจและฐานะการเงิน หากเกิดต้องดำเนินการลดความเสี่ยงทันที
- ระดับที่ยอมรับ (Risk Acceptance Level)
 - เป็นระดับความเสี่ยงที่บริษัทสามารถยอมรับได้ภายใต้มาตรการควบคุมที่กำหนด
- **มาตรการบริหารจัดการ**
 - รวมถึง การป้องกัน การลดผลกระทบ การเตรียมความพร้อม และการติดตามผล
 - เช่น การปรับแผนกลยุทธ์ การจัดทำ SOP การฝึกอบรมพนักงาน การติดตาม KPIs และการประเมินผลกระทบด้าน ESG

5. ปัจจัยความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อมและสังคม (ESG)

1. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ – อาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุนการดำเนินงานและโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
2. ความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย – ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานและมาตรฐานความปลอดภัย
3. ความเสี่ยงจากกรณีพิพาทกับชุมชน – มีผลต่อภาพลักษณ์และความยั่งยืนของโครงการ
4. ความเสี่ยงจากการทุจริต/คอร์รัปชัน – อาจกระทบต่อความน่าเชื่อถือและการดำเนินงานของบริษัท

5. ความเสี่ยงจากโรคระบาดร้ายแรง – กระทบต่อพนักงานและการดำเนินงานเชิงปฏิบัติการ

มาตรการบริหารจัดการ:

- วางแผนและดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย
- ฝึกอบรมและสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชนและ ESG
- มีนโยบายการต่อต้านทุจริตและตรวจสอบภายใน
- ประเมินผลกระทบของโรคระบาดและวางแผนการดำเนินงานสำรอง

6. Emerging Risk (ความเสี่ยงเกิดใหม่ในอีก 3-5 ปี)

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกที่ย้อนนอกเหนือการควบคุมของบริษัท แต่มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานในระยะกลางถึงระยะยาว (3–5 ปีข้างหน้า) โดยบริษัทได้ติดตามและประเมินสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว ความเสี่ยงที่สำคัญมีดังนี้

6.1 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหวและอุทกภัย

การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและความไม่แน่นอนทางธรรมชาติ อาจก่อให้เกิดเหตุการณ์ เช่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม หรือภัยพิบัติอื่น ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) การขนส่งสินค้า และการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงอาจทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นจากความเสียหายของทรัพย์สินหรือความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า

แนวทางบริหารจัดการ:

บริษัทมีการวางแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) การกระจายแหล่งจัดหาสินค้าและวัตถุดิบ รวมถึงการประเมินความเสี่ยงของลูกค้าและผู้ให้บริการ เพื่อรองรับเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

6.2 ความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์และสงคราม

สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศหรือความไม่แน่นอนทางการเมืองในระดับโลก อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม ราคาพลังงาน ต้นทุนการผลิต และการขนส่งระหว่างประเทศ ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น และส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค

แนวทางบริหารจัดการ:

บริษัทมีการติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองระหว่างประเทศอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งปรับแผนการจัดซื้อ การบริหารต้นทุน และการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับสถานการณ์

6.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change / ภาวะโลกร้อน)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ ตลอดจนต้นทุนด้านพลังงานและวัตถุดิบที่อาจเพิ่มสูงขึ้น

แนวทางบริหารจัดการ:

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดการใช้พลังงาน และการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวทางด้านสิ่งแวดล้อม

6.4 ความผันผวนทางเศรษฐกิจและตลาดอสังหาริมทรัพย์ การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม รวมถึงแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวสูงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคและความสามารถในการเข้าถึงสินเชื่อ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าระดับกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยลดลง รวมถึงอาจทำให้การตัดสินใจลงทุนในโครงการใหม่ชะลอตัว นอกจากนี้ ความผันผวนทางเศรษฐกิจยังอาจส่งผลกระทบต่อระดับรายได้ของบริษัท ต้นทุนทางการเงิน และสภาพคล่อง ซึ่งอาจกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวม

แนวทางบริหารจัดการ:

บริษัทมีการติดตามภาวะเศรษฐกิจและแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งปรับกลยุทธ์ด้านการขายและการตลาดให้สอดคล้องกับกำลังซื้อของลูกค้า รวมถึงบริหารจัดการต้นทุนและสภาพคล่องอย่างรอบคอบ และพิจารณากระจายความเสี่ยงไปยังกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

6.5 ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Technology Risk) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว รวมถึงการนำระบบสารสนเทศ (IT) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาใช้ในธุรกิจ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยของข้อมูล (Cybersecurity) การรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ และความไม่ต่อเนื่องของระบบ นอกจากนี้ หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี อาจส่งผลให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน และไม่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม

แนวทางบริหารจัดการ:

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำมาตรการด้านความปลอดภัยของข้อมูล การควบคุมการเข้าถึงข้อมูล และการสำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการติดตามแนวโน้มเทคโนโลยีใหม่และพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

6.6 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมาย (Regulatory Risk) การเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดของหน่วยงานภาครัฐ อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งในด้านต้นทุนการดำเนินงาน ขั้นตอนการดำเนินงาน และความสามารถในการขยายธุรกิจ ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงด้านภาษี มาตรการควบคุมด้านสิ่งแวดล้อม หรือข้อกำหนดด้านแรงงาน อาจส่งผลให้บริษัทต้องปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานและเพิ่มต้นทุนในการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าว

แนวทางบริหารจัดการ:

บริษัทมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและข้อบังคับอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งปรับปรุงกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมีการให้ความรู้แก่พนักงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องและลดความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย สรุป ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และกฎหมาย เป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทในอนาคต แม้ว่าจะเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยตรง แต่บริษัทมีการติดตาม วิเคราะห์ และเตรียมความพร้อมในการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม หากต้องการ ผมสามารถทำเวอร์ชัน “สรุปเป็นตาราง 3 ช่อง (ความเสี่ยง / ผลกระทบ / แนวทางจัดการ)” ให้ได้ใน 56-1 แบบคู่มืออาชีพมากขึ้นได้ครับ

แม้ว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยตรง แต่บริษัทได้มีการติดตาม ประเมิน และเตรียมความพร้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเสริมสร้างความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

2.2.1 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือกลุ่มบริษัทในปัจจุบัน

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์จากยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (Strategic Sales Risk)

บริษัทกำหนดเป้าหมายด้านยอดขายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทพบว่ามีความเสี่ยงด้านกลยุทธ์จากยอดขายที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะช่องทางการจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

ในปี 2568 ยอดขายผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้าลดลงจำนวน 11.26 ล้านบาท หรือคิดเป็น ร้อยละ 9.36 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวซึ่งส่งผลต่อการใช้จ่าย รวมถึงการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจากทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและรายใหม่

การลดลงของยอดขายในช่องทางดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อรายได้รวมของบริษัท รวมถึงความสามารถในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในแต่ละปี และอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในห้างสรรพสินค้า เช่น ค่าเช่าพื้นที่และค่าบริหารจัดการ

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านยอดขาย ดังนี้

1. การปรับกลยุทธ์ช่องทางการจำหน่าย (Channel Strategy)

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

2. การส่งเสริมการขายและการตลาด

บริษัทมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและพัฒนาแคมเปญการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขายในช่องทางห้างสรรพสินค้าและเพิ่มการรับรู้แบรนด์

3. การบริหารพื้นที่ขายในห้างสรรพสินค้า

บริษัทมีการประเมินประสิทธิภาพของพื้นที่ขายในแต่ละสาขา และปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอสินค้าให้เหมาะสม รวมถึงพิจารณาปรับลดหรือขยายพื้นที่ตามศักยภาพของแต่ละทำเล

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ตลาด

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในด้านคุณภาพ รูปแบบ และราคา เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

5. การติดตามและวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

บริษัทมีการติดตามและวิเคราะห์ยอดขายในแต่ละช่องทางอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานให้เหมาะสม

2. ความเสี่ยงจากการบริหารพื้นที่ขายสินค้าในห้างสรรพสินค้า (Retail Space Management Risk)

บริษัทดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีเงื่อนไขและข้อกำหนดด้านยอดขายขั้นต่ำ (Minimum Sales Requirement) ที่ต้องปฏิบัติตาม หากบริษัทไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด อาจส่งผลให้ห้างสรรพสินค้าพิจารณายกเลิกพื้นที่ขาย หรือไม่ต่อสัญญาเช่าพื้นที่ในอนาคต

ความเสี่ยงดังกล่าวอาจเกิดจากหลายปัจจัย อาทิ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น การแข่งขันที่สูงขึ้นภายในห้างสรรพสินค้า รวมถึงทำเลที่ตั้งของพื้นที่ขายที่อาจไม่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งส่งผลให้จำนวนลูกค้าและยอดขายลดลง

ผลกระทบจากความเสี่ยงนี้ อาจทำให้บริษัทสูญเสียช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญ ส่งผลต่อรายได้โดยรวมของบริษัท รวมถึงอาจกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และทำให้ต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มสูงขึ้นจากการต้องหาช่องทางจำหน่ายใหม่ทดแทน

การประเมินระดับความเสี่ยง

บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงดังกล่าวโดยพิจารณาจากโอกาสในการเกิดเหตุการณ์ (Likelihood) และระดับผลกระทบ (Impact) ซึ่งผลการประเมินอยู่ในระดับ

- Likelihood = 3 (โอกาสเกิดในระดับปานกลาง)
- Impact = 3 (ผลกระทบในระดับปานกลาง)

จึงมี Risk Score เท่ากับ 9 และจัดอยู่ในระดับ ความเสี่ยงปานกลาง (Medium Risk)

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว ดังนี้

1. การติดตามและประเมินผลยอดขายรายสาขา

บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละสาขาอย่างใกล้ชิด โดยเปรียบเทียบยอดขายกับเกณฑ์ที่กำหนดของห้างสรรพสินค้า เพื่อให้สามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที

2. การปรับกลยุทธ์การขายและการตลาดในพื้นที่ขาย

บริษัทมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การจัดเรียงสินค้า (Visual Merchandising) และการนำเสนอสินค้าให้มีความน่าสนใจ เพื่อดึงดูดลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการขาย

3. การบริหารจัดการพื้นที่ขายอย่างเหมาะสม

บริษัทมีการประเมินศักยภาพของแต่ละทำเล และพิจารณาปรับขนาดพื้นที่ขายให้สอดคล้องกับผลการดำเนินงาน รวมถึงการย้ายหรือปรับเปลี่ยนทำเลในกรณีที่ไม่สามารถสร้างยอดขายได้ตามเป้าหมาย

4. การกระจายช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายอื่น ๆ เช่น ช่องทางออนไลน์และร้านค้าปลีกอื่น เพื่อลดการพึ่งพาช่องทางห้างสรรพสินค้าเพียงอย่างเดียว

3. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์การบริหาร Portfolio สินค้าในแต่ละสาขา (Product Portfolio Management Risk)

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ Portfolio สินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในแต่ละสาขาภายในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากลักษณะของลูกค้าและกำลังซื้อในแต่ละทำเลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ หากบริษัทไม่สามารถวิเคราะห์และจัดสรรสินค้าได้อย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้สินค้าบางรายการไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ยอดขายลดลง และเกิดปัญหาสินค้าคงคลังสะสมในบางสาขา

ความเสี่ยงดังกล่าวอาจเกิดจากปัจจัยหลายประการ อาทิ การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าที่ไม่ครอบคลุมหรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนจัดสรรสินค้าที่ไม่เหมาะสมกับศักยภาพของแต่ละทำเล รวมถึงข้อจำกัดในการบริหารสินค้าคงคลังระหว่างสาขา ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่สมดุลของสินค้า เช่น สินค้าขาดในสาขาที่มีความต้องการสูง และสินค้าค้างในสาขาที่มียอดขายต่ำ

ผลกระทบจากความเสียนี้ อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการสร้างรายได้ของแต่ละสาขา อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover) และต้นทุนในการบริหารสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ ยังอาจกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ หากลูกค้าไม่สามารถหาสินค้าที่ต้องการได้ในสาขาที่ใช้บริการ

การประเมินระดับความเสี่ยง

บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงดังกล่าวโดยพิจารณาจากโอกาสในการเกิดเหตุการณ์ (Likelihood) และระดับผลกระทบ (Impact) โดยมีผลการประเมินดังนี้

- Likelihood = 4 (โอกาสเกิดในระดับค่อนข้างสูง)
- Impact = 4 (ผลกระทบในระดับสูง)

ส่งผลให้มี Risk Score เท่ากับ 16 ซึ่งจัดอยู่ในระดับ ความเสี่ยงสูง (High Risk) ที่ต้องได้รับการติดตามและบริหารจัดการอย่างใกล้ชิด

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการบริหาร Portfolio สินค้า ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและยอดขาย (Data-Driven Analysis)
บริษัทมีการนำข้อมูลยอดขายและพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละสาขามาวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการวางแผนจัดสรรสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่
2. การบริหารจัดการสินค้าเฉพาะสาขา (Localized Product Strategy)
บริษัทมีการปรับรูปแบบสินค้าและสัดส่วนสินค้าในแต่ละสาขาให้สอดคล้องกับลักษณะของลูกค้าและศักยภาพของทำเล เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและลดสินค้าคงคลัง
3. การติดตามและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
บริษัทมีการติดตามผลการจำหน่ายสินค้าในแต่ละสาขาอย่างสม่ำเสมอ และปรับแผนการจัดสรรสินค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
4. การบริหารสินค้าคงคลังระหว่างสาขา
บริษัทมีการบริหารจัดการโอนย้ายสินค้าระหว่างสาขา เพื่อให้เกิดความสมดุลของสินค้าและลดความเสี่ยงจากสินค้าคงคลัง
5. การพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจ

บริษัทมีการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์และวางแผนสินค้า เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการบริหาร Portfolio ความเสี่ยงด้านการบริหาร Portfolio สินค้าในแต่ละสาขาเป็นความเสี่ยงที่มีระดับสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดมาตรการในการวิเคราะห์ วางแผน และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการสินค้าได้อย่างเหมาะสม และลดผลกระทบจากความเสียหายให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

4. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์จากการบริหารจัดการปัญหาร้านค้าและการปรับปรุงแก้ไข (Store Issue Management Risk)

บริษัทให้ความสำคัญกับการรวบรวมปัญหาที่เกิดขึ้นในร้านค้าและการเร่งดำเนินการปรับปรุงแก้ไข เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและประสบการณ์ของลูกค้า อย่างไรก็ตาม หากการรวบรวม วิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ทันต่อสถานการณ์ อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

ปัญหาที่พบในร้านค้าสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ปัญหาด้านสินค้า ปัญหาด้านการจัดร้าน และปัญหาด้านบุคลากร ซึ่งแต่ละประเด็นมีระดับความเสี่ยงแตกต่างกัน ดังนี้

1. ปัญหาด้านสินค้า (Product-Related Issues)

ปัญหาด้านสินค้า เช่น สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ สินค้าไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือคุณภาพสินค้าไม่เป็นไปตามมาตรฐาน อาจส่งผลให้ลูกค้าไม่สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการ และส่งผลกระทบต่อยอดขายโดยตรง

การประเมินความเสี่ยง:

- Likelihood = 4 (โอกาสเกิดค่อนข้างสูง)
- Impact = 4 (ผลกระทบในระดับสูง)
- Risk Score = 16 (ความเสี่ยงระดับสูง)

2. ปัญหาด้านการจัดร้าน (Visual Merchandising & Store Layout Issues)

การจัดวางสินค้าและรูปแบบการนำเสนอภายในร้าน หากไม่เหมาะสมหรือไม่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการเลือกซื้อสินค้า และลดโอกาสในการตัดสินใจซื้อ

การประเมินความเสี่ยง:

- Likelihood = 3 (โอกาสเกิดในระดับปานกลาง)
- Impact = 4 (ผลกระทบในระดับสูง)
- Risk Score = 12 (ความเสี่ยงระดับปานกลางถึงสูง)

3. ปัญหาด้านพนักงานขายขาดความรู้สินค้า (Sales Staff Product Knowledge Risk)

พนักงานขายที่ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้า อาจไม่สามารถให้ข้อมูลหรือคำแนะนำที่ถูกต้องแก่ลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่น และอาจสูญเสียโอกาสในการขาย

การประเมินความเสี่ยง:

- Likelihood = 1 (โอกาสเกิดในระดับต่ำ)
- Impact = 3 (ผลกระทบในระดับปานกลาง)
- Risk Score = 3 (ความเสี่ยงระดับต่ำ)

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาร้านค้าอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. การรวบรวมและวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ
บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลปัญหาจากแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่อง และนำมาวิเคราะห์เพื่อระบุสาเหตุและแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
2. การปรับปรุงสินค้าและการบริหารสต็อก
บริษัทมีการปรับแผนการจัดสรรสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละสาขา พร้อมทั้งควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ
3. การพัฒนาการจัดร้าน (Visual Merchandising)
บริษัทมีการปรับปรุงรูปแบบการจัดวางสินค้าให้มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และส่งเสริมการตัดสินใจซื้อ
4. การพัฒนาศักยภาพพนักงานขาย
บริษัทมีการจัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและการขาย
5. การติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง
บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานและประเมินประสิทธิผลของการแก้ไขปัญหา เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการปัญหาร้านค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลต่อยอดขายและภาพลักษณ์ของบริษัท โดยเฉพาะปัญหาด้านสินค้า ซึ่งมีระดับความเสี่ยงสูง อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการกำหนดแนวทางในการติดตาม วิเคราะห์ และปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถลดผลกระทบจากความเสี่ยงและยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจโดยรวม

5. ความเสี่ยงด้านการพัฒนาสินค้าใหม่ (Product Development Risk)

5.1 ผลิตภัณฑ์: สินค้าใหม่ภายใต้ตราสินค้า SANREMO INNERWEAR (ประเภทกางเกงขาสั้น)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องแต่งกายที่มีการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว อาจส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในหลายมิติ เช่น ความไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การกำหนดราคาไม่เหมาะสม การคาดการณ์ยอดขายคลาดเคลื่อน ตลอดจนความเสี่ยงด้านการบริหารสต็อกสินค้า

สำหรับสินค้าใหม่ประเภทกางเกงขาสั้นภายใต้แบรนด์ SANREMO INNERWEAR บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงอยู่ในระดับสูงมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้:

- โอกาสเกิดความเสี่ยง (Likelihood): ระดับ 5 (มีโอกาสดังขึ้นบ่อยหรือเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง)
- ผลกระทบ (Impact): ระดับ 5 (มีผลกระทบต่อรายได้ กำไร และภาพรวมการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ)
- ระดับความเสี่ยงรวม (Risk Score): 25 (อยู่ในระดับสูงมาก)

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1. **ความไม่แน่นอนของความต้องการตลาด** เนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าใหม่ อาจไม่สามารถคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ ส่งผลให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
2. **การแข่งขันในตลาดสูง** สินค้าประเภทกางเกงขาสั้นมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพอย่างรุนแรง
3. **การกำหนดตำแหน่งสินค้า (Positioning) ไม่ชัดเจน** หากสินค้าไม่สามารถสื่อสารจุดเด่นหรือความแตกต่างได้อย่างชัดเจน อาจทำให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้
4. **ความเสี่ยงด้านต้นทุนและการบริหารสต็อก** การผลิตสินค้าในปริมาณมากเพื่อรองรับการจำหน่าย อาจก่อให้เกิดสินค้าคงเหลือ (Overstock) หากไม่สามารถจำหน่ายได้ตามแผน ส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดและต้นทุนการจัดเก็บ
5. **การตอบรับของตลาดไม่เป็นไปตามคาด** อาจเกิดจากรูปแบบสินค้า ขนาด หรือเนื้อผ้าไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

มาตรการบริหารความเสี่ยง

เพื่อควบคุมและลดผลกระทบจากความเสียดังกล่าว บริษัทได้กำหนดแนวทางดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค (Consumer Insight) และแนวโน้มตลาดอย่างรอบด้านก่อนการพัฒนาสินค้า
2. ทดสอบตลาด (Market Testing) ในวงจำกัดก่อนการผลิตในปริมาณมาก เพื่อลดความเสี่ยงด้านยอดขายและสต็อกสินค้า
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นและความแตกต่างที่ชัดเจน ทั้งด้านดีไซน์ คุณภาพ และฟังก์ชันการใช้งาน
4. บริหารจัดการปริมาณการผลิตอย่างระมัดระวัง โดยใช้ระบบวางแผนการผลิตตามความต้องการ (Demand Planning)
5. กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
6. ติดตามผลการจำหน่ายอย่างใกล้ชิด และปรับกลยุทธ์การตลาดหรือการผลิตอย่างทันท่วงที
7. จัดทำแผนระบายสินค้าคงเหลือ (Inventory Clearance Plan) ในกรณีที่ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

บริษัทประเมินว่าความเสี่ยงด้านการพัฒนาสินค้าใหม่ของผลิตภัณฑ์ SANREMO INNERWEAR (กางเกงขาสั้น) อยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างใกล้ชิดและเป็นระบบ โดยบริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อจำกัดผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์

5.2 ผลิตภัณฑ์: สินค้าใหม่ภายใต้ตราสินค้า CHERILON INTIMATE (ประเภทเสื้อกล้าม)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อาจมีความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เช่น ความไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค หรือการเปิดตัวสินค้าในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม สำหรับสินค้าใหม่ประเภทเสื้อกล้ามภายใต้แบรนด์ CHERILON INTIMATE บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ โดยมีรายละเอียดดังนี้:

- **โอกาสเกิดความเสี่ยง (Likelihood):** ระดับ 1 (เกิดขึ้นได้น้อยมาก / นานกว่า 1 ปีต่อครั้ง)
- **ผลกระทบ (Impact):** ระดับ 1 (มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระดับต่ำมาก)
- **ระดับความเสี่ยงรวม (Risk Score):** 1 (อยู่ในระดับต่ำมาก)

ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องแต่งกาย โดยเฉพาะสินค้าประเภทเสื้อผ้าชั้นในสตรี รวมถึงมีฐานข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเดิม และมีการทดสอบตลาด (Market Testing) ก่อนการจำหน่ายจริง จึงช่วยลดโอกาสและผลกระทบของความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับต่ำ

มาตรการบริหารความเสี่ยง

เพื่อควบคุมและลดความเสี่ยง บริษัทได้กำหนดแนวทางดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงติดตามแนวโน้มตลาด (Market Trend)
2. ดำเนินการทดสอบสินค้า (Product Testing) และรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายก่อนการผลิตในเชิงพาณิชย์
3. ควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality Control) ในทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด
4. วางแผนการผลิตและการเปิดตัวสินค้าให้สอดคล้องกับฤดูกาลและพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ติดตามผลการจำหน่ายและข้อเสนอแนะจากลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าอย่างต่อเนื่อง

จากการประเมินดังกล่าว บริษัทเห็นว่าความเสี่ยงด้านการพัฒนาสินค้าใหม่ของผลิตภัณฑ์ CHERILON INTIMATE (เสื้อกล้าม) อยู่ในระดับต่ำมาก และอยู่ภายใต้การควบคุมที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม บริษัทจะยังคงติดตามและประเมินความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

6. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Change Risk)

บริษัทตระหนักว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากปัจจัยด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และแนวโน้มการใช้ชีวิต (Lifestyle) ที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการเติบโตของช่องทางจำหน่ายออนไลน์ การให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ความคุ้มค่า และประสบการณ์ในการซื้อสินค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าและรูปแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บริษัทจึงประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยมีรายละเอียดดังนี้:

- **โอกาสเกิดความเสี่ยง (Likelihood):** ระดับ 4 (มีโอกาสดังขึ้นค่อนข้างบ่อย / รายเดือน)
- **ผลกระทบ (Impact):** ระดับ 4 (มีผลกระทบต่อรายได้ ส่วนแบ่งตลาด และความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ)
- **ระดับความเสี่ยงรวม (Risk Score):** 16 (อยู่ในระดับสูง)

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1. **การเปลี่ยนแปลงช่องทางการซื้อสินค้า** ผู้บริโภคหันมาใช้ช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายในช่องทางดั้งเดิม
2. **ความคาดหวังด้านคุณภาพและความคุ้มค่าเพิ่มสูงขึ้น** ผู้บริโภคมีการเปรียบเทียบสินค้าหลากหลายแบรนด์ได้ง่ายขึ้น ทำให้ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม
3. **แนวโน้มความนิยมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว (Fast-changing Trends)** โดยเฉพาะสินค้าแฟชั่นที่มีวงจรชีวิตสั้น อาจทำให้สินค้าไม่สอดคล้องกับความต้องการในช่วงเวลาหนึ่ง
4. **อิทธิพลของสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย** ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์และการตัดสินใจซื้อ หากบริษัทไม่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาจเสียโอกาสทางการตลาด
5. **ความหลากหลายของความต้องการผู้บริโภค** ผู้บริโภคมีความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มากขึ้น ทำให้การพัฒนาสินค้าต้องมีความยืดหยุ่นและตอบโจทย์ได้ตรงกลุ่ม

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ยอดขายสินค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- สินค้าไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ส่งผลให้เกิดสินค้าคงเหลือ
- สูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับคู่แข่งที่ปรับตัวได้เร็วกว่า
- ภาพลักษณ์ของแบรนด์ไม่ทันสมัยหรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

มาตรการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยง ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค (Consumer Insight) และแนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง
2. พัฒนาช่องทางการจำหน่ายออนไลน์และดิจิทัลแพลตฟอร์มให้มีประสิทธิภาพและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย
3. ปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีความยืดหยุ่นและสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว (Agile Marketing)
4. พัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม
5. ติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย รวมถึงข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
6. เสริมสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ผ่านสื่อดิจิทัลและการสื่อสารการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทประเมินว่าความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในหลายด้าน อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดมาตรการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

7. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

ประเด็นความเสี่ยง การตรวจพบข้อบกพร่อง/ประเด็นจากการดำเนินงานจำนวน 12 เรื่อง

บริษัทให้ความสำคัญกับการควบคุมและกำกับดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับนโยบายและระเบียบที่กำหนด อย่างไรก็ตาม จากการติดตามและตรวจสอบภายใน พบประเด็นข้อสังเกตจากการดำเนินงานรวมจำนวน 12 เรื่อง ซึ่งสะท้อนถึงโอกาสในการปรับปรุงกระบวนการทำงานในบางส่วน เช่น ความครบถ้วนของเอกสาร การปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่กำหนด และการควบคุมภายในในบางกิจกรรม

บริษัทได้ประเมินระดับความเสี่ยงด้านการดำเนินงานดังกล่าว โดยมีรายละเอียดดังนี้:

- **โอกาสเกิดความเสี่ยง (Likelihood):** ระดับ 3 (มีโอกาสดังขึ้นเป็นครั้งคราว / รายไตรมาส)
- **ผลกระทบ (Impact):** ระดับ 3 (มีผลกระทบในระดับปานกลางต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน และอาจกระทบต่อความถูกต้องของข้อมูลภายในบางส่วน)
- **ระดับความเสี่ยงรวม (Risk Level):** 9 (อยู่ในระดับปานกลาง)

ลักษณะของความเสียหายที่ตรวจพบ

ประเด็นความเสี่ยงที่พบสามารถสรุปได้ในลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. ความไม่ครบถ้วนหรือความคลาดเคลื่อนของเอกสารประกอบการดำเนินงานในบางรายการ
2. การปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามขั้นตอนหรือระเบียบที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ
3. การบันทึกข้อมูลในระบบไม่ครบถ้วนหรือไม่ทันเวลา
4. การขาดการติดตามและตรวจสอบภายในอย่างต่อเนื่องในบางกระบวนการ
5. ความเข้าใจในกระบวนการปฏิบัติงานของพนักงานที่ไม่สอดคล้องกัน

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ประสิทธิภาพในการดำเนินงานลดลง
- ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลทางบัญชีหรือข้อมูลทางธุรกิจ
- ความล่าช้าในการดำเนินงานหรือการรายงานข้อมูล
- ความเสี่ยงต่อการไม่เป็นไปตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

มาตรการบริหารความเสี่ยง

เพื่อควบคุมและลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้กำหนดแนวทางดำเนินการ ดังนี้

1. กำหนดแผนการแก้ไข (Corrective Action Plan) สำหรับประเด็นที่ตรวจพบทั้ง 12 เรื่อง พร้อมกำหนดระยะเวลาและผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน
2. ปรับปรุงและทบทวนขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedures: SOP) ให้มีความชัดเจนและเหมาะสมยิ่งขึ้น
3. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่พนักงานผ่านการอบรมและสื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ
4. พัฒนาระบบควบคุมภายใน (Internal Control) และระบบตรวจสอบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
5. ติดตามผลการดำเนินการแก้ไขอย่างต่อเนื่อง และรายงานความคืบหน้าต่อฝ่ายบริหาร
6. นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการควบคุมและตรวจสอบข้อมูล เพื่อลดความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน

บริษัทประเมินว่าความเสี่ยงด้านการดำเนินงานจากการตรวจพบประเด็นจำนวน 12 เรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งยังอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมและบริหารจัดการได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานและระบบควบคุมภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน และลดโอกาสการเกิดความเสี่ยงในอนาคต

8. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

ประเด็น: ความเสี่ยงด้านลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น (Trade Receivables and Other Current Receivables Risk)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของสินทรัพย์หมุนเวียน และมีผลโดยตรงต่อสภาพคล่องทางการเงินและกระแสเงินสดของบริษัท หากการบริหารจัดการลูกหนี้ไม่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการรับชำระหนี้ หรือความเสี่ยงจากหนี้สูญ

จากการประเมินความเสี่ยง บริษัทกำหนดระดับความเสี่ยงในประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ โดยมีรายละเอียดดังนี้:

- โอกาสเกิดความเสี่ยง (Likelihood): ระดับ 2 (มีโอกาสดังกล่าวเกิดขึ้นไม่บ่อย / ปีละ 1 ครั้ง)
- ผลกระทบ (Impact): ระดับ 2 (มีผลกระทบต่อสภาพคล่องและผลการดำเนินงานในระดับต่ำ)
- ระดับความเสี่ยงรวม (Risk Score): 4 (อยู่ในระดับต่ำ)

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1. ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า ลูกค้าอาจประสบปัญหาสภาพคล่อง ส่งผลให้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด
2. การให้เครดิตทางการค้า การกำหนดวงเงินเครดิตหรือระยะเวลาเครดิตที่ไม่เหมาะสม อาจเพิ่มความเสี่ยงในการเรียกเก็บเงิน
3. การติดตามทวงถามหนี้ไม่ต่อเนื่อง อาจส่งผลให้ระยะเวลาเก็บหนี้ยาวนานขึ้น
4. ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลลูกหนี้ เช่น การบันทึกข้อมูลไม่ถูกต้อง หรือเอกสารไม่ครบถ้วน อาจส่งผลต่อการติดตามและเรียกเก็บหนี้
5. ความเสี่ยงจากลูกหนี้หมุนเวียนอื่น เช่น เงินสดหรือลูกหนี้เบ็ดเตล็ด ที่อาจไม่มีการกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินที่ชัดเจน

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- กระแสเงินสดรับล่าช้า ส่งผลต่อสภาพคล่องของบริษัท
- อาจเกิดหนี้ค้างชำระหรือหนี้สูญ
- เพิ่มภาระต้นทุนในการติดตามและบริหารจัดการลูกหนี้
- ส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของงบการเงินในกรณีที่มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไม่เหมาะสม

มาตรการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการควบคุมและลดความเสี่ยง ดังนี้

1. กำหนดนโยบายการให้เครดิตทางการค้าอย่างรัดกุม โดยพิจารณาจากประวัติการชำระเงินและความน่าเชื่อถือของลูกค้า
2. กำหนดวงเงินเครดิตและระยะเวลาการชำระเงินให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย
3. จัดทำรายงานอายุลูกหนี้ (Aging Report) และติดตามทวงถามหนี้้อย่างสม่ำเสมอ
4. ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญตามหลักความระมัดระวังและมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
5. ปรับปรุงความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลลูกหนี้ในระบบบัญชีอย่างต่อเนื่อง
6. กำหนดผู้รับผิดชอบในการติดตามและบริหารจัดการลูกหนี้อย่างชัดเจน
7. ทบทวนสถานะลูกหนี้และประเมินความเสี่ยงเป็นระยะ เพื่อปรับปรุงมาตรการให้เหมาะสม

8. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า (Cost Risk)

ความเสี่ยงด้านต้นทุนและราคาวัตถุดิบ (Cost Risk)

บริษัทดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ ซึ่งมีความจำเป็นต้องพึ่งพาวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า เช่น เส้นใยสังเคราะห์ ไนลอน (Nylon) และสปันเด็กซ์ (Spandex) รวมถึงต้นทุนด้านการขนส่ง ซึ่งมีแนวโน้มผันผวนตามสภาวะตลาดโลกและปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ การปรับตัวของราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อค่าขนส่งและโลจิสติกส์ ตลอดจนความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยเฉพาะกรณีค่าเงินบาทอ่อนค่า ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น

การเพิ่มขึ้นของต้นทุนดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรของบริษัท โดยเฉพาะในกรณีที่บริษัทไม่สามารถปรับราคาสินค้าได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน เนื่องจากข้อจำกัดด้านการแข่งขันและกำลังซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ หากบริษัทมีการปรับราคาสินค้าเพื่อสะท้อนต้นทุนที่เพิ่มขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน และอาจทำให้ยอดขายลดลงได้

สถานการณ์ความเสี่ยง

- ราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ
- ค่าเงินบาทอ่อนค่าเมื่อเทียบกับสกุลเงินหลัก ส่งผลให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าและวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น
- ผู้ผลิตปรับราคาสินค้าขึ้นตามต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

1. การเจรจาต่อรองราคากับผู้ผลิต
บริษัทมีการเจรจาต่อรองราคากับผู้ผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้ต้นทุนสินค้าที่เหมาะสม รวมถึงการทำข้อตกลงด้านราคาในระยะเวลาหนึ่งเพื่อลดความผันผวนของต้นทุน
2. การบริหารต้นทุนอย่างมีระบบ
บริษัทมีการควบคุมและติดตามต้นทุนในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน พร้อมทั้งปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
3. การกำหนดราคาขายอย่างเหมาะสม
บริษัทมีการพิจารณาปรับราคาสินค้าให้สอดคล้องกับต้นทุนและสภาวะตลาด โดยคำนึงถึงความสามารถในการแข่งขันและกำลังซื้อของผู้บริโภคเป็นสำคัญ
4. การบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน
บริษัทมีการติดตามสถานการณ์อัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และพิจารณาแนวทางบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของค่าเงิน
5. การวางแผนจัดซื้อและบริหารสต็อกสินค้า
บริษัทมีการวางแผนการจัดซื้อสินค้าและบริหารสินค้าคงคลังให้สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาด เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของต้นทุนในระยะสั้น

ความเสี่ยงด้านต้นทุนและราคาวัตถุดิบเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการวางแผนและดำเนินมาตรการบริหารจัดการในหลายด้าน เพื่อบรรเทาผลกระทบจากความผันผวนของต้นทุน และรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

9. ความเสี่ยงจากการขาดทุนในการดำเนินงาน (Risk of Operating Loss)

ปัจจัยและกลยุทธ์ในการรับมือ

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงและมีความอ่อนไหวต่อภาวะเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค ส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการขาดทุนในการดำเนินงาน หากไม่สามารถบริหารจัดการต้นทุนและรักษาความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระดับความเสี่ยง

- โอกาสเกิดความเสี่ยง (Likelihood): ระดับ 4 (มีโอกาสดังกล่าวเกิดขึ้นค่อนข้างบ่อย)
- ผลกระทบ (Impact): ระดับ 5 (มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไรอย่างมีนัยสำคัญ)
- ระดับความเสี่ยงรวม (Risk Score): 20 (อยู่ในระดับสูง)

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1. การแข่งขันด้านราคา (Price Competition)
อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีการแข่งขันด้านราคาสูง โดยเฉพาะสินค้าที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับลดราคาสินค้าเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ส่งผลให้กำไรขั้นต้นลดลงอย่างมีนัยสำคัญ
2. การแข่งขันจากสินค้านำเข้า
สินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศจีนที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ได้เข้ามาแข่งขันในตลาดด้วยราคาที่ต่ำกว่า ส่งผลกระทบต่อยอดขายและความสามารถในการทำกำไรของบริษัท
3. ภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภค
ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น และค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องนุ่งห่มซึ่งอาจไม่ใช่สินค้าจำเป็น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อยอดขาย
4. ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มสูงขึ้น
ต้นทุนด้านวัตถุดิบ ค่าแรง ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรของบริษัท
5. ความสามารถในการปรับตัวต่อแนวโน้มตลาด
หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างทันทั่วถึง อาจส่งผลให้สูญเสียโอกาสทางการขายและส่วนแบ่งตลาด

ผลกระทบที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา

ในปี 2568 บริษัทได้รับผลกระทบจากการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดสินค้าชุดชั้นในสตรี โดยเฉพาะจากสินค้านำเข้าราคาถูก ส่งผลให้

- ยอดขายลดลง 1.60%
- กำไรลดลง 63.16%

ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแรงกดดันด้านราคาและต้นทุนที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

กลยุทธ์และมาตรการในการบริหารความเสี่ยง

เพื่อรับมือกับความเสี่ยงจากการขาดทุนในการดำเนินงาน บริษัทได้กำหนดแผนกลยุทธ์หลัก (Master Plan) ดังนี้:

1. การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ (Cost Optimization)
 - ปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อและคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม
 - ควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)
2. การพัฒนาสินค้าและสร้างความแตกต่าง (Product Differentiation)
 - พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ ฟังก์ชัน และดีไซน์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค
 - สร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์เพื่อลดการแข่งขันด้านราคา
3. การขยายช่องทางการจำหน่าย (Channel Diversification)
 - เพิ่มสัดส่วนการขายผ่านช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ
 - พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น
4. การบริหารราคาและโปรโมชั่นอย่างเหมาะสม (Pricing Strategy)

- กำหนดราคาสินค้าให้สอดคล้องกับคุณภาพและกลุ่มเป้าหมาย
 - ใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อกระตุ้นยอดขาย
5. การติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ (Data-Driven Decision Making)
- วิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย ต้นทุน และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ
 - ปรับกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
6. การบริหารสต็อกสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Inventory Management)
- วางแผนการผลิตและการสั่งซื้อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด
 - ลดความเสี่ยงจากสินค้าคงเหลือและการตัดจำหน่ายสินค้า

ความเสี่ยงจากการขาดทุนในการดำเนินงานถือเป็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจของบริษัท เนื่องจากได้รับผลกระทบจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดแผนกลยุทธ์และมาตรการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ควบคุมต้นทุน และรักษาความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันที่มีความผันผวน

ความเสี่ยงที่ 1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค
- ธุรกิจของลูกค้าหรือผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน
- การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย
- ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ
- การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- การเกิดสินค้าล้าสมัย
- ความปลอดภัยของข้อมูลหรือระบบคอมพิวเตอร์และการโจมตีทางไซเบอร์
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเกิดภัยพิบัติ
- สินค้าคงคลัง เช่น สินค้าค้างสต็อก, มูลค่าสินค้าลดต่ำลง เป็นต้น

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ
- กฎระเบียบและกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงด้านการเงิน

- การเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการเงินและการลงทุนของสถาบันการเงิน (ที่มีผลต่อการดำเนินงาน)
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน / อัตราดอกเบี้ย / อัตราเงินเฟ้อ
- ความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน การเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาวในการดำเนินธุรกิจ บริษัทต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก อาทิ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม การพึ่งพาลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ และสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดต่อหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินอื่น ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน การผลิต การจัดจำหน่ายสินค้า และกำลังซื้อของผู้บริโภค

นอกจากนี้ การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับสภาพตลาด หรือการปรับตัวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง อาจส่งผลให้บริษัทสูญเสีย

โอกาสทางธุรกิจ และกระทบต่อความสามารถในการสร้างรายได้และผลกำไรในอนาคต

บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการติดตาม วิเคราะห์ และประเมินปัจจัยความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม ครอบคลุมทั้งด้านการวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีความยืดหยุ่นและสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที

ทั้งนี้ บริษัทมีเป้าหมายในการลดผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และเสริมสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมีความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงาน โดยมีปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงจากพฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า/ผู้บริโภค

ปัจจัยความเสี่ยง:

พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น กระแสแฟชั่น รูปแบบการใช้ชีวิต เทคโนโลยีดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ ตลอดจนสภาพเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ การเติบโตของช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบราคาและคุณภาพสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว

ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า ราคา ความคุ้มค่า ความสะดวกสบาย รวมถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น หากบริษัทไม่สามารถติดตามและปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที อาจทำให้สินค้าไม่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด

ผลกระทบ:

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอาจส่งผลให้ความต้องการสินค้าไม่เป็นไปตามที่บริษัทคาดการณ์ ส่งผลให้ยอดขายลดลง สินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น และอัตราการหมุนเวียนสินค้าลดลง นอกจากนี้ อาจทำให้บริษัทสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด และกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงรายได้และผลกำไรในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง:

บริษัทให้ความสำคัญกับการติดตามและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด โดยใช้ข้อมูลจากการขาย การวิจัยตลาด และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประเมินแนวโน้มความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งพัฒนาสินค้าใหม่และปรับปรุงสินค้าเดิมให้มีความหลากหลาย ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า และปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาด การสื่อสารแบรนด์ และการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าและห่วงโซ่อุปทาน

ปัจจัยความเสี่ยง:

การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความเกี่ยวข้องกับพหุภาคีในห่วงโซ่อุปทานหลายส่วน อาทิ ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ผลิตสินค้า ผู้ให้บริการด้านการขนส่ง และผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งแต่ละส่วนมีบทบาทสำคัญต่อความต่อเนื่องของกระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้า คู่ค้าเหล่านี้อาจเผชิญกับความเสี่ยงจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัญหาด้านการผลิต การขาดแคลนวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ปัญหาด้านคุณภาพสินค้า การขนส่งล่าช้า ตลอดจนความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจหรือสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ภัยธรรมชาติหรือการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ ซึ่งอาจส่งผลให้คู่ค้าไม่สามารถดำเนินงานได้ตามปกติ

นอกจากนี้ การพึ่งพาคู่ค้าหลักเพียงไม่กี่ราย อาจเพิ่มความเสี่ยงในกรณีที่คู่ค้าดังกล่าวประสบปัญหาทางธุรกิจ หรือยุติการดำเนินกิจการโดยไม่คาดคิด

ผลกระทบ:

ความเสี่ยงดังกล่าวอาจส่งผลให้บริษัทประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ การผลิตล่าช้า หรือไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามกำหนด ส่งผลกระทบต่อรายได้และความพึงพอใจของลูกค้า

นอกจากนี้ อาจทำให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นจากการต้องจัดหาวัตถุดิบหรือบริการจากแหล่งอื่นในระยะเวลาเร่งด่วน รวมถึงอาจกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของลูกค้าและคู่ค้าทางธุรกิจในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง:

บริษัทมีโรงงานผู้ผลิตซึ่งเป็นบริษัทร่วม ได้แก่ บริษัท นิวพลัสสินิตั้ง จำกัด (มหาชน) โดยมีการวางแผนการผลิตร่วมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและแผนการจำหน่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทมีการคัดเลือกคู่ค้ารายอื่น ๆ โดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือ คุณภาพสินค้า และความสามารถในการส่งมอบสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการประเมินและติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีมาตรฐานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของบริษัท

บริษัทได้กำหนดนโยบายในการกระจายแหล่งจัดซื้อ เพื่อลดการพึ่งพาคู่ค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป รวมถึงมีการจัดทำแผนสำรองในการจัดหาวัตถุดิบและบริการจากแหล่งอื่น เพื่อรองรับกรณีฉุกเฉินหรือสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน

ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพสินค้า การวางแผนการจัดซื้อ และการบริหารสินค้าคงคลังอย่างเหมาะสม ตลอดจนการประสานงานกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ

3. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาคู่ค้ารายใหญ่หรือจำนวนน้อยราย

ปัจจัยความเสี่ยง:

บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ประเภทค้าส่งจำนวน 2 ราย โดยมียอดการขายรวม 199.20 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.25 ของยอดขายรวม ซึ่งถือเป็นการพึ่งพาลูกค้าจำนวนน้อยในระดับที่มีนัยสำคัญ ลูกค้าดังกล่าวอาจมีอำนาจต่อรองด้านราคา เงื่อนไขทางการค้า และปริมาณการสั่งซื้อสูงกว่าลูกค้าทั่วไป

นอกจากนี้ พฤติกรรมการสั่งซื้อของลูกค้ากลุ่มดังกล่าวอาจมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจ สภาพคล่องทางการเงิน หรือการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางธุรกิจของลูกค้าเอง หากบริษัทไม่สามารถรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับลูกค้ารายสำคัญ หรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลให้ลูกค้าลดหรือยกเลิกคำสั่งซื้อ หรือเปลี่ยนไปใช้บริการจากผู้ประกอบการรายอื่น

ผลกระทบ:

การสูญเสียลูกค้ารายใหญ่ หรือการลดลงของปริมาณคำสั่งซื้อจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าว อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อรายได้ กระแสเงินสด และผลประกอบการของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทอาจต้องใช้ระยะเวลาในการหาลูกค้าทดแทน รวมถึงมีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการขายเพิ่มขึ้น อีกทั้งอาจส่งผลกระทบต่อ การวางแผนการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง ทำให้ประสิทธิภาพในการดำเนินงานลดลง และกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง:

บริษัทมีนโยบายในการกระจายฐานลูกค้า โดยมุ่งเน้นการขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย เพื่อลดการพึ่งพาลูกค้ารายใดรายหนึ่ง

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งนำเสนอสินค้าและรูปแบบการขายที่หลากหลายเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามและวิเคราะห์สัดส่วนรายได้จากลูกค้าแต่ละรายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงและกำหนดแนวทางการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม อันจะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางรายได้และลดผลกระทบจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ในระยะยาว

4. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ

ปัจจัยความเสี่ยง:

ภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศมีความไม่แน่นอนและผันผวนจากหลายปัจจัย เช่น อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ราคาพลังงาน ตลอดจนสถานการณ์ทางการเมืองและนโยบายภาครัฐ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนส่งผลต่อกำลังซื้อและพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค

สำหรับธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ผู้บริโภคอาจชะลอหรือปรับลดการใช้จ่ายในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าและยอดขายของบริษัทมีความผันผวน นอกจากนี้ ต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทอาจเพิ่มขึ้นจากปัจจัยด้านเงินเฟ้อ ค่าขนส่ง และต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ

ผลกระทบ:

ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจอาจส่งผลให้ยอดขายของบริษัทลดลงหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมาย รวมถึงอัตรากำไรลดลงจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจกระทบต่อผลประกอบการและกระแสเงินสดของบริษัท

นอกจากนี้ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อาจส่งผลกระทบต่อราคาต้นทุนสินค้านำเข้าและความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ในขณะที่ภาวะดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นจากอัตราดอกเบี้ยขาขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องและต้นทุนทางการเงินของบริษัท

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง:

บริษัทมีการติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อนำมาประกอบการวางแผนธุรกิจและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การควบคุมค่าใช้จ่าย และการปรับโครงสร้างราคาสินค้าให้เหมาะสมกับสภาพตลาด รวมถึงการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งในด้านราคาและรูปแบบ เพื่อตอบสนองกำลังซื้อของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัทมีการบริหารจัดการสภาพคล่องอย่างรอบคอบ และพิจารณาใช้เครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสมเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและอัตราดอกเบี้ย เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพในระยะยาว

5. ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ

ปัจจัยความเสี่ยง:

การแพร่ระบาดของโรคติดต่อทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในหลายด้าน โดยเฉพาะในกรณีที่มีการระบาดในวงกว้างหรือมีความรุนแรง ซึ่งอาจนำไปสู่มาตรการควบคุมจากภาครัฐ เช่น การจำกัดการเดินทาง การปิดสถานประกอบการชั่วคราว หรือข้อจำกัดด้านแรงงาน

นอกจากนี้ การแพร่ระบาดอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน เช่น การหยุดชะงักของการผลิต การขาดแคลนวัตถุดิบ การขนส่งล่าช้า รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อาจลดการใช้จ่ายหรือเปลี่ยนช่องทางการซื้อสินค้าไปสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ในส่วนของการดำเนินงานภายในองค์กร อาจเกิดความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน การหยุดงานชั่วคราว หรือข้อจำกัดในการปฏิบัติงาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

ผลกระทบ:

การแพร่ระบาดของโรคติดต่ออาจส่งผลให้การดำเนินงานของบริษัทหยุดชะงักบางส่วนหรือทั้งหมด ส่งผลกระทบต่อการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้า และความสามารถในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า

นอกจากนี้ อาจส่งผลให้ยอดขายลดลงจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัว รวมถึงต้นทุนในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นจากมาตรการด้านสุขอนามัย การบริหารจัดการความปลอดภัยในสถานประกอบการ และการปรับรูปแบบการดำเนินงาน

ในระยะยาว อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ กระแสเงินสด และความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องของบริษัท

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง:

บริษัทมีการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยครอบคลุมแนวทางการดำเนินงานในกรณีที่เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ

บริษัทให้ความสำคัญกับมาตรการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน เช่น การจัดหาอุปกรณ์ป้องกัน การกำหนดแนวปฏิบัติในการทำงาน และการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดภายในองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทมีการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ โดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ และพัฒนากระบวนการทำงานให้มีความยืดหยุ่น เพื่อให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

(Management and Operational Risks)

การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากร การกำหนดนโยบาย การควบคุมภายใน และกระบวนการปฏิบัติงานในทุกระดับ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ความถูกต้องของข้อมูล และความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงที่สำคัญได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากการเกิดสินค้าล้าสมัย

ในปี 2568 บริษัทได้ตั้ง ค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย จำนวน 715,484 บาท เพื่อระบายสินค้าที่ค้างนานและล้าสมัย เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มแฟชั่น และรูปแบบการใช้สินค้า ซึ่งอาจส่งผลให้สินค้าของบริษัทเกิดความล้าสมัยและไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวหรือพัฒนาสินค้าให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย ระดับสินค้าคงเหลือ และผลประกอบการโดยรวมของบริษัท

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1.1 การเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ความนิยมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อกระแสแฟชั่น หากบริษัทไม่สามารถคาดการณ์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ อาจทำให้สินค้าไม่เป็นที่ต้องการของตลาด

1.2 การพัฒนาสินค้าไม่ทันต่อการแข่งขัน

การแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความรุนแรง ผู้ประกอบการรายอื่นอาจมีการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านดีไซน์ คุณภาพ และนวัตกรรม หากบริษัทไม่สามารถพัฒนาสินค้าได้ทัน อาจทำให้สูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด

1.3 การวางแผนการผลิตและสต็อกสินค้าไม่เหมาะสม

การผลิตสินค้าในปริมาณมากเกินไป หรือการคาดการณ์ความต้องการที่คลาดเคลื่อน อาจส่งผลให้มีสินค้าคงเหลือจำนวนมาก ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะกลายเป็นสินค้าล้าสมัย และต้องจำหน่ายในราคาต่ำกว่าปกติ

1.4 ระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Time to Market)

หากกระบวนการออกแบบ ผลิต และนำสินค้าออกสู่ตลาดใช้เวลานาน อาจทำให้สินค้าไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น

1.5 ผลกระทบจากช่องทางการจำหน่ายที่เปลี่ยนแปลง

การเติบโตของช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ทำให้การแข่งขันด้านราคาและรูปแบบสินค้าน่าดึงดูดเร็วมากขึ้น หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้อง อาจทำให้สินค้าขาดความน่าสนใจ

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ยอดขายลดลงจากความต้องการสินค้าที่ลดลง
- สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น และมีต้นทุนในการจัดเก็บสูงขึ้น
- จำเป็นต้องจัดโปรโมชั่นหรือปรับลดราคาสินค้า ส่งผลกระทบต่ออัตรากำไร
- กระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ หากสินค้าไม่ทันสมัยหรือไม่ตอบโจทย์ผู้บริโภค
- สูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาด

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการเกิดสินค้าล้าสมัย ดังนี้

1. การติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง
บริษัทมีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มแฟชั่น และข้อมูลตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนาสินค้า
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ
บริษัทให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง
3. การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ
บริษัทมีการวางแผนการผลิตและบริหารสต็อกสินค้าอย่างเหมาะสม โดยใช้ข้อมูลยอดขายย้อนหลังและการคาดการณ์ความต้องการ เพื่อลดความเสี่ยงจากสินค้าคงเหลือเกินความจำเป็น
4. การลดระยะเวลาในการนำสินค้าออกสู่ตลาด
บริษัทปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วและยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อลดระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างทันท่วงที
5. การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างหลากหลาย
บริษัทมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นยอดขายสินค้าและลดปริมาณสินค้าคงเหลือ
6. การบริหารจัดการสินค้าเสื่อมความนิยม
บริษัทมีมาตรการในการระบายสินค้าที่มีแนวโน้มล้าสมัย เช่น การจัดโปรโมชั่น การจำหน่ายผ่านช่องทางพิเศษ หรือการบริหารราคาอย่างเหมาะสม

2. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลหรือระบบคอมพิวเตอร์และการโจมตีทางไซเบอร์

บริษัทมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างครอบคลุม ทั้งในด้านการบริหารจัดการข้อมูล การดำเนินงาน การบัญชี การขาย และช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งการพึ่งพาระบบดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลและการถูกโจมตีทางไซเบอร์ หากไม่มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ และฐานะทางการเงินของบริษัท

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

2.1 ความเสี่ยงจากการโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Attack)

บริษัทอาจเผชิญกับการโจมตีในรูปแบบต่าง ๆ เช่น มัลแวร์ (Malware), แรนซัมแวร์ (Ransomware), การโจมตีแบบฟิชซิง (Phishing) หรือ การเจาะระบบ (Hacking) ซึ่งอาจทำให้ระบบหยุดชะงัก ข้อมูลถูกเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือถูกทำลาย

2.2 ความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูล (Data Breach)

ข้อมูลสำคัญของบริษัท เช่น ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลทางการเงิน หรือข้อมูลทางการค้า อาจถูกเปิดเผยโดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ว่าจะเกิดจากการโจมตีภายนอกหรือการกระทำของบุคลากรภายใน

2.3 ความเสี่ยงจากความไม่พร้อมใช้งานของระบบ (System Downtime)

ระบบคอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายอาจเกิดการขัดข้องจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น ระบบล่ม ไฟฟ้าขัดข้อง หรือการโจมตีทางไซเบอร์ ส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ

2.4 ความเสี่ยงจากการบริหารจัดการสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล

การกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เหมาะสม อาจทำให้บุคลากรเข้าถึงข้อมูลที่เกินความจำเป็น หรือเกิดการนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม

2.5 ความเสี่ยงจากบุคลากร (Human Error และ Insider Threat)

ความผิดพลาดของพนักงาน เช่น การเปิดไฟล์หรือคลิกลิงก์ที่ไม่ปลอดภัย การตั้งรหัสผ่านที่ไม่รัดกุม หรือการขาดความรู้ด้านความปลอดภัย อาจเป็นช่องทางให้เกิดการโจมตีทางไซเบอร์

2.6 ความเสี่ยงจากผู้ให้บริการภายนอก (Third-Party Risk)

การใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก เช่น ระบบคลาวด์ หรือแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ อาจมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัย หากผู้ให้บริการดังกล่าวไม่มีมาตรการป้องกันที่เพียงพอ

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- การหยุดชะงักของระบบงาน ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและการให้บริการลูกค้า
- การสูญหายหรือรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ
- ความเสียหายทางการเงิน เช่น ค่าใช้จ่ายในการกู้คืนระบบ หรือค่าปรับจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย
- ความเสียหายต่อชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของลูกค้าและคู่ค้า
- ความเสี่ยงต่อการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลและระบบคอมพิวเตอร์ ดังนี้

1. **การจัดให้มีนโยบายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยของข้อมูล**
บริษัทกำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยของข้อมูล (Information Security Policy) และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้พนักงานปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
2. **การป้องกันและตรวจจับการโจมตีทางไซเบอร์**
บริษัทติดตั้งระบบป้องกัน เช่น Firewall, Antivirus, Intrusion Detection/Prevention System (IDS/IPS) และมีการอัปเดตระบบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันภัยคุกคามรูปแบบใหม่
3. **การบริหารจัดการสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล (Access Control)**
บริษัทกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลตามหน้าที่ความรับผิดชอบ (Need-to-Know Basis) และมีการทบทวนสิทธิ์อย่างสม่ำเสมอ
4. **การสำรองข้อมูลและแผนฟื้นฟูระบบ (Backup และ Disaster Recovery Plan)**
บริษัทมีการสำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และจัดทำแผนฟื้นฟูระบบเพื่อให้สามารถกลับมาดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วในกรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด
5. **การให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่พนักงาน**
บริษัทจัดอบรมด้านความปลอดภัยของข้อมูลและการป้องกันภัยไซเบอร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรู้และสามารถป้องกันความเสี่ยงเบื้องต้นได้
6. **การบริหารความเสี่ยงจากผู้ให้บริการภายนอก**
บริษัทมีการคัดเลือกและประเมินผู้ให้บริการภายนอก โดยพิจารณามาตรฐานด้านความปลอดภัย รวมถึงกำหนดเงื่อนไขด้านการคุ้มครองข้อมูลในสัญญา

7. การติดตามและทดสอบระบบอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทมีการตรวจสอบและประเมินความปลอดภัยของระบบอย่างสม่ำเสมอ เช่น การทดสอบเจาะระบบ (Penetration Test) และการตรวจสอบช่องโหว่ (Vulnerability Assessment)

3. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเกิดภัยพิบัติ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีความรุนแรงและความถี่เพิ่มขึ้น เช่น อุทกภัย ภัยแล้ง พายุ หรือคลื่นความร้อน อาจส่งผลกระทบต่อโดยตรงและโดยอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งในด้านการผลิต การจัดหา การขนส่ง และการจำหน่ายสินค้า รวมถึงต้นทุนในการดำเนินงานและความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

3.1 ความเสี่ยงจากเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติ

เหตุการณ์ เช่น น้ำท่วม พายุ หรือไฟไหม้ อาจสร้างความเสียหายต่อสถานประกอบการ คลังสินค้า สินค้าคงเหลือ และทรัพย์สินของบริษัท ส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ

3.2 ความเสี่ยงต่อห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้รับจ้างผลิต หรือผู้ให้บริการขนส่ง ทำให้เกิดความล่าช้า หรือขาดแคลนวัตถุดิบและสินค้า

3.3 ความเสี่ยงด้านต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น

ภาวะอากาศที่แปรปรวนอาจทำให้ต้นทุนด้านพลังงาน การขนส่ง และการจัดเก็บสินค้าเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมทรัพย์สินที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ

3.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม

ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลอาจมีการออกกฎหมายหรือมาตรการใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงาน หรือการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทที่ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานและมีต้นทุนเพิ่มขึ้น

3.5 ความเสี่ยงต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

3.6 ความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Interruption)

ภัยพิบัติอาจทำให้การดำเนินงานหยุดชะงัก ทั้งในด้านการผลิต การกระจายสินค้า และการให้บริการลูกค้า

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- การหยุดชะงักของการดำเนินงาน และไม่สามารถให้บริการได้ตามปกติ
- ความเสียหายต่อทรัพย์สิน สินค้าคงคลัง และโครงสร้างพื้นฐาน
- ต้นทุนในการดำเนินงานและการฟื้นฟูเพิ่มสูงขึ้น
- การส่งมอบสินค้าล่าช้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
- ผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัท
- ความเสี่ยงต่อภาพลักษณ์องค์กร หากไม่สามารถบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติ ดังนี้

1. การจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP)

บริษัทจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และลดระยะเวลาในการหยุดชะงักของการดำเนินงาน

2. การกระจายความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทมีการคัดเลือกและกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบ รวมถึงผู้ให้บริการขนส่ง เพื่อลดการพึ่งพาผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่ง

3. การประกันภัยทรัพย์สินและธุรกิจ

บริษัทจัดทำประกันภัยที่ครอบคลุมความเสี่ยงจากภัยพิบัติ เช่น อัคคีภัย น้ำท่วม และความเสียหายต่อทรัพย์สิน เพื่อลดผลกระทบทางการเงิน

4. การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสถานที่ดำเนินงาน

บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงของสถานที่ดำเนินงาน และดำเนินการปรับปรุงให้เหมาะสม เช่น ระบบระบายน้ำ ระบบป้องกันอัคคีภัย และความปลอดภัยของคลังสินค้า

5. การบริหารจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงาน และสนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

6. การติดตามและประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทมีการติดตามสถานการณ์ด้านสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง

4. ความเสี่ยงด้านสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยเฉพาะในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ซึ่งการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างไม่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงิน ต้นทุนการดำเนินงาน และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

4.1 ความเสี่ยงจากการมีสินค้าคงคลังมากเกินไป (Overstock)

ณ วันสิ้นปี 2568 บริษัทมีสินค้าคงคลังรวมจำนวน 346.23 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อสินทรัพย์หมุนเวียน 73.42% ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารสินค้าคงคลังในธุรกิจความเสี่ยงจากสินค้าคงคลังมากเกินไปเกิดจากการวางแผนการผลิตหรือการสั่งซื้อสินค้าที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทำให้สินค้าคงเหลือมีปริมาณมาก ส่งผลให้เกิดต้นทุนในการจัดเก็บสูง และเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดสินค้าล้าสมัย หากไม่สามารถจำหน่ายได้ทันเวลา อาจทำให้ต้องจำหน่ายในราคาต่ำกว่าต้นทุน ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการและสภาพคล่องทางการเงินของบริษัท

4.2 ความเสี่ยงจากสินค้าคงคลังไม่เพียงพอ (Stock-out)

การบริหารสินค้าคงคลังที่ไม่เหมาะสมอาจทำให้สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้สูญเสียโอกาสทางการขาย และกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า

4.3 ความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยหรือเสื่อมสภาพ

สินค้าบางประเภท เช่น สินค้าแฟชั่นหรือสิ่งทอ มีวงจรชีวิตสั้น หากไม่สามารถจำหน่ายได้ทันเวลา อาจทำให้สินค้าล้าสมัย หรือเสื่อมคุณภาพ ส่งผลให้ต้องจำหน่ายในราคาต่ำกว่าต้นทุน

4.4 ความเสี่ยงจากความคลาดเคลื่อนของข้อมูลสินค้าคงคลัง

ความไม่ถูกต้องของข้อมูล เช่น จำนวนสินค้าไม่ตรงกับสต็อกจริง อาจเกิดจากความผิดพลาดในการบันทึก การรับ-จ่ายสินค้า หรือระบบสารสนเทศที่ไม่สมบูรณ์ ส่งผลต่อการวางแผนและการตัดสินใจ

4.5 ความเสี่ยงจากการสูญหายหรือเสียหายของสินค้า

สินค้าคงคลังอาจสูญหายหรือเสียหายจากการจัดเก็บที่ไม่เหมาะสม การขนย้าย หรือเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น อัคคีภัย น้ำท่วม หรือการทุจริต

4.6 ความเสี่ยงจากการบริหารคลังสินค้าไม่มีประสิทธิภาพ

การจัดเก็บสินค้า การจัดเรียง และการควบคุมคลังสินค้า หากไม่มีระบบที่เหมาะสม อาจทำให้เกิดความล่าช้าในการเบิกจ่ายสินค้า หรือเกิดความผิดพลาดในการจัดส่ง

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ต้นทุนในการจัดเก็บและบริหารสินค้าคงคลังเพิ่มสูงขึ้น
- สินค้าคงเหลือเสื่อมสภาพหรือล้าสมัย ส่งผลให้ต้องลดราคาจำหน่าย
- สูญเสียโอกาสทางการขายจากการขาดแคลนสินค้า
- ความล่าช้าในการจัดส่งสินค้า กระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า
- ความเสียหายทางการเงินจากการสูญหายหรือเสียหายของสินค้า
- ผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินของบริษัท

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสินค้าคงคลัง ดังนี้

1. การวางแผนความต้องการสินค้า (Demand Planning)

บริษัทใช้ข้อมูลยอดขายในอดีต แนวโน้มตลาด และข้อมูลเชิงวิเคราะห์ เพื่อคาดการณ์ความต้องการสินค้า และกำหนดปริมาณการสั่งซื้อหรือการผลิตให้เหมาะสม

2. การบริหารระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสม

บริษัทกำหนดระดับสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Safety Stock) และระดับการสั่งซื้อ (Reorder Point) เพื่อป้องกันการขาดแคลนสินค้าและลดความเสี่ยงจากการมีสินค้าคงคลังมากเกินไป

3. การตรวจนับและควบคุมสินค้าคงคลัง

บริษัทมีการตรวจนับสินค้าคงคลังอย่างสม่ำเสมอ (Stock Count) และเปรียบเทียบกับข้อมูลในระบบ เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง

4. การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารคลังสินค้า

บริษัทนำระบบบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management System: WMS) มาใช้ เพื่อเพิ่มความถูกต้อง รวดเร็ว และลดความผิดพลาดในการดำเนินงาน

5. การบริหารจัดการสินค้าเสื่อมสภาพหรือเคลื่อนไหวช้า (Slow-moving)

บริษัทมีการติดตามอายุสินค้าและอัตราการหมุนเวียน (Inventory Turnover) พร้อมทั้งกำหนดมาตรการระบายสินค้า เช่น การจัดโปรโมชัน หรือการปรับกลยุทธ์การขาย

6. การจัดเก็บสินค้าอย่างเหมาะสมและปลอดภัย

บริษัทมีมาตรการในการจัดเก็บสินค้าให้เหมาะสมกับประเภทสินค้า รวมถึงมีระบบป้องกันความเสียหาย เช่น ระบบป้องกันอัคคีภัย และการควบคุมสภาพแวดล้อมในคลังสินค้า

7. การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน

บริษัทกำหนดหน้าที่ของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการรับ-จ่ายและดูแลสินค้าคงคลังอย่างชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงจากข้อผิดพลาดและการทุจริต

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การค้า การเงิน การคุ้มครองผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการภายในองค์กร การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือข้อกำหนดทางราชการ รวมถึงความล่าช้าในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน ผลประกอบการ และชื่อเสียงของบริษัท

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับ

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องหลายด้าน เช่น กฎหมายธุรกิจ กฎหมายภาษี กฎหมายแรงงาน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือข้อบังคับอย่างรวดเร็วและไม่คาดคิด อาจทำให้บริษัทต้องปรับกระบวนการดำเนินงาน ระบบการควบคุมภายใน หรือการจัดทำเอกสารทางธุรกิจ ซึ่งหากไม่สามารถปรับตัวได้ทันเวลา อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ ความน่าเชื่อถือ และความต่อเนื่องของธุรกิจ

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1. การเปลี่ยนแปลงกฎหมายภายในประเทศ

การปรับปรุงหรือออกกฎหมายใหม่ เช่น กฎหมายภาษี การจดทะเบียนธุรกิจ การคุ้มครองผู้บริโภค หรือข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม อาจทำให้บริษัทต้องปรับกระบวนการทำงาน เพิ่มต้นทุนในการดำเนินงาน หรือปรับโครงสร้างธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายใหม่

2. ความเสี่ยงจากข้อกำหนดระหว่างประเทศ

สำหรับธุรกิจที่มีการนำเข้า-ส่งออก หรือใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ กฎหมายหรือมาตรฐานระหว่างประเทศ เช่น ภาษีศุลกากร มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า หรือข้อกำหนดการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม อาจเปลี่ยนแปลง ทำให้บริษัทต้องปรับกระบวนการจัดซื้อและจัดส่งสินค้า

3. ความเสี่ยงจากการตีความกฎหมายไม่ชัดเจน

กฎหมายบางฉบับอาจมีการตีความที่หลากหลาย ส่งผลให้การปฏิบัติตามกฎหมายอาจคลาดเคลื่อน หรือเกิดความไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล

4. ความเสี่ยงด้านเวลาการปรับตัว

การเปลี่ยนแปลงกฎหมายบางครั้งมีผลบังคับใช้ทันทีหรือในระยะเวลานาน หากบริษัทไม่มีเวลาเตรียมการ อาจทำให้เกิดความผิดพลาดหรือไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดได้ทัน

5. ความเสี่ยงจากการตรวจสอบและบทลงโทษ

หากบริษัทไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดอาจถูกตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับดูแล และอาจถูกปรับ ค่าปรับ หรือข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการปรับปรุงระบบ กระบวนการ หรือการฝึกอบรมพนักงาน
- ค่าปรับหรือบทลงโทษทางกฎหมาย
- การสูญเสียโอกาสทางธุรกิจหรือการดำเนินงานถูกจำกัด
- ผลกระทบต่อชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของลูกค้า คู่ค้า และผู้ถือหุ้น
- ผลกระทบต่อผลประกอบการและสภาพคล่องของบริษัท

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับ ดังนี้

1. การติดตามและประเมินกฎหมายอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อกำหนด และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันเวลาที่

2. การปรับปรุงนโยบายและกระบวนการภายในองค์กร

บริษัทจัดทำนโยบายและคู่มือปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดใหม่ เพื่อให้พนักงานทุกระดับสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

3. การให้คำปรึกษาทางกฎหมายและตรวจสอบภายใน

บริษัทใช้บริการที่ปรึกษากฎหมาย และมีผู้ตรวจสอบภายใน (Internal Audit) คอยประเมินความถูกต้องของการดำเนินงานและเอกสารทางธุรกิจ

4. การอบรมและสร้างความตระหนักให้พนักงาน

บริษัทจัดอบรมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อกำหนด และแนวทางปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจและลดความเสี่ยงจากความผิดพลาด

5. การบริหารจัดการสัญญาและข้อผูกพันกับคู่ค้า

บริษัทตรวจสอบสัญญาและข้อผูกพันกับคู่ค้าและผู้ให้บริการภายนอก เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและลดความเสี่ยงจากข้อพิพาท

2. ความเสี่ยงจากกฎระเบียบและกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบกฎหมายและข้อกำหนดของหน่วยงานภาครัฐทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บางกฎหมายหรือกฎระเบียบอาจมีลักษณะที่ไม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เช่น การกำหนดข้อจำกัดที่เข้มงวด การออกกฎหมายใหม่โดยทันที หรือมาตรฐานทางกฎหมายที่ไม่สอดคล้องกับความสามารถในการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการดำเนินงาน การแข่งขัน และผลประกอบการของบริษัท

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1. ความเสี่ยงจากข้อจำกัดทางกฎหมาย

กฎหมายบางฉบับกำหนดข้อจำกัดด้านการผลิต การจำหน่าย การส่งออก-นำเข้า หรือการใช้วัตถุดิบ ทำให้บริษัทอาจไม่สามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้เต็มประสิทธิภาพ หรือเกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน

2. ความเสี่ยงจากการปรับปรุงหรือออกกฎหมายใหม่ทันที

กฎหมายหรือข้อกำหนดบางประการอาจมีการประกาศใช้ทันที โดยไม่ให้ระยะเวลาในการปรับตัวเพียงพอ ทำให้บริษัทต้องปรับกระบวนการและระบบอย่างเร่งด่วน เพิ่มความเสี่ยงต่อความผิดพลาดและต้นทุนที่สูงขึ้น

3. ความเสี่ยงจากความไม่ชัดเจนของกฎระเบียบ

การตีความหรือการใช้ข้อกำหนดทางกฎหมายที่ไม่ชัดเจนอาจทำให้บริษัทดำเนินงานผิดพลาดหรือไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล

4. ความเสี่ยงจากความไม่เอื้อต่อการแข่งขัน

กฎระเบียบบางประการอาจสร้างอุปสรรคในการแข่งขัน เช่น การจำกัดประเภทสินค้า การควบคุมราคา หรือการกำหนดเงื่อนไขด้านใบอนุญาตและมาตรฐานทางเทคนิค ซึ่งอาจลดความสามารถของบริษัทในการแข่งขันในตลาด

5. ความเสี่ยงจากการตรวจสอบและบทลงโทษ

หากบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบที่มีลักษณะไม่เอื้อต่อธุรกิจ อาจถูกตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับดูแล ส่งผลให้เกิดค่าปรับ ค่าสั่งระงับ หรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ความล่าช้าในการดำเนินธุรกิจ และสูญเสียโอกาสทางการตลาด
- ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการปรับปรุงกระบวนการและระบบให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ
- ผลกระทบต่อผลประกอบการและสภาพคล่องทางการเงิน
- ความเสียหายต่อชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น ลูกค้า และคู่ค้า
- การจำกัดความสามารถในการแข่งขันในตลาด

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงจากกฎระเบียบและกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1. การติดตามและวิเคราะห์กฎหมายและข้อกำหนดอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีระบบติดตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อกำหนด และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันเวลาที่

2. การประเมินผลกระทบต่อธุรกิจ

บริษัทประเมินผลกระทบของกฎหมายและข้อกำหนดที่อาจไม่เอื้อต่อธุรกิจ เช่น ผลกระทบต่อการผลิต การจัดจำหน่าย การส่งออก-นำเข้า และต้นทุน

3. การปรับปรุงกระบวนการและนโยบายภายในองค์กร

บริษัทปรับปรุงระบบ กระบวนการ และนโยบายภายในให้สอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย พร้อมทั้งลดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

4. การให้คำปรึกษาทางกฎหมายและตรวจสอบภายใน

บริษัทมีทีมงานหรือที่ปรึกษากฎหมายคอยให้คำแนะนำ และมีการตรวจสอบภายในเพื่อประเมินความเสี่ยงและลดความผิดพลาดในการปฏิบัติตามข้อกำหนด

5. การสื่อสารและอบรมพนักงาน

บริษัทอบรมพนักงานให้มีความเข้าใจในข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง และสร้างความตระหนักถึงผลกระทบของกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อธุรกิจ

การบริหารความสัมพันธ์กับหน่วยงานกำกับดูแลและคู่ค้า

บริษัทมีการสื่อสารและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานกำกับดูแล คู่ค้า และผู้ให้บริการ เพื่อหาทางอำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคในการปฏิบัติ

การบริหารความเสี่ยงทางการเงินของบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การบริหารจัดการทางการเงินที่ไม่เหมาะสมหรือเกิดความเสี่ยงด้านการเงินอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่อง ผลประกอบการ ความสามารถในการลงทุน และความมั่นคงทางการเงินของบริษัท

1. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการเงินและการลงทุนของสถาบันการเงิน

บริษัทมีความสัมพันธ์ทางการเงินกับสถาบันการเงินหลายแห่ง ทั้งในรูปแบบของการกู้ยืมเงินทุน การใช้จ่ายเงินสินเชื่อ การบริหารสภาพคล่อง และการลงทุนในสินทรัพย์ต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการเงิน ดอกเบี้ย หรือข้อกำหนดการลงทุนของสถาบันการเงินอาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน การลงทุน และผลประกอบการของบริษัท

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

1. การปรับเปลี่ยนนโยบายอัตราดอกเบี้ย การปรับขึ้นหรือลดลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และวงเงินสินเชื่อ ส่งผลต่อภาระต้นทุนทางการเงินของบริษัท โดยเฉพาะกรณีที่มีหนี้สินอัตราดอกเบี้ยผันแปร หากอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น อาจเพิ่มค่าใช้จ่ายทางการเงินและลดกำไรสุทธิ
2. การเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดและเงื่อนไขสินเชื่อ สถาบันการเงินอาจปรับเงื่อนไขการให้สินเชื่อ เช่น วงเงินสินเชื่อ ระยะเวลา ดอกเบี้ย และหลักประกัน หากข้อกำหนดเข้มงวดมากขึ้น อาจจำกัดความสามารถในการจัดหาเงินทุนของบริษัท
3. การเปลี่ยนแปลงนโยบายการลงทุนของสถาบันการเงิน การปรับแนวทางการลงทุน เช่น การลดการลงทุนในสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือโอกาสในการลงทุนร่วมกับสถาบันการเงิน
4. ความเสี่ยงจากการตัดสินใจเชิงนโยบายของสถาบันการเงินที่กระทบตลาด การเปลี่ยนนโยบายการเงินในระดับมหภาค เช่น การเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อ หรือการปรับดอกเบี้ยเพื่อควบคุมเงินเฟ้อ อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการระดมทุนหรือสภาพคล่องของบริษัท

5. ความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องของการดำเนินงาน หากบริษัทไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือได้รับเงินทุนในเงื่อนไขที่เหมาะสม อาจทำให้กระทบต่อการดำเนินงาน การลงทุน หรือการชำระหนี้ ซึ่งอาจมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและลูกค้า

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ภาระต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อกำไรสุทธิ
- การเข้าถึงสินเชื่อและเงินทุนลดลง ส่งผลต่อสภาพคล่องและความสามารถในการลงทุน
- ผลกระทบต่อแผนการขยายธุรกิจหรือโครงการลงทุน
- ความเสี่ยงต่อเครดิตและความเชื่อมั่นจากสถาบันการเงินและผู้ถือหุ้น
- ผลกระทบต่อความต่อเนื่องของการดำเนินงาน

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านการเงินและการลงทุนของสถาบันการเงิน ดังนี้

1. การติดตามนโยบายและแนวทางการเงินของสถาบันการเงินอย่างต่อเนื่องบริษัทติดตามประกาศและแนวโน้มด้านอัตราดอกเบี้ย วงเงินสินเชื่อ และนโยบายการลงทุน เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันเวลา
2. การวางแผนการเงินและสภาพคล่องบริษัทวางแผนกระแสเงินสดและสภาพคล่องอย่างรัดกุม เพื่อให้สามารถรองรับความผันผวนของต้นทุนทางการเงินและข้อกำหนดใหม่ของสถาบันการเงิน
3. การกระจายแหล่งเงินทุนบริษัทใช้กลยุทธ์กระจายแหล่งเงินทุนทั้งในรูปแบบเงินกู้ สินเชื่อ และแหล่งเงินทุนอื่น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาสถาบันการเงินเพียงรายเดียว
4. การประเมินความสามารถในการชำระหนี้และต้นทุนทางการเงินบริษัทประเมินภาระหนี้สิน อัตราดอกเบี้ย และความสามารถในการชำระหนี้ เพื่อบริหารความเสี่ยงด้านต้นทุนการเงิน
5. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสื่อสารกับสถาบันการเงินบริษัทมีการสื่อสารและสร้างความร่วมมือกับธนาคารและสถาบันการเงิน เพื่อให้สามารถปรับเงื่อนไขสินเชื่อหรือตอบสนองต่อข้อกำหนดใหม่ได้อย่างเหมาะสม

2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และอัตราเงินเฟ้อ

บริษัทดำเนินธุรกิจในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และอัตราเงินเฟ้อ อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ ต้นทุน ผลกำไร และสภาพคล่องของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

- 2.1 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (Foreign Exchange Risk) สำหรับธุรกิจที่มีการนำเข้า-ส่งออกสินค้าหรือชำระเงินในสกุลเงินต่างประเทศ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอาจทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้นหรือรายได้ลดลง ส่งผลต่อผลประกอบการและอัตรากำไร
- 2.2 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Risk) การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้หรือเครื่องมือทางการเงินอื่น ๆ อาจทำให้ค่าใช้จ่ายทางการเงินเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกรณีที่บริษัทมีหนี้สินอัตราดอกเบี้ยผันแปร ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรสุทธิและสภาพคล่อง
- 2.3 ความเสี่ยงจากอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Risk) การเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้ออาจทำให้ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงขึ้น หากไม่สามารถปรับราคาขายหรือบริหารต้นทุนได้ทันเวลา อาจส่งผลต่อกำไรและความสามารถในการแข่งขัน
- 2.4 ความเชื่อมโยงของปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และเงินเฟ้อมักสัมพันธ์กัน การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยหนึ่งอาจส่งผลต่ออีกปัจจัยหนึ่ง ทำให้ความเสี่ยงรวมสูงขึ้น

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น ทำให้กำไรสุทธิลดลง
- การเข้าถึงสินเชื่อหรือเงินทุนเพิ่มต้นทุนการเงิน
- สูญเสียความสามารถในการแข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ผลกระทบต่อสภาพคล่อง และความสามารถในการชำระหนี้
- ผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและลูกค้า

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงบริษัทได้กำหนดมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และอัตราเงินเฟ้อ ดังนี้

1. การติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจและอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทติดตามข้อมูลเศรษฐกิจมหภาคและอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับกลยุทธ์การซื้อขายและการชำระเงินในสกุลเงินต่างประเทศ
2. การบริหารความเสี่ยงอัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยน (Hedging) บริษัทใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น สัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward Contract) หรือสัญญาแลกเปลี่ยนเงินตรา (Currency Swap) เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนและรายได้

- 3.การวางแผนต้นทุนและการปรับราคาสินค้า บริษัทประเมินผลกระทบของเงินเพื่อและต้นทุนวัตถุดิบ เพื่อปรับราคา การจัดซื้อ หรือแผนการผลิตให้เหมาะสม
- 4.การบริหารสภาพคล่องและแหล่งเงินทุน บริษัทวางแผนกระแสเงินสดและจัดหาสินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยคงที่ หรือกระจายแหล่งเงินทุนเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวน
5. การประเมินและติดตามอย่างสม่ำเสมอ บริษัทประเมินผลกระทบทางการเงินจากความผันผวนของเศรษฐกิจและปรับมาตรการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง

3. ความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องในการดำเนินงานธุรกิจ

สภาพคล่องทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท หากบริษัทไม่สามารถบริหารสภาพคล่องได้อย่างเพียงพอ อาจทำให้ไม่สามารถชำระหนี้ตรงเวลา จัดซื้อวัตถุดิบ หรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ การซื้อเสียง และความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น คู่ค้า และสถาบันการเงิน

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ

- 3.1 การขาดแหล่งเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ หากบริษัทไม่มีเงินสดหรือสินทรัพย์หมุนเวียนเพียงพอสำหรับการดำเนินงานในแต่ละวัน การชำระหนี้ การจัดซื้อวัตถุดิบ และการลงทุนอาจเกิดความล่าช้า
- 3.2 ความล่าช้าในการรับชำระจากลูกค้า การที่ลูกค้าชำระเงินไม่ตรงตามกำหนดหรือมีหนี้ค้างชำระสูง ทำให้เงินทุนหมุนเวียนของบริษัทตึงตัว และอาจเกิดภาวะขาดสภาพคล่อง
- 3.3 ความผันผวนของต้นทุนและรายจ่ายทางการเงิน การปรับขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าขนส่ง หรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อาจทำให้ต้องใช้เงินสดมากกว่าที่คาดการณ์ ส่งผลต่อสภาพคล่อง
- 3.4 การพึ่งพาแหล่งเงินทุนเพียงบางแห่ง การพึ่งพาสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุนเพียงไม่กี่แห่งอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงสูง หากแหล่งเงินทุนเหล่านั้นจำกัดวงเงินหรือปรับเงื่อนไขการให้สินเชื่อ
- 3.5 ความเสี่ยงจากเหตุการณ์ฉุกเฉิน เหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น ภัยพิบัติ การระบาดของโรค หรือปัญหาการผลิต อาจทำให้เงินสดต้องถูกใช้เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

- การชำระหนี้ล่าช้าและเสียเครดิตกับคู่ค้า
- การหยุดชะงักของการดำเนินงานหรือการผลิต
- สูญเสียโอกาสทางธุรกิจและการลงทุน
- ผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและสถาบันการเงิน
- ผลกระทบต่อผลประโยชน์และความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องอย่างครบวงจร ดังนี้

- 1.การวางแผนและติดตามกระแสเงินสด (Cash Flow Management) บริษัทวางแผนและติดตามกระแสเงินสดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่ามีเงินทุนเพียงพอสำหรับการดำเนินงานและชำระหนี้
- 2.การกระจายแหล่งเงินทุน บริษัทจัดหาเงินทุนจากหลากหลายแหล่ง เช่น เงินกู้จากธนาคาร วงเงินสินเชื่อระยะสั้น และเงินทุนหมุนเวียนภายในองค์กร เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาแหล่งเงินทุนเพียงแห่งเดียว
- 3.การบริหารเครดิตและหนี้สิน บริษัทกำหนดนโยบายการให้เครดิตกับลูกค้าอย่างเหมาะสม ติดตามการชำระหนี้ และบริหารหนี้สินให้สอดคล้องกับเงินสดที่มี
- 4.การสำรองเงินสดฉุกเฉิน บริษัทจัดทำเงินสำรองฉุกเฉินสำหรับเหตุการณ์ไม่คาดคิด เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อปัญหาสภาพคล่องทันที
- 5.การปรับโครงสร้างต้นทุนและค่าใช้จ่าย บริษัทบริหารต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุม เพื่อให้เงินสดหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินงาน

ความเสี่ยงที่ 2 ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- นโยบายของรัฐ

- ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคม และ

บรรษัทภิบาล (ESG)

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- อื่น ๆ :-

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- อื่น ๆ :-

ความเสี่ยงด้านการเงิน

- อื่น ๆ :-

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk)

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ (Textile Distributor) และมีโรงงานผลิตที่เป็นบริษัทร่วม (Joint Venture) ซึ่งดำเนินการผลิตสินค้าให้แก่บริษัทเองและลูกค้าภายนอก ธุรกิจของบริษัทมีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเฉพาะตัว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน ผลประกอบการ ชื่อเสียง และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของบริษัทสามารถจำแนกได้เป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (Environmental, Social, Governance: ESG) ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Risks)

1.1 การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ: การผลิตสิ่งทอและเสื้อผ้ามักใช้ทรัพยากรจำนวนมาก เช่น น้ำ พลังงาน และวัตถุดิบ (เช่น ฝ้าย, โพลีเอสเตอร์) การใช้ทรัพยากรเหล่านี้อย่างไม่ยั่งยืนอาจนำไปสู่ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรในอนาคต

1.2 การปล่อยมลพิษ: การใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตสิ่งทอ เช่น สีย้อม หรือสารฟอกขาว สามารถสร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางอากาศ น้ำ และดิน

1.3 การปล่อยมลพิษจากการขนส่ง: กระบวนการขนส่งสิ่งทอจากผู้ผลิตไปยังผู้จำหน่ายอาจสร้างมลพิษจากการใช้พลังงานฟอสซิล (เช่น น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ) ในการขนส่ง

มาตรการรับมือ: บริษัทมีนโยบายการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการของเสีย การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

2. ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risks)

2.1 สิทธิแรงงานและการทำงานที่ไม่เป็นธรรม: การผลิตสิ่งทออาจเกี่ยวข้องกับการใช้แรงงานที่ไม่เป็นธรรม เช่น การใช้แรงงานเด็ก การจ้างแรงงานในสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย หรือการทำงานในสภาพที่ไม่เหมาะสม

2.2 ความไม่เสมอภาคในการจ้างงาน: การจ้างงานที่ไม่ให้โอกาสแก่กลุ่มคนที่ด้อยโอกาส เช่น การเลือกปฏิบัติต่อคนงานตามเพศ เชื้อชาติ หรือสัญชาติ

2.3 การสร้างผลกระทบต่อชุมชน: การตั้งโรงงานผลิตสิ่งทอในบางพื้นที่อาจทำให้เกิดการย้ายถิ่นฐานของชุมชน หรือมีผลกระทบต่อการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น การขาดแคลนน้ำ หรือการสูญเสียที่ดิน

มาตรการรับมือ: บริษัทมุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเท่าเทียม มีการฝึกอบรมพนักงาน การสื่อสารกับชุมชน และการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

3. ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล (Governance Risks)

3.1 การทุจริตและการไม่โปร่งใส: การขาดความโปร่งใสในการดำเนินการ เช่น การเลือกซื้อพลาเยอร์ที่ไม่คำนึงถึงมาตรฐานทางสิ่งแวดล้อมและสังคม หรือการทำธุรกรรมที่มีการทุจริตในกระบวนการจัดซื้อ

3.2 การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ: การละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมหรือกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสิ่งทอ เช่น การไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานการปล่อยมลพิษ หรือการละเมิดสิทธิแรงงาน

3.3 การขาดความโปร่งใสในการรายงาน: การไม่เปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน เช่น การไม่รายงานผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือสังคมที่เกิดจากกระบวนการผลิตสิ่งทอ

มาตรการรับมือ: บริษัทมีคณะกรรมการกำกับดูแลความเสี่ยงและระบบควบคุมภายในที่เข้มงวด มีนโยบายความโปร่งใส การตรวจสอบบัญชีภายในและภายนอก และการประเมินความเสี่ยง ESG อย่างสม่ำเสมอ

4. ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ (Economic Risks)

การดำเนินธุรกิจของบริษัทในฐานะผู้จำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ และมีโรงงานผลิตที่เป็นบริษัทร่วม มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับสถานะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุน ความสามารถในการแข่งขัน และผลประกอบการของบริษัท โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงที่สำคัญได้ดังนี้

4.1 ความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบ

ราคาราคาวัตถุดิบหลักในการผลิตสิ่งทอ เช่น ฝ้าย (Cotton) และเส้นใยสังเคราะห์ (เช่น Polyester) มีความผันผวนตามปัจจัยภายนอก อาทิ สภาพภูมิอากาศ ภัยธรรมชาติ ปริมาณผลผลิตในตลาดโลก ราคาน้ำมัน และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท

ความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ หากบริษัทไม่สามารถปรับราคาสินค้าหรือบริหารต้นทุนได้อย่างเหมาะสม อาจกระทบต่ออัตรากำไรและความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการวางแผนจัดซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า กระจายแหล่งจัดหา เปรียบเทียบราคา และติดตามแนวโน้มตลาดอย่างใกล้ชิด รวมถึงพิจารณาการปรับโครงสร้างราคาสินค้าให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง

4.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายบางราย

บริษัทมีการจัดหาสินค้าและวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือซัพพลายเออร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หากมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งหรือกลุ่มประเทศใดประเทศหนึ่งในสัดส่วนสูง อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงจากเหตุการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ปัญหาทางเศรษฐกิจ การเมือง ภัยธรรมชาติ การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน หรือข้อจำกัดด้านการขนส่งระหว่างประเทศ

เหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถจัดหาสินค้าได้ตามแผน เกิดความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า หรือมีต้นทุนเพิ่มขึ้นจากการต้องหาผู้ผลิตรายใหม่

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีนโยบายกระจายแหล่งจัดหาสินค้า (Supplier Diversification) โดยให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและประเมินผู้ผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพสินค้า ความต่อเนื่องในการจัดหา และการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับคู่ค้า เพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำแผนสำรองเพื่อรองรับกรณีเกิดการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน อันอาจเกิดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุม

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทมีการขยายฐานลูกค้า โดยมีร้านค้าที่อยู่นอกกลุ่มเครือข่ายบริษัทเข้าซื้อสินค้าจำนวน 32 ราย ซึ่งสะท้อนถึงการกระจายความเสี่ยงทั้งด้านแหล่งรายได้และฐานลูกค้า ช่วยเสริมความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจและลดการพึ่งพิงลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป

4.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับที่เข้มงวดขึ้น

อุตสาหกรรมสิ่งทอมีแนวโน้มที่จะถูกกำกับดูแลด้วยกฎหมายและมาตรฐานที่เข้มงวดมากขึ้น ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของผู้บริโภค และการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เช่น ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจำกัดการใช้สารเคมีอันตราย การควบคุมการปล่อยมลพิษ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์

การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือข้อกำหนดดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อบริษัทต้องปรับปรุงกระบวนการผลิต เปลี่ยนแหล่งวัตถุดิบ หรือลงทุนเพิ่มเติมในเทคโนโลยีและระบบควบคุมคุณภาพ ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น และส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในระยะสั้น

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับข้อกำหนด รวมถึงการพัฒนากระบวนการควบคุมคุณภาพและการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

5. ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และการตลาด (Reputation and Marketing Risks)

การดำเนินธุรกิจของบริษัทในอุตสาหกรรมสิ่งทอมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคและกระแสสังคม ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะประเด็นด้านความยั่งยืน สิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และการตลาดอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ชื่อเสียงขององค์กร และยอดขายของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความโปร่งใสในกระบวนการผลิต และคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจมากขึ้น หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว เช่น การพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้วัตถุดิบที่ยั่งยืน หรือการสื่อสารข้อมูลด้าน ESG อย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาด

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการติดตามแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง พัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาด ปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับกระแสความยั่งยืน และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

5.2 ความเสี่ยงจากการถูกวิพากษ์วิจารณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงด้านชื่อเสียง หากถูกกล่าวหาหรือรับรู้จากสาธารณชนว่ามีการดำเนินธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับหลักความยั่งยืน เช่น การใช้แรงงานที่ไม่เป็นธรรม การละเมิดสิทธิมนุษยชน หรือการก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อมั่นของลูกค้า นักลงทุน และคู่ค้า รวมถึงอาจส่งผลต่อยอดขายและความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะยาว

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทกำหนดนโยบายด้านจริยธรรมธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน มีการกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทาน การตรวจสอบคู่ค้า การสื่อสารข้อมูลอย่างโปร่งใส และมีช่องทางรับข้อร้องเรียนเพื่อบริหารจัดการประเด็นที่อาจกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กรอย่างทันท่วงที

6. ความเสี่ยงด้านการจัดการขยะและการรีไซเคิล (Waste and Recycling Risks)

การผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและการเกิดของเสียในกระบวนการผลิต หากไม่มีการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 ความเสี่ยงจากการจัดการขยะที่ไม่เหมาะสม

กระบวนการผลิตสิ่งทออาจก่อให้เกิดของเสีย เช่น เศษผ้า น้ำเสีย และสารเคมีจากกระบวนการย้อมหรือแปรรูป หากบริษัทหรือบริษัทร่วมไม่มีระบบการจัดการของเสียที่มีประสิทธิภาพ อาจนำไปสู่ปัญหามลพิษทางน้ำ อากาศ และดิน รวมถึงความเสี่ยงต่อการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ โดยมีการคัดแยกขยะ การบำบัดน้ำเสีย การควบคุมการใช้สารเคมี และการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

6.2 ความเสี่ยงจากการไม่สามารถรีไซเคิลหรือใช้วัสดุที่ยั่งยืน

การไม่ใช้วัตถุดิบที่สามารถรีไซเคิลได้ หรือการไม่สามารถนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ อาจส่งผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง และเพิ่มปริมาณของเสียในระยะยาว ซึ่งอาจกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและภาพลักษณ์ของบริษัท

นอกจากนี้ แนวโน้มของตลาดและกฎระเบียบในปัจจุบันให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มากขึ้น หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวได้ อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ รวมถึงการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ (Upcycling) และการพัฒนากระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

ทั้งนี้ บริษัทได้นำวัสดุเหลือใช้ เช่น พลาสติก มาแปรรูปเป็นเส้นใยเพื่อใช้ในการผลิตผ้าลูกไม้ลดละยต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด “Made Earth Friendly for The Good of Tomorrow” ของสินค้าแบรนด์ CHERILON ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรที่ใช้แล้ว

นอกจากนี้ บริษัทมีการพัฒนาสินค้าในกลุ่ม Innerwear โดยใช้เนื้อผ้าฝ้ายจากธรรมชาติ ควบคู่กับการคัดสรรเส้นใยสังเคราะห์ที่สามารถย่อยสลายได้ง่ายและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกระบวนการผลิตอยู่ภายใต้มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 และให้ความสำคัญกับการลดหรือหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย เพื่อให้งานชิ้นผ้ามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ผลกระทบจากความเสียง

ผลกระทบจากความเสียงด้านความยั่งยืนสำหรับบริษัท เป็นผู้จัดจำหน่ายสิ่งทอสามารถแยกออกเป็นหลายด้าน ซึ่งแต่ละด้านสามารถมีผลกระทบที่สำคัญทั้งในด้านการเงิน ภาพลักษณ์ การปฏิบัติตามกฎหมาย และสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้:

1. ผลกระทบด้านการเงิน (Financial Impact)

1.1 การเพิ่มต้นทุน: หากบริษัทต้องปรับกระบวนการผลิตเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมหรือการใช้แรงงานที่มีมาตรฐาน เช่น การลงทุนในเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การนำเข้าและใช้งานวัสดุที่ยั่งยืน (เช่น วัสดุรีไซเคิล) อาจทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น

1.2 การลดกำไร: การถูกบังคับให้ปรับกระบวนการผลิตหรือเปลี่ยนแปลงซัพพลายเชน (เช่น การเลือกใช้ซัพพลายเออร์ที่มีมาตรฐานด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อม) อาจส่งผลให้กำไรของบริษัทลดลง เนื่องจากอาจต้องจ่ายเงินเพิ่มในด้านต้นทุนการผลิต

1.3 การสูญเสียลูกค้าและรายได้: หากบริษัทไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาให้ความสำคัญกับความยั่งยืน อาจทำให้สูญเสียลูกค้าและทำให้รายได้จากการขายสินค้าลดลง

1.4 การเสี่ยงต่อการฟ้องร้อง: หากบริษัทละเมิดกฎหมายหรือเกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานหรือสิ่งแวดล้อม อาจต้องจ่ายค่าปรับหรือถูกฟ้องร้อง ซึ่งส่งผลกระทบทางการเงิน

2. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact)

2.1 การเพิ่มมลพิษ: หากบริษัทไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานในการลดมลพิษหรือการจัดการขยะจากกระบวนการผลิตสิ่งทอ จะส่งผลให้เกิดมลพิษทางน้ำ อากาศ หรือดิน ซึ่งมีผลกระทบต่อระบบนิเวศและชุมชนรอบข้าง

2.2 การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ: การใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตสิ่งทออย่างไม่ยั่งยืน เช่น การใช้ฝ้ายที่ไม่ได้ปลูกตามมาตรฐานทางการเกษตรที่ดี หรือการใช้พลังงานฟอสซิลในการขนส่งสินค้า อาจทำให้ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ถูกทำลาย

2.3 ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: กระบวนการผลิตสิ่งทอที่ไม่ยั่งยืนอาจเพิ่มการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (เช่น จากการใช้พลังงานในการผลิตหรือขนส่ง) ซึ่งมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระดับโลก

3. ผลกระทบด้านสังคม (Social Impact)

3.1 การละเมิดสิทธิแรงงาน: หากบริษัทใช้แรงงานที่ไม่เป็นธรรม เช่น การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานที่ทำงานในสภาพที่ไม่ปลอดภัย ผลกระทบจากการละเมิดสิทธิแรงงานอาจทำให้บริษัทเสื่อมเสียชื่อเสียงในสายตาของผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย

3.2 ผลกระทบต่อชุมชน: หากบริษัทตั้งโรงงานในพื้นที่ที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเกินความจำเป็นหรือมีการสร้างมลพิษจากการผลิต จะส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น เช่น การขาดแคลนน้ำ การเสียสุขภาพจากมลพิษ หรือการสูญเสียพื้นที่ทำมาหากิน

3.3 การเกิดปัญหาความไม่เสมอภาค: หากบริษัทไม่ปฏิบัติตามหลักการความเสมอภาคในการจ้างงาน อาจทำให้เกิดปัญหาความไม่เสมอภาคทางสังคม เช่น การเลือกปฏิบัติระหว่างเพศหรือกลุ่มชนชาติ

4. ผลกระทบด้านภาพลักษณ์และการตลาด (Reputation and Marketing Impact)

4.1 การเสียชื่อเสียง: หากบริษัทมีการละเมิดสิทธิแรงงานหรือทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้แรงงานเด็กหรือการปล่อยสารเคมีที่เป็นอันตรายจากกระบวนการผลิตสิ่งทอ อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจและสามารถเลือกไม่ซื้อสินค้าจากบริษัท

4.2 การสูญเสียลูกค้าหรือผู้บริโภค: ปัจจุบันผู้บริโภคจำนวนมากเริ่มให้ความสำคัญกับการเลือกสินค้าที่ผลิตโดยคำนึงถึงความยั่งยืน หากบริษัทไม่สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้ จะส่งผลให้สูญเสียลูกค้าที่สนใจสินค้าที่มีมาตรฐานด้านความยั่งยืน

4.3 การได้รับการวิจารณ์จากสาธารณชน: การถูกวิจารณ์ในสื่อเกี่ยวกับการดำเนินงานที่ไม่ยั่งยืน เช่น การใช้แรงงานที่ไม่เป็นธรรม การผลิตที่ทำลายสิ่งแวดล้อม จะทำให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทในระยะยาว

5. ผลกระทบด้านการกำกับดูแล (Governance Impact)

5.1 การถูกลงโทษทางกฎหมาย: หากบริษัทไม่ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานหรือสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้สารเคมีที่อันตรายหรือการจ่ายค่าจ้างไม่เป็นธรรม อาจต้องเผชิญกับการถูกฟ้องร้องหรือถูกปรับ

5.2 การขาดความโปร่งใสและความรับผิดชอบ: หากบริษัทไม่ปฏิบัติตามหลักการความโปร่งใสในการดำเนินการ เช่น การไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตหรือการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือ จะทำให้สูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้เสีย

5.3 การเสี่ยงต่อการเสียความเชื่อมั่นจากผู้ลงทุน: หากบริษัทไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืน หรือมีการปฏิบัติที่ผิดหลักจริยธรรม อาจทำให้ผู้ลงทุนไม่มั่นใจและตัดสินใจถอนการลงทุน

6. ผลกระทบด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย (Legal and Regulatory Impact)

6.1 การต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎหมาย: หากกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมหรือแรงงานมีการเปลี่ยนแปลง เช่น การออกข้อบังคับที่เข้มงวดเกี่ยวกับการใช้สารเคมีหรือการจ้างงาน บริษัทอาจต้องลงทุนในการปรับปรุงกระบวนการผลิต

6.2 ค่าปรับและการลงโทษทางกฎหมาย: หากบริษัทไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น การละเมิดสิทธิแรงงานหรือการปล่อยมลพิษเกินมาตรฐาน อาจต้องจ่ายค่าปรับจำนวนมาก หรือถูกฟ้องร้อง

มาตรการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสำหรับบริษัทที่เป็นผู้จำหน่ายสิ่งทอ สามารถทำได้โดยการใช้มาตรการ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล เพื่อให้สามารถลดผลกระทบจากความเสี่ยงต่าง ๆ และส่งเสริมการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยสามารถแบ่งออกเป็นมาตรการหลัก ๆ ได้ดังนี้:

1. มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Measures)

1.1 บริษัทให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งมั่นในการส่งเสริมและให้ความรู้แก่พนักงานทุกระดับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและปฏิบัติตามกรอบแนวทางที่ชัดเจนในการดูแลและรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น การจัดตั้งจุดคัดแยกขยะก่อนทิ้งตามชนิดและประเภทต่างๆ เพื่อการนำขยะเหล่านั้นไปแปรรูปหรือรีไซเคิลได้ โดยมีการแยกประเภทขยะ เช่น ขยะรีไซเคิล ขยะพลาสติก ขวดแก้ว กระป๋องอลูมิเนียม และกล่องกระดาษ เป็นต้น

1.2) การทำโครงการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Conservation) บริษัทมีนโยบายในการอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงาน อย่างประหยัดและคุ้มค่า ซึ่งมุ่งเน้นที่การรณรงค์เพื่อสร้างค่านิยมและจิตสำนึกในการใช้พลังงาน ด้วยการวางแผนและควบคุมการใช้พลังงานอย่างเต็มประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงมีการตรวจสอบ และดูแลการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าและการใช้น้ำตลอดเวลา เพื่อเป็นการส่งเสริมความยั่งยืนและลดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีนโยบายดังนี้

1.2.1 กำหนดเวลาเปิด - ปิดไฟและแอร์สำนักงาน

1.2.2 รณรงค์ให้พนักงานปิดสวิตซ์ทุกครั้งหลังเลิกใช้งานอุปกรณ์ไฟฟ้า

1.2.3 ปรับอุณหภูมิแอร์ให้อยู่ที่ 25 องศา เพื่อให้แอร์ทำงานได้ตามปกติ อุณหภูมิห้องอยู่ในระดับความเย็นสม่ำเสมอ

1.2.4 ล้างแอร์ 2 ครั้งต่อปี

1.2.5 นำเสนอนโยบายเปลี่ยนหลอดไฟเป็น LED บริษัทมีการดำเนินการเปลี่ยนหลอดไฟ 35 % แทนหลอดไฟที่เสื่อมสภาพ

2. มาตรการด้านสังคม (Social Measures)

2.1 บริษัทมีการคุ้มครองสิทธิของแรงงานอย่างครบถ้วนและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญกับการจ้างงานอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส นอกจากนี้ ยังได้ดูแลสภาพการทำงานใหม่มีความปลอดภัยสูงสุดในทุกพื้นที่ของอาคารสำนักงาน โดยเฉพาะการติดตั้งเครื่องฟอกอากาศเพื่อให้สภาพอากาศในที่ทำงานมีความสะอาดและเหมาะสมต่อการทำงานของพนักงานทุกคน

2.2 การส่งเสริมความเสมอภาคในสถานที่ทำงาน บริษัทมีการกำหนดนโยบายที่โปร่งใสและเป็นธรรมในการสรรหาบุคลากร โดยมุ่งเน้นการไม่เลือกปฏิบัติในด้านเพศ เชื้อชาติ หรือสัญชาติ และให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกคนผ่านกระบวนการประเมินผลและจัดทำดัชนีชี้วัด (KPI) ที่ครอบคลุมทุกส่วนงาน เพื่อเสริมสร้างการเติบโตและความก้าวหน้าในอาชีพอย่างเท่าเทียมและยั่งยืน

2.3 การมีส่วนร่วมกับชุมชน บริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับสังคม ผ่านกิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility) ที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องทุกปี มุ่งหวังให้การช่วยเหลือเพื่อความยั่งยืนและสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน โดยไม่เพียงแต่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม แต่ยังเป็นการส่งเสริมให้พนักงานและทุกคนที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันในการดำเนินงานอย่างเต็มที่ในทุกกิจกรรม CSR ที่ได้ดำเนินการ จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนร่วมกันทำงานเพื่อสังคมที่ดีขึ้น และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่าในอนาคต

3. มาตรการด้านการกำกับดูแล (Governance Measures)

3.1 การตั้งคณะกรรมการความยั่งยืน บริษัทได้มีการตั้งคณะกรรมการความยั่งยืนในวันที่ 13 ธันวาคม 2565 มีคณะกรรมการจำนวน 3 ท่าน โดยรายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัท พอสรุปได้ดังนี้

3.1.1 พิจารณาทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ สำหรับบริษัทจดทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยปราศจากผลประโยชน์ทับซ้อน ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้มีประสิทธิภาพ

3.1.2 พิจารณาทบทวนนโยบายความรับผิดชอบต่อแผนการปฏิบัติด้านความยั่งยืน เกี่ยวกับ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องเชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

3.1.3 พิจารณาทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ในการดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมาย และการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการแสดงเจตนา รมย์ และความมุ่งมั่นในการต่อต้านการคอร์รัปชัน ทุกรูปแบบ

3.2 การสร้างนโยบายความยั่งยืนที่ชัดเจน บริษัท มีนโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนโดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักธรรมาภิบาล และหลักจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยให้ความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยตระหนักและเชื่อมั่นว่าจะเป็นการพัฒนาทำให้เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีขึ้นในทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง ซึ่งจะส่งผลให้การทำธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างมั่นคงและยั่งยืนดังนี้

- 3.2.1 การดำรงธุรกิจด้วยความเป็นธรรมโปร่งใสตรวจสอบได้
- 3.2.2 เคารพสิทธิมนุษยชน
- 3.2.3 รับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- 3.2.4 รับผิดชอบต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- 3.2.5 รับผิดชอบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย

4. มาตรการด้านการจัดการความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Management Measures)

4.1 การกระจายแหล่งที่มาของซัพพลายเออร์: เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตหรือซัพพลายเออร์เพียงแหล่งเดียว บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทถุงนอนและถุงเท้า ซึ่งได้รับการผลิตจากบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าเหล่านี้อย่างครบวงจร โดยมีมูลค่าการซื้อขายสินค้าเป็นจำนวน 264.22 ล้านบาท สำหรับสินค้าอื่นๆ บริษัทมีซัพพลายเออร์รองรับจำนวน 32 ราย มีมูลค่าการซื้อขายสินค้าเป็นจำนวน 111.30 ล้านบาท ซึ่งพร้อมที่จะจัดหาสินค้าในหลากหลายประเภทให้กับบริษัทตามความต้องการ.

4.2 การจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาและนวัตกรรมใหม่: บริษัทมีพัฒนาบุคลากรในการอบรมและการจัดทำ action Plan ในการติดตามผลงาน ฝ่ายผลิตภัณฑ์การเสริมสร้างการใช้วัสดุที่ยั่งยืนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นกลุ่มเส้นใยในลอนรีไซเคิล (Recycled Nylon), เส้นใยโพลีเอสเตอร์รีไซเคิล (Recycled Polyester), และเส้นใยจากพืช (Plant-based Fibers)

ความเสี่ยงที่ 3 ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี
- ธุรกิจของคู่ค้าหรือผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน
- การแข่งขัน / การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง / การเข้ามา

ดำเนินธุรกิจได้โดยง่ายของผู้

ค้ารายใหม่

- ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัทในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอและมีบริษัทร่วมด้านการผลิต อาจเผชิญกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานความสามารถในการแข่งขัน และการเติบโตของบริษัทในระยะยาว โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดและแนวโน้มผู้บริโภค

- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค:
พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะความนิยมในสินค้าแฟชั่นและรูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนไปตามกระแส หากบริษัทไม่สามารถติดตามและตอบสนองต่อแนวโน้มดังกล่าวได้อย่างทันทั่วทั้งที่ อาจส่งผลให้เกิดปัญหาสินค้าคงคลังล้นมือหรือไม่เป็นที่ต้องการของตลาด
- ความต้องการสินค้าที่มีความยั่งยืนเพิ่มขึ้น:
ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น บริษัทอาจจำเป็นต้องลงทุนเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วัสดุ และกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทติดตามข้อมูลตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด พัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับแนวโน้ม และบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความเสี่ยงจากปัจจัยด้านเทคโนโลยี

- การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี:
การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เช่น เทคโนโลยีการผลิต ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า และแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ อาจทำให้บริษัทต้อง
เร่งปรับตัวเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน
- การนำระบบอัตโนมัติมาใช้:
การลงทุนในระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีดิจิทัล อาจก่อให้เกิดภาระต้นทุนในการลงทุนและการพัฒนาทักษะบุคลากร

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการวางแผนการลงทุนด้านเทคโนโลยีอย่างรอบคอบ ประเมินความคุ้มค่า และพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สามารถรองรับการ
เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม

3. ความเสี่ยงจากห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Risks)

- การขาดแคลนวัตถุดิบ:
การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลก รวมถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม อาจส่งผลให้วัตถุดิบมีปริมาณจำกัดหรือมีราคาสูงขึ้น
- ปัญหาด้านการขนส่งและโลจิสติกส์:
เหตุการณ์ที่อยู่นอกเหนือการควบคุม เช่น ความขัดแย้งทางการเมือง โรคระบาด หรือข้อจำกัดด้านการขนส่ง อาจส่งผลให้เกิดความล่าช้า
และต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบ วางแผนสำรองด้านโลจิสติกส์ และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและนโยบาย

- กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม:
การออกกฎหมายหรือมาตรฐานใหม่ที่เข้มงวดมากขึ้น อาจส่งผลให้บริษัทต้องปรับปรุงกระบวนการผลิตและเพิ่มต้นทุนในการดำเนินงาน
- ข้อกำหนดทางการค้าระหว่างประเทศ:
การเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้า อัตราภาษี หรือมาตรการกีดกันทางการค้า อาจส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าและความสามารถในการ
ขยายตลาด

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทติดตามกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง และปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับข้อกำหนด

5. ความเสี่ยงจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ

- ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน:
ความผันผวนของเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค และทำให้ความต้องการสินค้าเปลี่ยนแปลง
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน:
การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการนำเข้าและการตั้งราคาสินค้า

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการติดตามภาวะเศรษฐกิจและบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงปรับกลยุทธ์ด้านราคาให้เหมาะสม

6. ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่สูงขึ้น

- การแข่งขันจากผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศ:
การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง โดยเฉพาะผู้ผลิตที่มีต้นทุนต่ำ อาจส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาดและระดับราคาสินค้า
- การแข่งขันจากช่องทางออนไลน์:
การเติบโตของแพลตฟอร์มออนไลน์และการเข้าถึงสินค้าจากต่างประเทศ ทำให้การแข่งขันด้านราคาและบริการมีความเข้มข้นมากขึ้น

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพสินค้า การสร้างความแตกต่างของแบรนด์ และการยกระดับช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์

7. ความเสี่ยงจากสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศและภัยพิบัติ (Geopolitical and Disaster Risks)

สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศและภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท แต่สามารถส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อห่วงโซ่อุปทาน การดำเนินงาน และต้นทุนทางธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.1 ความเสี่ยงจากสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศ (Geopolitical Risks)

ความขัดแย้งทางการเมืองหรือสงครามในระดับภูมิภาคหรือระดับโลก อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก ราคาพลังงาน การขนส่งระหว่างประเทศ และเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทาน

เหตุการณ์ดังกล่าวอาจทำให้เกิด

- การขาดแคลนวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูป
- การปรับตัวสูงขึ้นของต้นทุนพลังงานและค่าขนส่ง
- ความล่าช้าในการนำเข้าและส่งออกสินค้า
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อگردارดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการติดตามสถานการณ์ระหว่างประเทศอย่างใกล้ชิด กระจายแหล่งจัดหาสินค้าและวัตถุดิบ วางแผนสำรองด้านโลจิสติกส์ และบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

7.2 ความเสี่ยงจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Natural Disaster Risks)

ภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น อุทกภัย แผ่นดินไหว พายุ หรือโรคระบาด อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต การขนส่ง และการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมถึงบริษัทรวมและคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

- การหยุดชะงักของการผลิตหรือการดำเนินงาน
- ความเสียหายต่อทรัพย์สินและสินค้า
- ความล่าช้าในการขนส่งและการส่งออกสินค้า
- การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการฟื้นฟูและดำเนินงาน

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน มีการประกันความเสี่ยงที่เหมาะสม และกำหนดแนวทางในการฟื้นฟูการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงการกระจายความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

8. ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ (Pandemic Risks)

การแพร่ระบาดของโรคติดต่อในระดับประเทศหรือระดับโลก อาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งในด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุม

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

- การหยุดชะงักของกระบวนการผลิตและการดำเนินงานของบริษัทหรือบริษัทรวม
- การขาดแคลนแรงงานหรือข้อจำกัดในการปฏิบัติงานของพนักงาน
- ความล่าช้าในห่วงโซ่อุปทานและการขนส่งสินค้า
- การลดลงของกำลังซื้อและความต้องการสินค้าของผู้บริโภค
- การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น ค่าใช้จ่ายด้านสุขอนามัยและมาตรการป้องกันโรค

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน โดยกำหนดมาตรการด้านสุขอนามัยในสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด รวมถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันที่เหมาะสม การปรับรูปแบบการทำงานให้มีความยืดหยุ่น เช่น การทำงานแบบสลับวันหรือการทำงานจากกระยะไกล (Work from Home) ในกรณีที่เหมาะสม

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ผลกระทบจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่สำหรับบริษัทที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ ซึ่งมีผลกระทบที่เกิดขึ้นได้แก่

1. ผลกระทบทางการเงิน

1.1 ต้นทุนที่สูงขึ้น: หากมีการขาดแคลนวัตถุดิบหรือการขึ้นราคาสุดสิ่งทอ จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งอาจลดผลกำไรหรือทำให้ต้องปรับราคาให้สูงขึ้น เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไร

1.2 ค่าใช้จ่ายในการปรับตัว: การลงทุนในการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาด อาจทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมและลดผลกำไรในระยะสั้น

1.3 ปัญหาการขาดทุนจากสินค้าเก่า: หากไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับเทรนด์ใหม่ๆ หรือความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทอาจเผชิญกับการขายสินค้าคงค้างที่ไม่เป็นที่ต้องการ หรือมีราคาไม่สามารถทำกำไรได้

2. ผลกระทบต่อการดำเนินงาน

2.1 การล่าช้าในการผลิตหรือการขนส่ง: ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน เช่น การขาดแคลนวัตถุดิบ การล่าช้าในการขนส่ง หรือข้อจำกัดทางโลจิสติกส์อาจทำให้ไม่สามารถส่งมอบสินค้าตามกำหนดเวลา ส่งผลให้ลูกค้าผิดหวังและอาจเสียลูกค้าไป

2.2 การหยุดชะงักของการผลิต: ปัญหาด้านแรงงานหรือการขาดแคลนทรัพยากรอาจทำให้กระบวนการผลิตล่าช้าหรือหยุดชะงัก และอาจส่งผลกระทบต่อส่งสินค้าล่าช้าหรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ทัน

3. ผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

3.1 การสูญเสียส่วนแบ่งตลาด: การที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับเทรนด์อาจทำให้บริษัทสูญเสียส่วนแบ่งตลาดไปให้กับคู่แข่งที่สามารถปรับตัวได้รวดเร็วกว่า

3.2 ความยากลำบากในการรักษาลูกค้า: หากบริษัทไม่สามารถรักษาคุณภาพสินค้า หรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีพอ อาจทำให้ลูกค้าหันไปหาผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่นที่สามารถให้สินค้าที่ตรงกับความต้องการมากกว่า

4. ผลกระทบด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง

4.1 ชื่อเสียงที่เสื่อมเสีย: การที่บริษัทไม่สามารถจัดหาสินค้าคุณภาพหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามที่ผู้บริโภคต้องการ หรือการที่สินค้าล่าช้า หรือไม่ตรงตามมาตรฐานอาจทำให้เกิดการวิจารณ์ในเชิงลบ และทำให้ชื่อเสียงของบริษัทเสียหาย

4.2 ความไม่พึงพอใจของลูกค้า: ลูกค้าที่ไม่พอใจกับสินค้าหรือบริการอาจเผยแพร่ประสบการณ์ไม่ดีผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งสามารถส่งผลเสียต่อการดึงดูดลูกค้าใหม่และการรักษาลูกค้าเก่า

5. ผลกระทบทางกฎหมายและการปฏิบัติตามข้อกำหนด

5.1 ค่าใช้จ่ายจากการปฏิบัติตามกฎระเบียบใหม่: การมีข้อกำหนดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือการจัดจำหน่ายสินค้าทางด้านสิ่งแวดล้อมหรือด้านแรงงานอาจทำให้บริษัทต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

5.2 การถูกปรับหรือถูกฟ้องร้อง: หากบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อกำหนดใหม่ๆ อาจเสี่ยงต่อการถูกปรับหรือฟ้องร้อง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายและภาพลักษณ์ของบริษัท

6. ผลกระทบต่อการขยายตลาดในต่างประเทศ

6.1 การจำกัดการเข้าถึงตลาด: หากมีการเปลี่ยนแปลงในนโยบายการค้าระหว่างประเทศ หรือการเพิ่มขึ้นของภาษีและค่าธรรมเนียมการนำเข้าส่งออก บริษัทอาจประสบปัญหาในการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ หรือการขยายตลาดในประเทศที่มีข้อจำกัดการค้าหรือภาษีสูง

6.2 ความไม่แน่นอนทางการค้า: ความไม่แน่นอนทางการเมืองหรือเศรษฐกิจในบางประเทศอาจทำให้บริษัทต้องพิจารณาการขยายตลาดหรือลดการลงทุนในตลาดเหล่านั้น

มาตรการจัดการความเสี่ยง

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดแนวทางในการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมทั้งการป้องกัน (Risk Avoidance) และการลดผลกระทบของความเสี่ยง (Risk Mitigation) ดังนี้

1.1 การป้องกันความเสี่ยง (Risk Avoidance)

• การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการลงทุนที่ไม่จำเป็น

บริษัทมีนโยบายบริหารจัดการการลงทุนอย่างระมัดระวัง โดยหลีกเลี่ยงการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความผันผวนสูงหรือมีความไม่แน่นอน ในปี 2567 บริษัทได้ตัดสินใจลดการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยง และเลือกลงทุนในทองคำแท่งขนาด 1 กิโลกรัม มูลค่ารวม 2.31 ล้านบาท ซึ่ง ณ วันสิ้นปีมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 2.82 ล้านบาท

การลงทุนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษามูลค่าเงินลงทุน ลดความเสี่ยงจากความผันผวนของตลาด และเสริมสร้างเสถียรภาพทางการเงินของบริษัทในระยะยาว

• การเลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน

บริษัทได้ลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสินค้า โดยการจัดหาเครื่องยิงบาร์โค้ด (Barcode Scanner) และพัฒนาระบบโปรแกรมที่สามารถเชื่อมต่อและทำงานร่วมกับระบบบัญชี SAP ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ ช่วยเพิ่มความถูกต้องและรวดเร็วในการตรวจนับสินค้า ลดความผิดพลาดจากการปฏิบัติงานด้วยมือ และสามารถติดตามสถานะสินค้าได้แบบเรียลไทม์ นอกจากนี้ ยังช่วยให้การบันทึกข้อมูลการเคลื่อนไหวของสินค้าเป็นไปอย่างเป็นระบบ สนับสนุนการบริหารจัดการคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 การลดผลกระทบของความเสี่ยง (Risk Mitigation)

• การติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีการติดตามข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มแฟชั่น และความต้องการของตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์สินค้าและการตลาดได้อย่างทันท่วงที

• การบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมีการวางแผนการสั่งซื้อและการกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อลดความเสี่ยงจากสินค้าล้าสมัยหรือคงค้างในคลังสินค้า

• การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มความยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย

2. การลดความเสี่ยง (Risk Reduction)

2.1 การปรับกระบวนการผลิตของบริษัทซึ่งเป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าการนำเครื่องจักรทันสมัยเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าประเภท Seamless Bonding เป็น เทคโนโลยีการตัดเย็บแบบไร้ตะเข็บ มอบความสบายขณะสวมใส่และเพิ่มความกระชับอย่างไร้รอยต่อ สร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

2.2 การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงาน: การอบรมพนักงานให้มีความรู้และทักษะในทุกด้านปี 68 มีการฝึกอบรมแบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่ อบรมจากสถาบันฝีมือแรงงาน 13 กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 4 ครั้ง มีพนักงานเข้าอบรม 160 คน และอบรมภายในบริษัท มีจำนวน 4 ครั้ง มีพนักงานเข้าอบรม 99 คน

2.3 การปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน: การวางแผนห่วงโซ่อุปทานอย่างรอบคอบเพื่อให้สามารถจัดการกับความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบหรือปัญหาการขนส่งได้ เช่น การหาผู้จัดหาวัตถุดิบ มีจำนวน 32 ราย เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาหากแหล่งใดแหล่งหนึ่งมีปัญหา

3. การถ่ายโอนความเสี่ยง (Risk Transfer)

3.1 การซื้อประกัน: การทำประกันภัยเพื่อคุ้มครองบริษัทจากความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้เพื่อรักษาความมั่นคงและความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทได้ดำเนินการประกันภัยครอบคลุมหลายด้าน เช่น การประกันภัยการจัดส่งสินค้าทางทะเลหรือทางอากาศไปต่างประเทศ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดในการขนส่งสินค้า, การประกันภัยอุบัติเหตุพนักงานในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันระหว่างการเดินทางเพื่อธุรกิจ และการประกันทรัพย์สินของบริษัทเพื่อคุ้มครองสินทรัพย์ทั้งสินจากความเสี่ยงต่างๆ การลงทุนในค่าเบี้ยประกันภัยสำหรับปี 68 รวมเป็นจำนวน 1.19 ล้านบาทนี้ จึงเป็นการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและปลอดภัยในทุกสถานการณ์

3.2 การใช้สัญญาที่มีข้อกำหนดชัดเจน: การทำสัญญาการขนส่งสินค้ากับผู้ให้บริการขนส่งจำนวน 3 ราย เป็นการเสริมความมั่นใจในกระบวนการจัดส่งสินค้าให้มีความราบรื่นและปลอดภัย สัญญาดังกล่าวได้ถูกจัดทำขึ้นเพื่อให้การขนส่งสินค้าของบริษัทเกิดความคล่องตัวในด้านเวลาและความปลอดภัย รวมถึงการลดความเสี่ยงจากการขนส่งที่อาจเกิดขึ้น การเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่มีความน่าเชื่อถือทั้งสองรายจึงเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและบริษัทในการรักษามาตรฐานการบริการที่ดีที่สุด

4. การยอมรับความเสี่ยง (Risk Acceptance)

บริษัทตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงในบางระดับที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ทั้งหมด จึงกำหนดแนวทางการยอมรับความเสี่ยง (Risk Acceptance) ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ควบคู่กับความสามารถในการบริหารจัดการและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ดังนี้

4.1 การยอมรับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม

บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแล ประเมิน และติดตามความเสี่ยงในทุกมิติขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (Enterprise Risk Assessment) และจัดระดับความเสี่ยงตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยพบว่า

- ความเสี่ยงระดับต่ำที่อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ จำนวน 33 หัวข้อ
 - ความเสี่ยงระดับปานกลางที่อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ จำนวน 23 หัวข้อ
 - ความเสี่ยงระดับสูงที่อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ จำนวน 23 หัวข้อ
- รวมทั้งสิ้น 79 หัวข้อ

การยอมรับความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ภายใต้การพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงโอกาสเกิดและผลกระทบของความเสี่ยง รวมถึงความสามารถของบริษัทในการควบคุมและบริหารจัดการ เพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ไม่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

4.2 การจัดเตรียมแผนสำรองและแผนรองรับความเสี่ยง

แม้บริษัทจะยอมรับความเสี่ยงบางประการ แต่ได้มีการกำหนดมาตรการรองรับอย่างเหมาะสม โดยจัดทำแผนสำรอง (Contingency Plan) และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) ให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ของแต่ละหน่วยงาน แผนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และสนับสนุนให้การดำเนินงานของบริษัทสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

5. การตรวจสอบและติดตามความเสี่ยง (Risk Monitoring and Review)

บริษัทให้ความสำคัญกับการติดตาม ตรวจสอบ และทบทวนการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทั้งภายในและภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรักษาระดับความเสี่ยงให้อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

5.1 การติดตามความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทได้แต่งตั้งหน่วยงานหรือทีมงานที่รับผิดชอบด้านการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ประเมิน และวิเคราะห์สถานการณ์ความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบด้าน

การติดตามดังกล่าวครอบคลุมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ แนวโน้มตลาด เทคโนโลยี กฎหมาย และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้บริษัทสามารถระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันทั่วถึง และดำเนินมาตรการรองรับได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

5.2 การทบทวนและปรับปรุงแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำกับดูแลและทบทวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยมีการประชุมอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อประเมินประสิทธิภาพของมาตรการบริหารความเสี่ยง และปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงครอบคลุมความเสี่ยงหลัก 8 ด้าน ได้แก่

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
4. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ (Compliance Risk)
5. ความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health Risk)
6. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Risk)
7. ความเสี่ยงด้านชุมชนและสังคม (Community Risk)
8. ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง (Image and Reputation Risk)

การทบทวนดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถปรับปรุงกระบวนการบริหารความเสี่ยงให้มีความเหมาะสม ครอบคลุม และสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน รวมถึงสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ความเสี่ยงที่ 4 พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค
- ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยง พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า/ผู้บริโภค

ลักษณะความเสี่ยงพฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้าสำหรับธุรกิจที่เป็นผู้จำหน่ายสิ่งของมีดังต่อไปนี้ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้า

1.1 การปรับตัวตามแฟชั่นและแนวโน้มตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์จำพวก เสื้อผ้า หรือถุงเท้า หากไม่ดีไซน์ทันสมัยจะส่งผลกระทบต่อยอดขายลดลง 10-20 %

1.2 ความต้องการผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม: สินค้าหลักของบริษัทประกอบด้วยถุงนอนและถุงเท้า ซึ่งหากความนิยมในสินค้ากลุ่มนี้ลดลง ย่อมส่งผลกระทบต่อยอดขายและกำไรจากการดำเนินงาน ทำให้ผลประกอบการโดยรวมของบริษัทลดลงตามไปด้วย

2. ความเสี่ยงจากพฤติกรรมการซื้อขายของลูกค้า

2.1 การซื้อที่ไม่คงที่: ในช่วงเวลาหนึ่ง ลูกค้าได้ทำการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมาก ก่อนที่จะลดลงในช่วงถัดมา ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนในการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าตลอดทั้งปี 2568 บริษัทมียอดการซื้อสินค้ารวมทั้งสิ้น 375.52 ล้านบาท มีความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าส่งผลต่อสต็อกสินค้าเพิ่มขึ้นและเงินสดลดลง

2.2 การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมในการเลือกซื้อ: เช่น การเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์หรือจากแหล่งอื่นที่มีราคาถูกกว่าหรือมีความสะดวกสบายมากกว่า ส่งผลต่อการขายระบบออฟไลน์ปี 2568 มียอดการขายจำนวน 395.72 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 80.02 %

2.3 การคาดหวังราคาที่ต่ำลง: ลูกค้ามีความคาดหวังราคาที่ต่ำลง เนื่องจากการแข่งขันที่สูงจากผู้จัดจำหน่ายหลายราย ส่งผลกระทบต่อยอดการขายลดลง โดยในปี 2568 มียอดการขายลดลงจากปี 2567 จำนวน 8.05 ล้านบาท คิดเป็น 1.60 %

3. ความเสี่ยงจากการรับประกันคุณภาพ

3.1 ความต้องการคุณภาพที่สูงขึ้น: ลูกค้ามีความคาดหวังในสินค้าที่มีคุณภาพสูง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้บริษัทต้องลงทุนร่วมกับโรงงานผู้ผลิตในการปรับกระบวนการผลิต โดยมีต้นทุนที่สูงขึ้นเพื่อรองรับมาตรฐานที่ลูกค้าต้องการ ในปี ที่ผ่าน โรงงานผู้ผลิตซึ่งเป็นบริษัทร่วมเริ่มทยอยส่งเครื่องจักรใหม่ประเภทการตัดเย็บแบบไร้ตะเข็บ (Seamless Bonding) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการผลิตให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่มีการแข่งขันสูงขึ้น

3.2 การตอบสนองต่อลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ: หากสินค้ามีปัญหาด้านคุณภาพ หรือไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทและความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งผลต่อความนิยมในแบรนด์เซอร์ลอนลดลง

4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ

4.1 ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ: เช่น การลดลงของกำลังซื้อของลูกค้าในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ หรือปัญหาทางการเงินที่อาจทำให้ลูกค้าไม่สามารถชำระเงินได้ตามกำหนด ลูกหนี้การค้าคงเหลือในวันสิ้นปี 2568 มีจำนวน 99.03 ล้านบาทลดลงจากปี 2567 จำนวน 1.82 ล้านบาท

4.2 ความผันผวนของค่าเงิน: การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินอาจส่งผลกระทบต่อราคาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

5. ความเสี่ยงจากการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน

5.1 การขาดแคลนวัสดุหรือการจัดหาวัตถุดิบ: หากซัพพลายเออร์มีปัญหาหรือการจัดหาวัตถุดิบไม่ได้ตามเวลา อาจทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าลดลง

5.2 การขนส่งสินค้าไม่ตรงเวลา: ความล่าช้าหรือปัญหาที่เกิดจากการขนส่งสินค้าทำให้ลูกค้าไม่พอใจและสูญเสียความเชื่อมั่นส่งผลต่อยอดการขายลดลง

6 การตลาดและการสร้างแบรนด์

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าสิ่งทอและสินค้าแฟชั่น ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดมีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ความเสี่ยงด้านการตลาดและการแข่งขันอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการสร้างรายได้และส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 ความเสี่ยงจากการไม่เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย

บริษัทมีการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้หลายแบรนด์ โดยบางแบรนด์มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม หากการวางกลยุทธ์ด้านการตลาด การสื่อสารแบรนด์ หรือการโฆษณา ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรม ความต้องการ และไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย อาจส่งผลให้ไม่สามารถสร้างการรับรู้และการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค

ตัวอย่างเช่น แบรนด์ Cara, Goldenlegs, Dansmate และ Sanremo ซึ่งมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ หากไม่สามารถสื่อสารคุณค่าของสินค้า (Value Proposition) และภาพลักษณ์แบรนด์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อาจทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และส่งผลให้เกิดสินค้าคงค้างในระบบ

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Insight) การวิเคราะห์ข้อมูลตลาด และการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการใช้ช่องทางดิจิทัลและโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในตลาด

อุตสาหกรรมสิ่งทอและสินค้าแฟชั่นมีการแข่งขันที่สูง ทั้งจากผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการเติบโตของช่องทางออนไลน์ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและเปรียบเทียบราคาได้ง่ายขึ้น

หากบริษัทไม่สามารถพัฒนาและสร้างความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiation) หรือปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ทันต่อการแข่งขัน อาจส่งผลให้แบรนด์ของบริษัทถูกลดความน่าสนใจและสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด

ตัวอย่างเช่น การปรับลดกลุ่มสินค้าของบางแบรนด์ misasa ที่ลดการจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และมุ่งเน้นเฉพาะสินค้าบางประเภท อาจสะท้อนถึงแรงกดดันจากการแข่งขันและความจำเป็นในการปรับตัวของธุรกิจ

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์ การสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ การบริหารพอร์ตสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด รวมถึงการปรับกลยุทธ์ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ผลกระทบจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งทอสามารถมีผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อธุรกิจได้ ดังนี้

1. ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้า

1.1 การขาดทุน: หากเกิดความเสี่ยงในด้านความต้องการของลูกค้าลดลง หรือการลดลงของอุปสงค์ (เช่น ความต้องการสินค้าลดลงเนื่องจากเทรนด์ที่เปลี่ยนไป) อาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

1.2 ยอดการขายลดลงรายได้โดยรวมของบริษัทลดลง ส่งผลให้บริษัทต้องปรับลดแผนการลงทุนหรือแผนขยายธุรกิจในอนาคต เนื่องจากขาดแคลนเงินทุนในการพัฒนาหรือขยายตลาดใหม่ได้

2. ผลกระทบต่อสินค้าคงคลัง

2.1 การสั่งซื้อสินค้าที่ไม่คงที่มีผลกระทบโดยตรงต่อสินค้าคงคลัง ทั้งในแง่ของการขาดแคลนและการเกินจำนวน ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อมูลค่าการสั่งซื้อในปี 2568 ที่มีมูลค่ารวม 346.23 ล้านบาท หากการสั่งซื้อไม่สอดคล้องกับยอดการขายที่ลดลง จะทำให้สินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น และส่งผลให้สภาพคล่องทางการเงินลดลง เนื่องจากมีการซื้อมากกว่าการขาย จึงเป็นการสร้างภาระที่อาจกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

2.2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อระบบการขายออฟไลน์ในอนาคต ซึ่งในปี 2568 ยอดการขายออฟไลน์ของบริษัทอยู่ที่ 395.72 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 80.02% ของยอดขายรวมทั้งหมด ส่งผลให้บริษัทต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษายอดขายในช่องทางออฟไลน์ การที่บริษัทพึ่งพาช่องทางการขายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมถึงการคำสั่งผ่านร้านค้าโมเดิร์นเทรดและยี่สิบห้าปี ทำให้ลดขนาดของการขายในช่องทางเหล่านี้เป็นไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในยุคที่ผู้บริโภคหันมาพึ่งพาการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์มากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่บริษัทต้องปรับกลยุทธ์การขายเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการบริโภคนี้ในอนาคต.

3. ผลกระทบจากการรับประกันคุณภาพสินค้า

3.1 ผลกระทบจากการไม่มีการรับประกันสินค้าต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า : หากบริษัทไม่มีการรับประกันสินค้าหรือไม่มีนโยบายการรับประกันสินค้า อาจส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าตัดสินใจงดการสั่งซื้อหรือไปเลือกซื้อสินค้าจากคู่แข่งที่มีนโยบายรับประกันและรับประกันสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การไม่มีการรับประกันสินค้าจึงอาจเป็นอุปสรรคในการรักษาสถานะลูกค้าและลดความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้

3.2 การสูญเสียลูกค้าประจำ: หากไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในด้านคุณภาพสินค้า ราคา และชื่อเสียงของแบรนด์ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่สำคัญในการสูญเสียความไว้วางใจจากลูกค้า ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าประจำเลือกไปใช้สินค้าจากคู่แข่งแทน ส่งผลให้บริษัทเสียโอกาสในการรักษาสถานะลูกค้าและอาจทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์เสื่อมลงได้ในระยะยาว

4. ผลกระทบต่อภาพลักษณ์และแบรนด์

4.1 ลดความน่าเชื่อถือในตลาด: หากธุรกิจไม่สามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า หรือปัญหาคุณภาพสินค้า ลูกค้าอาจสูญเสียความเชื่อมั่นและไม่ไว้วางใจในแบรนด์นั้น

4.2 การเสื่อมเสียชื่อเสียง: ปัญหาด้านการบริการหลังการขายหรือการตอบสนองที่ไม่ดีอาจทำให้ชื่อเสียงของแบรนด์เสื่อมโทรม ส่งผลให้สูญเสียลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่า

5. ผลกระทบทางการแข่งขัน

5.1 การแข่งขันที่สูงขึ้น: หากธุรกิจไม่สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดหรือไม่สามารถรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้ดี อาจทำให้คู่แข่งที่สามารถจัดการกับความเสี่ยงได้ดีกว่าเข้ามาครองส่วนแบ่งตลาด

5.2 การสูญเสียส่วนแบ่งตลาด: หากธุรกิจไม่สามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือไม่สามารถปรับตัวเข้ากับแนวโน้มตลาดใหม่ๆ ได้อาจทำให้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับคู่แข่ง

6. ผลกระทบต่อการเติบโตในระยะยาว

6.1 ลดโอกาสในการขยายธุรกิจ: ความเสี่ยงที่ไม่สามารถจัดการได้อาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถลงทุนในโอกาสใหม่ๆ หรือขยายการดำเนินงานไปสู่ตลาดใหม่ๆ ได้ เนื่องจากขาดความมั่นคงทางการเงินหรือทรัพยากร

6.2 ความเสี่ยงจากการขาดนวัตกรรม: หากธุรกิจไม่สามารถตอบสนองต่อเทรนด์แฟชั่นใหม่ๆ หรือไม่สามารถปรับตัวในด้านเทคโนโลยี อาจทำให้ไม่สามารถเติบโตและแข่งขันในตลาดได้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยงในธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าสามารถทำได้หลายวิธีเพื่อลดผลกระทบจากความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งมีมาตรการที่สามารถใช้ได้ดังนี้:

1. การวางแผนล่วงหน้าและการคาดการณ์ความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการวางแผนล่วงหน้าและการคาดการณ์ความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยนำข้อมูลเชิงวิเคราะห์และการจัดทำแผนธุรกิจมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังนี้

1.1 การวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มตลาด

บริษัทนำข้อมูลจากระบบบริหารทรัพยากรองค์กร (SAP) มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการขายของสินค้าแต่ละรหัส (SKU) อย่างเป็นระบบ โดยมีการคัดเลือกสินค้าที่มียอดขายสูงสุด 100 อันดับในแต่ละประเภทสินค้าและกลุ่มลูกค้า เพื่อนำมาศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาใช้ในการคาดการณ์ยอดขายในอนาคต วางแผนการจัดซื้อและบริหารสินค้าคงคลัง รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การจัดทำสื่อโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการเปรียบเทียบข้อมูลสินค้ากับคู่แข่งในตลาด (Benchmarking) เพื่อประเมินความสามารถในการแข่งขัน และปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพตลาดอย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของอุปสงค์และการเปลี่ยนแปลงของตลาด

1.2 การจัดทำแผนธุรกิจระยะยาว (Business Plan)

บริษัทมีการจัดทำแผนธุรกิจระยะยาว (Business Plan) เพื่อกำหนดทิศทางการทำงานและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โดยครอบคลุม 4 มิติหลักดังนี้

1. มิติด้านการเงิน (Financial):

การวางแผนและควบคุมงบประมาณ โดยมีการจัดทำรายงานเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายจริงกับงบประมาณ (Budget vs Actual) เพื่อควบคุมต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร

2. มิติด้านลูกค้าและตลาด (Customer/Market):

การพัฒนาคุณภาพการบริการ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และการขยายตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

3. มิติด้านการดำเนินงาน (Operations):

การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยจัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedures: SOP) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในการดำเนินงาน

4. มิติด้านศักยภาพองค์กร (Capability):

การพัฒนาทักษะของบุคลากร โดยเฉพาะทักษะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล (Analytical Skills) และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนการเติบโตขององค์กรในระยะยาว

2. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

2.1 การมีผู้จำหน่ายหลายราย บริษัทมีบริษัทร่วมที่ทำหน้าที่เป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าที่เป็นของบริษัทเอง นอกจากนี้ยังมีผู้จำหน่ายสินค้าภายนอกอีกจำนวน 32 ราย ที่ร่วมในการจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้าของบริษัท

2.2 การตรวจสอบและประเมินซัพพลายเออร์: ตรวจสอบประสิทธิภาพและความสามารถของซัพพลายเออร์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่ามีการส่งมอบวัสดุตรงเวลาและมีคุณภาพ

2.3 การเก็บสต็อกที่เหมาะสม: การบริหารสต็อกให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนหรือเก็บสต็อกมากเกินไป

3. การควบคุมคุณภาพ (Quality Control)

3.1 การทดสอบและตรวจสอบคุณภาพสินค้า: บริษัทมีระบบการตรวจสอบคุณภาพที่เข้มงวดในทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าถูกต้องตามมาตรฐานและความคาดหวังของลูกค้า

3.2 การรับประกันคุณภาพ: บริษัทมีการรับประกันสินค้าหรือการคืนเงินในกรณีที่สินค้ามีข้อบกพร่อง เพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้าและป้องกันความเสี่ยงจากการสูญเสียลูกค้า

4. การบริหารจัดการทางการเงิน

4.1 การสำรองเงินทุน: บริษัทมีเงินสดและเงินฝากธนาคารรวมจำนวน 26.31 ล้านบาท และมีวงเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินคงเหลือ 344 ล้านบาท

4.2 การใช้เครื่องมือการป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน (Hedging): บริษัทมีการดำเนินธุรกิจทั้งการนำเข้าและส่งออก โดยการชำระค่าสินค้านำเข้าจะใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ (USD) ในขณะที่การส่งออกสินค้าจะดำเนินการผ่านระบบการชำระเงินแบบ Telegraphic Transfer (T/T) เพื่อความสะดวกและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ

5. การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

5.1 การติดตามเทรนด์เทคโนโลยี บริษัทได้นำเทคโนโลยี Seamless Bonding เป็นเทคโนโลยีการตัดเย็บแบบไร้ตะเข็บและซอฟต์แวร์บางประเภทมาใช้ในการวางแผนและวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการสำรวจข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มและสื่อโฆษณาออนไลน์ต่างๆ เพื่อคอยติดตามและจับกระแสเทรนด์ที่เกิดขึ้นในตลาดอย่างทันทั่วถึง

5.2 การลงทุนในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของบริษัทของเรามุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่มีคุณภาพ แต่ยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน โดยการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ เช่น Recycled Nylon ซึ่งเป็นการนำเส้นใยรีไซเคิลมาใช้ในการผลิต เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนานวัตกรรม UV Protection ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยป้องกันรังสี UV ภายในเนื้อผ้า เพื่อให้ผู้ใช้งานได้รับการปกป้องจากแสงแดด และเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานกลางแจ้ง ผลิตภัณฑ์ของเรายังได้รับการรับรองมาตรฐาน UPF 50+ ซึ่งยืนยันถึงประสิทธิภาพในการปกป้องผิวจากรังสี UV อย่างสูงสุด จึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องความยั่งยืนและการดูแลสุขภาพผิว.

6.1 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า บริษัทมีประสบการณ์ในการให้บริการลูกค้าผ่านทุกช่องทางการจำหน่ายมาเป็นระยะเวลากว่า 60 ปี โดยเป็นพันธมิตรทางการค้าที่ยาวนานในด้านการค้าส่ง ยีบีวี และซาบีวี ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้าได้มอบให้ตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษ

6.2 การกระจายช่องทางการขาย บริษัทมีช่องทางการขายที่ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม ทั้งในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมถึงร้านค้าส่งและปลีกขนาดใหญ่ในระบบโมเดิร์นเทรด รวมถึงร้านค้าบีบีวี ซาบีวี และช่องทางการขายออนไลน์ที่ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างเต็มที่

7. การประกันความเสี่ยง

7.1 การทำประกันภัย บริษัทมีการจัดทำประกันภัยครอบคลุมเพื่อคุ้มครองจากความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้ในปี 2568 บริษัทจ่ายค่าเบี้ยประกันจำนวน 1.18 ล้านบาท

ความเสี่ยงที่ 5 การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

ลักษณะความเสี่ยง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้าจำนวนน้อยในธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้าสิ่งทอสามารถนำมาซึ่งความเสี่ยงหลายประการ ดังนี้:

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

- 1.1 ความเสี่ยงทางการเงิน: หากธุรกิจพึ่งพารายได้จากลูกค้ารายใหญ่เพียงรายเดียวหรือไม่กี่ราย รายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้อาจส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อความมั่นคงทางการเงินของธุรกิจ หากลูกค้ารายใหญ่หยุดซื้อสินค้าหรือเปลี่ยนผู้จัดจำหน่าย
- 1.2 การต่อรองราคาที่ไม่แข็งแรง: ลูกค้ารายใหญ่มักมีอำนาจในการต่อรองราคาหรือเงื่อนไขต่างๆ ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจต้องขายในราคาที่ต่ำกว่าหรือรับเงื่อนไขที่ไม่เป็นประโยชน์
- 1.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้า: หากลูกค้ารายใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะหรือปริมาณการสั่งซื้อ อาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถปรับตัวได้ทันเวลาและสูญเสียรายได้ที่สำคัญ
- 1.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในกลยุทธ์ของลูกค้า: หากลูกค้ารายใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงในกลยุทธ์หรือทิศทางของธุรกิจ อาจทำให้ความต้องการสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายลดลง

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้าจำนวนน้อย

- 2.1.1 ความเสี่ยงจากการกระจายรายได้: หากธุรกิจมีลูกค้าจำนวนน้อย รายได้จะมีความผันผวนสูงจากการเปลี่ยนแปลงในความต้องการสินค้าหรือการตัดสินใจของลูกค้ารายใดรายหนึ่ง
- 2.1.2 การสูญเสียลูกค้าหรือการลดลงของยอดขาย: หากลูกค้าหลักลดการสั่งซื้อหรือเลิกทำธุรกิจกับผู้จัดจำหน่าย อาจทำให้ธุรกิจประสบปัญหาทางการเงินหรือสูญเสียรายได้สำคัญ
- 2.1.3 1. ความยากลำบากในการหาลูกค้าใหม่: หากธุรกิจมีลูกค้าจำนวนน้อย การหาลูกค้าใหม่อาจเป็นเรื่องยาก และหากไม่ได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าหลัก อาจทำให้การขยายฐานลูกค้าเป็นเรื่องท้าทาย

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ผลกระทบจากความเสี่ยงของการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้าจำนวนน้อยในธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้าสิ่งทอสามารถมีผลกระทบหลายด้าน ดังนี้:

1. ผลกระทบทางการเงิน

- 1.1 รายได้ลดลง: หากลูกค้ารายใหญ่หยุดสั่งซื้อสินค้าหรือเปลี่ยนไปใช้ผู้จัดจำหน่ายรายอื่น ธุรกิจอาจสูญเสียรายได้ที่สำคัญ ซึ่งจะส่งผลให้กระแสเงินสดลดลงและอาจประสบปัญหาทางการเงิน
- 1.2 การขาดแคลนทุนหมุนเวียน: การพึ่งพาลูกค้าจำนวนน้อยหรือรายใหญ่ทำให้ธุรกิจอาจไม่สามารถคาดการณ์ยอดขายได้อย่างแน่นอน ส่งผลให้ปัญหาทุนหมุนเวียน หรืออาจทำให้ไม่สามารถวางแผนการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลกระทบต่อความสามารถในการเจรจาและราคาสินค้า

- 2.1 การต่อรองราคาที่ไม่เป็นธรรม: เมื่อลูกค้ารายใหญ่มีอำนาจในการต่อรอง ธุรกิจอาจต้องยอมรับราคาที่ต่ำลง หรือเงื่อนไขที่ไม่เอื้อต่อผลกำไร เช่น การลดราคาหรือการเพิ่มเงื่อนไขที่ไม่เป็นประโยชน์
- 2.2 ขาดความยืดหยุ่นในธุรกิจ: หากพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ ธุรกิจอาจมีข้อจำกัดในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือราคาของสินค้าเนื่องจากต้องรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือรักษาความต้องการของลูกค้า

3. ผลกระทบต่อการขยายฐานลูกค้า

- 3.1 ขาดความหลากหลายของลูกค้า: การพึ่งพาลูกค้าจำนวนน้อยทำให้ธุรกิจอาจไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้มากนัก เนื่องจากการสูญเสียลูกค้าหลักหรือการลดคำสั่งซื้อจะมีผลกระทบใหญ่ต่อธุรกิจ
- 3.2 ความยากลำบากในการหาลูกค้าใหม่: หากธุรกิจไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้ ลูกค้ากลุ่มปัจจุบันอาจไม่เพียงพอต่อการรองรับการเติบโต และอาจทำให้เกิดความเสี่ยงสูงเมื่อมีปัญหาหรือลูกค้าลดการสั่งซื้อ

4. ผลกระทบด้านการจัดการสินค้าคงคลังและการผลิต

- 4.1 การผลิตไม่ตรงตามความต้องการ: การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือจำนวนน้อยอาจทำให้ธุรกิจมีปัญหาในการคาดการณ์ความต้องการสินค้า ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการผลิตสินค้ามากเกินไปหรือน้อยเกินไป
- 4.2 การควบคุมสินค้าคงคลัง: การมีลูกค้าจำนวนน้อยอาจทำให้มีสินค้าคงคลังเหลือเกินหรือขาดแคลนสินค้าในบางช่วงเวลาหากการคาดการณ์ไม่ถูกต้อง

5. ผลกระทบต่อความเสี่ยงทางธุรกิจและความมั่นคง

- 5.1 การเสี่ยงจากการสูญเสียลูกค้า: หากลูกค้ารายใหญ่เปลี่ยนผู้จัดจำหน่ายหรือเกิดปัญหาทางธุรกิจอื่นๆ ธุรกิจอาจสูญเสียรายได้ที่สำคัญอย่างฉับพลัน ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อความมั่นคงของธุรกิจ
- 5.2 การขาดเสถียรภาพ: ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายเดียวหรือลูกค้าจำนวนน้อยทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงสูงในการไม่สามารถรักษาความเสถียรทางการเงินและการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

มาตรการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้าจำนวนน้อยในธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้าสิ่งทอสามารถทำได้หลายวิธี เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ นี่คือการวัดอย่างมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สามารถใช้ได้:

1. การกระจายฐานลูกค้า (Customer Diversification)

บริษัทให้ความสำคัญกับการกระจายฐานลูกค้าเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ และเสริมสร้างโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

1.1 การเพิ่มและกระจายกลุ่มลูกค้า

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าครอบคลุมหลากหลายประเภท และมีฐานลูกค้าคำสั่งที่กระจายอยู่ในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยปัจจุบันบริษัทมีลูกค้ารายใหญ่จำนวน 2 ราย ซึ่งมีสัดส่วนยอดขายรวมคิดเป็นร้อยละ 40.25 ของยอดขายทั้งหมด เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่นี้ และเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจ บริษัทจึงดำเนินกลยุทธ์ในการกระจายฐานลูกค้าคำสั่ง โดยจัดกลุ่มลูกค้าตามลักษณะทางธุรกิจ พฤติกรรมการซื้อ และความต้องการที่คล้ายคลึงกัน (Customer Segmentation) การแบ่งกลุ่มลูกค้าดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้อย่างลึกซึ้ง และนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการกำหนดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การกระจายฐานลูกค้ายังช่วยลดความเสี่ยงด้านรายได้ เพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

1.2 การพัฒนาฐานลูกค้าใหม่ (New Customer Development)

บริษัทมีนโยบายในการขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยกำหนดเป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กร เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ากลุ่มเดิม

ในการดำเนินงาน บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาฐานลูกค้าใหม่ผ่านการวางแผนเชิงรุก โดยกำหนดเป้าหมายการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ในระดับรายเดือนและรายปีให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจ (Business Plan) ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพ โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อระบุโอกาสทางธุรกิจ และพัฒนากลยุทธ์ด้านการขายและการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความเชื่อมั่นในระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการซื้อซ้ำและการเติบโตอย่างต่อเนื่องของฐานลูกค้า

2. การสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับลูกค้า (Customer Relationship Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในทุกกลุ่ม เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมถึงช่วยลดความเสี่ยงจากการสูญเสียลูกค้า โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

2.1 การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Retention)

บริษัทมีนโยบายในการดูแลและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อย โดยมอบหมายให้พนักงานขายเข้าพบและติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอในทุกเดือน เพื่อสร้างความใกล้ชิดและความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทให้ความสำคัญกับการรับฟังข้อเสนอแนะ (Customer Feedback) และนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ อีเมล และแอปพลิเคชันไลน์ รวมถึงการประสานงานผ่านตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม

แนวทางดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการเติบโตของรายได้

2.2 การนำเสนอสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม (Customer-Centric Offering)

บริษัทมีการบริหารจัดการพอร์ตสินค้าโดยการจำแนกประเภทสินค้าให้สอดคล้องกับลักษณะของลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย (Customer Segmentation) เพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

โดยบริษัทได้กำหนดรูปแบบการจัดจำหน่ายและประเภทสินค้าที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มลูกค้าค้าส่ง ร้านค้าปลีก และห้างสรรพสินค้า เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรม การซื้อ และลักษณะการดำเนินธุรกิจของลูกค้าในแต่ละช่องทาง

การดำเนินการดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเฉพาะเจาะจง (Customized Offering) เสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในตลาด

3. การทำสัญญาระยะยาวและเงื่อนไขที่ชัดเจน

3.1 ทำสัญญาระยะยาวกับลูกค้ารายใหญ่ บริษัทได้จัดทำสัญญาความตกลงกับร้านค้าที่มีการสั่งซื้อในปริมาณมาก และมีการจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้ารายใหญ่เป็นหลัก ในขณะที่การทำการค้ากับร้านค้ารายย่อยนั้น บริษัทได้กำหนดเงื่อนไขการค้าผ่านข้อตกลงระหว่างกัน โดยใช้เอกสารการจ่ายเงินเป็นหลักในการดำเนินการ

3.2 กำหนดเงื่อนไขที่ชัดเจน บริษัทมีนโยบายเงื่อนไขการชำระเงิน การส่งสินค้า การให้ส่วนลด และการรับคืนสินค้า

4. การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการจัดการสินค้าคงคลัง

4.1 การคาดการณ์ความต้องการสินค้าดีขึ้น สำหรับร้านค้าส่ง พนักงานขายจะเป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบในการจัดการสต็อกสินค้า รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าตามคำสั่งของลูกค้า โดยมีการตรวจสอบและจัดเตรียมสินค้าให้พร้อมส่งเสมอ ส่วนร้านค้าอื่นๆ หรือบริษัทในเครือ จะมีการจัดการสต็อกแยกต่างหากจากร้านค้าส่ง เพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการสินค้าและการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในแต่ละส่วน

4.2 การบริหารสินค้าคงคลังมีประสิทธิภาพ บริษัทมีการกำหนดมาตรการในการจัดทำข้อมูลสินค้าเพื่อใช้ในการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าให้มีความแม่นยำและเหมาะสมกับความต้องการในอนาคต โดยการรวบรวมข้อมูลจากระบบ SAP รวมทั้งการวิเคราะห์แนวโน้มการขายในแต่ละช่วงเวลา และประเมินปริมาณสินค้าที่จำเป็นต้องมีในคลังสินค้า เพื่อให้สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ล่วงหน้าและรองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา

5. การกระจายแหล่งที่มาในการจัดหาสินค้า

5.1 แหล่งจัดหาสินค้าที่หลากหลาย บริษัทมีบริษัทร่วมที่ทำหน้าที่เป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าที่เป็นของบริษัทเอง นอกจากนี้ยังมีผู้จำหน่ายสินค้าภายนอกอีกจำนวน 32 ราย ที่ร่วมในการจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้าของบริษัท

5.2 พัฒนาความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ บริษัทได้มีความสัมพันธ์ทางการค้ากับพันธมิตรมาตลอดระยะเวลากว่า 60 ปี โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เรามีการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างราบรื่น และไม่เคยมีการผัดนัดในเรื่องการชำระหนี้หรือสัญญาต่างๆ แต่อย่างใด

6. การประกันความเสี่ยงและการใช้เครื่องมือทางการเงิน

6.1 การประกันความเสี่ยงทางธุรกิจ บริษัทได้มีการจัดทำสัญญาประกันความเสี่ยงในด้านการขนส่งสินค้า

6.2 ใช้เครื่องมือทางการเงิน บริษัทมีการทำอเดอรัลวงหน้าในระยะเวลา 6-12 เดือน เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตและการจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรองรับความต้องการของลูกค้าในอนาคต

7. การตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ

7.1 การประเมินความเสี่ยงเป็นประจำ บริษัทมีความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับร้านค้าผ่านพนักงานที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลและติดตามความเคลื่อนไหวของร้านค้าส่ง โดยพนักงานเหล่านี้จะออกเดินทางไปเยี่ยมเยียนร้านค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาความสัมพันธ์และเสริมสร้างความร่วมมือที่ดีระหว่างกัน

7.2 การใช้เทคโนโลยีในการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลบริษัทได้ดำเนินการพัฒนาระบบการควบคุมและติดตามผลการซื้อสินค้ารวมถึงการรับคืนสินค้าผ่านเครื่องมือ Google ฟอรัม เพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลและตรวจสอบกระบวนการต่าง ๆ ให้มีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. การวางแผนฉุกเฉิน

8.1 การสร้างแผนการฟื้นฟูธุรกิจ บริษัทได้วางแผนการดำเนินงานภายใต้แผนธุรกิจที่ครอบคลุม 4 มิติหลักในการบริหาร ซึ่งแต่ละมิติถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนและขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีมิติเหล่านี้ประกอบด้วย:

8.1.1 มิติด้านการเงิน (Financial): การวางกลยุทธ์ทางการเงินที่มั่นคง เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินและสนับสนุนการเติบโตในระยะยาว

8.1.2 มิติด้านลูกค้าและการตลาด (Customer/Market): การมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและพัฒนาแนวทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและขยายฐานลูกค้า

8.1.3 มิติด้านการปฏิบัติการ (Internal Operations): การปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

8.1.4 มิติด้านศักยภาพของพนักงานและระบบงาน (Capability): การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากร รวมถึงการพัฒนาระบบงานที่รองรับการเติบโตและการเปลี่ยนแปลงขององค์กร

ความเสี่ยงที่ 6 การเกิดสินค้าล้าสมัย

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- การเกิดสินค้าล้าสมัย

ลักษณะความเสี่ยง

การเกิดสินค้าล้าสมัยของบริษัทซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าสิ่งทอสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย ซึ่งอาจทำให้สินค้าที่เคยได้รับความนิยมในอดีตไม่เป็นที่ต้องการในปัจจุบันหรือมีการเปลี่ยนแปลงในตลาดโดยไม่สามารถปรับตัวทัน นี่คือลักษณะและสาเหตุหลักๆ ที่ทำให้สินค้าสิ่งทอล้าสมัยมีดังต่อไปนี้

1. การเปลี่ยนแปลงในแนวโน้มแฟชั่น ตลาดสิ่งทอมีการเปลี่ยนแปลงเร็วมาก โดยเฉพาะในด้านแฟชั่น เสื้อผ้าและสินค้าสิ่งทอที่เคยเป็นที่นิยมอาจหมดความนิยมได้ในเวลาอันสั้น เมื่อดีไซน์หรือสีสันทันตรงกับเทรนด์แฟชั่นที่กำลังมาแรงในช่วงนั้น

2. นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่: การพัฒนานวัตกรรมในวัสดุหรือกระบวนการผลิตอาจทำให้สินค้าสิ่งทอที่มีอยู่ล้าสมัย เช่น กลุ่มสินค้าจำพวกเสื้อผ้า ที่มีคุณสมบัติระบายอากาศดีขึ้น หรือวัสดุที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

3. การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค: พฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลงได้เร็วมาก เช่น การให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีความยั่งยืนหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคอาจหันไปใช้สินค้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิลหรือมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

4. การแข่งขันที่สูงขึ้น: ธุรกิจสิ่งทอมีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งการมีสินค้าที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาหรือไม่สามารถปรับตัวกับแนวโน้มใหม่ๆ ได้ จะทำให้สินค้านั้นล้าสมัยและตกยุค

5. การขาดการวิเคราะห์ตลาดและความต้องการของลูกค้า: หากธุรกิจไม่ทำการสำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าหรือแนวโน้มของตลาดอย่างต่อเนื่อง ก็อาจส่งผลให้สินค้าที่จัดจำหน่ายไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของตลาด ทำให้ล้าสมัย

ผลกระทบจากความเสี่ยง

การที่สินค้าสิ่งทอล้าสมัยมีผลกระทบและความเสี่ยงต่อธุรกิจหลายด้าน ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และภาพลักษณ์ของธุรกิจ ต่อไปนี้คือผลกระทบหลักๆ ที่อาจเกิดขึ้น:

1.ผลกระทบทางการเงิน

- 1.1 การสูญเสียรายได้: เมื่อสินค้าล้าสมัย ไม่สามารถจำหน่ายได้ตามที่คาดหวัง ธุรกิจจะขาดรายได้จากการขายสินค้า อาจทำให้มีสต็อกสินค้าที่ไม่สามารถขายได้สะสมและต้องลดราคาหรือโปรโมชั่นเพื่อเคลียร์สต็อก ซึ่งส่งผลให้รายได้ลดลงในปี 2567 มีสินค้าลดค่าเป็นจำนวน 2.74 ล้านบาท
- 1.2 ต้นทุนที่เพิ่มขึ้น: สินค้าที่ล้าสมัยจะต้องมีการขนส่งหรือเก็บรักษานานขึ้น ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการจัดเก็บสูงขึ้นหรือมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติม มีผลกระทบในปี 2567 มีอัตราต้นทุนขายเพิ่มขึ้น 2.75 %

2.ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์

- 2.1 ลดความเชื่อมั่นของลูกค้า: หากลูกค้าเห็นว่าแบรนด์ไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับเทรนด์หรือการเปลี่ยนแปลงของตลาด เริ่มมีความเชื่อมั่นน้อยลง และอาจเลือกซื้อสินค้าจากคู่แข่งที่มีสินค้าทันสมัยกว่า
- 2.2 ภาพลักษณ์ที่ด้อยลง: สินค้าล้าสมัยอาจทำให้ธุรกิจดูไม่ทันสมัยและไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งอาจส่งผลให้ธุรกิจขาดความน่าสนใจในตลาด

3.ผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับลูกค้า

- 3.1 การสูญเสียลูกค้า: เมื่อสินค้าที่จำหน่ายไม่ตรงกับความต้องการหรือเทรนด์ของตลาด ลูกค้าอาจไปเลือกซื้อสินค้าจากคู่แข่งที่สามารถตอบโจทย์ได้ดีกว่า ทำให้ธุรกิจสูญเสียลูกค้าและฐานลูกค้าก็จะลดลง
- 3.2 การลดความพึงพอใจของลูกค้า: ลูกค้าที่เคยพึงพอใจในสินค้าของธุรกิจจะรู้สึกผิดหวังหากไม่สามารถหาสินค้าทันสมัยที่ตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจสูญเสียการรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าในระยะยาว

4.ผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาด

- 4.1 เสียเปรียบคู่แข่ง: มีผลกระทบต่อการแข่งขันทำให้คู่แข่งที่มีความสามารถในการปรับตัวเร็วและมีสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากกว่า
- 4.2 การลดส่วนแบ่งการตลาด: เมื่อสินค้าล้าสมัยและไม่ได้รับความนิยม มีการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่งที่มีสินค้าที่ทันสมัยและตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีกว่า

5.ผลกระทบต่อการดำเนินงานภายใน

- 5.1 การสูญเสียความสามารถในการจัดการสินค้าคงคลัง: สินค้าที่ล้าสมัยอาจทำให้มีสต็อกเกินความจำเป็น ซึ่งทำให้ธุรกิจต้องใช้เวลาและทรัพยากรในการจัดการสินค้าคงคลังและอาจทำให้เกิดการเสียหาย
- 5.2 การขาดการมองเห็นโอกาส: หากไม่สามารถประเมินแนวโน้มตลาดและความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีผลกระทบต่อกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินการในระยะยาว

6.ผลกระทบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- 6.1 ขาดการพัฒนาและนวัตกรรม: สินค้าล้าสมัยสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถปรับตัวและขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ซึ่งจะทำให้ธุรกิจไม่สามารถสร้างนวัตกรรมที่ทำให้สินค้าต่างๆ ยังคงความน่าสนใจได้
- 6.2 สูญเสียโอกาสทางการตลาด: หากไม่สามารถพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา จะสูญเสียโอกาสในการทำตลาดและขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าล้าสมัยของบริษัทในการทำธุรกิจเป็นผู้จัดทำนโยบายสินค้าสิ่งทอ โดยการใช้มาตรการที่ช่วยลดผลกระทบและเพิ่มความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มและความต้องการของตลาด นี่คือการจัดการที่สำคัญที่ธุรกิจสามารถใช้ในการจัดการความเสี่ยงนี้:

1.การติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่อง

- 1.1 การศึกษาตลาดและผู้บริโภค: บริษัทกำหนดให้ฝ่ายผลิตภัณฑ์สินค้าเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามข่าวสารและเทรนด์ต่างๆ บนโซเชียลมีเดียและสื่อต่างๆ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาด รวมทั้งการนำข้อมูลการขายสินค้าในแต่ละ ITEM GROUP จากระบบ SAP มาใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของสินค้าที่ขายดีและสินค้าที่มีผลการขายไม่ดี เพื่อใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- 1.2 การใช้ข้อมูลเชิงลึก: บริษัทกำหนดให้ฝ่ายขายและฝ่ายผลิตภัณฑ์สินค้าร่วมกันเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติประวัติการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอสินค้าใหม่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.การออกแบบสินค้าตามแนวโน้มและนวัตกรรม

2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าในกลุ่ม ECOWEAR ที่เป็นมิตรทั้งต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะสินค้ากลุ่ม Innerwear ที่ผลิตจากผ้าฝ้ายธรรมชาติผสมเรยอน โดยใช้เนื้อผ้าที่มีส่วนผสมของผ้าฝ้าย 50% และเรยอน 50% ซึ่งคัดสรรเส้นใยสังเคราะห์ที่ย่อยสลายได้ง่ายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การผลิตทั้งหมดได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO 14001 ซึ่งช่วยให้มั่นใจว่าไม่มีการใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง ผ้าเนื้อนุ่มพิเศษ สวมใส่สบาย ให้ความรู้สึกเย็นสบาย และระบายอากาศได้ดี พร้อมทั้งสัมผัสที่ละมุนผิว ในส่วนของผ้าลูกไม้ ได้รับการผลิตขึ้นโดยคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม ด้วยการนำวัสดุเหลือใช้ เช่น พลาสติก มาทำการรีไซเคิลและแปรรูปเป็นผ้าลูกไม้ลายสวยงาม ภายใต้แนวคิด "Made Earth Friendly for The Good of Tomorrow" ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการผลิตที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการลดการใช้น้ำ การใช้พลังงาน การลดขยะมลพิษ รวมถึงการลดการใช้วัตถุพิษใหม่ ผลิตภัณฑ์ในคอลเลกชัน Recycled Lace จากแบรนด์ Cherilon Intimate จึงเป็นทางเลือกที่ช่วยสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างอนาคตที่ดีกว่าให้กับโลกของเรา.

2.2 การออกแบบให้ยืดหยุ่น บริษัทมีสินค้าตามฤดูกาลดังนี้ หน้าหนาว สินค้ากลุ่มถุงน่อง เล็กกิ้งและบอดี้สูทแบรนด์เซอร์ลอน หน้าร้อนสบู่มะขามป้อมและครีมอาบน้ำแบรนด์สครูเฟิลส์บริษัทมีสินค้าที่ตอบโจทย์ตามฤดูกาลอย่างหลากหลาย โดยในช่วงหน้าหนาว เรานำเสนอสินค้ากลุ่มถุงน่อง, เล็กกิ้ง และบอดี้สูทจากแบรนด์เซอร์ลอน ซึ่งออกแบบมาเพื่อความอบอุ่นและความสะดวกสบายในช่วงอากาศหนาวเย็น ส่วนในช่วงหน้าร้อน สินค้าของเราเช่น สบู่มะขามป้อมและครีมอาบน้ำจากแบรนด์สครูเฟิลส์ จะช่วยบำรุงผิวและมอบความสดชื่นให้กับผิวพรรณของคุณในทุกๆ วัน สินค้าแต่ละประเภทของเราถูกคัดสรรมาอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพอากาศและความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละฤดูกาล

3. การจัดการสต็อกสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

3.1การควบคุมสต็อกบริษัทได้ดำเนินการจัดลำดับสินค้าเพื่อขายดี (TOP 100) เพื่อควบคุมการหมุนเวียนสินค้าและการสั่งซื้อสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ลดปัญหาสินค้าค้างสต็อกนาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง โดยแบ่งกลุ่มสินค้าตามสายผลิตภัณฑ์และจำแนกประเภทของสินค้าคงคลังอย่างชัดเจน ผ่านการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดการการเบิกจ่ายและการรับเข้า เพื่อให้กระบวนการมีความถูกต้อง แม่นยำ และดำเนินการได้ทันเวลา นอกจากนี้ยังมีการคัดแยกสินค้าเก่าค้างสต็อก เพื่อลดค่าสินค้าในสต็อก ส่งผลให้สต็อกสินค้าลดลงจากปีที่แล้วจำนวน 13.28 ล้านบาท หรือคิดเป็นการลดลง 4.12%

3.2 การบริหารสต็อกอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทได้จัดลำดับสินค้าที่ขายดี (TOP 100) เพื่อใช้ในการวางแผนการควบคุมสินค้าให้มีความแม่นยำ ซึ่งช่วยให้การวางแผนการสั่งซื้อเป็นไปอย่างเหมาะสม ไม่เกิดปัญหาสินค้าขาดแคลน และมีสินค้าคงคลังในระดับที่สมดุล สำหรับสินค้าที่นำเข้าใหม่ บริษัทได้วางแผนการสั่งซื้อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการขาย พร้อมกำหนดแผนการสั่งซื้อล่วงหน้าเพื่อให้ซัพพลายเออร์สามารถจัดส่งสินค้าให้ทันตามกำหนดเวลา และบริษัทสามารถส่งสินค้าที่นำเข้าใหม่ไปยังลูกค้าได้ทันที เพื่อลดภาระในการเก็บสต็อก ในกรณีสินค้าที่เคลื่อนไหวช้าหรือค้างสต็อกเป็นระยะเวลานาน บริษัทได้ดำเนินการลดราคาจากต้นทุนและนำสินค้าไปขายในราคาที่ถูกลง โดยมักจะนำไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้าของภาครัฐหรือเอกชน ที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย นอกจากนี้ บริษัทได้จัดทำรายงานความเคลื่อนไหวของสินค้าเพื่อติดตามอายุสินค้ารวมถึงเร่งระบายสินค้าค้างสต็อก พร้อมทั้งลดจุดขายในห้างสรรพสินค้าที่ไม่สร้างกำไรและเสริมสร้างจุดขายในพื้นที่ที่สามารถทำกำไรและเพิ่มยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.การนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย

4.1 การนำเสนอสินค้าที่หลากหลายบริษัทมีการนำเสนอสินค้าที่หลากหลายดีไซน์และรูปแบบ เพื่อรองรับความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า การมีสินค้าหลายประเภทสามารถตอบโจทย์และขยายฐานลูกค้าได้กว้างขวางยิ่งขึ้น พร้อมทั้งช่วยเสริมสร้างความหลากหลายและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคทุกกลุ่ม สามารถเข้าเยี่ยมชมสินค้าของเราได้ที่ www.cherilon

4.2การปรับตัวตามฤดูกาล บริษัทจำหน่ายสินค้าตามฤดูกาลและเทศกาลต่าง ๆ ที่หลากหลายและน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นถุงน่องแฟนซีสำหรับการแสดงหรือการจัดกิจกรรมพิเศษ ถุงน่องรับปริญญาในช่วงเทศกาลการรับปริญญา หรือถุงน่องสำหรับผู้ชายในเทศกาลPride Month LGBTQ+ Pride Parades และโอกาสพิเศษอื่น ๆ ที่ต้องการความทันสมัยและโดดเด่น พร้อมทั้งมีสินค้าหลายประเภทให้เลือกตามความต้องการและโอกาสที่ท่านต้องการจะเฉลิมฉลอง หรือตอบสนองความต้องการเฉพาะในช่วงเวลานั้น ๆ เพื่อให้ทุกกิจกรรมและเทศกาลของท่านสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้นสามารถเข้าเยี่ยมชมสินค้าของเราได้ที่ www.cherilon

5. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

5.1การรับฟังและตอบสนองความต้องการของลูกค้า บริษัทมีการส่งตัวแทนฝ่ายขายไปเยี่ยมเยือนและติดต่อร้านค้าต่าง ๆ ในทุกเดือน เพื่อดำเนินการจดคำสั่งซื้อ และร่วมแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น ไลน์ อีเมล และโทรศัพท์ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

5.2 การสร้างความภักดีจากลูกค้า การจัดแคมเปญเพื่อส่งเสริมการขายและส่วนลดสำหรับการสั่งซื้อสินค้าปริมาณมากนั้น ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ช่วยกระตุ้นยอดขายและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยสามารถนำเสนอข้อเสนอที่คุ้มค่าและดึงดูดใจได้ในรูปแบบที่น่าสนใจ

6.การสื่อสารภายในองค์กร

6.1 การประสานงานภายในองค์กร บริษัทมีการพัฒนาสินค้าใหม่และตอบสนองต่อเทรนด์ตลาดอย่างรวดเร็ว การประสานงานระหว่างฝ่ายออกแบบและฝ่ายการตลาดอย่างใกล้ชิดมีความสำคัญอย่างยิ่ง การจัดทำ Business Plan ที่มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างทั้งสองฝ่ายจะช่วยให้การพัฒนาสินค้าใหม่สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

มีปัจจัยความเสี่ยงต่อการลงทุนของ : ไม่มี

ผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์หรือไม่

2.2.3 ความเสี่ยงต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเทศ (กรณีผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์เป็นบริษัทต่างประเทศ)

มีปัจจัยความเสี่ยงต่อการลงทุน ในหลักทรัพย์ต่างประเทศของบริษัท : ไม่มี

หรือไม่

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

นโยบายด้านความยั่งยืน

นโยบายด้านความยั่งยืน : มี

ภาพรวมนโยบายด้านความยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) หลักธรรมาภิบาล และจริยธรรมในการดำเนินงาน ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส และความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การดูแลสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้สามารถสร้างคุณค่าในระยะยาวให้กับองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืน โดยครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (Environmental, Social and Governance: ESG) ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติและหลักเกณฑ์การรายงานด้านความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการดำเนินงาน การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

ในด้านสังคม บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานอย่างเป็นธรรม การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การคุ้มครองสิทธิแรงงาน รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า คู่ค้า และชุมชน โดยมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ในด้านการกำกับดูแลกิจการ บริษัทดำเนินงานภายใต้หลักความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคม และการตรวจสอบได้ โดยมีการกำหนดนโยบายและกระบวนการควบคุมภายในที่เหมาะสม เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม

บริษัทมุ่งมั่นที่จะบูรณาการหลักการด้านความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินงานในทุกระดับขององค์กร พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถติดตามและประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อสร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนของบริษัทในระยะยาวดังนี้

1. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Policy)

นโยบายบริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ทั้งในส่วนของบริษัทและบริษัทร่วมที่เป็นผู้ผลิต เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

1.1 การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดกระบวนการผลิต

บริษัทมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของกระบวนการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การคัดเลือกและจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง ตลอดจนการจัดจำหน่ายสินค้า โดยดำเนินการร่วมกับบริษัทร่วมซึ่งเป็นโรงงานผู้ผลิต เพื่อให้กระบวนการผลิตสิ่งทอเป็นไปตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และลดการก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม

1.2 การใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการใช้วัสดุรีไซเคิล การใช้พลังงานทดแทน และการลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิต รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด

1.3 การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่ยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดเลือกวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมการใช้สิ่งทอที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่หมุนเวียน และสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.4 การบริหารจัดการของเสียและน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการของเสียและน้ำเสียจากกระบวนการผลิต โดยกำหนดมาตรการและแนวทางในการควบคุม ป้องกัน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการส่งเสริมการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ และการบำบัดน้ำเสียอย่างเหมาะสมก่อนปล่อยสู่สิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Targets)

เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทได้กำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน โดยครอบคลุม การลดการใช้ทรัพยากร การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้วัสดุ ดังนี้

- **การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก:**

บริษัทตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ต่อหน่วยการผลิตลงร้อยละ 10 ภายในระยะเวลา 5 ปี โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การนำพลังงานทดแทนมาใช้ และการพัฒนากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- **การลดการใช้พลังงานและน้ำ:**

บริษัทตั้งเป้าหมายลดการใช้พลังงานและน้ำในกระบวนการผลิตลงร้อยละ 5 ภายในระยะเวลา 3 ปี โดยดำเนินการผ่านการปรับปรุง เทคโนโลยีการผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักร และการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

- **การเพิ่มสัดส่วนการใช้วัตถุดิบที่สามารถรีไซเคิลได้:**

บริษัทตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้วัตถุดิบที่สามารถรีไซเคิลได้ให้มากขึ้นร้อยละ 50 ภายในระยะเวลา 5 ปี เพื่อสนับสนุนแนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนได้

- **การลดของเสียจากกระบวนการผลิต:**

บริษัทตั้งเป้าหมายลดปริมาณของเสียจากกระบวนการผลิตให้เหลือไม่เกินร้อยละ 5 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ภายในระยะเวลา 3 ปี โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์

2. นโยบายด้านสังคม (Social Policy)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ทั้งพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และชุมชน เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่กับการพัฒนาสังคม โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

2.1 การเคารพสิทธิมนุษยชนและการจ้างงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชนสากล โดยเคารพและปกป้องสิทธิของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นด้านเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา หรือความคิดเห็นทางสังคม

บริษัทส่งเสริมการจ้างงานที่เป็นธรรม โดยกำหนดนโยบายด้านแรงงานที่สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการป้องกันการใช้แรงงานเด็กและแรงงานบังคับ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความเท่าเทียมและเป็นธรรม

2.2 การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและมีสุขภาพที่ดี

บริษัทให้ความสำคัญกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสุขภาพของพนักงาน โดยมีการกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยในการทำงาน อย่างเหมาะสม รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการส่งเสริมความรู้ด้านความปลอดภัย และการป้องกันอุบัติเหตุในการทำงาน เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ

2.3 การพัฒนาศักยภาพและทักษะของพนักงาน

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนการฝึกอบรม การเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการพัฒนาทักษะด้านการบริหารและการคิดเชิงวิเคราะห

การดำเนินการดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน สร้างโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ และสนับสนุนการพัฒนาองค์กรให้มีความเข้มแข็งในระยะยาว

2.4 การมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อชุมชน

บริษัทให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชน โดยสนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม เช่น การส่งเสริมคุณภาพชีวิต การศึกษา และสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และเสริมสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทได้กำหนดเป้าหมายด้านสังคมที่ชัดเจน ครอบคลุมการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ความปลอดภัยในการทำงาน ความเท่าเทียม และการมีส่วนร่วมกับชุมชน ดังนี้

- **การพัฒนาศักยภาพพนักงาน:**

บริษัทตั้งเป้าหมายให้พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเข้าร่วมการฝึกอบรมครบถ้วนร้อยละ 100 ภายในระยะเวลา 3 ปี เพื่อยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรและสนับสนุนการเติบโตขององค์กร

- **การส่งเสริมความเท่าเทียมและความหลากหลายทางเพศ:**

บริษัทมุ่งส่งเสริมความเท่าเทียมในการจ้างงานและการพัฒนาอาชีพ โดยตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนพนักงานหญิงในระดับผู้บริหารให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ภายในระยะเวลา 5 ปี เพื่อสร้างความหลากหลายและความสมดุลในองค์กร

- **ความปลอดภัยในการทำงาน:**

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดอุบัติเหตุจากการทำงาน โดยตั้งเป้าหมายลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุในสถานประกอบการลงร้อยละ 98 ภายในระยะเวลา 1 ปี ผ่านการดำเนินมาตรการด้านความปลอดภัยอย่างเข้มงวดและต่อเนื่อง

- **การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชน:**

บริษัทตั้งเป้าหมายในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การสนับสนุนด้านการศึกษา และการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยกำหนดให้มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างน้อยปีละ 5 ครั้ง

3. นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance Policy)

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดมั่นในหลักความโปร่งใส ความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน รวมถึงสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

3.1 การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการบริหารจัดการที่โปร่งใส ยุติธรรม และสามารถตรวจสอบได้ โดยมีการกำหนดนโยบาย ขั้นตอน และกระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล

3.2 การกำกับดูแลโดยคณะกรรมการบริษัท

บริษัทมีคณะกรรมการที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานขององค์กร โดยมุ่งเน้นให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการกำกับดูแลให้มีการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในอย่างเหมาะสม

3.3 การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส

บริษัทให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา โดยเฉพาะข้อมูลด้านผลการดำเนินงานและการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เพื่อให้ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้าถึงข้อมูลและใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม

3.4 การต่อต้านการทุจริตและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทส่งเสริมการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และยึดมั่นในจริยธรรมทางธุรกิจ โดยมีนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางปฏิบัติและมาตรการควบคุมเพื่อป้องกันการกระทำที่ไม่เหมาะสม

เป้าหมายด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance Targets)

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการมีประสิทธิภาพและสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัทได้กำหนดเป้าหมายดังนี้

- **การพัฒนาระบบควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง:**

บริษัทตั้งเป้าหมายในการพัฒนาระบบการตรวจสอบภายในและระบบควบคุมความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพ ภายในระยะเวลา 2 ปี เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานที่โปร่งใสและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

- **การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างโปร่งใส:**

บริษัทมุ่งมั่นในการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างครบถ้วนและโปร่งใส ผ่านรายงานประจำปีและช่องทางที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย

- **การพัฒนาความรู้ด้านจริยธรรมและการต่อต้านการทุจริต:**

บริษัทตั้งเป้าหมายให้พนักงานทุกคนได้รับการอบรมด้านจริยธรรมทางธุรกิจและการต่อต้านการทุจริตอย่างครบถ้วน ภายในระยะเวลา 2 ปี เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความโปร่งใสและความถูกต้อง

- **การยกระดับการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐาน:**

บริษัทมุ่งเน้นให้การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และหลักการกำกับดูแลกิจการอยู่ในระดับสูงสุด โดยมีการติดตาม ตรวจสอบ และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

4. การเปิดเผยข้อมูลและการติดตามผล (Transparency and Monitoring)

บริษัทให้ความสำคัญกับความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล และการติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

นโยบาย

4.1 การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน

บริษัทมีนโยบายเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ผ่านช่องทางที่เหมาะสม เช่น รายงานประจำปี (56-1 One Report) และเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้าถึงข้อมูลและใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างโปร่งใส

4.2 การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยมีการรวบรวม วิเคราะห์ และทบทวนข้อมูลในแต่ละด้าน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนา นโยบาย แนวทางการดำเนินงาน และเป้าหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเหมาะสม

เป้าหมาย (Targets)

- **การจัดทำรายงานความยั่งยืนอย่างครบถ้วนและตรวจสอบได้:**

บริษัทตั้งเป้าหมายในการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยมีข้อมูลที่ครอบคลุม ครบถ้วน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ เพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานอย่างโปร่งใสและเป็นระบบ

- **การพัฒนากระบวนการเก็บข้อมูลและติดตามผล:**

บริษัทมุ่งพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ภายในระยะเวลา 3 ปี เพื่อให้สามารถติดตามผลและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างแม่นยำและต่อเนื่อง

- **การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย:**

บริษัทให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และปรับปรุงแนวปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียและสังคมโดยรวม

ตาราง ESG + Risk-KPI-Strategy สำหรับแผนการจัดการน้ำและพลังงาน ที่จะใส่ในไฟล์ 56-1

หมวด ESG	หัวข้อหลัก	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย/มาตรฐาน
E – สิ่งแวดล้อม	การประหยัดไฟฟ้า	การใช้ไฟฟ้าเกิน จำเป็น / อุปกรณ์เสีย หาย	กำหนดเวลาเปิด-ปิด ไฟและแอร์, ปรับ อุณหภูมิแอร์, ล้าง แอร์ปีละ 2 ครั้ง	% การใช้ไฟฟ้าเมื่อ เทียบกับปีที่ผ่านมา	ลดไฟฟ้า ≥ 5% ต่อปี
E – สิ่งแวดล้อม	การใช้พลังงาน สะอาด (Solar Power)	การพึ่งพาไฟฟ้าจาก แหล่งไม่ยั่งยืน	ติดตั้งโซลาร์เซลล์ร่วม กับบริษัทในพื้นที่	% พลังงานไฟฟ้าจาก โซลาร์	≥ 10% ของการใช้ พลังงานทั้งหมด
E – สิ่งแวดล้อม	การจัดการน้ำ	การใช้น้ำเกินความ จำเป็น / ขาดการ ติดตาม	จัดบันทึกการใช้น้ำ รายวัน, วิเคราะห์ ข้อมูล, รายงานต่อผู้ บริหาร	% ลดการใช้น้ำต่อ เดือน	ลดการใช้น้ำต่อ หน่วย ≥ 5% ต่อปี
S – สังคม	การสร้างจิตสำนึก ด้านพลังงานและน้ำ	พนักงานใช้พลังงาน/ น้ำเกินจำเป็น	จัดกิจกรรมและสื่อ ประชาสัมพันธ์	% พนักงานเข้าร่วม กิจกรรม	100% ของพนักงาน
G – ธรรมาภิบาล	การรายงานและตรวจ สอบ	รายงานไม่ครบถ้วน หรือไม่ถูกต้อง	จัดทำรายงานประจำ เดือนและ Audit ภายใน	รายงานตรวจสอบ แล้ว	ผ่านการตรวจสอบ ตลาดหลักทรัพย์

ลิงก์นโยบายด้านความยั่งยืน : <https://image.makewebcdn.com/makeweb/0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A2%E0%B8%B7%E0%B8%99.pdf?v=202405291424>

0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A2%E0%B8%B7%E0%B8%99.pdf?v=202405291424

เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนหรือไม่ : มี

ตารางตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน (ESG KPI)

1. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental KPI)

ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย	ค่าเริ่มต้น (Baseline)	เป้าหมาย (Target)	ผลการดำเนินงาน (2568)	หน่วยงานรับผิดชอบ
การปล่อย CO ₂ ต่อหน่วยการผลิต	%	ปีฐาน 2567	ลดลง 10% ภายใน 5 ปี	อยู่ระหว่างดำเนินการ	ฝ่ายผลิต / โรงงาน
การใช้พลังงานต่อหน่วย	%	ปีฐาน 2567	ลดลง 5% ภายใน 3 ปี	ลดลงเล็กน้อย	ฝ่ายผลิต
การใช้น้ำในกระบวนการผลิต	%	ปีฐาน 2567	ลดลง 5% ภายใน 3 ปี	อยู่ระหว่างติดตาม	ฝ่ายผลิต
สัดส่วนวัตถุดิบรีไซเคิล	%	10%	เพิ่มเป็น 50% ภายใน 5 ปี	20%	ฝ่ายจัดซื้อ / ผลิต
ปริมาณของเสียจากการผลิต	%	8%	≤ 5% ภายใน 3 ปี	6.5%	ฝ่ายผลิต

2. ด้านสังคม (Social KPI)

ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย	ค่าเริ่มต้น (Baseline)	เป้าหมาย (Target)	ผลการดำเนินงาน (2568)	หน่วยงานรับผิดชอบ
อัตราการอบรมพนักงาน	%	70%	100% ภายใน 3 ปี	85%	ฝ่าย HR
อัตราการเกิดอุบัติเหตุ	ครั้ง/ปี	10	ลดลง 98%	2	ฝ่ายความปลอดภัย
สัดส่วนผู้หญิงระดับบริหาร	%	20%	เพิ่ม 30% ใน 5 ปี	25%	ฝ่าย HR
กิจกรรมเพื่อสังคม	ครั้ง/ปี	2	≥ 5 ครั้ง/ปี	5	ฝ่าย CSR
ความพึงพอใจพนักงาน	%	75%	≥ 85%	82%	ฝ่าย HR

3. ด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance KPI)

ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย	ค่าเริ่มต้น (Baseline)	เป้าหมาย (Target)	ผลการดำเนินงาน (2568)	หน่วยงานรับผิดชอบ
ระบบควบคุมภายใน	ระดับ	ปานกลาง	มีประสิทธิภาพภายใน 2 ปี	ปรับปรุงแล้วบางส่วน	ฝ่ายตรวจสอบภายใน
การเปิดเผยข้อมูล	ระดับ	ตามเกณฑ์ขั้นต่ำ	ครบถ้วน โปร่งใส	ครบถ้วน	นักลงทุนสัมพันธ์
อัตราการอบรมจริยธรรม	%	60%	100% ภายใน 2 ปี	90%	ฝ่าย HR
ข้อร้องเรียนด้านทุจริต	เรื่อง	0	0	0	คณะกรรมการตรวจสอบ
การปฏิบัติตามกฎหมาย	%	95%	100%	100%	ฝ่ายกฎหมาย

4. ด้านการเปิดเผยข้อมูลและการติดตามผล (Monitoring KPI)

ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย	ค่าเริ่มต้น	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน (2568)	หน่วยงานรับผิดชอบ
การจัดทำรายงานความยั่งยืน	ครั้ง/ปี	0	1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการแล้ว	นักลงทุนสัมพันธ์
ระบบเก็บข้อมูล ESG	ระดับ	เริ่มต้น	พัฒนาเต็มรูปแบบใน 3 ปี	อยู่ระหว่างพัฒนา	IT / Sustainability
การรับฟังผู้มีส่วนได้เสีย	ครั้ง/ปี	1	≥ 3	3	ฝ่ายบริหาร
การทบทวนนโยบาย ESG	ครั้ง/ปี	1	≥ 1	1	คณะกรรมการความเสี่ง

เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

บริษัทในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว บริษัทได้กำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ภายใต้กรอบแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (Environmental, Social, and Governance: ESG) โดยมีแนวทางดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

1. การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions)

บริษัทมุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในกระบวนการขนส่งสินค้า ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของธุรกิจจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและลดต้นทุนการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะสั้น

1.1 การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการขนส่ง

บริษัทมีแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) โดยมีมาตรการสำคัญ ดังนี้

1.1.1 การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า

บริษัทดำเนินการวางแผนการจัดส่งสินค้าให้มีความเหมาะสม โดยมุ่งเน้นการลดจำนวนเที่ยววิ่งที่ไม่จำเป็น และเพิ่มอัตราการใช้รถบรรทุกสินค้าให้เต็มประสิทธิภาพของแต่ละเที่ยว (Load Optimization) ก่อนการจัดส่งสินค้า เพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงและลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์

1.1.2 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการวางแผนเส้นทางขนส่ง

บริษัทได้นำหลักการทางคณิตศาสตร์และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนเส้นทางขนส่ง โดยใช้แนวคิดของ Travelling Salesman Problem (TSP) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำหนดเส้นทางจัดส่งสินค้าให้สั้นที่สุดและเหมาะสมที่สุด การดำเนินการดังกล่าวช่วยลดระยะทางการขนส่ง ลดจำนวนเที่ยววิ่งที่ไม่จำเป็น และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร เช่น เวลา พลังงาน และต้นทุนการดำเนินงาน อีกทั้งยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

Travelling Salesman Problem (TSP)



การใช้งานในบริษัท

บริษัทมีคลังสินค้า (Warehouse) อยู่ที่จุด A และต้องจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า 4 ราย ได้แก่

- จุด B (ห้างสรรพสินค้า)
- จุด C (ร้านค้าส่ง)
- จุด D (ร้านค้าปลีก)
- จุด E (ลูกค้าออนไลน์)

กรณีที่ไม่มีการวางแผน (Before ใช้ TSP)

พนักงานขับรถอาจเลือกเส้นทางตามความคุ้นเคย เช่น:

A --- B --- D --- C --- E --- A

- ระยะทางรวม: 120 กิโลเมตร
- ใช้เวลา: 5 ชั่วโมง
- ค่าน้ำมัน: สูง

กรณีใช้หลัก TSP (After ใช้ TSP)

ระบบจะคำนวณเส้นทางที่เหมาะสมที่สุด เช่น:

A --- C --- B --- E --- D --- A

- ระยะทางรวม: 90 กิโลเมตร
- ใช้เวลา: 3.5 ชั่วโมง
- ลดค่าน้ำมัน: ประมาณ 20-30%

ผลลัพธ์ที่รับจากการใช้ TSP

- ลดระยะทางในการขนส่ง
 - ลดจำนวนเที่ยววิ่งที่ไม่จำเป็น
 - ลดต้นทุนค่าน้ำมันและค่าขนส่ง
 - ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂)
- เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าให้ตรงเวลา

1.1.3 การควบคุมสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งต่อรายได้ (Transportation Cost to Revenue)

บริษัทกำหนดเป้าหมายในการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้าให้อยู่ในระดับไม่เกินร้อยละ 0.7 ของรายได้จากการขาย (Transportation Cost to Revenue ≤ 0.7%)

โดยคำนวณจากสูตร:

$$\text{Transportation Cost to Revenue} = \text{Transportation Cost} / \text{Revenue} \times 100$$

แนวทางดังกล่าวช่วยควบคุมต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

1.1.4 การบริหารอัตราการใช้พื้นที่บรรทุก (Load Utilization)

บริษัทกำหนดให้อัตราการใช้พื้นที่บรรทุกสินค้าในแต่ละเที่ยวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90-95 เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการขนส่ง ลดจำนวนเที่ยววิ่ง และลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง

1.1.5 การบริหารจัดการขนส่งภายนอก (Outsourced Logistics Management)

บริษัทได้นำหลักการ TSP มาใช้ในการบริหารจัดการเส้นทางขนส่งของผู้ให้บริการภายนอก ส่งผลให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างขนส่งลงได้ร้อยละ 2.14 ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1.1.6 การบริหารจัดการยานพาหนะ (Fleet Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการยานพาหนะอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ลดต้นทุน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานครอบคลุมทั้งการเลือกใช้พลังงาน การบำรุงรักษาเชิงป้องกัน และการส่งเสริมพฤติกรรมขับขี่อย่างเหมาะสม ดังนี้

(1) การใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงประเภทไบโอดีเซลสำหรับยานพาหนะของบริษัท เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(2) การบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance)

บริษัทกำหนดแผนการบำรุงรักษายานพาหนะอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ยานพาหนะอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ลดความเสี่ยงจากการชำรุด และช่วยลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น โดยมีแนวทางสำคัญ ได้แก่

- เปลี่ยนไส้กรองอากาศทุกระยะทางประมาณ 15,000–30,000 กิโลเมตร
- เปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องทุก 6,000–10,000 กิโลเมตร ขึ้นอยู่กับประเภทของน้ำมันเครื่อง
- ตรวจสอบระบบไอเสียทุกระยะประมาณ 20,000–24,000 กิโลเมตร
- ตรวจสอบระดับน้ำมันเครื่องและน้ำหล่อเย็นตามเวลาที่กำหนด
- เปลี่ยนยางตามอายุการใช้งานที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการยึดเกาะและลดการสิ้นเปลืองพลังงาน

(3) การส่งเสริมพฤติกรรมขับขี่อย่างประหยัดพลังงาน (Eco-driving)

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานขับรถปฏิบัติตามหลักการขับขี่อย่างประหยัดพลังงาน โดยควบคุมความเร็วให้อยู่ในช่วง 90–110 กิโลเมตรต่อชั่วโมง หลีกเลี่ยงการเร่งหรือเบรกกะทันหัน และลดการเดินเครื่องยนต์โดยไม่จำเป็น ซึ่งช่วยลดการใช้เชื้อเพลิงและลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂)

(4) ผลการดำเนินงานด้านการบริหารยานพาหนะ

ในปี 2568 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษายานพาหนะจำนวน 200,171.91 บาท ลดลงร้อยละ 12 จากปีก่อนหน้า สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการยานพาหนะและการดำเนินมาตรการบำรุงรักษาเชิงป้องกันที่มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

การลดลงของค่าใช้จ่ายดังกล่าวช่วยสนับสนุนการควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานของยานพาหนะ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

1.2 การดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Conservation)

บริษัทให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการกำหนดนโยบาย มาตรการควบคุม และการสร้างจิตสำนึกในการใช้พลังงานแก่พนักงานในองค์กร การดำเนินงานดังกล่าวครอบคลุมทั้งการบริหารจัดการการใช้ไฟฟ้า น้ำ และพลังงานในสำนักงานและคลังสินค้า โดยมีการติดตาม ตรวจสอบ และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

1.2.1 มาตรการด้านการประหยัดพลังงานไฟฟ้า

บริษัทได้กำหนดแนวทางการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- กำหนดเวลาเปิด-ปิดไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศภายในสำนักงานอย่างเหมาะสม
- รมรณรงค์ให้พนักงานปิดสวิตช์อุปกรณ์ไฟฟ้าทุกครั้งหลังเลิกใช้งาน
- กำหนดอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศที่ 25 องศาเซลเซียส เพื่อให้เกิดสมดุลระหว่างความสะดวกสบายและการประหยัดพลังงาน
- ดำเนินการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ โดยล้างทำความสะอาดอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้เครื่องทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ดำเนินการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นหลอด LED แล้วประมาณร้อยละ 20 ของจำนวนหลอดไฟทั้งหมด ซึ่งช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน

เป้าหมายระยะยาวด้านพลังงานและการลดก๊าซเรือนกระจก

บริษัทได้กำหนดเป้าหมายระยะยาวด้านการอนุรักษ์พลังงานและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับลักษณะธุรกิจ และแนวโน้มด้านความยั่งยืนในระดับสากล ดังนี้

- มุ่งสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2050 โดยเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การใช้พลังงานทดแทน และการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ
- เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ในการดำเนินงานของบริษัทให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนให้มีนัยสำคัญภายในระยะเวลา 10–15 ปี
- ส่งเสริมการใช้นาพาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การนำยานพาหนะไฟฟ้า (EV) มาใช้ในการขนส่งสินค้าในอนาคต เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมด้านโลจิสติกส์
- พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการใช้พลังงาน (Energy Monitoring System) เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานได้อย่างต่อเนื่อง
- สนับสนุนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกต้นไม้หรือกิจกรรมชดเชยคาร์บอน เพื่อช่วยลดผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระยะยาว

ดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators: KPIs)

บริษัทกำหนดตัวชี้วัดด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- อัตราการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ต่อหน่วยกิจกรรม เช่น กิโลกรัม/หน่วยการขนส่ง
- สัดส่วนการใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน (ร้อยละของการใช้พลังงานทั้งหมด)
- อัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้หรือหน่วยการดำเนินงาน
- ค่าใช้จ่ายด้านพลังงานต่อรายได้

2. การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัสดุอย่างยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัสดุอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น และส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โดยมีแนวทางดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- ส่งเสริมการใช้วัสดุที่ที่สามารถรีไซเคิลได้ หรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลืองในกระบวนการดำเนินงาน เช่น บรรจุภัณฑ์

- สนับสนุนการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และการรีไซเคิล (Recycle)
- ประสานความร่วมมือกับผู้ผลิต (Supplier) ในการพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ควบคุมการใช้ทรัพยากร เช่น น้ำและพลังงาน ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ตารางสรุปการบริหารจัดการด้านความยั่งยืน (ESG Risk Management Table)

1. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental: E)

ประเด็นความเสี่ยง	รายละเอียดความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPIs)
การใช้พลังงานและการปล่อย GHG	การใช้พลังงานในการขนส่งและสำนักงานก่อให้เกิด CO ₂	ใช้ LED, ควบคุมแอร์, ใช้ TSP, Eco-driving	Net Zero ปี 2050	ปริมาณ CO ₂ ต่อหน่วย
การใช้ทรัพยากรไม่มีประสิทธิภาพ	ใช้ไฟฟ้า น้ำ และวัสดุเกินความจำเป็น	ควบคุมการใช้ทรัพยากร, ตรวจสอบการใช้งาน	ลดพลังงาน/น้ำ	พลังงานต่อรายได้
การจัดการของเสีย	ขยะจากบรรจุภัณฑ์และการดำเนินงาน	คัดแยกขยะ, รีไซเคิล, ลดของเสีย	ลดของเสียเหลือ ≤5%	% ของเสียลดลง
การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	เสี่ยงค่าปรับ/เสียชื่อเสียง	ปฏิบัติตามกฎหมาย, ตรวจสอบสม่ำเสมอ	Compliance 100%	จำนวนกรณีผิดกฎหมาย

2. ด้านสังคม (Social: S)

ประเด็นความเสี่ยง	รายละเอียดความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPIs)
สิทธิแรงงานและความเป็นธรรม	การเลือกปฏิบัติ/จ้างงานไม่เป็นธรรม	นโยบาย HR ที่เป็นธรรม, ไม่เลือกปฏิบัติ	ความเท่าเทียมองค์กร	% ความหลากหลาย
ความปลอดภัยในการทำงาน	อุบัติเหตุในคลัง/ขนส่ง	อบรมความปลอดภัย, มาตรการป้องกัน	ลดอุบัติเหตุใกล้ศูนย์	อัตราอุบัติเหตุ
ความพึงพอใจของลูกค้า	สินค้าไม่ตรงความต้องการ	CRM, พบลูกค้าสม่ำเสมอ	เพิ่มความพึงพอใจ	Customer Satisfaction
ผลกระทบต่อชุมชน	มลภาวะจากการดำเนินงาน	CSR, ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ทำ CSR ≥ 5 ครั้ง/ปี	จำนวนกิจกรรม

3. ด้านการกำกับดูแล (Governance: G)

ประเด็นความเสี่ยง	รายละเอียดความเสี่ยง	มาตรการจัดการความเสี่ยง	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPIs)
การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย	เสี่ยงค่าปรับ/ดำเนินคดี	Compliance monitoring	ปฏิบัติตาม 100%	จำนวนคดี/ค่าปรับ
การทุจริต	การดำเนินงานไม่โปร่งใส	Anti-corruption, Whistleblowing	Zero fraud	จำนวนเคสทุจริต
การเปิดเผยข้อมูล	ข้อมูลไม่ครบ/ไม่โปร่งใส	รายงานประจำปี, ESG report	เปิดเผยครบถ้วน	ระดับ disclosure
ระบบควบคุมภายใน	ควบคุมไม่เพียงพอ	Internal control, Audit	ระบบมีประสิทธิภาพ	ผล Audit

ตารางภาพรวมเชื่อมโยง ESG กับกลยุทธ์ธุรกิจ

ด้าน ESG	กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้อง	ผลลัพธ์ทางธุรกิจ
Environment	ลดต้นทุนพลังงาน / โลจิสติกส์	ลดค่าใช้จ่าย เพิ่มกำไร
Social	พัฒนาลูกค้า / พนักงาน	เพิ่มยอดขาย ความพึงพอใจ
Governance	ธรรมาภิบาล / โปร่งใส	เพิ่มความเชื่อมั่นนักลงทุน

เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

1. เป้าหมายระยะยาวด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Climate Change Management)

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยกำหนดเป้าหมายระยะยาวด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

- **มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2050**
บริษัทตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากทุกกิจกรรมทางธุรกิจ โดยเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การใช้พลังงานทดแทน และการพัฒนาแนวทางการชดเชยคาร์บอน เช่น การสนับสนุนโครงการดูดซับก๊าซคาร์บอน
- **เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 50 ภายในปี 2035**
บริษัทสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานทางเลือกอื่น ๆ เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล
- **ส่งเสริมการใช้นาพาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**
บริษัทมีแผนสนับสนุนการใช้นาพาหนะไฟฟ้า (EV) และการเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่ง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมโลจิสติกส์
- **สนับสนุนการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและการดูดซับคาร์บอน**
บริษัทมุ่งส่งเสริมกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกต้นไม้และการฟื้นฟูระบบนิเวศ เพื่อช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนในระยะยาว
- **พัฒนาระบบติดตามและรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Monitoring System)**
บริษัทมีแผนพัฒนาระบบการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs)

- อัตราการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ต่อหน่วยกิจกรรม
- สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน (% ของพลังงานทั้งหมด)
- ปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้หรือหน่วยการดำเนินงาน

2. การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัสดุอย่างยั่งยืน

2.1 เป้าหมายระยะสั้น

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัตถุดิบที่ยั่งยืนและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน

2.1.1 การเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ โดยมุ่งเน้นการใช้เส้นใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย (Cotton) และเรยอน (Rayon) ซึ่งสามารถทดแทนได้ รวมถึงการพัฒนาและเลือกใช้เส้นใยสังเคราะห์ที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย เพื่อลดปริมาณขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

2.1.2 การผลิตที่ยึดมั่นในมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทร่วม ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) โดยมุ่งเน้นการควบคุมผลกระทบจากกระบวนการผลิต ทั้งในด้านการใช้พลังงาน น้ำ การจัดการของเสีย และการควบคุมสารเคมี เพื่อให้กระบวนการผลิตมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

2.1.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน (Sustainable Design)

บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงวงจรชีวิตสินค้า (Product Life Cycle) โดยออกแบบให้มีความทนทาน ใช้งานได้นาน และสามารถนำกลับมาใช้เคลหรือย่อยสลายได้เมื่อสิ้นสุดอายุการใช้งาน ซึ่งช่วยลดปริมาณของเสียและการใช้ทรัพยากรใหม่

2.1.4 ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารและส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้ให้แก่ผู้บริโภคถึงประโยชน์ของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความยั่งยืนควบคู่กับคุณภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยตั้งเป้าหมายในการสร้างผลกระทบเชิงบวกทั้งต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

ในช่วงปี 2568–2570 บริษัทได้ร่วมกับบริษัทร่วมซึ่งเป็นโรงงานผู้ผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอโดยเน้นการเลือกใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม ECOWEAR

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มชุดชั้นใน (Innerwear) ที่เป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ได้แก่ เส้นใยฝ้าย (Cotton) ร้อยละ 50 ผสมกับเส้นใยเรยอน (Rayon) ร้อยละ 50 ซึ่งเป็นเส้นใยที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย และมีการคัดสรรเส้นใยสังเคราะห์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน ISO 14001 โดยหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีอันตราย ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เนื้อผ้านุ่ม สวมใส่สบาย และระบายอากาศได้ดี

2. โครงการ Care for Fiber และการใช้วัสดุรีไซเคิล

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าลูกไม้จากวัสดุรีไซเคิล โดยนำวัสดุเหลือใช้ เช่น พลาสติก มาเข้าสู่กระบวนการคัดแยกและแปรรูปเป็นเส้นใยก่อนนำมาผลิตเป็นผ้าลูกไม้ลดทลายสวยงาม ภายใต้แนวคิด “Made Earth Friendly for The Good of Tomorrow” สำหรับผลิตภัณฑ์คอลเลกชัน Recycled Lace ของแบรนด์ โดยกระบวนการดังกล่าวช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่ ลดการใช้น้ำและพลังงาน รวมถึงลดปริมาณของเสียและมลพิษจากกระบวนการผลิต

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ “ECO BRA” ซึ่งเป็นชุดชั้นในที่ผลิตจากเส้นใยรีไซเคิล พร้อมออกแบบด้วยเทคนิค Seamless และการทอลายูนแบบ Jacquard เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายอากาศ และเพิ่มความสะดวกสบายในการสวมใส่ โดยยังคงคำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

4. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้นำเทคโนโลยี Seamless Bonding และการใช้เส้นใย Recycle Nylon มาใช้ในการผลิตสินค้า โดยใช้กระบวนการเชื่อมผ้าด้วยความร้อน (Bonding) แทนการเย็บ ซึ่งช่วยลดการใช้วัสดุเสริมและลดของเสียจากการผลิต อีกทั้งยังช่วยให้เนื้อผ้ามีความเรียบเนียน กระชับ และยืดหยุ่นสูง สามารถรองรับสรีระของผู้สวมใส่ได้อย่างเหมาะสม เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน

2.1.5 การสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริโภค

บริษัทมุ่งส่งเสริมความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการสื่อสารทางการตลาดและช่องทางต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ตารางการเชื่อมโยงเป้าหมายด้านความยั่งยืน (Sustainability Target Mapping)

1. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental: E)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPIs)	หน่วยงานรับผิดชอบ	ระยะเวลา	หมายเหตุ
มุ่งสู่ Net Zero Emissions	ปริมาณ CO ₂ ต่อหน่วยกิจกรรม	ฝ่ายโลจิสติกส์ / ฝ่ายปฏิบัติการ	ภายในปี 2050	ครอบคลุม Scope 1-2 (ระยะเริ่มต้น)
เพิ่มพลังงานหมุนเวียน 50%	% การใช้พลังงานหมุนเวียน	ฝ่ายอาคาร / ฝ่ายจัดซื้อ	ภายในปี 2035	เช่น Solar Rooftop
ลดการใช้พลังงาน	พลังงานต่อรายได้	ฝ่ายอาคาร / IT	ต่อเนื่อง (รายปี)	เปรียบเทียบ YoY
ลดต้นทุนขนส่ง	Transportation Cost to Revenue	ฝ่ายโลจิสติกส์	ต่อเนื่อง	เป้าหมาย ≤ 0.7%
เพิ่มประสิทธิภาพขนส่ง	% การใช้พื้นที่บรรทุก ≥ 75%	ฝ่ายคลังสินค้า	ต่อเนื่อง	ลดเที่ยววิ่ง
ลดของเสีย	% ของเสียจากการดำเนินงาน	ฝ่ายปฏิบัติการ	ภายใน 3 ปี	เป้าหมาย ≤ 5%
เพิ่มวัสดุรีไซเคิล	% วัสดุรีไซเคิล	ฝ่ายจัดซื้อ / Product	ภายใน 5 ปี	เน้นสินค้า Eco
พัฒนาระบบ GHG Monitoring	มีระบบรายงาน GHG	ฝ่าย IT / บัญชี	ภายใน 1-2 ปี	รองรับ ESG Report

2. ด้านสังคม (Social: S)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPIs)	หน่วยงานรับผิดชอบ	ระยะเวลา	หมายเหตุ
พนักงานอบรมครบ 100%	% พนักงานผ่านอบรม	ฝ่าย HR	ภายใน 3 ปี	ครอบคลุมทุกตำแหน่ง
เพิ่มผู้หญิงระดับบริหาร 30%	% ผู้หญิงในระดับบริหาร	ฝ่าย HR	ภายใน 5 ปี	ส่งเสริม Diversity
ลดอุบัติเหตุในการทำงาน	อัตราการเกิดอุบัติเหตุ	ฝ่ายความปลอดภัย	ภายใน 1 ปี	ใกล้ศูนย์
เพิ่มความพึงพอใจลูกค้า	Customer Satisfaction Score	ฝ่ายขาย	ต่อเนื่อง	สำรวจรายปี
ทำกิจกรรม CSR ≥ 5 ครั้ง	จำนวนกิจกรรมต่อปี	ฝ่ายบริหาร / HR	รายปี	เน้นชุมชน

3. ด้านการกำกับดูแล (Governance: G)

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPIs)	หน่วยงานรับผิดชอบ	ระยะเวลา	หมายเหตุ
พัฒนาระบบควบคุมภายใน	ผลการตรวจสอบภายใน	ฝ่ายตรวจสอบภายใน	ภายใน 2 ปี	ลดความเสี่ยง
Zero Fraud	จำนวนกรณีทุจริต	ทุกหน่วยงาน	ต่อเนื่อง	ต้องเป็นศูนย์
อบรมจริยธรรม 100%	% พนักงานผ่านอบรม	ฝ่าย HR	ภายใน 2 ปี	Compliance
เปิดเผยข้อมูลโปร่งใส	ESG Disclosure Score	ฝ่ายบัญชี / IR	รายปี	ตามเกณฑ์ตลาดหลักทรัพย์
ปฏิบัติตามกฎหมาย 100%	จำนวนคดี/ค่าปรับ	ฝ่ายกฎหมาย	ต่อเนื่อง	ต้องเป็นศูนย์

2.2 การลดขยะจากการดำเนินงาน (Waste Reduction Management)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการลดปริมาณขยะจากการดำเนินงาน และมุ่งมั่นในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ โดยบริษัทได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การลดการใช้ทรัพยากร การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และการรีไซเคิล (Recycle) เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน หนึ่งในมาตรการสำคัญของบริษัท คือ การลดการใช้กระดาษในกระบวนการทำงาน โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล การสื่อสาร และการดำเนินงานภายในองค์กร แทนการใช้เอกสารในรูปแบบกระดาษ ซึ่งช่วยลดปริมาณการใช้ทรัพยากร ลดต้นทุนการดำเนินงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูล ทั้งนี้ บริษัทมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า รวมถึงการปฏิบัติตามแนวทางการลดขยะอย่างเป็นรูปธรรม

1. การนำระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (Paperless Organization)

ตั้งแต่ปี 2564 จนถึงปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนระบบการจัดการเอกสารทางการเงินจากรูปแบบกระดาษมาเป็นระบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & e-Receipt) ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการเอกสาร ช่วยเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และความถูกต้องแม่นยำในการดำเนินงาน การดำเนินการดังกล่าวไม่เพียงช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษภายในองค์กร แต่ยังช่วยลดต้นทุนด้านเอกสารและการจัดเก็บ รวมถึงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อันเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาองค์กรดิจิทัล

1. การบริหารจัดการขยะและการคัดแยกอย่างเป็นระบบ

ในช่วงปี 2565–2568 บริษัทได้ดำเนินการส่งเสริมการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีจุดคัดแยกขยะที่ชัดเจนภายในองค์กร และกำหนดแนวทางการคัดแยกขยะตามประเภทอย่างเหมาะสม เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ ขยะที่มีการคัดแยก ได้แก่

- ขยะรีไซเคิล (เช่น กระดาษ พลาสติก ขวดแก้ว กระป๋อง และอลูมิเนียม)
- ขยะทั่วไป
- ขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้

การดำเนินการดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่และเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

เป้าหมายระยะยาว (ระยะเวลา 3–5 ปี)

ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัสดุอย่างยั่งยืน (Sustainable Resource Management)

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้กำหนดเป้าหมายระยะยาวในช่วง 3–5 ปี เพื่อยกระดับการบริหารจัดการทรัพยากรและสนับสนุนแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมุ่งพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้สามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างคุ้มค่า โดยลดการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด และส่งเสริมการใช้วัสดุทดแทนหรือวัสดุรีไซเคิลในกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน เพื่อลดการพึ่งพาทรัพยากรใหม่และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

2. การเพิ่มประสิทธิภาพการรีไซเคิลและการใช้วัสดุหมุนเวียน

บริษัทส่งเสริมการพัฒนาระบบการคัดแยกและรีไซเคิลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสนับสนุนการนำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล (Recycle) เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุหมุนเวียน และลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด

3. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดการทรัพยากร

บริษัทนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากร เช่น ระบบติดตามการใช้พลังงานและวัสดุ ระบบวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร ลดการสูญเสีย และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม

4. การส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ เช่น การปลูกต้นไม้ การลดการใช้พลังงานจากแหล่งฟอสซิล และการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจและการดูแลสิ่งแวดล้อม

5. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความยั่งยืน

บริษัทมุ่งสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยจัดให้มีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม และกำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่ชัดเจนในทุกระดับขององค์กร

6. การติดตามและประเมินผลการใช้ทรัพยากร

บริษัทพัฒนาระบบการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการใช้ทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถวัดผลการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม และนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators: KPIs)

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดหลัก ดังนี้

• อัตราการรีไซเคิลของวัสดุ (%)

วัดสัดส่วนของวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล เมื่อเทียบกับปริมาณวัสดุทั้งหมดที่ใช้ในองค์กร

• ปริมาณขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ (กิโลกรัม/เดือน)

วัดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด ซึ่งไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลได้ โดยมีเป้าหมายลดลงอย่างต่อเนื่อง

3. การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Sustainable Supplier Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคง โปร่งใส และเป็นธรรมกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการจัดหาสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG)

1. การคัดเลือกผู้จัดหาที่มีมาตรฐาน

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้จัดหาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยพิจารณาทั้งด้านคุณภาพสินค้า ความสามารถในการผลิต การปฏิบัติตามกฎหมาย และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงาน เพื่อให้มั่นใจว่าห่วงโซ่อุปทานมีความรับผิดชอบต่อสังคม

2. การประเมินและติดตามผลผู้จัดหา

บริษัทมีการประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดหาอย่างสม่ำเสมอ เช่น คุณภาพสินค้า การส่งมอบตรงเวลา และการปฏิบัติตามมาตรฐาน ESG เพื่อให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาความร่วมมือได้อย่างต่อเนื่อง

3. การส่งเสริมการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทสนับสนุนให้ผู้จัดหาปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการใช้สารเคมีอันตราย การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการของเสียอย่างเหมาะสม

4. การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว

บริษัทมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับผู้จัดหา ผ่านการสื่อสารที่โปร่งใส การให้ข้อมูลที่ชัดเจน และการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือในระยะยาว

1. ตาราง KPI และเป้าหมาย (Sustainability KPI & Target)

ด้านการจัดการทรัพยากรและของเสีย

ตัวชี้วัด (KPI)	รายละเอียด	ค่าเป้าหมาย	ระยะเวลา	หน่วยงานรับผิดชอบ
อัตราการรีไซเคิลของวัสดุ (%)	สัดส่วนวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่	≥ 50%	ภายใน 5 ปี	ฝ่ายปฏิบัติการ / คลังสินค้า
ปริมาณขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้	ขยะที่ต้องกำจัด	ลดลง ≥ 20%	ภายใน 3 ปี	ฝ่ายปฏิบัติการ
การลดการใช้กระดาษ	ปริมาณการใช้กระดาษ	ลดลง ≥ 30%	ภายใน 3 ปี	ฝ่ายบัญชี / IT
การใช้วัสดุรีไซเคิล	สัดส่วนวัสดุรีไซเคิล	≥ 40%	ภายใน 5 ปี	ฝ่ายจัดซื้อ
การใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้	Energy Intensity	ลดลง ≥ 10%	ภายใน 3 ปี	ฝ่ายอาคาร

ด้าน Supplier (ห่วงโซ่อุปทาน)

ตัวชี้วัด (KPI)	รายละเอียด	ค่าเป้าหมาย	ระยะเวลา	หน่วยงานรับผิดชอบ
Supplier ที่ผ่านเกณฑ์ ESG	% Supplier ผ่านการประเมิน	≥ 80%	ภายใน 3 ปี	ฝ่ายจัดซื้อ
Supplier Audit	จำนวนการตรวจประเมิน	≥ 1 ครั้ง/ปี	ต่อเนื่อง	ฝ่ายจัดซื้อ
การส่งมอบตรงเวลา	On-time Delivery	≥ 95%	ต่อเนื่อง	ฝ่ายจัดซื้อ
การใช้วัสดุ Eco จาก Supplier	% วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	≥ 50%	ภายใน 5 ปี	ฝ่ายจัดซื้อ

2. Supplier Code of Conduct (แนวปฏิบัติสำหรับคู่ค้า)

บริษัทกำหนดแนวปฏิบัติสำหรับผู้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อให้การดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบ ดังนี้

2.1 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

- ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
- ลดการใช้พลังงาน น้ำ และทรัพยากร
- มีระบบจัดการของเสียและสารเคมีอย่างเหมาะสม

2.2 ด้านสังคม (Social)

- ไม่ใช้แรงงานเด็กและแรงงานบังคับ
- ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม
- จัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย

2.3 ด้านบรรษัทภิบาล (Governance)

- ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้
- ต่อต้านการทุจริตในทุกรูปแบบ
- ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

3. ESG Risk Mapping (ความเสี่ยงด้าน Supplier)

ประเภทความเสี่ยง	รายละเอียดความเสี่ยง	ผลกระทบ	มาตรการจัดการ
Environmental Risk	Supplier ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อม	กระทบชื่อเสียง / ถูกตรวจสอบ	คัดเลือก Supplier ที่มี ISO / Audit
Social Risk	การใช้แรงงานไม่เป็นธรรม	เสื่อมเสียชื่อเสียง	ตรวจสอบและประเมิน Supplier
Supply Chain Risk	พึ่งพา Supplier รายเดียว	สินค้าขาดแคลน	กระจาย Supplier
Quality Risk	สินค้าไม่ได้มาตรฐาน	กระทบลูกค้า	ตรวจสอบคุณภาพสินค้า
Compliance Risk	ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย	ค่าปรับ / ฟ้องร้อง	กำหนดสัญญาและเงื่อนไข

เป้าหมายระยะยาวด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม (ระยะเวลา 3–5 ปี)

บริษัทกำหนดเป้าหมายระยะยาวด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมีนโยบายพัฒนาและนำกลยุทธ์ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน โดยมุ่งลดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้วัสดุทดแทนและวัสดุรีไซเคิลในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรตลอดห่วงโซ่อุปทาน

- ลดการใช้วัตถุดิบใหม่ (Virgin Material) ไม่น้อยกว่า 15–20%
- เพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิลในกระบวนการผลิตเป็น ไม่น้อยกว่า 30%

2. การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิงและการใช้วัสดุหมุนเวียน

บริษัทส่งเสริมการพัฒนาระบบการใช้เชื้อเพลิงที่มีประสิทธิภาพ และสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณของเสียจากกระบวนการผลิต และเพิ่มสัดส่วนการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- อัตราการใช้เชื้อเพลิงของเสียรวม ไม่น้อยกว่า 75–85%
- ลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปฝังกลบ (Landfill) ไม่น้อยกว่า 40%

3. การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการทรัพยากร

บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากร เช่น เทคโนโลยีประหยัดพลังงาน ระบบติดตามและวิเคราะห์การใช้ทรัพยากร (Resource Monitoring System) และระบบเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและลดการสูญเสีย

- ลดการใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต ไม่น้อยกว่า 10–15%
- ติดตั้งระบบติดตามการใช้ทรัพยากร (Digital Monitoring) ครอบคลุม 100% ของกระบวนการหลัก

4. การส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกต้นไม้ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดการใช้พลังงานจากแหล่งฟอสซิล และการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน เพื่อร่วมกันรักษาสมดุลของระบบนิเวศ

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ 2) ไม่น้อยกว่า 20%
- เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนเป็น ไม่น้อยกว่า 25%
- จัดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนอย่างน้อย 2–3 โครงการต่อปี

5. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความยั่งยืน

บริษัทส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยจัดให้มีการอบรมพนักงาน การรณรงค์ภายในองค์กร และการกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในทุกระดับขององค์กร

- พนักงานเข้าร่วมอบรมด้านสิ่งแวดล้อม 100% ของพนักงานทั้งหมด
- มีโครงการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรอย่างน้อย 3 โครงการต่อปี

6. การติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัสดุอย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน เพื่อใช้ในการวัดผลการดำเนินงาน วิเคราะห์แนวโน้ม และปรับปรุงกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืน

- รายงานผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเป็นรายไตรมาส

- มีการทบทวนและปรับปรุงแผนอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs)

เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนด บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดหลัก ดังนี้

- **อัตราการรีไซเคิลของวัสดุ (Recycling Rate)**
วัดเป็นร้อยละของปริมาณวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่เทียบกับปริมาณวัสดุทั้งหมดที่ใช้ในกระบวนการผลิต โดยบริษัทตั้งเป้าหมายเพิ่มอัตราการรีไซเคิลอย่างต่อเนื่องในระดับสูง
- **ปริมาณขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้**
วัดเป็นกิโลกรัมต่อเดือน โดยมีเป้าหมายลดปริมาณขยะดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ผ่านการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการใช้วัสดุทดแทน
- **ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)**
บริษัทกำหนดตัวชี้วัดหลักเพื่อใช้ติดตามผลการดำเนินงาน ดังนี้

1. ด้านการใช้ทรัพยากร

- อัตราการใช้วัสดุรีไซเคิล (%)
เป้าหมาย: $\geq 30\%$
- ปริมาณการใช้วัตถุดิบใหม่ (ตัน/ปี)
เป้าหมาย: ลดลง $\geq 15\%$

2. ด้านของเสียและการรีไซเคิล

- อัตราการรีไซเคิลของวัสดุ (%)
เป้าหมาย: $\geq 75-85\%$
- ปริมาณขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ (กก./เดือน)
เป้าหมาย: ลดลง $\geq 30-40\%$

3. ด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม

- การใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต
เป้าหมาย: ลดลง $\geq 10-15\%$
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (tCO₂e)
เป้าหมาย: ลดลง $\geq 20\%$

ตารางเป้าหมายระยะยาวด้านสิ่งแวดล้อม (3-5 ปี)

ประเด็น	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย	ระยะเวลา	หน่วยงานรับผิดชอบ
การใช้ทรัพยากร	ลดการใช้วัตถุดิบใหม่และเพิ่มวัสดุรีไซเคิล	สัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิล (%)	≥ 30%	3-5 ปี	ฝ่ายผลิต / จัดซื้อ
		ปริมาณการใช้วัตถุดิบใหม่ (ตัน/ปี)	ลด ≥ 15-20%		
การจัดการของเสีย	ลดของเสียและเพิ่มการหมุนเวียน	อัตราการรีไซเคิล (%)	≥ 75-85%	3-5 ปี	ฝ่ายโรงงาน / สิ่งแวดล้อม
		ขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิล (กก./เดือน)	ลด ≥ 30-40%		
พลังงาน	เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	การใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต	ลด ≥ 10-15%	3-5 ปี	วิศวกรรม / โรงงาน
		สัดส่วนพลังงานทดแทน (%)	≥ 25%		
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ปริมาณการปล่อย GHG (tCO ₂ e)	ลด ≥ 20%	3-5 ปี	สิ่งแวดล้อม / บริหาร
เทคโนโลยี	เพิ่มประสิทธิภาพด้วยระบบดิจิทัล	การติดตั้งระบบติดตามทรัพยากร	ครอบคลุม 100%	3-5 ปี	IT / โรงงาน
วัฒนธรรมองค์กร	สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม	พนักงานผ่านการอบรม (%)	100%	ต่อเนื่อง	HR
		จำนวนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม	≥ 3 โครงการ/ปี		
ชุมชนและสังคม	มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์	โครงการร่วมกับชุมชน	≥ 2-3 โครงการ/ปี	ต่อเนื่อง	CSR

ตาราง Roadmap การดำเนินงาน (3-5 ปี)

ปี	แผนการดำเนินงานสำคัญ
ปีที่ 1	จัดทำระบบฐานข้อมูลการใช้ทรัพยากร / เริ่มโครงการลดของเสีย / อบรมพนักงาน
ปีที่ 2	เริ่มใช้วัสดุรีไซเคิลในกระบวนการผลิต / ติดตั้งระบบติดตามพลังงาน
ปีที่ 3	ขยายการใช้พลังงานทดแทน / เพิ่มประสิทธิภาพการรีไซเคิล
ปีที่ 4	ลดการปล่อยคาร์บอนอย่างมีนัยสำคัญ / ปรับปรุงกระบวนการผลิต
ปีที่ 5	บรรลุเป้าหมายหลัก / เตรียมต่อยอดสู่ Net Zero

ตารางการเชื่อมโยง ESG และ SDGs

ประเด็น	ESG	SDGs ที่เกี่ยวข้อง
การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	E	SDG 12
การลดของเสีย	E	SDG 12
การลดคาร์บอน	E	SDG 13
การใช้พลังงานสะอาด	E	SDG 7
การมีส่วนร่วมของพนักงาน	S	SDG 8
การมีส่วนร่วมกับชุมชน	S	SDG 11
การกำกับดูแลและรายงานผล	G	SDG 16

มาตร2. การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers)

เป้าหมายระยะสั้น (1–3 ปี)

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยมุ่งคัดเลือกและพัฒนาผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) ให้ดำเนินธุรกิจตามหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

3.1 การคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีมาตรฐาน ESG

3.1.1 การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่ชัดเจน

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์และมาตรฐาน ESG สำหรับการคัดเลือกซัพพลายเออร์อย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่

- **ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental):**

การบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากร การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจัดการของเสีย และการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม

- **ด้านสังคม (Social):**

การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความปลอดภัยในการทำงาน และการไม่ใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ

- **ด้านธรรมาภิบาล (Governance):**

ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ การต่อต้านการทุจริต การมีระบบควบคุมภายในที่เหมาะสม และการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้ซัพพลายเออร์ต้องลงนามรับทราบ “จรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)” และปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวอย่างเคร่งครัด

3.1.2 การประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรฐาน ESG

บริษัทจัดให้มีระบบการประเมินซัพพลายเออร์อย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาทั้ง

- **การประเมินจากเอกสาร (Self-Assessment Questionnaire: SAQ)**

- **การตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit)** สำหรับซัพพลายเออร์ที่มีความเสี่ยงสูง

โดยมีการจัดระดับความเสี่ยง (Risk Classification) และจัดลำดับความสำคัญในการตรวจประเมิน เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพและครอบคลุมประเด็นสำคัญ

3.1.3 การให้คำแนะนำและการสนับสนุน

ในกรณีที่ซัพพลายเออร์ยังไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐาน ESG ได้ครบถ้วน บริษัทจะดำเนินการดังนี้

- **จัดทำ แผนปรับปรุง (Corrective Action Plan: CAP)** ร่วมกับซัพพลายเออร์

- ให้คำแนะนำเชิงวิชาการและแนวปฏิบัติที่เหมาะสม
 - กำหนดระยะเวลาในการปรับปรุง และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง
- ทั้งนี้ หากซัพพลายเออร์ไม่สามารถปรับปรุงได้ตามระยะเวลาที่กำหนด บริษัทอาจพิจารณาทบทวนหรือยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

3.1.4 การสร้างความร่วมมือกับซัพพลายเออร์

บริษัทส่งเสริมการสร้างความร่วมมือกับซัพพลายเออร์ เพื่อยกระดับมาตรฐาน ESG โดย

- จัดอบรม/สัมมนาเกี่ยวกับ ESG และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
 - สนับสนุนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices)
 - พัฒนาโครงการร่วม เช่น การลดของเสีย การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานในระยะยาว

3.2 การประเมินการปฏิบัติตามข้อกำหนด ESG

3.2.1 การกำหนดเกณฑ์การประเมิน ESG

บริษัทกำหนดเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานของซัพพลายเออร์ในแต่ละด้านอย่างชัดเจน ดังนี้

- **ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental):**
 - ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - การใช้พลังงานและทรัพยากร
 - การจัดการของเสียและน้ำเสีย
 - การปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม
- **ด้านสังคม (Social):**
 - การคุ้มครองสิทธิแรงงานและสวัสดิการ
 - ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
 - การส่งเสริมความหลากหลายและการไม่เลือกปฏิบัติ
- **ด้านธรรมาภิบาล (Governance):**
 - ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ
 - การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
 - การมีระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง

3.2.2 การติดตามและรายงานผล

บริษัทมีการติดตามและรายงานผลการประเมิน ESG ของซัพพลายเออร์อย่างสม่ำเสมอ โดย

- ทบทวนผลการประเมินอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- จัดทำรายงานสรุปเสนอผู้บริหาร
- ใช้ผลการประเมินเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาคัดเลือกและต่ออายุสัญญา

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

- ร้อยละของซัพพลายเออร์ที่ผ่านการประเมิน ESG
เป้าหมาย: $\geq 80\%$
- ร้อยละของซัพพลายเออร์ที่ได้รับการประเมิน ESG ครบถ้วน
เป้าหมาย: $\geq 100\%$ ของซัพพลายเออร์หลัก

- จำนวนซัพพลายเออร์ที่ต้องจัดทำแผนปรับปรุง (CAP)

เป้าหมาย: ลดลงอย่างต่อเนื่อง

- จำนวนกิจกรรมพัฒนาซัพพลายเออร์ด้าน ESG

เป้าหมาย: $\geq 1-2$ ครั้งต่อปี

มาตรา 3. การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers)

เป้าหมายระยะสั้น (1–3 ปี)

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการคัดเลือก พัฒนา และรักษาความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) ที่ดำเนินธุรกิจตามหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของคู่ค้า และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาว

3.1 การคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีมาตรฐาน ESG

3.1.1 การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่ชัดเจน

บริษัทได้กำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์โดยบูรณาการหลัก ESG เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมการพิจารณาใน 3 มิติหลัก ดังนี้

- **ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental):**

พิจารณาความสามารถในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของซัพพลายเออร์ เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการของเสียและน้ำเสีย รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

- **ด้านสังคม (Social):**

พิจารณาการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การเคารพสิทธิมนุษยชน การไม่ใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ การดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ

- **ด้านธรรมาภิบาล (Governance):**

พิจารณาความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ การมีนโยบายต่อต้านการทุจริต การมีระบบควบคุมภายในที่เหมาะสม และการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้ซัพพลายเออร์ต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตาม “จรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)” ซึ่งเป็นข้อกำหนดขั้นต่ำในการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัท

3.1.2 การประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรฐาน ESG

บริษัทจัดให้มีระบบการประเมินผลการดำเนินงานด้าน ESG ของซัพพลายเออร์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยมีแนวทางดังนี้

- การประเมินตนเองผ่านแบบสอบถาม (Self-Assessment Questionnaire: SAQ)
- การตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น ใบอนุญาต รายงานสิ่งแวดล้อม และนโยบายแรงงาน
- การตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) สำหรับซัพพลายเออร์ที่มีความเสี่ยงหรือมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ

บริษัทมีการจัดระดับความเสี่ยงของซัพพลายเออร์ (Supplier Risk Classification) เพื่อกำหนดความถี่และความเข้มข้นในการประเมิน รวมถึงใช้ผลการประเมินเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการคัดเลือก ต่ออายุสัญญา หรือขยายความร่วมมือทางธุรกิจ

3.1.3 การให้คำแนะนำและการสนับสนุน

บริษัทตระหนักว่าการพัฒนาซัพพลายเออร์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน จึงให้การสนับสนุนซัพพลายเออร์ในการปรับปรุงการดำเนินงานด้าน ESG โดย

- จัดทำแผนการปรับปรุง (Corrective Action Plan: CAP) ร่วมกับซัพพลายเออร์

- ให้คำแนะนำเชิงเทคนิคและแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
- กำหนดระยะเวลาและติดตามความคืบหน้าในการปรับปรุงอย่างใกล้ชิด

ในกรณีที่ซัพพลายเออร์ไม่สามารถดำเนินการปรับปรุงได้ตามระยะเวลาที่กำหนด บริษัทอาจพิจารณาบทลงโทษหรือยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจเพื่อบริหารความเสี่ยงขององค์กร

3.1.4 การสร้างความร่วมมือกับซัพพลายเออร์

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับซัพพลายเออร์ โดยยึดหลักความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ (Strategic Partnership) เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ให้สอดคล้องกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันของทุกภาคส่วน

ในการนี้ บริษัทได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมความร่วมมือกับซัพพลายเออร์ ดังนี้

- **การจัดกิจกรรมอบรม สัมมนา และเวิร์กช็อปด้าน ESG**
บริษัทจัดให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้าน ESG กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวโน้มด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและสากล เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและยกระดับศักยภาพของซัพพลายเออร์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ
- **การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices)**
บริษัทสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แนวทางการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และกรณีศึกษาความสำเร็จระหว่างซัพพลายเออร์ เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนากระบวนการดำเนินงานของตนเองได้อย่างเหมาะสม
- **การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพซัพพลายเออร์ (Supplier Development Program)**
บริษัทจัดทำโครงการพัฒนาซัพพลายเออร์ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความเสี่ยงหรือยังไม่ผ่านเกณฑ์ ESG เพื่อให้สามารถปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ผ่านการให้คำปรึกษาเชิงลึก การจัดทำแผนปรับปรุง (Corrective Action Plan: CAP) และการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง
- **การดำเนินโครงการความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม**
บริษัทส่งเสริมให้ซัพพลายเออร์เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การลดของเสียในกระบวนการผลิต การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงโครงการด้านสังคม เช่น การพัฒนาชุมชนและการดูแลแรงงานอย่างเป็นธรรม
- **การสร้างระบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง**
บริษัทจัดให้มีช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เช่น การประชุมร่วม การรายงานผลการดำเนินงาน และการรับฟังข้อเสนอแนะจากซัพพลายเออร์ เพื่อสร้างความโปร่งใส ความเข้าใจที่ตรงกัน และความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในระยะยาว

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

- จำนวนกิจกรรมอบรม/สัมมนาด้าน ESG สำหรับซัพพลายเออร์
เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า 1-2 ครั้งต่อปี
- ร้อยละของซัพพลายเออร์ที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนา
เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า 70% ของซัพพลายเออร์หลัก
- จำนวนซัพพลายเออร์ที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงตามแผน (CAP) สำเร็จ
เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3.2 การประเมินการปฏิบัติตามข้อกำหนด ESG

บริษัทกำหนดให้มีระบบการประเมินผลการดำเนินงานของซัพพลายเออร์ตามหลักการ ESG อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าซัพพลายเออร์มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานที่บริษัทกำหนด รวมทั้งสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.1 การกำหนดเกณฑ์การประเมิน ESG

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดในการประเมินซัพพลายเออร์ใน 3 มิติหลัก ได้แก่

○ **ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental):**

พิจารณาการบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการของเสียและน้ำเสีย รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

○ **ด้านสังคม (Social):**

พิจารณาการดูแลแรงงานและผู้มีส่วนได้เสีย เช่น การคุ้มครองสิทธิแรงงาน การจัดสวัสดิการที่เหมาะสม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน การไม่ใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ รวมถึงการส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียม

○ **ด้านธรรมาภิบาล (Governance):**

พิจารณาความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมาย การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน การมีระบบควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ และการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ บริษัทอาจกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน (Scoring System) และระดับความเสี่ยงของซัพพลายเออร์ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกและบริหารความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

3.2.2 การกำหนดกระบวนการตรวจสอบและประเมินผล

บริษัทออกแบบกระบวนการตรวจสอบและประเมินผลอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมทั้งการประเมินเบื้องต้นและการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง ผ่านเครื่องมือและวิธีการที่หลากหลาย ได้แก่

- แบบประเมินตนเองของซัพพลายเออร์ (Self-Assessment Questionnaire: SAQ)
- การสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้อง
- การตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) สำหรับซัพพลายเออร์ที่มีความเสี่ยงสูง
- การใช้ผู้ตรวจประเมินภายนอกหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Third-party Audit)

กระบวนการดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถประเมินความสอดคล้องและความเสี่ยงได้อย่างรอบด้านและเป็นกลาง

3.2.3 ระยะเวลาการประเมินผล

บริษัทกำหนดระยะเวลาในการประเมินซัพพลายเออร์อย่างเหมาะสมตามระดับความเสี่ยงและความสำคัญของซัพพลายเออร์ ดังนี้

- ซัพพลายเออร์หลัก (Critical Suppliers): ประเมินอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง
- ซัพพลายเออร์ที่มีความเสี่ยงสูง: อาจมีการติดตามผล รายไตรมาส
- ซัพพลายเออร์ทั่วไป: ประเมินตามรอบระยะเวลาที่กำหนด เช่น ทุก 1-2 ปี

ทั้งนี้ บริษัทมีการทบทวนความถี่ในการประเมินให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง

3.2.4 การสื่อสารผลการประเมินและการให้คำแนะนำ

บริษัทดำเนินการสื่อสารผลการประเมินให้ซัพพลายเออร์ทราบอย่างโปร่งใส พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงในกรณีที่พบข้อบกพร่อง โดยมีแนวทางดังนี้

- จัดทำรายงานผลการประเมินและแจ้งให้ซัพพลายเออร์รับทราบ
- ร่วมกันกำหนดแผนปรับปรุง (Corrective Action Plan: CAP)
- ให้คำแนะนำเชิงปฏิบัติและแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
- ติดตามผลการปรับปรุงภายในระยะเวลาที่กำหนด

การดำเนินการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน

3.2.5 การรายงานผลและการปรับปรุงระบบ

บริษัทจัดให้มีการรายงานผลการประเมิน ESG ต่อผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และการบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากนี้ บริษัทมีการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการประเมิน ESG อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และแนวโน้มด้านความยั่งยืนที่เปลี่ยนแปลงไป

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

- ร้อยละของซัพพลายเออร์ที่ได้รับการประเมิน ESG ครบคลุม
เป้าหมาย: $\geq 100\%$ ของซัพพลายเออร์หลัก
- ร้อยละของซัพพลายเออร์ที่ผ่านเกณฑ์ ESG
เป้าหมาย: $\geq 80\%$
- ระยะเวลาเฉลี่ยในการปิดประเด็นแก้ไข (CAP Closure)
เป้าหมาย: ภายใน 90 วัน
- จำนวนซัพพลายเออร์ที่มีความเสี่ยงสูง
เป้าหมาย: ลดลงอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายระยะยาว (3–5 ปี)

บริษัทมุ่งพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) ให้เป็นความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ในระยะยาว โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามหลัก ESG เพื่อสร้างความมั่นคงในการจัดหาวัตถุดิบ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

1. การพัฒนาความร่วมมือระยะยาว

บริษัทมีเป้าหมายในการสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงกับซัพพลายเออร์ที่มีศักยภาพและมาตรฐานสูง โดย

- จัดทำสัญญาความร่วมมือระยะยาว (Long-term Agreement)
- กำหนดเงื่อนไขที่ชัดเจนด้านคุณภาพสินค้า มาตรฐานการผลิต ระยะเวลาการส่งมอบ และราคาที่เป็นธรรม
- พัฒนาระบบประเมินและจัดลำดับซัพพลายเออร์ (Supplier Segmentation) เพื่อบริหารความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการจัดหาวัตถุดิบ ลดความเสี่ยงด้านการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน และสร้างเสถียรภาพทางธุรกิจในระยะยาว

2. การส่งเสริมการพัฒนาาร่วมกัน (Collaborative Development)

บริษัทส่งเสริมการทำงานร่วมกับซัพพลายเออร์ในการพัฒนานวัตกรรมสินค้าและกระบวนการผลิต โดย

- ร่วมพัฒนาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดของเสีย
- ส่งเสริมแนวทางการผลิตที่ยั่งยืน (Sustainable Production)

เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลง

3. การเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการสื่อสาร

บริษัทมุ่งสร้างระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใสกับซัพพลายเออร์ โดย

- พัฒนาช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการ เช่น ระบบดิจิทัล หรือแพลตฟอร์มการจัดการซัพพลายเออร์
- จัดให้มีการประชุมร่วมและการติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นจำเป็นเพื่อการบริหารจัดการร่วมกัน

เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและบริหารความเสี่ยงได้อย่างทันท่วงที

4. การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทสนับสนุนให้ซัพพลายเออร์ดำเนินธุรกิจตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดย

- ส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรฐาน ESG และจรรยาบรรณคู่ค้า

- สนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการจัดการของเสีย
 - ส่งเสริมการดูแลแรงงานอย่างเป็นธรรมและปลอดภัย
- เพื่อยกระดับมาตรฐานห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

5. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทมุ่งพัฒนาซัพพลายเออร์ให้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว โดย

- สร้างความร่วมมือในการขยายโอกาสทางธุรกิจใหม่
 - สนับสนุนซึ่งกันและกันในการพัฒนาและแก้ไขปัญหา
 - เสริมสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์
- เพื่อให้สามารถเติบโตไปพร้อมกันอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs)

บริษัทกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินความสำเร็จของการดำเนินงาน ดังนี้

- จำนวนและสัดส่วนซัพพลายเออร์ที่ได้รับการประเมิน ESG
เป้าหมาย: ครอบคลุม $\geq 100\%$ ของซัพพลายเออร์หลักภายใน 3 ปี
- ร้อยละของซัพพลายเออร์ที่ผ่านเกณฑ์ ESG
เป้าหมาย: $\geq 85\%$ ภายใน 3–5 ปี
- สัดส่วนซัพพลายเออร์ที่ดำเนินธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 10% ต่อปี
- จำนวนซัพพลายเออร์ที่มีสัญญาระยะยาว
เป้าหมาย: $\geq 60\text{--}70\%$ ของซัพพลายเออร์หลัก
- จำนวนโครงการพัฒนาร่วมกับซัพพลายเออร์
เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า 2 โครงการต่อปี

4. การมีส่วนร่วมในชุมชนและการสนับสนุนสังคม

เป้าหมายระยะสั้น (1–3 ปี)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ผ่านการดำเนินโครงการด้านสังคมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กรอบความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)

4.1 การลงทุนในโครงการสังคม

บริษัทมุ่งสนับสนุนและลงทุนในโครงการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนในระยะยาว โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังนี้

4.1.1 การสนับสนุนโครงการการศึกษาในท้องถิ่น

บริษัทส่งเสริมโอกาสทางการศึกษา โดยสนับสนุนทุนการศึกษา อุปกรณ์การเรียน และกิจกรรมเสริมสร้างทักษะให้แก่เยาวชน เพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างรากฐานที่มั่นคงสำหรับการพัฒนาประเทศในอนาคต

4.1.2 การสนับสนุนโครงการด้านสุขภาพชุมชน

บริษัทสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขอนามัยของประชาชน เช่น การมอบอุปกรณ์ทางการแพทย์ การสนับสนุนบริการสุขภาพพื้นฐาน และการให้ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน

4.1.3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในชุมชน

บริษัทมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของชุมชน เช่น การสนับสนุนอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน

4.2 การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมในองค์กร

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมที่ดี โดยปลูกฝังจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกระดับขององค์กร

4.2.1 การส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสา (Volunteerism)

บริษัทสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา เพื่อช่วยเหลือสังคมและชุมชน พร้อมทั้งสร้างความภาคภูมิใจและแรงจูงใจในการทำงาน

4.2.2 การจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน

บริษัทจัดกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่น การบริจาคสิ่งของจำเป็น การช่วยเหลือผู้ประสบภัย และการสนับสนุนกิจกรรมชุมชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและสังคม

4.2.3 การฝึกอบรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทจัดอบรมและกิจกรรมให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาทขององค์กรต่อสังคม และส่งเสริมให้พนักงานสามารถนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและชีวิตประจำวัน

การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในปี 2568

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) อย่างต่อเนื่อง โดยมีโครงการที่สำคัญ ดังนี้

1. โครงการสนับสนุนกำลังพลในพื้นที่ชายแดน

บริษัทได้มอบหน้ากากอนามัยจำนวน 10,000 ชิ้น และชุดชั้นในชายจำนวน 600 ตัว รวมมูลค่า 379,325 บาท เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของกำลังพลในพื้นที่ชายแดนไทย-กัมพูชา ณ กองบัญชาการกองทัพอากาศที่ 2 จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเสริมสร้างสุขอนามัยและความพร้อมในการปฏิบัติงานในพื้นที่เสี่ยง

2. โครงการสนับสนุนนักศึกษาพยาบาล

บริษัทได้สนับสนุนถุงน่องและถุงเท้าให้แก่ศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ รวมมูลค่ากว่า 50,000 บาท พร้อมจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งทอ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และลดภาระค่าใช้จ่ายของนักศึกษา

3. โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาและพัฒนาทักษะ

บริษัทได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมทักษะด้านการสร้างสรรค์คอนเทนต์ และมอบทุนการศึกษาให้แก่ศึกษารวม 10,000 บาท เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและเตรียมความพร้อมสู่การประกอบอาชีพในอนาคต

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs)

- จำนวนโครงการเพื่อสังคมที่ดำเนินการ
เป้าหมาย: $\geq 2-3$ โครงการต่อปี
- มูลค่าการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม
เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรม CSR
เป้าหมาย: $\geq 60-70\%$
- ระดับความพึงพอใจของชุมชนต่อกิจกรรมของบริษัท
เป้าหมาย: อยู่ในระดับดีถึงดีมาก

เป้าหมายระยะยาวด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม (ระยะเวลา 3-5 ปี)

1. การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับชุมชน

บริษัทมีเป้าหมายในการพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับชุมชน โดย

- มีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง
- สนับสนุนโครงการที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน
- สร้างความร่วมมือกับองค์กรภาคประชาสังคมและหน่วยงานในพื้นที่

เพื่อให้เกิดความไว้วางใจและการอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลในระยะยาว

2. การส่งเสริมโครงการเพื่อสังคมที่มีผลกระทบระยะยาว

บริษัทมุ่งสนับสนุนโครงการที่สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยเน้น

- ด้านการศึกษา เช่น การพัฒนาทักษะและโอกาสทางการเรียนรู้
- ด้านสุขภาพ เช่น การส่งเสริมสุขอนามัยและการเข้าถึงบริการพื้นฐาน
- ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระดับชุมชนและสังคม

3. การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

บริษัทมีแผนขยายและพัฒนาโครงการ CSR อย่างเป็นระบบ โดย

- มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- สนับสนุนการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม
- ส่งเสริมการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เพื่อสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ระหว่างองค์กรและสังคม

4. การร่วมมือกับองค์กรภาครัฐและเอกชน

บริษัทส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ โดย

- เข้าร่วมโครงการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม
- สนับสนุนแนวปฏิบัติหรือมาตรการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
- ร่วมพัฒนาโครงการที่ก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขยายผลการดำเนินงานด้านสังคม

5. การติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลโครงการเพื่อสังคม โดย

- กำหนดตัวชี้วัดผลกระทบทางสังคม (Social Impact)
- ประเมินผลลัพธ์ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ
- นำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาโครงการให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน

เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงและยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs)

- จำนวนโครงการเพื่อชุมชนที่ดำเนินการ
เป้าหมาย: $\geq 3-5$ โครงการต่อปี
- มูลค่าการลงทุนด้านสังคม (บาท/ปี)
เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ผลการประเมินผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม (Social Impact Assessment)
เป้าหมาย: อยู่ในระดับดีถึงดีมาก
- ร้อยละของโครงการที่บรรลุวัตถุประสงค์
เป้าหมาย: $\geq 80\%$

เป้าหมายระยะสั้น (1–3 ปี)

5.1 การรายงานผลการดำเนินงานด้าน ESG

บริษัทให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) อย่างโปร่งใส ครบถ้วน และตรวจสอบได้ โดยมุ่งพัฒนาระบบการรายงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย

5.1.1 การจัดทำรายงาน ESG เบื้องต้น

บริษัทมีแผนจัดทำรายงานผลการดำเนินงานด้าน ESG ในระยะเริ่มต้น โดย

- รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภายในองค์กร ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
- พัฒนาระบบฐานข้อมูล (Data Collection System) เพื่อให้การจัดเก็บข้อมูลมีความถูกต้องและเป็นมาตรฐานเดียวกัน
- จัดทำรายงาน ESG เบื้องต้นภายในระยะเวลา 3–6 เดือน เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการเปิดเผยต่อผู้มีส่วนได้เสีย

ทั้งนี้ รายงานดังกล่าวจะเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาการรายงานอย่างเป็นระบบในระยะต่อไป

5.1.2 การเพิ่มความโปร่งใสในการรายงาน

บริษัทตั้งเป้าหมายในการยกระดับความโปร่งใสของการเปิดเผยข้อมูล ESG โดย

- เปิดเผยข้อมูลด้าน ESG อย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง ผ่านรายงานประจำปี (56-1 One Report) หรือรายงานความยั่งยืน
- อ้างอิงมาตรฐานการรายงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น
 - Global Reporting Initiative (GRI)
 - Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- ปรับปรุงคุณภาพข้อมูลให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

เพื่อให้ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียสามารถใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม

5.1.3 การพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

บริษัทมุ่งพัฒนาช่องทางการสื่อสารด้าน ESG ให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงได้ง่าย โดย

- จัดให้มีการเผยแพร่ข้อมูล ESG ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท
- บรรจุข้อมูล ESG ในรายงานประจำปี และเอกสารสำหรับผู้ลงทุน
- ใช้ช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ เช่น การประชุมผู้ถือหุ้น หรือการนำเสนอข้อมูล (Investor Presentation)

เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเท่าเทียม

5.1.4 การฝึกอบรมพนักงานภายในองค์กร

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของพนักงานเกี่ยวกับ ESG โดย

- จัดอบรมให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและรายงานข้อมูล ESG
- ส่งเสริมความเข้าใจในมาตรฐานการรายงานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
- สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของความถูกต้องและความโปร่งใสของข้อมูล

เพื่อให้การจัดทำรายงานมีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

5.1.5 การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทจัดให้มีกลไกในการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสีย โดย

- เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็น เช่น แบบสอบถาม การประชุม หรือช่องทางออนไลน์
- วิเคราะห์และนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงกระบวนการรายงาน ESG
- สื่อสารผลการปรับปรุงกลับไปยังผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม

เพื่อพัฒนาการรายงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs)

- การจัดทำรายงาน ESG เบื้องต้นแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด

เป้าหมาย: ภายใน 3-6 เดือน

- ความถี่ในการเปิดเผยข้อมูล ESG

เป้าหมาย: อย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี

- ร้อยละของหน่วยงานที่สามารถจัดส่งข้อมูล ESG ได้ครบถ้วน

เป้าหมาย: $\geq 90-100\%$

- ร้อยละของพนักงานที่เกี่ยวข้องผ่านการอบรม ESG

เป้าหมาย: $\geq 100\%$

- ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อการเปิดเผยข้อมูล

เป้าหมาย: อยู่ในระดับดีถึงดีมาก

5.2 การปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบภายใน

บริษัทให้ความสำคัญกับระบบการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ในฐานะกลไกสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) ทำหน้าที่กำกับดูแลให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้อง และสอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และนโยบายของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถรองรับความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป เพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมภายใน และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

5.2.1 การประเมินกระบวนการตรวจสอบภายในปัจจุบัน

บริษัทดำเนินการประเมินระบบการตรวจสอบภายในที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดย

- ทบทวนโครงสร้าง หน้าที่ และความรับผิดชอบของหน่วยงานตรวจสอบภายใน
- วิเคราะห์กระบวนการควบคุมภายใน (Internal Control) ในแต่ละหน่วยงาน
- ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน และช่องว่างของระบบการควบคุมภายใน

โดยมีเป้าหมายดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 3–6 เดือน เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงระบบ

5.2.2 การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทดำเนินการปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบภายในให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance) และมาตรฐานสากล โดย

- นำแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) มาใช้ในการพัฒนาระบบ
- ปรับปรุงกระบวนการควบคุมภายในให้ครอบคลุมความเสี่ยงที่สำคัญ
- กำหนดนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน

โดยตั้งเป้าหมายดำเนินการภายในระยะเวลา 6 เดือน

5.2.3 การฝึกอบรมทีมงานตรวจสอบภายใน

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการตรวจสอบภายใน โดย

- จัดอบรมให้กับทีมงานตรวจสอบภายในและผู้ที่เกี่ยวข้อง
- เสริมสร้างความรู้ด้านการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการ
- พัฒนาทักษะในการตรวจสอบเชิงวิเคราะห์และการรายงานผล

เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ

5.2.4 การพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีการตรวจสอบ

บริษัทส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความถูกต้องของข้อมูล โดย

- นำระบบซอฟต์แวร์หรือเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ในการตรวจสอบ (Audit Tools)
- สนับสนุนการใช้ระบบอัตโนมัติ (Automation) ในกระบวนการตรวจสอบ
- พัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อสนับสนุนการตรวจสอบเชิงลึก

เพื่อเพิ่มความรวดเร็ว ความแม่นยำ และลดความเสี่ยงจากความผิดพลาด

5.2.5 การจัดทำรายงานและติดตามผลการปรับปรุง

บริษัทจัดให้มีการรายงานผลการตรวจสอบและการปรับปรุงกระบวนการอย่างเป็นระบบ โดย

- จัดทำรายงานผลการตรวจสอบภายในเสนอผู้บริหารและคณะกรรมการตรวจสอบ
- ติดตามความคืบหน้าของการแก้ไขข้อบกพร่อง (Follow-up)
- ประเมินผลการปรับปรุงและวัดประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายใน

เพื่อให้สามารถสื่อสารผลการดำเนินงานได้อย่างโปร่งใส และนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs)

- การประเมินระบบตรวจสอบภายในแล้วเสร็จตามระยะเวลา

เป้าหมาย: ภายใน 3–6 เดือน

- ร้อยละของข้อบกพร่องที่ได้รับการแก้ไข
เป้าหมาย: $\geq 90\%$
- ร้อยละของพนักงานที่เกี่ยวข้องผ่านการอบรม
เป้าหมาย: $\geq 100\%$
- ระยะเวลาเฉลี่ยในการปิดประเด็นตรวจสอบ (Audit Issue Closure)
เป้าหมาย: ภายใน 60–90 วัน

เป้าหมายระยะยาว (3–5 ปี)

ด้านการตรวจสอบภายในและการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทมุ่งพัฒนาระบบการตรวจสอบภายในให้มีความเข้มแข็ง โปร่งใส และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยงในระยะยาว

1. การพัฒนาระบบตรวจสอบภายในที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

บริษัทมีเป้าหมายในการยกระดับระบบตรวจสอบภายในให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดย

- พัฒนาระบบการตรวจสอบให้ครอบคลุมทุกหน่วยงานและกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสำคัญ
- เพิ่มความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ใช้ในการตรวจสอบ
- สร้างระบบควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพและสามารถตรวจสอบได้ (Auditability)

เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้อย่างเป็นระบบ

2. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบภายใน

บริษัทส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดความเสี่ยง โดย

- นำระบบอัตโนมัติ (Automation) มาช่วยในกระบวนการตรวจสอบ
- ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อการตรวจสอบเชิงลึก
- ศึกษาและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการตรวจสอบ

เพื่อเพิ่มความรวดเร็ว ความถูกต้อง และลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน

3. การเสริมสร้างความโปร่งใสและการปฏิบัติตามมาตรฐานสากล

บริษัทมุ่งยกระดับกระบวนการตรวจสอบภายในให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมาตรฐานสากล โดย

- ปฏิบัติตามกรอบการควบคุมภายใน เช่น COSO Framework
- พัฒนาระบบงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น ISO
- ส่งเสริมความโปร่งใสในการรายงานและการเปิดเผยข้อมูล

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสีย

4. การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทีมตรวจสอบภายใน

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร โดย

- จัดทำแผนพัฒนาทักษะและความรู้ของทีมตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง
- สนับสนุนการอบรมและการรับรองวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง
- เสริมสร้างความรู้ด้านเทคโนโลยี การบริหารความเสี่ยง และ ESG

เพื่อให้ทีมงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลง

5. การติดตามและปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทจัดให้มีกลไกการติดตามและประเมินผลการตรวจสอบภายใน โดย

- นำผลการตรวจสอบมาวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการ
- ติดตามการแก้ไขข้อบกพร่องอย่างเป็นระบบ
- ปรับปรุงแนวทางการตรวจสอบให้สอดคล้องกับความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง

เพื่อให้ระบบตรวจสอบภายในมีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs)

- อัตราการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG
เป้าหมาย: $\geq 90-100\%$ ของข้อมูลที่มีนัยสำคัญ
- คะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการจากหน่วยงานภายนอก
เป้าหมาย: อยู่ในระดับ “ดี” ถึง “ดีเลิศ” อย่างต่อเนื่อง
- ร้อยละของข้อบกพร่องที่ได้รับการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด
เป้าหมาย: $\geq 90\%$
- ระดับความครอบคลุมของการตรวจสอบภายใน (Audit Coverage)
เป้าหมาย: $\geq 100\%$ ของกระบวนการที่มีความเสี่ยงสำคัญ

เป้าหมาย SDGs ขององค์การสหประชาชาติ : Goal 5 ความเท่าเทียมทางเพศ (Gender Equality), Goal 5
ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการจัดการ ความเท่าเทียมทางเพศ (Gender Equality)
ด้านความยั่งยืนขององค์กร

การทบทวนนโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนในรอบปีที่ผ่านมา

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการทบทวนนโยบายและ/หรือ : ไม่มี
เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน
ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนากฎเกี่ยวกับ : ไม่มี
นโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

ภาพรวมกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain)

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอาง ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านทางสรรพสินค้า (Department Store) โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ร้านค้าส่ง (Traditional Trade) ร้านค้าของบริษัท (Company Shop) และช่องทางออนไลน์

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain) อย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ และตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารจัดการต้นน้ำ (Upstream)

การจัดหาแหล่งผลิตและวัตถุดิบ

บริษัทให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบและแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางดังนี้

- คัดสรรวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการนำวัสดุรีไซเคิลมาใช้ในบางประเภทสินค้า
- กำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานให้แก่ผู้ผลิต
- ดำเนินการตรวจวิเคราะห์และตรวจวัดตามมาตรฐานของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะเกณฑ์ของกระทรวงอุตสาหกรรม

ในการพัฒนาสินค้า บริษัทได้ร่วมมือกับโรงงานผู้ผลิตซึ่งเป็นบริษัทร่วมในเครือ ได้แก่ บริษัท นิเวลล์สินิตตั้ง จำกัด (มหาชน) (NPK) เพื่อควบคุมคุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิตให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

การบริหารจัดการกระบวนการผลิต (Midstream)

แม้ว่าบริษัทจะดำเนินธุรกิจหลักในลักษณะผู้จัดจำหน่าย (Distributor) แต่บริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกระบวนการผลิตผ่านพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมีแนวทางดังนี้

- สนับสนุนการดำเนินงานของโรงงานให้เป็นไปตามกฎหมายแรงงานและมาตรฐานด้านสังคม
- กำกับดูแลให้กระบวนการผลิตเป็นไปตามแผนการตรวจวิเคราะห์และการควบคุมคุณภาพ
- มีการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอกที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งผลการตรวจสอบอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

การบริหารจัดการปลายน้ำ (Downstream)

บริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและการเข้าถึงลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดย

- พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า
- บริหารจัดการระบบโลจิสติกส์และคลังสินค้าเพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้า เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจ

กิจกรรมหลักในห่วงโซ่คุณค่า (Primary Activities)

1. การจัดหาสินค้า (Inbound Logistics)

บริษัทมีบริษัทรวม ได้แก่ บริษัท นิเวศน์สินค้าย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์เดียวกัน โดยทำหน้าที่ผลิตและจัดส่งสินค้าประเภทถุงนอน ถุงเท้า ชุดชั้นใน ชุดนอน และเสื้อผ้าให้แก่บริษัท

โรงงานผู้ผลิตดังกล่าวได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 ซึ่งสะท้อนถึงระบบบริหารคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ

ในปี 2568 บริษัทมีการจัดซื้อสินค้าจากโรงงานดังกล่าวคิดเป็นมูลค่า 264.22 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 70.36% ของการจัดซื้อทั้งหมด ขณะที่สินค้าประเภทชุดชั้นในและเสื้อผ้าบางส่วน บริษัทจัดซื้อจากผู้จัดหาภายนอก คิดเป็นมูลค่า 26.86 ล้านบาท หรือสัดส่วน 7.15%

บริษัทมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์อย่างรอบคอบ โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ ได้แก่

- คุณภาพของสินค้าและบริการ
- ราคาและความสามารถในการแข่งขัน
- ความสามารถในการจัดส่งสินค้า
- ความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน
- ความน่าเชื่อถือและเสถียรภาพทางการเงิน
- การบริการหลังการขายและการสนับสนุน
- การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
- ความสามารถด้านนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

เพื่อสร้างความมั่นคงในห่วงโซ่อุปทาน และส่งเสริมความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะยาว

2. การตลาดและการขาย (Marketing & Sales)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดและการขายอย่างครบวงจร เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขายและสร้างการรับรู้ในตราสินค้า โดยมุ่งเน้นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านช่องทางที่หลากหลายและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- **การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising & Promotion)**
บริษัทดำเนินการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ รวมถึงการใช้ Influencers หรือ Key Opinion Leaders (KOL) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- **การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activities)**
บริษัทจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น งานแสดงสินค้า การเปิดตัวสินค้าใหม่ และการจัดสัมมนา เพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมกับลูกค้าและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ
- **การนำเสนอข้อมูลสินค้าอย่างโปร่งใส (Product Communication)**
บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลสินค้าอย่างครบถ้วนและถูกต้อง โดยใช้รีวิวจากผู้ใช้งานจริง และการจัดแคมเปญทดลองใช้สินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค
- **การรับประกันคุณภาพสินค้า (Product Assurance)**
บริษัทมีนโยบายรับประกันคุณภาพสินค้า และให้บริการหลังการขาย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจแก่ลูกค้า
- **การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)**
บริษัทจัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น ส่วนลดในช่วงเทศกาล โปรแกรมสะสมคะแนน และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)

3. การจัดส่งสินค้า (Outbound Logistics)

บริษัทบริหารจัดการระบบการจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำแนวคิดการเพิ่มประสิทธิภาพเส้นทางการขนส่ง เช่น การประยุกต์ใช้หลักการวางแผนเส้นทาง (Travelling Salesman Problem: TSP) เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้า

แนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- ควบคุมอัตราส่วนค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งต่อรายได้ (Transportation Cost to Revenue) ให้อยู่ในระดับต่ำกว่า **0.7%**
- จัดส่งสินค้าให้กับห้างสรรพสินค้าและร้านค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลโดยบริษัทเป็นผู้ดำเนินการเอง
- สำหรับการจัดส่งสินค้าไปยังต่างจังหวัด บริษัทเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งภายนอกที่มีมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ
- พัฒนาระบบการจัดส่งสำหรับช่องทางออนไลน์ โดยกำหนดระยะเวลาการจัดส่งสินค้าไม่เกิน 24 ชั่วโมง หลังได้รับคำสั่งซื้อ

เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และสร้างความพึงพอใจสูงสุด

4. การบริการหลังการขาย (Service)

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายในฐานะปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยมีแนวทางการให้บริการดังนี้

- การรับประกันสินค้า ภายในระยะเวลา 1-2 ปี
 - การเปลี่ยนสินค้า (Product Exchange) ภายในระยะเวลาที่กำหนด
 - นโยบายการคืนสินค้า (Return Policy) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า
 - การให้บริการลูกค้า (Customer Support) ผ่านช่องทางโทรศัพท์ อีเมล แชทสด และโซเชียลมีเดีย
 - การติดตามผล (Follow-up) เพื่อประเมินความพึงพอใจของลูกค้า
 - การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling) อย่างเป็นระบบและรวดเร็ว
 - การให้คำแนะนำการใช้งานสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน
 - การจัดโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้าปัจจุบัน
 - ระบบติดตามสถานะคำสั่งซื้อ (Order Tracking System) ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน
- เพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) และส่งเสริมการซื้อซ้ำในระยะยาว

5. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งในส่วนของบริษัทร่วมและผู้จัดหาภายนอก โดยมุ่งเน้นความร่วมมือระยะยาวและการเติบโตร่วมกัน

- บริษัทมีพันธมิตรจำนวน 1 แห่ง ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าหลัก โดยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจต่อเนื่องยาวนานกว่า 61 ปี
 - มีการประสานงานและร่วมพัฒนาในด้านการผลิต คุณภาพสินค้า และนวัตกรรมอย่างใกล้ชิด
 - ผู้จัดหาภายนอกมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มั่นคง ภายใต้เงื่อนไขทางการค้าที่เป็นธรรมและเป็นประโยชน์ร่วมกัน
- ความร่วมมือดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain) อย่างครบถ้วน

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามหลัก ESG

1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

1.1 การจัดหาสินค้า (Inbound Logistics)

บริษัทดำเนินการจัดหาสินค้าจากบริษัทร่วมและผู้จัดหาภายนอก โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐาน และความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

- คัดเลือกซัพพลายเออร์ตามเกณฑ์ด้านคุณภาพ ราคา ความน่าเชื่อถือ และการปฏิบัติตามกฎหมาย
- ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และวัสดุรีไซเคิล
- ประเมินและติดตามผลการดำเนินงานของซัพพลายเออร์อย่างสม่ำเสมอ

ESG ที่เกี่ยวข้อง:

- Environmental: การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- Social: การคำนึงถึงสิทธิแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน
- Governance: การคัดเลือกซัพพลายเออร์อย่างโปร่งใส

1.2 การบริหารคลังสินค้าและกระจายสินค้า (Operations & Logistics)

บริษัทบริหารจัดการคลังสินค้าและระบบโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับปริมาณสินค้าและความต้องการของตลาด

- ควบคุมปริมาณสินค้าให้เหมาะสม ลดสินค้าคงค้าง

- วางแผนการจัดเก็บและกระจายสินค้าอย่างเป็นระบบ
- พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุน

ESG ที่เกี่ยวข้อง:

- Environmental: ลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซจากการขนส่ง
- Governance: ระบบควบคุมภายในด้านสินค้าคงคลัง

1.3 การจัดจำหน่ายสินค้า (Outbound Logistics)

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์

- ห้างสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ
- ร้านค้าส่ง และร้านค้าของบริษัท
- ช่องทางออนไลน์ (E-commerce และ Marketplace)

บริษัทมุ่งพัฒนาประสิทธิภาพการกระจายสินค้า เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง

ESG ที่เกี่ยวข้อง:

- Social: การเข้าถึงสินค้าอย่างเท่าเทียม
- Governance: การบริหารลูกค้าและช่องทางจำหน่ายอย่างเป็นธรรม

1.4 การตลาดและการขาย (Marketing & Sales)

บริษัทดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดโดยมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์และตอบสนองความต้องการของลูกค้า

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- ใช้ช่องทางออนไลน์และสื่อดิจิทัลในการสื่อสารการตลาด
- ส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ESG ที่เกี่ยวข้อง:

- Social: การสื่อสารข้อมูลสินค้าอย่างถูกต้อง
- Governance: การดำเนินการตลาดอย่างมีจริยธรรม

1.5 การบริการลูกค้า (Service)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

- ให้บริการหลังการขาย
- รับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากลูกค้า
- ปรับปรุงสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

ESG ที่เกี่ยวข้อง:

- Social: การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค
- Governance: ระบบรับเรื่องร้องเรียนอย่างโปร่งใส

2. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)

2.1 โครงสร้างพื้นฐานองค์กร (Firm Infrastructure)

บริษัทมีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ชัดเจน พร้อมระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ

- คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบ
- ระบบบริหารความเสี่ยง (Risk Management)
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance)

2.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร

- การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ
- การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี
- การดูแลสิทธิและสวัสดิการพนักงาน

2.3 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)

บริษัทนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

- ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ
- ระบบการขายออนไลน์
- การใช้ Data Analytics และ Automation

2.4 การจัดซื้อจัดหา (Procurement)

บริษัทมีระบบการจัดซื้อที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ

- กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่ชัดเจน
- ส่งเสริมการจัดซื้ออย่างยั่งยืน (Sustainable Procurement)
- ควบคุมต้นทุนและคุณภาพสินค้า



ภาพรวมกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain)

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอางภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านทางสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าส่ง ร้านค้าของบริษัท และช่องทางออนไลน์

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) อย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) กลางน้ำ (Midstream) และปลายน้ำ (Downstream) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ พร้อมทั้งบูรณาการหลัก ESG เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

1. การบริหารจัดการต้นน้ำ (Upstream)

1.1 การจัดหาแหล่งผลิตและวัตถุดิบ (Procurement & Sourcing)

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดเลือกแหล่งผลิตและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยมีแนวทางดังนี้

- คัดเลือกซัพพลายเออร์จากเกณฑ์ด้านคุณภาพ ราคา ความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการส่งมอบ
- ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และวัสดุรีไซเคิลในบางประเภทสินค้า
- กำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานให้กับผู้ผลิต
- ปฏิบัติตามข้อกำหนดของภาครัฐ โดยเฉพาะมาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม

บริษัทมีพันธมิตร คือ บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตหลักของสินค้า โดยมีการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อควบคุมคุณภาพสินค้า

2. การบริหารจัดการกลางน้ำ (Midstream)

2.1 กระบวนการผลิต (Manufacturing Oversight)

แม้ว่าบริษัทดำเนินธุรกิจในลักษณะผู้จัดจำหน่าย แต่มีบทบาทในการกำกับดูแลการผลิตผ่านพันธมิตร โดย

- สนับสนุนการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน
- ควบคุมมาตรฐานคุณภาพการผลิต
- ตรวจสอบรักษาคุณภาพน้ำทิ้งและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก
- ผลการตรวจสอบเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของภาครัฐ

2.2 การบริหารคลังสินค้าและโลจิสติกส์ (Operations & Logistics)

- บริหารสินค้าคงคลังให้เหมาะสม ลดสินค้าค้าง
- พัฒนาระบบคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพ
- วางแผนการกระจายสินค้าอย่างเป็นระบบ

3. การบริหารจัดการปลายน้ำ (Downstream)

3.1 การตลาดและการขาย (Marketing & Sales)

บริษัทดำเนินกลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจร โดย

- ใช้ช่องทางสื่อสารหลากหลาย เช่น โทรศัพท์ โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และ Influencers
- จัดกิจกรรมทางการตลาด เช่น งานแสดงสินค้า และเปิดตัวสินค้า
- นำเสนอข้อมูลสินค้าอย่างโปร่งใส และใช้รีวิวจากผู้ใช้งานจริง
- จัดโปรโมชั่น เช่น ส่วนลด และโปรแกรมสะสมคะแนน
- รับประกันคุณภาพสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่น

3.2 การจัดส่งสินค้า (Outbound Logistics)

บริษัทบริหารจัดการส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดย

- ใช้หลักการวางแผนเส้นทาง (TSP) เพื่อลดต้นทุน
- ควบคุมค่าใช้จ่ายขนส่งต่อรายได้ < 0.7%
- จัดส่งในกรุงเทพฯ และปริมณฑลด้วยระบบของบริษัท

- ใช้ผู้ให้บริการขนส่งภายนอกสำหรับต่างจังหวัด
- ช่องทางออนไลน์จัดส่งภายใน 24 ชั่วโมง

3.3 การบริการหลังการขาย (Service)

บริษัทให้ความสำคัญกับประสบการณ์ลูกค้า โดย

- รับประกันสินค้า 1–2 ปี
- เปลี่ยน/คืนสินค้าได้ตามเงื่อนไข
- มี Customer Support หลายช่องทาง
- ระบบติดตามคำสั่งซื้อ
- การจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การสร้างเครือข่ายพันธมิตร (Partnership)

- มีบริษัทร่วมที่เป็นผู้ผลิตหลัก ความสัมพันธ์ยาวนานกว่า 61 ปี
- มีความร่วมมือด้านคุณภาพและนวัตกรรม
- ซัพพลายเออร์มีความสัมพันธ์ที่มั่นคงและเป็นธรรม

5. การบูรณาการ ESG ในห่วงโซ่คุณค่า

บริษัทนำหลัก ESG มาปรับใช้ในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

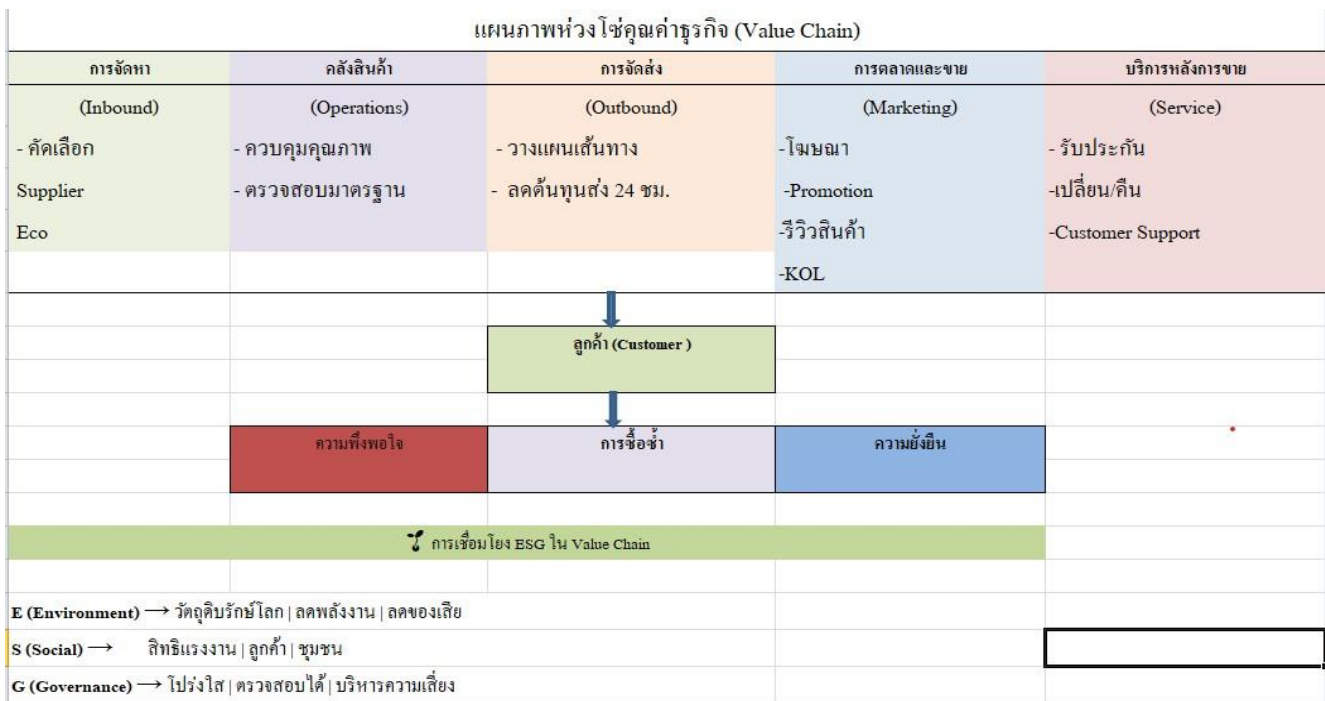
- ใช้วัตถุดิบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ควบคุมการปล่อยมลพิษ
- ลดพลังงานและของเสีย

ด้านสังคม (Social)

- คำนึงถึงสิทธิแรงงาน
- ดูแลลูกค้าและชุมชน
- สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม

ด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance)

- มีระบบควบคุมภายใน
- โปร่งใส ตรวจสอบได้
- บริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ



บริษัทดำเนินการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การบริหารคลังสินค้าและการจัดส่งสินค้า การดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดและการขาย ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพไปยังลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทได้บูรณาการหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) ในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว



3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักธรรมาภิบาล โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญอันได้แก่ วัสดุภัณฑ์ พันธกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินงานไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจต่อไปได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมผลกระทบต่อการดำเนินงานรวมถึงผลประโยชน์ของบริษัทเพื่อประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย และมีการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียได้ 7 กลุ่มเพื่อพิจารณาประเมินระดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียและผลกระทบต่อบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม และกำหนดเป็นแนวปฏิบัติในการตอบสนองความคาดหวังและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่มตามรายละเอียดการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

ตารางสรุปประเด็นความยั่งยืน (ESG) ด้านสิ่งแวดล้อม

ประเด็นความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ	ชุมชน / รัฐ
การใช้พลังงาน น้ำ และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	ชุมชน / รัฐ
การควบคุมมลพิษและการจัดการของเสีย	ชุมชน / รัฐ
ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของคู่ค้า	คู่ค้า
การป้องกันผลกระทบจากธุรกิจต่อชุมชน	ชุมชน

ด้านสังคม

ประเด็นความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม	พนักงาน
ความมั่นคงในการทำงาน (รวมพนักงานสัญญาจ้าง)	พนักงาน
การพัฒนาทักษะและศักยภาพ	พนักงาน
ความก้าวหน้าในอาชีพ	พนักงาน
ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	พนักงาน
คุณภาพสินค้าและบริการ	ลูกค้า
ความพึงพอใจและความไว้วางใจ	ลูกค้า
การคุ้มครองผู้บริโภค	ลูกค้า
การจัดการข้อร้องเรียน	ลูกค้า
การให้ข้อมูลสินค้าอย่างถูกต้อง	ลูกค้า
ความสัมพันธ์ทางการค้าระยะยาว	คู่ค้า
การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ	คู่ค้า
การรักษาคุณภาพสินค้าและบริการ	คู่ค้า
การปกป้องข้อมูล	คู่ค้า

การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน	ชุมชน
การดำเนินกิจกรรม CSR	ชุมชน
การพัฒนาคุณภาพชีวิต	ชุมชน
การจัดการข้อร้องเรียน	ชุมชน

ด้านธรรมาภิบาล

ประเด็นความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล	ผู้ถือหุ้น
การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม	ผู้ถือหุ้น
การเติบโตอย่างยั่งยืน	ผู้ถือหุ้น
ประเด็นความยั่งยืน	ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
การต่อต้านคอร์รัปชัน	ลูกค้า / รัฐ
การแข่งขันอย่างเป็นธรรม	ลูกค้า
การยึดมั่นจรรยาบรรณ	ลูกค้า / รัฐ
การชำระหนี้ตรงเวลา	เจ้าหนี้
การปฏิบัติตามสัญญา	เจ้าหนี้
ความน่าเชื่อถือทางการเงิน	เจ้าหนี้
การปฏิบัติตามกฎหมาย	หน่วยงานรัฐ
การเสียภาษีอย่างถูกต้อง	หน่วยงานรัฐ
การกำกับดูแลกิจการที่ดี	หน่วยงานรัฐ

รายละเอียดการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร			
พนักงาน	- ค่าตอบแทน และสวัสดิการ - พัฒนาเพิ่มทักษะในการเรียนรู้ - ส่งเสริมความก้าวหน้าและความมั่นคงในอาชีพ - สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี	- กำหนดระเบียบปฏิบัติภายใต้กรอบกฎหมาย - จัดการฝึกอบรมแก่พนักงาน - การประเมินผลงานพนักงาน(KPI) ประจำปี	• การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การประชุมภายในองค์กร • การรับเรื่องข้อร้องเรียน • การสำรวจความพึงพอใจ • การอบรม / สัมมนา • อื่น ๆ • กิจกรรม/E-mail / โทรศัพท์
ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร			
- อื่น ๆ • พนักงานสัญญาว่าจ้าง	- ความมั่นคงในงาน - ค่าตอบแทนและสวัสดิการ - โอกาสในการพัฒนา	- การให้ความชัดเจนในสัญญา - การจัดการค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม - การให้โอกาสในการพัฒนา,	• การประชุมภายในองค์กร • การอบรม / สัมมนา • อื่น ๆ • Web Site/Email/โทรศัพท์/Fax

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• ผู้ถือหุ้น	-ผลตอบแทน ได้แก่ เงินปันผล -ผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง -การได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม -การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทตามข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วน -การเติบโตของบริษัท (Company Growth) ถ้วน -ความมั่นคงทางการเงิน (Financial Stability)	- ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี - ปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น - มีผลกำไรจากการดำเนินงาน	• การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • การรับเรื่องร้องเรียน • อื่น ๆ • นักลงทุนสัมพันธ์ ในกลุ่มเครือข่ายพัฒนา/เว็บไซต์/ แบบ56-1 One Report
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• ลูกค้า	- คุณภาพและราคาสินค้า -สร้างความพึงพอใจ -เคารพสิทธิของผู้บริโภค -สร้างพันธมิตรทางการค้าอย่างยั่งยืน -การตอบสนองต่อปัญหา -ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ	-การจัดส่งสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามเวลา - มีบริการหลังการขาย -จัดทำข้อมูลสินค้าตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด -การเสนอข้อเสนอสื่อหรือสิทธิพิเศษ -การติดตามผลหลังการขาย -การให้บริการที่เป็นมิตรและใส่ใจ	• การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การรับเรื่องร้องเรียน • การสำรวจความพึงพอใจ • อื่น ๆ • พนักงานขาย / Web Site /Social Network /Gmail/ โทรศัพท์/FAX/ไปรษณีย์
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• คู่ค้า	-ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า -สร้างความสัมพันธ์ทางการค้าในระยะยาว -การจัดซื้อ จัดจ้าง และบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม -การบริหารและการชำระเงินที่ตรงต่อเวลา	- ยึดมั่นตามข้อตกลงในและจรรยาบรรณทางการค้าต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน -การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส -ประชุมและปรึกษาเพื่อเป็นไปนโยบายที่กำหนดร่วมกัน -กำหนดแผนการตลาดร่วมกัน -การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า -การรักษาคุณภาพ	• การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • อื่น ๆ • Web Site/Email/ โทรศัพท์/Fax/พนักงาน
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
• เจ้าหนี้	-ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไข ตามข้อตกลง -ความตรงต่อเวลาในการจัดส่ง -คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า -การชำระเงินเต็มจำนวนและตรงเวลา -การรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ	-ประชุมเพื่อเป็นไปตามสัญญาและเงื่อนไขที่ตกลง -การชำระหนี้ตามเวลาที่กำหนด -ชำระหนี้ครบถ้วนตรงตามเวลา และดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกัน -การเจรจาต่อรอง	• การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การประชุมร่วมกับองค์กรภายนอก • อื่น ๆ • Web Site/Email/โทรศัพท์/Fax/พนักงาน
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• ชุมชน	-สร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างบริษัทกับชุมชนและสังคม -มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม -การจัดทำ CSR กับชุมชน -การป้องกันผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ -ดูแลเรื่องข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม -ความปลอดภัย -การศึกษาและฝึกอบรม	-การจ้างงานผู้พิการ -สนับสนุนกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม -ประสานความร่วมมืออย่างสอดคล้องเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน	• การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • อื่น ๆ • แบบ56-1 one Report สื่อสังคมออนไลน์ - www.newcity - โทรศัพท์ Fax E-mail
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล	-ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ ที่กำหนดและส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล -การต่อต้านการเรียกรับผลประโยชน์และคอร์รัปชัน -การพัฒนาอย่างยั่งยืน -การมีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) -การจ่ายภาษีที่เป็นธรรม	-ดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักธรรมาภิบาล	• การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • อื่น ๆ • Web Site/Email/โทรศัพท์/Fax /56-1 One Report

3.3 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอและเสื้อผ้า โดยตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ เพื่อมุ่งสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการสร้างจิตสำนึกให้แก่บุคลากรในองค์กร ดังนี้

1. การใช้วัสดุอย่างยั่งยืน (Sustainable Materials)

บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดเลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางดังนี้

- ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และวัสดุรีไซเคิลในกระบวนการผลิตสินค้า
- พิจารณาคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม
- สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตสินค้า

2. การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ (Water Management)

บริษัทกำหนดแนวทางการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรน้ำโดยไม่จำเป็น ดังนี้

- กำหนดมาตรการใช้น้ำอย่างประหยัดในสถานประกอบการ
- ส่งเสริมการปิดอุปกรณ์ใช้น้ำทันทีหลังใช้งาน
- ตรวจสอบ ซ่อมแซม และบำรุงรักษาระบบน้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดการสูญเสีย
- จัดอบรมและสร้างความตระหนักรู้ให้แก่พนักงานเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Reduction)

บริษัทมุ่งลดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ โดยดำเนินมาตรการควบคุมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

- วางแผนและบริหารจัดการเส้นทางการขนส่งสินค้าเพื่อลดการใช้พลังงาน
- ควบคุมและบำรุงรักษายานพาหนะให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เพื่อลดการปล่อยมลพิษ
- ส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในกิจกรรมด้านโลจิสติกส์

4. การบริหารจัดการของเสีย (Waste Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดปริมาณของเสียและการจัดการขยะอย่างเหมาะสม โดยมีแนวทางดังนี้

- จัดให้มีจุดคัดแยกขยะตามประเภท เช่น ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย
- ส่งเสริมการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และการรีไซเคิล (Recycle)
- รณรงค์ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดการสร้างขยะภายในองค์กร
- ดำเนินการกำจัดของเสียตามหลักวิชาการและข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1. แนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

1.1 การใช้วัสดุอย่างยั่งยืน (Sustainable Materials)

- ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติและวัสดุรีไซเคิล
- คัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

- พัฒนาลีนค่าที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิต

1.2 การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ (Water Management)

- กำหนดมาตรการใช้น้ำอย่างประหยัด
- ตรวจสอบและซ่อมแซมอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมพฤติกรรมการใช้น้ำที่เหมาะสมของพนักงาน

1.3 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Reduction)

- วางแผนเส้นทางการขนส่งเพื่อลดการใช้พลังงาน
- บำรุงรักษายานพาหนะเพื่อลดการปล่อยมลพิษ
- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในระบบโลจิสติกส์

1.4 การจัดการของเสีย (Waste Management)

- จัดให้มีระบบคัดแยกขยะตามประเภท
- ส่งเสริมการ Reuse และ Recycle
- ลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด
- ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

2. เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม

ระยะสั้น (1 ปี)

- ลดปริมาณขยะทั่วไปลงไม่น้อยกว่า 5%
- เพิ่มสัดส่วนการคัดแยกขยะอย่างถูกต้องไม่น้อยกว่า 80%
- ลดการใช้น้ำในองค์กรลงไม่น้อยกว่า 3%

ระยะยาว (3–5 ปี)

- เพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิลในสินค้า
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมให้เป็นมาตรฐานสากล

3. ดัชนีชี้วัด (KPIs)

- ปริมาณการใช้น้ำทรัพยากรน้ำ (ลูกบาศก์เมตร/ปี)
- ปริมาณของเสียทั้งหมด (กิโลกรัม/ปี)
- อัตราการรีไซเคิลของเสีย (%)
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (CO₂e)
- สัดส่วนการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (%)

4. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการดำเนินงาน โดยมีความเสี่ยงที่สำคัญได้แก่

- ความเสี่ยงจากการใช้ทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ
- ความเสี่ยงจากการปล่อยของเสียหรือมลพิษเกินมาตรฐาน
- ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม
- ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

- กำหนดนโยบายและมาตรการควบคุมอย่างชัดเจน
- ตรวจสอบและติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ
- สร้างความตระหนักรู้แก่พนักงาน
- ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

5. การเชื่อมโยงกับ ESG

- **Environmental (E):** การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- **Social (S):** การสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมของพนักงาน
- **Governance (G):** การกำหนดนโยบายและควบคุมการดำเนินงานอย่างโปร่งใส

1. ตาราง KPI ด้านสิ่งแวดล้อม (พร้อมกรอกตัวเลข)						
ตัวชี้วัด	หน่วย	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568	เป้าหมาย 2569	หมายเหตุ
ปริมาณการใช้น้ำ	ลบ.ม./ปี	3,498	3,026.00	2,858.00	ลดลง 3-5%	ลดการใช้น้ำ
ปริมาณขยะรวม	กก./ปี				ลดลง 5%	ลดขยะ
อัตราการรีไซเคิล	%				≥ 80%	เพิ่ม recycle
การปล่อย GHG	tCO2e				ลดลง ต่อเนื่อง	ขนส่ง
วัสดุรีไซเคิล	%	0.05	1.00	2.00	เพิ่มขึ้น 2.00	Eco product

2. ESG Summary

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

- ใช้วัสดุรีไซเคิลและวัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ลดการใช้น้ำ ทรัพยากรน้ำ และพลังงาน
- ควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่ง

ด้านสังคม (Social)

- ดูแลพนักงานและสวัสดิการ
- สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
- สนับสนุนกิจกรรมเพื่อชุมชน

ด้านธรรมาภิบาล (Governance)

- มีระบบควบคุมภายใน
- โปร่งใส ตรวจสอบได้
- บริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ

3. Roadmap ด้านสิ่งแวดล้อม (Carbon / Net Zero แบบใช้งานจริง)

ระยะสั้น (1 ปี)

- เริ่มเก็บข้อมูล Carbon Footprint
- ปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่ง
- รณรงค์ลดขยะในองค์กร

ระยะกลาง (2–3 ปี)

- ลดการปล่อย GHG จากโลจิสติกส์
- เพิ่มสัดส่วน Eco Product
- ใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล

ระยะยาว (3–5 ปี)

- พัฒนางค์กรสู่ Low Carbon Organization
- ตั้งเป้าลด Carbon อย่างเป็นรูปธรรม
- เตรียมความพร้อมสู่ Net Zero

4. Risk + Mitigation

ความเสี่ยง	ผลกระทบ	แนวทางจัดการ
ใช้ทรัพยากรสูง	ต้นทุนเพิ่ม	ควบคุมการใช้
กฎหมายสิ่งแวดล้อม	ปรับ/เสียชื่อเสียง	ปฏิบัติตาม
คาร์บอนสูง	ลูกค้าไม่เลือก	ลดการปล่อย
ขยะไม่ถูกจัดการ	กระทบภาพลักษณ์	คัดแยก/รีไซเคิล

3.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายสินค้าสำเร็จรูปประเภทสิ่งทอ โดยตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อม และมุ่งมั่นลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต ไปจนถึงการจัดจำหน่ายสินค้า บริษัทจึงกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดย

- ส่งเสริมการเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุรีไซเคิล วัสดุย่อยสลายได้ และวัตถุดิบจากแหล่งที่ยั่งยืน
- สนับสนุนการใช้วัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ฝ้ายออร์แกนิก (Organic Cotton)
- ลดการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด และเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุทดแทน

2. การจัดการพลังงานอย่างยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดย

- ปรับปรุงกระบวนการทำงานและเลือกใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน
- ส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์
- อนุรักษ์และสร้างความตระหนักรู้ให้พนักงานใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า
- ติดตามและวิเคราะห์การใช้พลังงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ

3. การบริหารจัดการน้ำและของเสีย

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการน้ำและของเสียอย่างเป็นระบบ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดย

- ควบคุมและลดการใช้น้ำในกระบวนการดำเนินงาน
- ส่งเสริมการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
- จัดให้มีระบบคัดแยกขยะตามประเภท และส่งเสริมการรีไซเคิล (Recycle)
- ดำเนินการกำจัดของเสียอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการและข้อกำหนดของกฎหมาย

4. การลดมลพิษและก๊าซเรือนกระจก

บริษัทมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการปล่อยมลพิษ โดย

- ควบคุมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการดำเนินงานและการขนส่ง
- บำรุงรักษาเครื่องจักรและยานพาหนะเพื่อลดการปล่อยมลพิษ
- ตรวจสอบและติดตามคุณภาพอากาศและค่าการปล่อยก๊าซให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
- ส่งเสริมแนวทางลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล

5. การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนและการรีไซเคิล

บริษัทสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดย

- ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลได้
- ลดการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก
- สนับสนุนการนำผลิตภัณฑ์หรือวัสดุที่หมดอายุการใช้งานกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล

6. การมีส่วนร่วมของพนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดย

- จัดอบรมและสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงาน
- ส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สื่อสารและสร้างความร่วมมือกับลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

7. การติดตาม ประเมินผล และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทกำหนดให้มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ โดย

- ตรวจสอบการใช้ทรัพยากร การปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการจัดการของเสีย
- จัดทำรายงานผลการดำเนินงานเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และปรับปรุง
- ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเป้าหมายที่กำหนด

8. การปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

บริษัทมุ่งมั่นปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด โดย

- ปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานภาครัฐและมาตรฐานสากล
- ปรับปรุงนโยบายและกระบวนการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย
- ส่งเสริมการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1. ตัวชี้วัด (KPIs) ผูกกับนโยบายสิ่งแวดล้อม

นโยบาย	KPI	หน่วย	เป้าหมาย
ใช้ทรัพยากร	การใช้วัสดุรีไซเคิล	%	เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
พลังงาน	การใช้พลังงานรวม	kWh/ปี	ลดลง 3-5%
น้ำ	ปริมาณการใช้น้ำ	ลบ.ม./ปี	ลดลง 3%
ของเสีย	อัตรารีไซเคิล	%	≥ 80%
ของเสีย	ปริมาณขยะ	กก./ปี	ลดลง 5%
GHG	การปล่อย CO2e	tCO2e	ลดลงต่อเนื่อง
Compliance	การปฏิบัติตามกฎหมาย	%	100%

2. ESG Checklist

ด้านสิ่งแวดล้อม (E)

- มีการคัดแยกขยะ
- มีการใช้วัสดุรีไซเคิล
- มีการลดการใช้พลังงาน
- มีการควบคุมการปล่อยก๊าซ
- มีการตรวจวัดผลกระทบสิ่งแวดล้อม

ด้านสังคม (S)

- มีการอบรมพนักงาน
- มี CSR ต่อเนื่อง
- ดูแลลูกค้า

ด้านธรรมาภิบาล (G)

- มีระบบควบคุมภายใน
- มีการเปิดเผยข้อมูล
- ตรวจสอบได้

3. ความเสี่ยง + มาตรการควบคุม (Risk & Control)

ความเสี่ยง	ผลกระทบ	มาตรการควบคุม
ใช้ทรัพยากรสูง	ต้นทุนเพิ่ม	กำหนด KPI ควบคุม
ขยะไม่ถูกจัดการ	เสียภาพลักษณ์	ระบบคัดแยก
กฎหมายสิ่งแวดล้อม	ค่าปรับ	Compliance 100%
คาร์บอนสูง	ลูกค้าลดลง	ลดโลจิสติกส์

4. TCFD (Climate Change)

4.1 ความเสี่ยง

- กฎระเบียบด้านคาร์บอนเข้มงวด
- ต้นทุนพลังงานเพิ่ม
- ความคาดหวังผู้บริโภคสูงขึ้น

4.2 โอกาส

- สินค้า Eco ได้รับความนิยม
- สร้างภาพลักษณ์องค์กรยั่งยืน

4.3 การบริหารจัดการ

- ปรับปรุงระบบขนส่ง
- ลดการใช้พลังงาน
- เพิ่มวัสดุรีไซเคิล

5. แผนดำเนินงาน (Action Plan)

ระยะสั้น (1 ปี)

- เริ่มเก็บข้อมูล ESG
- ลดน้ำ / ลดขยะ
- อบรมพนักงาน

ระยะกลาง (2–3 ปี)

- เพิ่ม Eco Product
- ลด Carbon
- ปรับระบบโลจิสติกส์

ระยะยาว (3–5 ปี)

- เป็นองค์กร Low Carbon
- ใช้พลังงานทดแทน

- ยกระดับมาตรฐานสากล

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม : มี

แนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม : การจัดการพลังงานไฟฟ้า,
การจัดการขยะและของเสีย,
การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิ
อากาศ,

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านการจำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม โดยแม่ลักษณะธุรกิจจะไม่ได้ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับสูงเช่นเดียวกับภาคการผลิต อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

บริษัทจึงกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดของเสีย การลดการปล่อยมลพิษ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

1. การอนุรักษ์พลังงานและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดการใช้พลังงานในสำนักงานและการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ โดยมีมาตรการสำคัญ ได้แก่

- ปรับเปลี่ยนหลอดไฟเป็นแบบ LED ทดแทนหลอดไฟเดิมที่เสื่อมสภาพ โดยตั้งเป้าหมายดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 3 ปี
- ปรับเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพต่ำเป็นเครื่องปรับอากาศประหยัดพลังงาน โดยตั้งเป้าหมายดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 5 ปี
- ส่งเสริมพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างเหมาะสม เช่น การปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน และการตั้งอุณหภูมิที่เหมาะสม
- บำรุงรักษาอุปกรณ์ไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน

2. การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการใช้น้ำโดยไม่จำเป็น โดย

- ติดตั้งหัวก๊อกน้ำแบบปรับอัตราการไหล (Adjustable Flow Faucets) เพื่อควบคุมปริมาณน้ำให้เหมาะสมกับการใช้งาน
- ส่งเสริมพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัดภายในองค์กร
- ตั้งเป้าหมายให้เห็นผลการลดการใช้น้ำอย่างเป็นรูปธรรมภายในระยะเวลา 5 ปี

3. การบริหารจัดการขยะและของเสีย

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดปริมาณขยะและการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2566 ถึงปัจจุบัน ดังนี้

- การลดปริมาณขยะ (Waste Reduction): ส่งเสริมการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก
- การคัดแยกขยะ (Waste Segregation): แยกขยะเป็นประเภท ได้แก่ ขยะรีไซเคิล ขยะอินทรีย์ ขยะอันตราย และขยะทั่วไป
- การรีไซเคิล (Recycling): นำวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เช่น พลาสติก กระดาษ และโลหะ ส่งเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างเหมาะสม

4. การลดมลพิษและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดย

- ใช้เส้นใยจากวัสดุธรรมชาติ และวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย

- พัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม ECOWEAR เช่น
 - สินค้ากลุ่ม Innerwear ที่ใช้ผ้าฝ้ายธรรมชาติ (Cotton 50%) ผสมเรยอน (Rayon 50%) ซึ่งมีคุณสมบัติระบายอากาศดีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - กระบวนการผลิตภายใต้มาตรฐาน ISO 14001 และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย
- โครงการ Care for Fiber: นำวัสดุเหลือใช้ เช่น พลาสติก มาผ่านกระบวนการรีไซเคิลเป็นผ้าลูกไม้ ภายใต้แนวคิด “Made Earth Friendly for The Good of Tomorrow”
- ผลิตภัณฑ์ CHERILON CALMY ECO BRA: ใช้เส้นใยรีไซเคิลและเทคโนโลยีการทอแบบ Seamless ช่วยลดการใช้ทรัพยากรและเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายอากาศ

5. การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทมุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมด้านโลจิสติกส์และการดำเนินงาน โดย

- บำรุงรักษายานพาหนะอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดการปล่อยมลพิษ
- มีแผนทยอยปรับเปลี่ยนยานพาหนะเป็นรถพลังงานไฟฟ้า (EV) ภายในระยะเวลา 5–10 ปี
- ประยุกต์ใช้หลักการวางแผนเส้นทางการขนส่ง (Travelling Salesman Problem: TSP) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดระยะทาง และลดการใช้เชื้อเพลิง
- ตั้งเป้าควบคุมต้นทุนการขนส่งต่อรายได้ (Transportation Cost to Revenue) ไม่เกิน 0.7%

6. การติดตาม ประเมินผล และการมีส่วนร่วม

บริษัทมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดย

- กำหนดตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้พลังงาน การใช้น้ำ และปริมาณขยะ
- รายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหาร
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- สื่อสารและสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในรอบปีที่ผ่านมา

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม : ไม่มี

ในรอบปีที่ผ่านมา

นโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่มีการ : การจัดการขยะและของเสีย,
เปลี่ยนแปลง

นโยบายการจัดการขยะและของเสีย

1. นโยบาย (Policy)

บริษัทมุ่งมั่นในการลด ป้องกัน และจัดการของเสียและขยะอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยมีหลักการดังนี้:

- ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน (Waste Minimization)
- แยกประเภทขยะและของเสียอย่างถูกต้อง (Waste Segregation)
- นำของเสียกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลให้ได้มากที่สุด (Reuse & Recycling)
- กำจัดของเสียอย่างปลอดภัยตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อม (Safe Disposal)
- ฝึกอบรมพนักงานและผู้เกี่ยวข้องให้มีความตระหนักรู้ด้านการจัดการขยะและของเสีย (Awareness & Training)

ตาราง ESG – Risk – Strategy – KPI

หมวด ESG	หัวข้อหลัก	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัด (KPI)	ระดับเป้าหมาย
E – สิ่งแวดล้อม	การจัดการขยะและของเสีย	การปล่อยของเสียไม่ถูกวิธี / การละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อม	1. แยกประเภทขยะทุกหน่วยงาน 2. นำขยะรีไซเคิลกลับมาใช้ 3. จัดการขยะอันตรายตามกฎหมาย	% ของเสียรีไซเคิล / ลดขยะฝังกลบ	รีไซเคิล $\geq$ 50% ของขยะทั้งหมดภายใน 3 ปี
E – สิ่งแวดล้อม	ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	น้ำเสียหรือของเสียส่งผลกระทบต่อชุมชน	ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพน้ำเสียก่อนปล่อย	จำนวนเหตุการณ์ละเมิดกฎหมาย	0 เหตุการณ์ต่อปี
S – สังคม	ความปลอดภัยพนักงาน	การปนเปื้อนหรือสัมผัสของเสียอันตราย	จัดอบรมความปลอดภัย และจัดอุปกรณ์ป้องกัน	% พนักงานผ่านการอบรม	100% ภายในปี 2569
G – ธรรมชาติ	การรายงานและตรวจสอบ	ขาดความโปร่งใสในการจัดการของเสีย	จัดทำรายงานขยะและของเสียประจำปี	รายงานตรวจสอบแล้ว	ผ่านการตรวจสอบเต็มรูปแบบ

3.3.2 ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัท ในฐานะผู้จำหน่ายสินค้าสำเร็จรูปประเภทสิ่งทอ บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ ตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดจำหน่ายสินค้า ดังนี้:

- 1.การจัดการพลังงาน มีการเปลี่ยนหลอดไฟ LED ทดแทนหลอดไฟเดิมที่เสื่อมสภาพ ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลง 8.82% ในที่ผ่านมา
2. การจัดการน้ำ มีการเปลี่ยนหัวก๊อกแบบปรับได้ (Adjustable Flow Faucets) เพื่อการไหลของน้ำให้เหมาะสมกับงานต่างๆ เช่น การล้างมือ หรือการล้างจาน ซึ่งช่วยลดปริมาณการใช้น้ำลง 5.55% ในรอบ 1 ปี
3. การจัดการขยะของเสีย มีการลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกแต่ใช้ถุงผ้าทดแทน
- 4.การลดมลพิษและการจัดการก๊าซเรือนกระจก โดยนำกระบวนการขนส่งตามหลักการ Travelling Salesman Problem (TSP) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเส้นทางและลดต้นทุนการขนส่ง โดยตั้งเป้าหมายควบคุมค่า Transportation Cost to Revenue ให้น้อยกว่า 0.7%

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการพลังงาน

แผนการจัดการพลังงาน

แผนการจัดการพลังงานของบริษัท : มี

การทำโครงการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Conservation)

โครงการประหยัดพลังงาน

เริ่มใช้วันที่ 15 เดือนตุลาคม 2567

ขอความร่วมมือจากพนักงานทุกท่านในการร่วมมือปฏิบัติตามแนวทางอย่างเต็มที่ เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสิ้นเปลืองพลังงาน และร่วมกันผลักดันองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

1.แสงสว่าง

- ปิดไฟและถอดปลั๊กเมื่อไม่ใช้งาน
- ปิดไฟช่วงพักกลางวัน 12:00 น.- 13:00 น. ยกเว้นพื้นที่ที่จำเป็น

2.แอร์

- ตั้งอุณหภูมิที่ 25°C
- เปิดแอร์ 8:00 น. - 11:45 น. และ 13:00 น. - 17:15 น.
- ห้องประชุมเปิดแอร์ก่อนประชุม 10 นาทีและปิดทันทีหลังประชุม

3.คอมพิวเตอร์

- ปิดคอมและถอดปลั๊กเมื่อไม่ได้ใช้งาน
- ตั้งหน้าจอปิดอัตโนมัติหากไม่ได้ใช้งานเกิน 15 นาทีหรือปิดหน้าจอเมื่อพักกลางวัน

4.เครื่องถ่ายเอกสาร

- ปิดเครื่องและถอดปลั๊กหลังใช้งานเสร็จ

5.กระติกน้ำร้อน

- ใส่น้ำเท่าที่ต้องการและถอดปลั๊กทุกครั้งหลังใช้งาน

6.น้ำประปา

- ปิดก๊อกให้สนิทหลังใช้งาน
- ตรวจสอบท่อประปาและอุปกรณ์น้ำอย่างสม่ำเสมอ

แผนกรัพยากรบุคคล - รุรการ

งดชาร์จอประหยัดไฟ



ขอความร่วมมือ
งดการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า
รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า
ในบริเวณสำนักงาน

เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย
ด้านพลังงานของบริษัท
และเพื่อความปลอดภัย
ของส่วนรวม

NEWCITY
SANGHAT





บริษัทมีนโยบายในการอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน ซึ่งมุ่งเน้นการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืน และสร้างค่านิยมในการใช้พลังงานอย่างรับผิดชอบ โดยบริษัทได้วางแผนและควบคุมการใช้พลังงานอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งตรวจสอบและดูแลการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าและน้ำอย่างต่อเนื่อง นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการอนุรักษ์พลังงานประกอบด้วยดังนี้

1. การประหยัดไฟฟ้า (Electricity Conservation)

บริษัทได้กำหนดมาตรการในการประหยัดไฟฟ้าเพื่อให้การใช้พลังงานเกิดประโยชน์สูงสุดและลดการสูญเสีย ดังนี้

1.1 การควบคุมเวลาเปิด-ปิดไฟและเครื่องปรับอากาศ

- กำหนดเวลาการเปิด-ปิดไฟและแอร์ในสำนักงานและพื้นที่ปฏิบัติงานให้เหมาะสมตามเวลาการใช้งานจริง

1.2 การรณรงค์พนักงานให้ปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าหลังใช้งาน

- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมรณรงค์ให้พนักงานปิดสวิตช์อุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ และเครื่องใช้สำนักงานอื่น ๆ หลังเลิกใช้งาน

1.3 การปรับอุณหภูมิแอร์สำนักงาน

- กำหนดให้อุณหภูมิแอร์อยู่ที่ 25 องศาเซลเซียส เพื่อให้เครื่องปรับอากาศทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และรักษาระดับความเย็นของห้องอย่างสม่ำเสมอ

1.4 การบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ

- ดำเนินการ ล้างแอร์อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อลดการใช้พลังงานเกินจำเป็นและยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์

1.5 การเปลี่ยนหลอดไฟเป็น LED

- ปรับเปลี่ยนหลอดไฟในสำนักงานและพื้นที่ปฏิบัติงานเป็น หลอด LED เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและลดค่าไฟฟ้า

1.6 การใช้พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ (Solar Power)

- ติดตั้ง โซลาร์เซลล์ผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ภายในโรงงาน และร่วมกับบริษัทอื่นในพื้นที่เดียวกัน เพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาดและลดการพึ่งพาไฟฟ้าจากแหล่งเชื้อเพลิงฟอสซิล

2. การติดตามและประเมินผลการใช้พลังงาน (Monitoring & Evaluation)

บริษัทดำเนินการ **ตรวจสอบและติดตามการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง** ผ่านการ:

- จัดทำรายงานปริมาณการใช้ไฟฟ้าและน้ำประจำเดือน
- ประเมินผลการใช้พลังงานของแต่ละหน่วยงาน
- ใช้ข้อมูลเพื่อลดการสูญเสียพลังงานและปรับปรุงมาตรการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Expected Outcomes)

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในสำนักงานและโรงงานอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดและการผลิตไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์
- ปลุกฝังค่านิยมและจิตสำนึกด้านการประหยัดพลังงานให้พนักงาน
- ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ตาราง ESG + Risk-KPI-Strategy (Energy Section Example)

หมวด ESG	หัวข้อหลัก	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย/มาตรฐาน
E – สิ่งแวดล้อม	การประหยัดไฟฟ้า	การใช้ไฟฟ้าเกินความจำเป็น / อุบัติการณ์เสียหาย	กำหนดเวลาเปิด-ปิดไฟและแอร์, ปรับอุณหภูมิแอร์, ล้างแอร์ปีละ 2 ครั้ง	% การใช้ไฟฟ้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	ลดไฟฟ้า $\geq 6\%$ ต่อปี
E – สิ่งแวดล้อม	การใช้พลังงานสะอาด	การพึ่งพาไฟฟ้าจากแหล่งไม่ยั่งยืน	ติดตั้งโซลาร์เซลล์ร่วมกับบริษัทในพื้นที่	% พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์	$\geq 10\%$ ของการใช้พลังงานทั้งหมด
S – สังคม	การสร้างจิตสำนึกพลังงาน	พนักงานใช้พลังงานเกินจำเป็น	รณรงค์และฝึกอบรมพนักงาน	% พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม	100% ของพนักงาน
G – ธรรมชาติ	การรายงานพลังงาน	รายงานไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้อง	จัดทำรายงานพลังงานประจำเดือน	รายงานตรวจสอบแล้ว	ผ่านการตรวจสอบตลาดหลักทรัพย์

การตั้งเป้าหมายการจัดการไฟฟ้าและ/หรือน้ำมันและเชื้อเพลิง

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการไฟฟ้า : มี

และ/หรือน้ำมันและเชื้อเพลิงหรือไม่

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการไฟฟ้าและ/หรือน้ำมันและเชื้อเพลิง

เป้าหมาย	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
ลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันและเชื้อเพลิง	2567 : ใช้พลังงาน 333,680.00 กิโลวัตต์	2568 : ลด 5% หรือ 347,672.45 กิโลวัตต์

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน

ในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงานตามนโยบายและมาตรการที่กำหนดไว้ โดยมุ่งเน้นการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสีย และส่งเสริมความยั่งยืน ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่สำคัญ มีดังนี้

1. ผลการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน

1. การประหยัดไฟฟ้าและปรับปรุงประสิทธิภาพอุปกรณ์

- ปรับอุณหภูมิแอร์สำนักงานให้อยู่ที่ 25 องศาเซลเซียส และล้างแอร์ปีละ 2 ครั้ง
- ส่งผลให้ ลดการใช้ไฟฟ้าในสำนักงานและโรงงานรวมประมาณ 6% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา
- เปลี่ยนหลอดไฟในสำนักงานและพื้นที่ปฏิบัติงานเป็น หลอด LED ครอบคลุม $\geq 80\%$ ของพื้นที่



2. โครงการพลังงานสะอาด (Solar Power Project)

- ติดตั้ง โซลาร์เซลล์ผลิตไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ ภายในโรงงาน และร่วมกับบริษัทในพื้นที่เดียวกัน
- สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ คิดเป็น 10% ของการใช้พลังงานทั้งหมดของโรงงาน
- ลดการพึ่งพาไฟฟ้าจากแหล่งเชื้อเพลิงฟอสซิล และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

3. การรณรงค์และสร้างจิตสำนึกพลังงาน

- จัดกิจกรรมและสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้พนักงาน ปิดสวิตช์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังใช้งาน
- ผลลัพธ์: พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ 100% ส่งเสริมค่านิยมการใช้พลังงานอย่างมีความรับผิดชอบ

รายการ	2567	2568	เพิ่มขึ้น(ลดลง)	
			ปริมาณ	%
ไฟฟ้า	365,97	333,680	(32,291.00)	(8.82)

การจัดการพลังงาน : การใช้ไฟฟ้า

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวม (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	370,277.00	365,971.00	333,680.00

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการน้ำ

แผนการจัดการน้ำ

แผนการจัดการน้ำ (Water Management Plan)

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ และให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะพลังงานและน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญในการดำเนินงาน บริษัทจึงได้กำหนด แผนการจัดการน้ำ เพื่อควบคุมและลดการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. นโยบายและแนวปฏิบัติหลัก (Policy & Key Practices)

- การติดตามและบันทึกการใช้น้ำของพนักงานทุกหน่วยงาน
 - ให้พนักงานทุกคนจดบันทึกข้อมูลการใช้น้ำอย่างสม่ำเสมอในแต่ละวัน
 - รวบรวมข้อมูลการใช้น้ำเป็นรายเดือนสำหรับแต่ละแผนก
- การวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูล (Data Analysis)
 - นำข้อมูลการใช้น้ำที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อระบุแนวโน้มการใช้งาน ทั้งในกรณีการเพิ่มขึ้นหรือการลดลง
 - ใช้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างเดือนและระหว่างแผนก เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้น้ำ
- การรายงานผลต่อผู้บริหาร (Reporting to Management)
 - สรุปผลการใช้น้ำและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำเสนอ ในการประชุมผู้บริหารประจำเดือนหรือไตรมาส
 - ใช้ผลวิเคราะห์เพื่อร่วมกันกำหนด มาตรการปรับปรุงและแนวทางการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน
- การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)
 - บริษัทมุ่งเน้นการ ปรับปรุงกระบวนการใช้และควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง
 - ส่งเสริมการ สร้างจิตสำนึกด้านการใช้น้ำอย่างรับผิดชอบ ให้กับพนักงานทุกคน

2. การติดตามและประเมินผล (Monitoring & Evaluation)

- การบันทึกและรวบรวมข้อมูล: พนักงานทุกคนจะรายงานปริมาณการใช้น้ำประจำวัน/สัปดาห์
- การวิเคราะห์และเปรียบเทียบ: เปรียบเทียบปริมาณการใช้น้ำระหว่างเดือนและปี เพื่อระบุแนวโน้มและพื้นที่ที่มีการใช้เกินความจำเป็น
- การรายงานต่อผู้บริหาร: นำเสนอรายงานผลการใช้น้ำและแนวทางปรับปรุง เพื่อให้คณะผู้บริหารสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการลดการใช้ทรัพยากรน้ำ

3. ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Expected Outcomes)

- ลดปริมาณการใช้น้ำโดยรวมในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรน้ำในแต่ละหน่วยงาน
- ปลูกฝัง จิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อการใช้ น้ำ ให้กับพนักงาน
- ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบต่อชุมชน

ตาราง ESG + Risk-KPI-Strategy สำหรับแผนการจัดการน้ำและพลังงาน

หมวด ESG	หัวข้อหลัก	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย/มาตรฐาน
E – สิ่งแวดล้อม	การประหยัดไฟฟ้า	การใช้ไฟฟ้าเกิน จำเป็น / อุบัติการณ์เสีย หาย	กำหนดเวลาเปิด-ปิด ไฟและแอร์, ปรับ อุณหภูมิแอร์, ล้าง แอร์ปีละ 2 ครั้ง	% การใช้ไฟฟ้าเมื่อ เทียบกับปีที่ผ่านมา	ลดไฟฟ้า ≥ 5% ต่อปี

E – สิ่งแวดล้อม	การใช้พลังงานสะอาด (Solar Power)	การพึ่งพาไฟฟ้าจากแหล่งไม่ยั่งยืน	ติดตั้งโซลาร์เซลล์ร่วมกับบริษัทในพื้นที่	% พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์	≥ 10% ของการใช้พลังงานทั้งหมด
E – สิ่งแวดล้อม	การจัดการน้ำ	การใช้น้ำเกินความจำเป็น / ขาดการติดตาม	จัดบันทึกการใช้น้ำรายวัน, วิเคราะห์ข้อมูล, รายงานต่อผู้บริหาร	% ลดการใช้น้ำต่อเดือน	ลดการใช้น้ำต่อหน่วย ≥ 5% ต่อปี
S – สังคม	การสร้างจิตสำนึกด้านพลังงานและน้ำ	พนักงานใช้พลังงาน/น้ำเกินจำเป็น	จัดกิจกรรมและสื่อสารสัมพันธ์	% พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม	100% ของพนักงาน
G – ธรรมชาติ	การรายงานและตรวจสอบ	รายงานไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้อง	จัดทำรายงานประจำเดือนและ Audit ภายใน	รายงานตรวจสอบแล้ว	ผ่านการตรวจสอบตลาดหลักทรัพย์

การตั้งเป้าหมายการจัดการน้ำ

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการน้ำหรือไม่ : มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการน้ำ

เป้าหมาย	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
ลดการใช้น้ำ (Reduction of water withdrawal)	2567 : ใช้น้ำ 3,026.00 ลูกบาศก์เมตร	2568 : ลด 5% หรือ 2,874.70 ลูกบาศก์เมตร

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการน้ำ

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการน้ำ : มี

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการน้ำ (Water Management Performance)

บริษัทเป็นผู้จำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ ซึ่งมีการใช้พลังงานและน้ำในระดับที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า ภายใต้มาตรการการบริหารจัดการที่เข้มงวด โดยมีการติดตามและควบคุมการใช้น้ำของพนักงานทุกหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง

ในปีที่ผ่านมา (ปี 2568) บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงวิธีการดูแลและควบคุมการใช้น้ำของพนักงาน ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดย สามารถลดปริมาณการใช้น้ำรวมได้ 5.55% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

สรุปผลการใช้น้ำประจำปี

รายการ	ปี 2567	ปี 2568	เพิ่มขึ้น/ลดลง	เปลี่ยนแปลง (%)
ปริมาณการใช้น้ำ (ลบ.ม.)	3,026	2,858	(168)	(5.55)

การจัดการน้ำ : ปริมาณการใช้น้ำของบริษัท จำแนกตามแหล่งน้ำ

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำรวม (ลูกบาศก์เมตร)	3,498.00	3,026.00	2,858.00

การจัดการน้ำ : ปริมาณการใช้น้ำของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ (ลูกบาศก์เมตร)	3,498.00	3,026.00	2,858.00

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการขยะและของเสีย

แผนการจัดการขยะและของเสีย

แผนการจัดการขยะและของเสียของบริษัท : ไม่มี

แผนการจัดการขยะและของเสีย (Waste Management Plan)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability) บริษัทจึงได้กำหนด แผนการจัดการขยะและของเสียอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การลด การคัดแยก การนำกลับมาใช้ใหม่ และการกำจัดอย่างเหมาะสม

1. นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน (Policy & Implementation Guidelines)

1.1 การลดการเกิดขยะ (Waste Reduction)

บริษัทมีนโยบายลดการใช้วัสดุที่ก่อให้เกิดขยะ โดยเฉพาะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-use Plastic) โดย:

- ส่งเสริมการใช้ ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก ในการบรรจุสินค้าและการดำเนินงานภายในองค์กร
- รณรงค์ให้พนักงานลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น

1.2 การคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ (Waste Segregation)

บริษัทได้จัดเตรียม จุดคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ ภายในสถานประกอบการ โดยกำหนดประเภทขยะอย่างชัดเจน ได้แก่:

- ขยะประเภทพลาสติก (เช่น ถุงพลาสติก)
- ขยะประเภทแก้ว (เช่น ขวดแก้ว)
- ขยะประเภทโลหะ (เช่น กระป๋องอะลูมิเนียม)
- ขยะประเภทกระดาษ (เช่น กล่องกระดาษ)

ทั้งนี้ มีการสื่อสารและให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อให้สามารถคัดแยกขยะได้อย่างถูกต้อง

1.3 การนำกลับมาใช้ใหม่และรีไซเคิล (Reuse & Recycling)

- ขยะที่ผ่านการคัดแยกจะถูกนำไป แปรรูปหรือส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรีไซเคิล
- สนับสนุนการนำวัสดุที่สามารถใช้ซ้ำได้กลับมาใช้ในกระบวนการดำเนินงาน
- ลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดขั้นสุดท้าย (Landfill)

1.4 การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม (Awareness & Engagement)

- จัดกิจกรรมรณรงค์และสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะ
- ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการลดและคัดแยกขยะอย่างต่อเนื่อง

2. การติดตามและประเมินผล (Monitoring & Evaluation)

บริษัทมีการติดตามและประเมินผลการจัดการขยะอย่างต่อเนื่อง โดย:

- จัดทำ รายงานปริมาณขยะรายประเภทเป็นรายเดือน
- วิเคราะห์แนวโน้มการเกิดขยะและอัตราการรีไซเคิล
- รายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหาร เพื่อกำหนดแนวทางปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. ตัวชี้วัดและเป้าหมาย (KPI & Targets)

- อัตราการลดการใช้พลาสติกภายในองค์กร
- ปริมาณขยะที่นำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิล (%)
- ปริมาณขยะที่ส่งไปกำจัดขั้นสุดท้ายลดลงอย่างต่อเนื่อง
- การมีส่วนร่วมของพนักงานในการคัดแยกขยะ (ร้อยละของพนักงาน)

4. ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Expected Outcomes)

- ลดปริมาณขยะโดยรวมและลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว
- เพิ่มสัดส่วนการนำขยะกลับมาใช้ใหม่และรีไซเคิล
- ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
- สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทในระยะยาว



การตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย

การตั้งเป้าหมายด้านการจัดการขยะและของเสีย (Waste Management Targets)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการบริหารจัดการขยะและของเสียอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว โดยในปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างการศึกษาและพัฒนาระบบการบริหารจัดการของเสียให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1. แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการของเสีย

บริษัทได้เริ่มดำเนินการวางรากฐานสำหรับการกำหนดเป้าหมายด้านการจัดการขยะและของเสียในอนาคต โดยมีแนวทางดังนี้

- **การรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูล (Data Collection & Baseline Development)**
บริษัทได้เริ่มรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ปริมาณและประเภทของเสีย ที่เกิดจากการดำเนินงานในแต่ละหน่วยงานอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลตั้งต้น (Baseline Data) สำหรับการวิเคราะห์และกำหนดเป้าหมายในระยะถัดไป
- **การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดตัวชี้วัด (KPI Development)**
ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนด **ตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental KPIs)** เช่น อัตราการลดของเสีย ปริมาณขยะรีไซเคิล และปริมาณขยะที่ต้องกำจัดขั้นสุดท้าย
- **การพัฒนาระบบบริหารจัดการของเสีย (System Development)**
บริษัทอยู่ระหว่างการพัฒนาแนวทางและกระบวนการบริหารจัดการของเสียให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมและลดของเสีย

2. แผนการกำหนดเป้าหมายในอนาคต

บริษัทคาดว่าจะสามารถกำหนด **เป้าหมายเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ** ด้านการจัดการขยะและของเสียได้อย่างชัดเจน หลังจากการจัดทำฐานข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วเสร็จ โดยเป้าหมายดังกล่าวจะครอบคลุม:

- การลดปริมาณของเสียรวมจากการดำเนินงาน
- การเพิ่มสัดส่วนของเสียที่นำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิล
- การลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัดขั้นสุดท้าย
- การลดผลกระทบด้านมลพิษที่เกิดจากของเสีย

ทั้งนี้ บริษัทมีแผนที่จะ เปิดเผยเป้าหมาย ตัวชี้วัด และผลการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ในรายงานประจำปีถัดไป เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถติดตามความคืบหน้าได้อย่างโปร่งใส

3. การดำเนินมาตรการเบื้องต้น (Initial Implementation)

ในระหว่างการพัฒนา ระบบ บริษัทได้เริ่มดำเนินมาตรการเบื้องต้นเพื่อควบคุมและลดของเสียภายในองค์กรแล้ว ได้แก่

- **การคัดแยกขยะตามประเภท** เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการรีไซเคิลและลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด
- **การลดการใช้วัสดุที่ไม่จำเป็น** โดยเฉพาะวัสดุที่ก่อให้เกิดขยะ เช่น พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว
- **การสร้างจิตสำนึกให้พนักงาน** ในการลดและคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง

มาตรการดังกล่าวถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการพัฒนาไปสู่ระบบการจัดการขยะและของเสียที่มีประสิทธิภาพในระยะยาว

4. สรุปแนวทางการพัฒนา

บริษัทอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาระบบการจัดการขยะและของเสีย โดยเน้นการ สร้างฐานข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และวางระบบการบริหารจัดการอย่างเป็นขั้นตอน พร้อมทั้งดำเนินมาตรการเบื้องต้นควบคู่กันไป เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายและเปิดเผยผลการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ในอนาคต

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสียหรือไม่ : **ไม่มี**

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะและของเสีย

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะและของเสีย : **ไม่มี**

การจัดการขยะและของเสีย : ปริมาณขยะและของเสียของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณขยะและของเสียรวม (กิโลกรัม)	0.00	0.00	0.00

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการก๊าซเรือนกระจก

แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก

แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจกของบริษัท : ไม่มี

แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Management Plan)

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas: GHG) จากการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นแหล่งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่สำคัญ (Scope 3) บริษัทจึงได้กำหนดแผนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ลดต้นทุน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

1. นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน (Policy & Implementation Guidelines)

1.1 การควบคุมและบำรุงรักษายานพาหนะ (Fleet Maintenance Management)

- บริษัทดำเนินการตรวจสอบและบำรุงรักษายานพาหนะอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เครื่องยนต์ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- การบำรุงรักษาที่เหมาะสมช่วยลดการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้

1.2 แผนการเปลี่ยนผ่านสู่ยานพาหนะไฟฟ้า (EV Transition Plan)

- บริษัทมีแผนทยอยเปลี่ยนยานพาหนะขนส่งจากระบบเครื่องยนต์สันดาปภายในเป็น ยานพาหนะไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV)
- กำหนดกรอบระยะเวลา 5–10 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับความพร้อมด้านเทคโนโลยีและการลงทุน
- การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระยะยาวอย่างมีนัยสำคัญ

1.3 การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง (Transportation Optimization)

- บริษัทนำหลักการ Travelling Salesman Problem (TSP) มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนเส้นทางการขนส่ง
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเส้นทาง ลดระยะทางการเดินทางซ้ำซ้อน และลดระยะเวลาการขนส่ง
- ส่งผลให้สามารถลดการใช้เชื้อเพลิง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมขนส่ง

2. การติดตามและประเมินผล (Monitoring & Evaluation)

บริษัทมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง โดย:

- ติดตามข้อมูล การใช้เชื้อเพลิงของยานพาหนะ และค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง
- วิเคราะห์ประสิทธิภาพของเส้นทางขนส่งภายหลังการปรับปรุงด้วย TSP
- รายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารเพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

3. ตัวชี้วัดและเป้าหมาย (KPI & Targets)

บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดเพื่อใช้ประเมินผลการดำเนินงาน ดังนี้

- อัตราส่วนต้นทุนการขนส่งต่อรายได้ (Transportation Cost to Revenue Ratio)
 - เป้าหมาย: ไม่เกิน 0.7%
- ปริมาณการใช้เชื้อเพลิงต่อหน่วยการขนส่ง
 - เป้าหมาย: ลดลงอย่างต่อเนื่อง
- สัดส่วนการใช้อยานพาหนะไฟฟ้า (EV Adoption Rate)
 - เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นตามแผนในระยะ 5–10 ปี
- ประสิทธิภาพเส้นทางขนส่ง (Route Efficiency)
 - เป้าหมาย: ลดระยะทางรวมและเวลาในการขนส่ง

4. ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Expected Outcomes)

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการขนส่งอย่างต่อเนื่อง
- ลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่การใช้พลังงานสะอาด
- เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

การตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก : มี

การตั้งเป้าหมายที่บริษัทมี : การตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ

การตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ

ขอบเขตการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	ปีฐาน	ปีเป้าหมายระยะสั้น	ปีเป้าหมายระยะยาว
ขอบเขตที่ 2	2567 : ปล่อยก๊าซเรือนกระจก 173.84 tCO ₂ e	2568 : ลด 5% หรือ 165.45 tCO ₂ e เทียบกับปีฐาน	2571 : ลด 10% หรือ 156.46 tCO ₂ e เทียบกับปีฐาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการจัดการก๊าซเรือนกระจก : มี

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Management Performance)

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการดำเนินงาน โดยเฉพาะด้านการขนส่ง ซึ่งเป็นแหล่งสำคัญของการใช้พลังงานเชื้อเพลิง บริษัทจึงได้ดำเนินโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง โดยนำหลักการ **Travelling Salesman Problem (TSP)** มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนและจัดเส้นทางขนส่งสินค้า เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1. ผลการดำเนินโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง

บริษัทได้ปรับปรุงกระบวนการจัดเส้นทางขนส่งโดยใช้หลักการ TSP ซึ่งช่วยลดระยะทางการเดินทางซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดลำดับการส่งสินค้า ส่งผลให้สามารถลดการใช้เชื้อเพลิงและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งได้อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดสำคัญ คือ อัตราส่วนต้นทุนการขนส่งต่อรายได้ (Transportation Cost to Revenue Ratio) โดยตั้งเป้าหมายควบคุมให้ ไม่เกินร้อยละ 0.7 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. ผลลัพธ์ด้านการลดการใช้พลังงานและต้นทุน

จากการดำเนินโครงการดังกล่าวในปี 2568 บริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งได้อย่างชัดเจน เมื่อเทียบกับปี 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ปี 2567 (บาท)	ปี 2568 (บาท)	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	เปลี่ยนแปลง (%)
ค่าน้ำมันรถ	682,475.80	590,894.94	(91,580.86)	(13.42)
ค่าขนส่ง	2,757,867.75	2,531,568.17	(226,299.58)	(8.21)

3. การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

1. การนำหลักการ TSP มาใช้ในการจัดเส้นทางขนส่งช่วยลดระยะทางรวมในการเดินทาง และลดจำนวนเที่ยววิ่งที่ซ้ำซ้อน
2. การลดลงของ ค่าน้ำมันร้อยละ 13.42 สะท้อนถึงการใช้พลังงานเชื้อเพลิงที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
3. การลดลงของ ค่าขนส่งร้อยละ 8.21 แสดงถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และการควบคุมต้นทุน
4. ผลลัพธ์ดังกล่าวสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายในการควบคุม อัตราส่วนต้นทุนการขนส่งต่อรายได้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และเป็นไปตามแผนการดำเนินงานของบริษัท

ผลลัพธ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emissions Performance)

บริษัทให้ความสำคัญกับการติดตามและบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการดำเนินงาน โดยครอบคลุมทั้งการใช้พลังงานไฟฟ้า (Scope 2) และการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งสินค้า (Scope 1/Scope 3) เพื่อประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและกำหนดแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง

1. ผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้า (Scope 2)

ในปี 2568 บริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้าได้อย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับปี 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการ	ปี 2567 (tCO2e)	ปี 2568 (tCO2e)	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	เปลี่ยนแปลง (%)
การใช้ไฟฟ้า	173.84	158.50	(15.34)	(8.82)

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง **15.34 tCO2e หรือร้อยละ 8.82**
- เป็นผลจากมาตรการประหยัดพลังงาน เช่น การควบคุมการใช้ไฟฟ้า การปรับปรุงอุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพ และการใช้พลังงานอย่างเหมาะสม
- สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการพลังงานของบริษัท

2. ผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้น้ำมันขนส่ง (Scope 1/Scope 3)

บริษัทได้ดำเนินโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง โดยใช้หลักการ **Travelling Salesman Problem (TSP)** ส่งผลให้สามารถลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีนัยสำคัญ

รายการ	ปี 2567 (ลิตร)	ปี 2567 (tCO2e)	ปี 2568 (ลิตร)	ปี 2568 (tCO2e)	เพิ่มขึ้น (ลดลง) (tCO2e)	เปลี่ยนแปลง (%)
การใช้น้ำมันขนส่งสินค้า	22,749	59.83	19,696	51.80	(8.03)	(13.42)

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

- ปริมาณการใช้น้ำมันลดลงจาก 22,749 ลิตร เหลือ 19,696 ลิตร
- ส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 8.03 tCO2e หรือร้อยละ 13.42
- เป็นผลจากการเพิ่มประสิทธิภาพเส้นทางขนส่ง ลดระยะทางและการวิ่งซ้ำซ้อน

3. สรุปผลลัพธ์โดยรวม

จากการดำเนินมาตรการด้านพลังงานและการขนส่ง บริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสำคัญ ได้แก่

- การควบคุมและลดการใช้พลังงานไฟฟ้า
- การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งด้วยหลักการ TSP
- การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ผลกระทบเชิงบวกต่อองค์กร

- ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดต้นทุนการดำเนินงาน
- สนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืน (ESG) ของบริษัท
- เสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การจัดการเพื่อลดปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก : ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

	2566	2567	2568
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	0.00	N/A	N/A

การจัดการเพื่อลดปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก : การทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา

การทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท : ไม่มี

ข้อมูลเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม

จำนวนกรณีและเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ((กรณี))	0	0	0

3.4 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม

3.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน : มี

แนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน : สิทธิของพนักงาน, สิทธิผู้บริโภค/ลูกค้า, สิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม, ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทให้ความสำคัญและตระหนักถึงสิทธิมนุษยชน โดยบริษัทได้สนับสนุนและเคารพในสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานมีนโยบายที่จะไม่กระทำการหรือหลีกเลี่ยงการกระทำที่อาจก่อให้เกิดปัญหา หรือกระทบต่อสิทธิมนุษยชน ให้มีความรู้ความเข้าใจหลักสิทธิมนุษยชน สิทธิ เสรีภาพ ความเสมอภาค ภายใต้กรอบของกฎหมาย เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียมกันโดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างในเรื่องใดๆ เช่น เพศ เชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น ตลอดจนระวังไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนเปิดโอกาสด้านการจ้างงานบุคคลรวมไปถึงการจ้างงานคนพิการอย่างเท่าเทียมกัน

โดยกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ไม่กระทำการใดๆ หรือไม่สนับสนุนกิจการที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน
2. ให้มีความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชนแก่พนักงาน เพื่อนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติงาน
3. ไม่จำกัดความเป็นอิสระหรือความแตกต่างทางความคิด เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การเมืองหรือเรื่องอื่นใด ทั้งนี้พึงหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งหรือแตกแยก
4. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้พนักงานหรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิดหรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมสามารถร้องเรียนต่อบริษัท และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม จัดให้มีสิทธิ ผลประโยชน์ ตามกฎหมายแรงงาน กฎหมายประกันสังคม และกฎหมายอื่นๆ บริษัทให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรมตามความรู้ ความสามารถและผลงาน จัดให้มี การอบรม พัฒนาความรู้ จัดให้มีสวัสดิการ ความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน รวมทั้งดูแลเอาใจใส่สร้างสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ไม่มีข้อพิพาทแรงงานระหว่างบริษัทกับพนักงาน

โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ปฏิบัติต่อพนักงานโดยเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน ตลอดจนไม่เปิดเผยหรือส่งผ่านข้อมูลหรือความลับของพนักงานต่อบุคคลภายนอกหรือผู้ไม่เกี่ยวข้อง
2. ปฏิบัติต่อพนักงานภายใต้กรอบกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัท
3. ส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการจ้างแรงงาน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกันด้วยเหตุทางเพศ สีดผิว เชื้อชาติ ศาสนา อายุ ความพิการหรือสถานะอื่นใดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน
4. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการฝึกอบรม แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของ บุคลากรอย่างทั่วถึง สร้างความมั่นคงในอาชีพ และให้โอกาสในการเจริญก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคน
5. ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานและการพัฒนาบริษัท
6. ให้ผลตอบแทนด้วยความเป็นธรรมเหมาะสมตามความรู้ ความสามารถ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงาน
7. จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมแก่พนักงาน อาทิ การรักษาพยาบาล การ ประกันภัยอุบัติเหตุ โบนัสประจำปี บำเหน็จเกษียณอายุ เงินช่วยเหลือพนักงานในด้านต่างๆ
8. เปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางสื่อสาร เสนอแนะและร้องทุกข์เกี่ยวกับการทำงาน ซึ่งข้อเสนอ ต่างๆ จะได้รับการพิจารณาและกำหนดวิธีการแก้ไข เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายและสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน
9. จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งจัดสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยคำนึงถึงหลักความปลอดภัย อาชีวอนามัย เพื่อเป็นการส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงาน
10. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทได้ยื่นจดทะเบียนจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในปี 2560 เพื่อสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมให้แก่พนักงานและเป็นหลักประกันทางการเงินของพนักงานและครอบครัว

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทให้ความสำคัญ ในการต่อต้านการทุจริตการคอร์รัปชัน มีนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษรกำหนดไว้ในจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ และในระเบียบ ข้อบังคับในการทำงานของบริษัท เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับพนักงาน รวมทั้งสร้างจิตสำนึก ความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ที่ไม่สุจริต ไม่เรียก รับ เงิน หรือผลประโยชน์อื่นใดนอกเหนือจากข้อตกลงทางการค้า

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานด้วยราคายุติธรรม มีความปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค สินค้ามีฉลากถูกต้อง ระบุข้อมูลสินค้าและรายการต่างๆ ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด ไม่มีข้อความโฆษณาเกินจริงที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด มีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ทั้งก่อนและหลังการจำหน่าย และรับฟังข้อคิดเห็นตลอดจนแก้ปัญหาคำร้องที่ได้รับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญ อันนำไปสู่ความสำเร็จของบริษัทอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจด้านผลิต จำหน่ายสินค้า และบริการ ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. ดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่น พัฒนาสินค้าและบริการ คิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจโดยไม่ปิดบัง หรือบิดเบือนข้อเท็จจริง
3. ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นธรรม และไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รักษาความลับทางการค้าของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเองหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
4. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับ ทริพพีน หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ ให้รับแจ้งลูกค้าเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
6. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัท และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติและ/หรือเป้าหมายด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสังคมและ : ไม่มี

สิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา

การตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD)

บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบ HRDD : ไม่มี

3.4.2 ผลการดำเนินงานด้านสังคม

บริษัทให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมให้เติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักธรรมาภิบาล ภายใต้การดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย จริยธรรมในการประกอบการค้าและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวกับการจัดการด้านสังคมดังนี้

การร่วมพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้ร่วมสนับสนุนมูลนิธิ ดร.เทียม โชควัฒนา ซึ่งมีวัตถุประสงค์ส่งเสริมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ และการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพของประชาชน และการศึกษาของเด็กและเยาวชนในท้องถิ่นห่างไกล ปัจจุบัน มูลนิธิฯได้ดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างโรงเรียน มอบทุนการศึกษา และสิ่งของ เครื่องใช้ให้แก่โรงเรียนที่ขาดแคลนในชนบท การบริจาคเงินและ เครื่องอุปโภคบริโภคเพื่อสาธารณกุศล ผู้ยากไร้และผู้ประสบสาธารณภัย ตลอดจนกิจกรรมที่สร้างประโยชน์สุขแก่สังคม โดยบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด(มหาชน) เป็นส่วนหนึ่งที่ได้ร่วมบริจาคในมูลนิธิดังกล่าวตลอดมา และบริษัทยังช่วยเหลือคุณภาพชีวิต แก่ผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ เช่น บริจาคสิ่งของเครื่องใช้ เพื่อผู้พิการ สนับสนุนการดำเนินงานของมูลนิธิฯเทียม ร่วมบริจาคโลหิตกับสภาอากาศ การมีนวัตกรรมและเผยแพร่นวัตกรรมซึ่งได้จากการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทมีนโยบายปรับปรุงกระบวนการดำเนินกิจการในทุกขั้นตอนโดยยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ในทางที่ดีขึ้นของคุณภาพสินค้า และบริการ รวมทั้งปรับปรุงขั้นตอนการทำงานภายในบริษัทในการใช้วัสดุ อุปกรณ์ อย่างคุ้มค่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเมื่อมีนวัตกรรมใหม่ที่เป็นประโยชน์เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจแล้วจะเผยแพร่เพื่อประโยชน์แก่สังคมต่อไป

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนอกกระบวนการหลักของธุรกิจ (CSR after process)

บริษัทและบริษัทในเครือสหพัฒน์ ได้ร่วมบริจาคเงินใน มูลนิธิ ดร.เทียม โชควัฒนา ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ และส่งเสริมการพัฒนาประเทศใน ด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพของประชาชน และการศึกษาของเด็กและ

เยาวชนในท้องถิ่นห่างไกลปัจจุบันมูลนิธิได้ดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างโรงเรียน มอบทุนการศึกษา และสิ่งของ เครื่องใช้ให้แก่โรงเรียนที่ขาดแคลนในชนบท การบริจาคเงินและ เครื่องอุปโภคบริโภคเพื่อสาธารณกุศล ผู้ยากไร้และผู้ประสบสาธารณภัย ตลอดจนกิจกรรมที่สร้างประโยชน์สุขแก่สังคม สนับสนุนการดำเนินงานของมูลนิธิฯ

สำหรับปี 2568 บริษัทฯได้ทำกิจกรรมทางสังคมดังต่อไปนี้

● **นิวซีดี ร่วมส่งพลังใจ สนับสนุนหน้ากากอนามัยและชุดชั้นในชาย ให้กำลังพลแนวหน้าในพื้นที่เสี่ยงชายแดนไทยกัมพูชา**

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ “เซอร์ลอน” และ “แซนริโม” เดินหน้าสานต่อพันธกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้วยการส่งมอบสิ่งของจำเป็นเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ในพื้นที่เสี่ยงภัยพิพาทชายแดนไทย-กัมพูชา

โดยในครั้งนี้ บริษัทฯ ได้มอบ หน้ากากอนามัยจำนวน 10,000 ชิ้น และ ชุดชั้นในชาย (กางเกงใน) จำนวน 600 ตัว รวมมูลค่า 379,325 บาท เพื่อช่วยเสริมความพร้อมด้านสุขอนามัยและความสะอาดสบายให้กับกำลังพลที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ในสภาพแวดล้อมที่ท้าทาย

พิธีส่งมอบจัดขึ้นเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2568 ณ กองบัญชาการกองทัพบกที่ 2 ค่ายสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา โดยมี พลโท บุญสิน พาดกลาง แม่ทัพภาคที่ 2 เป็นผู้รับมอบ พร้อมด้วยตัวแทนผู้บริหารจากบริษัท 3 ท่าน ได้แก่

คุณสำเริง จันทริมา กรรมการ/ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

คุณนันทพร เกตุไทย ผู้จัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

คุณอดิพล สาสิตนาถ ผู้จัดการแผนกการตลาด

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา บริษัท นิวซีดีฯ มุ่งมั่นดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ทั้งการบริจาคทุนเพื่อผลิตยาเทียมให้กับผู้พิการ และการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทย ภายใต้ความเชื่อมั่นว่า “ความงดงามที่แท้จริง เกิดขึ้นได้เมื่อเราสร้างทั้งความสวยงามภายนอก และความงดงามภายในจิตใจไปพร้อมกัน”

การสนับสนุนในครั้งนี้ จึงไม่เพียงช่วยให้กำลังพลมีอุปกรณ์ป้องกันและดูแลสุขภาพอนามัยที่เหมาะสม แต่ยังเป็นการยืนยันว่าบริษัทฯ พร้อมยืนเคียงข้างสังคมไทยในทุกสถานการณ์



● **นิวซีดีมอบถุงนอน-ถุงเท้า สนับสนุนนักศึกษาพยาบาล PIM**

เมื่อวันที่ 13 พ.ค. 68 ที่ผ่านมา บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) เดินหน้าโครงการเพื่อสังคม (CSR) โดยเข้าเยี่ยมชมคณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พร้อมมอบถุงนอนและถุงเท้าสำหรับนักศึกษาพยาบาล รวมมูลค่ากว่า 50,000 บาท เพื่อสนับสนุนการศึกษาและเป็นกำลังใจให้นักศึกษาที่จะก้าวสู่การเป็นบุคลากรทางการแพทย์คุณภาพในอนาคต

ในโอกาสนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดบรรยายพิเศษในหัวข้อ "Support Your Look, Support Your Legs นวัตกรรมเส้นใย เพิ่มความสบายทุกการสวมใส่" เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของเส้นใยและเทคโนโลยีการผลิตถุงนอนและถุงเท้าที่ช่วยเพิ่มความสบาย รองรับทุกการเคลื่อนไหว ตลอดจนเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีในวิชาชีพพยาบาล

ภายในงานยังมีกิจกรรมตอบคำถาม พร้อมมอบของที่ระลึกเป็น "ก๊อบติดผม" ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากนักศึกษา สร้างรอยยิ้มและบรรยากาศที่อบอุ่นเป็นกันเอง

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- สนับสนุนอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการเรียนของนักศึกษาพยาบาล
- ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านเครื่องแต่งกาย
- ส่งเสริมความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมาตรฐานของเครื่องแต่งกายนักศึกษาพยาบาล
- ตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

บริษัท นิวซีต้า ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิชาชีพพยาบาล ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการดูแลสุขภาพของประชาชน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการจัดกิจกรรมในครั้งนี้จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ และอำนวยความสะดวกให้นักศึกษาพร้อมก้าวสู่เส้นทางวิชาชีพที่มั่นคงในอนาคต



● นิวซีต้าสนับสนุนทุนการศึกษา มจร. สร้างคอนเทนต์แพชั่น

บริษัท นิวซีต้า (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายถุงนอนคุณภาพภายใต้แบรนด์ CHERILON เดินหน้าสนับสนุนเยาวชนจัดโครงการมอบทุนการศึกษาแก่คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.)

โครงการนี้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมศักยภาพของนักศึกษาในด้านการสร้างสรรค์คอนเทนต์วิดีโอ ควบคู่กับความสนใจด้านแฟชั่นการแต่งกาย โดยใช้ผลิตภัณฑ์ถุงนอนจากแบรนด์ CHERILON เป็นสื่อกลาง ผ่านการจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า และการประกวดทำคลิปสั้นความยาวไม่เกิน 90 วินาที ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากคณะฯ ในการร่วมจัดกิจกรรมภายในห้องเรียน

นอกจากนี้ บริษัท นิวซีต้า ยังได้มอบทุนการศึกษารวม 10,000 บาท ให้กับนักศึกษาที่สร้างผลงานคลิปวิดีโอได้โดดเด่น เพื่อเป็นการส่งเสริมและต่อยอดความสามารถสู่เส้นทางวิชาชีพในอนาคตอีกด้วย



ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานและแรงงาน

แผนการจัดการพนักงานและแรงงาน

แผนการจัดการพนักงานและแรงงานของบริษัท : มี

แผนการจัดการพนักงานและแรงงานที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา : การจ่ายค่าตอบแทนพนักงานอย่างเป็นธรรม, การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน, การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของพนักงาน, ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

บริษัทมีแผนการจัดการพนักงานและแรงงาน (Employee and Workforce Management Plan) ตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการจัดการค่าตอบแทนพนักงานและสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อดูแลและรักษาบุคลากรให้มีความสุขในการทำงาน และมีแรงจูงใจในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยมีหลักการในการจัดการพนักงานและแรงงานดังนี้

1. การคำนึงถึงสิทธิของพนักงาน – บริษัทให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานทุกประการ รวมถึงการจ่ายค่าจ้างและผลประโยชน์ต่าง ๆ ให้ตรงตามข้อกำหนดที่กฎหมายกำหนด เพื่อสร้างความเป็นธรรมและรักษาความพึงพอใจของพนักงาน
2. การจัดสรรค่าตอบแทนที่เหมาะสม – บริษัทมีระบบการกำหนดค่าตอบแทนที่โปร่งใสและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงความสามารถและผลงานของพนักงาน รวมถึงการให้โบนัสและสวัสดิการอื่น ๆ ที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนและจูงใจให้พนักงานทำงานได้อย่างเต็มที่
3. การให้สวัสดิการที่ครอบคลุม – บริษัทจัดสวัสดิการที่ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของพนักงาน ทั้งในด้านสุขภาพ การประกันสังคม การพักผ่อน การดูแลครอบครัว รวมถึงโปรแกรมการฝึกอบรมและพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนทักษะและความรู้ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง
4. การส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง – บริษัทมีการส่งเสริมการสื่อสารที่เปิดเผยและโปร่งใสกับพนักงาน รวมถึงการจัดการข้อร้องเรียนและข้อพิพาทอย่างมีระบบ เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่างพนักงานและบริษัท
5. การส่งเสริมการพัฒนาและเติบโตของพนักงาน – บริษัทมีการวางแผนพัฒนาและเติบโตของพนักงานทั้งในด้านทักษะและอาชีพ เพื่อให้พนักงานมีโอกาสก้าวหน้าในสายงานและเพิ่มพูนศักยภาพในการทำงานในระยะยาว
6. การตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์ความปลอดภัย- บริษัทมีการบำรุงรักษาและซ่อมแซมอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพและไม่ก่อให้เกิดอันตราย
7. การจัดเตรียมแผนฉุกเฉินและการช่วยเหลือ -บริษัทมีแผนซ้อมหนีไฟเมื่อเกิดไฟไหม้ ปีละ 1 ครั้ง

ในปี 2568 มีการจัดอบรมหลักสูตรดังนี้

รายการ	วันที่อบรม	จำนวนผู้เข้าอบรม
หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่ Crop Bra เสริมฟองน้ำ รุ่นที่ 1	24/7/2568	40
หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่กางเกงในเต็มตัว รุ่นที่ 1	31/7/2568	40
หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทชุดชั้นใน Set Beyond Gender รุ่นที่ 1	22/7/2568	40
หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ใหม่เสื้อสายเดี่ยว Crop เสริมฟองน้ำ รุ่นที่ 1	29/7/2568	40
การใช้งานระบบ SAP	5/11/2568	7
ปลดล็อกประสิทธิภาพงานเอกสารให้เร็วขึ้น ด้วย Gemini AI!	9/4/2568	22
Unlock Your Financial Potential สุดยอดประโยชน์จากสหกรณ์ออมทรัพย์ที่พนักงานต้องรู้	19/2/2568	34
Digital Transform Organization + Power BI	23/1/2568	33

แผนงานการส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงาน

1. จัดให้มีกิจกรรมเพื่อให้พนักงานได้มีส่วนร่วมและเสริมสร้างความสามัคคีในองค์กรเป็นประจำทุกเดือน
2. จัดให้มีขนมเพื่อเป็นเบรกให้กับพนักงาน
3. จัดให้มีชุดฟอร์มให้กับพนักงานในส่วนของคลังสินค้าและพนักงานรับ-ส่งเอกสาร
4. จัดให้มีการประกันอุบัติเหตุสำหรับพนักงานโดยเริ่มที่พนักงานที่ปฏิบัติงานในสุมเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายรวมถึงพนักงานในส่วนของคลังสินค้าทุกคน
5. จัดหาโครงการการออม การกั๊ยืมแบบเร่งด่วน ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเป็นสวัสดิการให้กับพนักงาน
6. จัดกิจกรรมปีใหม่และเลี้ยงสังสรรค์สำหรับพนักงาน

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินและผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงาน คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงมีการตรวจติดตามและประเมินผลด้านความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ

2. สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน โดยกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติ และมาตรฐานการทำงานที่ปลอดภัยในการทำงานที่สอดคล้องตามความเสี่ยง ตลอดจนการปรับปรุงสภาพการทำงานสภาพแวดล้อม วิธีการทำงานที่ปลอดภัย รวมถึงการจัดเครื่องมือและอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยให้กับพนักงาน
3. มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยจัดทำ ฝึกซ้อมและปรับปรุงแผนฉุกเฉินอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อป้องกันและลดความสูญเสียต่อชีวิตและทรัพย์สินของบริษัท พนักงาน คู่ค้าและผู้เกี่ยวข้อง
4. สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ปลอดภัยทั่วทั้งองค์กร ซึ่งจะช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการทำงานได้อย่างยั่งยืน

การตั้งเป้าหมายการจัดการพนักงานและแรงงาน

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการพนักงานและแรงงานหรือไม่ : ไม่มี

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพนักงานและแรงงาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพนักงานและแรงงาน : มี

สำหรับปี 2568 บริษัทได้วางแผนดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่มุ่งเสริมสร้างความผูกพันและสวัสดิการที่ดีให้แก่พนักงาน โดยนอกเหนือจากสิทธิประโยชน์ตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ได้แก่

1. กิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคีและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กรจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือนมีดังต่อไปนี้
 - 1.1 เกมบัดดี้ (Buddy Game): การจับคู่พนักงานเป็นบัดดี้เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งในรูปแบบการแข่งขันหรือกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานที่อาจไม่ได้ทำงานใกล้ชิดกันมาก่อน
 - 1.2 กิจกรรมแลกเปลี่ยนสินค้า: พนักงานสามารถนำสินค้าที่ตนเองไม่ใช้แล้วมาแลกเปลี่ยนกับเพื่อนร่วมงานในองค์กร เพื่อสร้างความสนุกสนานและส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในที่ทำงานได้
 - 1.3 ทายรูปตอนเด็ก: การรวบรวมภาพถ่ายตอนเด็กของพนักงานในองค์กร และนำมาให้เพื่อนร่วมงานทายว่าใครคือตัวจริง เป็นกิจกรรมที่ไม่เพียงแต่สร้างความสนุกสนาน แต่ยังช่วยให้พนักงานได้รู้จักกันในมุมมองใหม่ ๆ และเสริมสร้างการเข้าใจระหว่างกัน



2. จัดให้มีขนมในช่วงพักระหว่างงานให้กับพนักงาน เพื่อเป็นการเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี และช่วยให้พนักงานได้พักผ่อนระหว่างวัน ซึ่งจะช่วยให้พนักงานได้ผ่อนคลายจากการทำงานและเพิ่มพลังในการทำงานและใส่ใจในความเป็นอยู่ของพนักงาน
3. จัดให้มีการประกันอุบัติเหตุสำหรับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้รับการคุ้มครองจากอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน บริษัทจึงเห็นควรให้มีการประกันอุบัติเหตุสำหรับพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องปฏิบัติงานในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสูง อาทิเช่น พนักงานที่รับ-ส่งเอกสารโดยการขับขี่มอเตอร์ไซด์ พนักงานขายที่ต้องเดินทางไปต่างจังหวัดเพื่อพบลูกค้า รวมถึงพนักงานคลังสินค้าที่อาจมีความเสี่ยงจากการทำงานในสภาพแวดล้อมที่ต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานทุกท่านมั่นใจในการทำงานและลดความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานประจำวัน
4. โครงการการออมเงินและการกู้ยืมแบบเร่งด่วนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเสริมสร้างสวัสดิการแก่พนักงาน การจัดการทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและคุณภาพชีวิตของพนักงานอย่างยั่งยืน เพื่อให้พนักงานสามารถบริหารจัดการปัญหาทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางบริษัทจึงได้มีแนวคิดในการจัดหาโครงการ "การออมเงินและการกู้ยืมแบบเร่งด่วนดอกเบี้ยต่ำ" ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยส่งเสริมให้พนักงานสามารถออมเงินได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงมีทางเลือกในการกู้ยืมเงินในกรณีฉุกเฉินโดยมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำและเงื่อนไขที่เป็นธรรม
5. จัดกิจกรรมปีใหม่และเลี้ยงสังสรรค์สำหรับพนักงาน เพื่อเป็นการส่งท้ายปีเก่าและต้อนรับปีใหม่ในบรรยากาศแห่งความสุขและความอบอุ่นซึ่งถือเป็นโอกาสพิเศษในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน และแสดงความขอบคุณที่ทุกท่านได้ทุ่มเทร่างกายแรงใจในปีที่ผ่านมา



การจัดการพนักงานและแรงงาน : การจ้างงาน

การจ้างงานพนักงาน

	2566	2567	2568
พนักงานรวม (คน)	319	308	301
พนักงานชาย (คน)	46	50	50
พนักงานหญิง (คน)	273	258	251

การจ้างงานผู้พิการ

	2566	2567	2568
การจ้างงานผู้พิการรวม (คน)	5	5	3
พนักงานผู้พิการรวม (คน)	3	3	2
พนักงานผู้พิการชาย (คน)	3	3	1
พนักงานผู้พิการหญิง (คน)	0	0	1
ลูกจ้างผู้พิการที่ไม่ใช่พนักงานรวม (คน)	2	2	1
การส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ	มี	มี	มี

การจัดการพนักงานและแรงงาน : การจ่ายค่าตอบแทน

การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

	2566	2567	2568
ค่าตอบแทนพนักงานรวม (บาท)	97,972,000.00	83,873,875.11	84,152,769.00
ค่าตอบแทน พนักงานชาย (บาท)	17,167,636.00	15,729,144.00	18,711,120.00
ค่าตอบแทน พนักงานหญิง (บาท)	80,804,364.00	68,144,731.11	65,441,649.00

การจัดการพนักงานและแรงงาน : การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

	2566	2567	2568
จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยของพนักงาน (ชั่วโมง/คน/ปี)	6.00	6.50	6.50
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (บาท)	13,408.40	15,010.30	13,972.05

การจัดการพนักงานและแรงงาน : ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

	2566	2567	2568
จำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บจากการทำงานของพนักงานจนถึงขั้นหยุดงาน (ครั้ง)	0	0	0

การจัดการพนักงานและแรงงาน : ความผูกพันของพนักงานและการรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร

ความผูกพันของพนักงาน

	2566	2567	2568
พนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจรวม (คน)	96	65	50
พนักงานชายที่ลาออกโดยความสมัครใจ (คน)	18	17	6
พนักงานหญิงที่ลาออกโดยความสมัครใจ (คน)	78	48	44
สัดส่วนพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ (%)	30.09	21.10	16.61
	2566	2567	2568
ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ไม่มี	ไม่มี	มี

การรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร

การรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร : ไม่มี

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้าของบริษัท : ไม่มี

แผนการจัดการลูกค้าที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา : การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค, การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า, การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้าที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา

1. การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค มีดังนี้

- 1.1 การแจ้งล่วงหน้า: บริษัทมีการแจ้งสินค้าจำพวกถุงนอนขาดสีไซส์ที่ลูกค้าต้องการในช่วงสิ้นปีในกลุ่มร้านค้าส่ง
- 1.2 การเสนอทางเลือกอื่น สินค้าขาดสต็อก ส่วนใหญ่ลูกค้าจะรอ สินค้า
- 1.3 การให้ข้อมูลที่ชัดเจนและโปร่งใส : มีการชี้แจงด้วยวาจาหรือ ทำจดหมาย
- 1.4 การใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อีเมล โซเชียลมีเดีย และการตอบกลับที่รวดเร็ว

2. การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

- 2.1 การให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพ พนักงานฝ่ายขายมีการอบรมทักษะให้บริการลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการตอบคำถาม การจัดการกับข้อร้องเรียน หรือวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม
- 2.2 การมีความรู้ในผลิตภัณฑ์หรือบริการ พนักงานฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีการจัดอบรมให้พนักงานสามารถแก้ปัญหาหรือเสนอทางเลือกให้ลูกค้าได้อย่างมั่นใจ
- 2.3 การฟังลูกค้าอย่างตั้งใจเพื่อเข้าใจถึงความต้องการ หรือปัญหาของลูกค้า
- 2.4 การสร้างความประทับใจในบริการหลังการขาย มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า และการให้คำแนะนำเพิ่มเติม และสำรวจแบบสอบถามการพึงพอใจของลูกค้าทุกรายไตรมาส

3. การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

- 3.1 การให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA หรือ GDPR) ซึ่งมีกฎระเบียบที่ชัดเจนในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- 3.2 การจำกัดการเข้าถึงข้อมูล (Access Control) บริษัทได้กำหนดแนวทางการจัดการผู้รับผิดชอบในการเข้าถึงข้อมูลอย่างเคร่งครัด โดยมีการมอบหมายบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจน เพื่อควบคุมและตรวจสอบการเข้าถึงข้อมูลให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย ลดความเสี่ยงในการละเมิดข้อมูล
- 3.3 การตรวจสอบและการบันทึกข้อมูล (Audit Logs) บริษัทมีรักษาประวัติการเข้าถึงและการเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อตรวจสอบได้ หากเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ

ในปี 2568 ไม่มีเหตุการณ์ที่บริษัทถูกร้องเรียนเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

การตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้า

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้าหรือไม่ : ไม่มี

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการลูกค้า

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการลูกค้า : ไม่มี

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการลูกค้า (Customer Management Performance)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่ใกล้ชิดและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าบริษัทจะยังไม่มีกำหนดแผนการจัดการลูกค้าและตัวชี้วัด (KPI) อย่างเป็นทางการ แต่ได้ดำเนินการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านรูปแบบการขายและการให้บริการที่มีความต่อเนื่องและเป็นระบบในเชิงปฏิบัติ

1. โครงสร้างและรูปแบบการดูแลลูกค้า

บริษัทมีรูปแบบการจำหน่ายสินค้าและการดูแลลูกค้าแบ่งออกเป็น 3 ช่องทางหลัก ดังนี้

1.1 ช่องทางร้านค้าส่ง (Wholesale Channel) – ประมาณร้อยละ 70 ของยอดขาย

- การขายสินค้าส่วนใหญ่ดำเนินการผ่านพนักงานขายที่รับผิดชอบลูกค้าในแต่ละพื้นที่
- พนักงานขายมีการ เข้าพบลูกค้าเป็นประจำทุกเดือน ในแต่ละเขตและภูมิภาค
- มีบทบาทสำคัญในการรับคำสั่งซื้อ ให้คำแนะนำสินค้า และแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าอย่างใกล้ชิด
- ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ยาวนานกับบริษัทมากกว่า 61 ปี และมีความเข้าใจในสินค้าของแบรนด์เป็นอย่างดี

1.2 ช่องทางห้างสรรพสินค้า (Modern Trade / Department Store) – ประมาณร้อยละ 20 ของยอดขาย

- บริษัทมีจุดจำหน่ายสินค้าผ่านเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โดยมีพนักงานขายประจำจุด
- พนักงานมีหน้าที่ แนะนำสินค้า ให้คำปรึกษา และตอบข้อซักถามของลูกค้า อย่างใกล้ชิด
- ส่งเสริมให้ลูกค้าได้รับข้อมูลสินค้าอย่างครบถ้วน และช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเลือกซื้อสินค้า

1.3 ช่องทางออนไลน์ (Online Channel) – ประมาณร้อยละ 10 ของยอดขาย

- บริษัทจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับความนิยม
- มีทีมแอดมินดูแลระบบหลังบ้าน เพื่อ ตอบคำถาม แก้ไขปัญหา และให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว
- การดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนดของแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อให้ลูกค้าได้รับการที่มีประสิทธิภาพ

2. ผลลัพธ์ด้านการให้บริการลูกค้า

- บริษัทสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยมีลูกค้าหลักที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจมายาวนาน
- การให้บริการผ่านพนักงานขายที่ใกล้ชิดกับลูกค้า ช่วยให้สามารถ ตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและตรงจุด
- ช่องทางออนไลน์มีการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนและข้อซักถามอย่างทันท่วงที ผ่านระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ
- บริษัทไม่พบข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้า ในช่วงที่ผ่านมา

3. การวิเคราะห์และแนวโน้มการพัฒนา

- แม้บริษัทจะยังไม่มีกำหนด ตัวชี้วัดด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction KPI) อย่างเป็นทางการ แต่รูปแบบการดำเนินงานในปัจจุบันสะท้อนถึงการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าในระดับที่มีประสิทธิภาพ
- บริษัทมีแนวโน้มที่จะพัฒนา ระบบการจัดการลูกค้าและการเก็บข้อมูลเชิงวิเคราะห์ เพื่อใช้กำหนดเป้าหมายและยกระดับการให้บริการในอนาคต
- การผสมผสานช่องทางการขายทั้ง Offline และ Online ช่วยเพิ่มความครอบคลุมและความสะดวกในการเข้าถึงลูกค้า

ตารางการจัดการลูกค้า (Customer Management: Risk – Strategy – KPI – Target)

หมวด ESG	หัวข้อ	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย
S – สังคม	ความพึงพอใจลูกค้า	ลูกค้าไม่พึงพอใจ / สูญเสียลูกค้า	พนักงานขายเข้าพบลูกค้ารายเดือน / ให้บริการใกล้ชิด	อัตราการร้องเรียน	0 เรื่องที่มีนัยสำคัญ
S – สังคม	การรักษาความสัมพันธ์ลูกค้า	ลูกค้าระยะยาวลดลง	สร้างความสัมพันธ์ผ่านทีมขายประจำพื้นที่	อัตราการคงอยู่ของลูกค้า (Retention Rate)	≥ 95%
S – สังคม	คุณภาพการให้บริการ	การให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน	ฝึกอบรมพนักงานขายและแอดมิน	% พนักงานผ่านการอบรม	100%
S – สังคม	การตอบสนองลูกค้าออนไลน์	ตอบลูกค้าล่าช้า	ทีมแอดมินดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์	ระยะเวลาตอบกลับ (Response Time)	ภายใน 24 ชม.
S – สังคม	ความครอบคลุมช่องทางขาย	เข้าถึงลูกค้าไม่ทั่วถึง	ขยายช่องทางขาย (Wholesale / Modern Trade / Online)	สัดส่วนยอดขายแต่ละช่องทาง	เติบโตต่อเนื่อง

การจัดการลูกค้า : ความพึงพอใจของลูกค้า

การจัดการลูกค้า: ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานที่ปฏิบัติงานใกล้ชิดกับลูกค้าให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้า

บริษัทได้ดำเนินการ ฝึกอบรมพนักงานขายประจำเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า และพนักงานขายที่เป็นตัวแทนของบริษัท อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในสินค้า รวมถึงทักษะในการนำเสนอสินค้าใหม่ การให้คำแนะนำ การตอบข้อซักถาม การรับคืนสินค้า และการบริหารจัดการด้านการชำระเงิน ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และมีมาตรฐานเดียวกัน

พนักงานขายดังกล่าวถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยมีบทบาทในการ เข้าพบลูกค้า ให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาอย่างใกล้ชิด ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงจุด ส่งผลให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัท

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทยังไม่มีการจัดทำ นโยบายหรือแผนการจัดการลูกค้า (Customer Management Policy) รวมถึงตัวชี้วัดด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction KPI) อย่างเป็นทางการ ทั้งนี้ บริษัทอยู่ระหว่างการศึกษาแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการลูกค้าให้มีความเป็นระบบมากยิ่งขึ้นในอนาคต เช่น การกำหนดตัวชี้วัด การจัดเก็บข้อมูลลูกค้า และการประเมินความพึงพอใจอย่างเป็นรูปธรรม

ตาราง Customer: Risk – Strategy – KPI – Target

หมวด	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	KPI	เป้าหมาย
ลูกค้า	ลูกค้าไม่พึงพอใจ	พนักงานขายเข้าพบลูกค้ารายเดือน	จำนวนข้อร้องเรียน	0 เรื่องสำคัญ
ลูกค้า	สูญเสียลูกค้าเดิม	สร้างความสัมพันธ์ระยะยาว	Retention Rate	≥ 95%
ลูกค้า	ให้บริการไม่ทั่วถึง	ขยายช่องทางขาย	สัดส่วนช่องทางขาย	เติบโตต่อเนื่อง
ลูกค้า	ตอบลูกค้าล่าช้า	ทีมแอดมินดูแลออนไลน์	Response Time	≤ 24 ชม.

ความพึงพอใจของลูกค้า

	2566	2567	2568
ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนและสังคม

แผนการจัดการชุมชนและสังคม

แผนการจัดการชุมชนและสังคมของบริษัท : ไม่มี

แผนการจัดการชุมชนและสังคมที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา : ศาสนาและวัฒนธรรม, ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มผู้เปราะบาง

แผนการจัดการชุมชนและสังคม (Community and Social Management Plan)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ความสามัคคี และการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนในสังคม โดยเฉพาะในด้าน **ศาสนาและวัฒนธรรม** ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของสังคมไทย บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านชุมชนและสังคม โดยเน้นการส่งเสริมกิจกรรมที่สะท้อนถึงคุณค่าทางศาสนาและการอนุรักษ์ประเพณีอันดีงาม เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่พนักงาน และมีส่วนร่วมในการสืบสานวัฒนธรรมของสังคม

1. การส่งเสริมกิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม

1.1 กิจกรรมทำบุญเลี้ยงพระประจำปี

บริษัทได้จัดกิจกรรม **ทำบุญเลี้ยงพระจำนวน 9 รูป เป็นประจำทุกปีในช่วงเทศกาลขึ้นปีใหม่** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ:

- ส่งเสริมให้พนักงานยึดมั่นในหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา
- เสริมสร้างความเป็นสิริมงคล ความสงบทางจิตใจ และคุณธรรมในการดำเนินชีวิต
- สร้างความสัมพันธ์อันดีและความสามัคคีระหว่างพนักงานภายในองค์กร
- ส่งเสริมวัฒนธรรมการให้ การแบ่งปัน และการมีจิตสาธารณะ

กิจกรรมดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของการปลูกฝังค่านิยมองค์กรด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

2. การมีส่วนร่วมของพนักงานและองค์กร

- บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านศาสนาและสังคมอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกด้านคุณธรรมและจริยธรรมในองค์กร
- สนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในองค์กรและกับสังคมโดยรอบ

3. การติดตามและแนวทางพัฒนาในอนาคต

แม้ว่าปัจจุบันบริษัทจะมุ่งเน้นการดำเนินกิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรมเป็นหลัก แต่บริษัทมีแนวทางในการพัฒนาแผนการจัดการชุมชนและสังคมให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยอาจรวมถึง:

- การขยายกิจกรรมเพื่อสนับสนุนชุมชนในด้านอื่น เช่น การศึกษา หรือสิ่งแวดล้อม
- การกำหนดตัวชี้วัดด้านสังคม (Social KPI) เพื่อประเมินผลการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม
- การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกหรือชุมชนในพื้นที่



1.2 กิจกรรมการทำกระทงและแจกจ่ายให้พนักงาน (Loy Krathong Activity)

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสืบสานวัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร โดยฝ่ายบัญชีและฝ่ายผลิตภัณฑ์ได้ร่วมกันจัดกิจกรรม การทำกระทงเพื่อแจกจ่ายให้แก่พนักงานในฝ่ายต่าง ๆ ภายในบริษัท เนื่องในเทศกาลลอยกระทง ซึ่งเป็นประเพณีที่มีความสำคัญของไทย และสะท้อนถึงความเคารพต่อทรัพยากรน้ำและธรรมชาติ กิจกรรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน และปลูกฝังจิตสำนึกด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

- **ส่งเสริมความร่วมมือภายในองค์กร**
พนักงานจากหลายหน่วยงานได้มีส่วนร่วมในการจัดทำกระทง ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสามัคคีและการทำงานเป็นทีม
- **สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม**
บริษัทเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติในการจัดทำกระทง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน
- **สร้างความเท่าเทียมในการเข้าร่วมกิจกรรม**
มีการจัดเตรียมกระทงเพื่อแจกจ่ายให้กับพนักงานที่ไม่สามารถจัดทำกระทงได้ด้วยตนเอง เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมได้อย่างทั่วถึง
- **สืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย**
กิจกรรมดังกล่าวช่วยส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของประเพณีลอยกระทง และร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยให้คงอยู่สืบไป



3. ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบาง (Vulnerable Groups and Equal Opportunity Employment)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมความเท่าเทียมและการสร้างโอกาสในการจ้างงานให้กับผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบาง โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังมีศักยภาพในการทำงาน

บริษัทได้ดำเนินการ จ้างงานผู้สูงอายุในรูปแบบสัญญาจ้าง สำหรับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน เพื่อเปิดโอกาสให้สามารถทำงานต่อเนื่องภายหลังเกษียณอายุ ทั้งนี้ การจ้างงานดังกล่าวเป็นการส่งเสริมการมีรายได้อย่างต่อเนื่อง และช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ บริษัทเล็งเห็นถึงคุณค่าของ ประสบการณ์ ความรู้ และทักษะ ของผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่พนักงานรุ่นใหม่ และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการดำเนินงาน

- มีการจ้างงานผู้สูงอายุจำนวน 20 คน อย่างต่อเนื่อง
- ผู้สูงอายุสามารถมีส่วนร่วมในการทำงานและสร้างคุณค่าให้แก่องค์กร
- ส่งเสริมการจ้างงานอย่างเท่าเทียมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

แนวทางการพัฒนาในอนาคต

บริษัทมีแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานด้านความหลากหลายและความเท่าเทียม (Diversity & Inclusion) อย่างต่อเนื่อง โดยอาจพิจารณา:

- ขยายโอกาสการจ้างงานไปยังกลุ่มเปราะบางอื่น
- กำหนดตัวชี้วัดด้านการจ้างงานอย่างเท่าเทียม
- ส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมกับพนักงานทุกกลุ่ม

การตั้งเป้าหมายการจัดการชุมชนและสังคม

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการชุมชนและสังคมหรือไม่ : ไม่มี

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม : ไม่มี

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม (Community and Social Performance)

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนชุมชนและหน่วยงานภาครัฐในสถานการณ์ที่มีความจำเป็น เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่สังคมโดยรวม

โครงการสนับสนุนกำลังพลในพื้นที่ชายแดนไทย-กัมพูชา

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ “เชอริลอน” และ “แซนรีโม” ได้ดำเนินโครงการสนับสนุนกำลังพลที่ปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่เสี่ยงบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **รายการสนับสนุน**

- หน้ากากอนามัย จำนวน 10,000 ชิ้น
- ชุดชั้นในชาย จำนวน 600 ตัว
- รวมมูลค่าการสนับสนุนทั้งสิ้น 379,325 บาท

- **วัตถุประสงค์ของโครงการ**

- สนับสนุนด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยให้แก่กำลังพล
- เสริมสร้างความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่ที่มีความท้าทาย
- เป็นการแสดงความห่วงใยและกำลังใจจากภาคเอกชนต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ

- **รายละเอียดการดำเนินงาน**

พิธีส่งมอบจัดขึ้นเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2568 ณ กองบัญชาการกองทัพอากาศที่ 2 ค่ายสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา โดยมีผู้แทนผู้บริหารของบริษัทเข้าร่วมส่งมอบสิ่งของให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน

- กำลังพลในพื้นที่ได้รับอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการดูแลสุขภาพและการปฏิบัติงาน
- ช่วยเพิ่มความพร้อมและความสะดวกสบายในการปฏิบัติหน้าที่ในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยง
- เสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในฐานะองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
- สะท้อนถึงบทบาทของบริษัทในการสนับสนุนสังคมไทยในสถานการณ์ที่สำคัญ

การดำเนินงานด้านสังคมอย่างต่อเนื่อง

นอกเหนือจากโครงการดังกล่าว บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

- การบริจาคผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับผู้พิการ
- การสนับสนุนกิจกรรมที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน



โครงการสนับสนุนนักศึกษาพยาบาล สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการเพื่อสังคม (CSR) โดยให้การสนับสนุนด้านการศึกษาแก่คณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2568 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาที่จะก้าวสู่การเป็นบุคลากรทางการแพทย์ในอนาคต

โดยบริษัทได้มอบ ทุนน่องและถุงเท้าสำหรับนักศึกษาพยาบาล รวมมูลค่ากว่า 50,000 บาท เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการศึกษา และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านเครื่องแต่งกายของนักศึกษา

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดกิจกรรมบรรยายพิเศษในหัวข้อ “Support Your Look, Support Your Legs: นวัตกรรมเส้นใยเพื่อความสบายในการสวมใส่” เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของเส้นใยและเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งช่วยเสริมความสบายในการใช้งาน รองรับการปฏิบัติงานที่ต้องมีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเสริมสร้างบุคลิกภาพที่เหมาะสมในวิชาชีพพยาบาล

ภายในกิจกรรมยังมีการจัดกิจกรรมตอบคำถามและมอบของที่ระลึกให้แก่นักศึกษา ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และช่วยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นมิตรและมีส่วนร่วม

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- สนับสนุนอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาของนักศึกษาพยาบาล
- ลดภาระค่าใช้จ่ายด้านเครื่องแต่งกาย
- ส่งเสริมความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมาตรฐานการแต่งกายในวิชาชีพ
- เสริมสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานจริง

ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน

- นักศึกษาได้รับอุปกรณ์ที่จำเป็นและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง
- ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายและเพิ่มความพร้อมในการศึกษา
- สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์
- เสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในฐานะองค์กรที่สนับสนุนการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรบุคคล



โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาและพัฒนาทักษะนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการเพื่อสังคม (CSR) โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเยาวชนในระดับอุดมศึกษา โดยได้ให้การสนับสนุนแก่คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทักษะของนักศึกษาในด้าน การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลและคอนเทนต์วิดีโอ ควบคู่กับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่น โดยใช้ผลิตภัณฑ์ถุงน่องภายใต้แบรนด์ CHERILON เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้

บริษัทได้จัดกิจกรรม เวิร์คช็อปให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเส้นใย รวมถึงการจัดประกวดการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอความยาวไม่เกิน 90 วินาที เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ โดยได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากคณะฯ ในการจัดกิจกรรมภายในหลักสูตรการเรียนการสอน

นอกจากนี้ บริษัทได้มอบ ทุนการศึกษารวมจำนวน 10,000 บาท ให้แก่นักศึกษาที่มีผลงานโดดเด่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพสู่การประกอบอาชีพในอนาคต

ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน

- นักศึกษาได้รับโอกาสในการพัฒนาทักษะด้านสื่อดิจิทัลและความคิดสร้างสรรค์
- เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและแฟชั่นในรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ได้จริง
- ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการทำงานเป็นทีม

- สร้างแรงจูงใจให้นักศึกษาในการพัฒนาผลงานสู่มาตรฐานวิชาชีพ



ตาราง Community & Social: Risk – Strategy – KPI – Target – Result

หมวด	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	KPI	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน (Result)
ชุมชนและสังคม	พนักงานขาดความผูกพันองค์กร	จัดกิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม	จำนวนกิจกรรมต่อปี	≥ 2 กิจกรรม/ปี	ดำเนินการแล้ว เช่น ทำบุญปีใหม่ / ลอยกระทง
ชุมชนและสังคม	ขาดการสืบสานวัฒนธรรม	ส่งเสริมประเพณีไทย	จำนวนพนักงานเข้าร่วม	≥ 80%	พนักงานมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง
ชุมชนและสังคม	ขาดจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม	ใช้วัสดุธรรมชาติในกิจกรรม	% กิจกรรมรักษ์โลก	≥ 80%	ใช้วัสดุธรรมชาติในการทำกระทง
ชุมชนและสังคม	การมีส่วนร่วมไม่ทั่วถึง	แจกอุปกรณ์ให้พนักงาน	อัตราการเข้าถึงกิจกรรม	100%	พนักงานสามารถเข้าร่วมได้ครบ
ชุมชนและสังคม	ขาดภาพลักษณ์องค์กรด้าน CSR	ดำเนินกิจกรรม CSR ต่อเนื่อง	จำนวนข้อร้องเรียน	0 เรื่อง	ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชน
ชุมชนและสังคม	การสนับสนุนสังคมไม่ตรงจุด	สนับสนุนหน่วยงานภาครัฐ/สังคม	จำนวนโครงการ CSR	≥ 2 โครงการ/ปี	สนับสนุนขายแดน (หน้ากาก 10,000 ชิ้น + สินค้า 600 ชิ้น)
ชุมชนและสังคม	ขาดการช่วยเหลือในภาวะวิกฤต	สนับสนุนพื้นที่เสี่ยง	มูลค่าการช่วยเหลือ	เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง	มูลค่าช่วยเหลือ 379,325 บาท
ชุมชนและสังคม	ขาดการสนับสนุนด้านการศึกษา	สนับสนุนสถาบันการศึกษา	จำนวนโครงการด้านการศึกษา	≥ 2 โครงการ/ปี	สนับสนุน PIM และ มจร.
ชุมชนและสังคม	นักศึกษาขาดโอกาส	มอบทุนและอุปกรณ์	มูลค่าการสนับสนุน	เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง	สนับสนุน ≥ 60,000 บาท

ชุมชนและสังคม	ขาดการพัฒนาทักษะเยาวชน	จัด workshop / training	จำนวนผู้เข้าร่วม	เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง	จัด workshop + contest
ชุมชนและสังคม	ความเหลื่อมล้ำทางสังคม	จ้างงานผู้สูงอายุ	จำนวนผู้สูงอายุที่จ้าง	≥ 20 คน	จ้างงานผู้สูงอายุ 20 คน
ชุมชนและสังคม	สูญเสียองค์ความรู้	ใช้ประสบการณ์ผู้สูงอายุ	ระดับการมีส่วนร่วม	≥ 80%	ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการทำงาน

ข้อมูลเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน

จำนวนกรณีและเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนอย่างมีนัยสำคัญ

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนอย่างมีนัยสำคัญรวม กรณี	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ (กรณี)	0	0	0

4. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

4.1 วิเคราะห์การดำเนินงานและฐานะทางการเงินการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ภาพรวมของการดำเนินงาน

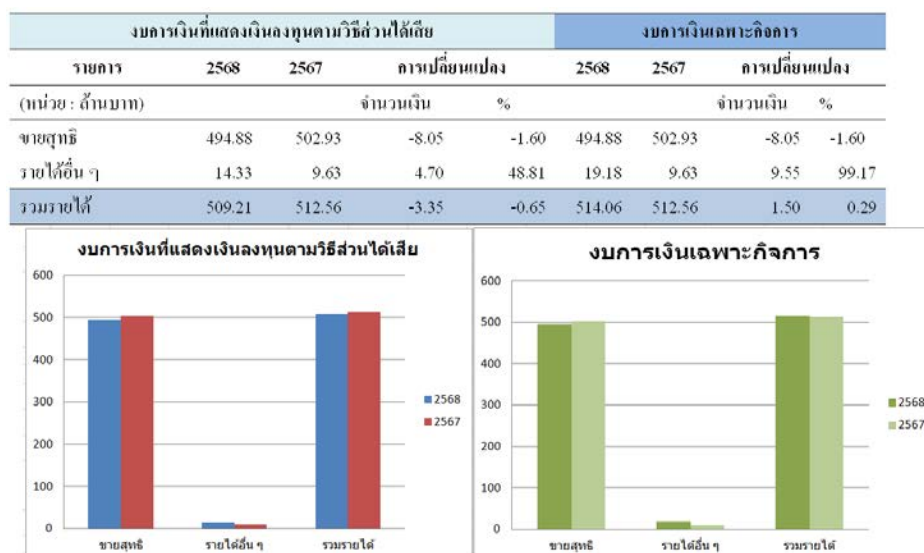
บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ขอชี้แจงเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในปี 2568 มียอดการขายจำนวน 494.88 ล้านบาท ลดลงจากปี 67 จำนวน 8.05 ล้านบาท หรือลดลง 1.60% เนื่องมาจากร้านค้าในเขตชายแดนไทย-กัมพูชา ในพื้นที่จังหวัดสระแก้ว ได้หยุดการสั่งซื้อสินค้า ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายในช่องทางดังกล่าวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ร้านค้าซิวอาร์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ยังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายต่อสินค้า โดยบริษัทมีส่วนร่วมรับผิดชอบความเสียหายดังกล่าวร่วมกับร้านค้า

ในปี 2568 ภาพรวมของสถานะการค้าในหลายภาคส่วนมีแนวโน้มชะลอตัวลง อันเนื่องมาจากกำลังซื้อของผู้บริโภคปรับลดลง โดยได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมที่ยังไม่ฟื้นตัวอย่างเต็มที่ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น และผู้ประกอบการบางส่วนมีการปรับลดปริมาณการสั่งซื้อ รวมถึงบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างรอบคอบ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อปริมาณการค้าและยอดการจำหน่ายในภาพรวม

- สำหรับงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย มีผลกำไร 2.15 ล้านบาท ลดลงจากปี 67 จำนวน 10.20 ล้านบาท หรือลดลง 82.59%
- สำหรับงบการเงินเฉพาะกิจการ มีผลกำไร 5.04 ล้านบาท ลดลงจากปี 67 จำนวน 8.64 ล้านบาท หรือลดลง 63.16%

ทั้งนี้ปัจจัยที่มีส่วนทำให้กำไรลดลงเกิดจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี (Deferred Tax) ของบริษัทปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของผลแตกต่างชั่วคราวที่เกิดจากสัญญาเช่าทางการเงิน ซึ่งส่งผลให้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี (Deferred Tax Assets: DTA) เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน กำไรจากการฝากขายมีการปรับตัวลดลงเป็นจำนวน 11.18 ล้านบาท ส่งผลให้ฐานกำไรที่ใช้ในการคำนวณภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเปลี่ยนแปลง และมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียปรับตัวเพิ่มขึ้น 609.64 % และงบการเงินเฉพาะกิจการปรับตัวเพิ่มขึ้น 577.06 %

รูปภาพรวมของการดำเนินงาน



ข้อมูลในการวิเคราะห์การดำเนินงานและฐานะทางการเงิน

1. ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย					งบการเงินเฉพาะกิจการ			
รายการ	2568	2567	การเปลี่ยนแปลง		2568	2567	การเปลี่ยนแปลง	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %
สินทรัพย์								
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	471.57	466.40	5.17	1.11	471.57	466.40	5.17	1.11
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	343.62	333.96	9.66	2.89	367.86	355.22	12.64	3.56
รวมสินทรัพย์	815.19	800.37	14.82	1.85	839.43	821.63	17.80	2.17

1 รวมสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 5.17 ล้านบาท หรือคิดเพิ่มขึ้น 1.11% อันเนื่องมาจากการสั่งซื้อสินค้าที่ตลาดเคลื่อนจากแผนการจำหน่าย ส่งผลให้มีปริมาณสินค้าคงเหลือสูงกว่าระดับปกติเมื่อเทียบกับปี 2567 เป็นจำนวน 37.27 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 12.06%

2 รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยมีสาเหตุหลักจากสินทรัพย์สิทธิการใช้สิทธิประเภทค่าเช่าทรัพย์สินที่เพิ่มขึ้นจากปี 2567 เป็นจำนวน 10.72 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้น 948.67 % อันเป็นผลจากการรับรู้สัญญาเช่าทรัพย์สินตามมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้อง

3 รวมสินทรัพย์ในส่วนของงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย เพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 14.82 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 1.85% และงบการเงินเฉพาะกิจการเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 17.80 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 2.17%จากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์หมุนเวียนในส่วนของสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น 12.06%และสินทรัพย์สิทธิการใช้สิทธิปรับตัวเพิ่มขึ้น 948.67%

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย					งบการเงินเฉพาะกิจการ			
รายการ	2568	2567	การเปลี่ยนแปลง		2568	2567	การเปลี่ยนแปลง	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %
หนี้สินหมุนเวียน								
รวมหนี้สินหมุนเวียน	267.15	258.53	8.62	3.33	267.15	258.53	8.62	3.33
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	69.47	63.20	6.27	9.92	69.47	63.20	6.27	9.92
รวมหนี้สิน	336.62	321.73	14.89	4.63	336.62	321.73	14.89	4.63
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	478.58	478.63	0.05	0.01	502.81	499.89	2.92	0.58

1 รวมหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 8.62 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 3.33% โดยมีสาเหตุหลักจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นที่เพิ่มขึ้น 3.07 % นอกจากนี้ หนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีปรับตัวเพิ่มขึ้น 5,010% และประมาณการหนี้สินหมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น 106.84 ส่งผลให้รวมหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับงวดก่อน

2 รวมหนี้สินไม่หมุนเวียนปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 6.27 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 9.92% โดยมีสาเหตุหลักจากหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ 5,736.36% รวมถึงหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เพิ่มขึ้น 7.74% ส่งผลให้รวมหนี้สินไม่หมุนเวียนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับงวดก่อน

3 รวมส่วนของผู้ถือหุ้นสำหรับงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย ลดลงจากปี 2567 จำนวน 0.15 ล้านบาท หรือลดลง 0.01% โดยมีสาเหตุหลักจากกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรลดลง อันเป็นผลมาจากกำไรสุทธิของปีที่ปรับตัวลดลง ทั้งนี้ ในส่วนของงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย กำไรสุทธิปรับตัวลดลงจำนวน 10.20 ล้านบาท หรือลดลง 82.59 % และในงบการเงินเฉพาะกิจการ กำไรสุทธิลดลงจำนวน 8.64 ล้านบาท หรือลดลง 63.16 % จากเหตุการณ์และปัจจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น

งบกระแสเงินสด

รายการ	2568	2567	การเปลี่ยนแปลง	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %
กระแสเงินสดสุทธิ (ใช้ไป) การดำเนินงาน	27.14	30.39	57.53	189.31
กระแสเงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไป) กิจกรรมลงทุน	3.43	4.46	1.03	23.09
กระแสเงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไป) กิจกรรมจัดหาเงิน	6.57	1.81	4.76	262.98
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง)	30.28	33.04	63.32	191.65
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นงวด	56.59	23.55	33.04	140.30
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันปลายงวด	26.31	56.59	30.28	53.51

- 1 กระแสเงินสดสุทธิจาก การดำเนินงาน ใช้ไป 27.14 ล้านบาทโดยมีสาเหตุหลักจากการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณที่สูงขึ้น ส่งผลให้มูลค่าสินค้าคงเหลือปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 50.61 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 379.39% นอกจากนี้ เงินสดจ่ายเพื่อผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้นจำนวน 1.41 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 56.40 % ส่งผลให้กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานลดลงเมื่อเทียบกับงวดก่อน 189.31%
- 2 กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมลงทุนลดลงจากปี 67 จำนวน 1.03 ล้านบาทหรือลดลง 23.09 % เนื่องจากบริษัทมีการลงทุนในการตกแต่งเคาน์เตอร์จำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน 2.02 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 110.38 %
- 3 กระแสเงินสดสุทธิ(ใช้ไป)กิจกรรมจัดหา ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 67 จำนวน 4.76ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 262.98 % จากเงินสดจ่ายเพื่อลดหนี้สินภายใต้สัญญาเช่าเพิ่มขึ้นจากปี 67 จำนวน 3.94 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 3,940 %
- 4 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นปี 2568 มีจำนวน 26.31 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากปี 2567 จำนวน 30.28 ล้านบาท หรือลดลง 53.51 %โดยมีสาเหตุหลักมาจากการกระแสเงินสดจากการดำเนินงานอยู่ในสถานะที่มีเงินจ่ายมากกว่าเงินรับ อันเป็นผลจากการดำเนินงานและปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร

2. รายได้

งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย					งบการเงินเฉพาะกิจการ			
รายการ	2568	2567	การเปลี่ยนแปลง		2568	2567	การเปลี่ยนแปลง	
(หน่วย : ล้านบาท)			จำนวนเงิน	%			จำนวนเงิน	%
ขายสุทธิ	494.88	502.93	8.05	1.60	494.88	502.93	8.05	1.60
รายได้อื่น ๆ	14.33	9.63	4.70	48.81	19.18	9.63	9.55	99.17
รวมรายได้	509.21	512.56	3.35	0.65	514.06	512.56	1.50	0.29

รายได้จากการขายลดลงจากปี67 จำนวน 8.05 ล้านบาทหรือลดลง 1.60 % โดยมีสาเหตุจากร้านค้าส่งปรับลดปริมาณการสั่งซื้อสินค้า รวมถึงร้านค้าบางแห่งที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบตามแนวชายแดนระหว่างประเทศไทยและกัมพูชา ส่งผลให้มีการหยุดการสั่งซื้อสินค้าเป็นการชั่วคราว นอกจากนี้ ยอดขายผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้ามีการปรับตัวลดลง ร้อยละ 18.59 อันเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว รวมถึงผลกระทบจากสถานการณ์อุทกภัยในพื้นที่ ภาคใต้ ซึ่งส่งผลต่อกำลังซื้อและการดำเนินกิจกรรมทางการค้าในพื้นที่ดังกล่าว ในขณะเดียวกัน ยอดขายผ่านช่องทางระบบออนไลน์มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.20 อย่างไรก็ตาม ช่องทางการขายดังกล่าวยังมีสัดส่วนต่อยอดการขายรวม 20.06 %ของยอดขายรวมทั้งสิ้น

รายได้อื่น ๆ

ปี 2567 รายได้อื่น ๆ เพิ่มขึ้นจากปี 67 จำนวน 4.70 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 48.81% เกิดจากเงินปันผลรับ เพิ่มขึ้น เป็นจำนวน 0.99 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 15.74 % และค่านายหน้ารับ เพิ่มขึ้นจากปี 67 จำนวน 0.66 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 40.24 %

ต้นทุนขาย

รายการ	2568		2567		การเปลี่ยนแปลง	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %
ต้นทุนขาย	338.25	68.35	334.45	66.50	3.80	2.78

อัตราต้นทุนในปี 68 อยู่ในระดับ 66.35 % เมื่อเทียบกับปี 67 มีอัตราที่เพิ่มขึ้น 2.78 % จาก อัตราต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นในงวดบัญชีนี้ มีสาเหตุหลักมาจากการจัดกิจกรรมเพื่อเร่งระบายสินค้าที่ค้างเป็นระยะเวลานาน เพื่อบริหารจัดการระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสม ส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนต่อหน่วยสูงขึ้น ประกอบกับบริษัทได้ตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่าสินค้าเป็นจำนวน 715,484.90 บาท ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลทำให้อัตราต้นทุนขายโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้น

กำไรขั้นต้น

รายการ	2568		2567		การเปลี่ยนแปลง	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %
กำไรขั้นต้น	156.62	31.65	168.48	33.50	11.86	1.85

อัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากปี 67 จำนวน 1.85% โดยมีสาเหตุจากยอดการขายที่ลดลงเป็นจำนวน 8.05 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราลดลง 1.60% ประกอบกับการปรับลดราคาขายในการจัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้านอกสถานที่ เพื่อเร่งระบายสินค้าคงคลัง ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมของบริษัทลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

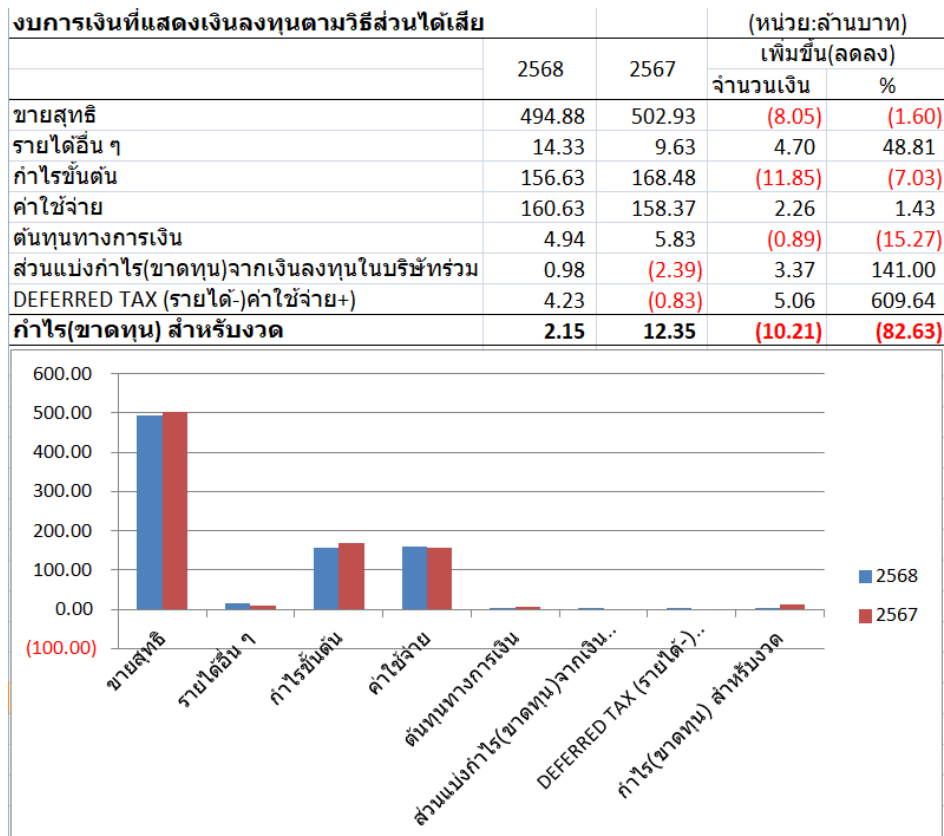
กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี

งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย					งบการเงินเฉพาะกิจการ			
รายการ	2568	2567	การเปลี่ยนแปลง		2568	2567	การเปลี่ยนแปลง	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	อัตรา %
กำไร (ขาดทุน) สำหรับปี	2.15	12.35	10.20	82.59	5.04	13.68	8.64	63.16

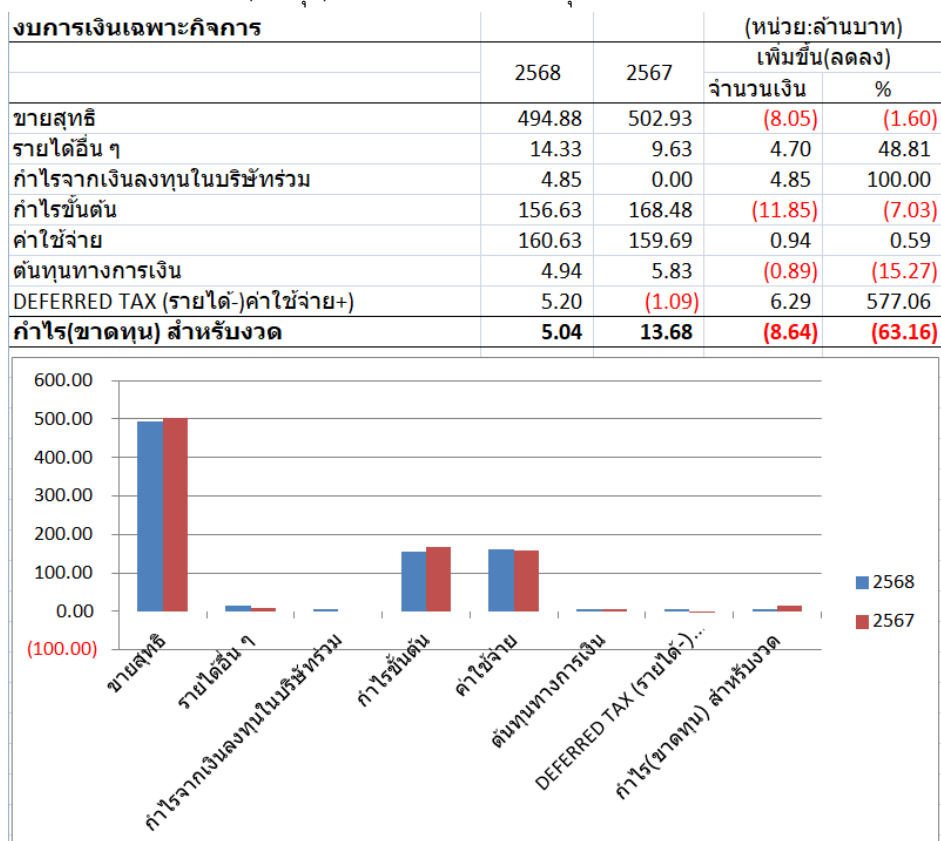
สาเหตุที่ผลการดำเนินงานลดลงมีดังต่อไปนี้

1. รายได้จากการขายลดลงจากปี 67 จำนวน 8.05 ล้านบาทหรือลดลง 1.60 % ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากปัจจัยต่างๆตามที่ได้ชี้แจงไว้ในเบื้องต้น
2. ต้นทุนการขายสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.78 %ตามเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น
3. อัตรากำไรขั้นต้นลดลง 1.85 % อันเนื่องมาจากยอดการขายที่ลดลงและต้นทุนการขายที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ตามเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น
4. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.84 % เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและการกระตุ้นยอดการขายของบริษัท
5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ ประกอบด้วยภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี (Deferred Tax) ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 609.64 % (งบแสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย) และ 577.06 % (งบเฉพาะกิจการ) โดยเป็นภาษีที่คำนวณจากการประมาณการภาระภาษีเงินได้ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต อันเป็นผลจากความแตกต่างชั่วคราวทางบัญชีและทางภาษี สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเช่าทรัพย์สินจำนวน 11.85 ล้านบาท และกำไรจากการขายฝากที่ปรับตัวลดลงจำนวน 11.18 ล้านบาท ซึ่งส่งผลให้ฐานกำไรที่ใช้ในการคำนวณภาษีเปลี่ยนแปลงไป เมื่อบริษัทมีกำไรในอัตราร้อยละ 20 จึงทำให้จำนวนภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเพิ่มขึ้นในงวดบัญชีดังกล่าว

รูปผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร



กำไร(ขาดทุน) งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย



กำไร(ขาดทุน) งบการเงินเฉพาะกิจการ

ความสามารถในการบริหารทรัพย์สิน

ความสามารถในการบริหารทรัพย์สิน

บริษัทประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ และมีการบริหารทรัพย์สินเป็นธุรกิจรอง โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพย์สิน ควบคู่กับการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างเหมาะสม ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงที่รัดกุมและโปร่งใส บริษัทให้ความสำคัญกับการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน และการควบคุมดูแลทรัพย์สินในทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สินทางการเงิน เช่น เงินลงทุนในหลักทรัพ์ ตราสารหนี้ หรือเงินฝาก รวมถึงทรัพย์สินประเภทอสังหาริมทรัพย์ และทรัพย์สินทางธุรกิจอื่น ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษามูลค่าและเพิ่มผลตอบแทนในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมีแนวทางการบริหารทรัพย์สินที่สำคัญ ดังนี้

1. การลงทุนและการจัดสรรพอร์ตการลงทุน

บริษัทมีนโยบายในการกระจายการลงทุน (Portfolio Diversification) เพื่อบริหารความเสี่ยง โดยพิจารณาลงทุนในสินทรัพย์ที่มีศักยภาพในการเติบโตและให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ทั้งด้านภาวะเศรษฐกิจ แนวโน้มอุตสาหกรรม และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างผลตอบแทนและความเสี่ยง (Risk-Return Trade-off)

2. การควบคุมและบำรุงรักษาทรัพย์สิน

บริษัทมีระบบควบคุมภายในที่ครอบคลุมการใช้และการดูแลทรัพย์สิน โดยมีการตรวจสอบและติดตามสถานะของทรัพย์สินอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการจัดทำทะเบียนทรัพย์สิน และการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance) เพื่อให้ทรัพย์สินอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และสามารถสร้างประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง

3. การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพย์สิน

บริษัทดำเนินการประเมินและบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินอย่างเป็นระบบ เช่น ความผันผวนของมูลค่าการลงทุน ความเสี่ยงจากสภาพคล่อง และความเสี่ยงจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด โดยมีการจัดทำประกันภัยครอบคลุมทรัพย์สินที่สำคัญ และมีมาตรการควบคุมความเสี่ยงอย่างเหมาะสม

4. การเพิ่มมูลค่าทรัพย์สินในระยะยาว

บริษัทมุ่งเน้นการบริหารทรัพย์สินเพื่อเพิ่มมูลค่าในระยะยาว เช่น การปรับปรุงและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มศักยภาพ หรือการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินของบริษัท

5. การตัดสินใจเกี่ยวกับการจำหน่ายหรือการลงทุนเพิ่มเติม

บริษัทมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของทรัพย์สินอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการจำหน่ายทรัพย์สินที่ไม่มีประสิทธิภาพ หรือเพิ่มการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีศักยภาพ โดยคำนึงถึงผลตอบแทน ความเสี่ยง และสภาพคล่องเป็นสำคัญ

สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน

สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน

บริษัทมีการบริหารสภาพคล่องและเงินทุนอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงความเพียงพอของแหล่งเงินทุนเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจและการขยายกิจการในอนาคต รวมถึงการรักษาความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามกำหนดเวลา

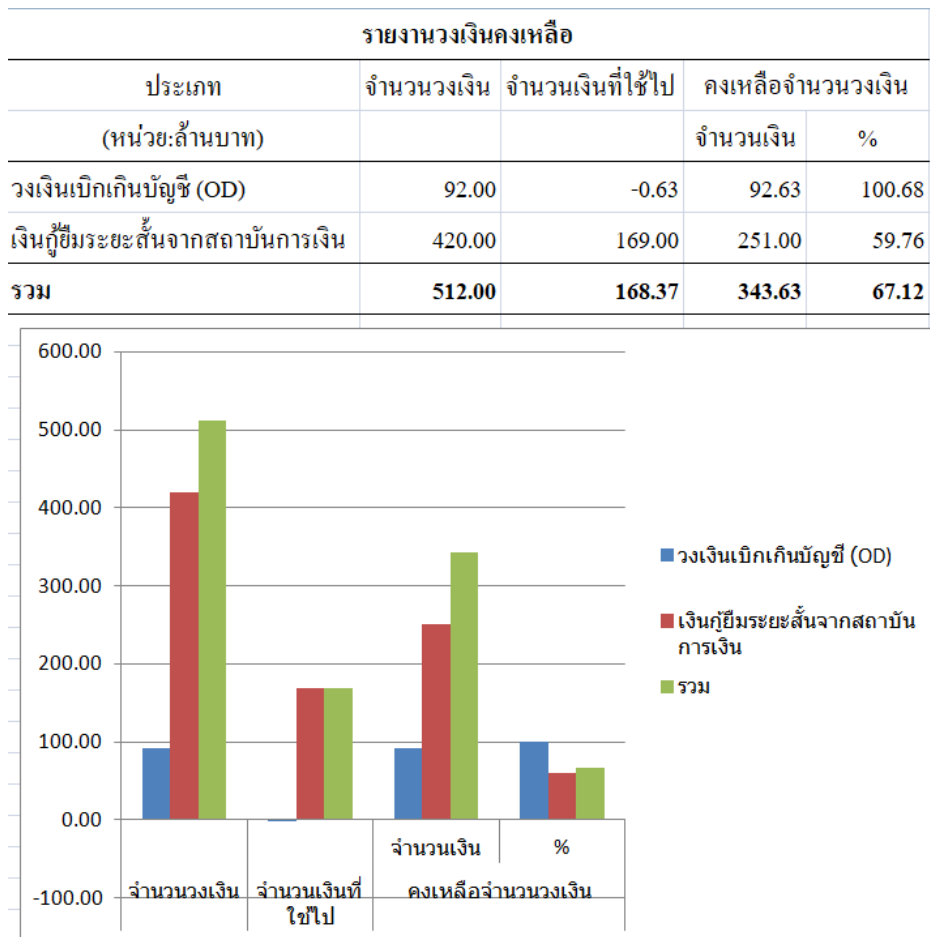
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีการระดมทุนกับสถาบันการเงิน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **วงเงินเบิกเกินบัญชี (Overdraft: OD)** จำนวน 92 ล้านบาท โดยมีการใช้วงเงินจำนวน 0.63 ล้านบาท และมีวงเงินคงเหลือจำนวน 92.63 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 100.69 ของวงเงินรวม สะท้อนถึงความสามารถในการรักษาสภาพคล่องระยะสั้นได้ในระดับที่ดี
- **วงเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน** จำนวน 420 ล้านบาท โดยมีการใช้วงเงินจำนวน 169.00 ล้านบาท และมีวงเงินคงเหลือจำนวน 251.00 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.76 ของวงเงินรวม

ทั้งนี้ บริษัทมีวงเงินสินเชื่อคงเหลือรวมจำนวน 343.63 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 67.12 ของวงเงินรวม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมเพื่อรองรับความต้องการใช้เงินในอนาคต

นอกจากนี้ บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 26.31 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อนจำนวน 30.28 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 53.51 โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลจากการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและการใช้เงินในการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการบริหารจัดการกระแสเงินสดอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เพียงพอต่อภาระผูกพันและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

รูปสภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน



รายงานวงเงินคงเหลือ

การทำรายการที่มีนัยสำคัญ (Material Transaction ("MT")) และการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน (Related Party Transaction ("RPT"))

บริษัทมีบริษัทร่วม ที่เป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าให้แก่ บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายได้แก่ บริษัท นิวพลัสดีตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัท ย่อย และ บริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ มีรายการที่เกี่ยวข้องกันดังนี้

บริษัท นิวพลัสดีตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

- ลูกหนี้อื่น จำนวน 0.42 ล้านบาท
- เจ้าหนี้การค้า จำนวน 52.96 ล้านบาท
- ซื้อสินค้า จำนวน 264 ล้านบาท
- รายได้ค่านายหน้า จำนวน 2.12 ล้านบาท

บริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด

- ลูกหนี้อื่น จำนวน 0.003 ล้านบาท
- รายได้อื่น จำนวน 0.037 ล้านบาท
- ซื้อสินค้า จำนวน 0.18 ล้านบาท

การออกตราสารหนี้ซึ่งมีข้อกำหนดให้บริษัทต้องคงอัตราส่วนทางการเงิน

การออกตราสารหนี้ซึ่งมีข้อกำหนดให้บริษัทต้องคงอัตราส่วนทางการเงิน : ไม่มี

เงินหรือไม่

4.2 ปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่อาจมีผลต่อฐานะการเงินหรือการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจัยหรือเหตุการณ์สำคัญที่มีผลต่อฐานะการเงินหรือการดำเนินงานในอนาคต

ปัจจัยหรือเหตุการณ์สำคัญที่อาจมีผลกระทบต่อฐานะการเงินหรือผลการดำเนินงานในอนาคต

ปัจจัยที่อาจมีผลกระทบต่อฐานะการเงินหรือผลการดำเนินงานในอนาคต และแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักในการจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสำหรับสุภาพสตรี สุภาพบุรุษ และเด็ก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามแนวโน้มแฟชั่นและพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทพิจารณาว่ายังมีปัจจัยสำคัญอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานในอนาคต โดยสามารถจำแนกออกเป็น ปัจจัยภายใน และ ปัจจัยภายนอก ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายใน

1.1 ยอดขายสินค้า

แม้ว่าบริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินงานอย่างครอบคลุม แต่จากการดำเนินงานจริงพบว่าสินค้าบางประเภทไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ตามเป้าหมาย ส่งผลให้ยอดขายไม่เป็นไปตามประมาณการ บริษัทจึงมีการติดตามและปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

1.2 ความแข็งแกร่งของแบรนด์สินค้า

บริษัทมีแบรนด์หลัก “เซอรีลอน” ที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มสินค้าผู้หญิง อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของแบรนด์ยังคงจำกัดอยู่ในกลุ่มสินค้าเดิม ขณะที่การขยายไปสู่สินค้าอื่นยังไม่สามารถสร้างการรับรู้ได้อย่างชัดเจน รวมถึงแบรนด์อื่นของบริษัทที่ยังต้องพัฒนาให้มีความแข็งแกร่งมากขึ้น

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (ทางสรรพสินค้า)

ยอดขายผ่านทางสรรพสินค้ามีแนวโน้มลดลงจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปสู่ช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้รายได้จากช่องทางดังกล่าวลดลง และมีต้นทุนเพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

1.4 ความเสี่ยงจากการลดพื้นที่จำหน่ายสินค้า

นโยบายของทางสรรพสินค้าในการพิจารณายอดขายของแต่ละแบรนด์ อาจส่งผลให้บริษัทถูกลดพื้นที่จำหน่ายสินค้า ซึ่งกระทบต่อรายได้โดยตรง บริษัทจึงปรับกลยุทธ์โดยเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์เพื่อชดเชย

1.5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการยอมรับของตลาด

ความสามารถในการออกแบบสินค้าและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญ หากสินค้าไม่ตรงกับความต้องการ อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 แนวโน้มภาวะเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย และกำลังซื้อ อาจส่งผลต่อยอดขายและต้นทุนของบริษัท

2.2 การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค

การเติบโตของช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้บริษัทต้องปรับตัว โดยบริษัทได้พัฒนาช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอย่างต่อเนื่อง

2.3 ภาวะดุลยภาพทางเศรษฐกิจ

ความไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทานในตลาด อาจส่งผลกระทบต่อราคาและยอดขาย

2.4 นโยบายการเปิดเสรีทางการค้า

ส่งผลให้การแข่งขันรุนแรงขึ้น รวมถึงความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบสินค้า และการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่

2.5 การแข่งขันในตลาด

การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้บริษัทต้องปรับกลยุทธ์ด้านราคา การตลาด และช่องทางจำหน่าย

2.6 การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและกฎระเบียบ

กฎหมายใหม่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและต้นทุนของบริษัท

2.7 กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมอาจทำให้บริษัทต้องปรับกระบวนการและเพิ่มต้นทุน

2.8 ความคาดหวังด้านความยั่งยืน

ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเลือกซื้อสินค้า

2.9 ความเสี่ยงจากภัยพิบัติและเหตุการณ์ไม่คาดคิด

เหตุการณ์ เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว หรือความขัดแย้งระหว่างประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินธุรกิจ

3. แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

- ติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- ขยายและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ (Omnichannel)
- บริหารจัดการสินค้าคงเหลือและต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ
- เสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์และการรับรู้ของผู้บริโภค
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในให้มีประสิทธิภาพ
- จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP)
- ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

ทั้งนี้ บริษัทมีสินค้าแบรนด์ “เซอรีลอน” ซึ่งอยู่คู่ผู้บริโภคชาวไทยมาอย่างยาวนานกว่า 60 ปี และได้รับความไว้วางใจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนความแข็งแกร่งของบริษัทในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในระยะยาว

ตารางสรุปความเสี่ยงและแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Matrix)

หมวดความเสี่ยง	ความเสี่ยง (Risk)	ผลกระทบ (Impact)	โอกาสเกิด (Likelihood)	ระดับความเสี่ยง	แนวทางการบริหารจัดการ (Mitigation)
กลยุทธ์	แนวโน้มแฟชั่นและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว	ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น	สูง	สูง	ติดตามเทรนด์ตลาด พัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง และวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า
การตลาด/แบรนด์	ความแข็งแกร่งของแบรนด์ยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้า	การรับรู้แบรนด์ไม่ชัดเจน ส่งผลต่อยอดขาย	ปานกลาง	ปานกลาง-สูง	สร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง ทำการตลาดเชิงรุก และสื่อสารภาพลักษณ์ให้ชัดเจน
ช่องทางจัดจำหน่าย	ยอดขายผ่านทางสรรพสินค้าลดลง	รายได้ลดลง และต้นทุนการขายเพิ่มขึ้น	สูง	สูง	ขยายช่องทางออนไลน์ และพัฒนา Omnichannel
ช่องทางจัดจำหน่าย	การลดพื้นที่ขาย (เคาน์เตอร์) ในห้าง	สูญเสียช่องทางจำหน่ายและรายได้	ปานกลาง	ปานกลาง-สูง	เพิ่มช่องทางออนไลน์ และกระจายความเสี่ยงด้านช่องทางขาย
การดำเนินงาน	การบริหารสินค้าคงเหลือไม่มีประสิทธิภาพ	ต้นทุนเพิ่ม ต้องตั้งสำรองสินค้า	ปานกลาง	ปานกลาง	วางแผนจัดซื้อและผลิตให้สอดคล้องกับยอดขาย
เศรษฐกิจ	ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว	กำลังซื้อลดลง กระทบรายได้	ปานกลาง	ปานกลาง	ควบคุมต้นทุน และปรับกลยุทธ์ราคา
เทคโนโลยี	การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมออนไลน์	สูญเสียโอกาสทางการแข่งขัน	สูง	สูง	พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ และใช้ Digital Marketing
การแข่งขัน	การแข่งขันรุนแรงจากผู้เล่นรายใหม่	ส่วนแบ่งตลาดลดลง	สูง	สูง	พัฒนาสินค้าและสร้างความแตกต่างของแบรนด์
กฎหมาย	การเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับ	ต้นทุนเพิ่ม ปรับกระบวนการดำเนินงาน	ต่ำ-ปานกลาง	ปานกลาง	ติดตามกฎหมายอย่างใกล้ชิด และปรับตัวให้สอดคล้อง
สิ่งแวดล้อม	ข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมเข้มงวดขึ้น	ต้นทุนเพิ่ม ปรับกระบวนการผลิต	ปานกลาง	ปานกลาง	พัฒนาสินค้าและกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ความยั่งยืน	ความคาดหวังของผู้บริโภคด้าน ESG	กระทบภาพลักษณ์และยอดขาย	ปานกลาง	ปานกลาง	พัฒนาสินค้า Green Product และสื่อสาร ESG
ภัยพิบัติ	น้ำท่วม แผ่นดินไหว สงคราม	ห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงัก ต้นทุนเพิ่ม	ต่ำ	ปานกลาง	จัดทำ BCP กระจายแหล่งผลิต และทำประกันภัย

เกณฑ์การให้คะแนน

- Likelihood (โอกาสเกิด): 1 = ต่ำมาก, 5 = สูงมาก

- Impact (ผลกระทบ): 1 = น้อย, 5 = รุนแรง
- Risk Score = Likelihood x Impact

ตารางความเสี่ยง

หมวดความเสี่ยง	ความเสี่ยง (Risk)	Likelihood (1-5)	Impact (1-5)	Risk Score	ระดับความเสี่ยง	แนวทางบริหารจัดการ
กลยุทธ์	แนวโน้มแฟชั่นเปลี่ยนเร็ว	5	5	25	● สูงมาก	วิเคราะห์เทรนด์ / พัฒนาสินค้าเร็ว
การตลาด	แบรนด์ยังไม่แข็งแรงทุกกลุ่ม	4	4	16	● สูง	สร้าง Brand Positioning ชัดเจน
ช่องทางขาย	ยอดขายทางลดลง	5	4	20	● สูงมาก	ขยาย Online / Omnichannel
ช่องทางขาย	ถูกลดเคาน์เตอร์	4	4	16	● สูง	กระจายช่องทางขาย
ปฏิบัติการ	สินค้าคงเหลือสูง	3	4	12	● ปานกลางสูง	Forecast + บริหารสต็อก
เศรษฐกิจ	เศรษฐกิจชะลอตัว	3	4	12	● ปานกลางสูง	ควบคุมต้นทุน ปรับราคา
เทคโนโลยี	ปรับตัวไม่ทัน Digital	5	4	20	● สูงมาก	ลงทุน Digital / E-commerce
การแข่งขัน	คู่แข่งเพิ่มขึ้น	5	4	20	● สูงมาก	Differentiation / Branding
กฎหมาย	กฎหมายเปลี่ยนแปลง	2	3	6	● ปานกลาง	ติดตามกฎหมาย
สิ่งแวดล้อม	กฎหมายสิ่งแวดล้อม	3	3	9	● ปานกลาง	ปรับกระบวนการผลิต
ESG	ความคาดหวังลูกค้า	3	3	9	● ปานกลาง	พัฒนา Green Product
ภัยพิบัติ	น้ำท่วม/สงคราม	2	5	10	● ปานกลางสูง	BCP / กระจายซัพพลาย

Risk Heat Map (แผนภาพความเสี่ยง)

Impact ↓ / Likelihood →	1	2	3	4	5
5 (สูงมาก)	●	●	●	●	●
4 (สูง)	●	●	●	●	●
3 (ปานกลาง)	●	●	●	●	●
2 (ต่ำ)	●	●	●	●	●
1 (ต่ำมาก)	●	●	●	●	●

สีความเสี่ยง

- **สูงมาก (Critical)** = ต้องจัดการเร่งด่วน
- **ปานกลางสูง (High)** = ต้องควบคุมและติดตามใกล้ชิด
-



ปานกลาง (Moderate) = บริหารจัดการตามแผน



ต่ำ (Low) = ติดตามตามปกติ

4.3 ข้อมูลจากงบการเงิน และอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

ข้อมูลจากงบการเงินที่สำคัญ

ตารางสรุปฐานะการเงิน

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
สินทรัพย์			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (ล้านบาท)	23.55	56.59	26.31
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียน อื่น - สุทธิ (ล้านบาท)	103.33	100.85	99.03
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ (ล้านบาท)	322.24	308.96	346.23
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (ล้านบาท)	449.13	466.40	471.57
เงินลงทุนระยะยาว - สุทธิ (ล้านบาท)	236.47	229.86	229.08
เงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัท ร่วม และการร่วมค้า ที่บันทึกด้วย วิธีอื่น - สุทธิ (ล้านบาท)	64.18	62.86	67.71
เงินลงทุนในบริษัทรวม (ล้านบาท)	64.18	62.86	67.71
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน - สุทธิ (ล้านบาท)	3.87	3.87	3.66

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ (ล้านบาท)	22.23	21.13	22.38
สินทรัพย์สิทธิการใช้ - สุทธิ (ล้านบาท)	1.67	1.13	11.85
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ (ล้านบาท)	2.14	1.86	1.66
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - อื่น ๆ (ล้านบาท)	2.14	1.86	1.66
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี (ล้านบาท)	32.15	30.01	27.60
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น (ล้านบาท)	4.44	4.49	3.92
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น - อื่น ๆ (ล้านบาท)	4.44	4.49	3.92
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (ล้านบาท)	367.15	355.22	367.86
รวมสินทรัพย์ (ล้านบาท)	816.27	821.63	839.43
หนี้สิน			
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะ สั้นจากสถาบันการเงิน (ล้านบาท)	170.00	171.28	170.24

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียน อื่น (ล้านบาท)	81.88	85.25	87.87
หนี้สินตามสัญญาเช่า - ส่วนที่ถึง กำหนดชำระภายในหนึ่งปี (ล้านบาท)	0.08	0.10	5.11
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์ พนักงาน - หมุนเวียน (ล้านบาท)	2.50	1.90	3.93
รวมหนี้สินหมุนเวียน (ล้านบาท)	254.46	258.53	267.15
หนี้สินตามสัญญาเช่า - ส่วนที่ถึง กำหนดชำระเกินกว่าหนึ่งปี (ล้านบาท)	0.16	0.11	6.42
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์ พนักงาน - ไม่หมุนเวียน (ล้านบาท)	27.42	25.92	25.15
หนี้สินภาษีเงินได้รอตัดบัญชี (ล้านบาท)	38.55	34.00	36.63
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น (ล้านบาท)	3.15	3.17	1.27
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน (ล้านบาท)	69.27	63.20	69.47
รวมหนี้สิน (ล้านบาท)	323.74	321.73	336.62
ส่วนของผู้ถือหุ้น			

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	149.51	149.51	152.50
หุ้นสามัญจดทะเบียน (ล้านบาท)	149.51	149.51	152.50
ทุนที่ออกและชำระแล้ว (ล้านบาท)	149.51	149.51	152.50
หุ้นสามัญชำระแล้ว (ล้านบาท)	149.51	149.51	152.50
กำไร (ขาดทุน) สะสม (ล้านบาท)	207.47	214.37	214.93
กำไรสะสม - จัดสรรแล้ว (ล้านบาท)	14.95	14.95	15.20
สำรองตามกฎหมาย (ล้านบาท)	14.95	14.95	15.20
กำไร (ขาดทุน) สะสม - ยังไม่ได้จัดสรร (ล้านบาท)	192.52	199.42	199.73
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	135.55	130.27	135.38
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น - อื่นๆ (ล้านบาท)	135.55	136.01	135.38
รวมส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ (ล้านบาท)	492.54	499.89	502.81

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	492.54	499.89	502.81
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	816.27	821.63	839.43

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุน

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ			
รายได้จากการดำเนินงานธุรกิจ (ล้านบาท)	525.24	502.93	499.73
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	525.24	502.93	494.88
รายได้จากการลงทุน (ล้านบาท)	0.00	0.00	4.85
รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผล (ล้านบาท)	4.19	6.29	7.28
รายได้เงินปันผล (ล้านบาท)	4.19	6.29	7.28
รายได้อื่น (ล้านบาท)	2.40	3.34	7.06

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
รวมรายได้ (ล้านบาท)	531.84	512.56	514.06
ต้นทุน (ล้านบาท)	334.87	334.45	338.25
ต้นทุนขาย (ล้านบาท)	334.87	334.45	338.25
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ล้านบาท)	168.05	158.37	160.63
ค่าใช้จ่ายในการขาย (ล้านบาท)	126.36	118.55	121.92
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (ล้านบาท)	41.68	39.82	38.71
รวมต้นทุนและค่าใช้จ่าย (ล้านบาท)	504.18	494.14	498.88
กำไร (ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ (ล้านบาท)	27.66	18.42	15.18
ต้นทุนทางการเงิน (ล้านบาท)	5.65	5.83	4.94
ภาษีเงินได้ (ล้านบาท)	1.51	(1.09)	5.20
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงาน ต่อเนื่อง (ล้านบาท)	20.50	13.68	5.04

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ สำหรับงวด (ล้านบาท)	20.50	13.68	5.04
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ สำหรับ งวด / กำไร (ขาดทุน) จากการ ดำเนินงานต่อเนื่อง (ล้านบาท)	20.50	13.68	5.04
กำไร (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่า เงินลงทุนในตราสารหนี้ด้วยมูลค่า ยุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ อื่น (ล้านบาท)	1.84	0.48	5.99
กำไร (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่า เงินลงทุนในตราสารทุนด้วยมูลค่า ยุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ อื่น (ล้านบาท)	(7.17)	(5.76)	(6.61)
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น - สุทธิ จากภาษี (ล้านบาท)	(1.01)	(3.34)	(0.63)
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม สำหรับ งวด (ล้านบาท)	19.49	10.35	4.41
การแบ่งปันกำไร (ขาดทุน) สุทธิ : ผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่ (ล้านบาท)	20.50	13.68	5.04
การแบ่งปันกำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม : ผู้ถือหุ้นบริษัท ใหญ่ (ล้านบาท)	19.49	10.35	4.41

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นชั้นพื้นฐาน (บาท/หุ้น) (ล้านบาท)	0.14000	0.09000	0.03000
กำไรก่อนหัก ดอกเบี้ย ภาษีเงินได้ ค่า เสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (ล้านบาท)	32.65	22.19	22.44
กำไรจากการดำเนินงาน (ล้านบาท)	22.32	10.11	4.00
กำไรจากการดำเนินงานปกติ (ล้านบาท)	20.50	13.68	5.04

ตารางสรุปงบกระแสเงินสด

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
งบกระแสเงินสด			
กำไร (ขาดทุน) สุทธิสำหรับงวด / ของบริษัทใหญ่ (ล้านบาท)	20.50	13.68	5.04
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (ล้านบาท)	4.98	3.76	7.44
(โอนกลับ) ผลขาดทุนด้านเครดิตที่ คาดว่าจะเกิดขึ้น (ล้านบาท)	(1.81)	(0.05)	(0.06)

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
(โอนกลับ) ขาดทุนจากการด้อยค่า ของเงินลงทุนในบริษัทย่อย บริษัท ร่วม และการร่วมค้า (ล้านบาท)	4.58	1.32	(4.85)
เงินปันผลและดอกเบี้ยรับ (ล้านบาท)	(4.19)	(6.29)	(7.48)
รายได้เงินปันผล (ล้านบาท)	(4.19)	(6.29)	(7.28)
รายได้ดอกเบี้ย (ล้านบาท)	0.00	0.00	(0.20)
ต้นทุนทางการเงิน (ล้านบาท)	5.65	5.83	4.94
ภาษีเงินได้ (ล้านบาท)	1.51	(1.09)	5.20
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน (ล้านบาท)	(2.36)	(2.50)	(1.09)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น (เพิ่ม ขึ้น) ลดลง (ล้านบาท)	11.46	2.53	1.88
ลูกหนี้ตามสัญญาเช่า (เพิ่มขึ้น) ลด ลง (ล้านบาท)	0.00	0.04	(0.17)
สินค้าคงเหลือ (เพิ่มขึ้น) ลดลง (ล้านบาท)	6.92	13.35	(37.27)

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
สินทรัพย์ดำเนินงานอื่น (เพิ่มขึ้น) ลดลง (ล้านบาท)	1.59	(0.05)	0.57
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เพิ่ม ขึ้น (ลดลง) (ล้านบาท)	(24.96)	3.42	2.62
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์ พนักงาน เพิ่มขึ้น (ลดลง) (ล้านบาท)	(0.10)	2.35	2.35
หนี้สินดำเนินงานอื่น เพิ่มขึ้น (ลด ลง) (ล้านบาท)	(0.12)	0.02	(1.90)
เงินสดรับ (จ่าย) จากการดำเนินงาน (ล้านบาท)	24.61	36.25	(22.77)
รับดอกเบี้ย (ล้านบาท)	0.19	0.25	0.20
จ่ายดอกเบี้ย (ล้านบาท)	(5.77)	(6.11)	(4.56)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน (ล้านบาท)	20.55	30.39	(27.14)
เงินสดจ่ายจากการซื้อสินทรัพย์ ถาวร (ล้านบาท)	(5.59)	(1.83)	(3.85)
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (ล้านบาท)	(3.28)	(1.83)	(3.85)

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
รับเงินปันผล (ล้านบาท)	4.19	6.29	7.28
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน (ล้านบาท)	28.61	4.46	3.43
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น - สถาบันการเงิน เพิ่มขึ้น (ลดลง) (ล้านบาท)	(3.78)	1.28	(1.04)
เงินสดรับจากเงินกู้ยืม (ล้านบาท)	1,178.00	860.00	1,315.00
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้น (ล้านบาท)	1,178.00	860.00	1,315.00
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้น - สถาบันการเงิน (ล้านบาท)	1,178.00	860.00	1,315.00
เงินสดจ่ายชำระเงินกู้ยืม (ล้านบาท)	(1,214.00)	(860.00)	(1,315.00)
เงินสดจ่ายชำระเงินกู้ยืมระยะสั้น (ล้านบาท)	(1,214.00)	(860.00)	(1,315.00)
เงินสดจ่ายชำระเงินกู้ยืมระยะสั้น - สถาบันการเงิน (ล้านบาท)	(1,214.00)	(860.00)	(1,315.00)
เงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า (ล้านบาท)	(0.67)	(0.10)	(4.04)

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
จ่ายเงินปันผล (ล้านบาท)	(2.09)	(2.99)	(1.50)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน (ล้านบาท)	(42.54)	(1.81)	(6.57)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ (ล้านบาท)	6.62	33.04	(30.28)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ต้นงวด (ล้านบาท)	16.94	23.55	56.59
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด สิ้น งวด (ล้านบาท)	23.55	56.59	26.31

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	2566	2567	2568
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity ratio)			
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.77	1.80	1.77
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.50	0.61	0.47
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด (เท่า)	0.07	0.12	-0.10
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	5.42	5.54	5.59

	2566	2567	2568
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	67.00	66.00	65.00
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	1.03	1.06	1.03
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	355.00	344.00	353.00
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ (เท่า)	3.55	4.00	3.91
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	103.00	91.00	93.00
วงจรเงินสด (Cash Cycle) (วัน)	320.00	319.00	325.00
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability ratio)			
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	36.24	33.50	31.65
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (ร้อยละ)	3.90	2.72	1.02
อัตราส่วนรายได้อื่นต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	1.24	1.88	3.73
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร (ร้อยละ)	100.22	222.07	-538.19
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	3.85	2.67	0.98
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	4.24	2.76	1.01
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial policy ratio)			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.66	0.65	0.67
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	5.68	3.68	4.54

	2566	2567	2568
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (interest bearing debt to EBITDA ratio) (เท่า)	5.30	7.99	7.59
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน (เท่า)	0.19	0.13	0.13
อัตราการจ่ายเงินปันผล (ร้อยละ)	14.59	32.78	30.24
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency ratio)			
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ร้อยละ)	2.43	1.67	0.61
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร (ร้อยละ)	95.31	65.35	48.21
อัตราการลงทุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.63	0.62	0.62

5. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

5.1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป

นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อนายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่อยู่/สถานที่ตั้ง : 93 ถนนรัชดาภิเษก
แขวง/ตำบล : ดินแดง
เขต/อำเภอ : ดินแดง
จังหวัด : กรุงเทพมหานคร
รหัสไปรษณีย์ : 10400
โทรศัพท์ : 02-009-9000
โทรสาร : 02-009-9991

บริษัทผู้สอบบัญชี

ชื่อบริษัทผู้สอบบัญชี : บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด
ที่อยู่/สถานที่ตั้ง : เลขที่ 72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้นที่ 24 ถนนเจริญกรุง
แขวง/ตำบล : แขวงบางรัก
เขต/อำเภอ : เขตบางรัก
จังหวัด : กรุงเทพมหานคร
รหัสไปรษณีย์ : 10500
โทรศัพท์ : +66 2105 4661
โทรสาร : +66 2026 3760
รายชื่อผู้สอบบัญชี : นางสาว คณิตา สว่างวงศ์
เลขที่ใบอนุญาต : 14943

5.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

5.2.1 ข้อมูลอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อมูลอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน : ไม่มี

5.2.2 ข้อจำกัดของผู้ถือหุ้นในต่างประเทศ

มีข้อจำกัดของผู้ถือหุ้นในต่างประเทศหรือไม่ : ไม่มี

5.3 ข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อพิพาททางกฎหมาย

มีข้อพิพาททางกฎหมายหรือไม่ : ไม่มี

5.4 ตลาดรอง

ตลาดรอง

มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือไม่ : ไม่มี

5.5 สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ (กรณีออกตราสารหนี้)

สถาบันทางการเงินที่ติดต่อประจำ

มีการออกตราสารหนี้ : ไม่มี

ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ

6. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

6.1 ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ : มี

1.นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการมีระบบบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตลอดจนมีการถ่วงดุลอำนาจและระบบการควบคุมภายในที่มีความเพียงพอและเหมาะสม ควบคู่ไปกับการเคารพสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างให้องค์กรมีภูมิคุ้มกันที่ดีและสร้างความเจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนในระยะยาว

ดังนั้น คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการเพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ดังนี้

1. กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน มุ่งมั่นที่จะนำหลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ไปปฏิบัติในการดำเนินงานของบริษัท
2. กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์ สุจริต โดยปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท และประกาศที่เกี่ยวข้อง
3. ดำเนินการให้โครงสร้างการจัดการของบริษัทมีการกำหนดอำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
4. ดำเนินการให้มีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม รวมถึงการมีระบบบัญชีและรายงานทางการเงินที่มีความถูกต้องเชื่อถือได้
5. ดำเนินการให้มีการเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญอย่างเพียงพอ เชื่อถือได้ และทันเวลา トラบเท่าที่ไม่กระทบต่อประโยชน์อันชอบธรรมของบริษัท
6. ตระหนักและเคารพในสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของของผู้ถือหุ้น ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
7. ดำเนินการโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม
8. มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินธุรกิจ โดยยึดมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยการรับฟังและทบทวนตนเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารและสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดในยุคสมัย
9. ปกป้องคุณธรรม จริยธรรม สร้างจิตสำนึกอันดีงาม ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรม ตลอดจนมุ่งมั่นในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- 10.ต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชัน ไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เคารพต่อกฎหมายและสิทธิมนุษยชน
11. ดำเนินการด้วยความซื่อสัตย์ของผลประโยชน์ด้วยความรอบคอบและมีเหตุผล โดยยึดถือประโยชน์ของบริษัทเป็นที่ตั้ง

2.หลักการกำกับดูแลกิจการ แบ่งเป็น 5 หมวด ดังนี้

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น (Rights of Shareholders)

1.1 คณะกรรมการบริษัทตระหนักและเคารพในสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของของผู้ถือหุ้น ไม่มีการกระทำใดๆ อันเป็นการละเมิดหรือลิดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้น โดยทำหน้าที่ดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นอย่างเป็นธรรม ตลอดจนสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มไม่ว่าเป็นผู้ถือหุ้นในประเทศหรือต่างประเทศ ทั้งที่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ถือหุ้นรายย่อย หรือผู้ถือหุ้นประเภทสถาบันได้ใช้สิทธิของตน ทั้งสิทธิพื้นฐานของผู้ถือหุ้น สิทธิในการเข้าถึงสารสนเทศอย่างเพียงพอและทันเวลา และสิทธิในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อกำหนดทิศทาง การดำเนินงานและตัดสินใจในเรื่องที่มีผลกระทบต่อบริษัท

1.2 คณะกรรมการบริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุมและส่งคำถามล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น โดยเผยแพร่หลักเกณฑ์การเสนอวาระการประชุมและการส่งคำถามล่วงหน้าบนเว็บไซต์ของบริษัท

1.3 คณะกรรมการบริษัทดูแลให้มีการให้ข้อมูล วัน เวลา สถานที่ และวาระการประชุม โดยมีคำชี้แจงและเหตุผลประกอบในแต่ละวาระในหนังสือนัดประชุม รวมทั้งสถานที่จัดประชุมผู้ถือหุ้นสะดวกต่อการเดินทาง

1.4 คณะกรรมการบริษัทให้สิทธิผู้ถือหุ้นเป็นผู้อนุมัติค่าตอบแทนกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปีมีการกำหนดหลักเกณฑ์การให้ค่าตอบแทนกรรมการในแต่ละคณะ

1.5 คณะกรรมการบริษัทส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้เกิดความถูกต้อง รวดเร็ว มีการลงมติเป็นแต่ละรายการ ให้สิทธิผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการบริษัทเป็นรายบุคคล และมีการใช้บัตรลงคะแนน รวมทั้งมีบุคคลที่เป็นอิสระเป็นผู้ตรวจสอบการนับคะแนน

1.6 คณะกรรมการบริษัทเปิดเผยให้สาธารณชนทราบถึงมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น พร้อมผลการลงคะแนนในแต่ละวาระในวันทำการถัดไปบนเว็บไซต์ของบริษัท

1.7 คณะกรรมการบริษัทจัดทำรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น โดยบันทึกการชี้แจงขั้นตอนการลงคะแนน รายชื่อกรรมการบริษัท กรรมการชุดย่อยและผู้บริหารที่มาประชุมและลาประชุม ผลการลงคะแนนในแต่ละวาระพร้อมคำถามคำตอบ ไม่มีการเพิ่มวาระที่ไม่ได้ระบุในหนังสือนัดประชุม และเปิดเผยต่อสาธารณชนบนเว็บไซต์ของบริษัท

ในปี 2568 บริษัทได้จัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ในอังคารที่ 29 เมษายน 2568 เวลา 14.00 น. ณ ห้องคิงบริดจ์ ฮอลล์ ชั้น 4 อาคารคิงบริดจ์ ทาวเวอร์ เลขที่ 989 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางของผู้ถือหุ้น โดยบริษัทได้ให้สิทธิผู้ถือหุ้นตามนโยบายที่กำหนดไว้ เช่น สิทธิในการเสนอวาระและกรรมการ การส่งคำถามล่วงหน้า จัดทำหนังสือเชิญประชุม ที่มีข้อมูลชัดเจน ส่งล่วงหน้าตามกฎหมาย และเปิดเผยผลการประชุม มติการลงคะแนนที่ชัดเจน รายละเอียดปรากฏตามที่เปิดเผยไว้ที่เว็บไซต์ของบริษัท www.newcity.co.th หัวข้อนักลงทุนสัมพันธ์/ข้อมูลผู้ถือหุ้น

นโยบายเปิดเผยข้อมูลและการส่งเสริมการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น

บริษัทให้ความสำคัญกับ สิทธิของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่ม ในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น โดยมีนโยบายและแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. การประชุมผู้ถือหุ้นที่โปร่งใสและเข้าถึงได้

o บริษัทจัดประชุมผู้ถือหุ้นในรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มเข้าร่วม โดยจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเข้าถึงข้อมูลและการออกเสียงอย่างเป็นธรรม

o มีการจัดทำเอกสารประกอบการประชุมและรายงานทางการเงิน ส่งให้ผู้ถือหุ้นล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด

2. การเปิดเผยข้อมูลล่วงหน้าและครบถ้วน

o ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับวาระการประชุม เช่น งบการเงิน การเสนอแต่งตั้งกรรมการ การให้อนุมัติเรื่องสำคัญ พร้อมคำชี้แจงที่เข้าใจง่าย

o ส่งข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์บริษัท และแจ้งผ่านตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถศึกษาข้อมูลล่วงหน้าและเตรียมคำถามได้

3. ส่งเสริมการเข้าร่วมและการออกเสียง

o สนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นใช้สิทธิออกเสียงทั้ง เข้าร่วมด้วยตนเอง หรือ ผ่านตัวแทน / การลงคะแนนทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Voting) ตามข้อกำหนดของกฎหมาย

o ให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการออกเสียงและการลงทะเบียนเข้าประชุมอย่างชัดเจน

4. ความเท่าเทียมและป้องกันอคติ

o ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มได้รับโอกาสเท่าเทียมกันในการเข้าร่วมประชุมและแสดงความคิดเห็น

o บริษัทไม่เลือกปฏิบัติหรือจำกัดสิทธิของผู้ถือหุ้นตามขนาดการถือหุ้น

5. รายงานผลการประชุมผู้ถือหุ้น

o บริษัทจัดทำ รายงานการประชุมผู้ถือหุ้น (Minutes of Meeting) อย่างชัดเจนและเปิดเผยต่อผู้ถือหุ้นทุกคน พร้อมเผยแพร่ทางเว็บไซต์บริษัทภายในเวลาที่กฎหมายกำหนด

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Treatment of Shareholders)

2.1 คณะกรรมการบริษัทปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน โดยหุ้นประเภทเดียวกันมีสิทธิออกเสียงเท่าเทียมกัน เท่ากับหนึ่งหุ้นต่อหนึ่งเสียง

2.2 คณะกรรมการบริษัทสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง สามารถมอบฉันทะให้ผู้อื่นเข้าร่วมประชุมและออกเสียงลงคะแนนแทน โดยใช้หนังสือมอบฉันทะรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดทิศทางการลงคะแนนเสียงได้ และเสนอชื่อกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 คน เป็นทางเลือกในการมอบฉันทะของผู้ถือหุ้น

2.3 คณะกรรมการบริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี

2.4 คณะกรรมการบริษัทได้เผยแพร่หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นบนเว็บไซต์ของบริษัทล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน ก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.5 คณะกรรมการบริษัทสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นทุกรายใช้สิทธิของตนในฐานะผู้ถือหุ้น โดยส่งหนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นและเอกสารประกอบการประชุมเพื่อการพิจารณาล่วงหน้า โดยได้จัดทำฉบับภาษาอังกฤษให้กับผู้ถือหุ้นต่างชาติ

2.6 คณะกรรมการบริษัทกำหนดนโยบายการป้องกันการใช้อิทธิพลภายในและมีมาตรการป้องกันการนำข้อมูลภายในไปใช้เพื่อหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองและผู้อื่นโดยมิชอบ โดยห้ามมิให้กรรมการบริษัทผู้บริหาร และพนักงาน ซึ่งอยู่ในหน่วยงานที่รับทราบข้อมูลภายในทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือน ก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน

2.7 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร รายงานการมีส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ด้วยความรอบคอบ ปฏิบัติตามกฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์

ในปี 2568 ที่ผ่านมามีบริษัทไม่พบการกระทำที่ละเมิดนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์แต่อย่างใด โดยในการประชุมคณะกรรมการ บริษัท ได้กำหนดเป็นวาระการประชุมเกี่ยวกับการรายงานการเปลี่ยนแปลงถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการบริษัทและผู้เกี่ยวข้องต่อบริษัท และ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้แจ้งหลักเกณฑ์และวิธีการรายงาน โดยบันทึกไว้ในรายงานการ ประชุมคณะกรรมการและได้ลงนามรับทราบร่วมกัน

3. การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (Role of Stakeholders)

3.1 คณะกรรมการบริษัทตระหนักและเคารพในสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ โดยคำนึงถึงสิทธิตามกฎหมายหรือข้อตกลงที่มีกับ บริษัท เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสิทธิดังกล่าวได้รับการคุ้มครองและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน จึงได้กำหนดนโยบายเพื่อเป็นแนวทาง ในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ตลอดจนคำนึงถึง ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชัน ไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน

3.2 คณะกรรมการบริษัทสนับสนุนให้จัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อทางสังคม โดยเป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปี

3.3 คณะกรรมการบริษัทดำเนินการให้มีช่องทางและขั้นตอนที่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถรายงานหรือร้องเรียนในเรื่องที่อาจ ทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท ความถูกต้องของรายงานทางการเงินหรือเรื่องที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม

3.4 คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายหรือแนวทางในการปกป้องคุ้มครองพนักงานหรือผู้แจ้งเบาะแส ในเรื่องที่ทำให้เกิด ความเสียหายต่อบริษัทหรือเรื่องที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency)

4.1 คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลให้มีการเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญอย่างถูกต้อง โปร่งใส ทันเวลา ตามกฎหมาย และข้อกำหนด ที่เกี่ยวข้อง ทั้งสารสนเทศที่รายงานตามรอบระยะเวลาบัญชี และสารสนเทศที่รายงานตามเหตุการณ์ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือ หุ้น รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลอื่นตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ครอบคลุมทั้งการเปิดเผยข้อมูลอื่น ขอบธรรมของบริษัท โดยเปิดเผยสารสนเทศผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ช่องทางการเผยแพร่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษและช่องทางอื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียมกัน

4.2 คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบในการทำหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์ กำหนดให้นายอดุลย์ ศรีมาติ เป็นผู้รับ ผิดชอบด้านนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัท ในการให้ข้อมูล ข่าวสารของบริษัทแก่นักลงทุนและผู้สนใจ โดยติดต่อได้เว็บไซต์ของบริษัท ที่ www.newcity.co.th หัวข้อ ข้อมูลนักลงทุนสัมพันธ์

ในปี 2562 บริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ ได้ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดงาน “นักวิเคราะห์ นักลงทุน พบกลุ่มสหพัฒน์ ครั้งที่ 11 เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2562 ณ ห้องบอลรูมศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ภายในงาน Saha Group Fair ครั้งที่ 23 เพื่อให้ ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนทั้ง 13 บริษัท ได้มีโอกาสพบกับ นักวิเคราะห์ นักลงทุนและสื่อมวลชน เพื่อชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ การดำเนิน งาน มุมมองเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในกลุ่ม ตลอดจนให้ทุกท่านได้เยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมใหม่จาก กลุ่มบริษัทซึ่งได้รับความสนใจจากนักลงทุน นับตั้งแต่ปี 2563 – 2565 งดการจัดงาน จากการเกิดโรคระบาด ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท (Responsibilities of The Board)

5.1 คณะกรรมการบริษัทกำหนดโครงสร้างคณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ที่หลากหลาย ไม่จำกัดเพศ และมีคุณสมบัติตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีกรรมการบริษัทที่ไม่ได้เป็นกรรมการบริหารอย่างน้อย 1 คน ที่มี ประสบการณ์ในธุรกิจที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่ มีกรรมการอิสระตามประกาศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์

5.2 คณะกรรมการบริษัทกำหนดนิยามกรรมการอิสระ อย่างน้อยเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์กำหนด

5.3 คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยช่วยกลั่นกรองงานที่สำคัญเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

5.4 คณะกรรมการบริษัทได้จัดทำกฎบัตรคณะกรรมการแต่ละคณะ โดยกำหนดวาระการดำรงตำแหน่ง ขอบเขตอำนาจหน้าที่ เพื่อ แบ่งแยกบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อยและฝ่ายจัดการไว้อย่างชัดเจน

5.5 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายให้กรรมการบริษัทและผู้บริหารที่ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทในบริษัทอื่น ต้องรายงานให้ ประธานกรรมการบริษัท และประธานกรรมการตรวจสอบทราบ

5.6 คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีเลขานุการบริษัท เพื่อทำหน้าที่ตามกฎหมาย และตามที่ได้รับมอบหมาย โดยคุณสมบัติของ เลขานุการบริษัทควรเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านกฎหมาย หรือบัญชี หรือผ่านการอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของเลขานุการบริษัท มี การอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

- 5.7 คณะกรรมการบริษัทจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณ เพื่อให้กรรมการ บริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ถือปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน
- 5.8 คณะกรรมการบริษัทมีการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจของบริษัท เพื่อให้กรรมการบริษัทผู้บริหาร และพนักงานมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน
- 5.9 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาความรู้ กรรมการบริษัทผู้บริหารและพนักงาน อย่างต่อเนื่อง
- 5.10 คณะกรรมการบริษัทกำหนดตารางการประชุมล่วงหน้าทุกปี ซึ่งในการพิจารณาว่าจะต่างๆจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม กรรมการบริษัททุกท่านมีความเป็นอิสระในการร่วมแสดงความคิดเห็น โดยกรรมการบริษัทผู้มีส่วนได้เสียไม่มีสิทธิออกเสียงในวาระที่ตนมีส่วนได้เสีย
- 5.11 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัทมีหน้าที่เข้าประชุมคณะกรรมการบริษัททุกครั้ง ยกเว้นมีเหตุจำเป็น
- 5.12 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายสนับสนุนให้ผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท
- 5.13 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายเปิดโอกาสให้กรรมการบริษัทที่ไม่เป็นผู้บริหารมีโอกาสที่จะประชุมระหว่างกันเองตามความจำเป็น โดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมด้วย และควรแจ้งให้กรรมการผู้จัดการทราบถึงผลการประชุม
- 5.14 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายส่งเสริมให้กรรมการบริษัททุกท่านเข้าถึงสารสนเทศที่จำเป็นเพิ่มเติมได้จากกรรมการผู้จัดการ เลขานุการบริษัท หรือผู้บริหารอื่นที่ได้รับมอบหมาย ภายในขอบเขตนโยบายที่กำหนด และในกรณีที่เป็นคณะกรรมการบริษัท อาจจัดให้ความเห็นอิสระจากที่ปรึกษา หรือผู้ประกอบวิชาชีพภายนอก โดยถือเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัท
- 5.15 คณะกรรมการบริษัทมีมาตรการดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ ด้วยความรอบคอบ มีเหตุผล และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 5.16 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัท และผู้บริหาร ห้ามทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือน ก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน
- 5.17 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร รวมทั้งคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะมีหน้าที่รายงานการถือครองหลักทรัพย์ และการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และส่งสำเนาให้เลขานุการบริษัทเพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งต่อไป
- 5.18 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร ต้องรายงานการมีส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด
- 5.19 คณะกรรมการบริษัทจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบภายในขึ้นเป็นหน่วยงานหนึ่งภายในบริษัท โดยมีสายการรายงานไปยังคณะกรรมการตรวจสอบ
- 5.20 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการประเมินผลงานประจำปีของคณะกรรมการบริษัท
- 5.21 คณะกรรมการบริษัทจัดทำรายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทต่อรายงานทางการเงินเสนอไว้ในรายงานประจำปี
- 5.22 คณะกรรมการบริษัทดูแลและดำเนินการให้มีการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่กรรมการแต่ละคน ตามอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบและเปรียบเทียบกับระดับที่ปฏิบัติในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน
- 5.23 คณะกรรมการบริษัทกำหนดนโยบายในการสืบทอดตำแหน่งของพนักงานในหน้าที่ต่างๆ เพื่อการก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น
- 5.24 คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการปฐมนิเทศกรรมการบริษัทที่เข้ารับตำแหน่งในบริษัทเป็นครั้งแรก
- 5.25 คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีระบบการควบคุมภายในและระบบบริหารความเสี่ยง
- 5.26 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการติดตามและประเมินการกำกับดูแลกิจการด้วยการจัดให้มีคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการฉบับเต็ม : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

6.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคณะกรรมการ

นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคณะกรรมการ : มี

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับคณะกรรมการ : การสรรหากรรมการ, การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ

การสรรหากรรมการ

คณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี อันจะทำให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงเห็นควรแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเพื่อทำหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรนี้

การแต่งตั้งและคุณสมบัติ

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน จำนวนอย่างน้อย 3 คน ประกอบด้วย กรรมการบริษัททั้งคณะ โดยเป็นกรรมการอิสระมากกว่ากึ่งหนึ่ง และประธานคณะกรรมการเป็นกรรมการอิสระ

โดยมติที่ประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 6/2565 เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2565 ได้แต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ดังนี้

1. นายพิรัชชัย ประกอบทรัพย์	ประธานกรรมการ
2. ดร.กวีพงษ์ หิริญกลี	กรรมการ
3. นายพิภพ โชควัฒนา	กรรมการ
4. นางพัชรินทร์ ตริกุลกิตติพันธ์	เลขานุการคณะกรรมการ

วาระและค่าตอบแทน

กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีวาระอยู่ในตำแหน่ง เท่ากับวาระการดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท นับจากวันที่มีมติแต่งตั้ง และเมื่อครบวาระแล้วหากคณะกรรมการบริษัทยังไม่มีมติแต่งตั้งชุดใหม่ ให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนชุดเดิมปฏิบัติหน้าที่ต่อไปจนกว่าคณะกรรมการบริษัทจะมีมติแต่งตั้งชุดใหม่ เมื่อมีกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพ้นจากตำแหน่ง หรือมีเหตุใดที่ไม่สามารถอยู่ได้จนครบวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งใหม่ภายใน 3 เดือน นับแต่วันที่ครบวาระหรือพ้นจากตำแหน่ง โดยให้มีวาระเท่าที่เหลืออยู่ของกรรมการที่ตนแทน และกรรมการที่ครบวาระแล้ว อาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกก็ได้

นอกจากพ้นจากตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพ้นจากตำแหน่ง เมื่อขาดคุณสมบัติ ลาออก ถึงแก่กรรม คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น

หน้าที่และความรับผิดชอบ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

- (1) พิจารณาสรรหาคัดเลือกบุคคลผู้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
- (2) ตรวจสอบประวัติและข้อมูลต่างๆ ของบุคคลที่ได้รับการคัดเลือก โดยคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ มีทักษะความเชี่ยวชาญจากหลากหลายอาชีพตาม Board Skill Matrix ของบริษัท และสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยไม่จำกัด เพศ อายุ เชื้อชาติ

- (3) จัดทำความเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อประกอบการพิจารณา
- (4) ทบทวนปรับปรุงและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา
- (5) ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และจัดให้มีรายงานผลการปฏิบัติงานเพื่อรายงานให้คณะกรรมการทราบ และเปิดเผยต่อผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี
- (6) พิจารณาค่าตอบแทนให้แก่คณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย โดยมีหลักเกณฑ์หรือวิธีการ และโครงสร้างที่เป็นธรรมและสมเหตุสมผล ซึ่งพิจารณาตามผลการปฏิบัติงาน, ผลการดำเนินงานของบริษัท, แนวปฏิบัติในอุตสาหกรรมเดียวกัน และขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ และเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- (7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

การประชุม

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนต้องประชุมอย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี ในการเรียกประชุมกรรมการให้ประธานกรรมการหรือบุคคลซึ่งประธานกรรมการมอบหมาย ส่งหนังสือนัดประชุมล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน ก่อนวันประชุม โดยประธานกรรมการอาจกำหนดให้จัดการประชุมคณะกรรมการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้หรืออาจมีมติโดยไม่ต้องจัดประชุมหากได้รับอนุมัติจากประธานและกรรมการทุกคนลงนามเห็นชอบในมติดังกล่าว

การประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนต้องมีกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม ถ้าประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนไม่อยู่ในที่ประชุมให้กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนที่มาประชุมเลือกกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด ทั้งนี้ เลขานุการคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนผู้ใดมีส่วนได้เสียเป็นการส่วนตัวในเรื่องใด หรือมีส่วนได้เสียใดๆ ในเรื่องที่พิจารณา จะต้องแจ้งให้ที่ประชุมทราบและงดให้ความเห็น งดออกเสียง และออกจากห้องประชุม ยกเว้นที่ประชุมโดยไม่รวมกรรมการที่มีส่วนได้เสีย มีมติเอกฉันท์ให้กรรมการผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมชี้แจงข้อมูลในการประชุมเพื่อความรอบคอบในการพิจารณาตัดสินใจ แต่ไม่มีสิทธิออกเสียงหรือตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีอำนาจเชิญฝ่ายจัดการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่เห็นสมควร เข้าร่วมประชุมหรือขอชี้แจง รวมถึงมีอำนาจขอเอกสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ

คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้พิจารณาวงเงินค่าตอบแทนกรรมการที่เหมาะสมนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติวงเงินค่าตอบแทนดังกล่าวทั้งนี้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 54 ประจำปี 2565 เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2565 ได้อนุมัติวงเงินค่าตอบแทนกรรมการบริษัทรวมไม่เกิน 2.4 ล้านบาทต่อปี โดยมอบหมายให้คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้พิจารณาจัดสรร

ค่าตอบแทนผู้บริหารเป็นไปตามหลักการและนโยบายที่คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนกำหนดซึ่งพิจารณาจากผลการดำเนินงานของผู้บริหารแต่ละคนโดยจ่ายเป็น

- ในการทำหน้าที่กรรมการบริษัท
 - ค่าเบี้ยประชุม ในการทำหน้าที่เป็นประธานกรรมการ 5,000 บาท/ครั้ง และกรรมการบริษัท ท่านละ 3,000 บาท /ครั้ง
 - ค่าตอบแทนประจำปี จ่ายให้แก่กรรมการบริษัททุกท่านทั้งนี้ค่าเบี้ยประชุมและค่าตอบแทนคณะกรรมการจ่ายภายในวงเงินที่อนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทได้ทำหน้าที่ในคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการชุดย่อยไม่มีค่าตอบแทนนอกจากเป็นเงินเดือนประจำ
- ในการทำหน้าที่กรรมการตรวจสอบ
 - ค่าเบี้ยประชุม ในการทำหน้าที่เป็นประธานกรรมการตรวจสอบ 4,000 บาท/ครั้ง และ กรรมการตรวจสอบท่านละ 3,000 บาท/ครั้ง
 - ค่าตอบแทนประธานกรรมการตรวจสอบ 110,000 บาท/ปี และกรรมการตรวจสอบ 90,000 บาท/ปี ทั้งนี้ตั้งแต่ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นอนุมัติและให้ใช้จนกว่ามีการเปลี่ยนแปลงโดยค่าตอบแทนที่จ่ายต้องไม่เกินวงเงินที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น

6.1.2 นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการ ที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้น : มี

และผู้มีส่วนได้เสีย

แนวปฏิบัติและมาตรการดำเนินการ ที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ : ผู้ถือหุ้น, พนักงาน, ลูกค้า, คู่แข่งทางการค้า, คู่ค้า, เจ้าหนี้, หน่วย
เสีย งานราชการหรือภาครัฐ, ชุมชนและสังคม

ผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ รับผิดชอบ ชี้อสัตย์ สุจริต เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. เคารพในสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม
2. ดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น อันจะนำไปสู่ความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
3. มีการพัฒนากิจการของบริษัทให้เจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสม
4. รายงานสารสนเทศสำคัญที่มีหรืออาจมีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ทั้งสารสนเทศที่รายงานตามรอบระยะเวลาบัญชี และสารสนเทศที่รายงานตามเหตุการณ์ ตามกฎหมายและประกาศที่เกี่ยวข้องโดยไม่กระทำการใดๆ ที่มีลักษณะเป็นการจำกัดสิทธิของผู้ถือหุ้นในการเข้าถึงสารสนเทศของบริษัท
5. จัดให้มีรายงานความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทต่อรายงานทางการเงินในรายงานประจำปี
6. เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุมและ/หรือเสนอข้อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัทในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี
7. เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามที่เกี่ยวข้องกับการประชุมเป็นการล่วงหน้าก่อนการประชุมผู้ถือหุ้น
8. เผยแพร่หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นบนเว็บไซต์ของบริษัทล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นรับทราบและศึกษาข้อมูลก่อนการประชุม
9. อำนวยความสะดวกในการประชุมผู้ถือหุ้น โดย วัน เวลา สถานที่ และวิธีการ ไม่เป็นอุปสรรคในการเข้าร่วมประชุมของผู้ถือหุ้น รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถมาร่วมประชุมด้วยตนเองสามารถมอบฉันทะให้ผู้อื่นมาร่วมประชุมและออกเสียงลงคะแนนแทน
10. ดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์อย่างรอบคอบ ด้วยความมีเหตุมีผล และเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน
11. ปกป้องผลประโยชน์และดูแลทรัพย์สินของบริษัท เสมือนวิญญูชนพึงรักษาทรัพย์สินของตนเอง ขจัดการแสวงหาผลประโยชน์อันมิควรได้โดยชอบไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้น : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/>

หุ้น 0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 8

พนักงาน

คณะกรรมการบริษัทถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าและเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัท โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ปฏิบัติต่อพนักงานโดยเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานตลอดจนไม่เปิดเผยหรือส่งผ่านข้อมูลหรือความลับของพนักงานต่อบุคคลภายนอกหรือผู้ไม่เกี่ยวข้อง

2. ปฏิบัติต่อพนักงานภายใต้กรอบกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัท
3. ส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการจ้างแรงงาน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกันด้วยเหตุทางเพศ สีผิว เชื้อชาติ ศาสนา อายุ ความพิการหรือสถานะอื่นใดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน
4. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการฝึกอบรม แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากรอย่างทั่วถึง สร้างความมั่นคงในอาชีพ และให้โอกาสในการเจริญก้าวหน้าตามศักยภาพของแต่ละคน
5. ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานและการพัฒนาบริษัท
6. ให้ผลตอบแทนด้วยความเป็นธรรมเหมาะสมตามความรู้ ความสามารถ หน้าที่ ความรับผิดชอบและผลการปฏิบัติงาน
7. จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมแก่พนักงาน อาทิ การรักษาพยาบาล การประกันภัยอุบัติเหตุ โบนัสประจำปี บำเหน็จเกษียณอายุ เงินช่วยเหลือพนักงานในด้านต่างๆ เป็นต้น
8. เปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางสื่อสาร เสนอแนะและร้องทุกข์เกี่ยวกับการทำงาน ซึ่งข้อเสนอต่างๆ จะได้รับการพิจารณาและกำหนดวิธีการแก้ไข เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายและสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน
9. จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งจัดสภาพแวดล้อมการทำงานโดยคำนึงถึงหลักความปลอดภัย อาชีวอนามัย เพื่อเป็นการส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงาน
10. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวกับ : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/>

พนักงาน 0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 10

ลูกค้า

คณะกรรมการบริษัทตระหนักว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญ อันนำไปสู่ความสำเร็จของบริษัทอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจด้านผลิต จำหน่ายสินค้า และบริการ ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. ดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่น พัฒนาสินค้าและบริการ คิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจโดยไม่ปิดบัง หรือบิดเบือนข้อเท็จจริง
3. ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นธรรม และไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของลูกค้า รักษาความลับทางการค้าของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเองหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
4. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับ ทริพไพลิน หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ ให้รับแจ้งลูกค้าเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
6. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัท และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

เลขหน้าของลิงก์ : 9

คู่แข่งทางการค้า

คณะกรรมการบริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้บทบัญญัติของกฎหมาย โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ประพฤติปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยคำนึงถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและกฎหมายแข่งขันทางการค้าในประเทศต่างๆ ที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ
2. ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ในปีที่ผ่านมาไม่มีข้อพิพาทฟ้องร้องกับคู่แข่งทางการค้า

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

ทางการค้า 0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 10

ลูกค้า

คณะกรรมการบริษัทปฏิบัติต่อกู้ด้วยความเสมอภาคและคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. มีระบบการคัดเลือกลูกค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ที่มีการดำเนินธุรกิจตามกฎหมายปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการปฏิบัติต่อกู้ตามพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม เสมอภาค และเคารพซึ่งกันและกัน
2. รักษาความลับหรือข้อมูลทางสารสนเทศของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเองหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
3. สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนาและเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อการเจริญเติบโตร่วมกัน
4. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ให้รีบเจรจากับลูกค้าเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
5. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับ ทริพส์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด ซึ่งอยู่นอกเหนือข้อตกลงทางการค้า

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวกับลูกค้า : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

เลขหน้าของลิงก์ : 9

เจ้าหน้าที่

คณะกรรมการบริษัทมีมติในการดำเนินธุรกิจอย่างมีหลักการและมีวินัย เพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับเจ้าหน้าที่ โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่ทุกกลุ่มอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม
2. ปฏิบัติตามสัญญาหรือเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันอย่างเคร่งครัด
3. บริหารงานเพื่อให้เจ้าหน้าที่มั่นใจในฐานะทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ที่ดี
4. เปิดเผยฐานะทางการเงินอย่างถูกต้อง ตรงเวลา
5. ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ให้รีบแจ้งให้เจ้าหน้าที่ทราบเป็นการล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

เลขหน้าของลิงก์ : 10

หน่วยงานราชการหรือภาครัฐ

คณะกรรมการบริษัทดำเนินธุรกิจโดยปฏิบัติตามกฎระเบียบของภาครัฐ โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ศึกษาและทำความเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและไม่ดำเนินการใดๆ อันเป็นการขัดต่อกฎหมาย
2. ดำเนินการอย่างถูกต้อง เมื่อมีการติดต่อทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานของรัฐ
3. สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและภาครัฐในขอบเขตที่เหมาะสม
4. ปฏิบัติตามกฎหมาย ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศหรือท้องถิ่น

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับหน่วย : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/>

งานราชการหรือภาครัฐ 0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 12

ชุมชนและสังคม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านชุมชนและสังคม

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ชุมชน และสังคม โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ตลอดจนให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านชุมชนและสังคม เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงานของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ดังต่อไปนี้

1. นโยบายและแนวปฏิบัติ

1. บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม โดยไม่ดำเนินธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม หรือกระทำการใด ๆ ที่ละเมิดสิทธิของบุคคลและชุมชน
2. ส่งเสริมและปลูกฝังจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง
3. กำหนดมาตรการในการป้องกัน ลด และแก้ไขผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชนและสังคมจากการดำเนินธุรกิจ
4. สนับสนุนและส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีท้องถิ่น
5. ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรต่าง ๆ ในการพัฒนาชุมชนและสังคม
6. สนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะและสังคมโดยรวม
7. มีส่วนร่วมในการสร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยสนับสนุนการจ้างงานและการใช้สินค้า/บริการจากชุมชน
8. สร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและสังคม บนพื้นฐานของความโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้

2. มาตรการดำเนินการ

เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายดังกล่าว บริษัทได้กำหนดมาตรการดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

- ประเมินผลกระทบต่อชุมชนและสังคมจากการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
- จัดให้มีช่องทางรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียนจากชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย
- ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับบริบทของชุมชน
- ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านชุมชนและสังคม เพื่อปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- สื่อสารผลการดำเนินงานด้านสังคมอย่างโปร่งใสผ่านรายงานของบริษัท

นโยบายและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (Environmental, Social and Governance: ESG) ควบคู่ไปกับการสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในระยะยาว

1. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

นโยบาย

บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แนวปฏิบัติ

- ใช้ทรัพยากร เช่น พลังงาน น้ำ และวัตถุดิบอย่างคุ้มค่า
- ลดของเสียและส่งเสริมการรีไซเคิล
- เลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรการดำเนินการ

- รมรณรงค์ลดการใช้พลังงานและกระดาษภายในองค์กร
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดของเสีย
- คัดเลือกคู่ค้าที่มีแนวทางด้านสิ่งแวดล้อม

ตาราง KPI ด้านสิ่งแวดล้อม

KPI	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
การใช้กระดาษ	ลดลง $\geq 5\%$ ต่อปี	ดำเนินการ
การใช้พลังงานไฟฟ้า	ลดลง $\geq 3\%$ ต่อปี	ดำเนินการ
การคัดแยกของเสีย	100% ของหน่วยงาน	ดำเนินการ

2. ด้านสังคม (Social)

นโยบาย

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติ

- ไม่ดำเนินธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม
- ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน
- สนับสนุนการจ้างงานและเศรษฐกิจชุมชน
- เคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม

มาตรการดำเนินการ

- จัดกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่อง
- สนับสนุนกิจกรรมชุมชนและสาธารณประโยชน์
- เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นจากชุมชน

ตาราง KPI ด้านสังคม

KPI	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
จำนวนกิจกรรมเพื่อสังคม	≥ 2 กิจกรรม/ปี	ดำเนินการ
การมีส่วนร่วมของพนักงาน	≥ 80%	ดำเนินการ
ข้อร้องเรียนจากชุมชน	0 เรื่องรุนแรง	ไม่มี

3. ด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance)

นโยบาย

บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล รวมถึงการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

แนวปฏิบัติ

- ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
- มีระบบควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง
- ต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (Zero Tolerance)
- ดำเนินนโยบาย No Gift Policy

มาตรการดำเนินการ

- จัดอบรมด้านจริยธรรมและต่อต้านคอร์รัปชัน
- มีช่องทาง Whistleblowing
- ตรวจสอบภายในอย่างสม่ำเสมอ

ตาราง KPI ด้าน Governance

KPI	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
การอบรม Anti-Corruption	100% ของพนักงาน	ดำเนินการ
การทุจริตภายในองค์กร	0 กรณี	ไม่มี
การปฏิบัติตาม No Gift Policy	100%	ดำเนินการ

นโยบายและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG) และการเชื่อมโยงเชิงกลยุทธ์

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยบูรณาการปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) เข้ากับกลยุทธ์องค์กร การบริหารความเสี่ยง และการดำเนินงาน เพื่อสร้างคุณค่าในระยะยาวแก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

1. การเชื่อมโยง ESG กับกลยุทธ์และความเสี่ยง (ESG Integration)

ประเด็น ESG	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	KPI	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
สิ่งแวดล้อม	ต้นทุนพลังงานเพิ่มขึ้น	ลดการใช้พลังงาน	% การใช้ไฟฟ้าลดลง	≥ 3%	ดำเนินการ
สิ่งแวดล้อม	ความคาดหวังสินค้า Eco	ใช้วัสดุที่เป็นมิตร	% สินค้า Eco	เพิ่มขึ้น	ดำเนินการ
สังคม	ความผูกพันพนักงานต่ำ	จัดกิจกรรมพนักงาน	Engagement Rate	≥ 80%	ดำเนินการ
สังคม	ภาพลักษณ์องค์กร	ทำ CSR ต่อเนื่อง	จำนวนกิจกรรม	≥ 2 ครั้ง/ปี	ดำเนินการ
Governance	ความเสี่ยงทุจริต	Anti-Corruption	จำนวนกรณีทุจริต	0	ไม่มี

2. การเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs Mapping)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

SDGs	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	แนวทางดำเนินการ
SDG 8	การทำงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	สนับสนุนการทำงานและพัฒนาพนักงาน
SDG 12	การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน	ใช้วัสดุเป็นมิตร ลดของเสีย
SDG 13	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ลดการใช้พลังงาน
SDG 16	ธรรมาภิบาล	ต่อต้านคอร์รัปชัน

3. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเชิงลึก (Environmental Management)

แนวทางสำคัญ

- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในสำนักงานและสาขา
- ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น
- ส่งเสริมการใช้วัสดุรีไซเคิล

ตัวชี้วัดเพิ่มเติม

- ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วยรายได้
- ปริมาณของเสียต่อปี
- สัดส่วนวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. การบริหารจัดการด้านสังคมเชิงลึก (Social Impact)

แนวทางสำคัญ

- พัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงาน
- สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน
- เคารพสิทธิมนุษยชน

ตัวชี้วัดเพิ่มเติม

- อัตราการลาออกของพนักงาน
- ชั่วโมงการอบรมต่อคนต่อปี
- ระดับความพึงพอใจของพนักงาน

5. การกำกับดูแลกิจการและความโปร่งใส (Governance Excellence)

แนวทางสำคัญ

- นโยบาย Anti-Corruption (ตาม CAC)
- No Gift Policy
- ระบบ Whistleblowing

ตัวชี้วัดเพิ่มเติม

- % พนักงานผ่านการอบรม CG
- จำนวนข้อร้องเรียน
- ระยะเวลาการจัดการข้อร้องเรียน

6. การตั้งเป้าหมายระยะยาว (3–5 ปี)

- ลดการใช้พลังงาน $\geq 10\%$
- เพิ่มสัดส่วนรายได้จากช่องทางออนไลน์
- พัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ยกกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการเทียบเท่าระดับสากล

7. การวิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (ESG Materiality Assessment)

บริษัทได้ประเมินและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้าน ESG โดยพิจารณาจาก

- ผลกระทบต่อธุรกิจ (Impact to Business)
- ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Concern)

ประเด็นสาระสำคัญ

ประเด็น	ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ผลกระทบต่อธุรกิจ	ระดับสาระสำคัญ
คุณภาพสินค้าและความปลอดภัย	สูง	สูง	สูงมาก
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค	สูง	สูง	สูงมาก
การบริหารสินค้าคงเหลือ	ปานกลาง	สูง	สูง
การใช้ทรัพยากรและพลังงาน	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การพัฒนาพนักงาน	สูง	ปานกลาง	สูง
การต่อต้านคอร์รัปชัน	สูง	สูง	สูงมาก

8. แผนภาพความเสี่ยงด้าน ESG (ESG Risk Heat Map)

ความเสี่ยง	โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง
สินค้าไม่ตรงความต้องการตลาด	สูง	สูง	สูงมาก
การแข่งขันด้านราคา	สูง	ปานกลาง	สูง
ต้นทุนพลังงานเพิ่ม	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน	ต่ำ	สูง	ปานกลาง
ภาพลักษณ์ด้าน ESG	ปานกลาง	สูง	สูง

9. การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint – เบื้องต้น)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มมีการติดตามและประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักขององค์กร

ขอบเขตการประเมิน

- **Scope 1:** การใช้พลังงานเชื้อเพลิง (ถ้ามี)
- **Scope 2:** การใช้ไฟฟ้าในสำนักงานและสาขา
- **Scope 3:** การขนส่งสินค้า และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการดำเนินงาน

- ส่งเสริมการประหยัดพลังงาน
- ปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพ
- ลดการใช้กระดาษ

เป้าหมาย

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า $\geq 3-5\%$ ต่อปี
- พัฒนาระบบเก็บข้อมูล Carbon Footprint ให้ครบถ้วนในอนาคต

10. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	ช่องทางการมีส่วนร่วม
ผู้ถือหุ้น	ผลตอบแทนที่ดี	ประชุมผู้ถือหุ้น
ลูกค้า	คุณภาพสินค้า	Call Center / Online
พนักงาน	ความมั่นคง	การประชุม / HR
คู่ค้า	ความเป็นธรรม	การเจรจาธุรกิจ
ชุมชน	ความรับผิดชอบ	กิจกรรม CSR

11. เป้าหมายด้าน ESG ระยะยาว (3-5 ปี)

- เพิ่มสัดส่วนรายได้จากช่องทางออนไลน์
- พัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ลดต้นทุนพลังงานอย่างต่อเนื่อง
- ยกกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการตามแนวทางสากล
- เข้าร่วมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน (CAC)

12. ESG Materiality Matrix (2 x 2 Plot)

แนวทางการจัดลำดับความสำคัญ

- แกน X: ความสำคัญต่อธุรกิจ (Impact to Business)
- แกน Y: ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Concern)

ประเด็น ESG	Impact to Business	Stakeholder Concern	ระดับความสำคัญ
คุณภาพสินค้าและความปลอดภัย	สูง	สูง	สูงมาก
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค	สูง	สูง	สูงมาก
การบริหารสินค้าคงเหลือ	ปานกลาง	สูง	สูง
การใช้ทรัพยากรและพลังงาน	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การพัฒนาพนักงาน	ปานกลาง	สูง	สูง
การต่อต้านคอร์รัปชัน	สูง	สูง	สูงมาก

3. ESG Scorecard เชื่อม MD&A กับกำไร/รายได้

ESG ประเด็น	กลยุทธ์	KPI	Target	ผลการดำเนินงาน	ผลกระทบต่อกำไร/รายได้
สินค้า Eco / Green	ใช้วัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	% สินค้า Eco	≥ 20%	15%	เพิ่มรายได้กลุ่มลูกค้า Conscious Consumer
ช่องทาง Online	ขยาย Omni-channel	% รายได้ออนไลน์	≥ 30%	28%	ลดผลกระทบยอดขายทาง Offline
CSR / ชุมชน	จัดกิจกรรมสาธารณประโยชน์	จำนวนกิจกรรม/ปี	≥ 2	3	สร้าง Brand Loyalty → เพิ่มยอดขาย
Anti-Corruption	CAC + No Gift Policy	% พนักงานผ่านอบรม	100%	100%	ลดความเสี่ยงปรับโทษ/เสียเครดิต
การใช้พลังงาน	Efficiency program	ลดการใช้ไฟฟ้า	≥ 5% ต่อปี	4%	ลดต้นทุนค่าพลังงาน → เพิ่มกำไรขั้นต้น

14. Carbon Footprint (เบื้องต้น เชื่อม ESG กับการเงิน)

Scope	การปล่อยก๊าซ (tCO ₂ e)	แนวทางลดผลกระทบ	ผลต่อการเงิน
Scope 1	5	ใช้พลังงานสะอาด	ลดต้นทุนเชื้อเพลิง
Scope 2	120	LED, ประหยัดไฟ	ลดค่าไฟฟ้า 3-5% ต่อปี
Scope 3	50	Logistics Optimization	ลดค่าใช้จ่ายการขนส่ง

15. การเชื่อม ESG กับ Risk-Strategy-KPI (Top Level)

ความเสี่ยง ESG	กลยุทธ์	KPI	Target	ความเชื่อมโยงธุรกิจ
ความต้องการตลาดเปลี่ยนเร็ว	พัฒนาสินค้าใหม่ทุกฤดูกาล	% สินค้าใหม่ตามแผน	≥ 80%	เพิ่มยอดขายและกำไร
การแข่งขันตลาดสูง	Omni-channel	% รายได้จาก Online	≥ 30%	ลดผลกระทบทาง Offline
คอร์รัปชัน	CAC + No Gift	% พนักงานผ่านอบรม	100%	ลดความเสี่ยงด้านการปรับโทษ
การใช้ทรัพยากรสูง	Energy Saving	% ลดใช้พลังงาน	≥ 5%	ลดต้นทุน → เพิ่มกำไร

คณะกรรมการบริษัทดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ชุมชนและสังคม ตลอดจน
ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งสังคมและส่วนรวมที่ดี โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ไม่ดำเนินธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อมลง และไม่ละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นที่อยู่ร่วมในชุมชนและสังคม
2. ปฏิบัติกิจที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมโดยส่วนรวม ให้เกิดขึ้นในบริษัทและพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง
3. กำหนดให้มีมาตรการป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนและสังคม อันเนื่องมาจากการดำเนินงานของบริษัท
4. ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น
5. ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการพัฒนาชุมชน
6. ให้การสนับสนุนในกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสาธารณประโยชน์
7. สร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยสนับสนุนการจ้างงานและผลิตภัณฑ์ชุมชน
8. สร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างบริษัทกับชุมชนและสังคม บนพื้นฐานของความถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรม

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/>

และสังคม 0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E
0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0
%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%
B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9
%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%
88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97
%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.p
df?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 11

6.2 จรรยาบรรณธุรกิจ

จรรยาบรรณธุรกิจ

จรรยาบรรณธุรกิจ : มี

นโยบายและแนวปฏิบัติจรรยาบรรณธุรกิจ (Business Ethics Policy – 56-1 Version)

บริษัทกำหนด จรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่าง ถูกต้อง ยุติธรรม โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคม ครอบคลุมการปฏิบัติ ต่อพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยยึดหลักสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. ความซื่อสัตย์และโปร่งใส (Integrity & Transparency)

- ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และความโปร่งใสในทุกขั้นตอน
- เปิดเผยข้อมูลสำคัญต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานสากล

2. ความยุติธรรม (Fairness)

- ปฏิบัติต่อพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม
- ไม่เลือกปฏิบัติหรือเอื้อประโยชน์ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเกินสมควร

3. ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social & Environmental Responsibility)

- พิจารณาผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน
- สนับสนุนกิจกรรม CSR และโครงการเพื่อสังคมและชุมชน
- สอดคล้องกับเป้าหมาย ESG ของบริษัท เช่น การใช้วัสดุ Eco-Friendly, การลดการใช้พลังงาน, การสนับสนุนชุมชน

4. การเคารพสิทธิและเสรีภาพของทุกฝ่าย (Respect for Rights & Freedoms)

- ให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพของพนักงาน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ปฏิบัติตามหลักสิทธิขั้นพื้นฐานและความเสมอภาค

4.1 การเผยแพร่และปฏิบัติ

-เว็บไซต์: www.newcity.com – การกำกับดูแลกิจการที่ดี

นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณธุรกิจ : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ : การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์, การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน, การแจ้งเบาะแสและคุ้มครองผู้ร้องเรียน, การให้หรือรับของขวัญ การบันเทิง หรือการเลี้ยงรับรองทางธุรกิจ, การใช้และรักษาข้อมูลและทรัพย์สิน, การจัดการสิ่งแวดล้อม, สิทธิมนุษยชน, ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์หรือรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างรอบคอบ เป็นธรรม สมเหตุสมผล มีกระบวนการที่โปร่งใสในการอนุมัติเข้าทำรายการ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัทเป็นสำคัญ กรรมการบริษัทผู้มีส่วนได้เสียไม่มีสิทธิออกเสียง และเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 2. ยึดถือประโยชน์ของบริษัทภายใต้ความถูกต้องตามกฎหมาย โดยไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการขัดผลประโยชน์กับบริษัท รวมทั้งไม่มีการเอื้อประโยชน์ หรือให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลใด
 3. กรรมการบริษัท และผู้บริหาร ต้องรายงานการมีส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด
 4. กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานซึ่งอยู่ในหน่วยงานที่รับทราบข้อมูลภายใน ห้ามทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ในช่วง 1 เดือน ก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน
 5. กำหนดให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร รวมทั้งคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ มีหน้าที่รายงานการถือครองหลักทรัพย์ และการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทต่อคณะกรรมการบริษัทในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งต่อไป
 6. ไม่เปิดเผยหรือส่งผ่านข้อมูล หรือความลับของบริษัทที่ตนเองทราบ หรือได้รับทราบต่อบุคคลภายนอกหรือผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง
 7. การเปิดเผยข้อมูลต้องเป็นไปโดยพนักงานของบริษัทที่มีอำนาจหน้าที่ อาจมีการกำหนดขึ้นความลับของข้อมูลตามความสำคัญของข้อมูล และการให้ข้อมูลต้องอยู่ในกรอบของหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย
- ในปี 2565 ที่ผ่านมามีบริษัทไม่พบการกระทำที่ละเมิดนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์แต่อย่างใด

ลิงก์การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/>

0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 13

การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

นโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption & Anti-Bribery Policy)

คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายปฏิบัติตามกฎหมาย ต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชัน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่าง โปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมาย และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนด นโยบายและแนวทางปฏิบัติหลัก ดังนี้

1. ปลูกฝังจิตสำนึกและค่านิยม (Awareness & Ethical Culture)

- สร้างจิตสำนึก ค่านิยม และทัศนคติให้แก่พนักงานในการปฏิบัติงานด้วย ความซื่อสัตย์ สุจริต และเคารพกฎหมาย
- ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ยอมรับการทุจริตหรือคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ

2. ระบบควบคุมภายใน (Internal Control System)

- จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- มีการตรวจสอบและถ่วงดุลการใช้อำนาจของกรรมการและผู้บริหาร
- ป้องกันไม่ให้พนักงานทุจริตหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริต/คอร์รัปชัน

3. ข้อห้ามสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน (Prohibition on Receiving Benefits)

- ห้ามเรียกรับหรือยอมรับทรัพย์สินหรือผลประโยชน์ใด ๆ สำหรับตนเองหรือผู้อื่น เพื่อจูงใจให้ปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่อย่างไม่ถูกต้อง
- ห้ามให้หรือเสนอทรัพย์สินหรือผลประโยชน์แก่บุคคลภายนอก เพื่อจูงใจให้กระทำหรือละเว้นการกระทำใดที่ขัดต่อกฎหมายหรือหน้าที่

4. ความโปร่งใสทางการเงิน (Financial Transparency)

- จัดให้มี กลไกการรายงานสถานะทางการเงินที่โปร่งใส ถูกต้อง และเชื่อถือได้
- รายงานทางการเงินต้องเป็นไปตามมาตรฐานบัญชีและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

5. ช่องทางการสื่อสารและแจ้งเบาะแส (Whistleblowing Mechanism)

- จัดให้มี ช่องทางสื่อสารสำหรับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการแจ้งเบาะแสหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับการทุจริต/คอร์รัปชัน
- ผู้แจ้งเบาะแสจะได้รับ การคุ้มครองอย่างเหมาะสม
- มีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่เฉพาะกิจในการตรวจสอบและติดตามทุกเบาะแสอย่างเข้มงวด

6. นโยบาย No Gift Policy

- บริษัทมี นโยบายห้ามรับ/ให้ของขวัญหรือผลประโยชน์ ที่อาจสร้างความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (No Gift Policy)
- พนักงานต้องปฏิบัติตามแนวทางนี้เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการทุจริตและคอร์รัปชัน



ลิงก์การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

เลขหน้าของลิงก์ : 14

การแจ้งเบาะแสและคุ้มครองผู้ร้องเรียน

การแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้ร้องเรียน (Whistleblowing Policy)

1. นโยบายและหลักการ

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยจัดให้มีระบบการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing) เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่เหมาะสมได้อย่างปลอดภัย โปร่งใส และเป็นธรรม

2. ขอบเขตของเรื่องร้องเรียน

บริษัทกำหนดขอบเขตของเรื่องที่สามารถแจ้งได้ ดังนี้

- การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการให้/รับสินบน
- การฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบ หรือข้อบังคับของบริษัท
- การกระทำที่ขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ
- ความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- การใช้อำนาจโดยมิชอบ หรือการกระทำที่ไม่เป็นธรรม

3. ผู้มีสิทธิ์แจ้งเบาะแส

เปิดรับข้อร้องเรียนจากทุกภาคส่วน ได้แก่

- พนักงาน
- ผู้บริหาร
- ลูกค้า
- คู่ค้า
- ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่น

4. ช่องทางการแจ้งเบาะแส

บริษัทได้กำหนดช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนผ่านฝ่ายตรวจสอบภายใน โดยผู้ร้องเรียนสามารถติดต่อได้ผ่านช่องทางดังต่อไปนี้

อีเมล: account@newcity.co.th

โทรศัพท์: 02-294-6999 ต่อ 137, 157

ไปรษณีย์: ฝ่ายตรวจสอบภายใน บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

- ติดต่อโดยตรง:
 - เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ
 - เลขานุการบริษัท
- โทรศัพท์: 02-294-6999 ต่อ 137, 157
- โทรสาร: 02-294-3801
- อีเมล: laws@newcity.co.th

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับจะถูกส่งต่อไปยังฝ่ายตรวจสอบภายในและคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนด

ขั้นตอนการดำเนินการเมื่อได้รับข้อร้องเรียน

เมื่อบริษัทได้รับข้อร้องเรียนหรือเบาะแส จะดำเนินการตามกระบวนการอย่างเป็นระบบและโปร่งใส ดังนี้

4.1 การรวบรวมข้อเท็จจริง

ฝ่ายตรวจสอบภายในทำการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นและรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นที่ได้รับแจ้ง

4.2 การสอบสวนข้อเท็จจริง

กรณีมีมูล จะเสนอเรื่องให้กรรมการอิสระหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องดำเนินการสอบสวนอย่างเป็นอิสระและเป็นธรรม

4.3 การพิจารณาและดำเนินการแก้ไข

เสนอผลการสอบสวนต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณามาตรการแก้ไข ภายในระยะเวลาที่เหมาะสม (โดยทั่วไปไม่เกิน 30 วัน)

4.4 การรายงานผล

แจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ร้องเรียนทราบ (ในกรณีที่สามารถติดต่อได้) และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

หากผลการสอบสวนพบว่ามีการกระทำผิดจริง บริษัทจะดำเนินการทางวินัย และ/หรือทางกฎหมายตามความเหมาะสม

มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยกำหนดมาตรการดังนี้

- **การไม่เปิดเผยตัวตน**
ผู้ร้องเรียนสามารถเลือกไม่เปิดเผยชื่อ หรือข้อมูลส่วนบุคคลได้
- **การรักษาความลับของข้อมูล**
ข้อมูลของผู้ร้องเรียนและรายละเอียดของเรื่องร้องเรียนจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และเปิดเผยเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องตามความจำเป็น
- **การคุ้มครองจากการตอบโต้**
บริษัทจะไม่กระทำการใด ๆ ที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้ร้องเรียน เช่น การกลั่นแกล้ง ข่มขู่ ลดตำแหน่ง หรือเปลี่ยนแปลงสภาพการจ้างงานอันไม่เป็นธรรม

5. หลักเกณฑ์การรับเรื่อง

ข้อร้องเรียนควรมีลักษณะดังนี้

- มีรายละเอียดเพียงพอสำหรับการตรวจสอบ
- ไม่เป็นการกล่าวหาโดยไม่มีมูลหรือเจตนากลั่นแกล้ง
- อยู่ในขอบเขตที่บริษัทสามารถดำเนินการได้

6. ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินการ

1. รับเรื่องและคัดกรองเบื้องต้น (ภายใน 3–7 วัน)
2. ตรวจสอบข้อเท็จจริง (ภายใน 15 วัน)
3. สอบสวนโดยหน่วยงานที่เป็นอิสระ
4. สรุปผลและเสนอแนวทางแก้ไข (ภายใน 30–60 วัน)
5. แจ้งผลให้ผู้ร้องเรียน (กรณีสามารถติดต่อได้)

7. มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

บริษัทกำหนดมาตรการคุ้มครองอย่างเคร่งครัด ได้แก่

- ไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ร้องเรียน
- เก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ
- คุ้มครองจากการตอบโต้หรือการกลั่นแกล้ง
- จำกัดการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะผู้เกี่ยวข้อง

8. การจัดเก็บข้อมูล

บริษัทจัดเก็บข้อมูลข้อร้องเรียนและผลการดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดระยะเวลาการจัดเก็บที่เหมาะสม และดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

9. บทลงโทษ

- ผู้กระทำผิดจะได้รับการพิจารณาทางวินัย และ/หรือทางกฎหมาย
- กรณีพบว่ามีการแจ้งข้อมูลเท็จโดยเจตนา บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการทางวินัยเช่นกัน

10. การรายงานและกำกับดูแล

- รายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบเป็นรายไตรมาส

- กรณีสำคัญรายงานทันที
- ใช้ข้อมูลเป็นส่วนหนึ่งของระบบบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลกิจการ

11. การติดตามและพัฒนา

บริษัทมีการติดตามผลและประเมินประสิทธิภาพของระบบอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนา เช่น

- เพิ่มช่องทางร้องเรียนออนไลน์ / QR Code
- ส่งเสริมการรับรู้ในองค์กร
- ฝึกอบรมพนักงานด้านจรรยาบรรณและการแจ้งเบาะแส

12. ตัวชี้วัด (KPI)

- ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำเนินการต่อเรื่อง
- ร้อยละของเรื่องร้องเรียนที่ปิดภายในระยะเวลาที่กำหนด
- จำนวนข้อร้องเรียนในแต่ละปี

13.ตารางสถิติข้อร้องเรียน (Whistleblowing Statistics)

1. สรุปจำนวนข้อร้องเรียนตามประเภท

ประเภทข้อร้องเรียน	จำนวนเรื่อง	สัดส่วน (%)	สถานะ
การทุจริตคอร์รัปชัน	0	0%	-
การฝ่าฝืนกฎหมาย/ระเบียบ	0	0%	-
การฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ	0	0%	-
ข้อร้องเรียนทั่วไป	0	0%	-
รวม	0	100%	-

2. สถานะการดำเนินการข้อร้องเรียน

สถานะ	จำนวนเรื่อง	สัดส่วน (%)
อยู่ระหว่างดำเนินการ	0	0%
ดำเนินการแล้วเสร็จ	0	0%
ยุติเรื่อง	0	0%
รวม	0	100%

3. ระยะเวลาในการดำเนินการ

รายการ	ค่า
ระยะเวลาเฉลี่ยในการดำเนินการ	-
ระยะเวลาสูงสุด	-
ระยะเวลาดำสุด	-
% ปิดเรื่องภายในระยะเวลาที่กำหนด	100%

4. ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

ช่องทาง	จำนวนเรื่อง	สัดส่วน (%)
อีเมล	0	0%
โทรศัพท์	0	0%
ไปรษณีย์	0	0%
ช่องทางอื่น	0	0%
รวม	0	100%

14. ผลการดำเนินงานในรอบปี

ในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทไม่พบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริต การฝ่าฝืนกฎหมาย หรือจรรยาบรรณธุรกิจ ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายในและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ลิงก์การแจ้งเบาะแสและคุ้มครองผู้ร้องเรียน : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

เลขหน้าของลิงก์ : 19

การให้หรือรับของขวัญ การบันเทิง หรือการเลี้ยงรับรองทางธุรกิจ

การให้หรือรับของขวัญ การเลี้ยงรับรอง และการบันเทิงทางธุรกิจ

1. นโยบายและหลักการ

คณะกรรมการบริษัทมุ่งมั่นให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และปราศจากการแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ โดยตระหนักว่าการให้หรือรับของขวัญ การเลี้ยงรับรอง หรือการบันเทิงทางธุรกิจ อาจเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสัมพันธ์อันดีทางธุรกิจตามธรรมเนียมปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวต้องอยู่ภายใต้กรอบที่เหมาะสม ไม่ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ และไม่ขัดต่อกฎหมาย ระเบียบ หรือจรรยาบรรณของบริษัท

2. แนวทางการปฏิบัติ

บริษัทกำหนดแนวทางการปฏิบัติสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ดังนี้

1. การหลีกเลี่ยงผลประโยชน์ทับซ้อน

ไม่ให้หรือรับของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง หรือการบันเทิงใด ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. การให้หรือรับตามธรรมเนียมที่เหมาะสม

การให้หรือรับของขวัญหรือการเลี้ยงรับรองตามธรรมเนียมธุรกิจสามารถกระทำได้ในโอกาสที่เหมาะสม โดยต้องมีมูลค่าไม่เกิน

1,000 บาทต่อครั้งมูลค่ารวมของการให้หรือรับของขวัญจากบุคคลหรือหน่วยงานเดียวกัน ต้องไม่เกิน 3,000 บาทต่อปี

ทั้งนี้ การให้หรือรับของขวัญดังกล่าวต้องเป็นไปตามธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจที่เหมาะสม ไม่อยู่ในลักษณะที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องให้หรือรับของขวัญที่มีมูลค่าเกินกว่าที่กำหนด ต้องรายงานและขออนุมัติจากผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น และดำเนินการอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้

2.1 กรณีเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภายนอก

ในกรณีที่พนักงานได้รับมอบหมายหรือได้รับอนุญาตให้ปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก อาจรับของขวัญหรือสิ่งของได้ตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานนั้น เช่น ของที่ระลึกหรือรางวัลจากกิจกรรมทั่วไป ทั้งนี้ต้องไม่ขัดต่อกฎหมายและจรรยาบรรณของบริษัท

2.2 การให้ในนามบริษัท

การให้ของขวัญ การเลี้ยงรับรอง หรือการบันเทิงในนามบริษัทแก่ลูกค้า ตัวแทน หรือบุคคลภายนอก ต้องได้รับการอนุมัติจากบริษัทก่อน และต้องดำเนินการอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้

2.3 การควบคุมค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการให้หรือรับของขวัญและการเลี้ยงรับรองต้องอยู่ภายใต้งบประมาณที่เหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท และสามารถตรวจสอบได้

2.4 การกำกับดูแลและควบคุม

บริษัทกำหนดให้มีระบบควบคุมภายในที่เหมาะสม รวมถึงการตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว โดยมีการรายงานต่อผู้บริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการเป็นไปอย่างโปร่งใสและสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล

2.5 เป้าหมาย

บริษัทมุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ โปร่งใส และการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตและส่งเสริมความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

ลิงก์การให้หรือรับของขวัญ การบันเทิง หรือการเลี้ยงรับรองทางธุรกิจ : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/>

0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E
0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E
%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%
B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9
%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%
88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97
%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.p
df?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 13-14

การใช้และรักษาข้อมูลและทรัพย์สิน

การใช้และการรักษาข้อมูลและทรัพย์สินของบริษัท

1. นโยบายและหลักการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพย์สินและข้อมูลของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และปลอดภัย โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการดูแล รักษา และใช้ทรัพย์สินของบริษัท รวมถึงทรัพย์สินที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทอย่างเหมาะสม เพื่อป้องกันการสูญหาย ความเสียหาย การนำไปใช้โดยมิชอบ และเพื่อรักษาผลประโยชน์สูงสุดของบริษัท

2. แนวทางการปฏิบัติ

บริษัทกำหนดแนวทางการปฏิบัติในการใช้และดูแลทรัพย์สินและข้อมูลของบริษัท ดังนี้

2.1 การใช้ทรัพย์สินอย่างเหมาะสม

ใช้ทรัพย์สินของบริษัทเพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจเท่านั้น และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือบุคคลภายนอกโดยมิชอบ

2.2 การดูแลและปกป้องทรัพย์สิน

ดูแลรักษาทรัพย์สินของบริษัทให้คงสภาพดี ไม่สูญหาย ชำรุด หรือถูกนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม โดยปฏิบัติเสมือนเป็นทรัพย์สินของตนเอง และหลีกเลี่ยงการแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.3 การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพย์สิน

จัดให้มีการประกันภัยทรัพย์สินในวงเงินที่เหมาะสม เพื่อรองรับความเสี่ยงจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

2.4 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม

ไม่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีสารสนเทศในการทำที่ผิดกฎหมาย เช่น การละเมิดสิทธิ สอดแนม แก้ไขข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือการสร้างข้อมูลอันเป็นเท็จ และบริษัทจัดให้มีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

2.5 การใช้อีเมลและอินเทอร์เน็ต

ใช้อีเมลและอินเทอร์เน็ตของบริษัทเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจอย่างระมัดระวัง และหลีกเลี่ยงการใช้งานที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัท

2.6 การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Access Control)

เก็บรักษารหัสผ่านและข้อมูลสำหรับการเข้าถึงระบบสารสนเทศอย่างเคร่งครัด และไม่เปิดเผยหรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้งานแทน

2.7 การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

ไม่นำทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท เช่น เครื่องหมายการค้า แบบผลิตภัณฑ์ ข้อมูล หรือผลงาน ไปใช้ ทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่เพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

2.8 การรายงานการละเมิด

รายงานต่อผู้บังคับบัญชาเมื่อพบเห็นการกระทำที่อาจเป็นการละเมิดสิทธิ หรือก่อให้เกิดข้อพิพาทเกี่ยวกับทรัพย์สินของบริษัท เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที

2.9 การจัดเก็บและทำลายเอกสาร

จัดเก็บเอกสารสำคัญของบริษัทให้ครบถ้วนตามระยะเวลาที่กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกำหนด และเมื่อพ้นระยะเวลาการเก็บรักษา ต้องดำเนินการทำลายเอกสารด้วยวิธีที่เหมาะสมและปลอดภัย

3. การกำกับดูแลและควบคุม

บริษัทกำหนดให้มีระบบควบคุมภายในและมาตรการกำกับดูแลที่เหมาะสม เพื่อให้การใช้และการรักษาทรัพย์สินและข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการตรวจสอบโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายตรวจสอบภายใน และรายงานต่อผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ

4. การติดตามและพัฒนา

บริษัทมีการติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพย์สินและข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ เทคโนโลยี และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ลิงก์การใช้และรักษาข้อมูลและทรัพย์สิน : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sl/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

เลขหน้าของลิงก์ : 18-19

การจัดการสิ่งแวดล้อม

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

1. นโยบายและหลักการ

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับกฎหมาย มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และแนวปฏิบัติสากล เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

2. แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทกำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- การปฏิบัติตามกฎหมายและการกำกับดูแล**
ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งมีการติดตาม ทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ
- การสร้างวัฒนธรรมและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม**
ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน
- การพัฒนาความรู้และการฝึกอบรม**
จัดให้มีการให้ความรู้และฝึกอบรมแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและทักษะในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
- การบริหารจัดการทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**
ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำมาตรการลด ใช้น้ำ และรีไซเคิล (Reduce, Reuse, Recycle) มาใช้ในการดำเนินงาน พร้อมทั้งจัดให้มีระบบบำบัด ฟื้นฟู และป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)**
กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีการดำเนินงานเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้คู่ค้าปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม
- การส่งเสริมเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**
สนับสนุนการพัฒนาและนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3. การกำกับดูแลและติดตามผล

บริษัทกำหนดให้มีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการรายงานต่อผู้บริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด

4. เป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการรักษาสอดคล้องระหว่างการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

5. ตัวชี้วัด (KPI) เชิงปริมาณ

- การใช้ไฟฟ้า (kWh / ปี)
- การใช้น้ำ (ลูกบาศก์เมตร / ปี)
- ปริมาณของเสีย (ตัน / ปี)
- % การลดการใช้กระดาษ

6. เป้าหมายระยะสั้น-ยาว (Target)

- ลดพลังงาน 5% ภายใน 1 ปี
- ลดของเสีย 10% ภายใน 3 ปี
- เพิ่มการใช้วัสดุรีไซเคิล

7. การจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon / Climate)

- การลดการใช้พลังงาน
- การลดการเดินทาง / ใช้ระบบออนไลน์
- แนวทางวัด Carbon Footprint (ถ้ามี)

8. การจัดการของเสีย (Waste Management)

- ของเสียทั่วไป
- ของเสียรีไซเคิล
- ของเสียอันตราย

9. การใช้น้ำ (Water Management)

- มาตรการประหยัดน้ำ
- การนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ

10. การใช้พลังงาน (Energy Management)

- ใช้หลอด LED
- ปิดไฟ/แอร์อัตโนมัติ
- ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน

11. บรรจุภัณฑ์ (Packaging)

- ลดพลาสติก
- ใช้วัสดุรีไซเคิล
- ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้

12. ESG ในห่วงโซ่อุปทาน (Supplier ESG)

- มี Supplier Code of Conduct
- ประเมินคู่ค้าด้านสิ่งแวดล้อม

13. ผลการดำเนินงาน (Performance)

- ไม่พบเหตุการณ์กระทบสิ่งแวดล้อม
- ไม่มีข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

หมวด	ประเด็น (Aspect)	แนวทางดำเนินงาน (Strategy)	KPI	เป้าหมาย (Target)	ผลการดำเนินงาน (Result)
พลังงาน	การใช้พลังงานไฟฟ้า	ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน เช่น LED และกำหนดมาตรการปิดไฟ	ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (kWh)	ลดลง $\geq 5\%$ ต่อปี	อยู่ระหว่างดำเนินการ
น้ำ	การใช้น้ำในองค์กร	รณรงค์ใช้น้ำอย่างประหยัด และตรวจสอบการรั่วไหล	ปริมาณการใช้น้ำ	ลดลง $\geq 5\%$ ต่อปี	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ของเสีย	การจัดการของเสีย	คัดแยกขยะ และส่งรีไซเคิล	ปริมาณของเสีย	ลดลง $\geq 10\%$ ต่อปี	อยู่ระหว่างดำเนินการ
กระดาษ	การใช้ทรัพยากร	ใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Paperless)	ปริมาณการใช้กระดาษ	ลดลง $\geq 10\%$ ต่อปี	อยู่ระหว่างดำเนินการ
บรรจุภัณฑ์	การใช้วัสดุ	ลดการใช้พลาสติก และใช้วัสดุรีไซเคิล	สัดส่วนวัสดุรีไซเคิล (%)	$\geq 20\%$	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ห่วงโซ่อุปทาน	คู่ค้า	คัดเลือกคู่ค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	% คู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์ ESG	$\geq 80\%$	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การปล่อยก๊าซ	Carbon Footprint	ลดการใช้พลังงาน และเพิ่มประสิทธิภาพ	ปริมาณการปล่อย CO ₂	ลดลงอย่างต่อเนื่อง	อยู่ระหว่างศึกษา
การปฏิบัติตามกฎหมาย	Compliance	ติดตามและตรวจสอบข้อกำหนด	จำนวนการฝ่าฝืน	0 กรณี	ไม่พบการฝ่าฝืน
การอบรม	บุคลากร	จัดอบรมด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวนครั้งอบรม	≥ 1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการแล้ว
การกำกับดูแล	Governance	รายงานต่อผู้บริหาร/คณะกรรมการ	ความถี่การรายงาน	≥ 1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการแล้ว

ลิงก์การจัดการสิ่งแวดล้อม : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/>

0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 12

สิทธิมนุษยชน

คณะกรรมการบริษัทเคารพต่อสิทธิมนุษยชน โดยกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ไม่กระทำการใดๆ หรือไม่สนับสนุนกิจการที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน
2. ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชนแก่พนักงาน เพื่อนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติงาน
3. ไม่จำกัดความเป็นอิสระหรือความแตกต่างทางความคิด เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การเมืองหรือเรื่องอื่นใด ทั้งนี้พึงหลีกเลี่ยงการแสดง

ความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งหรือแตกแยก

4. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้พนักงานหรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิดหรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมสามารถร้องเรียนต่อบริษัท และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

ในปีที่ผ่านมาไม่พบว่ามีกรรณการละเมิดสิทธิมนุษยชนในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ลิงก์สิทธิมนุษยชน : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/>

0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947

เลขหน้าของลิงก์ : 15

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินและผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงาน คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงมีการตรวจติดตามและประเมินผลด้านความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ

2. สนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน โดยกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติ และมาตรฐานการทำงานที่ปลอดภัยในการทำงานที่สอดคล้องตามความเสี่ยง ตลอดจนการปรับปรุงสภาพการทำงานสภาพแวดล้อม วิธีการทำงานที่ปลอดภัย รวมถึงการจัดเครื่องมือและอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยให้กับพนักงาน

3. มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยจัดทำ ฝึกซ้อมและปรับปรุงแผนฉุกเฉินอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อป้องกันและลดความสูญเสียต่อชีวิตและทรัพย์สินของบริษัท พนักงาน คู่ค้าและผู้เกี่ยวข้อง
 4. สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ปลอดภัยทั่วทั้งองค์กร ซึ่งจะช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการทำงานได้อย่างยั่งยืน
- ในปีที่ผ่านมาไม่มีพนักงาน เจ็บป่วย ประสบอันตราย ถึงแก่ความตายจากการทำงาน

ลิงก์ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>

เลขหน้าของลิงก์ : 15

การส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

การส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ปฏิบัติตาม : มี

จรรยาบรรณธุรกิจ

กระบวนการส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับ การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และมีมาตรการเพื่อให้ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ ภายใต้กรอบแนวทางหลักของความซื่อสัตย์ สุจริต และประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีกระบวนการส่งเสริมและตรวจสอบดังนี้

1. จัดทำ จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Business Conduct) ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนรับทราบ
2. จัดอบรมและประชุมเพื่อสร้าง ความตระหนักรู้ (Awareness) ในเรื่องความซื่อสัตย์ สุจริต และความรับผิดชอบต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย
3. กำหนด ข้อปฏิบัติที่ชัดเจน สำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน
4. ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
5. มีระบบ รายงานและช่องทางสื่อสาร เพื่อแจ้งเบาะแสหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับการละเมิดจรรยาบรรณ

ข้อปฏิบัติของคณะกรรมการและผู้บริหาร

1. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความ รับผิดชอบ ะมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริต และปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท และประกาศที่เกี่ยวข้อง
2. ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท และเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง ยกเว้นกรณีจำเป็น
3. ดำเนินการด้วยความเป็นกลาง ไม่ออกเสียงในเรื่องที่ตนมีส่วนได้เสีย
4. จัดการความขัดแย้งผลประโยชน์อย่างรอบคอบ โดยยึดประโยชน์ของบริษัทเป็นหลัก
5. ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท รวมทั้งของคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
6. ห้ามซื้อหรือขายหลักทรัพย์ของบริษัทใน 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงิน
7. รายงานการมีส่วนได้เสียของตนและผู้เกี่ยวข้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด
8. ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการเป็นประจำทุกปี

ข้อปฏิบัติของพนักงาน

1. สนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจการ และปฏิบัติงานเต็มความสามารถ
2. ปฏิบัติตามกฎหมาย นโยบาย ข้อบังคับ ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้อง
3. ปฏิบัติต่อผู้มาติดต่อด้วย มารยาทดี อธิยาศัยดี และการบริการที่เป็นเลิศ
4. รักษาความลับทางการค้าและข้อมูลภายในบริษัท
5. ห้ามกั๊ยเงินจากลูกค้า ผู้เกี่ยวข้อง หรือผู้ทำธุรกิจกับบริษัท เว้นแต่จากธนาคาร/สถาบันการเงิน
6. ปฏิบัติตามคำสั่งอันชอบด้วยกฎหมายของผู้บังคับบัญชา
7. ยึดมั่นทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือ และเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน
8. ปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานด้วย น้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ ไม่กล่าวร้าย หรืออ้างผลงานของผู้อื่นเป็นของตน
9. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตั้งใจ ซื่อสัตย์สุจริต และไม่แสวงหาประโยชน์ที่มีชอบ
10. รับผิดชอบ รับผิดชอบ ไม่ประมาทจนเกิดความเสียหายต่อบริษัท
11. ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี ตามกฎหมาย รัฐธรรมนูญ และไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมผิดกฎหมายหรือขัดต

ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบและถือปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันภายใต้กรอบจรรยาบรรณ และดำรงตนอยู่ได้ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต รับผิดชอบ รอบคอบ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงได้กำหนดจรรยาบรรณ ดังนี้

กรรมการบริษัท และผู้บริหาร

1. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ รับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริต โดยปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท และประกาศที่เกี่ยวข้อง
2. ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท รวมถึงการเข้าประชุมทุกครั้ง ยกเว้นกรณีที่มีเหตุจำเป็น
3. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นกลาง โดยในการประชุมกรรมการบริษัท และผู้บริหาร ไม่มีสิทธิออกเสียงในเรื่องที่ตนมีส่วนได้เสีย
4. ปฏิบัติหน้าที่โดยดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ด้วยความรอบคอบและมีเหตุผล โดยยึดถือประโยชน์ของบริษัท เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างโปร่งใส
5. ในการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งหลักทรัพย์ของบริษัท กรรมการบริษัท และผู้บริหาร รวมทั้งคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องและรายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบในการประชุมคราวถัดไป
6. ห้ามกรรมการบริษัท และผู้บริหาร ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วง 1 เดือน ก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน
7. กรรมการบริษัท และผู้บริหาร ต้องรายงานการมีส่วนได้เสียของตนและผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด
8. มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี

พนักงาน

1. สนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจการของบริษัทอย่างสม่ำเสมอและปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้เกิดผลดีและความเจริญก้าวหน้าแก่บริษัทและพนักงาน
2. ปฏิบัติตามกฎหมาย นโยบาย ข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ระเบียบและประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. ปฏิบัติต่อผู้มาติดต่อด้วยกิริยามารยาท อธิยาศัยอันดีงาม และการบริการที่เป็นเลิศ รักษาภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท
4. รักษาความลับทางการค้าและไม่นำข้อมูลภายในของบริษัทเปิดเผยต่อบุคคลภายนอก
5. ห้ามกั๊ยเงินจากลูกค้า ผู้เกี่ยวข้องกับผู้ค้าหรือผู้ทำธุรกิจกับบริษัท เว้นแต่เป็นการกั๊ยเงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน
6. ปฏิบัติตามคำสั่งอันชอบด้วยกฎหมายของผู้บังคับบัญชา
7. ยึดมั่นในการทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือ สามัคคี และเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน เพื่อประโยชน์ของบริษัทและพนักงาน
8. ปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานด้วยความมีน้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ดี ไม่กล่าวร้ายต่อผู้อื่นโดยปราศจากความจริง รวมทั้งไม่นำผลงานของบุคคลอื่นมาอ้างเป็นผลงานตนเอง
9. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตั้งใจ ซื่อสัตย์ สุจริต ไม่แสวงหาประโยชน์ที่มีควรได้สำหรับตนเอง หรือผู้อื่น โดยอาศัยหน้าที่การงานที่กำกับบริษัท
10. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ รับผิดชอบ ไม่ประมาทเลินเล่อ จนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายต่องาน หรือทรัพย์สินของบริษัท
11. ปฏิบัติตนในฐานะพลเมืองดี ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยใช้สิทธิทางการเมืองอย่างเหมาะสม หลีกเลี่ยงการมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรือขัดต่อความสงบเรียบร้อย ศีลธรรมอันดีของประชาชน

การส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ



ลิงก์แสดงกระบวนการที่ส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และ : <https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%94%E0%B8%B5.pdf?v=202012190947>
พนักงาน ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

เลขหน้าของลิงก์ : 17-18

การเข้าร่วมเครือข่ายในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

เข้าร่วมหรือประกาศเจตนารมณ์เป็นภาคีเครือข่ายใน : ไม่มี

การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

6.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของนโยบายและระบบการกำกับดูแลกิจการในรอบปีที่ผ่านมา

6.3.1 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติของระบบการกำกับดูแลกิจการ หรือกฎบัตรคณะกรรมการ

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการทบทวนนโยบายและ แนวปฏิบัติการ : มี

กำกับดูแลกิจการ หรือกฎบัตรคณะกรรมการ

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญ : มี

เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติ

บริษัทมีการทบทวนแต่ยังคงไม่ได้เปลี่ยนแปลง แนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ หรือกฎบัตรคณะกรรมการ

6.3.2 การนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (CG Code) มาปฏิบัติ

การนำหลักการ CG Code ตามที่ : นำมาปฏิบัติใช้เป็นส่วนใหญ่

สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดมาปฏิบัติ

คณะกรรมการได้ทำการทบทวนและนำหลักเกณฑ์การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG Code) มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจของบริษัทโดยในกระบวนการนี้พบว่ามีบางข้อที่บริษัทฯ ยังไม่สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประธานกรรมการของบริษัทควรเป็นกรรมการอิสระ

เหตุผล : ที่ประธานกรรมการของบริษัทไม่เป็นกรรมการอิสระนั้น เนื่องจากบริษัทได้กำหนดอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของประธานกรรมการอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยการดำรงตำแหน่งของประธานกรรมการจะต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใสและยุติธรรม เพื่อให้การตัดสินใจในระดับบริหารมีความเป็นอิสระและเป็นกลางมากที่สุด

2. คณะกรรมการควรระวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการอิสระไว้อย่างชัดเจนในนโยบายกำกับดูแลกิจการของ บริษัท โดยควรกำหนดไม่เกิน 9 ปี โดยไม่มีข้อยกเว้น

เหตุผล : บริษัทมีความเชื่อมั่นว่า ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งที่ยาวนานไม่ส่งผลกระทบต่อความอิสระในการทำหน้าที่ แต่กลับเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ ความรู้ และความเข้าใจในธุรกิจของบริษัทให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ซึ่งจะประโยชน์ต่อการตัดสินใจและการดำเนินงานของบริษัทในระยะยาว

6.3.3 ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีอื่น ๆ

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1. ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในระดับ “ดีมาก (4 ดาว)” ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance: CG) อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้

2. ผลลัพธ์จากการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทมีผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่สำคัญ ดังนี้

1. การกำกับดูแลและการควบคุมภายใน

บริษัทมีระบบการกำกับดูแลและควบคุมภายในที่เหมาะสม ครอบคลุม และสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ โดยมีการติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการตรวจสอบโดยฝ่ายตรวจสอบภายในและการรายงานต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง

2. การบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้ดำเนินการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยมีการระบุ ประเมิน และกำหนดแนวทางบริหารจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ พร้อมทั้งติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3. ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล

บริษัทให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา รวมถึงการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความโปร่งใสในการดำเนินงาน

4. การปฏิบัติตามกฎหมายและจรรยาบรรณธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักกฎหมาย ระเบียบ และจรรยาบรรณธุรกิจอย่างเคร่งครัด โดยไม่พบกรณีการกระทำผิดที่มีนัยสำคัญในรอบปีที่ผ่านมา

5. การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทมีนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่ชัดเจน พร้อมทั้งมีช่องทางการแจ้งเบาะแสและมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน ส่งผลให้ในปีที่ผ่านมาไม่พบข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน

3. โครงการและกิจกรรมที่สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทได้ดำเนินโครงการและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง เช่น

- การอบรมและสื่อสารด้านจรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายต่อต้านการทุจริตแก่พนักงาน
- การทบทวนและปรับปรุงนโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดี
- การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการให้ข้อเสนอแนะ

4. เป้าหมายการพัฒนา

แม้ว่าบริษัทจะได้รับผลการประเมินในระดับ “ดีมาก (4 ดาว)” บริษัทมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายในการยกระดับการกำกับดูแลกิจการสู่ระดับ “ดีเลิศ (5 ดาว)” ผ่านการพัฒนาระบบการกำกับดูแล ความโปร่งใส และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

7. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการคณะกรรมการชด้อย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ

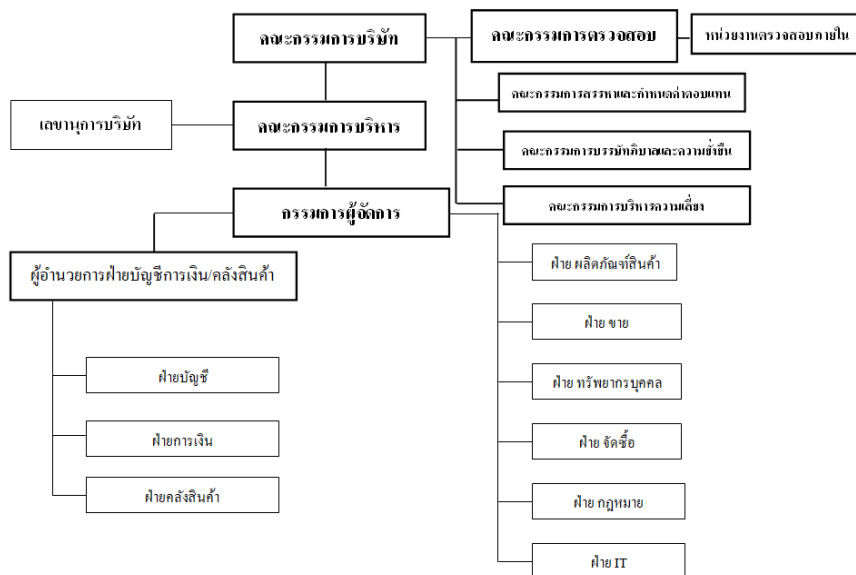
7.1 โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

แผนภาพโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ ณ วันที่ : 31 ธันวาคม 2568

รูปแผนภาพโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ



7.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายในโครงสร้างคณะกรรมการ โดยเฉพาะด้านเพศ ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะ ซึ่งมีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพการกำกับดูแลกิจการและสนับสนุนให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างรอบคอบ โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้น บริษัทจึงกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมความหลากหลายดังกล่าว โดยตั้งเป้าหมายให้มีสัดส่วนกรรมการเพศหญิงไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานบรรษัทภิบาลให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีโดยในปี 2568 บริษัทได้บรรลุเป้าหมาย โดยมีกรรมการเพศหญิง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด

สำหรับกรรมการเข้าใหม่ บริษัทจะจัดให้มีการปฐมนิเทศเพื่อให้ทราบนโยบาย และลักษณะธุรกิจของบริษัท รวมทั้งกฎระเบียบต่างๆ และได้มอบคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจ กฎบัตรคณะกรรมการ และเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่

7.2.1 องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
กรรมการรวม	9	100.00
กรรมการชาย	5	55.56
กรรมการหญิง	4	44.44
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	5	55.56
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	4	44.44
กรรมการอิสระ	3	33.33
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารและไม่ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ	1	11.11

7.2.2 ข้อมูลคณะกรรมการและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัทรายบุคคล

รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 90 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ใช่ การถือครองหุ้นในบริษัท • การถือหุ้นทางตรง : 6,044,920 หุ้น (3.963885 %)	ประธานกรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลลาออกระหว่างปี)	31 พ.ค. 2537	การตลาด, บัญชี, การเงิน, ตรวจสอบภายใน, เศรษฐศาสตร์
2. นาง จำเนียร โชควัฒนา เพศ: หญิง อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ การถือครองหุ้นในบริษัท • การถือหุ้นทางตรง : 678,840 หุ้น (0.445141 %)	รองประธานกรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลลาออกระหว่างปี)	31 พ.ค. 2537	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, ตรวจสอบภายใน, การตลาด

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
3. นาย พิภพ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 49 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ใช่	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลลาออกระหว่างปี)	25 พ.ค. 2547	กฎหมาย, การตลาด, บัญชี, การเงิน, บริหารธุรกิจ
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา เพศ: หญิง อายุ : 51 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ การถือครองหุ้นในบริษัท การถือหุ้นทางตรง : 3,909,680 หุ้น (2.563726 %)	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลลาออกระหว่างปี)	20 ก.พ. 2558	การเงิน, บัญชี, การตลาด, ตรวจสอบภายใน, บริหารธุรกิจ

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
5. นาย สุขสันต์ เพื่องฤทธิ์ เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)	11 ธ.ค. 2546	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, กฎหมาย, การจัดการความเสี่ยง
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ เพศ: ชาย อายุ : 74 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ไม่ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)	1 มี.ค. 2561	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, กฎหมาย, การเงิน, การจัดการความเสี่ยง

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
7. นาง พัทธินทร ตรีกุลกิตติพันธ์ เพศ: หญิง อายุ : 54 ปี วุฒิการศึกษา :ปริญญาตรี สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ไม่ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)	25 ก.พ. 2565	เศรษฐศาสตร์, บริหารธุรกิจ, ตรวจสอบภายใน, การจัดการความเสี่ยง, การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา เพศ: หญิง อายุ : 61 ปี วุฒิการศึกษา :ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ การถือครองหุ้นในบริษัท • การถือหุ้นทางตรง : 2,000 หุ้น (0.001311 %)	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)	31 พ.ค. 2537	บัญชี, กฎหมาย, การเงิน, การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ, ตรวจสอบภายใน

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา :ปริญญาเอก สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)	28 เม.ย. 2552	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, ตรวจสอบภายใน, บริหารธุรกิจ

คำอธิบายเพิ่มเติม:

(*) ความผิดตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 หรือพระราชบัญญัติสัญญาซื้อขายล่วงหน้า พ.ศ. 2546 ทั้งนี้ เฉพาะความผิดในเรื่องดังต่อไปนี้

(1) การกระทำการโดยไม่สุจริต หรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง

(2) การเปิดเผย หรือเผยแพร่ข้อมูล หรือข้อความอันเป็นเท็จที่อาจทำให้สำคัญผิด หรือปกปิดข้อความจริงที่ควรบอกให้แจ้งในสาระสำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้อง

(3) การกระทำอันไม่เป็นธรรมหรือการเอาเปรียบผู้ลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์หรือสัญญาซื้อขายล่วงหน้า หรือมีหรือเคยมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนการกระทำความผิดดังกล่าว

(**) การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหาร ตามมาตรา 59 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 เช่น คู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กันด้วยกันฉันสามีภริยา (ชายหญิงที่ไม่ได้จดทะเบียนสมรสแต่อยู่กันฉันสามีภรรยา) บุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เป็นต้น

รายชื่อกรรมการ จำแนกตามตำแหน่ง

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	กรรมการ ที่เป็นผู้ บริหาร	กรรมการ ที่ไม่เป็น ผู้บริหาร	กรรมการอิสระ	กรรมการที่ไม่ เป็นผู้บริหาร และไม่ดำรง ตำแหน่ง กรรมการอิสระ	กรรมการผู้มี อำนาจลงนาม ผูกพันบริษัท ตามหนังสือ รับรอง
1. นาย บุญปรกรณ์ โชค วัฒนา	ประธาน กรรมการ	✓				✓
2. นาง จำเนียร โชค วัฒนา	รองประธาน กรรมการ		✓		✓	
3. นาย พิภพ โชค วัฒนา	กรรมการ	✓				✓
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา	กรรมการ	✓				✓
5. นาย สุขสันต์ เพื่อง ฤทธิ์	กรรมการ		✓	✓		
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์	กรรมการ		✓	✓		
7. นาง พัชรินทร์ ตรีกุล กิตติพันธ์	กรรมการ	✓				✓
8. นางสาว สำอางค์ จัน ทริมา	กรรมการ	✓				✓
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี	กรรมการ		✓	✓		
รวม (คน)		5	4	3	1	5

ภาพรวมทักษะและความชำนาญของกรรมการ

ทักษะและความชำนาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เศรษฐศาสตร์	6	66.67
2. กฎหมาย	4	44.44
3. การตลาด	4	44.44
4. บัญชี	8	88.89
5. การเงิน	8	88.89
6. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ	2	22.22
7. การจัดการความเสี่ยง	3	33.33
8. ตรวจสอบภายใน	6	66.67
9. บริหารธุรกิจ	4	44.44

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการอื่นๆ

ประธานกรรมการและผู้บริหารสูงสุดเป็นบุคคลเดียวกัน : ไม่ใช่

ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ : ไม่ใช่

ประธานกรรมการและผู้บริหารสูงสุดเป็นบุคคลในครอบครัวเดียวกัน : ใช่

ประธานกรรมการเป็นสมาชิกในคณะกรรมการบริหาร : ใช่

หรือคณะทำงาน

บริษัทแต่งตั้งกรรมการอิสระอย่างน้อยหนึ่งคนเพื่อกำหนดวาระ : ใช่

การประชุมคณะกรรมการ

มาตรการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ

มาตรการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ : มี

วิธีการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ : การแต่งตั้งกรรมการอิสระคนหนึ่ง ร่วมพิจารณากำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการมีระบบบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตลอดจนมีการถ่วงดุลอำนาจและระบบการควบคุมภายในที่มีความเพียงพอและเหมาะสม ควบคู่ไปกับการเคารพสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างให้องค์กรมีภูมิคุ้มกันที่ดีและสร้างความเจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนในระยะยาว

ดังนั้น คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการเพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ดังนี้

- กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน มุ่งมั่นที่จะนำหลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ไปปฏิบัติในการดำเนินงานของบริษัท
- กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์ สุจริต โดยปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท และประกาศที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินการให้โครงสร้างการจัดการของบริษัทมีการกำหนดอำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

4. ดำเนินการให้มีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม รวมถึงการมีระบบบัญชีและรายงานทางการเงินที่มีความถูกต้องเชื่อถือได้
5. ดำเนินการให้มีการเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญอย่างเพียงพอ เชื่อถือได้ และทันเวลา トラบเท่าที่ไม่กระทบต่อประโยชน์อันชอบธรรมของบริษัท
6. ตระหนักและเคารพในสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของของผู้ถือหุ้น ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
7. ดำเนินการโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบของผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม
8. มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินธุรกิจ โดยยึดมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยการรับฟังและทบทวนตนเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารและสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดอยู่เสมอ
9. ปลุกฝังคุณธรรม จริยธรรม สร้างจิตสำนึกอันดีงาม ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรม ตลอดจนมุ่งมั่นในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- 10.ต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชัน ไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เคารพต่อกฎหมายและสิทธิมนุษยชน
11. ดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ด้วยความรอบคอบและมีเหตุผล โดยยึดถือประโยชน์ของบริษัทเป็นที่ตั้ง

7.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

กฎบัตรคณะกรรมการ (Board charter) : มี

ด้วยคณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Code) และการปฏิบัติตามหมวด 3/1 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2559 เพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารและการปฏิบัติงานในปัจจุบัน จึงได้ปรับปรุงกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทใหม่ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์

คณะกรรมการบริษัทจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้น และให้เป็นไปตามนโยบายกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัท มติคณะกรรมการบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริต และปฏิบัติตามหลักวิญญูชนของผู้ประกอบธุรกิจอย่างเหมาะสม ในสถานการณ์ต่างๆ โดยปราศจากอิทธิพลใดๆ ในฐานะที่ตนมีสถานะเป็นกรรมการบริษัท

2. องค์ประกอบและคุณสมบัติ

ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้กำหนดจำนวนตำแหน่งกรรมการบริษัทที่จะมี แต่ต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน และเลือกตั้งบุคคลที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายและข้อบังคับของบริษัท รวมถึงต้องไม่มีลักษณะที่แสดงถึงการขาดความเหมาะสมที่จะได้รับความไว้วางใจให้บริหารจัดการกิจการที่มีมหาชนเป็นผู้ถือหุ้น ตามที่คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ประกาศกำหนด ทั้งนี้ กรรมการบริษัทไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมดต้องมีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร และจำนวนกรรมการอิสระต้องเป็นไปตามประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน โดยดำเนินการในรูปแบบคณะกรรมการ

การเลือกตั้งกรรมการบริษัทจะต้องเป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทและข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยต้องมีความโปร่งใสและชัดเจนในการสรรหากรรมการผ่านกระบวนการของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยให้มีรายละเอียดที่เพียงพอเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทและ/หรือผู้ถือหุ้น

3. นิยามกรรมการอิสระ

คุณสมบัติของกรรมการอิสระของบริษัทเป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ดังนี้

3.1 ถือหุ้นไม่เกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ทั้งนี้ให้นับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้นๆ ด้วย

3.2 ไม่เป็น หรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้เงินเดือนประจำ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือของผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้นอกจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ

3.3 ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้อง และบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตร ของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย

3.4 ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการใช้จรรยาบรรณอย่างอิสระของตน รวมทั้งไม่เป็น หรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัยหรือผู้มีอำนาจควบคุมของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ

3.5 ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทสังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ

3.6 ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมาย หรือที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่าสองล้านบาทต่อปีจากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ

3.7 ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่

3.8 ไม่ประกอบกิจการที่มีลักษณะเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อย หรือไม่เป็นหุ้นส่วนที่มีนัยในห้างหุ้นส่วน หรือเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการที่มีลักษณะเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อย

3.9 ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท

ทั้งนี้ หากคณะกรรมการกำกับตลาดทุนได้มีประกาศเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติของกรรมการอิสระ กรรมการอิสระของบริษัทต้องมีคุณสมบัติตามที่ได้มีประกาศเปลี่ยนแปลงไปทุกประการ

ภายหลังจากการได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการอิสระที่มีลักษณะเป็นไปตามข้อ 3.1 ถึง 3.9 แล้ว กรรมการอิสระอาจได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท โดยการตัดสินใจจะทำในรูปแบบขององค์คณะ (collective decision) ได้

4. วาระการดำรงตำแหน่ง

4.1 ในการประชุมสามัญประจำปีทุกครั้ง ให้กรรมการบริษัทออกจากตำแหน่งเป็นจำนวน 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการบริษัท ถ้าจำนวนกรรมการบริษัทที่จะแบ่งออกให้ตรงเป็น 3 ส่วนไม่ได้ ก็ให้ออกโดยจำนวนที่ใกล้ที่สุดกับส่วน 1 ใน 3 กรรมการบริษัทซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการเลือกตั้งใหม่อีกครั้ง

4.2 ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการบริษัทว่างลงจากเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ และยังคงเหลือวาระไม่น้อยกว่า 2 เดือน ให้คณะกรรมการบริษัทเลือกตั้งกรรมการบริษัทแทนตำแหน่งที่ว่างในการประชุมคณะกรรมการบริษัทคราวถัดไป บุคคลที่เข้ามาเป็นกรรมการบริษัทดังกล่าว จะดำรงตำแหน่งได้เพียงเท่าวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการบริษัทที่ตนแทน

4.3 กรรมการบริษัทพ้นจากตำแหน่งเมื่อ:

(ก) ครบกำหนดตามวาระ

(ข) ลาออก

(ค) ถึงแก่กรรม

(ง) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัท

(จ) มีลักษณะที่แสดงถึงการขาดความเหมาะสมที่จะได้รับความไว้วางใจให้บริหารจัดการกิจการที่มีมหาชนเป็นผู้ถือหุ้น ตามที่คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ประกาศกำหนด

(ฉ) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออก

(ช) ศาลมีคำสั่งให้ออก

4.4 กรรมการบริษัทที่ลาออกก่อนครบวาระการดำรงตำแหน่ง ให้ยื่นหนังสือลาออกต่อบริษัท การลาออกมีผลนับแต่วันที่หนังสือลาออกไปถึงบริษัท และจะแจ้งการลาออกของตนให้นายทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัดทราบด้วยก็ได้

5. การประชุม

5.1 การประชุมและวาระการประชุม

ในการเรียกประชุมคณะกรรมการบริษัท ให้ประธานกรรมการบริษัทหรือบุคคลที่ประธานกรรมการบริษัทมอบหมาย กำหนดวัน เวลา สถานที่ และวาระการประชุม โดยส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมเอกสารประกอบที่เพียงพอไปยังกรรมการบริษัทล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วันก่อนวันประชุม ในการนัดประชุมจะส่งตารางกำหนดวันประชุมให้กรรมการทราบล่วงหน้าตอนต้นปี เว้นแต่ในกรณีจำเป็นเร่งด่วน เพื่อรักษาสิทธิหรือประโยชน์ของบริษัท จะแจ้งการนัดประชุมโดยวิธีอื่นและกำหนดวันประชุมให้เร็วกว่านั้นก็ได้ และต้องจัดทำรายงานการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษร สถานที่ที่จะใช้ประชุมตามวาระหนึ่งให้อยู่ในท้องที่อันเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัท หรือสำนักงานสาขา หรือสถานที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทจะกำหนดให้

5.2 จำนวนครั้งการประชุม

คณะกรรมการบริษัทต้องประชุมกันอย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง และอาจเรียกประชุมเพิ่มเติมตามความจำเป็น

5.3 ผู้เข้าร่วมประชุม

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ต้องมีกรรมการบริษัทมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมด จึงจะครบเป็นองค์ประชุม และบริษัทมีนโยบายว่าในกรณีที่มีการลงมติจะต้องมีกรรมการอยู่ไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดในขณะมีการลงมติ

ในกรณีที่ประธานกรรมการบริษัทไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ถ้ามีรองประธานกรรมการบริษัท ให้รองประธานกรรมการบริษัทเป็นประธาน ถ้าไม่มีรองประธานกรรมการบริษัทหรือมีแต่ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการบริษัทซึ่งมาประชุมเลือกกรรมการบริษัทคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

5.4 การลงคะแนนเสียง

มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทให้ถือเสียงข้างมากของกรรมการบริษัทที่เข้าร่วมประชุม กรรมการบริษัทคนหนึ่งมีเสียงหนึ่งเสียงในการลงคะแนนทั้งนี้ กรรมการบริษัทที่มีส่วนได้เสียในเรื่องที่พิจารณาไม่มีสิทธิแสดงความเห็นและออกเสียงลงคะแนนในเรื่องนั้นถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด ยกเว้นการลงคะแนนเสียงที่มีกฎหมายได้กำหนดเป็นอย่างอื่น

กำหนดการประชุมคณะกรรมการบริษัท ประจำปี 2569

ครั้งที่	ว/ด/ป	เวลา	วาระสำคัญ	วันสุดท้ายส่ง
1.	วันศุกร์ที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569	9.00 น.	พิจารณางบการเงินประจำปี 2568	2/3/69
2.	วันพฤหัสบดีที่ 14 พฤษภาคม 2569	10.00 น.	พิจารณางบการเงิน ไตรมาส 1/2569	1 5/5/69
3.	วันพฤหัสบดีที่ 13 สิงหาคม 2569	13.30 น.	พิจารณางบการเงิน ไตรมาส 2/2569	1 4/8/69
4.	วันพฤหัสบดีที่ 12 พฤศจิกายน 2569	10.00 น.	พิจารณางบการเงิน ไตรมาส 3/2569	1 6/11/69

6. อำนาจดำเนินการ

6.1 แต่งตั้ง ถอดถอน หรือมอบอำนาจหน้าที่ให้แก่ที่ปรึกษาคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดต่าง ๆ และ/หรือบุคคลอื่นใดไปปฏิบัติ

6.2 อนุมัติการให้กู้ยืมเงินแก่บริษัทที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท ในฐานะผู้ถือหุ้น หรือบริษัทที่มีการประกอบธุรกิจทางการค้าต่อกัน หรือบริษัทอื่น ในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.3 อนุมัติการเข้าค้าประกันวงเงินสินเชื่อแก่บริษัทที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท ในฐานะผู้ถือหุ้น หรือบริษัทที่มีการประกอบธุรกิจทางการค้าต่อกันหรือบริษัทอื่น ในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.4 อนุมัติการเข้าทำนิติกรรมที่มีใช้ธุรกรรมทางการเงิน ในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.5 อนุมัติการได้รับหรือยกเลิวงเงินสินเชื่อ ในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.6 อนุมัติการลงทุน ขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญ และ/หรือหลักทรัพย์อื่นใด ในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.7 อนุมัติการจัดหาและลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.8 อนุมัติการจำหน่าย จ่าย โอนในสินทรัพย์ถาวร ในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.9 อนุมัติการปรับสภาพ ทำลาย ตัดบัญชี ซึ่งสินทรัพย์ถาวรและสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่เลิกใช้ ชำรุด สูญหาย ถูกทำลาย เสื่อมสภาพ หรือล้าสมัยไม่สามารถใช้งานได้ มีมูลค่าทางบัญชีรวมในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.10 อนุมัติการปรับสภาพราคา การทำลาย ซึ่งวัตถุดิบ และ/หรือสินค้าคงเหลือที่เสื่อมสภาพหรือล้าสมัย ซึ่งจะทำให้มีมูลค่าทางบัญชีลดลง ในวงเงินส่วนที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

6.11 อนุมัติการประนีประนอม การระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ การร้องทุกข์ การฟ้องร้องคดี และ/หรือการดำเนินการตามกระบวนการพิจารณาคดีใด ๆ ในนามบริษัท สำหรับเรื่องที่มีข้อพิพาททางการค้าและ/หรือที่เป็นข้อพิพาททางการค้าที่มีทุนทรัพย์เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องดำเนินการเป็นการรีบด่วน มอบอำนาจให้กรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นผู้อนุมัติในเรื่องดังกล่าว และให้นำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัททราบในคราวถัดไป

6.12 บรรดาอำนาจดำเนินการของคณะกรรมการบริษัทที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์และการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ให้ปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

6.13 เสนอการเพิ่มทุน หรือลดทุน หรือการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น การแก้ไข เปลี่ยนแปลงหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อบังคับ และ/หรือวัตถุประสงค์ของบริษัทต่อผู้ถือหุ้น

6.14 อนุมัติการก่อตั้ง ควบรวม หรือเลิกบริษัทย่อย

6.15 อนุมัติให้ประธานกรรมการหรือคณะกรรมการบริหารเป็นผู้กำหนดคู่มืออำนาจดำเนินการ

6.16 มอบอำนาจให้แก่ฝ่ายจัดการ พนักงานระดับบริหารของบริษัท หรือบุคคลอื่นใดทำการแทนได้

6.17 มีอำนาจเชิญฝ่ายจัดการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทที่เกี่ยวข้องมาชี้แจง ให้ความเห็น ร่วมประชุม หรือส่งเอกสารตามที่เห็นว่าเกี่ยวข้องจำเป็น

6.18 ปกป้องผู้เกี่ยวข้อง หรือที่ปรึกษาของบริษัท (ถ้ามี) หรือจ้างที่ปรึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญภายนอกในกรณีจำเป็นด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท

6.19 แต่งตั้งและถอดถอนเลขานุการบริษัท

7. หน้าที่และความรับผิดชอบ

7.1 กำหนดทิศทาง เป้าหมาย และนโยบายทางธุรกิจของบริษัท

7.2 อนุมัติแผนงานและงบประมาณประจำปี รวมทั้งกำกับดูแลการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการให้เป็นไปตามกฎหมาย นโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

7.3 ส่งเสริมให้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมและจรรยาบรรณธุรกิจที่เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจและติดตามให้มีการปฏิบัติตามอย่างจริงจัง

7.4 จัดให้มีระบบควบคุมภายในที่เพียงพอ เหมาะสม เพื่อมั่นใจว่าการทำรายการต่าง ๆ ได้รับอนุมัติจากผู้มีอำนาจ มีการสอบทานและจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง ตลอดจนมีระบบต่าง ๆ ที่สามารถป้องกันการนำทรัพย์สินของบริษัทไปใช้ในทางมิชอบ

7.5 การทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ มีแนวทางที่ชัดเจนและเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทและผู้ถือหุ้น โดยผู้มีส่วนได้เสียไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการและการเปิดเผยข้อมูลของรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ให้ถูกต้อง

7.6 ให้ความเห็นชอบรายงานทางการเงินที่ผู้สอบบัญชีได้ตรวจสอบ และ/หรือสอบทานแล้ว และได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบแล้ว

7.7 รับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน และมีการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนอย่างถูกต้อง มีมาตรฐานและโปร่งใส

7.8 รับทราบรายงานการบริหารกิจการจากคณะกรรมการบริหาร

7.9 เรียกประชุมผู้ถือหุ้น โดยกำหนดวัน เวลา สถานที่ และระเบียบวาระการประชุมผู้ถือหุ้น ตลอดจนกำหนดอัตราการจ่ายเงินปันผล (หากมี) และความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับเรื่องที่เสนอต่อผู้ถือหุ้น ในระหว่าง 21 วันก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้นแต่ละครั้ง บริษัทจะดะรับลงทะเบียนการโอนหุ้นก็ได้ โดยประกาศให้ผู้ถือหุ้นทราบ ณ สำนักงานใหญ่และสำนักงานสาขาของบริษัทไม่น้อยกว่า 14 วัน ก่อนวันดะรับลงทะเบียนการโอนหุ้น หรือกำหนดวันเพื่อกำหนดรายชื่ผู้ถือหุ้น (Record Date: RD) ล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้นไม่เกิน 2 เดือน เพื่อสิทธิในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น และสิทธิในการรับเงินปันผล

7.10 จัดทำรายงาน "ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทต่อรายงานทางการเงิน" โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท (แบบ 56-2) และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)

7.11 ติดตามดูแลเอกสารที่จะยื่นต่อหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง เพื่อมั่นใจว่าได้แสดงข้อความหรือลงรายการเป็นไปโดยถูกต้องตรงตามข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในสมุดบัญชี ทะเบียน หรือเอกสารอื่นใดของบริษัท

7.12 อนุมัติกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และ/หรือคณะกรรมการชุดอื่น

7.13 ปฏิบัติการอื่นใดที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหารหรือตามที่คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควร

8. ข้อพึงปฏิบัติที่ดีของกรรมการบริษัท

บริษัท นิวชีตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ในฐานะบริษัทมหาชนจำกัดและได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียน (Listed Company) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรรมการบริษัทจึงมีข้อพึงปฏิบัติ ดังนี้:

8.1 ปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริต เที่ยงวิญญูชนผู้ประกอบธุรกิจ เช่นนั้นจะพึงกระทำภายใต้สถานการณ์อย่างเดียวกันด้วยอำนาจต่อรองทางการค้าที่ปราศจากอิทธิพลในการที่ตนมีสถานะเป็นกรรมการบริษัท รวมทั้งต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบาย กฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัท มติคณะกรรมการบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น

8.2 มีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และอุทิศเวลาเข้าร่วมประชุมเพื่อร่วมพิจารณาและให้ความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ และไม่ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนเกินกว่า 5 แห่ง

8.3 มีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ จริยธรรม และมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม ใช้ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจและมีความสนใจในกิจการของบริษัทอย่างแท้จริง

8.4 กำกับดูแลและติดตามการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของบริษัทให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

8.5 ดูแลผู้มีส่วนได้เสียตามสิทธิที่มีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างความมั่งคั่ง ความมั่นคงทางการเงิน และความยั่งยืนของกิจการ

8.6 รายงานการเข้าถือหลักทรัพย์ การเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ของบริษัทของตน คู่สมรส บุตรและบุตรบุญธรรมที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยแจ้งให้บริษัททราบอย่างน้อย 1 วันล่วงหน้าก่อนการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ผ่านประธานกรรมการตรวจสอบหรือเลขานุการบริษัท

8.7 รายงานให้บริษัททราบถึงการมีส่วนได้เสียของตน หรือของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจการของบริษัทหรือบริษัทย่อย ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด โดยแจ้งผ่านประธานกรรมการตรวจสอบหรือเลขานุการบริษัท

8.8 ในกรณีที่กรรมการบริษัท รวมทั้งบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องหรือญาติสนิท มีการทำรายการกับบริษัทหรือบริษัทย่อย ซึ่งเข้าข่ายรายการที่เกี่ยวข้องกัน และ/หรือการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

8.9 ในการเสนอขายหลักทรัพย์ของบริษัท กรรมการบริษัทควรติดตามดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าได้แสดงข้อมูลเกี่ยวกับฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทตามความเป็นจริง โดยไม่ปกปิดข้อความอันควรที่สาธารณชนพึงทราบ

กฎบัตรคณะกรรมการบริษัทนี้ได้รับอนุมัติโดยมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 5/2565 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2565 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2565 เป็นต้นไป โดยยกเลิกกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทที่ใช้บังคับอยู่แต่เดิมทั้งหมด

ลิงก์กฎบัตรคณะกรรมการ (Board charter) : [https://image.makewebeasy.net/makeweb/](https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%81%E0%B8%8F%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B8%93%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A9%E0%B8%B1%E0%B8%97_.pdf?v=202305101549)

0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%81%E0%B8%8F%E

0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0

%B8%84%E0%B8%93%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%

B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8

%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%

B4%E0%B8%A9%E0%B8%B1%E0%B8%97_.pdf?

v=202305101549

7.3 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย

7.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อย

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการตรวจสอบ

บทบาทหน้าที่

- การสอบทานรายงานทางการเงินและระบบควบคุมภายใน

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

อำนาจดำเนินการ

1. กำหนดให้มีการประสานความเข้าใจให้อยู่ในแนวทางเดียวกันระหว่าง ผู้สอบบัญชี คณะกรรมการบริษัท และหน่วยงานตรวจสอบภายใน
2. มีอำนาจเชิญ ผู้บริหาร ฝ่ายจัดการ หรือพนักงานของบริษัทที่เกี่ยวข้อง มาชี้แจง ให้ความเห็น ร่วมประชุม หรือส่งเอกสารตามที่ต้องการ เกี่ยวข้องจำเป็น ตลอดจนเข้าถึงข้อมูลได้ทุกระดับขององค์กร
3. มีอำนาจในการตรวจสอบผู้ที่เกี่ยวข้อง และเรื่องที่เกี่ยวข้องภายในขอบเขตของอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ
4. ปรีกษาผู้เชี่ยวชาญ หรือ ที่ปรึกษาของบริษัท (ถ้ามี) หรือ จ้างที่ปรึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญภายนอก ในกรณีจำเป็นด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท
5. ให้ความเห็นชอบในการพิจารณา แต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้างหัวหน้าตรวจสอบภายใน หรือ หน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. สอบทานให้บริษัทมีรายงานทางการเงินอย่างถูกต้องและเพียงพอ
2. สอบทานให้บริษัทมีระบบควบคุมภายใน (internal control) และระบบการตรวจสอบภายใน (internal audit) ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพและพิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณา แต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้าง หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในหรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน
3. สอบทานให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
4. พิจารณาคัดเลือกเสนอแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระ เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท และเสนอคำตอบแทนของบุคคลดังกล่าวรวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
5. พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบและตรวจสอบและเสนอแนะข้อสงสัยสูงสุดต่อบริษัท
6. จัดทำรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบโดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานคณะกรรมการตรวจสอบและต้องประกอบด้วยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - (ก) ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัท
 - (ข) ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัท
 - (ค) ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
 - (ง) ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
 - (จ) ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - (ฉ) จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
 - (ช) ความเห็นหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย (charter)
 - (ซ) รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
7. ในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบหากพบหรือมีข้อสงสัยว่ามีรายการหรือการกระทำดังต่อไปนี้ ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ให้คณะกรรมการตรวจสอบรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อดำเนินการปรับปรุง

แก้ไขภายในเวลาที่คณะกรรมการตรวจสอบเห็นสมควร

(ก) รายการที่เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

(ข) การทุจริตหรือสิ่งผิดปกติก่อให้เกิดความบกพร่องที่สำคัญในระบบควบคุมภายใน

(ค) การฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท

หากคณะกรรมการของบริษัทหรือผู้บริหารไม่ดำเนินการให้มีการปรับปรุงแก้ไขภายในเวลาที่กำหนดกรรมการตรวจสอบรายใดรายหนึ่งอาจรายงานว่ามีรายการหรือการกระทำดังกล่าวต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

8. สนับสนุนและติดตามให้บริษัทมีระบบการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

9. ปรับปรุงและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

10. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการของบริษัทมอบหมาย ด้วยความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ โดยอาศัยอำนาจตามข้อบังคับของบริษัท และ กฎหมาย

วาระการดำรงตำแหน่ง

ให้คณะกรรมการตรวจสอบมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละ 3 ปี นับจากวันที่มีมติแต่งตั้ง และเมื่อครบวาระแล้ว หากคณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยังไม่ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบชุดใหม่ ก็ให้คณะกรรมการตรวจสอบชุดเดิมปฏิบัติหน้าที่ต่อไป จนกว่าคณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบชุดใหม่แทนคณะกรรมการตรวจสอบชุดเดิมที่หมดวาระลง ในการแต่งตั้งต้องกระทำภายใน 2 เดือนนับแต่วันครบวาระของคณะกรรมการตรวจสอบชุดเดิม กรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งใหม่ก็ได้

ลิงก์กฎบัตร

<https://image.makewebeasy.net/makeweb/0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B8%93%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%88%E0%B8%AA%E0%B8%AD%E0%B8%9A.pdf?v=202012190947>

คณะกรรมการบริหาร

บทบาทหน้าที่

- การกำกับดูแลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

อำนาจดำเนินการ

1. แต่งตั้ง ถอดถอน โยกย้าย พิจารณาความดีความชอบ ตลอดจนกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ แก่พนักงานระดับต่าง ๆ
2. แต่งตั้ง ถอดถอน คณะทำงานอื่นใดเพื่อดำเนินกิจการต่าง ๆ ในการบริหารงานของบริษัท
3. ออกระเบียบ ประกาศ ว่าด้วยการปฏิบัติงาน และสามารถมอบอำนาจให้แก่กรรมการบริหาร และ/หรือ พนักงานผู้ดำรงตำแหน่งทางการบริหาร เป็นผู้ลงนามอนุมัติเบิกจ่ายสินทรัพย์ของบริษัทได้
4. อนุมัติการให้กู้ยืมเงินแก่บริษัทที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทในฐานะ ผู้ถือหุ้น หรือบริษัทที่มีการประกอบธุรกิจทางการค้าต่อกัน หรือบริษัทอื่น ในวงเงินแห่งละไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
5. อนุมัติการเข้าค้าประกันวงเงินสินเชื่อแก่บริษัทที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทในฐานะผู้ถือหุ้นหรือบริษัทที่มีการประกอบธุรกิจทางการค้าต่อกัน หรือบริษัทอื่น ในวงเงินแห่งละไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
6. อนุมัติการเข้าทำนิติกรรมที่มีใช้ธุรกรรมทางการเงิน ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
7. อนุมัติการได้รับหรือยกเลิวงเงินสินเชื่อ ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
8. อนุมัติการลงทุน ขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญ และ/หรือ หลักทรัพย์อื่นใด ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
9. อนุมัติการจัดหาและลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
10. อนุมัติการจำหน่าย จ่าย โอน ในสินทรัพย์ถาวร ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท

11. อนุมัติการปรับสภาพ ทำลาย ตัดบัญชี ซึ่งสินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ที่เลิกใช้ ชำรุด สูญหาย ถูกทำลาย เสื่อมสภาพหรือ ล้าสมัยไม่สามารถใช้งานได้ มีมูลค่าทางบัญชีรวมกันครั้งละไม่เกิน 10 ล้านบาท
12. อนุมัติการปรับสภาพ ราคา การทำลาย ซึ่งวัตถุดิบ และ/หรือ สินค้าคงเหลือที่เสื่อมสภาพ หรือ ล้าสมัย ซึ่งจะทำให้มูลค่าทางบัญชีลดลงได้ตามมูลค่าที่เกิดขึ้นจริง
13. อนุมัติการประนีประนอม การระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ การร้องทุกข์ การฟ้องร้องคดี และ/หรือการดำเนินการตามกระบวนการพิจารณาคดีใด ๆ ในนามบริษัท สำหรับเรื่องที่มีข้อพิพาททางการค้า ที่มีทุนทรัพย์ไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท และ/หรือ ที่เป็นปกติวิสัยทางการค้าที่มีทุนทรัพย์ไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
14. บรรดาอำนาจดำเนินการของคณะกรรมการบริหารที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ และการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ให้ปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน
15. มอบอำนาจให้แก่พนักงานระดับบริหารของบริษัท หรือบุคคลอื่นใดทำการแทนได้
16. มีอำนาจเชิญผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัทที่เกี่ยวข้องมาชี้แจง ให้ความเห็นร่วมประชุม หรือส่งเอกสารตามที่เห็นว่าเกี่ยวข้องจำเป็น
17. ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ หรือ ที่ปรึกษาของบริษัท (ถ้ามี) หรือ จ้างที่ปรึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญภายนอก ในกรณีจำเป็นด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท
18. ออกระเบียบปฏิบัติงานอื่นใดตามที่เห็นสมควร

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. เสนอเป้าหมาย นโยบาย แผนงาน และงบประมาณประจำปีต่อคณะกรรมการบริษัท
2. รับผิดชอบในการบริหารกิจการของบริษัท ให้เป็นไปตามทิศทาง เป้าหมาย นโยบายทางธุรกิจของบริษัท
3. รับผิดชอบในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทและส่งเสริมให้มีการคิดค้นนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง
4. รับผิดชอบให้การดำเนินงานของบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัทมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
5. กรรมการบริหารอาจแบ่งงานกันรับผิดชอบได้ โดยต้องรายงานความเป็นไปของกิจการที่ตนดูแลต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารให้ทราบ
6. ดูแลให้มีการจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อให้ผู้สอบบัญชีทำการตรวจสอบและ/หรือสอบทาน ก่อนเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท ตามลำดับ
7. พิจารณาเรื่องที่จะเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาให้ความเห็นชอบหรืออนุมัติต่อไป
8. ปรับปรุงและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการบริหารและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณานุมัติ
9. ปฏิบัติการอื่นใด ตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

อำนาจ - หน้าที่ และความรับผิดชอบของกรรมการผู้จัดการ

คณะกรรมการบริษัท จะพิจารณาแต่งตั้งกรรมการผู้จัดการ โดยมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

1. มีอำนาจในการบริหารกิจการของบริษัท ให้เป็นไปตามนโยบาย กฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัท มติที่ประชุมผู้ถือหุ้น มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท มติที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร ตลอดจนระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
2. มีอำนาจในการสั่งการ ดำเนินการใด ๆ ที่จำเป็นและสมควร เพื่อให้การดำเนินการตามข้อ 1. สำเร็จลุล่วงไป และหากเป็นเรื่องสำคัญให้รายงาน และ/หรือ แจ้งให้คณะกรรมการบริษัท และ/หรือ คณะกรรมการบริหารรับทราบ
3. มีอำนาจบังคับบัญชา บรรจุ แต่งตั้ง ถอดถอน โอนย้าย พิจารณาความดีความชอบ มาตรการทางวินัย ตลอดจนกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน ทั้งนี้ การดำเนินการต่าง ๆ ดังกล่าวต้องไม่ขัดแย้งกับอำนาจของคณะกรรมการบริหาร
4. มีอำนาจออกระเบียบว่าด้วยการปฏิบัติงานของบริษัท โดยไม่ขัดหรือแย้งกับนโยบาย ข้อบังคับ ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่งและมติใด ๆ ของคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ คณะกรรมการบริหาร
5. มีอำนาจอนุมัติจัดหา และลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 10 ล้านบาท
6. มีอำนาจอนุมัติการจำหน่าย จ่าย โอน ในสินทรัพย์ถาวร ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 10 ล้านบาท
7. มีอำนาจอนุมัติเงินลงทุน ขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญ และ/หรือ หลักทรัพย์อื่นใดที่ออกโดยบริษัทอื่นในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 10 ล้านบาท
8. มีอำนาจอนุมัติการเข้าทำนิติกรรมสัญญาทุกประเภท เว้นแต่นิติกรรมสัญญาที่เป็นการจ่ายเงิน อนุมัติได้ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 10 ล้านบาท
9. อนุมัติการประนีประนอม การระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ การร้องทุกข์ การฟ้องร้องคดี และ/หรือ การดำเนินการตามกระบวนการพิจารณาคดีใด ๆ ในนามบริษัท สำหรับเรื่องที่มีข้อพิพาททางการค้า และ/หรือ ที่เป็นปกติวิสัยทางการค้า
10. บรรดาอำนาจดำเนินการของกรรมการผู้จัดการที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์และการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน

ให้ปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน

11. มอบอำนาจ และ/หรือ มอบหมาย ให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้

12. การใช้อำนาจของกรรมการผู้จัดการใหญ่ข้างต้นไม่สามารถกระทำได้ หากกรรมการผู้จัดการใหญ่อาจมีส่วนได้เสีย หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะใด ๆ กับบริษัท

13. ในการใช้อำนาจดังกล่าวหากมีข้อสงสัย หรือความไม่ชัดเจนในการใช้อำนาจหน้าที่ตามที่กำหนดนี้ ให้เสนอเรื่องให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา

14. ปฏิบัติการอื่นใด ตามที่คณะกรรมการบริษัท และ/หรือ คณะกรรมการบริหารมอบหมาย

ลิงก์กฎบัตร

สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

บทบาทหน้าที่

- การสรรหากรรมการ / ผู้บริหารระดับสูง
- การพิจารณาค่าตอบแทน

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

วาระและค่าตอบแทน

กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีวาระอยู่ในตำแหน่ง เท่ากับวาระการดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท นับจากวันที่มีมติแต่งตั้ง และเมื่อครบวาระแล้วหากคณะกรรมการบริษัทยังไม่มีมติแต่งตั้งชุดใหม่ ให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนชุดเดิมปฏิบัติหน้าที่ต่อไปจนกว่าคณะกรรมการบริษัทจะมีมติแต่งตั้งชุดใหม่ เมื่อมีกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพ้นจากตำแหน่ง หรือมีเหตุใดที่ไม่สามารถอยู่ได้จนครบวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งใหม่ภายใน 3 เดือน นับแต่วันที่ครบวาระหรือพ้นจากตำแหน่ง โดยให้มีวาระเท่าที่เหลืออยู่ของกรรมการที่แทนแทน และกรรมการที่ครบวาระแล้ว อาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกครั้งได้

นอกจากพ้นจากตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพ้นจากตำแหน่ง เมื่อขาดคุณสมบัติ ลาออก ถึงแก่กรรม คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น

หน้าที่และความรับผิดชอบ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

- (1) พิจารณาสรรหาคัดเลือกบุคคลผู้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
- (2) ตรวจสอบประวัติและข้อมูลต่างๆ ของบุคคลที่ได้รับการคัดเลือก โดยคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ มีทักษะความเชี่ยวชาญจากหลากหลายอาชีพตาม Board Skill Matrix ของบริษัท และสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยไม่จำกัด เพศ อายุ เชื้อชาติ
- (3) จัดทำความเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อประกอบการพิจารณา
- (4) ทบทวนปรับปรุงและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา
- (5) ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และจัดให้มีรายงานผลการปฏิบัติงานเพื่อรายงานให้คณะกรรมการทราบ และเปิดเผยต่อผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี
- (6) พิจารณาค่าตอบแทนให้แก่คณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย โดยมีหลักเกณฑ์หรือวิธีการ และโครงสร้างที่เป็นธรรมและสมเหตุสมผล ซึ่งพิจารณาตามผลการปฏิบัติงาน, ผลการดำเนินงานของบริษัท, แนวปฏิบัติในอุตสาหกรรมเดียวกัน และขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ และเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- (7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

การประชุม

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนต้องประชุมอย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี ในการเรียกประชุมกรรมการให้ประธานกรรมการหรือบุคคลซึ่งประธานกรรมการมอบหมาย ส่งหนังสือนัดประชุมล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน ก่อนวันประชุม โดยประธานกรรมการอาจกำหนดให้

จัดการประชุมคณะกรรมการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้หรืออาจมีมติโดยไม่ต้องจัดประชุมหากได้รับอนุมัติจากประธานและกรรมการทุกคนลงนามเห็นชอบในมติดังกล่าว

การประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนต้องมีกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม ถ้าประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนไม่อยู่ในที่ประชุมให้กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนที่มาประชุมเลือกกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด ทั้งนี้ เลขานุการคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนผู้ใดมีส่วนได้เสียเป็นการส่วนตัวในเรื่องใด หรือมีส่วนได้เสียใดๆ ในเรื่องที่พิจารณา จะต้องแจ้งให้ที่ประชุมทราบและงดให้ความเห็น งดออกเสียง และออกจากห้องประชุม ยกเว้นที่ประชุมโดยไม่รวมกรรมการที่มีส่วนได้เสีย มีมติเอกฉันท์ให้กรรมการผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมชี้แจงข้อมูลในการประชุมเพื่อความรอบคอบในการพิจารณาตัดสินใจ แต่ไม่มีสิทธิออกเสียงหรือตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีอำนาจเชิญฝ่ายจัดการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่เห็นสมควร เข้าร่วมประชุมหรือขอให้ชี้แจง รวมถึงมีอำนาจขอเอกสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

ลิงก์กฏบัตร

-

บริหารความเสี่ยง

บทบาทหน้าที่

- การกำกับดูแลด้านความเสี่ยง

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

วาระและค่าตอบแทน

กรรมการบริหารความเสี่ยงมีวาระอยู่ในตำแหน่ง เท่ากับวาระการดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทนับจากวันที่มีมติแต่งตั้งและเมื่อครบวาระแล้วหากคณะกรรมการบริษัทยังไม่มีมติแต่งตั้งชุดใหม่ ให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงชุดเดิมปฏิบัติหน้าที่ต่อไปจนกว่าคณะกรรมการบริษัทจะมีมติแต่งตั้งชุดใหม่ เมื่อมีกรรมการบริหารความเสี่ยงพ้นจากตำแหน่ง หรือมีเหตุใดที่ไม่สามารถอยู่ได้จนครบวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งใหม่ภายใน 3 เดือน นับแต่วันที่ครบวาระหรือพ้นจากตำแหน่ง โดยให้กรรมการใหม่มีวาระเท่าที่เหลืออยู่ของกรรมการที่ตนแทน และกรรมการที่ครบวาระแล้วอาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกก็ได้

นอกจากพ้นจากตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการบริหารความเสี่ยงพ้นจากตำแหน่ง เมื่อขาดคุณสมบัติ ลาออก ถึงแก่กรรม คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และกรอบการบริหารความเสี่ยง เพื่อเป็นกรอบการปฏิบัติงานใน กระบวนการบริหารความเสี่ยง ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของธุรกิจ และจัดระบบการบริหาร ความเสี่ยงของบริษัทให้เกิดความชัดเจนและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงความเพียงพอของระบบ ควบคุมภายใน เพื่อการจัดการความเสี่ยงต่างๆ ที่สำคัญ และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท
2. กำกับดูแลให้มีการระบุความเสี่ยง โดยพิจารณาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และมีการประเมินผลกระทบและโอกาสที่เกิดขึ้นของความ เสี่ยงที่ได้รับไว้ เพื่อจัดลำดับความเสี่ยงและเลือกวิธีจัดการความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม
3. ติดตาม ดูแล ประเมินผลการปฏิบัติงาน และสอบทาน แผนงานและรายงานการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัท และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
4. สนับสนุน และพัฒนาการบริหารความเสี่ยงในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร

5. ทบทวน ปรับปรุง แก้ไข กฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติ
6. มีอำนาจเรียกพนักงานของบริษัทที่เกี่ยวข้องมาชี้แจง ให้ความเห็น ร่วมประชุม หรือส่งเอกสารตามที่เห็น ว่าเกี่ยวข้องจำเป็น
7. ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ หรือที่ปรึกษาของบริษัท (ถ้ามี) หรือจ้างที่ปรึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญภายนอกในกรณี จำเป็นด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท
8. มีอำนาจแต่งตั้งคณะทำงานประเมินและติดตามความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ตลอดจนแต่งตั้งคณะทำงานอื่น ตามที่เห็นจำเป็น
- 9..ปฏิบัติตามมติตามที่คณะกรรมการบริษัท และ/หรือ คณะกรรมการบริหารมอบหมาย

การประชุม

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงต้องประชุมอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปี ในการเรียกประชุมกรรมการให้ประธานกรรมการหรือบุคคลซึ่งประธานกรรมการมอบหมาย ส่งหนังสือนัดประชุมล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน ก่อนวันประชุม โดยประธานกรรมการอาจกำหนดให้จัดการประชุมคณะกรรมการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ หรืออาจมีมติโดยไม่ต้องจัดประชุมหากได้รับอนุมัติจากประธานและกรรมการทุกคนลงนามเห็นชอบในมติดังกล่าว

การประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงต้องมีกรรมการบริหารความเสี่ยงมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการบริหารความเสี่ยงทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม ถ้าประธานกรรมการบริหารความเสี่ยงไม่อยู่ในที่ประชุมให้กรรมการบริหารความเสี่ยงที่มาประชุมเลือกกรรมการบริหารความเสี่ยงคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการบริหารความเสี่ยงคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด ทั้งนี้ เลขานุการ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

กรรมการบริหารความเสี่ยงผู้ใดมีส่วนได้เสียเป็นการส่วนตัวในเรื่องใด หรือมีส่วนได้เสียใดๆ ในเรื่องที่พิจารณา จะต้องแจ้งให้ที่ประชุมทราบและงดให้ความเห็น งดออกเสียง และออกจากห้องประชุม ยกเว้นที่ประชุมโดยไม่รวมกรรมการที่มีส่วนได้เสีย มีมติเอกฉันท์ให้กรรมการผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมชี้แจงข้อมูลในการประชุมเพื่อความรอบคอบในการพิจารณาตัดสินใจ แต่ไม่มีสิทธิออกเสียงหรือตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ

กรรมการบริหารความเสี่ยงมีอำนาจเชิญฝ่ายจัดการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่เห็นสมควร เข้าร่วมประชุมหรือขอให้ชี้แจง รวมถึงมีอำนาจขอเอกสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

ลิงก์กฎบัตร

-

บริษัทภิบาลและความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่

- บริษัทภิบาล
- การพัฒนาความยั่งยืน

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

วาระและคำตอบแทน

กรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืน มีวาระอยู่ในตำแหน่ง เท่ากับวาระการดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท นับจากวันที่มีมติแต่งตั้ง และเมื่อครบวาระแล้วหากคณะกรรมการบริษัทยังไม่มีมติแต่งตั้งชุดใหม่ ให้คณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืนชุดเดิมปฏิบัติหน้าที่ต่อไปจนกว่าคณะกรรมการบริษัทจะมีมติแต่งตั้งชุดใหม่ เมื่อมีกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืนพ้นจากตำแหน่ง หรือมีเหตุใดที่ไม่สามารถอยู่ได้จนครบวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งใหม่ภายใน 3 เดือน นับแต่วันที่ครบวาระหรือพ้นจากตำแหน่ง โดยให้กรรมการใหม่มีวาระเท่าที่เหลืออยู่ของกรรมการที่ตนแทน และกรรมการที่ครบวาระแล้ว อาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกก็ได้

นอกจากพ้นจากตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืนพ้นจากตำแหน่ง เมื่อขาดคุณสมบัติ ลาออก ถึงแก่กรรม คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง

คณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืนจะได้รับคำตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการ หลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม ในการดำเนินธุรกิจ จรรยาบรรณ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน นโยบายต่อต้านการ คอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความโปร่งใส เป็นธรรมและสนับสนุนการ เจริญเติบโตของบริษัทอย่างยั่งยืน และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
2. กำหนดแนวทางการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน พร้อมทั้ง ติดตามดูแล ให้คำปรึกษา และเสนอแนะ เพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัท
3. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความยุติธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยปราศจากผลประโยชน์ทับซ้อน
4. ติดตาม และทบทวนระบบงานต่างๆ ภายในองค์กรให้สอดคล้องกับจรรยาบรรณและแนวปฏิบัติที่ดีตามที่กำหนดไว้
5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับ ดูแลกิจการ และนโยบายต่อต้านการ คอร์รัปชัน
6. พิจารณานโยบาย และแผนการปฏิบัติด้านความยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ให้สอดคล้องเชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทเพื่อความมั่นคงและยั่งยืน
7. ให้คำแนะนำ ดูแลติดตาม ทบทวน และประเมินผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์กับบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินการต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ และเปิดเผยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปีของบริษัท
8. รับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ให้สำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยไม่กระทำ การใดๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสียหายต่อ บริษัท
9. ทบทวน ปรับปรุง และแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และนำเสนอต่อคณะกรรมการ บริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
10. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

ลิงก์กฎบัตร

-

7.3.2 ข้อมูลคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด

รายชื่อคณะกรรมการตรวจสอบ

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ ^(*) เพศ: ชาย อายุ : 74 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการตรวจสอบบัญชี : ใช่	ประธานกรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีลาออกระหว่างปี)	1 มี.ค. 2561	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, กฎหมาย, การเงิน, การจัดการความเสี่ยง
2. นาย สุขสันต์ เพื่องฤทธิ์ ^(*) เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการตรวจสอบบัญชี : ใช่	กรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีลาออกระหว่างปี)	8 ธ.ค. 2546	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, กฎหมาย, การจัดการความเสี่ยง
3. ดร. กวิพงษ์ หิรัญกลี ^(*) เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอก สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการตรวจสอบบัญชี : ใช่	กรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีลาออกระหว่างปี)	13 พ.ย. 2563	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, ตรวจสอบภายใน, บริหารธุรกิจ

คำอธิบายเพิ่มเติม:

(*) กรรมการที่มีความรู้และประสบการณ์ในการสอบทานงบการเงินของบริษัท

รายชื่อคณะกรรมการบริหาร

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง
1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 90 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	รองประธานกรรมการบริหาร	31 พ.ค. 2537
2. นาย พิภพ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 49 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	ประธานกรรมการบริหาร	24 ก.พ. 2549
3. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา เพศ: หญิง อายุ : 51 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	20 ก.พ. 2558
4. นางสาว สำอางค์ จันทริมา เพศ: หญิง อายุ : 61 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	31 พ.ค. 2537
5. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ เพศ: หญิง อายุ : 54 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	25 ก.พ. 2565

รายชื่อคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

ชื่อคณะกรรมการชุดย่อย	รายชื่อ	ตำแหน่ง
สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	นาย พีรชชัย ประกอบทรัพย์	ประธานกรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นาย พิภพ โชควัฒนา	กรรมการชุดย่อย
บริหารความเสี่ยง	นาย พิภพ โชควัฒนา	ประธานกรรมการชุดย่อย
	นาย สุขสันต์ เพื่องฤทธิ์	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา	กรรมการชุดย่อย
บรรษัทภิบาลและความยั่งยืน	ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี	ประธานกรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นาย สุขสันต์ เพื่องฤทธิ์	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นาย พิภพ โชควัฒนา	กรรมการชุดย่อย

7.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร

7.4.1 รายชื่อและตำแหน่งของผู้บริหาร

รายชื่อผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด

รายชื่อผู้บริหาร	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 90 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ประธานกรรมการบริษัท	2 ม.ค. 2512	การตลาด, บัญชี, การเงิน, ตรวจสอบภายใน, เศรษฐศาสตร์
2. นาย พิภพ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 49 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ประธานกรรมการบริหาร (ผู้บริหารสูงสุด)	24 ก.พ. 2549	กฎหมาย, การตลาด, บัญชี, การเงิน, บริหารธุรกิจ
3. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา ^(*) เพศ: หญิง อายุ : 51 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	กรรมการผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี การเงินและคลังสินค้า	20 ก.พ. 2558	การเงิน, บัญชี, การตลาด, ตรวจสอบภายใน, บริหารธุรกิจ

รายชื่อผู้บริหาร	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
4. นางสาว สำอางค์ จันทริมา เพศ: หญิง อายุ : 61 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	กรรมการ/ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	25 พ.ค. 2536	บัญชี, กฎหมาย, การเงิน, การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ, ตรวจสอบภายใน
5. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ เพศ: หญิง อายุ : 54 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	กรรมการ/เลขานุการรองประธาน	25 ก.พ. 2565	เศรษฐศาสตร์, บริหารธุรกิจ, ตรวจสอบภายใน, การจัดการความเสี่ยง, การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

คำอธิบายเพิ่มเติม :

(*) ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน

(**) ผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี

(***) แต่งตั้งภายหลังวันสิ้นสุดปีบัญชี ณ ปีรายงาน

แผนภาพโครงสร้างผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด

การเปลี่ยนแปลงการถือหุ้นบริษัทของกรรมการและผู้บริหาร ระหว่างปี 2568

นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

บริษัทมีนโยบายการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงผลการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม รวมถึงผลการปฏิบัติงานรายบุคคล เพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เพื่อทำหน้าที่พิจารณา ทบทวน และเสนอแนวทางการกำหนดค่าตอบแทนของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน โดยกำหนดหลักเกณฑ์ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบ และระดับความเสี่ยงของตำแหน่งงาน

การกำหนดค่าตอบแทนดังกล่าวอ้างอิงจากผลการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน โดยใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators: KPI) ที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และแผนธุรกิจ (Business Plan) ขององค์กร เพื่อให้การจ่ายค่าตอบแทนมีความชัดเจน สามารถวัดผลได้ และสะท้อนถึงความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ โครงสร้างค่าตอบแทนของบริษัทครอบคลุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ได้แก่ เงินเดือน โบนัสประจำปี และผลตอบแทนงู้อื่น ๆ ตามผลการดำเนินงาน โดยบริษัทได้พิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราค่าตอบแทนกับบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง (Benchmarking) เพื่อให้มั่นใจว่าค่าตอบแทนอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงค่าตอบแทนกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถของพนักงานในทุกระดับ เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยยึดหลักความโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ในทุกมิติของการกำหนดค่าตอบแทน

ตารางสรุปโครงสร้างค่าตอบแทนกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

ประเภทบุคลากร	องค์ประกอบค่าตอบแทน	รายละเอียด	รูปแบบการจ่าย	ความเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงาน
กรรมการบริษัท	ค่าตอบแทนรายเดือน / ค่าเบี้ยประชุม	ค่าตอบแทนสำหรับการกำกับดูแล และเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	รายเดือน / รายครั้ง	พิจารณาจากขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ และแนวปฏิบัติของตลาด
	โบนัส (ถ้ามี)	พิจารณาตามผลการดำเนินงานของบริษัทโดยรวม	รายปี	เชื่อมโยงกับผลประกอบการและการเติบโตของบริษัท
ผู้บริหารระดับสูง	เงินเดือน	ค่าตอบแทนประจำตามตำแหน่งและประสบการณ์	รายเดือน	อ้างอิงโครงสร้างเงินเดือนและตลาดแรงงาน
	โบนัส	ค่าตอบแทนผันแปรตามผลการดำเนินงาน	รายปี	อิง KPI ระดับองค์กรและรายบุคคล
	Incentive / Performance Bonus	ค่าตอบแทนเพื่อจูงใจตามเป้าหมายเชิงกลยุทธ์	รายปี / ตามรอบ	เชื่อมโยงกับ Business Plan และ KPI
	ผลประโยชน์อื่น	เช่น ประกันสุขภาพ รถประจำตำแหน่ง	ตามนโยบายบริษัท	เพื่อรักษาและจูงใจบุคลากร
พนักงาน	เงินเดือน	ค่าตอบแทนพื้นฐานตามตำแหน่งงาน	รายเดือน	อ้างอิงตลาดแรงงานและโครงสร้างองค์กร
	โบนัส	ค่าตอบแทนตามผลการดำเนินงาน	รายปี	อิง KPI องค์กรและผลงานรายบุคคล
	Incentive	ค่าตอบแทนตามผลงานหรือยอดขาย	รายเดือน / รายไตรมาส/รายปี	เชื่อมโยงกับเป้าหมายงาน
	สวัสดิการ	เช่น ประกันสังคม ประกันสุขภาพ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ตามนโยบายบริษัท	เพื่อสร้างความมั่นคงและความผูกพัน

ลิงก์นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหาร : https://image.makewebcdn.com/makeweb/0/7kkLWh5sL/Document/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2_%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%93%E0%B8%91%E0%B9%8C%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%98%E0%B8%B5%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%AF_V3.pdf?v=202405291424

คณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทนมีความ : มี
เห็น

ต่อนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหารหรือไม่

ความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับความเหมาะสมของการจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่าการกำหนดและการจ่ายค่าตอบแทนแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทเป็นไปอย่างเหมาะสม เป็นธรรม และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้กำหนดนโยบายให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้รับผิดชอบในการพิจารณา ทบทวน และติดตามโครงสร้างค่าตอบแทนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าค่าตอบแทนดังกล่าวสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล

ในการพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้ใช้หลักเกณฑ์ที่ชัดเจน โดยเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของบริษัททั้งในระดับองค์กรและระดับรายบุคคล ผ่านตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) ที่กำหนดไว้อย่างเหมาะสม รวมถึงการอ้างอิงข้อมูลเปรียบเทียบกับบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง เพื่อให้ค่าตอบแทนอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน โครงสร้างค่าตอบแทนของบริษัทครอบคลุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยมีการกำหนดองค์ประกอบของค่าตอบแทนอย่างสมดุลระหว่างค่าตอบแทนคงที่และค่าตอบแทนผันแปร เพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ควบคู่กับการส่งเสริมให้ผู้บริหารมุ่งเน้นการสร้างผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนในระยะยาว

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการสื่อสารนโยบายและหลักเกณฑ์การกำหนดค่าตอบแทนให้แก่ผู้บริหารในทุกระดับได้รับทราบอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันและความโปร่งใสในการบริหารจัดการ ทั้งนี้ การจ่ายค่าตอบแทนดังกล่าวอยู่ภายใต้กรอบวงเงินที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น และเป็นไปตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

โดยสรุป คณะกรรมการบริษัทเห็นว่าการกำหนดค่าตอบแทนของบริษัทมีความสมเหตุสมผล เหมาะสมกับสภาพธุรกิจและผลการดำเนินงาน สามารถจูงใจและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ ตลอดจนสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนของบริษัทในระยะยาว

7.4.3 ค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหาร

ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

	2566	2567	2568
ค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหารรวม (บาท)	8,303,798.00	8,808,045.11	8,320,426.00
ค่าตอบแทนผู้บริหาร (บาท)	8,303,798.00	8,808,045.11	8,320,426.00

รายละเอียดคำตอบแทนที่เป็นตัวเงินของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

บริษัทมีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนแก่กรรมการบริหารและผู้บริหารในรูปแบบตัวเงิน โดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานของบริษัทโดยรวม ควบคู่กับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละราย เพื่อให้สอดคล้องกับความรับผิดชอบและสร้างแรงจูงใจในการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

ในปี 2568 บริษัทได้จ่ายค่าตอบแทนให้แก่ผู้บริหารสายปฏิบัติการจำนวน 6 คน และที่ปรึกษาจำนวน 1 คน โดยค่าตอบแทนดังกล่าวประกอบด้วย เงินเดือน โบนัส ค่าพาหนะ และเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด

ทั้งนี้ ค่าตอบแทนรวมที่เป็นตัวเงินที่บริษัทจ่ายให้แก่ผู้บริหารและที่ปรึกษาในปี 2568 มีจำนวนทั้งสิ้น 8.94 ล้านบาท โดยโครงสร้างค่าตอบแทนดังกล่าวมีความเหมาะสมกับขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ และสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง

บริษัทมุ่งเน้นการกำหนดค่าตอบแทนอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ โดยมีการพิจารณาและทบทวนผ่านคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เพื่อให้มั่นใจว่าการจ่ายค่าตอบแทนดังกล่าวสนับสนุนการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ค่าตอบแทนอื่นของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

	2566	2567	2568
เงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับกรรมการผู้บริหารและผู้บริหาร (บาท)	120,459.00	109,566.00	121,704.00
Employee Stock Ownership Plan (ESOP)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
Employee Joint Investment Program (EJIP)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่ายของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่ายของกรรมการบริหารและผู้ : 0.00

บริหารในรอบปีที่ผ่านมา

7.5 ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน

ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานของบริษัท

จำนวนพนักงาน

	2566	2567	2568
พนักงานรวม (คน)	319	308	301
พนักงานชาย (คน)	46	50	50
พนักงานหญิง (คน)	273	258	251

จำนวนพนักงาน จำแนกตามตำแหน่งและสายงาน

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามตำแหน่ง

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานชาย ระดับปฏิบัติการ (คน)	40	43	44
จำนวนพนักงานชาย ระดับบริหาร (คน)	3	4	4
จำนวนพนักงานชาย ผู้บริหารระดับสูง (คน)	3	3	2

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามตำแหน่ง

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ (คน)	265	249	241
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร (คน)	5	6	7
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง (คน)	3	3	3

การเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ

จำนวนพนักงานเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา : ไม่ใช่

ข้อมูลเกี่ยวกับค่าตอบแทนพนักงาน

คำตอบแทนของพนักงาน

	2566	2567	2568
คำตอบแทนพนักงานรวม (บาท)	97,972,000.00	83,873,875.11	84,152,769.00
คำตอบแทน พนักงานชาย (บาท)	17,167,636.00	15,729,144.00	18,711,120.00
คำตอบแทน พนักงานหญิง (บาท)	80,804,364.00	68,144,731.11	65,441,649.00

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident fund: PVD)

นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident fund: PVD)

นโยบายการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ : มี

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงาน ซึ่งมีลักษณะเป็นแผนการจ่ายสมทบ (Defined Contribution Plan) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการออมและสร้างหลักประกันทางการเงินให้แก่พนักงานในระยะยาว

สินทรัพย์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพดังกล่าวได้แยกออกจากสินทรัพย์ของบริษัทอย่างชัดเจน และอยู่ภายใต้การบริหารจัดการโดยผู้จัดการกองทุนภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อให้การบริหารเงินกองทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง พนักงานสามารถเลือกอัตราเงินสะสมเข้ากองทุนได้ในอัตราร้อยละ 2 ถึงร้อยละ 15 ของเงินเดือน ขณะที่บริษัทจะจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนในอัตราร้อยละ 2 ของเงินเดือนพนักงาน โดยชำระเป็นรายเดือนตามเงื่อนไขที่กำหนด

ทั้งนี้ เงินสมทบที่บริษัทจ่ายเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพจะบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เกิดรายการดังกล่าว ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมวินัยทางการเงินของพนักงาน และมุ่งหวังให้กองทุนสำรองเลี้ยงชีพเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางการเงินและคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงานในระยะยาว

ภาพรวมวิธีการกำหนดอัตราเงินสะสมของลูกจ้างและอัตราเงินสมทบของนายจ้าง

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PVD)

รายละเอียดการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PVD)

จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม PVD

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (คน)	319	308	301
จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม PVD (คน)	114	118	146
สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD / พนักงานทั้งหมด (%)	35.74	38.31	48.50
สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD / พนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม (%)	35.74	38.31	48.50

จำนวนเงินของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

	2566	2567	2568
จำนวนเงินที่นายจ้างสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงาน (บาท)	681,854.00	634,846.00	701,318.00

รายละเอียดสรุปการเข้าร่วมเป็นสมาชิก PVD ของพนักงานในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อบริษัท	มีพนักงานเข้าร่วมเป็นสมาชิก PVD	จำนวนพนักงาน (คน)	จำนวนพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (คน)	จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม PVD (คน)	สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD จากพนักงานทั้งหมด (%)	สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD จากพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (%)
บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)	มี	301	301	146	48.50%	48.50%

นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมผ่านกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับลูกจ้างที่ยังไม่ได้เข้าเป็นสมาชิก PVD (ถ้ามี)

7.6 ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

7.6.1 ผู้ที่ได้รับมอบหมาย

รายชื่อผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี

ข้อมูลทั่วไป	อีเมล	โทรศัพท์
1. นางสาว นิวร จันทรสังข์	accnewcity2562@gmail.com	022946999 ext.115

รายชื่อเลขานุการบริษัท

ข้อมูลทั่วไป	อีเมล	โทรศัพท์
1. นาย อุดลย์ ศรีมาตี	laws@newcity.co.th	022946999 ext.157

รายชื่อหัวหน้างานตรวจสอบภายในหรือผู้ตรวจสอบภายในที่ว่างจากภายนอก

ข้อมูลทั่วไป	อีเมล	โทรศัพท์
1. นางสาว สำอางค์ จันทริมา	account@newcity.co.th	022946999 ext.137

7.6.2 หัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์

บริษัทมีการแต่งตั้งหัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์หรือไม่ : มี

รายชื่อหัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์

ข้อมูลทั่วไป	อีเมล	โทรศัพท์
1. นาย อุดลย์ ศรีมาตี	laws@newcity.co.th	022946999 ext.157

7.6.3 ผู้สอบบัญชีของบริษัท

รายละเอียดการสอบบัญชีของบริษัท

บริษัทผู้สอบบัญชี	ค่าสอบบัญชี (บาท)	ค่าบริการอื่น ๆ	รายชื่อและข้อมูลทั่วไปของผู้ สอบบัญชี
บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด เลขที่ 72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้นที่ 24 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ +66 2105 4661	1,056,500.00	ประเภทของงานบริการอื่น: ค่า ใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการตรวจ สอบงบการเงินโดยตรง รายละเอียดข้อมูลค่าบริการ อื่น ๆ: ค่าไปรษณีย์ในการส่ง หนังสือขอคำยืนยัน ค่าจัดพิมพ์ งบการเงิน ค่าเดินทาง ค่าเบี้ย	1. นางสาว คณิดา สว่างวงศ์ อีเมล: kanita@karinaudit.co.th เลขที่ใบอนุญาต: 14943

บริษัทผู้สอบบัญชี	ค่าสอบบัญชี (บาท)	ค่าบริการอื่น ๆ	รายชื่อและข้อมูลทั่วไปของ ผู้ สอบบัญชี
		เลี้ยง กรณีเดินทางไปทำงาน ต่างจังหวัด และอื่นๆ ไม่เกินปี ละ 15,000 บาท ส่วนที่จ่ายไปในระหว่างปี บัญชี: N/A บาท ส่วนที่จะต้องจ่ายในอนาคต: N/A บาท รวมค่าบริการ: 15,000.00 บาท	

7.6.4 บุคลากรที่ได้รับมอบหมาย กรณีที่เป็นบริษัทต่างประเทศ

บริษัทมีบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้เป็นตัวแทนในประเทศไทยหรือ : ไม่มี
ไม่

รายชื่อบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้เป็นตัวแทนในประเทศไทย

8. รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ

8.1 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา ⁽¹⁾

คณะกรรมการได้ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เห็นว่าบริษัทได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดกับหลักปฏิบัติส่วนใหญ่อยู่แล้วและในสถานการณ์ปัจจุบันยังมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจของบริษัทอยู่ สำหรับการนำแนวทาง CG Code จำนวน 8 หลัก ไปปรับใช้ ต่อไปนั้น บริษัทจะพิจารณาทบทวนเป็นประจำทุกปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อปรับปรุงพัฒนาให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมกับบริษัทต่อไป

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ ในปี 2568 บริษัทได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอข้อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัทเป็นการล่วงหน้าก่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 ปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอบุคคลใดเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนซึ่งไม่รวมกรรมการที่ได้รับการเสนอชื่อได้พิจารณาตามหลักเกณฑ์และกระบวนการที่บริษัทกำหนด และมีความเห็นว่ากรรมการที่พ้นตำแหน่งตามวาระดังกล่าวเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเป็นผู้มีพื้นฐานความเชี่ยวชาญจากหลากหลายวิชาชีพ มีคุณสมบัติเหมาะสมกับการประกอบธุรกิจของบริษัท และครบตามคุณสมบัติของ BOARD SKILL MATRIX รวมทั้งได้พิจารณาผลการปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่กรรมการบริษัท ทั้ง 3 ท่าน ได้ปฏิบัติงานในฐานะกรรมการบริษัทได้อย่างดีจึงเห็นควรเลือกตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการต่ออีกวาระหนึ่ง

8.1.1 การสรรหากรรมการ / การพัฒนกรรมการ / การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

การคัดเลือกหรือแต่งตั้งกรรมการของบริษัทได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาในวันที่ 13 ธันวาคม 2565 เพื่อรับนโยบายจากคณะกรรมการในช่วงต้นปี 2565 เพื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ในกระบวนการสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อเสนอดำรงตำแหน่งกรรมการ โดยคณะกรรมการสรรหาพิจารณาคัดเลือกบุคคลตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาในการนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามกฎเกณฑ์ต่อไป

ข้อมูลเกี่ยวกับการสรรหากรรมการ

การสรรหากรรมการอิสระ

หลักเกณฑ์ในการสรรหากรรมการอิสระ

1) กรรมการอิสระ

คุณสมบัติกรรมการอิสระ

นิยาม "กรรมการอิสระ" หมายถึง บุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วน และมีความเป็นอิสระตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกต.

กำหนด

คุณสมบัติของกรรมการอิสระของบริษัทเท่ากับข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ดังต่อไปนี้

1.1. ถือหุ้นไม่เกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจเกิดความขัดแย้ง ทั้งนี้ ให้นับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้น ๆ ด้วย

1.2 ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงานลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้เงินเดือนประจำ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกันหรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งเว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้ว ไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ

1.3 ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้อง และบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตรของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท หรือบริษัทย่อย

1.4 ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการพิจารณาอย่างอิสระของตนรวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระ หรือผู้บริหาร ของผู้ที่มีความ

1.5 สัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้ว ไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระความสัมพันธ์ทางธุรกิจตามวรรคหนึ่ง รวมถึงการทำการรายการทางการเงินที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการการเช่าหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการหรือการให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการรับหรือให้กู้ยืม คำประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สินรวมถึงพฤติกรรมอื่นทำนองเดียวกันซึ่งเป็นผลให้ผู้ขออนุญาตหรือคู่สัญญาที่มีภาระหนี้ที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ตั้งแต่ร้อยละสามของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของผู้ขออนุญาตหรือผู้ตั้งแต่ยี่สิบล้านบาท

ขึ้นไปแล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่าทั้งนี้ การคำนวณภาระหนี้ดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในรายการที่เกี่ยวข้องกันโดยอนุโลมแต่ในการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าวให้นับรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นในระหว่างหนึ่งปีก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบุคคลเดียวกัน

1.6 ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและไม่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระผู้บริหารหรือหุ้นส่วนผู้จัดการของสำนักงานสอบบัญชีซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งสังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ

1.7 ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมายหรือที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่าสองล้านบาทต่อปีจากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อยบริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทั้งนี้ในกรณีที่ผู้ให้บริการทางวิชาชีพเป็นนิติบุคคลให้รวมถึงการเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระผู้บริหารหรือหุ้นส่วนผู้จัดการของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วยเว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ

1.8 ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัทผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

1.9 ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ภายหลังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการอิสระที่มีลักษณะเป็นไปตามวรรคหนึ่ง 1 ถึง 8 แล้วกรรมการ อิสระอาจได้รับ มอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งโดยการตัดสินใจในรูปแบบขององค์คณะ (collective decision) ได้

2) หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกกรรมการอิสระและกระบวนการสรรหา

คณะกรรมการสรรหาพิจารณาสรรหาคัดเลือกกรรมการอิสระตามหลักเกณฑ์และคุณสมบัติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกลต.เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมผู้ถือหุ้น

ผู้บริหารระดับสูงสุด

บริษัทมีหลักปฏิบัติการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงสำหรับทดแทนผู้บังคับบัญชาสูงสุดของทุกหน่วยงานที่จะครบกำหนดเกษียณอายุ และผู้บริหารไม่สามารถปฏิบัติงานได้ โดยคณะกรรมการบริหารได้มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคคลที่จะได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้บริหารตามเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

- 2.1. คัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดภายในกลุ่มผู้ได้รับการพัฒนาเพื่อทดแทนตำแหน่งงาน
- 2.2. วิเคราะห์คุณสมบัติเป็นรายบุคคลเพื่อหาจุดเด่นและสิ่งที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมตาม
- 2.3. จัดทำแผนพัฒนารายบุคคลเพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ที่สมควรได้รับการคัดเลือกสำหรับเตรียมความพร้อมในการทดแทนตำแหน่งงาน
- 2.4. มีความเป็นผู้นำสามารถบริหารจัดการให้บริษัทไปสู่ยุทธศาสตร์เป้าหมายที่วางไว้ได้
- 2.5. มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความยุติธรรม มีคุณธรรมและจริยธรรม และไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กฎหมายกำหนด
- 2.6. เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์ มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ ความเข้าใจในธุรกิจของบริษัทเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำการแก้ปัญหา การบริหารงานในบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.7. เป็นผู้ได้รับการยอมรับนับถือ ครบถ้วน และเชื่อมั่น จากกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมทั้งบุคคลในวงการธุรกิจและบุคคลทั่วไป

ความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการให้บริการทางวิชาชีพของกรรมการอิสระในรอบปีที่ผ่านมา

ความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการให้บริการทางวิชาชีพ ของกรรมการ : ไม่มี

อิสระในรอบปีที่ผ่านมา

การสรรหากรรมการและผู้บริหารระดับสูงสุด

วิธีการสรรหากรรมการและผู้บริหารระดับสูงสุด

วิธีการสรรหาบุคคลที่จะแต่งตั้ง เป็นกรรมการ ผ่านคณะกรรมการ : ใช่

สรรหาหรือไม่

วิธีการสรรหาบุคคลที่จะแต่งตั้ง เป็นผู้บริหารระดับสูงสุด ผ่านคณะ : ใช่

กรรมการสรรหาหรือไม่

จำนวนกรรมการที่มาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่

จำนวนกรรมการที่มาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ แต่ละกลุ่มในรอบปีที่ผ่านมา : 9
(คน)

สิทธิของผู้ลงทุนรายย่อยในการแต่งตั้งกรรมการ

- 1.สิทธิในการเลือกกรรมการ ผู้ลงทุนรายย่อยสามารถเลือกกรรมการได้ในการประชุมผู้ถือหุ้น (Annual General Meeting - AGM) หรือการประชุมวิสามัญ (Extraordinary General Meeting - EGM) ตามสัดส่วนการถือหุ้น โดยการเลือกกรรมการนี้มักจะมีการเสนอชื่อกรรมการจากทั้งฝ่ายบริหารหรือกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และผู้ถือหุ้นรายย่อยสามารถเสนอชื่อกรรมการด้วยเช่นกัน หากมีสิทธิในการเสนอ
- 2.การเสนอชื่อกรรมการ ผู้ลงทุนรายย่อยสามารถเสนอชื่อกรรมการในที่ประชุมได้ หากมีจำนวนหุ้นที่มีสิทธิในการลงคะแนนเสียง (ตามข้อบังคับของบริษัท) และมีการจัดให้มีการเสนอชื่อกรรมการจากผู้ถือหุ้น
- 3.การใช้สิทธิในที่ประชุม หากผู้ลงทุนรายย่อยมีการถือหุ้นในบริษัทในจำนวนที่เหมาะสม (ตามกฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัท) สามารถใช้สิทธิในการลงคะแนนเสียงในการเลือกกรรมการในการประชุมผู้ถือหุ้น และหากมีการเสนอชื่อกรรมการที่เกี่ยวข้อง สามารถลงคะแนนเห็นชอบหรือไม่เห็นชอบได้

วิธีการแต่งตั้งกรรมการ : วิธีที่ผู้ถือหุ้นสามารถแบ่งคะแนนเสียงของตนในการเลือกตั้งกรรมการเพื่อให้ผู้ใดมากที่สุดตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด (Cumulative voting), วิธีการแต่งตั้งกรรมการแต่ละรายต้องได้รับคะแนนเสียงเห็นชอบเกินกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน

ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนากรรมการ

การพัฒนากรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

การพัฒนากรรมการและผู้บริหารระดับสูงสุด

บริษัทสนับสนุนให้กรรมการและผู้บริหาร รับการฝึกอบรมที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อเพิ่มศักยภาพของคณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท ในปี 2568 ได้ส่งกรรมการผู้บริหารอบรมหลักสูตรดังนี้

รายชื่อกรรมการ	การเข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา
1. นาย บุญปรณ์ โชควัฒนา	ยกระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนตามมาตรฐาน International Sustainability Standards Board (ISSB Standards) โดยสำนักงาน ก.ล.ต. จัดอบรมในวันศุกร์ที่ 6 มิถุนายน 2568
2.นาง จำเนียร โชควัฒนา	ยกระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนตามมาตรฐาน International Sustainability Standards Board (ISSB Standards) โดยสำนักงาน ก.ล.ต. จัดอบรมในวันศุกร์ที่ 6 มิถุนายน 2568
3. นางสาว สำอางค์ จันทริมา	บทบาทของคณะกรรมการท่ามกลางความท้าทาย ในการกำกับดูแลเพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม (ESG and Sustainable Value Creating)” โดยสหกรุป จัดอบรมในวันอังคารที่ 4 กุมภาพันธ์ 2568
4. นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์	งานสัมมนา “SET Carbon: Digital Solution for Sustainable Business” จัดโดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ วันที่ 16 มกราคม 2568
5. นาย กวีพงษ์ หิรัญกลี	งานสัมมนา “SET Carbon: Digital Solution for Sustainable Business” จัดโดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ วันที่ 16 มกราคม 2568
6. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา	อบรมหลักสูตร cfo ของ สมาคมส่งเสริมนักลงทุนไทย 3 ครั้ง 6 ชม. 1. 1. TLCA CFO CPDครั้งที่ 1/2025หัวข้อ Economic Update for CFO 2. 2. TLCA CFO CPDครั้งที่ 2/2025หัวข้อ Digital Asset: Utility Token 3. 3. TLCA CFO CPDครั้งที่ 4/2025 หัวข้อ มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate - Related Risks)
7. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์	งานสัมมนา “SET Carbon: Digital Solution for Sustainable Business” จัดโดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ วันที่ 16 มกราคม 2568
8. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์	บทบาทของคณะกรรมการท่ามกลางความท้าทาย ในการกำกับดูแลเพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม (ESG and Sustainable Value Creating)” โดยสหกรุป จัดอบรมในวันอังคารที่ 4 กุมภาพันธ์ 2568

9.นายพิภพ โชควัฒนา

รายการเข้าร่วมอบรม-สัมมนา คุณภาพ ไขควัฒนา ในปี 2568

No	Date	สถานที่	ในนาม	หัวข้ออบรม / หลักสูตร	รายละเอียด
1	10 ม.ค. 68	KingBridge Tower	SPI	ขับเคลื่อนสู่อนาคตด้วย ESG และ GEN AI ความท้าทายและโอกาสสำหรับเครือข่ายพัฒนา โดย EY	เพื่อให้ผู้บริหารสามารถขับเคลื่อนกลยุทธ์ ESG และการปรับตัวในการนำ Generative AI มาสนับสนุนในการทำงานด้านบัญชีและการเงิน พร้อมกับสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร
2	21-25 เม.ย. 68	ญี่ปุ่น	Lion	Lion - AL Leader Program : LCJ Session	
3	7 พ.ค. 68	KingBridge Tower	SPI	DHL Seminar-Unlocking Potential : How Logistics Drives Business Growth in a Changing Economy	
4	20 พ.ค. 68	KingBridge Tower	SPI	CG in New Normal by สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	
5	16-20 มิ.ย. 68	จีน - เกาหลีใต้	Lion	Lion - AL Leader Program : QDL & LCK	
6	14-18 ก.ค. 68	อินโดนีเซีย	Lion	Lion - AL Leader Program : LW & LCT	
7	1 ส.ค. 68	Centara Grand at CentralWorld	FTI	BangkokPost Forum 2025 "Sharping the future economy in the new global order"	ร่วมเสวนาในนามตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
8	18-22 ส.ค. 68	สิงคโปร์	Lion	Lion - AL Leader Program : Singapore NUS Session (National University of Singapore)	
9	9 ก.ย. 68	ห้องเอนก ชั้น 31 MS Siam	IT City	บรรยายพิเศษหัวข้อ "ชวนคิดวันนี้ เพื่ออนาคตของไทย (Thinking Forward to Thailand's Future)" โดย ท่านชวน หลีกภัย	
10	18 ก.ย. 68	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	FTI	บรรยายพิเศษ Global Geopolitics & Macroeconomics Shifts: Implications for Thai industries โดยผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทที่ปรึกษา Accenture	
11	12-14 พ.ย. 68	ญี่ปุ่น	Lion	Lion - AL Leader Program : Management Presentation and Ishinomaki Session in	
12	19 พ.ย. 68	ปตท. สำนักงานใหญ่	FTI	สัมมนาวิชาการประจำปี FTI Outlook 2026 ภายใต้หัวข้อ "DECODING THAILAND'S INDUSTRY FOR THE UPCOMING FUTURE ถอดรหัสอุตสาหกรรมไทย อ่านเกมอนาคต"	
13	2 ธ.ค. 68	Paragon Hall	SPI	Dinner Talk : GO Thailand 2026 - Beyond Survival โดย ฐานเศรษฐกิจ	

รายละเอียดการพัฒนากรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2546: Director Accreditation Program (DAP) • 2546: Director Leadership Certification Program (DLCP) อื่น ๆ • 2568: ยกระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนตามมาตรฐาน • 2551: Role of Compensation Committee (RCC)
2. นาง จำเนียร โชควัฒนา (รองประธานกรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2546: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: ยกระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนตามมาตรฐาน
3. นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2548: Director Accreditation Program (DAP) • 2548: Director Certification Program (DCP) อื่น ๆ • 2568: BangkokPost Forum 2025 "Sharping the future economy in the new global order" • 2568: BangkokPost Forum 2025 "Sharping the future economy in the new global order" • 2568: CG in New Normal by (IOD) • 2567: ESG : Understanding&Crisis Management,Broadening Board's Perspective on Risk and Compliance
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2559: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: TLCA CFO CPD 2025 ครั้งที่ 1,2,4 • 2567: TLCA CFO CPD 2024 ครั้งที่ 1,7,8

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปี บัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
5. นาย สุขสันต์ เพื่องฤทธิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2546: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: SET Carbon: Digital Solution for Sustainable Business • 2567: SET ESG Professionals Forum 2024 : “Innovative and Adaptive Governance : Leading Board Excellence”
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	อื่น ๆ • 2568: SET Carbon: Digital Solution for Sustainable Business • 2567: SET ESG Professionals Forum 2024 : “Innovative and Adaptive Governance : Leading Board Excellence”
7. นาง พชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ (กรรมการ)	เข้าร่วม	อื่น ๆ • 2568: บทบาทของคณะกรรมการท่ามกลางความท้าทาย ในการกำกับดูแลเพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม
8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2546: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: บทบาทของคณะกรรมการท่ามกลางความท้าทาย ในการกำกับดูแลเพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม • 2567: SET ESG Professionals Forum 2024 : “Innovative and Adaptive Governance : Leading Board Excellence” • 2567: การออกแบบระบบควบคุมภายในที่ดีให้แก่องค์กร • 2567: เจาะลึกมาตรฐานบัญชีทางด้านสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	อื่น ๆ • 2568: SET Carbon: Digital Solution for Sustainable Business • 2567: SET ESG Professionals Forum 2024 : “Innovative and Adaptive Governance : Leading Board Excellence” • 2556: Director accreditation Program Class100/2013

ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

การประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท

การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญกับการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยกำหนดให้มีการประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัททั้งคณะและรายบุคคลเป็นประจำทุกปี

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทจำนวน 9 ท่าน ได้ดำเนินการประเมินตนเองตามแบบประเมินที่เลขานุการบริษัทจัดทำขึ้น ซึ่งครอบคลุม บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และการปฏิบัติงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยดำเนินการประเมินปีละ 1 ครั้ง ในช่วงปลายเดือน ธันวาคมของทุกปี จากนั้นเลขานุการบริษัทจะรวบรวมและจัดทำรายงานสรุปผลคะแนนเพื่อนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทรับทราบ ในปีถัดไป

สำหรับผลการประเมินตนเองประจำปี 2568 ได้มีการนำเสนอในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569 โดยผลการประเมินทั้งในระดับคณะและรายบุคคลอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้ บริษัทได้จัดเก็บผลการประเมินดังกล่าวไว้เป็นหลักฐานโดยเลขานุการ บริษัท

การประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทได้จัดให้มีการประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนด ค่าตอบแทน คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยใช้หลักเกณฑ์และแนวทางการประเมินตาม ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด ซึ่งครอบคลุมด้านโครงสร้าง องค์กรประกอบ คุณสมบัติ และประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะ กรรมการชุดย่อย

ในการดำเนินการ เลขานุการบริษัทจะจัดส่งแบบประเมินให้กรรมการในแต่ละคณะเป็นผู้ประเมินตนเอง และรวบรวมผลการประเมินเพื่อนำ เสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทรับทราบ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อยให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ในปี 2568 ผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะ ทั้งในระดับคณะและรายบุคคลอยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อการ พัฒนา ได้แก่ การเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านดิจิทัลของกรรมการ และการเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง

ตารางสรุปผลการประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท ประจำปี 2568

หัวข้อการประเมิน	ขอบเขตการประเมิน	วิธีการประเมิน	ความถี่	ผลการประเมิน	แนวทางพัฒนา
คณะกรรมการบริษัท (ทั้งคณะ)	บทบาท หน้าที่ ความ รับผิดชอบ และการ กำกับดูแลกิจการที่ดี	ประเมินตนเอง (Self-Assessment)	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เสริมทักษะด้าน ดิจิทัล และพัฒนา ความรู้ต่อเนื่อง
คณะกรรมการบริษัท (รายบุคคล)	ประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงานรายบุคคล การมีส่วนร่วม และ ความรับผิดชอบ	ประเมินตนเองราย บุคคล	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เพิ่มการพัฒนาทักษะ เฉพาะด้านที่เกี่ยวข้อง
คณะกรรมการตรวจ สอบ	โครงสร้าง องค์กร ประกอบ และ ประสิทธิภาพการ กำกับดูแล	ประเมินตนเอง	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เสริมองค์ความรู้ด้าน กฎระเบียบและการ กำกับดูแล
คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่า ตอบแทน	ความเหมาะสมของ โครงสร้างค่า ตอบแทน และการ สรรหาบุคลากร	ประเมินตนเอง	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	พัฒนาแนวทาง Benchmark และ Talent Management
คณะกรรมการ บรรษัทภิบาลและ ความยั่งยืน	การกำกับดูแลกิจการ และการขับเคลื่อน ESG	ประเมินตนเอง	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เพิ่มความรู้ด้าน ESG และแนวโน้มความ ยั่งยืน
คณะกรรมการบริหาร ความเสี่ยง	การกำหนดและ ติดตามความเสี่ยงของ องค์กร	ประเมินตนเอง	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เสริมความรู้ด้าน Risk Analytics และ เครื่องมือใหม่

การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

คณะกรรมการได้ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เห็นว่าบริษัทได้ปฏิบัติตามสอดคล้องกับหลักปฏิบัติส่วนใหญ่อยู่แล้วและในสถานการณ์ปัจจุบันยังมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจของบริษัทอยู่ สำหรับการนำแนวทาง CG Code จำนวน 8 หลัก ไปปรับใช้ ต่อไปนั้น บริษัทจะพิจารณาทบทวนเป็นประจำทุกปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อปรับปรุงพัฒนาให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมกับบริษัทต่อไป

ในปี 2568 กรรมการของบริษัท จำนวน 9 ท่าน ได้ประเมินตนเองตามแบบประเมินที่เลขานุการบริษัทได้จัดส่งให้เพื่อประเมินตนเองของคณะกรรมการ ตามนโยบายการกำกับหลักการดูแลกิจการที่ดี และหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท พร้อมทั้งวัดผลการประเมินปีละ 1 ครั้ง โดยมีขั้นตอนการประเมิน ในช่วงปลายเดือนธันวาคม เพื่อจัดทำรายงานสรุปผลคะแนน และได้นำเสนอผลการประเมินต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทในปีถัดไป สำหรับผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัทประจำปี 2568 มีการนำเสนอผลคะแนนในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569 และผลคะแนนการประเมินตนเองของคณะกรรมการทั้งคณะและรายบุคคล ได้นำส่งให้เลขานุการบริษัทได้จัดเก็บไว้เป็นหลักฐาน

สรุปคะแนนผลการประเมินตนเองโดยรวมของคณะกรรมการทั้งคณะ ประจำปี 2568 ดังนี้

หัวข้อประเมิน	คะแนนเต็ม	คะแนนที่ได้ (ถัวเฉลี่ย)	เทียบเป็น %
1. โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ มี 13 ข้อ	1,300.00	1,300.00	100.00
2. บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ มี 20 ข้อ	2,000.00	2,000.00	100.00
3. การประชุมคณะกรรมการ มี 9 ข้อ	900.00	900.00	100.00
4. การทำหน้าที่ของกรรมการ มี 7 ข้อ	700.00	700.00	100.00
5. ความสัมพันธ์กับฝ่ายจัดการ มี 5 ข้อ	500.00	500.00	100.00
6.การพัฒนาตนเองของกรรมการและการพัฒนาผู้บริหาร มี 6 ข้อ	600.00	597.00	99.50
รวม	6,000.00	5,997.00	99.95

สรุปคะแนนผลการประเมินตนเองของกรรมการรายบุคคลทั้ง 9 ท่าน ประจำปี 2568 ดังนี้

หัวข้อประเมิน	คะแนนเต็ม	คะแนนที่ได้ (เฉลี่ย)	เทียบเป็น %
1. โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ มี 13 ข้อ	1,300.00	1,300.00	100.00
2. บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการมี 20 ข้อ	2,000.00	1,991.00	99.55
3. การประชุมคณะกรรมการ มี 9 ข้อ	900.00	900.00	100.00
4. การทำหน้าที่ของกรรมการ มี 7 ข้อ	700.00	697.00	99.57
5. ความสัมพันธ์กับฝ่ายจัดการ มี 5 ข้อ	500.00	500.00	100.00
6.การพัฒนาตนเองของกรรมการและการพัฒนาผู้บริหาร มี 6 ข้อ	600.00	597.00	99.50
รวม	6,000.00	5,985.00	99.75

สรุปคะแนนผลการประเมินตนเองของกรรมการรายบุคคลทั้ง 9 ท่าน ประจำปี 2568 ดังนี้

หัวข้อประเมิน	คะแนนเต็ม	คะแนนที่ได้(ถ้าเฉลี่ย)	เทียบเป็น %
1.โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ มี 2 ข้อ	200	200	100.00
2.การประชุมของคณะกรรมการ มี 4 ข้อ	400	400	100.00
3.บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการมี 5 ข้อ	500	494	98.80
รวม	1,100	1,094	99.45

สรุปผลคะแนนการประเมินผลงานของ CEO โดยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ประจำปี 2568 ดังนี้

ลำดับที่	หัวข้อประเมิน	คะแนนเต็ม	ทำได้	
			จำนวนคะแนน	%
1	ความเป็นผู้นำ มี 6 ข้อ	600.00	600.00	100.00
2	การกำหนดกลยุทธ์ มี 6 ข้อ	600.00	595.00	99.17
3	การปฏิบัติตามกลยุทธ์ มี 6 ข้อ	600.00	590.00	98.33
4	การวางแผนและผลปฏิบัติทางการเงิน มี 6 ข้อ	600.00	595.00	99.17
5	ความสัมพันธ์กับคณะกรรมการ มี 6 ข้อ	600.00	600.00	100.00
6	ความสัมพันธ์กับภายนอก มี 5 ข้อ	500.00	495.00	99.00
7	การบริหารงานและความสัมพันธ์กับบุคลากร มี 6 ข้อ	600.00	595.00	99.17
8	การสื่อสารต่อตำแหน่ง มี 3 ข้อ	300.00	300.00	100.00
9	ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มี 4 ข้อ	400.00	400.00	100.00
10	คุณลักษณะส่วนตัว มี 6 ข้อ	600.00	595.00	99.17
	รวม	5,400.00	5,365.00	99.35

การประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทได้จัดให้มีการประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อย ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยใช้แนวทางการประเมินของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยหลักเกณฑ์

- (1)โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ
- (2)การประชุมของคณะกรรมการ
- (3) บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

โดยการประเมินดังกล่าว เลขาธิการบริษัทจะจัดส่งแบบประเมินให้กับกรรมการแต่ละคณะเป็นผู้ทำการประเมินและจัดส่งผลการประเมินกลับมายังบริษัท เพื่อรวบรวมและรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทเพื่อรับทราบและนำผลการประเมินไปพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานที่ของกรรมการชุดย่อยต่อไป ในปี2568 ผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยทุกชุด อยู่ในเกณฑ์ที่ดี

8.1.2 การเข้าร่วมประชุมและการจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

ปัจจุบันคณะกรรมการบริษัท มีจำนวน 9 ท่านโดยมีกรรมการเป็นผู้บริหารจำนวน 5 ท่าน กรรมการไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 4

โดยมีกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน และในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทมีการประชุมจำนวน 5 ครั้ง และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารได้มีการประชุมกันโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วย จำนวน 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2568 เพื่อหารือเกี่ยวกับการพัฒนาตนเองของกรรมการและผู้บริหาร เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ใหม่ๆ ที่ทันสมัยเกี่ยวกับเทคโนโลยี การบริหารจัดการ และได้รายงานผลการประชุมต่อประธานกรรมการบริหาร

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

จำนวนการประชุมของคณะกรรมการบริษัท ในรอบปีที่ผ่านมา (ครั้ง) : 5

การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) : 29 เม.ย. 2568

การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น (EGM) : ไม่มี

รายละเอียดการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อกรรมการ	การเข้าร่วมประชุมของกรรมการ			เข้าประชุม AGM			เข้าประชุม EGM		
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)
1. นาย บุญปรกรณ์ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ)	3	/	5	0	/	1	N/A	/	N/A
2. นาง จำเนียร โชควัฒนา (รองประธานกรรมการ)	5	/	5	1	/	1	N/A	/	N/A
3. นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการ)	5	/	5	1	/	1	N/A	/	N/A
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา (กรรมการ)	5	/	5	1	/	1	N/A	/	N/A
5. นาย สุขสันต์ เฟื่องฤทธิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5	/	5	1	/	1	N/A	/	N/A
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5	/	5	1	/	1	N/A	/	N/A
7. นาง พชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ (กรรมการ)	5	/	5	1	/	1	N/A	/	N/A
8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา (กรรมการ)	5	/	5	1	/	1	N/A	/	N/A
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5	/	5	1	/	1	N/A	/	N/A

รายละเอียดการสรุปสัดส่วนการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อกรรมการ	อัตราการเข้าประชุมคณะกรรมการบริษัท	อัตราการเข้าประชุม AGM	อัตราการเข้าประชุม EGM
1. นาย บุญปรณ์ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ)	3/5 (60.00%)	N/A	N/A
2. นาง จำเนียร โชควัฒนา (รองประธานกรรมการ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
3. นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา (กรรมการ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
5. นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
7. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ (กรรมการ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา (กรรมการ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย	(95.56%)	88.89%	N/A

รายละเอียดสาเหตุกรณีที่กรรมการบริษัทไม่สามารถเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท

ลาป่วย

คำตอบแทนของคณะกรรมการ

ลักษณะคำตอบแทนของคณะกรรมการ

คำตอบแทนของคณะกรรมการบริษัทในปี 2568 ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามที่คณะกรรมการบริษัทเสนอผ่านคณะกรรมการ โดยเปรียบเทียบข้อมูลอ้างอิงจากอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ผลการดำเนินงานของบริษัท และอำนาจหน้าที่และ ความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

คำตอบแทนอื่นๆ สำหรับกรรมการบริหารและผู้บริหาร

บริษัท จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ แก่พนักงานที่เป็นสมาชิกในอัตรา 2 %

คำตอบแทนของคณะกรรมการ (2)

รายละเอียดคำตอบแทนของกรรมการแต่ละรายบุคคลในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				คำตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุม ต่อปี	คำตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	คำตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
1. นาย บุญปรกรณ์ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ)			315,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (ประธานกรรมการ)	15,000.00	300,000.00	315,000.00	-	
คณะกรรมการบริหาร (รองประธานกรรมการบริหาร)	N/A	N/A	N/A	-	
2. นาง จำเนียร โชควัฒนา (รองประธานกรรมการ)			165,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (รองประธานกรรมการ)	15,000.00	150,000.00	165,000.00	-	
3. นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการ)			235,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	15,000.00	200,000.00	215,000.00	-	
คณะกรรมการบริหาร (ประธานกรรมการบริหาร)	N/A	N/A	N/A	-	
บริหารความเสี่ยง (ประธานกรรมการชุดย่อย)	4,000.00	3,500.00	7,500.00	-	
สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (กรรมการชุดย่อย)	3,000.00	3,500.00	6,500.00	-	
บรรษัทภิบาลและความยั่งยืน (กรรมการชุดย่อย)	3,000.00	3,000.00	6,000.00	-	
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา (กรรมการ)			128,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	15,000.00	100,000.00	115,000.00	-	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	N/A	N/A	N/A	-	
บริหารความเสี่ยง (กรรมการชุดย่อย)	3,000.00	10,000.00	13,000.00	-	

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				คำตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุม ต่อปี	คำตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	คำตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
5. นาย สุขสันต์ เพื่องฤทธิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)			136,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	15,000.00	N/A	15,000.00	-	
คณะกรรมการตรวจสอบ (กรรมการตรวจสอบ)	15,000.00	90,000.00	105,000.00	-	
บริหารความเสี่ยง (กรรมการ ชูดย่อย)	3,000.00	5,000.00	8,000.00	-	
บรรษัทภิบาลและความยั่งยืน (กรรมการชูดย่อย)	3,000.00	5,000.00	8,000.00	-	
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)			159,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	15,000.00	N/A	15,000.00	-	
คณะกรรมการตรวจสอบ (ประธานกรรมการตรวจสอบ)	20,000.00	110,000.00	130,000.00	-	
สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ประธานกรรมการ ชูดย่อย)	4,000.00	10,000.00	14,000.00	-	
7. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ (กรรมการ)			105,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	15,000.00	90,000.00	105,000.00	-	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	N/A	N/A	N/A	-	
8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา (กรรมการ)			105,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	15,000.00	90,000.00	105,000.00	-	

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				คำตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	คำตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	คำตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	N/A	N/A	N/A	-	
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี (กรรมการ, กรรมการอิสระ)			137,000.00		N/A
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	15,000.00	N/A	15,000.00	-	
คณะกรรมการตรวจสอบ (กรรมการตรวจสอบ)	15,000.00	90,000.00	105,000.00	-	
บรรษัทภิบาลและความยั่งยืน (ประธานกรรมการชุดย่อย)	4,000.00	5,000.00	9,000.00	-	
สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (กรรมการชุดย่อย)	3,000.00	5,000.00	8,000.00	-	

รายละเอียดสรุปคำตอบแทนแต่ละรายคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อคณะกรรมการ	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	คำตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)
1. คณะกรรมการบริษัท	135,000.00	930,000.00	1,065,000.00
2. คณะกรรมการตรวจสอบ	50,000.00	290,000.00	340,000.00
3. คณะกรรมการบริหาร	N/A	N/A	N/A
4. สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	10,000.00	18,500.00	28,500.00
5. บริหารความเสี่ยง	10,000.00	18,500.00	28,500.00
6. บรรษัทภิบาลและความยั่งยืน	10,000.00	13,000.00	23,000.00

หมายเหตุ : (2) บริษัทได้จ่ายคำตอบแทนเลขานุการคณะกรรมการบริษัทเพิ่มเติมจากรายละเอียดคำตอบแทนกรรมการดังนี้

1. นายอดุลย์ ศรีมาตี ตำแหน่ง เลขานุการบริษัทและเลขานุการคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน มีดังนี้

ค่าเบี้ยประชุม คณะกรรมการจำนวน 15,000 บาท

คำตอบแทนที่เป็นตัวเงินจำนวน 60,000 บาท

ค่าเบี้ยประชุม เลขานุการคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนจำนวน

จำนวน 3,000 บาท

คำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน จำนวน 10,000 บาท

2. นางสาวสํอางค์ จันทริมา ตำแหน่ง เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ

ค่าเบี้ยประชุม จำนวน 15,000 บาท

คำตอบแทนที่เป็นตัวเงิน จำนวน 90,000 บาท

ทั้งนี้ คำตอบแทนและเบี้ยประชุมที่นำรวมนับที่ในคำตอบแทนแต่ละรายในคณะกรรมการที่ไม่ได้เป็นกรรมการ ตำแหน่งเลขานุการ คณะกรรมการสรรหา/ค่าตอบแทน คือ นางพัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ และตำแหน่งเลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คือ นส.สํอางค์ จันทริ

มา

คำตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่ายของกรรมการบริษัท

คำตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่าย ของกรรมการบริษัทในรอบปีที่ : 0.00

ผ่านมา

(บาท)

8.1.3 การกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

กลไกการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมหรือไม่ : มี

กลไกการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม : มี

กลไกในการกำกับดูแลการจัดการและ รับผิดชอบการดำเนินงานใน : การเปิดเผยข้อมูลฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน, การ

บริษัทย่อยและ บริษัทร่วมที่อนุมัติโดยคณะกรรมการ ทำรายการระหว่างบริษัทกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

การกำกับดูแลการจัดการและความรับผิดชอบต่อการใช้งานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยมุ่งเน้นให้มีระบบการบริหารจัดการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท ปัจจุบัน บริษัทมีบริษัทร่วมจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดกลไกในการกำกับดูแลการบริหารงานของบริษัทร่วม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบริษัท โดยให้ความเห็นชอบในเรื่องสำคัญ อาทิ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ แผนธุรกิจ และนโยบายหลัก เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

บริษัทได้มอบหมายให้ฝ่ายจัดการของบริษัทเป็นผู้แทนในการกำกับดูแลบริษัทร่วม โดยการแต่งตั้งหรือเสนอชื่อบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่เหมาะสมเข้าไปดำรงตำแหน่งกรรมการหรือผู้บริหารในบริษัทร่วม ตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท หรือข้อตกลงร่วมกัน เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลและติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่กำหนด

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลบริษัทร่วมที่สำคัญ ดังนี้

1. การแต่งตั้งตัวแทนของบริษัท

การแต่งตั้งบุคคลเข้าไปดำรงตำแหน่งกรรมการหรือผู้บริหารในบริษัทร่วมจะเป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้น หรือข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้น โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท

2. การกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

บริษัทกำหนดขอบเขตอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อกรรมการและผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของบริษัทในบริษัทร่วมอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถกำกับดูแลและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

3. การกำกับดูแลการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูล

บริษัทกำหนดแนวทางให้บริษัทร่วมดำเนินการตามหลักเกณฑ์เดียวกับบริษัทในเรื่องที่สำคัญ ได้แก่ การจัดทำและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและผลการดำเนินงาน การเข้าทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ รวมถึงการทำรายการสำคัญอื่น ๆ โดยต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล และนโยบายของบริษัทอย่างเคร่งครัด

นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทร่วมอย่างสม่ำเสมอ ผ่านรายงานผลการดำเนินงานและการประชุมร่วมกัน เพื่อให้สามารถบริหารความเสี่ยงและสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

สรุปโครงสร้างและกลไกการกำกับดูแลบริษัทร่วม

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อบริษัทร่วม	บริษัท นิเวลล์สินิตติ้ง จำกัด (มหาชน)
ลักษณะความสัมพันธ์	บริษัทร่วมของบริษัท
แนวทางการกำกับดูแล	กำกับดูแลให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท
การกำหนดนโยบายสำคัญ	คณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ แผนธุรกิจ และนโยบายสำคัญของบริษัทร่วม
การแต่งตั้งกรรมการ/ผู้บริหาร	แต่งตั้งหรือเสนอชื่อบุคคลเข้าเป็นกรรมการหรือผู้บริหารตามสัดส่วนการถือหุ้นหรือข้อตกลง โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท
บทบาทตัวแทนบริษัท	กรรมการ/ผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของบริษัท มีหน้าที่กำกับดูแล ติดตาม และรายงานผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท
ขอบเขตอำนาจหน้าที่	กำหนดอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของตัวแทนบริษัทในบริษัทร่วมอย่างชัดเจน
การกำกับดูแลรายการสำคัญ	กำหนดให้การทำการรายการที่สำคัญ เช่น รายการที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ เป็นไปตามหลักเกณฑ์เดียวกับบริษัท
การเปิดเผยข้อมูล	บริษัทร่วมต้องจัดทำและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและผลการดำเนินงานอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และทันเวลา ตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
การติดตามผลการดำเนินงาน	บริษัทติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทร่วมอย่างสม่ำเสมอ ผ่านรายงานและการประชุม เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย
การบริหารความเสี่ยง	มีการติดตามและประเมินความเสี่ยงของบริษัทร่วม เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัท

การเปิดเผยข้อตกลงระหว่างบริษัทกับผู้ถือหุ้นในการบริหารจัดการบริษัทย่อยและบริษัทร่วม (Shareholders' agreement)

ไม่มี

8.1.4 การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดทำและเผยแพร่ “คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี” ซึ่งครอบคลุมนโยบายสำคัญ ได้แก่ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

บริษัทได้ส่งมอบคู่มือดังกล่าวให้แก่กรรมการบริษัทครบทุกท่าน คิดเป็นร้อยละ 100 เพื่อให้กรรมการรับทราบและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงได้มีการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติดังกล่าวไปยังผู้บริหารและพนักงานผ่านช่องทางต่าง ๆ ของบริษัท โดยเฉพาะผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง สะดวก และโปร่งใส

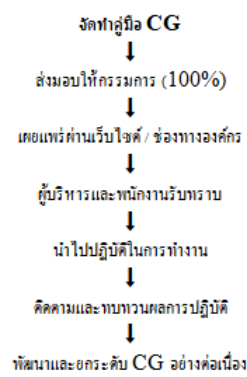
นอกจากนี้ บริษัทได้ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และนำหลักการดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานประจำวันอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ทั้งนี้ บริษัทมีการติดตามและทบทวนการปฏิบัติตามนโยบายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจและสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง อันจะนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

สรุปการสื่อสารและติดตามนโยบายกำกับดูแลกิจการ

หัวข้อ	รายละเอียด
เอกสาร/นโยบาย	คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ประกอบด้วย นโยบาย CG, จริยธรรมธุรกิจ, จรรยาบรรณกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน)
กลุ่มเป้าหมาย	กรรมการบริษัท / ผู้บริหาร / พนักงาน
การสื่อสารถึงกรรมการ	ส่งมอบคู่มือให้กรรมการครบทุกท่าน (ร้อยละ 100)
การสื่อสารถึงผู้บริหารและพนักงาน	เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์บริษัท และช่องทางภายในองค์กร
วัตถุประสงค์	เพื่อให้บุคลากรรับทราบ ตระหนัก และใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน
การนำไปปฏิบัติ	ส่งเสริมให้ยึดถือเป็นมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้
การติดตามผล	มีการติดตามและทบทวนการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ
ผลลัพธ์	บุคลากรมีความเข้าใจและปฏิบัติตามนโยบายได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องหลัก CG

Flow การสื่อสารและกำกับดูแล (สำหรับ Infographic)



การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

การดำเนินงานในเรื่องการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการป้องกันความขัดแย้ง ทางผล : มี

ประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมาหรือไม่

8.1.4 4 การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการใช้ข้อมูลภายในโดยมิชอบ โดยได้กำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ และมาตรการควบคุมอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับกฎหมายและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

1) การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คณะกรรมการบริษัทปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์อย่างเคร่งครัด โดยในกรณีที่มีการทำรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทกำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้พิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นและความเหมาะสมของรายการดังกล่าว ก่อนเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ

ทั้งนี้ หากคณะกรรมการบริษัทมีความเห็นแตกต่างจากคณะกรรมการตรวจสอบ บริษัทจะเปิดเผยความเห็นดังกล่าวอย่างโปร่งใส นอกจากนี้ ในกรณีที่กรรมการรายใดมีส่วนได้เสียในวาระที่พิจารณา กรรมการรายนั้นจะไม่มีสิทธิออกเสียงและไม่เข้าร่วมในการพิจารณาวาระดังกล่าว เพื่อให้การตัดสินใจเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทโดยรวม

2) การป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

บริษัทได้กำหนดมาตรการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่มีโอกาสรับทราบข้อมูลภายใน รวมถึงคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของบุคคลดังกล่าว ห้ามมิให้นำข้อมูลภายในไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน หรือเพื่อการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลา 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินต่อสาธารณชน ซึ่งได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนในจรรยาบรรณของบริษัท

บริษัทกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารมีหน้าที่รายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงมีการรายงานการมีส่วนได้เสียของกรรมการและผู้บริหารหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริษัทสามารถติดตามและกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดแนวทางในการเก็บรักษาและควบคุมการเข้าถึงข้อมูลภายในเป็นลายลักษณ์อักษร โดยจำกัดการเข้าถึงเฉพาะผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต้องใช้ข้อมูลดังกล่าว และจะเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้บริหารหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในเวลาเดียวกับการเปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อป้องกันการใช้ข้อมูลอย่างไม่เป็นธรรม

3) การกำกับดูแลรายการที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทมีมาตรการในการพิจารณาอนุมัติการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างรอบคอบ โดยกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ เช่น ลักษณะความสัมพันธ์ มูลค่ารายการ ความเห็นของกรรมการอิสระ และข้อมูลอื่นที่จำเป็น เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทและ/หรือผู้ถือหุ้นสามารถพิจารณาตัดสินใจได้อย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้กรรมการหรือผู้บริหารที่มีส่วนได้เสีย หรือมีความเกี่ยวข้องกับรายการดังกล่าว ต้องไม่เข้าร่วมในการพิจารณาหรือลงมติในเรื่องนั้น

4) การติดตามและผลการดำเนินงาน

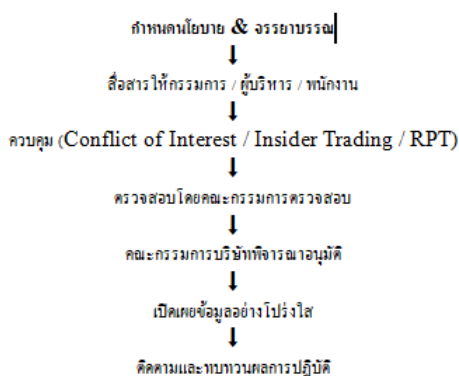
บริษัทมีการติดตามและทบทวนการปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรทุกระดับปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

ในปีที่ผ่านมา บริษัทไม่พบกรณีกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานมีการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วงระยะเวลาที่กำหนดให้งดการซื้อขายแต่อย่างใด

สรุปมาตรการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการใช้ข้อมูลภายใน

หัวข้อ	มาตรการ / แนวปฏิบัติ	ผู้รับผิดชอบ	กลไกควบคุม	ผลการดำเนินงาน
ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	ให้คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณารายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ / คณะกรรมการบริษัท	เปิดเผยเหตุผล ความจำเป็น และความเห็นที่แตกต่าง (ถ้ามี)	ไม่พบประเด็นที่มีนัยสำคัญ
	กรรมการที่มีส่วนได้เสียไม่มีสิทธิออกเสียงและไม่เข้าร่วมพิจารณา	คณะกรรมการบริษัท	บันทึกการประชุมและการงดออกเสียง	ปฏิบัติตามครบถ้วน
การใช้ข้อมูลภายใน	กำหนดห้ามใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตัว	กรรมการ / ผู้บริหาร / พนักงาน	ระบุในจรรยาบรรณและนโยบายบริษัท	ไม่พบการฝ่าฝืน
	กำหนดช่วง Blackout Period (ก่อนประกาศงบการเงิน 1 เดือน)	บริษัท	ควบคุมและติดตามการซื้อขายหลักทรัพย์	ไม่พบการซื้อขายในช่วงห้าม
	รายงานการถือครองหลักทรัพย์ตามกฎหมาย (มาตรา 59)	กรรมการ / ผู้บริหาร	รายงานต่อ ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯ	ปฏิบัติตามครบถ้วน
การเปิดเผยข้อมูลและรายการเกี่ยวโยงกัน	เปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างครบถ้วน	บริษัท	ความเห็นกรรมการอิสระ / การเปิดเผยข้อมูล	โปร่งใส ตรวจสอบได้
	กรรมการ/ผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียไม่เข้าร่วมพิจารณา	คณะกรรมการบริษัท	กลไกงดออกเสียง	ปฏิบัติตามครบถ้วน
การควบคุมข้อมูลภายใน	กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะผู้เกี่ยวข้อง	บริษัท	นโยบายควบคุมข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร	มีการควบคุมอย่างเหมาะสม
	เปิดเผยข้อมูลให้ผู้เกี่ยวข้องพร้อมกัน	บริษัท	ลดความได้เปรียบด้านข้อมูล	ปฏิบัติสม่ำเสมอ
การติดตามผล	ติดตามและทบทวนการปฏิบัติตามนโยบาย	บริษัท	รายงานและการกำกับดูแลภายใน	ไม่พบการกระทำผิด

Flow การกำกับดูแล (Infographic)



3) การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทมีพันธกิจในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล โดยยึดถือความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยบริษัทได้กำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ในหมวดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับรับทราบและยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน นอกจากนี้ บริษัทได้นำแนวทางและมาตรการของโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition: CAC) มาใช้เป็นกรอบในการดำเนินงาน เพื่อยกระดับมาตรฐานการป้องกันการทุจริตให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดี บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต โดยผู้บริหารและพนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมและการอบรมที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ยอมรับการทุจริตในทุกรูปแบบ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยมีประวัติเกี่ยวข้องหรือถูกดำเนินคดีด้านการทุจริตคอร์รัปชัน และในปีที่ผ่านมาไม่พบประเด็นปัญหาดังกล่าว รวมถึงไม่พบข้อพิพาทด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน ทั้งนี้ บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการทุจริตอย่างต่อเนื่อง

4) การแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

บริษัทมุ่งมั่นส่งเสริมความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย โดยได้กำหนดนโยบายและมาตรการในการรับข้อร้องเรียนหรือเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย การฝ่าฝืนจรรยาบรรณ หรือการทุจริตคอร์รัปชันของบุคลากรในองค์กร

ช่องทางการแจ้งเบาะแส

บริษัทได้จัดให้มีช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียนที่หลากหลาย ผ่านฝ่ายตรวจสอบภายในและคณะกรรมการตรวจสอบ ดังนี้

อีเมล: account@newcity.co.th

โทรศัพท์: 02-2946999 ต่อ 137, 157

- ไปรษณีย์: ฝ่ายตรวจสอบภายใน บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)
666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
- หรือแจ้งผ่านคณะกรรมการตรวจสอบ

กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับข้อร้องเรียน

เมื่อได้รับข้อร้องเรียน ฝ่ายตรวจสอบภายในจะดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. รวบรวมและตรวจสอบข้อเท็จจริง
2. เสนอเรื่องให้กรรมการอิสระดำเนินการสอบสวน
3. เสนอแนวทางแก้ไขต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องภายในระยะเวลาที่กำหนด
4. แจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ร้องเรียนทราบ

หากพบว่าการกระทำผิดจริง บริษัทจะพิจารณาดำเนินการทางวินัยและ/หรือทางกฎหมายตามความเหมาะสม

มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

บริษัทให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยกำหนดมาตรการ ดังนี้

- ผู้ร้องเรียนสามารถเลือกไม่เปิดเผยตัวตนได้
- ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับอย่างเคร่งครัด
- ผู้ร้องเรียนจะได้รับการคุ้มครองจากการถูกตอบโต้หรือการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม

การติดตามและผลการดำเนินงาน

บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าข้อร้องเรียนได้รับการพิจารณาและแก้ไขอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ

ในปีที่ผ่านมา บริษัทไม่พบข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการกระทำผิดกฎหมาย จรรยาบรรณ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของระบบการกำกับดูแล การควบคุมภายใน และการคุ้มครองผู้ร้องเรียนของบริษัท

สรุปนโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันและการแจ้งเบาะแส

หัวข้อ

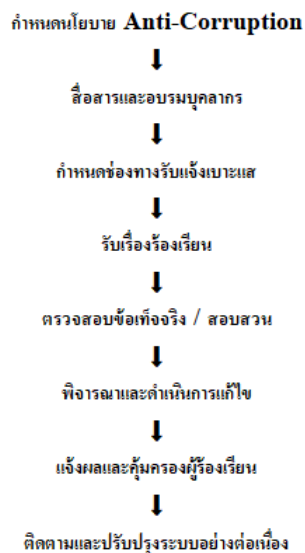
รายละเอียด

นโยบายต่อต้านทุจริต

กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรในคู่มือกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ

แนวทางปฏิบัติ	ยึดหลักซื่อสัตย์ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และไม่ยอมรับการทุจริตทุกรูปแบบ
มาตรฐานอ้างอิง	แนวทาง CAC (Collective Action Coalition)
การสื่อสาร	สื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบและถือปฏิบัติ
การอบรม/กิจกรรม	ส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมและอบรมด้านต่อต้านคอร์รัปชัน
ช่องทางแจ้งเบาะแส	อีเมล / โทรศัพท์ / ไปรษณีย์ / คณะกรรมการตรวจสอบ
หน่วยงานรับผิดชอบ	ฝ่ายตรวจสอบภายใน / คณะกรรมการตรวจสอบ
กระบวนการดำเนินการ	รับเรื่อง ตรวจสอบข้อเท็จจริง สอบสวน เสนอแนวทางแก้ไข แจ้งผล
มาตรการคุ้มครอง	ไม่เปิดเผยตัวตน / เก็บข้อมูลเป็นความลับ / ป้องกันการตอบโต้
การติดตามผล	มีการติดตาม ตรวจสอบ และรายงานผลอย่างต่อเนื่อง
ผลการดำเนินงานปีล่าสุด	ไม่พบข้อร้องเรียนด้านทุจริตหรือการกระทำผิดจรรยาบรรณ

Flow การต่อต้านทุจริตและการแจ้งเบาะแส (Infographic)



จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์รวม (กรณี)	0	0	0

การป้องกันการรั่วข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

การดำเนินงานในเรื่องการป้องกันการรั่วข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน เพื่อ : ไม่มี / อยู่ระหว่างดำเนินการ

แสวงหาผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมาหรือไม่

การกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน โดยได้กำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ และมาตรการควบคุมอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันมิให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานนำข้อมูลภายในไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน โดยเฉพาะการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท อันอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

1) การติดตามการรายงานการซื้อขายหลักทรัพย์

บริษัทกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทให้เป็นไปตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 โดยต้องรายงานต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ภายในระยะเวลา 3 วันทำการนับแต่วันที่มีการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ กรรมการและผู้บริหารต้องแจ้งให้เลขานุการบริษัททราบ เพื่อให้บริษัทสามารถจัดทำบันทึกการเปลี่ยนแปลงและรายงานสรุปการถือครองหลักทรัพย์ต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทในการประชุมครั้งถัดไป เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้

2) การห้ามใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตัว

บริษัทได้กำหนดมาตรการห้ามกรรมการและผู้บริหารใช้ข้อมูลภายในที่มีนัยสำคัญต่อราคาหลักทรัพย์เพื่อการซื้อขาย โดยกำหนดช่วงระยะเวลาห้ามซื้อขาย (Blackout Period) เป็นเวลา 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินหรือข้อมูลสำคัญต่อสาธารณชน และห้ามทำการซื้อขายจนกว่าจะพ้นระยะเวลายาวนาน 24 ชั่วโมงหลังจากการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว

ทั้งนี้ หากพบการฝ่าฝืน บริษัทมีมาตรการลงโทษตามลำดับความร้ายแรง ได้แก่ การตักเตือน การตัดค่าจ้าง การพักงานโดยไม่รับค่าจ้าง หรือการเลิกจ้าง รวมถึงการดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3) การปฏิบัติตามนโยบายในปีที่ผ่านมา

ในปีที่ผ่านมา บริษัทไม่พบกรณีการซื้อขายหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหารในช่วงระยะเวลาที่กำหนดให้งดการซื้อขายตามนโยบายของบริษัท ซึ่งสะท้อนถึงการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดและมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทได้เริ่มนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการรายงานและติดตามการถือครองหลักทรัพย์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง และความรวดเร็วในการกำกับดูแล

4) การกำกับดูแลและการรับรอง

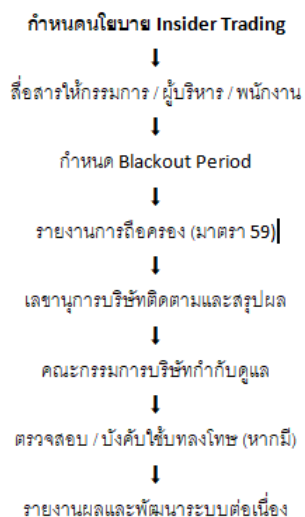
มาตรการและแนวปฏิบัติดังกล่าวได้รับการพิจารณาและรับรองจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี กฎหมาย และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

บริษัทมุ่งมั่นในการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการรั่วข้อมูลในทางที่ไม่เหมาะสม และเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนในระยะยาว

สรุปมาตรการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน

หัวข้อ	รายละเอียด
นโยบาย	กำหนดนโยบายห้ามใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตน โดยเฉพาะการซื้อขายหลักทรัพย์
ผู้ที่เกี่ยวข้อง	กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เข้าถึงข้อมูลภายใน
การรายงานการถือครองหลักทรัพย์	รายงานตามมาตรา 59 ต่อ ก.ล.ต. ภายใน 3 วันทำการ และแจ้งเลขานุการบริษัท
การติดตาม	เลขานุการบริษัทจัดทำสรุปรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองเสนอคณะกรรมการ
ช่วงห้ามซื้อขาย (Blackout Period)	ห้ามซื้อขาย 1 เดือนก่อนเปิดเผยงบการเงิน และอย่างน้อย 24 ชั่วโมงหลังเปิดเผยข้อมูล
การควบคุมข้อมูล	จำกัดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะผู้เกี่ยวข้อง และเปิดเผยข้อมูลพร้อมสาธารณชน
บทลงโทษ	ตักเตือน / ตัดค่าจ้าง / พักงาน / เลิกจ้าง และดำเนินการตามกฎหมาย
เครื่องมือสนับสนุน	ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการรายงานและติดตาม
การกำกับดูแล	คณะกรรมการบริษัทรับรองนโยบายและติดตามการปฏิบัติ
ผลการดำเนินงานปีล่าสุด	ไม่พบการซื้อขายหลักทรัพย์ในช่วง Blackout Period

Flow การกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน (Infographic)



จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์รวม (กรณี)	0	0	0

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

การดำเนินงานในเรื่องการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการต่อต้าน ทุจริตคอร์รัปชันในรอบปีที่ : ไม่มี / อยู่ระหว่างดำเนินการ
ผ่านหรือไม่

การดำเนินงานด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร และสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับรับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้

บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมภายในที่ครอบคลุมการป้องกันการทุจริตในทุกกระบวนการที่สำคัญ อาทิ การกำหนดอำนาจอนุมัติอย่างเหมาะสม การแบ่งแยกหน้าที่ (Segregation of Duties) การควบคุมการเข้าถึงข้อมูล การกำหนดแนวปฏิบัติในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการจัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้ร้องเรียน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการตรวจสอบและป้องกันการกระทำที่ไม่เหมาะสม

ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569 ซึ่งมีกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระเข้าร่วมประชุมครบทั้ง 3 ท่าน คณะกรรมการตรวจสอบได้ประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัท โดยใช้แบบประเมินตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งครอบคลุม 5 องค์ประกอบ 17 หลักการ ตามกรอบการควบคุมภายในที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่

- (1) สภาพแวดล้อมการควบคุม
- (2) การประเมินความเสี่ยง
- (3) กิจกรรมการควบคุม
- (4) สารสนเทศและการสื่อสาร
- (5) การติดตามและประเมินผล

จากผลการประเมินดังกล่าว คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่มีความเพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับลักษณะและขนาดของธุรกิจ สามารถสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ บริษัทมีการติดตามและทบทวนการดำเนินงานด้านการต่อต้านทุจริตอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรการที่กำหนดยังคงมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ยอมรับการทุจริตในทุกรูปแบบ

มาตรการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันกับระบบควบคุมภายใน

องค์ประกอบการควบคุมภายใน	มาตรการด้าน Anti-Corruption	แนวปฏิบัติ / เครื่องมือ	ผลการดำเนินงาน
1. สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment)	กำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน และจรรยาบรรณธุรกิจ	คู่มือ CG / Code of Conduct / Tone at the Top	บุคลากรรับทราบและถือปฏิบัติ
2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)	ระบุและประเมินความเสี่ยงด้านทุจริต	Risk Assessment / Fraud Risk	มีการประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ
3. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)	ป้องกันการทุจริตในกระบวนการสำคัญ	แบ่งแยกหน้าที่ (SoD) / การอนุมัติ / RPT Control	ลดโอกาสการทุจริต
4. สารสนเทศและการสื่อสาร (Information & Communication)	สื่อสารนโยบายและช่องทางแจ้งเบาะแส	Website / Training / Whistleblowing Channel	เข้าถึงข้อมูลได้ทั่วถึง
5. การติดตามประเมินผล (Monitoring Activities)	ตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติ	Internal Audit / Audit Committee Review	ระบบมีประสิทธิภาพต่อเนื่อง

สรุปผลการประเมิน

คณะกรรมการตรวจสอบได้ประเมินระบบควบคุมภายในตามกรอบ 5 องค์ประกอบ 17 หลักการ

- เห็นว่าระบบมี ความเพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ
- สามารถ ป้องกันและลดความเสี่ยงด้านทุจริตคอร์รัปชันได้อย่างเหมาะสม
- สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจและสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท

จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันรวม (กรณี)	0	0	0

การแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)

การดำเนินงานในเรื่องการแจ้งเบาะแสในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการแจ้งเบาะแส ในรอบปีที่ผ่านมาหรือ : มี
ไม่

การแจ้งเบาะแสและการร้องเรียน

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย โดยเปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำที่อาจเข้าข่ายผิดกฎหมาย การทุจริต การประพฤติมิชอบ หรือพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท รวมถึงกรณีการละเมิดสิทธิหรือการไม่ได้รับความเป็นธรรม ผ่านช่องทางและกระบวนการที่บริษัทกำหนดไว้อย่างชัดเจน บริษัทได้กำหนดช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนที่หลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้แจ้ง โดยสามารถแจ้งได้โดยตรงต่อหน่วยงานหรือบุคคลที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. ฝ่ายตรวจสอบภายใน

อีเมล: account@newcity.co.th

โทรศัพท์: 02-294-6999 ต่อ 137

- ไปรษณีย์: บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)
666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

2. เลขาธิการคณะกรรมการตรวจสอบ / เลขาธิการบริษัท

- ติดต่อ: นางสาวสำอองค์ จันทิมา (เลขาธิการคณะกรรมการตรวจสอบ) หรือ นายอดุลย์ ศรีมาตี (เลขาธิการบริษัท)
- โทรศัพท์: 02-294-6999 ต่อ 137, 157
- โทรสาร: 02-294-3801
- อีเมล: laws@newcity.co.th

3. คณะกรรมการตรวจสอบ

- ไปรษณีย์: บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)
666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

บริษัทกำหนดให้ข้อมูลการร้องเรียนและตัวตนของผู้แจ้งเบาะแสได้รับการเก็บรักษาเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และมีมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียนจากการถูกตอบโต้หรือการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม

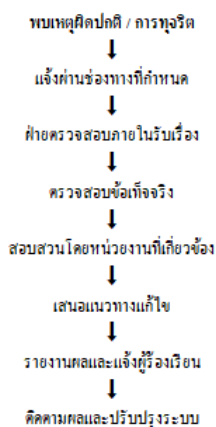
ทั้งนี้ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจะถูกพิจารณาและดำเนินการตามกระบวนการที่กำหนด โดยมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และเป็นอิสระ พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินการต่อผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการกำกับดูแล และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้

สรุประบบการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)

หัวข้อ	รายละเอียด
วัตถุประสงค์	เปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย การทุจริต การประพฤติมิชอบ หรือการไม่ได้รับความเป็นธรรม
ผู้มีสิทธิแจ้ง	พนักงาน ผู้บริหาร ผู้มีส่วนได้เสีย และบุคคลภายนอก
ช่องทางการแจ้ง	อีเมล / โทรศัพท์ / โทรสาร / ไปรษณีย์ / ผ่านฝ่ายตรวจสอบภายใน / คณะกรรมการตรวจสอบ
หน่วยงานรับผิดชอบ	ฝ่ายตรวจสอบภายใน / เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ / เลขานุการบริษัท / คณะกรรมการตรวจสอบ
กระบวนการดำเนินการ	รับเรื่อง ตรวจสอบข้อเท็จจริง สอบสวน เสนอแนวทางแก้ไข รายงานผล
การรักษาความลับ	เก็บข้อมูลและตัวตนของผู้ร้องเรียนเป็นความลับอย่างเคร่งครัด
มาตรการคุ้มครอง	คุ้มครองผู้ร้องเรียนจากการถูกตอบโต้หรือการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม
การรายงานผล	แจ้งผลให้ผู้ร้องเรียนทราบตามความเหมาะสม
การติดตามผล	มีการติดตามและตรวจสอบเพื่อให้การแก้ไขเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
ผลการดำเนินงานปีล่าสุด	ไม่พบข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญ

Flow การแจ้งเบาะแส (Infographic)



จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแจ้งเบาะแส

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่ได้รับผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสรวม (กรณี)	0	0	0

การติดตามการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการอื่น ๆ

สรุปผลการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนไว้ในเอกสารที่เกี่ยวข้อง อาทิ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณธุรกิจ พร้อมทั้งสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับรับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทได้จัดให้มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) การดูแลพนักงานและการไม่เลือกปฏิบัติ

บริษัทส่งเสริมการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติในด้านเชื้อชาติ เพศ ศาสนา หรือความคิดเห็นทางสังคม รวมถึงสนับสนุนโอกาสในการพัฒนาและความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเหมาะสม

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้มีการติดตามและทบทวนแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคลอย่างสม่ำเสมอ และไม่พบข้อร้องเรียนด้านการเลือกปฏิบัติ

2) การต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการแข่งขันที่เป็นธรรม โปร่งใส และปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีการสื่อสารและให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับข้อกำหนดด้านการแข่งขันทางการค้าอย่างต่อเนื่อง

ในรอบปีที่ผ่านมา ไม่พบการกระทำที่เข้าข่ายการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

3) การดูแลสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย และความปลอดภัย

บริษัทให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน โดยมีการตรวจสอบความปลอดภัยในสถานที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ และปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสม

ทั้งนี้ ไม่พบอุบัติเหตุร้ายแรงหรือเหตุการณ์ที่มีนัยสำคัญด้านความปลอดภัยในปีที่ผ่านมา

4) การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ

บริษัทกำหนดมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศอย่างเหมาะสม โดยครอบคลุมการควบคุมสิทธิการเข้าถึงข้อมูล การป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล และการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ในปีที่ผ่านมา ไม่พบเหตุการณ์การละเมิดข้อมูลหรือการเข้าถึงข้อมูลโดยมิชอบ

5) การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทดำเนินการตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด โดยมีการสื่อสารและติดตามการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดให้มีช่องทางในการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

ในปีที่ผ่านมา ไม่พบกรณีการทุจริตคอร์รัปชัน

6) การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทกำหนดมาตรการในการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำกับดูแลการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างโปร่งใส โดยให้กรรมการและผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียไม่มีส่วนร่วมในการพิจารณา

ในปีที่ผ่านมา การดำเนินการเป็นไปตามหลักเกณฑ์และไม่พบประเด็นที่มีนัยสำคัญ

7) การกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทมีมาตรการควบคุมการใช้ข้อมูลภายในอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดช่วงเวลาห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ (Blackout Period) และการรายงานการถือครองหลักทรัพย์ตามกฎหมาย

ในปีที่ผ่านมา ไม่พบการฝ่าฝืนนโยบายดังกล่าว

จากการติดตามผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทเห็นว่าการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยไม่พบประเด็นการฝ่าฝืนที่มีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ บริษัทจะยังคงพัฒนาและปรับปรุงแนวปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

สรุปผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ (CG Summary)

หมวด	นโยบาย / แนวปฏิบัติ	การดำเนินงานในปีที่ผ่านมา	ผลการดำเนินงาน
การดูแลพนักงานและไม่เลือกปฏิบัติ	ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม	ทบทวนนโยบาย HR และติดตามการปฏิบัติ	ไม่พบข้อร้องเรียน
การแข่งขันที่เป็นธรรม	ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า	อบรมและสื่อสารแนวปฏิบัติให้พนักงาน	ไม่พบการฝ่าฝืน
สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย	ส่งเสริมความปลอดภัยและลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม	ตรวจสอบสถานที่ทำงานและปรับปรุงต่อเนื่อง	ไม่พบเหตุการณ์ร้ายแรง
ความปลอดภัยของข้อมูล	ควบคุมการเข้าถึงและป้องกันข้อมูลรั่วไหล	ใช้มาตรการ IT และ PDPA	ไม่พบการละเมิดข้อมูล
ต่อต้านคอร์รัปชัน	นโยบาย Anti-Corruption และแนวทาง CAC	สื่อสารนโยบายและติดตามผล	ไม่พบกรณีทุจริต
แจ้งเบาะแส (Whistleblowing)	มีช่องทางร้องเรียนและคุ้มครองผู้แจ้ง	รับเรื่องและติดตามผลอย่างเป็นระบบ	ไม่พบข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญ
ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	กำกับดูแลรายการที่เกี่ยวข้องกัน	กรรมการที่มีส่วนได้เสียต้องเสีย	ปฏิบัติถูกต้อง
การใช้ข้อมูลภายใน	กำหนด Blackout Period และรายงานหุ้น	ติดตามผ่านระบบและเลขานุการบริษัท	ไม่พบการฝ่าฝืน
ระบบควบคุมภายใน	ประเมินตาม COSO (5 องค์ประกอบ 17 หลักการ)	คณะกรรมการตรวจสอบประเมินประจำปี	ระบบเพียงพอและมีประสิทธิภาพ

8.2 รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบในรอบปีที่ผ่านมา

8.2.1 การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ

การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ (ครั้ง) : 5

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (ประธานกรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
2. นาย สุขสันต์ เพื่องฤทธิ์ (กรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
3. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี (กรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย				100.00%

8.2.2 ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่หลากหลายในด้านบัญชี การเงิน เศรษฐศาสตร์ นิติศาสตร์ และการบริหารธุรกิจ ได้แก่

- นายพิรัชชัย ประกอบทรัพย์ ประธานกรรมการตรวจสอบ
- นายสุขสันต์ เพื่องฤทธิ์ กรรมการตรวจสอบ
- นายกวีพงษ์ หิรัญกลี กรรมการตรวจสอบ

โดยมีนางสาวสำอองค์ จันทริมา ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ทำหน้าที่เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ตามขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยในปี 2568 คณะกรรมการตรวจสอบมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 5 ครั้ง และกรรมการตรวจสอบทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นอิสระและรอบคอบ โดยสามารถสรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ที่สำคัญได้ดังนี้

1) การสอบทานงบการเงิน

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานงบการเงินของบริษัททั้งรายไตรมาสและประจำปี โดยร่วมพิจารณาเกี่ยวกับฝ่ายจัดการและผู้สอบบัญชีภายนอก เพื่อให้มั่นใจว่างบการเงินจัดทำขึ้นอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ โปร่งใส และเชื่อถือได้

ทั้งนี้ ผู้สอบบัญชีภายนอกได้แสดงความเห็นต่องบการเงินของบริษัทประจำปี 2568 แบบไม่มีเงื่อนไข (Unqualified Opinion) และคณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณางบการเงินก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่ออนุมัติ

2) การสอบทานรายการที่เกี่ยวข้องกันและความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานรายการที่เกี่ยวข้องกันและรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยพิจารณาความสมเหตุสมผล ความจำเป็น และความเหมาะสมของรายการ รวมถึงความเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงาน ก.ล.ต. ผลการสอบทานพบว่ารายการดังกล่าวเป็นไปตามปกติธุรกิจ มีเงื่อนไขทางการค้าที่เป็นธรรม และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน

3) การสอบทานระบบควบคุมภายในและแผนตรวจสอบภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานแผนงานตรวจสอบภายในและผลการตรวจสอบของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ และเห็นว่าบริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาระบบควบคุมภายในให้มีความรัดกุมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

4) การกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนด

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานการดำเนินงานของบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อกำหนดของสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในปีที่ผ่านมา ไม่พบการฝ่าฝืนกฎหมายที่มีนัยสำคัญ หรือข้อพิพาททางกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

5) การสอบทานระบบบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการตรวจสอบได้ติดตามและสอบทานระบบบริหารความเสี่ยงของบริษัท โดยเห็นว่าบริษัทมีการกำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม มีการระบุ ประเมิน และติดตามความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมความเสี่ยงสำคัญ 8 ด้าน ได้แก่

- ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์
- ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน
- ความเสี่ยงด้านการเงิน
- ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย
- ความเสี่ยงด้านสุขภาพ
- ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม
- ความเสี่ยงด้านชุมชน
- ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง

โดยบริษัทมีการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

6) การพิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทน

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาคัดเลือกผู้สอบบัญชีประจำปี 2568 โดยคำนึงถึงความเป็นอิสระ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ และคุณภาพในการปฏิบัติงาน รวมถึงความเหมาะสมของค่าตอบแทน

โดยมีมติเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีจากบริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด ต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติต่อไป

ความเห็นโดยรวมของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า ในปี 2568 บริษัทมีการจัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้ มีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอ มีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม และมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบจะยังคงปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นอิสระ โปร่งใส และพัฒนาการกำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เติบโตอย่างยั่งยืน

1) โครงสร้างและการประชุม

รายการ

รายละเอียด

จำนวนกรรมการตรวจสอบ	3 คน (กรรมการอิสระทั้งหมด)
จำนวนครั้งประชุม	5 ครั้ง
การเข้าร่วมประชุม	เข้าร่วมครบถ้วนทุกท่าน
คุณสมบัติ	มีความรู้ด้านบัญชี การเงิน กฎหมาย และบริหารธุรกิจ
เลขานุการ	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

2) Attendance รายบุคคล

ชื่อกรรมการตรวจสอบ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าร่วม / จำนวนประชุม	% Attendance
นายพิรัชชัย ประกอบทรัพย์	ประธานกรรมการตรวจสอบ	5/5	100%
นายสุขสันต์ เพื่องฤทธิ์	กรรมการตรวจสอบ	5/5	100%
นายทวีพงษ์ หิรัญกุล	กรรมการตรวจสอบ	5/5	100%

3) KPI การปฏิบัติหน้าที่

ด้านการกำกับดูแล	KPI	ผลการดำเนินงาน
งบการเงิน	ความถูกต้องและครบถ้วนของงบ	ผู้สอบบัญชีให้ความเห็น “ไม่มีเงื่อนไข”
รายการเกี่ยวโยงกัน	ความโปร่งใสและความสมเหตุสมผล	เป็นไปตามปกติธุรกิจและเปิดเผยครบถ้วน
ควบคุมภายใน	ความเพียงพอของระบบ	เพียงพอและมีประสิทธิภาพ
บริหารความเสี่ยง	การครอบคลุมความเสี่ยง	ครอบคลุม 8 ด้านและมี Risk Appetite
การปฏิบัติตามกฎหมาย	การไม่ฝ่าฝืนข้อกำหนด	ไม่พบประเด็นนัยสำคัญ
ผู้สอบบัญชี	ความเป็นอิสระและคุณภาพ	เหมาะสมและได้รับการเสนอแต่งตั้ง

4) ขอบเขตการปฏิบัติหน้าที่ (Scope)

- สอบทานงบการเงินรายไตรมาสและประจำปี
- สอบทานรายการที่เกี่ยวข้องกัน
- กำกับดูแลระบบควบคุมภายในและตรวจสอบภายใน
- ติดตามการบริหารความเสี่ยง
- กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย
- พิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชี

5) ความเห็นโดยรวม

คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า บริษัทมี
งบการเงินถูกต้องและเชื่อถือได้
ระบบควบคุมภายในเพียงพอและมีประสิทธิภาพ
ระบบบริหารความเสี่ยงครอบคลุมและเหมาะสม
การกำกับดูแลกิจการเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

8.3 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

8.3.1 - 8.3.2 การเข้าประชุมและผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหาร

การประชุมคณะกรรมการบริหาร (ครั้ง) : 12

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหาร			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. นาย บุญปรกรณ์ โชควัฒนา (รองประธานกรรมการบริหาร)	10	/	12	10 / 12 (83.33%)
2. นาย พิภพ โชควัฒนา (ประธานกรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
3. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา (กรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
4. นางสาว สำอางค์ จันทริมา (กรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
5. นาง พัชรินทร์ ตริกุลกิตติพันธ์ (กรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย				96.67%

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด ซึ่งดำเนินการในฐานะฝ่ายจัดการเพื่อปฏิบัติหน้าที่บริหารจัดการกิจการของบริษัทตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ได้ดำเนินการประชุมและปฏิบัติงานตามกรอบกฏบัตรของคณะกรรมการบริหาร รวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง โดย สามารถสรุปผลการประชุมได้ดังนี้:

- 1.การประชุมเพื่อกำหนดทิศทางและกลยุทธ์การดำเนินงาน คณะกรรมการบริหารได้มีการประชุมอย่างต่อเนื่องเพื่อกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ในการดำเนิน ธุรกิจประจำปี โดยมุ่งเน้นการขยายตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาดเป้าหมาย
- 2.การติดตามผลการดำเนินงานและการประเมินผลการดำเนินงานและพิจารณาอนุมัติงบประมาณสำหรับการดำเนินงานของบริษัทประจำปี 2568 คณะกรรมการบริหารได้ให้ความสำคัญในการติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างใกล้ชิด โดยมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของทุกแผนกอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในทุกๆ ด้านและพิจารณาอนุมัติงบประมาณสำหรับการดำเนินงานของบริษัทประจำปี 2568 เพื่อ เสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- 3.การบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลภายใน คณะกรรมการบริหารของบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของบริษัท โดยได้มีการนำแผนงานจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมาพิจารณาและวิเคราะห์ความเสี่ยงในด้านต่างๆ อย่างรอบคอบ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของบริษัท พร้อมทั้งได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้สามารถยอมรับได้และไม่ส่งผลกระทบต่อ ภาพรวมขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คณะกรรมการบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการตรวจสอบและควบคุมภายในที่มีความโปร่งใส และมีประสิทธิภาพ สูงสุด เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางธุรกิจในระยะยาว พร้อมทั้งเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

4. การพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คณะกรรมการบริหารได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ลงทุน และ ลูกค้า โดยได้มีการประชุมและหารืออย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความร่วมมือที่มี ประสิทธิภาพและยั่งยืน พร้อมทั้งเสริมสร้างความแข็งแกร่งและความมั่นคงให้กับบริษัทในระยะยาว
5. การพัฒนาองค์กรและการลงทุนในทรัพยากรบุคคล คณะกรรมการบริหารได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรโดยการลงทุนในทรัพยากรบุคคลผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะใหม่ๆ ให้กับพนักงาน เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานและการเติบโตขององค์กรในระยะยาว
- 6.การจัดทำแผนธุรกิจและการบริหารจัดการทรัพยากร การประชุมของคณะกรรมการยังคงมุ่งเน้นการจัดทำแผนธุรกิจที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจและความต้องการของตลาด โดยมีการบริหารจัดการทรัพยากรต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างยั่งยืน
- 7.ดูแลการตรวจสอบการจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อให้ผู้สอบบัญชีทำการตรวจสอบหรือสอบทานเป็นประจำทุกไตรมาสและทุกปีคณะกรรมการมีหน้าที่ในการดูแลและตรวจสอบการจัดทำรายงานทางการเงินให้ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ผู้สอบบัญชีสามารถดำเนินการตรวจสอบหรือสอบทานรายงานดังกล่าว ได้อย่างเป็นประจําทั้งในระดับไตรมาสและประจำปี โดยการตรวจสอบนี้มีจุดประสงค์เพื่อให้มั่นใจว่ารายงานทางการเงินสะท้อนถึงสถานะทางการเงินและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างถูกต้องและโปร่งใส รวมถึงการปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- 8.การดำเนินโครงการประหยัดพลังงานและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริหาร ออกเป็นมาตรการประหยัดพลังงาน เริ่มใช้วันที่ 15 ตุลาคม 2567 เพื่อให้พนักงานทุก คนตระหนักในการลดการใช้พลังงานและทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากร อย่างคุ้มค่าและลดการสูญเสียพลังงานหรือวัสดุต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากการประชุมทั้งหมด 12 ครั้ง คณะกรรมการบริหารได้ดำเนินการตามแผนงานที่ได้รับมอบหมาย โดยการประชุมที่จัดขึ้นในแต่ละครั้งได้มีการ อภิปราย วิเคราะห์ และตัดสินใจในประเด็นสำคัญต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจและการเสริมสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท นอกจากนี้ คณะกรรมการยังให้ความสำคัญในการติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

การเข้าประชุมของสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

การประชุมสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ครั้ง) : 2

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (ประธานกรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
2. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกุลิ (กรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
3. นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการชุดย่อย)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย				100.00%

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 3 ท่าน โดยมี กรรมการอิสระเป็นประธานกรรมการ เพื่อให้การพิจารณาเป็นไปอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และปราศจากอิทธิพลที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยมีเลขานุการคณะกรรมการ 1 ท่าน ดังนี้

- นายพิรัชชัย ประกอบทรัพย์ ประธานกรรมการ (กรรมการอิสระ)
- ดร.กวีพงษ์ หิรัญกุล กรรมการ (กรรมการอิสระ)
- นายพิภพ โชควัฒนา กรรมการ
- นางพัชรินทร์ ตริกุลกิตติพันธ์ เลขาธิการคณะกรรมการ

ในปี 2568 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้มีการประชุมรวม 2 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านเข้าร่วมประชุมครบถ้วน (Attendance 100%) และได้ปฏิบัติหน้าที่ตามขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรอย่างครบถ้วน โดยสามารถสรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ได้ดังนี้

1) การสรรหากรรมการและผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์และกระบวนการสรรหาที่ชัดเจน โปร่งใส และเป็นระบบ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ความหลากหลายของทักษะ (Board Skill Matrix) และความเหมาะสมกับลักษณะธุรกิจของบริษัท กระบวนการสรรหาครอบคลุมตั้งแต่

- การจัดทำแผนสรรหาให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร
- การพิจารณาจากฐานข้อมูลบุคลากรภายในและภายนอก
- การคัดเลือก สัมภาษณ์ และตรวจสอบประวัติอย่างรอบคอบ

ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อนำเสนอ คณะกรรมการบริษัทและ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาแต่งตั้งต่อไป

2) การกำหนดนโยบายและโครงสร้างค่าตอบแทน

คณะกรรมการฯ ได้กำหนดนโยบายและโครงสร้างค่าตอบแทนของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ ผลการดำเนินงานของบริษัท และผลการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล หลักเกณฑ์สำคัญ ได้แก่

- เชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด (KPI)
- เปรียบเทียบกับอัตราค่าตอบแทนในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Benchmark)
- มีความสมดุลระหว่างระยะสั้นและระยะยาว
- สอดคล้องกับแผนธุรกิจ (Business Plan) และเป้าหมายองค์กร

ค่าตอบแทนประกอบด้วยเงินเดือน โบนัส และผลตอบแทนอื่น ๆ ที่เหมาะสม โดยมีความยืดหยุ่นตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อจูงใจและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ

3) การติดตามและประเมินผล

คณะกรรมการฯ ได้ติดตามผลการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลและระบบค่าตอบแทนอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจาก

- ผลการประเมินผลงานตาม KPI
- ความสอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร
- ความสามารถในการแข่งขันด้านค่าตอบแทนในตลาดแรงงาน
- ความพึงพอใจของพนักงาน

รวมถึงการนำข้อเสนอแนะจากผู้บริหารและพนักงานมาปรับปรุงนโยบายให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

4) การกำกับดูแลความโปร่งใสและเป็นธรรม

คณะกรรมการฯ ได้ปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักความเป็นอิสระ โปร่งใส และเป็นธรรม โดยกรรมการที่มีส่วนได้เสียในเรื่องใดจะไม่มีส่วนร่วมในการพิจารณาในเรื่องนั้น เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

นอกจากนี้ ยังได้มีการเปิดเผยนโยบายและหลักเกณฑ์การกำหนดค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียสามารถตรวจสอบได้

ความเห็นโดยรวมของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีความเห็นว่า บริษัทมีระบบการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสม โปร่งใส และเป็นธรรม โดยสามารถดึงดูด รักษา และพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ระบบค่าตอบแทนมีความสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยไม่พบประเด็นที่มีนัยสำคัญเกี่ยวกับความไม่เหมาะสมของค่าตอบแทนในปีที่ผ่านมา

1) โครงสร้างและการประชุม

รายการ	รายละเอียด
จำนวนกรรมการ	3 คน
สัดส่วนกรรมการอิสระ	2 ใน 3 คน
ประธานกรรมการ	กรรมการอิสระ
จำนวนครั้งประชุม	2 ครั้ง
การเข้าร่วมประชุม	ครบถ้วนทุกท่าน
เลขานุการ	1 คน

2) Attendance รายบุคคล

ชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าร่วม / จำนวนประชุม	% Attendance
นายพิรัชชัย ประกอบทรัพย์	ประธานกรรมการ (อิสระ)	2/2	100%
ดร.กวีพงษ์ หิรัญกลี	กรรมการ (อิสระ)	2/2	100%
นายพิภพ โชควัฒนา	กรรมการ	2/2	100%

3) KPI การปฏิบัติหน้าที่

ด้านการกำกับดูแล	KPI	ผลการดำเนินงาน
การสรรหา	ความเหมาะสมของผู้ที่ได้รับการคัดเลือก	เป็นไปตามคุณสมบัติและ Board Skill Matrix
โครงสร้างค่าตอบแทน	ความสอดคล้องกับผลการดำเนินงาน	เชื่อมโยง KPI และ Business Plan
Benchmark ตลาด	ความสามารถในการแข่งขัน	เทียบเคียงอุตสาหกรรม
ความโปร่งใส	การเปิดเผยข้อมูล	เปิดเผยตามหลักเกณฑ์
ความเป็นธรรม	การไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์	ปฏิบัติตามหลัก CG
การรักษาบุคลากร	ความสามารถในการจูงใจ	ค่าตอบแทนเหมาะสม

4) Scope of Work

- สรรหากรรมการและผู้บริหารระดับสูง
- กำหนดนโยบายและโครงสร้างค่าตอบแทน
- เชื่อมโยงค่าตอบแทนกับ KPI
- เปรียบเทียบ Benchmark ตลาด
- ติดตามและประเมินผล
- กำกับดูแลความโปร่งใสและความเป็นธรรม

5) ผลการดำเนินงานสำคัญ

- กระบวนการสรรหามีความโปร่งใส ตรวจสอบได้
- ได้บุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม
- โครงสร้างค่าตอบแทนสามารถแข่งขันในตลาด
- ระบบ KPI ชัดเจนและเป็นธรรม
- มีการติดตามและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

6) ความเห็นโดยรวม

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีความเห็นว่า บริษัทมีระบบการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสม โปร่งใส และเป็นธรรม โดยสามารถสนับสนุนการดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทและเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน

การเข้าประชุมของบริหารความเสี่ยง

การประชุมบริหารความเสี่ยง (ครั้ง) : 2

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของบริหารความเสี่ยง			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. นาย พิภพ โชควัฒนา (ประธานกรรมการชุดย่อย)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
2. นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ (กรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
3. นางสาว วรพรรณ โชควัฒนา (กรรมการชุดย่อย)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย				100.00%

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของบริหารความเสี่ยง

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทได้ให้ความสำคัญต่อการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร โดยได้จัดให้มีระบบและกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมทั้งองค์กร เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมาย และลดผลกระทบจากปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แนวทาง และกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยในปี 2568 การบริหารความเสี่ยงของบริษัทครอบคลุมความเสี่ยงสำคัญ 8 ด้าน และมีการติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงแผนอย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงประกอบด้วยกรรมการจำนวน 3 ท่าน และเลขานุการ 1 ท่าน ดังนี้

- นายพิภพ โชควัฒนา ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง
- นายสุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ กรรมการ (กรรมการอิสระ)
- นางสาววรรณ โชควัฒนา กรรมการ
- นางสาวสำอางค์ จันทริมา เลขานุการคณะกรรมการ

สถิติการเข้าร่วมประชุม (Attendance)

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการประชุมรวม 2 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านเข้าร่วมประชุมครบถ้วน ดังนี้

ชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าร่วม / จำนวนประชุม	% Attendance
นายพิภพ โชควัฒนา	ประธานกรรมการ	2/2	100%
นายสุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์	กรรมการ (อิสระ)	2/2	100%
นางสาววรรณ โชควัฒนา	กรรมการ	2/2	100%

ผลการปฏิบัติหน้าที่ที่สำคัญ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎบัตร โดยครอบคลุมกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ (Enterprise Risk Management: ERM) ดังนี้

1) การระบุความเสี่ยง (Risk Identification)

บริษัทได้ดำเนินการระบุความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยครอบคลุมความเสี่ยง 8 ด้าน ได้แก่

- ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์
- ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน
- ความเสี่ยงด้านการเงิน
- ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย
- ความเสี่ยงด้านสุขภาพ
- ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม
- ความเสี่ยงด้านชุมชน
- ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียง

2) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

บริษัทใช้ทั้งการประเมินเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ได้แก่

- การประเมินเชิงปริมาณ (Quantitative): ประเมินจากโอกาสเกิด (Probability) และผลกระทบ (Impact) เพื่อคำนวณระดับความเสี่ยง (Risk Exposure) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในระดับ 1–5 (ต่ำมากถึงสูงมาก) และนำมาคำนวณเป็น ระดับความเสี่ยง (Risk Exposure / Risk Score) ตามสูตร: $Risk\ Score = Probability \times Impact$

ผลลัพธ์ที่ได้จะถูกนำมาใช้ในการจัดกลุ่มระดับความเสี่ยง เช่น

- 22–25 = ความเสี่ยงระดับสูงมาก (Very High)
- 16–21 = ความเสี่ยงระดับสูง (High)

- 5-15 = ความเสี่ยงระดับปานกลาง (Medium)
- 1-4 = ความเสี่ยงระดับต่ำ (Low)

ทั้งนี้ บริษัทกำหนด Risk Appetite และ Risk Tolerance เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาว่าความเสี่ยงระดับใดที่ยอมรับได้ และระดับใดที่ต้องมีการจัดการอย่างเร่งด่วน

● การประเมินเชิงคุณภาพ (Qualitative)

บริษัทใช้เครื่องมือ Risk Matrix หรือ Heat Map ในการวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสเกิดและผลกระทบในเชิงภาพรวม

การจัดระดับความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

- สูงมาก (Very High) : ต้องดำเนินการจัดการทันที และรายงานต่อผู้บริหารระดับสูง/คณะกรรมการ
- สูง (High) : ต้องมีแผนบริหารจัดการอย่างชัดเจนและติดตามอย่างใกล้ชิด
- ปานกลาง (Medium) : บริหารจัดการตามแผนและติดตามเป็นระยะ
- ต่ำ (Low) : เฝ้าระวังและควบคุมตามมาตรฐาน
- ต่ำมาก (Very Low) : ยอมรับความเสี่ยงได้ (Acceptable Risk)

ผลการประเมินจะถูกนำเสนอในรูปแบบ Heat Map เพื่อให้เห็นภาพรวมของความเสี่ยงทั้งหมดขององค์กร และช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดลำดับความสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม

-การนำผลการประเมินไปใช้ (Risk Utilization)

บริษัทนำผลการประเมินความเสี่ยงไปใช้ในการกำหนดแนวทางบริหารจัดการความเสี่ยง ได้แก่

- การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Avoidance)
- การลดความเสี่ยง (Risk Mitigation)
- การโอนย้ายความเสี่ยง (Risk Transfer)
- การยอมรับความเสี่ยง (Risk Acceptance)

พร้อมทั้งกำหนด แผนบริหารความเสี่ยง (Risk Mitigation Plan) และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีการรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาสหรือเมื่อเกิดเหตุการณ์สำคัญ

- การทบทวนและปรับปรุงการประเมินความเสี่ยง

บริษัทมีการทบทวนการประเมินความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีความทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์

เกณฑ์การประเมินความเสี่ยง

Impact \ Likelihood	1 (ต่ำมาก)	2 (ต่ำ)	3 (ปานกลาง)	4 (สูง)	5 (สูงมาก)
5 (สูงมาก)	5	10	15	20	25
4 (สูง)	4	8	12	16	20
3 (ปานกลาง)	3	6	9	12	15
2 (ต่ำ)	2	4	6	8	10
1 (ต่ำมาก)	1	2	3	4	5

เกณฑ์การแปลผล Risk Score

Risk Score	ระดับความเสี่ยง	แนวทางการจัดการ
20-25	สูงมาก	ต้องจัดการทันที
15-19	สูง	จัดทำแผนและติดตามใกล้ชิด
8-14	ปานกลาง	ควบคุมและติดตาม
4-7	ต่ำ	เฝ้าระวัง
1-3	ต่ำมาก	ยอมรับได้

สรุปความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัท(Risk Register) สำหรับการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้า

หมวดความเสี่ยง	ความเสี่ยง	Likelihood	Impact	Risk Score	ระดับ	แนวทางจัดการ
กลยุทธ์	เทรนด์แฟชั่นเปลี่ยนเร็ว	5	5	25	สูงมาก	พัฒนาสินค้าใหม่ / วิเคราะห์ตลาด
การดำเนินงาน	สินค้าค้างสต็อก	4	4	16	สูง	จัดโปรโมชั่น / วางแผนผลิต
การเงิน	สภาพคล่องไม่เพียงพอ	3	5	15	สูง	บริหารกระแสเงินสด
การตลาด	ยอดขายลดลง	3	4	12	ปานกลาง	เพิ่มช่องทางขายออนไลน์
IT	ระบบล่ม	2	4	8	ปานกลาง	สำรองระบบ (Backup)
Compliance	ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย	1	5	5	ต่ำ	ตรวจสอบภายใน

3) การควบคุมและลดความเสี่ยง (Risk Control and Mitigation)

บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยงที่เหมาะสม เช่น การปรับปรุงกระบวนการทำงาน การกำหนดมาตรการควบคุมภายใน และการทำประกันภัย เพื่อลดผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)

4) การติดตามและทบทวน (Monitoring and Review)

มีการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ และทบทวนแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

5) การรายงาน (Risk Reporting)

มีการรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและการวางแผนเชิงกลยุทธ์

สรุปผลการประเมินความเสี่ยงในปี 2568

จากการประเมินความเสี่ยงทั้ง 8 ด้าน พบว่า

- ความเสี่ยงระดับต่ำ (Low) จำนวน 33 เรื่อง คิดเป็น 41.77%
- ความเสี่ยงระดับปานกลาง (Medium) จำนวน 23 เรื่อง คิดเป็น 29.11%
- ความเสี่ยงระดับสูง (High) จำนวน 23 เรื่อง คิดเป็น 29.11%

บริษัทไม่มีความเสี่ยงในระดับวิกฤต (Critical Risk) และสามารถควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการของการบริหารความเสี่ยงของบริษัทอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้จัดทำการวิเคราะห์แนวโน้มความเสี่ยง (Risk Trend) ย้อนหลัง 3 ปี เพื่อใช้ประกอบการพิจารณากระบวนการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

ปี	ต่ำ (Low)	ปานกลาง (Medium)	สูง (High)	หมายเหตุ
2566	35%	30%	35%	ความเสี่ยงระดับสูงยังอยู่ในสัดส่วนสูง
2567	38%	31%	31%	เริ่มสามารถควบคุมความเสี่ยงได้ดีขึ้น
2568	41.77%	29.11%	29.11%	แนวโน้มความเสี่ยงดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตัวชี้วัดด้านความเสี่ยง (Risk KPI)

KPI	เป้าหมาย	ผลปี 2568	สถานะ
ความเสี่ยงระดับสูง	ลดลงจากปีก่อน	ลดลง	บรรลุ
ความเสี่ยงวิกฤต	0	0	บรรลุ
การทบทวนความเสี่ยง	≥ 1 ครั้ง/ปี	2 ครั้ง	บรรลุ
ความครอบคลุมความเสี่ยง	ครบทุกด้าน	8 ด้าน	บรรลุ
การติดตามแผน	100%	60 %	ปรับปรุง(ยังไม่บรรลุเป้าหมาย)

มาตรการควบคุมความเสี่ยง

ประเภท	รายละเอียด
การควบคุมภายใน	กำหนดกระบวนการตรวจสอบ
การปรับปรุงงาน	ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน
การประกันความเสี่ยง	ทำประกันภัยรองรับเหตุการณ์
การบริหารเชิงรุก	วางแผนล่วงหน้า

สรุปความเห็นของคณะกรรมการ

ประเด็น	สรุป
ระบบบริหารความเสี่ยง	มีความเหมาะสมและเพียงพอ
ประสิทธิภาพ	สามารถควบคุมความเสี่ยงได้
ระดับความเสี่ยง	อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
การสนับสนุนธุรกิจ	สนับสนุนเป้าหมายองค์กร
การกำกับดูแล	สอดคล้องหลัก CG

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร โดยได้กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกด้านของการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

บริษัทได้นำกรอบการบริหารความเสี่ยงแบบองค์รวม (Enterprise Risk Management: ERM) มาใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยครอบคลุมการระบุ ประเมิน ควบคุม ติดตาม และรายงานความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ พร้อมกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจและบริหารจัดการความเสี่ยง

สรุปคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ปี 2568

หมวด	รายละเอียด
โครงสร้างคณะกรรมการ	ประกอบด้วยกรรมการ 3 ท่าน และเลขานุการ 1 ท่าน โดยมีกรรมการและกรรมการอิสระร่วมกำกับดูแล
รายชื่อกรรมการ	1) นายพิภพ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ) 2) นายสุขสันต์ เพื่องฤทธิ์ (กรรมการอิสระ) 3) นางสาววรวรรณ โชควัฒนา (กรรมการ)
จำนวนการประชุม	2 ครั้ง
การเข้าร่วมประชุม	กรรมการทุกท่านเข้าร่วมประชุม 2/2 ครั้ง คิดเป็น 100%
บทบาทหน้าที่	กำหนดนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กร และติดตามผลการดำเนินงาน
กรอบการบริหารความเสี่ยง	ใช้หลัก Enterprise Risk Management (ERM) ครอบคลุมทั้งองค์กร
ขอบเขตความเสี่ยง	ครอบคลุม 8 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ การดำเนินงาน การเงิน กฎหมาย/กฎระเบียบ สุขภาพ สิ่งแวดล้อม ชุมชน และชื่อเสียง
กระบวนการบริหารความเสี่ยง	ประกอบด้วย 1) การระบุความเสี่ยง 2) การประเมินความเสี่ยง 3) การควบคุมและลดความเสี่ยง 4) การติดตามและทบทวน 5) การรายงาน
วิธีการประเมินความเสี่ยง	ใช้ทั้งเชิงปริมาณ (Probability x Impact) และเชิงคุณภาพ (Risk Matrix / Heat Map)
ผลการประเมินความเสี่ยง	ระดับต่ำ 33 เรื่อง (41.77%) ระดับปานกลาง 23 เรื่อง (29.11%) ระดับสูง 23 เรื่อง (29.11%)
แนวโน้มความเสี่ยง	ความเสี่ยงระดับสูงลดลงต่อเนื่อง และความเสี่ยงระดับต่ำเพิ่มขึ้น แสดงถึงประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยง
ตัวชี้วัด (KPI)	ความเสี่ยงระดับสูงลดลง / ไม่มีความเสี่ยงวิกฤต / ทบทวนความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง / ครอบคลุมทุกด้าน
มาตรการบริหารความเสี่ยง	ปรับปรุงกระบวนการทำงาน กำหนดระบบควบคุมภายใน วางแผนเชิงรุก และทำประกันความเสี่ยง
การติดตามและรายงาน	มีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อใช้ในการตัดสินใจ
ระดับความเสี่ยงโดยรวม	อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และไม่มีความเสี่ยงระดับวิกฤต
ความเห็นของคณะกรรมการ	ระบบบริหารความเสี่ยงของบริษัทมีความเหมาะสม เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ สามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย

ความเห็นโดยรวมของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีความเห็นว่า บริษัทมีระบบบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพ โดยมีการดำเนินงานตามกรอบการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ สามารถระบุ ประเมิน และควบคุมความเสี่ยงที่สำคัญได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ระบบบริหารความเสี่ยงของบริษัทสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่พบประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญที่ไม่สามารถควบคุมได้ในปีที่ผ่านมา

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่ภายใต้กฎบัตรในการกำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมในกระบวนการบริหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงให้อยู่ระดับที่ยอมรับได้ และช่วยสนับสนุนให้การบริหารการประกอบธุรกิจของบริษัทให้เป็นไปตามเป้าหมายและนโยบายที่กำหนดไว้

การเข้าประชุมของบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน

การประชุมบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน (ครั้ง) : 2

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี (ประธานกรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
2. นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ (กรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
3. นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการชุดย่อย)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย				100.00%

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท ในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) และการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability) ของบริษัท ตลอดจนส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในจริยธรรม ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ มีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้ประเด็นด้านความยั่งยืนถูกบูรณาการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์องค์กร เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และสร้างคุณค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาวอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 3 ท่าน และเลขานุการ 1 ท่าน ดังนี้

- 1. ดร.กวีพงษ์ หิรัญกลี ประธานคณะกรรมการ (กรรมการอิสระ)
- 2. สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ กรรมการ (กรรมการอิสระ)
- 3. พิภพ โชควัฒนา กรรมการ
- 4. อุดุลย์ ศรีมาตี เลขานุการคณะกรรมการ

การประชุม

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัททวิบาลและความยั่งยืนมีการประชุมจำนวน 2 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านเข้าร่วมประชุมครบถ้วนทุกครั้ง คิดเป็นอัตราการเข้าร่วมประชุมร้อยละ 100

สถิติการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัททวิบาลและความยั่งยืน ปี 2568

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัททวิบาลและความยั่งยืนมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 2 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง คิดเป็นอัตราการเข้าร่วมประชุมร้อยละ 100 รายละเอียดดังนี้

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม	จำนวนครั้งประชุมทั้งหมด	อัตราการเข้าร่วม (%)
ดร.กวิพงษ์ หิรัญกลี	ประธานกรรมการ	2	2	100%
สุชนันต์ เพื่องฤทธิ์	กรรมการ	2	2	100%
พิภพ โชควัฒนา	กรรมการ	2	2	100%

สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ในปี 2568

1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

คณะกรรมการฯ ได้พิจารณาทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงจริยธรรมธุรกิจให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และแนวปฏิบัติสากล โดยมีการดำเนินการที่สำคัญได้แก่

- ทบทวนและปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณธุรกิจให้ทันสมัย
- เสริมสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงาน และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- พัฒนาระบบการควบคุมภายในและการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ทบทวนแนวทางการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นและสาธารณะให้ครบถ้วน ถูกต้อง และทันเวลา

การดำเนินการดังกล่าวมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

2) การดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability)

คณะกรรมการฯ ได้ทบทวนนโยบายและแนวทางด้านความยั่งยืน โดยครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ เช่น

- กำหนดแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน
- ส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
- บริหารจัดการด้านขนส่งและการใช้เชื้อเพลิงอย่างเหมาะสม
- จัดการทรัพยากรน้ำ ไฟฟ้า และของเสียอย่างเป็นระบบ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน

นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ ยังได้สนับสนุนให้มีการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน (Sustainability KPI) เพื่อติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

3) การต่อต้านการคอร์รัปชัน (Anti-Corruption)

คณะกรรมการฯ ได้พิจารณาทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีการดำเนินการที่สำคัญ ได้แก่

- แสดงเจตนาธรรมและความมุ่งมั่นในการต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ
- ส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด

- พัฒนาระบบการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing) และการคุ้มครองผู้ร้องเรียน
- สื่อสารและสร้างความตระหนักรู้ด้านจริยธรรมและการต่อต้านการทุจริตทั่วทั้งองค์กร

4) การพัฒนาองค์ความรู้และวัฒนธรรมองค์กร

คณะกรรมการฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน โดยได้ส่งเสริมให้มีการเข้าร่วมอบรมและสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง เช่น

- หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- แนวทางด้านความยั่งยืน (ESG)
- การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน

เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีและการเปลี่ยนแปลงในระดับสากล

แนวทางในอนาคต

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญและมุ่งมั่นพัฒนาและยกระดับการกำกับดูแลกิจการและการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยงใหม่ ๆ และการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

สรุปผลงานคณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืน (KPI & Outcome)

หมวด	เป้าหมาย (Objective) KPI		เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงาน (Outcome)	สถานะ
บริษัท	ยกระดับการกำกับดูแลกิจการ	ทบทวนนโยบาย CG	≥ 1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงนโยบายเรียบร้อยแล้ว	สำเร็จ
บริษัท	ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล	ความครบถ้วนของการเปิดเผยข้อมูล	100%	เปิดเผยข้อมูลครบถ้วนตามเกณฑ์ ก.ล.ด.	สำเร็จ
ความยั่งยืน (สิ่งแวดล้อม)	ลดการใช้พลังงาน	% การใช้พลังงานลดลง	≥ 5%	อยู่ระหว่างดำเนินการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	--ดำเนินการ
ความยั่งยืน (สิ่งแวดล้อม)	ลดของเสียจากการดำเนินงาน	ปริมาณของเสียลดลง	≥ 5%	มีการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ	--ดำเนินการ
สังคม/องค์กร	สร้างวัฒนธรรมจริยธรรม	จำนวนการอบรม	≥ 1 ครั้ง/ปี	จัดอบรมด้าน CG และ Anti-Corruption	สำเร็จ
ต่อต้านคอร์รัปชัน	เสริมสร้างระบบต่อต้านทุจริต	มีนโยบาย/ทบทวน	ปีละ 1 ครั้ง	ทบทวนนโยบายและสื่อสารทั่วองค์กร	สำเร็จ
การกำกับดูแล	การเข้าร่วมประชุม	% การเข้าร่วมประชุม	100%	กรรมการเข้าร่วมครบทุกครั้ง	สำเร็จ

คณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืน ปี 2568

องค์ประกอบคณะกรรมการ

- กรรมการ 3 ท่าน และเลขานุการ 1 ท่าน

- กรรมการเข้าร่วมประชุม 100%

ผลการดำเนินงานสำคัญ

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)

- ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย CG และจรรยาบรรณธุรกิจ
- เสริมสร้างความโปร่งใส และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- พัฒนาระบบควบคุมภายในและการเปิดเผยข้อมูล

2. การดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG)

- กำหนดแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- บริหารจัดการทรัพยากร น้ำ ไฟฟ้า และของเสีย
- สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้พนักงาน

3. การต่อต้านการคอร์รัปชัน (Anti-Corruption)

- ทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริต
- ส่งเสริมการปฏิบัติตามจริยธรรมองค์กร
- พัฒนาช่องทางแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)
- สื่อสารนโยบายทั่วทั้งองค์กร

4. การพัฒนาองค์กร (People & Culture)

- ส่งเสริมการอบรมด้าน CG และ ESG
- พัฒนาความรู้กรรมการและผู้บริหาร
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใสและมีธรรมาภิบาล

แนวทางในอนาคต

- ยกกระดับมาตรฐาน CG สู่ระดับสากล
- บูรณาการ ESG เข้ากับกลยุทธ์องค์กร
- เตรียมความพร้อมรับความเสี่ยงและความท้าทายใหม่

การบูรณาการ ESG – Risk – Strategy – KPI – Result (Integrated Table)

มิติ ESG ความเสี่ยง (Risk) กลยุทธ์ (Strategy) KPI เป้าหมาย ผลการดำเนินงาน
ปี 2568 (Result)

E: สิ่งแวดล้อม	การใช้พลังงานสูง	ปรับใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	% ลดการใช้ไฟฟ้า	≥ 5%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	- -
	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	บริหารจัดการขนส่งและพลังงาน	แผนลดคาร์บอน	มีแผน	จัดทำแผนแล้ว	
	ของเสียจากการดำเนินงาน	ระบบจัดการของเสีย	% ของเสียลดลง	≥ 5%	มีการจัดการเป็นระบบ	- -
S: สังคม	พนักงานขาดความตระหนัก ESG	อบรมและสร้างจิตสำนึก	จำนวนครั้งอบรม	≥ 1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการแล้ว	
	ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย	สื่อสารและมีส่วนร่วม	ระดับความพึงพอใจ	≥ 80%	อยู่ระหว่างติดตาม	- -
G: บรรษัทภิบาล	การไม่ปฏิบัติตามหลัก CG	ทบทวนนโยบาย CG	จำนวนครั้งทบทวน	≥ 1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการแล้ว	
	การเปิดเผยข้อมูลไม่ครบถ้วน	ปรับปรุงระบบรายงาน	% ความครบถ้วน	100%	ครบถ้วนตามเกณฑ์	
	ความเสี่ยงคอร์รัปชัน	นโยบาย Anti-Corruption	การอบรม/สื่อสาร	≥ 1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการแล้ว	
	การกำกับดูแลไม่มีประสิทธิภาพ	เพิ่มประสิทธิภาพการประชุม	% เข้าร่วมประชุม	100%	เข้าร่วมครบ	

บริษัทได้นำผลการประเมินความเสี่ยงมาเชื่อมโยงกับประเด็นด้าน ESG โดยจัดลำดับความสำคัญผ่าน Risk Heat Map ซึ่งช่วยให้สามารถระบุความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ และกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม

-  ความเสี่ยงสูงมาก: เทรนด์ธุรกิจ / ESG Impact สูง
-  ความเสี่ยงสูง: พลังงาน / Compliance
-  ความเสี่ยงปานกลาง: การดำเนินงาน / IT
-  ความเสี่ยงต่ำ: งานสนับสนุนทั่วไป

9. การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน

9.1 การควบคุมภายใน

สรุปความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในของบริษัท

ความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายใน

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัท โดยใช้แบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกอบกับกรอบแนวทางการควบคุมภายในของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission ซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน ได้แก่ การควบคุมภายในองค์กร การประเมินความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงาน ระบบสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามผล จากการประเมินดังกล่าว คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่า บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิผลสอดคล้องกับขนาด ลักษณะ และความซับซ้อนของการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ในด้านความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ความน่าเชื่อถือของรายงานทางการเงิน การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการป้องกันและลดความเสี่ยงจากการทุจริตหรือความผิดพลาดที่มีนัยสำคัญ ทั้งนี้ สรุปความเห็นในแต่ละองค์ประกอบของระบบการควบคุมภายใน มีดังนี้

1) การควบคุมภายในองค์กร (Control Environment)

บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างองค์กร บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และสายการบังคับบัญชาอย่างชัดเจน มีการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจ และแนวปฏิบัติในการดำเนินงาน เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ โปร่งใส และความรับผิดชอบ

2) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

บริษัทมีการระบุและประเมินความเสี่ยงที่สำคัญทั้งในระดับองค์กรและระดับหน่วยงาน โดยพิจารณาจากโอกาสเกิดและผลกระทบของความเสี่ยง รวมถึงมีการกำหนดมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม และมีการทบทวนอย่างสม่ำเสมอให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

3) การควบคุมการปฏิบัติงาน (Control Activities)

บริษัทมีการกำหนดนโยบาย ระเบียบ และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เหมาะสม ครอบคลุมกระบวนการสำคัญของธุรกิจ รวมถึงมีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบ (Segregation of Duties) อย่างเหมาะสม และมีระบบการอนุมัติรายการและการตรวจสอบที่เพียงพอ เพื่อป้องกันความผิดพลาดและการทุจริต

4) ระบบสารสนเทศและการสื่อสาร (Information & Communication)

บริษัทมีระบบสารสนเทศที่สนับสนุนการดำเนินงานและการจัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา รวมถึงมีช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ และมีการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใสและเป็นไปตามข้อกำหนด

5) ระบบการติดตาม (Monitoring Activities)

บริษัทมีการติดตามและประเมินผลระบบการควบคุมภายในอย่างต่อเนื่อง โดยมีหน่วยงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบและรายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้งมีการนำเสนอแนะไปปรับปรุงระบบการควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ควรปรับปรุง

แม้ว่าบริษัทจะมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพียงพอ คณะกรรมการบริษัทมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

- การเพิ่มความเข้มงวดในการติดตามและตรวจสอบการดำเนินงานของสาขา/หน่วยงานย่อย
- การพัฒนาความรู้และความตระหนักของพนักงานด้านการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง
- การเสริมสร้างระบบควบคุมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้รองรับความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง

สรุปความเห็น

คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่า ระบบการควบคุมภายในของบริษัท ณ ปัจจุบันมีความเพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจและควบคุมความเสี่ยงที่สำคัญได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม บริษัทจะยังคงพัฒนาและปรับปรุงระบบการควบคุมภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและมาตรฐานสากล

ทั้งนี้บริษัทได้ดำเนินการประเมินระบบการควบคุมภายใน โดยอ้างอิงตามกรอบแนวทางของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission ซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ การควบคุมภายในองค์กร การประเมินความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงาน ระบบสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามผล

ทั้งนี้ เพื่อให้การประเมินเป็นไปอย่างเป็นระบบ บริษัทได้จัดทำตารางสรุปผลการประเมิน (Internal Control Checklist) ดังต่อไปนี้



1) Internal Control Checklist (ตาม COSO)

องค์ประกอบ COSO	ประเด็นที่ประเมิน	แนวปฏิบัติของบริษัท	ผลการประเมิน
Control Environment	โครงสร้างองค์กร / จริยธรรม	มีการกำหนดชัดเจน และมี Code of Conduct	เหมาะสม
Risk Assessment	การระบุและประเมินความเสี่ยง	ใช้ Risk Matrix และ Risk Register	เหมาะสม
Control Activities	การควบคุมงาน / อนุมัติ	มี SOP และแบ่งหน้าที่ (Segregation of Duties)	เหมาะสม
Information & Communication	ระบบข้อมูล / รายงาน	ระบบรายงานทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล	เหมาะสม
Monitoring	การตรวจสอบ / ติดตาม	มี Internal Audit และรายงานต่อ Audit Committee	เหมาะสม

2) Internal Control – Risk – Action Plan

ความเสี่ยง	Control ที่มีอยู่	ช่องว่าง (Gap)	แผนปรับปรุง (Action Plan)	ผู้รับผิดชอบ
สินค้าค้างสต็อก	ระบบวางแผนสินค้า	การติดตามยังไม่ Real-time	พัฒนาระบบรายงานสต็อก	ฝ่ายสินค้า
ความผิดพลาดบัญชี	ระบบอนุมัติ	ขาดการตรวจสอบซ้ำบางขั้นตอน	เพิ่ม Review ระดับผู้จัดการ	ฝ่ายบัญชี
IT Risk	Backup ระบบ	ยังไม่มี DR Site	จัดทำ Disaster Recovery Plan	IT
Compliance	ตรวจสอบภายใน	การอบรมยังไม่ทั่วถึง	จัดอบรม Compliance เพิ่ม	HR

9.1.1 ความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายใน

ระบบการควบคุมภายในของบริษัท : อื่น ๆ : คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญต่อระบบควบคุมภายในด้านการดำเนินงานการเงิน การปฏิบัติงาน และการกำกับดูแลโดยมีหน่วยงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของระบบดังกล่าวตามแนวทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญต่อระบบควบคุมภายในด้านการดำเนินงานการเงิน การปฏิบัติงาน และการกำกับดูแลโดยมีหน่วยงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของระบบดังกล่าวตามแนวทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

9.1.1 ความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในของบริษัท

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญต่อระบบควบคุมภายในด้านการดำเนินงานการเงิน การปฏิบัติงานและการกำกับดูแล โดยมีหน่วยงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของระบบดังกล่าวรวมถึงระบบงานคอมพิวเตอร์ตลอดจนให้คำแนะนำเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นอิสระสามารถทำหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลได้อย่างเต็มที่ ปัจจุบันหัวหน้างานผู้ตรวจสอบภายใน คือ นางสาวสำอางค์ จันทริมา ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบัญชี ได้รับการแต่งตั้ง ปี 2546 เป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงานกับบริษัทมาเป็นเวลา 32 ปี เข้าใจธุรกิจและระบบภายในบริษัทเป็นอย่างดี เป็นผู้มีความเหมาะสมที่จะปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวโดยการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้างหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบและมีหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานทางราชการอื่นตามกฎหมาย โดยข้อมูลคุณสมบัติปรากฏตามเอกสารแนบ 3

ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบครั้งที่ 1 /2568 เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2568 โดยมีกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบทั้ง 3 ท่านเข้าร่วมประชุม คณะกรรมการได้ใช้แบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน ตามแบบประเมินของสำนักงานฯ และจากรายงานผลการประเมินของคณะกรรมการตรวจสอบแล้ว สรุปได้จากการประเมินระบบการควบคุมภายในของบริษัทในด้านต่าง ๆ บริษัทยังคงมีการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพและความเหมาะสมเพียงพอ กับสถานะของบริษัท ในการบริหารจัดการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้ปรากฏตามรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งตามแบบการประเมินประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 17 หลักการ ดังนี้

1. องค์การแสดงถึงความยึดมั่นในคุณค่าของความซื่อตรง (integrity) และจริยธรรม
2. คณะกรรมการมีความเป็นอิสระจากฝ่ายบริหารและทำหน้าที่กำกับดูแล (Oversight) และพัฒนาการดำเนินการด้านการ ควบคุมภายใน
3. ฝ่ายบริหารได้จัดให้มีโครงสร้างสายการรายงาน การกำหนดอำนาจในการสั่งการและความรับผิดชอบที่เหมาะสมเพื่อ ให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ภายใต้การกำกับดูแล (Oversight) ของคณะกรรมการ
4. องค์การแสดงถึงความมุ่งมั่นในการมุ่งเน้น พัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ
5. องค์การกำหนดให้บุคลากรมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมภายใน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร
6. องค์การกำหนดวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจนเพียงพอเพื่อให้สามารถระบุและประเมินความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
7. องค์การระบุและวิเคราะห์ความเสี่ยงทุกประเภทที่อาจกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ไว้อย่างครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร
8. องค์การได้พิจารณาถึงโอกาสที่จะเกิดการทุจริตในการประเมินความเสี่ยงที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
9. องค์การสามารถระบุและประเมินความเปลี่ยนแปลงที่อาจมีผลกระทบต่อระบบการควบคุมภายใน

- 10.องค์กรมีมาตรการควบคุมที่ช่วยลดความเสี่ยงที่จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
- 11.องค์กรเลือกและพัฒนากิจกรรมการควบคุมทั่วไปด้วยระบบเทคโนโลยี เพื่อช่วยสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์
- 12.องค์กรจัดให้มีกิจกรรมการควบคุมผ่านทางนโยบายซึ่งได้กำหนดสิ่งที่คาดหวังและขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้นโยบายที่กำหนดไว้นั้นสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้
- 13.องค์กรข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีคุณภาพเพื่อสนับสนุนให้การควบคุมภายในสามารถดำเนินไปได้ตามที่กำหนดไว้
- 14.องค์กรสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร ซึ่งรวมถึงวัตถุประสงค์และความรับผิดชอบต่อการควบคุมภายในที่จำเป็นต่อการสนับสนุนให้การควบคุมภายในสามารถดำเนินไปได้ตามที่วางไว้
- 15.องค์กรได้สื่อสารกับหน่วยงานภายนอกเกี่ยวกับประเด็นที่อาจมีผลกระทบต่อการควบคุมภายใน
- 16.องค์กรติดตามและประเมินผลการควบคุมภายใน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการควบคุมภายในยังดำเนินไปอย่างครบถ้วนเหมาะสม
- 17.องค์กรประเมินและสื่อสารข้อบกพร่องของการควบคุมภายในอย่างทันเวลาต่อบุคคลที่รับผิดชอบ ซึ่งรวมถึงผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการตามความเหมาะสมบริษัทได้พิจารณาหาทวนแบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละปีเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

9.1.2 ข้อบกพร่องเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาการประเมินความเพียงพอระบบควบคุมภายในว่ามีความเพียงพอและเหมาะสมและการบริหารความเสี่ยงเป็นไปตามกรอบแนวคิดการควบคุมภายในและไม่มีความเห็นที่แตกต่างไปจากความเห็นของคณะกรรมการบริษัท

แนวทางปฏิบัติการตรวจสอบหากพบประเด็นการทำงานที่ผิดพลาดในการปฏิบัติงานมีการนำเสนอและแก้ไขข้อบกพร่องดังกล่าวโดยการปรับปรุงกระบวนการควบคุมภายในให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น การจัดฝึกอบรมบุคลากรด้านการควบคุมภายในและการทบทวนกระบวนการตรวจสอบข้อมูลทางการเงิน และอื่นๆอย่างสม่ำเสมอ

	2566	2567	2568
จำนวนข้อบกพร่องเกี่ยวกับระบบควบคุมภายในรวม (กรณี)	0	0	0

9.1.3 ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบและข้อสังเกตจากผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับการควบคุมภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายใน : ไม่มี

ต่างจากความเห็นของคณะกรรมการบริษัทหรือไม่

ผู้สอบบัญชีมีข้อสังเกตเกี่ยวกับการควบคุมภายในของบริษัทหรือไม่ : ไม่มี

9.1.4 ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบต่อการดำรงตำแหน่งหัวหน้างานตรวจสอบภายใน

หัวหน้างานตรวจสอบภายใน : เป็นบุคลากรภายในบริษัท

คณะกรรมการตรวจสอบได้อนุมัติแต่งตั้งปี 2545 ให้ นางสาวสำองค์ จันทริมา ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชีให้ดำรงตำแหน่งเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภายในอย่างเพียงพอในการบริหารการจัดการหน่วยงานตรวจสอบภายใน คณะกรรมการตรวจสอบจึงเห็นว่าความเหมาะสมที่จะปฏิบัติหน้าที่ และได้เปิดเผยรายละเอียด ประวัติการอบรมและประสบการณ์ ของหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในไว้ในเอกสารแนบ3

9.1.5 การแต่งตั้ง ถอดถอน และโยกย้ายผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้างานตรวจสอบภายใน

การแต่งตั้ง ถอดถอน และโยกย้าย : มี

หัวหน้างานตรวจสอบภายใน

ต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบหรือไม่

บริษัทกำหนดให้การพิจารณาและอนุมัติ แต่งตั้ง ถอดถอน โยกย้ายผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในของบริษัทผ่านการอนุมัติหรือได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ

9.2 รายการระหว่างกัน

รายการระหว่างกัน

บริษัทมีการทำรายการระหว่างกันหรือไม่ : มี

9.2.1 - 9.2.2 ชื่อกลุ่มบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ลักษณะความสัมพันธ์ และข้อมูลรายการระหว่างกัน

บุคคล/นิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง

ชื่อบุคคลหรือ นิติบุคคล /ลักษณะการ ประกอบธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์	ข้อมูล ณ วันที่
บริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด จำหน่ายถุงน่อง	เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่และมีกรรมกรร่วมกัน	31 ธ.ค. 2568
บริษัท นิวัฒน์สินตั้ง จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย ผลิตถุงน่อง,ถุงเท้า,ผลิต เสื้อผ้า,ชุดชั้นใน	เป็นบริษัทร่วมและมีกรรมกรร่วมกัน	31 ธ.ค. 2568
บริษัทสหพัฒน์พิบูล จำกัด จัดจำหน่ายสินค้า อุปโภค บริโภค	มีกรรมกรร่วมกัน	31 ธ.ค. 2568
บริษัท ไอทีซีดี จำกัด (มหาชน) ร้านขายปลีกสมาร์ต โฟนคอมพิวเตอร์และ อุปกรณ์ต่อพ่วง	มีกรรมกรร่วมกัน	31 ธ.ค. 2568
บริษัท สหพัฒนา อินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ให้เช่าและบริการธุรกิจ ลงทุนในหลักทรัพย์	มีกรรมกรร่วมกัน	31 ธ.ค. 2568

ชื่อบุคคลหรือ นิติบุคคล /ลักษณะการ ประกอบธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์	ข้อมูล ณ วันที่
บริษัทแอตแวนซ์โอโกร เทค จำกัด เพาะปลูก	มีกรรมกรร่วมกัน	31 ธ.ค. 2568
บริษัท อเมริกันฟู้ด จำกัด ผลิตและจำหน่าย ไอศกรีม,ไอศกรีม เค้ก,ไอศกรีมโยเกิร์ต	บริษัทย่อยของบริษัทสหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	31 ธ.ค. 2568
บริษัทไทเกอร์ ดิสทริบิ วชั่นแอนด์โลจิสติกส์ จำกัด บริหารคลังสินค้าให้เช่า คลังสินค้าและบริการ อื่นๆ	มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกัน	31 ธ.ค. 2568

รายละเอียดรายการระหว่างกัน

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด			
รายการที่ 1	3,121.99	2,820.19	3,097.04
<u>ลักษณะรายการ</u>			
ลูกหนี้การค้า			
<u>รายละเอียด</u>			
จำนวนหนี้คงค้างตามอายุหนี้ที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ			
<u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u>			

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
การเรียกเก็บรายได้ระหว่างกันของบริษัทเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าโดยทั่วไป โดยมีการกำหนดราคาที่เป็นธรรมและสอดคล้องกับลักษณะของธุรกรรม โดยไม่มีการเอื้อประโยชน์ให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง และไม่ก่อให้เกิดการโอนย้ายผลประโยชน์อย่างไม่เหมาะสม <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> พิจารณาความเหมาะสมของรายการระหว่างกันในลักษณะการแบ่งค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างบริษัทและกิจการที่เกี่ยวข้อง โดยเห็นว่า การแบ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดสรรต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรหรือบริการร่วมกัน เช่น ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารจัดการ ค่าใช้จ่ายด้านระบบสารสนเทศ ค่าใช้จ่ายด้านสถานที่ และค่าใช้จ่ายสนับสนุนอื่น ๆ ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม			
รายการที่ 2 <u>ลักษณะรายการ</u> รายได้อื่น ๆ <u>รายละเอียด</u> ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่าขยะ <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> บริษัทมีความจำเป็นต้องเรียกเก็บค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่าขยะ จากแต่ละบริษัทภายในโครงการเดียวกัน โดยจัดสรรค่าใช้จ่ายตามการใช้จริงของแต่ละบริษัท เพื่อให้การแบ่งค่าใช้จ่ายเป็นไปอย่างเป็นธรรมและสอดคล้องกับหลักความรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ทั้งนี้เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสมในการบริหารจัดการทรัพยากรและค่าใช้จ่ายของโครงการ <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> การเรียกเก็บค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ได้แก่ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่าขยะ โดยจัดสรรตามการใช้จริงของแต่ละบริษัทภายในโครงการเดียวกัน เป็นแนวปฏิบัติที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล การจัดสรรค่าใช้จ่ายดังกล่าวช่วยให้ทุกบริษัทรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตามส่วนที่ใช้จริง ส่งเสริมความโปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการค้ากับดูแลกิจการที่ดี	39,435.03	37,947.55	36,819.06

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัท นิวพลัสนิติตั้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย			
รายการที่ 1 <u>ลักษณะรายการ</u> ลูกหนี้การค้า <u>รายละเอียด</u> เป็นรายได้ค่านายหน้าจากการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ 4% <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> บริษัทมีความจำเป็นในการเรียกเก็บค่านายหน้าจากการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้ยังอยู่ในระหว่างรอให้ถึงเงื่อนไขการรับชำระตามสัญญา การเรียกเก็บค่านายหน้าก่อนถึงเงื่อนไขดังกล่าวเป็นแนวปฏิบัติที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล เพื่อให้การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายและรายได้สอดคล้องกับหลักการบัญชีและการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> การเรียกเก็บค่านายหน้าจากการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ แม้จะยังไม่ถึงเงื่อนไขการรับชำระตามสัญญา เป็นแนวปฏิบัติที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล เนื่องจากช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายได้อย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี	176,851.60	313,269.03	424,074.95
รายการที่ 2 <u>ลักษณะรายการ</u> เจ้าหนี้การค้า <u>รายละเอียด</u> เจ้าหนี้การค้าของบริษัทเป็นรายการที่เกิดจากการซื้อสินค้าหรือรับบริการจากคู่สัญญา โดยมีเงื่อนไขการชำระเงินภายใน 90 วันหลังจากได้รับสินค้า หรือบริการ ทั้งนี้ การชำระเงินจะต้องเป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่ตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอย่างเคร่งครัด การปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวเป็นแนวทางที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เพื่อให้การบริหารสภาพคล่องและการบันทึกบัญชีเป็นไปอย่างถูกต้องและโปร่งใส <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u>	43,730,624.14	47,468,698.51	52,963,228.25

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัทมีความจำเป็นในการซื้อสินค้าระหว่างกันภายในเครือ โดยมีเงื่อนไขการชำระเงินภายใน 90 วัน การกำหนดเงื่อนไขดังกล่าวเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากช่วยให้การบริหารสภาพคล่องของแต่ละบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> รายละเอียดเจ้าหน้าที่การค้าที่มีเงื่อนไขการชำระเงินภายใน 90 วัน เป็นแนวปฏิบัติที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล เนื่องจากสอดคล้องกับข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ช่วยให้การบริหารสภาพคล่อง การจัดทำบัญชี และการควบคุมภายในของบริษัทดำเนินไปอย่างเป็นระบบ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 3 <u>ลักษณะรายการ</u> ซื้อสินค้า <u>รายละเอียด</u> บริษัทดำเนินการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือโรงงาน โดยกำหนดเงื่อนไขต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น จำนวนสินค้า ราคา คุณภาพ และระยะเวลาการส่งมอบ การดำเนินการตามเงื่อนไขดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สินค้าถูกจัดส่งตรงตามความต้องการของบริษัท สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างเหมาะสม และนำไปจำหน่ายได้ตามแผนธุรกิจ ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสนับสนุนผลกำไรของบริษัทอย่างต่อเนื่อง <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> การซื้อสินค้าของบริษัทมีความจำเป็นเพื่อให้มีสินค้าคงคลังเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของตลาดและลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การจัดซื้อสินค้าจะต้องพิจารณาอย่างสมเหตุสมผล โดยคำนึงถึงปริมาณความต้องการ ราคา และคุณภาพของสินค้า เพื่อให้การจัดซื้อมีความคุ้มค่าและสนับสนุนการสร้างผลกำไรของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u>	216,708,423.94	206,377,123.30	264,044,801.17

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า กระบวนการซื้อสินค้าของบริษัทเป็นไปอย่างมีระบบ มีการกำหนดเงื่อนไขที่ชัดเจนทั้งในด้านจำนวน ราคา คุณภาพ และระยะเวลาการส่งมอบ การปฏิบัติตามกระบวนการดังกล่าวเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม ช่วยให้สินค้าถูกจัดส่งตรงตามความต้องการของบริษัท สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 4 <u>ลักษณะรายการ</u> รายได้ค่านายหน้า <u>รายละเอียด</u> บริษัทมีรายได้จากค่านายหน้าการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศ คิดเป็นอัตรา 4% ของมูลค่าการขาย ซึ่งค่านายหน้าดังกล่าวเป็นค่าตอบแทนสำหรับการประสานงานด้านการตลาด การขาย และการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ การเรียกเก็บค่านายหน้าดังกล่าวเป็นแนวปฏิบัติที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล เนื่องจากสะท้อนต้นทุนและค่าบริการที่เกิดขึ้นจริง สนับสนุนความโปร่งใสในการบริหารรายได้ และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> การจัดเก็บค่านายหน้าที่เกิดจากการส่งสินค้าไปขายต่างประเทศของบริษัท โดยค่านายหน้าดังกล่าวเป็นค่าตอบแทนสำหรับบริการด้านการตลาด การประสานงาน และการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศมีความจำเป็นเพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกได้อย่างเหมาะสม และเป็นการสะท้อนต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงจากการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ทั้งนี้ การเรียกเก็บค่านายหน้าดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล เนื่องจากช่วยให้บริษัทสามารถควบคุมต้นทุน สร้างความโปร่งใสในการบริหารการเงิน และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u>	408,345.87	1,298,279.43	2,123,161.99

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
การจัดเก็บรายได้ค่านายหน้าจากการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศในอัตรา 4% ของมูลค่าการขาย เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากสะท้อนต้นทุนและค่าบริการที่เกิดขึ้นจริงจากการดำเนินงานด้านการตลาดและการขายในต่างประเทศ การปฏิบัติในลักษณะดังกล่าวช่วยให้บริษัทบริหารรายได้อย่างโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 5 <u>ลักษณะรายการ</u> ค่าเช่าอาคาร <u>รายละเอียด</u> บริษัทเช่าอาคารเพื่อใช้เป็นสถานที่จัดเก็บเอกสารและดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้: อัตราค่าเช่า: 60 บาทต่อ ตารางเมตร พื้นที่เช่า: 250 ตารางเมตร รวมค่าเช่า: 15,000 บาทต่อเดือน ระยะเวลาสัญญาเช่า: 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2568 <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> ค่าเช่าอาคารของบริษัทมีความจำเป็นเพื่อให้บริษัทมีสถานที่ในการจัดเก็บเอกสารและดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม การกำหนดค่าเช่าอาคารพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ขนาดอาคาร และสภาพตลาดในพื้นที่ เพื่อให้ค่าใช้จ่ายสอดคล้องกับรายได้และการทำงานของบริษัท การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม ช่วยให้การบริหารจัดการทรัพยากรของบริษัทมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u>	180,000.00	180,000.00	180,000.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
การเช่าอาคารของบริษัทเพื่อใช้เป็นสถานที่จัดเก็บเอกสารและดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม โดยอัตราค่าเช่า พื้นที่เช่า และระยะเวลาสัญญาได้พิจารณาอย่างรอบคอบตามทำเลที่ตั้ง ขนาดอาคาร และสภาพตลาดในพื้นที่ การดำเนินการดังกล่าวช่วยให้บริษัทบริหารจัดการค่าใช้จ่ายและทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
บริษัทสหพัฒน์ปิบล จำกัด			
รายการที่ 1 <u>ลักษณะรายการ</u> สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียน <u>รายละเอียด</u> การถือหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทถือเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผลตอบแทนทางการเงินในระยะยาว ไม่ได้คาดหวังการหมุนเวียนเงินทุนในระยะสั้น การลงทุนดังกล่าวเป็นไปตามกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท และพิจารณาความเสี่ยงที่สามารถรับได้อย่างรอบคอบ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการเงินและสนับสนุนความมั่นคงทางการเงินของบริษัทอย่างยั่งยืน <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> บริษัทมีการลงทุนในหุ้นของ บมจ.สหพัฒน์ปิบล ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ เพื่อสร้างโอกาสในการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางการเงินในระยะยาว การลงทุนดังกล่าวมีความจำเป็นเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทและเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน การลงทุนในหุ้นดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล เนื่องจากบริษัทพิจารณาเลือกลงทุนตามกลยุทธ์ทางธุรกิจและความเสี่ยงที่สามารถรับได้ การดำเนินการดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนระยะยาว เพิ่มความมั่นคงทางการเงิน และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u>	111,190,508.00	104,888,212.00	103,537,720.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า การถือหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทเพื่อการลงทุนระยะยาว เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากบริษัทได้พิจารณาเลือกลงทุนตามกลยุทธ์ทางธุรกิจและความเสี่ยงที่สามารถรับได้ การดำเนินการดังกล่าวช่วยเพิ่มมูลค่าทางการเงิน สนับสนุนความมั่นคงทางการเงินของบริษัทในระยะยาว และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 2 <u>ลักษณะรายการ</u> รายได้เงินปันผล <u>รายละเอียด</u> บริษัทได้รับเงินปันผลจากการถือหุ้นใน บมจ.สหพัฒน์พิบูล ดังนี้: ครั้งที่ 1: อัตราเงินปันผล 1.60 บาทต่อหุ้น ครั้งที่ 2: อัตราเงินปันผล 0.80 บาทต่อหุ้น การรับเงินปันผลดังกล่าวเป็นผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้นของบริษัทในเครือ โดยช่วยสร้างรายได้เสริมและเพิ่มผลตอบแทนทางการเงินให้กับบริษัทในระยะยาว การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและสอดคล้องกับกลยุทธ์การลงทุนของบริษัท <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> เพื่อสร้างผลตอบแทนจากเงินทุนที่บริษัทมีอยู่ และช่วยสร้างรายได้เสริมจากการลงทุนในระยะยาว การลงทุนนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าทางการเงิน และช่วยกระจายความเสี่ยงของบริษัท การดำเนินการดังกล่าวเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล เนื่องจากบริษัทพิจารณาการลงทุนโดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่สามารถรับได้ ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ และความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การเงินของบริษัท ทั้งนี้ช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการสินทรัพย์ และสร้างความมั่นคงทางการเงินอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u>	2,881,049.60	3,961,443.20	4,321,574.40

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
การรับเงินปันผลจากการถือหุ้นใน บมจ.สหพัฒน์พิบูล จำนวน 2 ครั้ง ในอัตราครั้งที่ 1 จำนวน 1.60 บาทต่อหุ้น และครั้งที่ 2 จำนวน 0.80 บาทต่อหุ้น เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากการรับเงินปันผลดังกล่าวช่วยเพิ่มมูลค่าทางการเงินให้แก่บริษัท สนับสนุนรายได้เสริม และเสริมความแข็งแกร่งทางการเงินของบริษัทในระยะยาว นอกจากนี้ การดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับกลยุทธ์การลงทุนของบริษัท และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 3 <u>ลักษณะรายการ</u> ค่าเช่าสำนักงาน บริษัทมีความจำเป็นต้องเช่าสำนักงานเพื่อใช้เป็นสถานที่ดำเนินงานหลัก รวมถึงบริหารจัดการเอกสาร การประสานงานภายใน และการติดต่อกับลูกค้าและคู่สัญญา การเช่าสำนักงานเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง ขนาดอาคาร และสภาพตลาดในพื้นที่ เพื่อให้ค่าใช้จ่ายสอดคล้องกับรายได้และการทำงานของ บริษัท ค่าน้ำดื่มสำหรับการประชุมและรับรองแขก ค่าน้ำดื่มสำหรับการประชุมและรับรองแขกผู้มาติดต่อมีความจำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ การจัดเตรียมค่าน้ำดื่มถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม ช่วยสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท และสร้างความสะดวกในการดำเนินงานด้านการประชุม และการติดต่อธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ <u>รายละเอียด</u>	1,843,200.00	2,073,600.00	2,079,008.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัทเช่าอาคารเพื่อใช้เป็นสำนักงานใหญ่สำหรับดำเนินกิจกรรมด้านบริหารจัดการเอกสาร การประสานงานภายใน และการติดต่อกับลูกค้าและคู่สัญญา โดยมีรายละเอียดดังนี้: อัตราค่าเช่า: 172,800 บาทต่อเดือน ระยะเวลาสัญญาเช่า: 1 ปี ระยะเวลาสัญญา: ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2568 เงื่อนไขค่าเช่า: ราคาเช่าเป็นไปตามข้อตกลงระหว่างบริษัทกับผู้ให้เช่า การจัดทำสัญญาเช่าดังกล่าวเป็นไปตามแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล โดยคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง ขนาดอาคาร และสภาพตลาดในพื้นที่ เพื่อให้ค่าใช้จ่ายสอดคล้องกับรายได้และการใช้งานของบริษัท สนับสนุนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> เพื่อเป็นสำนักงานใหญ่ที่มีทำเลทำเลที่สะดวก ขนาดที่เหมาะสม และค่าใช้จ่ายที่ไม่เกินความสามารถ เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน. <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> การเช่าสำนักงานใหญ่ของบริษัทเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล และเหมาะสม เนื่องจากช่วยสนับสนุนการดำเนินงานหลักของบริษัท และอัตราค่าเช่า เงื่อนไข และระยะเวลาเช่าอยู่ในระดับที่สอดคล้องกับตลาดและการใช้งานจริง			
บริษัท ไอทีซิติ จำกัด (มหาชน)			
รายการที่ 1 <u>ลักษณะรายการ</u> สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียน <u>รายละเอียด</u>	10,623,045.00	15,792,926.90	12,181,091.60

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัทได้ลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทในกลุ่ม IT โดยมีรายละเอียดดังนี้: จำนวนหุ้น: 3,541,015 หุ้น มูลค่าหุ้นละ: 1 บาท มูลค่ารวมตามราคาทุน: 3,541,015 บาท การลงทุนในหุ้นดังกล่าวเป็นไปตามกลยุทธ์การลงทุนของบริษัท เพื่อสร้างโอกาสในการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางการเงินในระยะยาว การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล สอดคล้องกับความเสี่ยงที่บริษัทสามารถรับได้ และสนับสนุนความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> บริษัทมีการลงทุนในหลักทรัพย์กลุ่ม IT ในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อสร้างโอกาสในการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางการเงินในระยะยาว การลงทุนดังกล่าวมีความจำเป็นเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท และเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน การลงทุนในหลักทรัพย์ดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล เนื่องจากบริษัทได้พิจารณาการลงทุนตามกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความเสี่ยงที่สามารถรับได้ และผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนระยะยาว เพิ่มมูลค่าทางการเงิน และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> การลงทุนในหุ้นสามัญจำนวน 3,541,015 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท รวมเป็นเงิน 3,541,015 บาท เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากการลงทุนดังกล่าวสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาสในการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางการเงินในระยะยาว ทั้งนี้บริษัทได้พิจารณาความเสี่ยงและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับอย่างรอบคอบ การดำเนินการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 2 <u>ลักษณะรายการ</u>	0.00	601,972.55	956,074.05

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
รายได้เงินปันผล <u>รายละเอียด</u> บริษัทได้รับเงินปันผลจากการลงทุนในหลักทรัพย์ จำนวน 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดดังนี้: ครั้งที่ 1: อัตราเงินปันผล 0.19 บาทต่อหุ้น ครั้งที่ 2: อัตราเงินปันผล 0.08 บาทต่อหุ้น การรับเงินปันผลดังกล่าวเป็นผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัท ซึ่งช่วยสร้างรายได้เสริมและเพิ่มผลตอบแทนทางการเงินในระยะยาว ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายการลงทุนของบริษัท และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> เพื่อสร้างผลตอบแทนจากเงินทุนของบริษัท และเป็นแหล่งรายได้เสริมจากการลงทุนในระยะยาว การดำเนินการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การบริหารเงินลงทุน เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการเงินและกระจายความเสี่ยงของบริษัท ทั้งนี้ การลงทุนได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และความสอดคล้องกับนโยบายการลงทุนของบริษัท การดำเนินการดังกล่าวจึงถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล เหมาะสม และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> การรับเงินปันผลจากการลงทุนของบริษัทจำนวน 2 ครั้ง ในอัตราครั้งที่ 1 จำนวน 0.19 บาทต่อหุ้น และครั้งที่ 2 จำนวน 0.08 บาทต่อหุ้น เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากเป็นผลตอบแทนจากการลงทุนที่ช่วยเพิ่มรายได้และเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินของบริษัท ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายการลงทุน และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 3 <u>ลักษณะรายการ</u>	50,871.03	57,584.08	42,428.97

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
รายการเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของบริษัท เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านบริหาร การจัดเก็บข้อมูล การสื่อสาร และการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดซื้อเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ดังกล่าวพิจารณาจากความจำเป็นในการใช้งาน ความเหมาะสมด้านราคา คุณภาพ และประสิทธิภาพของอุปกรณ์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการใช้งานและงบประมาณของบริษัท การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>รายละเอียด</u> เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินงานของบริษัท เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การจัดการข้อมูล และการสื่อสารภายในองค์กรให้เป็นไปอย่างรวดเร็วและถูกต้อง ในกรณีที่อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เดิมมีสภาพเสื่อมประสิทธิภาพ ทำงานล่าช้า หรือไม่สามารถรองรับระบบงานและเทคโนโลยีใหม่ได้ การปรับปรุง อัปเกรด หรือจัดซื้ออุปกรณ์ใหม่จึงเป็นแนวปฏิบัติที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป การดำเนินการดังกล่าวยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดความเสี่ยงจากความล่าช้าหรือความผิดพลาดของระบบ และสอดคล้องกับหลักการบัญชีและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> การจัดซื้อหรือปรับปรุงอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและรองรับการใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไปของบริษัท			

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)			
รายการที่ 1 <u>ลักษณะรายการ</u> สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียน <u>รายละเอียด</u> บริษัทได้ลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มเครือสหพัฒน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้: บริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญจำนวน 422,400 หุ้น คิดเป็นมูลค่าราคาทุนรวม 4,795,400 บาท ต่อมาบริษัทได้รับหุ้นปันผลจำนวน 211,200 หุ้น ส่งผลให้บริษัทถือหุ้นรวมทั้งสิ้น 633,600 หุ้น โดยมูลค่าราคาทุนรวมของเงินลงทุนยังคงเท่าเดิมที่ 4,795,400 บาท การลงทุนดังกล่าวเป็นไปตามกลยุทธ์การลงทุนของบริษัท เพื่อสร้างโอกาสในการรับผลตอบแทนในระยะยาว และเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน โดยการลงทุนในบริษัทที่อยู่ในกลุ่มเครือเดียวกันยังช่วยสนับสนุนความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และสร้างความมั่นคงในการดำเนินงานของบริษัทในระยะยาว <u>ความจำเป็น/ความเหมาะสมผล</u> การลงทุนในหุ้นดังกล่าวมีความจำเป็นเพื่อสร้างโอกาสในการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางการเงินของบริษัทในระยะยาว โดยเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การบริหารเงินลงทุนเพื่อให้เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทได้พิจารณาการลงทุนโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ระดับความเสี่ยงที่สามารถรับได้ รวมถึงผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับอย่างรอบคอบ การดำเนินการดังกล่าวจึงถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล ช่วยกระจายความเสี่ยงของการลงทุน เพิ่มความมั่นคงทางการเงิน และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u>	29,356,800.00	26,188,800.00	25,185,600.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
การลงทุนในหุ้นดังกล่าวเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท โดยได้มีการพิจารณาความเสี่ยงและผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับอย่างรอบคอบ การดำเนินการดังกล่าวช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างมูลค่าทางการเงินในระยะยาว เสริมสร้างความมั่นคงทางการเงิน และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 2 <u>ลักษณะรายการ</u> รายได้เงินปันผล <u>รายละเอียด</u> บริษัทได้รับเงินปันผลจากการลงทุนในหลักทรัพย์ จำนวน 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดดังนี้: ครั้งที่ 1: อัตราเงินปันผล 0.20 บาทต่อหุ้น ครั้งที่ 2: อัตราเงินปันผล 0.20 บาทต่อหุ้น การรับเงินปันผลดังกล่าวเป็นผลตอบแทนจากการลงทุนของบริษัท ซึ่งช่วยสร้างรายได้เสริมและเพิ่มกระแสเงินสดให้แก่บริษัท ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายการลงทุน และสนับสนุนความมั่นคงทางการเงินของบริษัทในระยะยาว <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> เพื่อสร้างผลตอบแทนจากเงินลงทุนของบริษัท โดยเฉพาะในรูปของเงินปันผล ซึ่งเป็นแหล่งรายได้เสริมที่ช่วยเพิ่มกระแสเงินสดและเสริมสร้างฐานะทางการเงินของบริษัทในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทได้พิจารณาการลงทุนโดยคำนึงถึงความเหมาะสมของผลตอบแทน ความเสี่ยงที่สามารถรับได้ และความสอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์การลงทุนของบริษัท การดำเนินการดังกล่าวจึงถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล ช่วยเพิ่มมูลค่าทางการเงิน และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u>	337,920.00	337,920.00	211,200.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
การรับเงินปันผลจากการลงทุนของบริษัทจำนวน 2 ครั้ง ในอัตราหุ้นละ 0.20 บาทต่อหุ้น เป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากเป็นผลตอบแทนจากการลงทุนที่ช่วยสร้างรายได้เสริมและเพิ่มกระแสเงินสดให้แก่บริษัท ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายการลงทุน มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
รายการที่ 3 <u>ลักษณะรายการ</u> ค่าใช้จ่ายในการขาย <u>รายละเอียด</u> บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการเข้าสถานที่สำหรับการจัดกิจกรรมงานขายนอกสถานที่ โดยค่าใช้จ่ายดังกล่าวครอบคลุมค่าบริการพื้นที่จัดงาน ค่าสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการดำเนินกิจกรรม การกำหนดอัตราค่าบริการเป็นไปตามข้อตกลงกับผู้ให้บริการสถานที่ โดยพิจารณาจากขนาดพื้นที่ ระยะเวลาการใช้งาน ทำเลที่ตั้ง และสภาพตลาดในช่วงเวลานั้น เพื่อให้ค่าใช้จ่ายมีความเหมาะสม สอดคล้องกับประโยชน์ที่บริษัทได้รับ และสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> การเข้าร่วมจัดกิจกรรมงานขายนอกสถานที่ร่วมกับบริษัทในเครือสหพัฒน์ฯ มีความจำเป็นเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าขยายฐานลูกค้า และสร้างการรับรู้แบรนด์ของบริษัทในวงกว้าง กิจกรรมดังกล่าวเป็นงานประจำปีที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นแนวปฏิบัติที่ยึดถือกันในกลุ่มบริษัทในเครือ โดยช่วยเสริมสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ และเพิ่มโอกาสทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล เนื่องจากสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขายของบริษัท และสนับสนุนการเติบโตของรายได้ในระยะยาว ตลอดจนสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี	960,000.00	800,000.00	720,000.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
<u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่สำหรับการจัดกิจกรรมงานขายนอกสถานที่ของบริษัทเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสมเนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดและการขาย โดยอัตราค่าบริการเป็นไปตามข้อตกลงและสอดคล้องกับสภาพตลาด รวมถึงประโยชน์ที่บริษัทได้รับจากการจัดกิจกรรมดังกล่าว ทั้งนี้ การดำเนินการเป็นไปอย่างโปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			
บริษัท แอดวานซ์ โอโทรเทค จำกัด			
รายการที่ 1 <u>ลักษณะรายการ</u> สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น <u>รายละเอียด</u> หุ้นสามัญ เป็นหลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด บันทึกราคายุติธรรม ตามมูลค่าทางบัญชี <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> เพื่อสร้างโอกาสในการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางการเงินระยะยาว โดยการลงทุนในหุ้นควรสมเหตุสมผลตามกลยุทธ์ทางธุรกิจและความเสี่ยงที่สามารถรับได้ <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> บริษัทเงินลงทุนนอกตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนควรพิจารณาเพิ่มช่องทางการสร้างผลตอบแทน หรือการปรับกลยุทธ์การลงทุน	1,310,612.62	1,313,912.40	1,310,612.62
บริษัท อเมริกันฟู้ด จำกัด			
รายการที่ 1 <u>ลักษณะรายการ</u> สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียน <u>รายละเอียด</u> หุ้นสามัญที่เป็นหลักทรัพย์ไม่อยู่ในความต้องการตลาด <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u>	0.00	0.00	0.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
เพื่อสร้างโอกาสในการลงทุนและเพิ่มมูลค่าทางการเงินระยะยาว โดยการลงทุนในหุ้นควรสมเหตุสมผลตามกลยุทธ์ทางธุรกิจและความเสี่ยงที่สามารถรับได้. <u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> บริษัทเงินลงทุนนอกตลาดหลักทรัพย์ที่ไม่มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนควรพิจารณาเพิ่มช่องทางการสร้างผลตอบแทนหรือการปรับกลยุทธ์การลงทุน			
บริษัทไทเกอร์ ดิสทริบิวชันแอนด์โลจิสติกส์ จำกัด			
รายการที่ 1 <u>ลักษณะรายการ</u> ค่าใช้จ่ายในการขาย <u>รายละเอียด</u> บริษัทได้จ้างบริษัท ไทเกอร์ ดิสทริบิวชัน แอนด์ โลจิสติกส์ จำกัด เพื่อให้บริการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยกำหนดอัตราค่าบริการตามพื้นที่ ดังนี้: เขตกรุงเทพมหานคร: อัตราค่าบริการ 50 บาทต่อกล่อง ต่างจังหวัด: อัตราค่าบริการ 75 บาทต่อกล่อง การกำหนดอัตราค่าบริการดังกล่าวเป็นไปตามข้อตกลงระหว่างบริษัทกับผู้ให้บริการ โดยพิจารณาจากระยะทาง พื้นที่ให้บริการ และสภาพตลาด เพื่อให้ค่าใช้จ่ายมีความเหมาะสม สอดคล้องกับปริมาณงานและประโยชน์ที่บริษัทได้รับ ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวช่วยสนับสนุนการกระจายสินค้าให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตรงต่อเวลา <u>ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล</u> การจ้างผู้ให้บริการจัดส่งสินค้ามีความจำเป็นเพื่อรองรับการกระจายสินค้าไปยังห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด เนื่องจากยานพาหนะของบริษัทไม่เพียงพอต่อปริมาณงานและพื้นที่ให้บริการที่ครอบคลุม การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผล เนื่องจากช่วยให้การจัดส่งสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และตรงต่อเวลา อีกทั้งยังช่วยลดภาระการลงทุนในทรัพย์สินและค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ของบริษัท ทั้งนี้ การกำหนดอัตราค่าบริการเป็นไปตามสภาพตลาด และลักษณะพื้นที่ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับประโยชน์ที่บริษัทได้รับ และเป็นไปตามหลักการค้ากับคู่ค้าที่ดี	311,741.00	162,679.00	145,763.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
<u>ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ</u> คณะกรรมการตรวจสอบภายในมีความเห็นว่า การว่าจ้างผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าเป็นแนวปฏิบัติที่สมเหตุสมผลและเหมาะสม เนื่องจากช่วยรองรับการกระจายสินค้าไปยังห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ข้อจำกัดด้านยานพาหนะของบริษัท ทั้งนี้ อัตราค่าบริการและเงื่อนไขการว่าจ้างเป็นไปตามข้อตกลงและสอดคล้องกับสภาพตลาด ช่วยให้บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนและบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี			

9.2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่มีการประเมินราคาและราคาประเมินประกอบการทำรายการระหว่างกัน

สามารถดูรายละเอียดได้ที่เอกสารแนบ 4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ส่วนที่ 3 งบการเงิน

รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน

รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทต่อรายงานทางการเงิน

งบการเงินของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำขึ้นภายใต้นโยบายของคณะกรรมการบริษัทซึ่งกำหนดให้ปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและบันทึกบัญชีด้วยความระมัดระวัง ประกอบกับการใช้ดุลยพินิจในการประมาณการในการจัดทำงบการเงินเพื่อให้สะท้อนผลการดำเนินงานที่เป็นจริงของบริษัทฯ

คณะกรรมการบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในด้านคุณภาพของงบการเงิน ด้วยการให้มีการสอบทานข้อมูลทางการเงิน และจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญเพิ่มเติมอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน และคำอธิบายและการวิเคราะห์ เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปในการใช้งบการเงิน

ในการนี้คณะกรรมการบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระและกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารเป็นผู้ดูแลเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงินโดยตรง ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบได้ปรากฏในรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งแสดงไว้ในรายงานประจำปีแล้ว

จากโครงสร้างการบริหาร และระบบการควบคุมภายในดังกล่าว และผลการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทำให้คณะกรรมการบริษัทฯ เชื่อได้ว่า งบการเงินของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ได้แสดงฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสด โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป



นายบุญปกรณ์ โชควัฒนา
ประธานกรรมการ

รายงานของผู้สอบบัญชีอนุญาติ

บริษัท นิวิษฐ์ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

งบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

และรายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอ ผู้ถือหุ้นของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินของ บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วย งบฐานะการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบฐานะการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จเฉพาะกิจการ งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นเฉพาะกิจการ และงบกระแสเงินสดที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบกระแสเงินสดเฉพาะกิจการ สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันและหมายเหตุประกอบงบการเงิน รวมถึงข้อมูลนโยบายการบัญชีที่มีสาระสำคัญ

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินข้างต้นนี้ แสดงฐานะการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบฐานะการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และผลการดำเนินงานที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและผลการดำเนินงานเฉพาะกิจการ และกระแสเงินสดที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและกระแสเงินสดเฉพาะกิจการ สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ ในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากบริษัทตามประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี รวมถึงมาตรฐานเรื่องความเป็นอิสระที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี (ประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจริยบรรณอื่นๆ ตามประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

เรื่องอื่น

งบฐานะการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบฐานะการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จเฉพาะกิจการ งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นเฉพาะกิจการ และงบกระแสเงินสดที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบกระแสเงินสดเฉพาะกิจการ สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน ที่แสดงเป็นข้อมูลเปรียบเทียบตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีอื่นในสำนักงานเดียวกันกับข้าพเจ้า ซึ่งแสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข ตามรายงานลงวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ คือ เรื่องต่างๆที่มีนัยสำคัญที่สุดตามดุลยพินิจของผู้ประกอบวิชาชีพของข้าพเจ้าในการตรวจสอบงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการสำหรับปีปัจจุบัน ข้าพเจ้าได้นำเรื่องเหล่านี้มาพิจารณาในบริบทของการตรวจสอบงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการโดยรวมและในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ทั้งนี้ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความเห็นแยกต่างหากสำหรับเรื่องเหล่านี้

การวัดมูลค่าสินค้านำเข้า

ตามที่ได้กล่าวไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 3.6 และข้อ 7 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีสินค้านำเข้าจำนวน 346.23 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 41 ของสินทรัพย์รวม) ซึ่งเป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญ สินค้านำเข้าแสดงมูลค่าตามวิธีการาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาอาจจะต่ำกว่า บริษัทดำเนินธุรกิจหลักในการจำหน่ายถุงน่อง เครื่องสำอาง ชุดชั้นในสตรี และชุดกายบริหาร ผู้บริหารต้องใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้านำเข้า และใช้ข้อมูลจากรายงานการเคลื่อนไหวของสินค้าในแต่ละช่วงอายุของสินค้าแต่ละประเภทเพื่อวิเคราะห์สินค้าที่ล้าสมัยและเสื่อมสภาพ ในส่วนของมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับผู้บริหารพิจารณาจากราคาขายหลังวันสิ้นงวด

วิธีการตรวจสอบของข้าพเจ้า

- สอบถามฝ่ายบริหารและพิจารณาความเหมาะสมของนโยบายการตั้งค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้านำเข้า
- สุ่มทดสอบการตั้งค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้านำเข้าว่ามีความสอดคล้องกับนโยบายที่กำหนด
- ทดสอบมูลค่าสินค้านำเข้าโดยการเปรียบเทียบต้นทุนของสินค้านำเข้ากับมูลค่าสุทธิที่คาดว่าจะได้รับ
- ตรวจสอบการจัดทำรายงานวิเคราะห์อายุของสินค้านำเข้า
- ทดสอบการควบคุมภายในเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนสินค้า
- เข้าร่วมสังเกตการณ์ตรวจนับสินค้านำเข้า
- พิจารณาถึงความเพียงพอในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการวัดมูลค่าสินค้านำเข้า

การรับรู้รายได้

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักในการจำหน่ายถุงน่อง เครื่องสำอาง ชุดชั้นในสตรี และชุดกายบริหาร โดยมีลักษณะการขายสินค้าในหลายรูปแบบ ได้แก่ ขายปกติโดยให้เครดิตเทอม ขายส่งให้กับลูกค้าค้าส่ง ฝากขาย ขายให้กับลูกค้าโดยตรง และขายออนไลน์ ในการขายสินค้ารูปแบบต่างๆ บริษัทจะรับรู้รายได้เมื่อบริษัทได้โอนอำนาจควบคุมในสินค้าให้แก่ลูกค้าแล้ว และจะไม่รับรู้รายได้ถ้าฝ่ายบริหารยังมีการควบคุมหรือบริหารสินค้าที่ขายไปแล้วนั้น การรับรู้รายได้มีนัยสำคัญเนื่องจากจำนวนและขนาดรายการที่มาก ข้าพเจ้าจึงเห็นว่าเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

วิธีการตรวจสอบของข้าพเจ้า

- สอบถามและทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการขายของบริษัท
- ประเมินการออกแบบและทดสอบระบบการควบคุมภายในของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้รายได้
- สุ่มตรวจสอบเนื้อหาสาระของรายการขายที่เกิดขึ้นในปี
- ตรวจสอบคัดยอดขาย
- สุ่มส่งหนังสือยืนยันยอดขาย
- พิจารณาความเพียงพอของการเปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ข้อมูลอื่นประกอบด้วยข้อมูลซึ่งรวมอยู่ในรายงานประจำปี แต่ไม่รวมถึงงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการและรายงานของผู้สอบบัญชีที่อยู่ในรายงานประจำปีนั้น ข้าพเจ้าคาดว่าข้าพเจ้าจะได้รับรายงานประจำปีภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้ ความเห็นของข้าพเจ้าต่อการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวเนื่องกับการตรวจสอบงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ คือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการหรือความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้า หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นมีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปี หากข้าพเจ้าสรุปได้ว่าการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลเพื่อให้ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลดำเนินการแก้ไขข้อมูลที่แสดงขัดต่อข้อเท็จจริง

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต่อการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการเหล่านี้ โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง เปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่อเนื่อง (ตามความเหมาะสม) และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่อง เว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกบริษัทหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการกำกับดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัท

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี จะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีสาระสำคัญเมื่อคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าได้ใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ การปฏิบัติงานของข้าพเจ้ารวมถึง

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐานการตั้งใจละเว้นการแสดงผล การแสดงผลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน
- ทำความเข้าใจในระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของบริษัท
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งจัดทำขึ้น โดยผู้บริหาร
- สรุปร่วมกับความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหารและจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับ สรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องกล่าวไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าโดยให้ข้อสังเกตถึงการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินที่เกี่ยวข้อง หรือถ้าการเปิดเผยดังกล่าวไม่เพียงพอ ความเห็นของข้าพเจ้าจะเปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตามเหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้บริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่อง
- ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลว่างบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงรายการและเหตุการณ์ในรูปแบบที่ทำให้มีการนำเสนอข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่

- ได้รับหลักฐานการสอบบัญชีที่เหมาะสมอย่างเพียงพอเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินของกิจการภายในกลุ่มหรือกิจกรรมทางธุรกิจภายในกลุ่มบริษัทเพื่อแสดงความเห็นต่องบการเงินรวม ข้าพเจ้าได้รับผิดชอบต่อการกำหนดแนวทาง การควบคุมดูแล และการปฏิบัติงานตรวจสอบกลุ่มบริษัท ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อความเห็นของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่างๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบ รวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้ให้คำรับรองแก่ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลว่าข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระและได้สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดจนเรื่องอื่นซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระของข้าพเจ้าและมาตรการที่ข้าพเจ้าใช้เพื่อป้องกันไม่ให้ข้าพเจ้าขาดความเป็นอิสระ

จากเรื่องที่สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล ข้าพเจ้าได้พิจารณาเรื่องต่างๆ ที่มีนัยสำคัญมากที่สุดในการตรวจสอบงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียและงบการเงินเฉพาะกิจการในงวดปัจจุบันและกำหนดเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ข้าพเจ้าได้อธิบายเรื่องเหล่านี้ในรายงานของผู้สอบบัญชีเว้นแต่กฎหมายหรือข้อบังคับไม่ให้เปิดเผยต่อสาธารณะเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว หรือในสถานการณ์ที่ยากที่จะเกิดขึ้น ข้าพเจ้าพิจารณาว่าไม่ควรสื่อสารเรื่องดังกล่าวในรายงานของข้าพเจ้าเพราะการกระทำดังกล่าวสามารถคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่าจะมีผลกระทบในทางลบมากกว่าผลประโยชน์ต่อส่วนได้เสียสาธารณะจากการสื่อสารดังกล่าว

ผู้สอบบัญชีที่รับผิดชอบงานสอบบัญชีและการนำเสนอรายงานฉบับนี้คือ นางสาวคณิดา สว่างวงษ์

(นางสาวคณิดา สว่างวงษ์)

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

ทะเบียนเลขทะเบียน 14943

บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด

กรุงเทพมหานคร

วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569

งบการเงิน

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

งบฐานะการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

สินทรัพย์

		บาท			
		งบการเงินที่แสดงเงินลงทุน			
		ตามวิธีส่วนได้เสีย		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
หมายเหตุ		31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5	26,311,088	56,593,567	26,311,088	56,593,567
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น - สุทธิ	4,6	99,031,151	100,851,495	99,031,151	100,851,495
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	7	346,229,045	308,959,712	346,229,045	308,959,712
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		471,571,284	466,404,774	471,571,284	466,404,774
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	4,8	229,080,221	229,864,647	229,080,221	229,864,647
เงินลงทุนในบริษัทร่วม - สุทธิ	9	43,916,414	43,011,413	67,711,458	62,860,135
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน - สุทธิ	10	3,662,755	3,868,638	3,662,755	3,868,638
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ	11	22,379,040	21,128,737	22,379,040	21,128,737
สินทรัพย์สิทธิการใช้ - สุทธิ	12	11,848,764	1,133,268	11,848,764	1,133,268
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น - สุทธิ	13	1,656,049	1,860,640	1,656,049	1,860,640
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	14	27,157,231	28,598,893	27,601,423	30,013,350
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น		3,922,289	4,494,267	3,922,289	4,494,267
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		343,622,763	333,960,503	367,861,999	355,223,682
รวมสินทรัพย์		815,194,047	800,365,277	839,433,283	821,628,456

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

งบฐานะการเงิน (ต่อ)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

หมายเหตุ	บาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุน		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ตามวิธีส่วนได้เสีย			
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
หนี้สินหมุนเวียน				
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	15	170,238,588	171,278,557	170,238,588
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	16	87,867,882	85,251,729	87,867,882
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	17	5,110,552	97,439	5,110,552
ประมาณการหนี้สินหมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	18	3,933,268	1,901,798	3,933,268
รวมหนี้สินหมุนเวียน		267,150,290	267,150,290	258,529,523
หนี้สินไม่หมุนเวียน				
หนี้สินภายใต้เงินได้รอการตัดบัญชี	14	36,629,893	34,003,025	36,629,893
หนี้สินตามสัญญาเช่า	17	6,423,017	111,891	6,423,017
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	18	25,146,232	25,921,311	25,146,232
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		1,269,424	3,168,019	3,168,019
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		69,468,566	69,468,566	63,204,246
รวมหนี้สิน		336,618,856	336,618,856	321,733,769
ส่วนของผู้ถือหุ้น				
ทุนจดทะเบียน	19			
หุ้นสามัญ 149,510,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท		149,510,000		149,510,000
หุ้นสามัญ 152,500,200 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท		152,500,200	152,500,200	
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	19			
หุ้นสามัญ 149,510,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท		149,510,000		149,510,000
หุ้นสามัญ 152,499,896 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท		152,499,896	152,499,896	
กำไรสะสม				
- ทุนสำรองตามกฎหมาย	20	15,203,119	14,951,000	15,203,119
- ยังไม่ได้จัดสรร		175,115,293	177,706,260	199,726,851
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น		135,756,883	136,464,248	135,384,561
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		478,575,191	502,814,427	499,894,687
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		815,194,047	839,433,283	821,628,456

บริษัท นิวจีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568

		บาท			
		งบการเงินที่แสดงเงินลงทุน			
		ตามวิธีส่วนได้เสีย		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
หมายเหตุ		2568	2567	2568	2567
รายได้					
ขายสุทธิ	26	494,875,484	502,931,211	494,875,484	502,931,211
รายได้เงินปันผล		7,277,411	6,292,103	7,277,411	6,292,103
รายได้อื่น		7,055,212	3,337,419	7,055,212	3,337,419
กำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม		-	-	4,851,323	-
รวมรายได้		509,208,107	512,560,733	514,059,430	512,560,733
ค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนขาย		338,251,761	334,453,898	338,251,761	334,453,898
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย		121,923,681	118,551,030	121,923,681	118,551,030
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		38,708,305	39,817,402	38,708,305	39,817,402
ค้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทร่วม		-	-	-	1,316,365
ต้นทุนทางการเงิน		4,937,621	5,827,474	4,937,621	5,827,474
รวมค่าใช้จ่าย		503,821,368	498,649,804	503,821,368	499,966,169
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม		984,825	(2,391,902)	-	-
กำไรก่อนภาษีเงินได้		6,371,564	11,519,027	10,238,062	12,594,564
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	14	4,225,416	(826,269)	5,195,680	(1,089,543)
กำไรสำหรับปี	24	2,146,148	12,345,296	5,042,382	13,684,107

บริษัท นิวจีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (ต่อ)

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568

หมายเหตุ	บาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุน		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ตามวิธีส่วนได้เสีย			
	2568	2567	2568	2567
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น	25			
รายการที่ต้องจัดประเภทรายการใหม่				
เข้าไปในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง (สุทธิจากภาษี) :				
- ส่วนแบ่ง (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นจากบริษัทร่วม	(79,823)	(227,247)	-	-
รายการที่ไม่ต้องจัดประเภทรายการใหม่				
เข้าไปในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง (สุทธิจากภาษี) :				
- ผล (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่ายุติธรรม				
หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	(6,614,510)	(5,764,123)	(6,614,510)	(5,764,123)
- ผลกำไรจากการวัดมูลค่ายุติธรรม				
หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด	5,986,968	480,068	5,986,968	480,068
- ผลกำไรจากการวัดมูลค่าใหม่ของผลประโยชน์				
พนักงานที่กำหนดไว้	-	1,946,392	-	1,946,392
(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี - สุทธิจากภาษี	(707,365)	(3,564,910)	(627,542)	(3,337,663)
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	1,438,783	8,780,386	4,414,840	10,346,444
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาทต่อหุ้น)	0.01	0.08	0.03	0.09
จำนวนหุ้นสามัญเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (หุ้น)	24	149,510,000	151,303,938	149,510,000

บาท									
งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย									
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น									
		กำไรสะสม		ผลกำไร (ขาดทุน)	ผลกำไร (ขาดทุน)	ส่วนแบ่งกำไร	ผลกำไร	รวม	
		ทุนที่ออกและ	ทุนสำรอง	จากการวัดมูลค่าสุทธิรวม	จากการวัดมูลค่าสุทธิรวม	(ขาดทุน)	จากการ	องค์ประกอบอื่น	
		เรียกชำระแล้ว	ตามกฎหมาย	ในตลาด	ในความ	เปิดเสรีอื่น	วัดมูลค่าใหม่	ของส่วนของ	รวมส่วนของ
หมายเหตุ			ยังไม่ได้จัดสรร	หลักทรัพย์	ต้องการตลาด	จากบริษัทรวม	ของผลประโยชน์	ผู้ถือหุ้น	ผู้ถือหุ้น
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567									
(ก่อนจัดประเภทใหม่)		149,510,000	14,951,000	172,147,307	110,262,715	25,290,908	679,392	-	136,233,015
รายการปรับปรุงผลกำไร(ขาดทุน)									
จากการวัดมูลค่าสุทธิรวมหลักทรัพย์									
ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด		30	-	-	(5,742,535)	-	5,742,535	-	-
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567									
(หลังจัดประเภทใหม่)		149,510,000	14,951,000	166,404,772	110,262,715	31,033,443	679,392	-	141,975,550
โอนไปกำไรสะสม		-	-	1,946,392	-	-	(1,946,392)	(1,946,392)	-
เงินปันผลจ่าย		-	-	(2,990,200)	-	-	-	-	(2,990,200)
กำไรสำหรับปี		-	-	12,345,296	-	-	-	-	12,345,296
กำไร (ขาดทุน) เปิดเสรีอื่นสำหรับปี		24	-	-	(5,764,123)	480,068	(227,247)	1,946,392	(3,564,910)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567									
		149,510,000	14,951,000	177,706,260	104,498,592	31,513,511	452,145	-	136,464,248
หุ้นสามัญเพิ่มทุน		19	2,989,896	-	-	-	-	-	2,989,896
จัดสรรเป็นทุนสำรองกฎหมาย		20	-	252,119	(252,119)	-	-	-	-
จ่ายหุ้นปันผล		19	-	-	(2,989,896)	-	-	-	(2,989,896)
เงินปันผลจ่าย		21	-	-	(1,495,100)	-	-	-	(1,495,100)
กำไรสำหรับปี		-	-	2,146,148	-	-	-	-	2,146,148
กำไร (ขาดทุน) เปิดเสรีอื่นสำหรับปี		24	-	-	(6,614,510)	5,986,968	(79,823)	-	(707,365)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568									
		152,499,896	15,203,119	175,115,293	97,884,082	37,500,479	372,322	-	135,756,883

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

		บาท							
		งบการเงินเฉพาะกิจการ							
		องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น							
		กำไรสะสม		ผลกำไร (ขาดทุน)	ผลกำไร (ขาดทุน)	ผลกำไร	รวม		
		ทุนที่ออกและ	ทุนสำรองความ	จากการวัดมูลค่าสุทธิรวม	จากการวัดมูลค่าสุทธิรวม	จากการ	องค์ประกอบอื่น	ของส่วน	รวมส่วนของ
		เรียกชำระแล้ว	กฎหมาย	ยังไม่ได้จัดสรร	ในตลาด	ในความ	วัดมูลค่าใหม่	ของผู้ถือหุ้น	ผู้ถือหุ้น
		หมายเหตุ			หลักทรัพย์	ต้องการตลาด	ของผลประโยชน์		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567									
(ก่อนจัดประเภทใหม่)		149,510,000	14,951,000	192,523,820	110,262,715	25,290,908	-	135,553,623	492,538,443
รายการปรับปรุงผลกำไร(ขาดทุน)									
จากการวัดมูลค่าสุทธิรวมหลักทรัพย์									
ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด									
30	-	-	(5,742,535)	-	5,742,535	-	5,742,535	-	-
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567									
(หลังจัดประเภทใหม่)		149,510,000	14,951,000	186,781,285	110,262,715	31,033,443	-	141,296,158	492,538,443
โอนไปกำไรสะสม									
		-	-	1,946,392	-	-	(1,946,392)	(1,946,392)	-
เงินปันผลจ่าย									
		-	-	(2,990,200)	-	-	-	-	(2,990,200)
กำไรสำหรับปี									
		-	-	13,684,107	-	-	-	-	13,684,107
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี									
24	-	-	-	(5,764,123)	480,068	1,946,392	(3,337,663)	(3,337,663)	(3,337,663)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567									
		149,510,000	14,951,000	199,421,584	104,498,592	31,513,511	-	136,012,103	499,894,687
หุ้นสามัญเพิ่มทุน									
19	2,989,896	-	-	-	-	-	-	-	2,989,896
จัดสรรเป็นทุนสำรองกฎหมาย									
20	-	252,119	(252,119)	-	-	-	-	-	-
จ่ายหุ้นปันผล									
19	-	-	(2,989,896)	-	-	-	-	-	(2,989,896)
เงินปันผลจ่าย									
21	-	-	(1,495,100)	-	-	-	-	-	(1,495,100)
กำไรสำหรับปี									
		-	-	5,042,382	-	-	-	-	5,042,382
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี									
24	-	-	-	(6,614,510)	5,986,968	-	(627,542)	(627,542)	(627,542)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568									
		152,499,896	15,203,119	199,726,851	97,884,082	37,500,479	-	135,384,561	502,814,427

บริษัท นิวจิตต์ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568

หมายเหตุ	บาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุน		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ตามวิธีส่วนได้เสีย			
	2568	2567	2568	2567
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไรสำหรับปี	2,146,148	12,345,296	5,042,382	13,684,107
ปรับรายการที่กระทบกำไร (ขาดทุน) เป็นเงินสดรับ (จ่าย)				
การปรับปรุงดอกเบี้ยรับ	(197,007)	(251,571)	(197,007)	(251,571)
การปรับปรุงต้นทุนทางการเงิน	4,937,621	5,827,474	4,937,621	5,827,474
การปรับปรุงด้วยลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นลดลง	1,879,444	2,533,058	1,879,444	2,533,058
การปรับปรุงด้วยสินค้างเหลือ (เพิ่มขึ้น) ลดลง	(37,269,333)	13,345,521	(37,269,333)	13,345,521
การปรับปรุงด้วยสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น (เพิ่มขึ้น) ลดลง	571,978	(53,331)	571,978	(53,331)
การปรับปรุงด้วยเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น	2,623,696	3,416,492	2,623,696	3,416,492
การปรับปรุง (กำไร) ขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัญญาเช่า	(166,302)	36,110	(166,302)	36,110
การปรับปรุงด้วยหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(1,898,595)	20,200	(1,898,595)	20,200
การปรับปรุงค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	7,438,599	3,764,724	7,438,599	3,764,724
การปรับปรุงด้วยผลขาดทุนด้านเครดิต (กลับรายการ)	(59,100)	(50,930)	(59,100)	(50,930)
การปรับปรุงด้วยผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วม (กลับรายการ)	-	-	(4,851,323)	1,316,365
การปรับปรุงด้วยผลขาดทุนสินค้าเสื่อมสภาพ (กลับรายการ)	-	(63,595)	-	(63,595)
การปรับปรุงด้วยส่วนแบ่ง (กำไร) ขาดทุนในบริษัทร่วม	(984,825)	2,391,902	-	-
การปรับปรุงด้วยประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน	2,349,773	2,354,364	2,349,773	2,354,364
เงินปันผลรับ	(7,277,411)	(6,292,103)	(7,277,411)	(6,292,103)
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	4,225,416	(826,269)	5,195,680	(1,089,543)
รวมการปรับปรุงจากการกระทบยอดกำไร	(21,679,898)	38,497,342	(21,679,898)	38,497,342
กระแสเงินสดสุทธิได้จาก (ใช้ไป) การดำเนินงาน				
เงินสดรับดอกเบี้ย	197,007	251,571	197,007	251,571
เงินสดจ่ายดอกเบี้ย	(4,561,171)	(5,856,459)	(4,561,171)	(5,856,459)
เงินสดจ่ายผลประโยชน์พนักงาน	(1,093,383)	(2,503,641)	(1,093,383)	(2,503,641)
กระแสเงินสดสุทธิได้จาก (ใช้ไป) กิจกรรมดำเนินงาน	(27,137,445)	30,388,813	(27,137,445)	30,388,813

บริษัท นิวจิตต์ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)
งบกระแสเงินสด (ต่อ)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568

หมายเหตุ	บาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุน		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ตามวิธีส่วนได้เสีย			
	2568	2567	2568	2567
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์	(3,848,760)	(1,831,233)	(3,848,760)	(1,831,233)
เงินสดรับปันผล	7,277,411	6,292,103	7,277,411	6,292,103
กระแสเงินสดสุทธิที่ได้มาจากกิจกรรมลงทุน	3,428,651	4,460,870	3,428,651	4,460,870
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
เงินเบิกเกินบัญชีจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(1,039,969)	1,279,663	(1,039,969)	1,279,663
เงินสดรับเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,315,000,000	860,000,000	1,315,000,000	860,000,000
เงินสดจ่ายเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	(1,315,000,000)	(860,000,000)	(1,315,000,000)	(860,000,000)
เงินสดจ่ายเพื่อลดหนี้สินภายใต้สัญญาเช่า	(4,038,616)	(99,840)	(4,038,616)	(99,840)
เงินสดจ่ายเงินปันผล	(1,495,100)	(2,990,200)	(1,495,100)	(2,990,200)
กระแสเงินสดสุทธิ (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(6,573,685)	(1,810,377)	(6,573,685)	(1,810,377)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(30,282,479)	33,039,306	(30,282,479)	33,039,306
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	5 56,593,567	23,554,261	56,593,567	23,554,261
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันปลายปี	5 26,311,088	56,593,567	26,311,088	56,593,567

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

1. ข้อมูลทั่วไป

- 1.1 บริษัทได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2537 ทะเบียนเลขที่ 0107537001901
- 1.2 บริษัทมีสถานประกอบการสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 666 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
- 1.3 ปัจจุบันบริษัทมีสาขาในประเทศ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สาขาบำรุงราษฎร์ สาขาโลดส์ซอนแก่น สาขาเซ็นทรัลซอนแก่น สาขาสุรวงศ์ สาขาโคราช สาขาอุดรธานี และสาขาเชียงใหม่
- 1.4 บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถุงน่อง เครื่องสำอาง ชุดชั้นในสตรี และชุดกายบริหาร

2. เกณฑ์ในการจัดทำงบการเงินและการนำเสนองบการเงิน

2.1 เกณฑ์ในการจัดทำงบการเงิน

งบการเงินได้จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปภายใต้พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 ซึ่งหมายถึงมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ออกภายใต้พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ.2547 และข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ว่าด้วยการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

งบการเงินได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมในการวัดมูลค่าขององค์ประกอบของงบการเงิน ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องในนโยบายการบัญชีในลำดับต่อไป

การจัดทำงบการเงินให้สอดคล้องกับหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปในประเทศไทย กำหนดให้ใช้ประมาณการทางบัญชีที่สำคัญและการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารซึ่งจัดทำขึ้นตามกระบวนการในการนำนโยบายการบัญชีของบริษัทไปถือปฏิบัติ บริษัทเปิดเผยเรื่องการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร หรือรายการที่มีความซับซ้อน และรายการเกี่ยวกับข้อสมมติฐานและประมาณการที่มีนัยสำคัญต่องบการเงินในหมายเหตุ 2.2

งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษจัดทำขึ้นจากงบการเงินตามกฎหมายที่เป็นภาษาไทย ในกรณีที่มีเนื้อความขัดแย้งกันหรือมีการตีความในสองภาษาแตกต่างกันให้ใช้งบการเงินตามกฎหมายฉบับภาษาไทยเป็นหลัก

2.2 การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ

ในการจัดทำงบการเงินนี้เป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจและการประมาณการในเรื่องที่มีความไม่แน่นอนเสมอ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงินและต่อข้อมูลที่แสดงในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ผลที่เกิดขึ้นจริงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ ได้แก่

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้า

การประมาณการผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นฝ่ายบริหารต้องใช้ดุลยพินิจโดยคำนึงถึง ประสบการณ์การเก็บหนี้ในอดีต อายุหนี้ที่ค้างและสถานะเศรษฐกิจที่คาดการณ์ไว้

ข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีตและการคาดการณ์สถานะเศรษฐกิจของบริษัทอาจไม่ได้บ่งบอกถึงการผิดสัญญาของลูกหนี้ที่เกิดขึ้นจริงในอนาคต

ค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือ

ในการประมาณค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือ ฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประมาณการผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากสินค้าคงเหลืออื่น โดยค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสุทธิที่จะได้รับพิจารณาจากราคาที่สามารถขายได้ตามปกติของธุรกิจหักด้วยค่าใช้จ่ายในการขายสินค้านั้น และค่าเพื่อสำหรับสินค้าเก่าล้าสมัยเคลื่อนไหวช้าหรือเสื่อมคุณภาพพิจารณาจากอายุโดยประมาณของสินค้า รวมทั้งโอกาสที่คาดว่าจะสามารถขายสินค้าแต่ละชนิด

มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ทางการเงิน

ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงินที่รับรู้ในงบฐานะการเงิน ที่ไม่มีการซื้อขายในตลาดและไม่สามารถหาราคาได้ในตลาดซื้อขายคล่อง ฝ่ายบริหารต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงินดังกล่าว โดยใช้เทคนิคและแบบจำลองการประเมินมูลค่า ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลองได้มาจากการเทียบเคียงกับตัวแปรที่มีอยู่ในตลาด โดยคำนึงถึงความเสี่ยงทางด้านเครดิต สภาพคล่อง ข้อมูลความสัมพันธ์ และการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าของเครื่องมือทางการเงินในระยะยาว ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงของสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการคำนวณ อาจมีผลกระทบต่อมูลค่ายุติธรรมที่แสดงอยู่ในงบฐานะการเงิน และการเปิดเผยลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม

ค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน

บริษัทจะตั้งค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนเมื่อฝ่ายบริหารใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาว่ามูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุนดังกล่าวได้ลดลงอย่างมีสาระสำคัญและเป็นระยะเวลานานหรือเมื่อมีข้อบ่งชี้ของการด้อยค่า การที่จะสรุปว่าเงินลงทุนดังกล่าวได้ลดลงอย่างมีสาระสำคัญหรือเป็นระยะเวลานานหรือไม่นั้นจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร

ค่าเสื่อมราคาและการด้อยค่าของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์สิทธิการใช้ และค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ในการคำนวณค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน อาคารและอุปกรณ์ตลอดจนสินทรัพย์สิทธิการใช้ และค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องทำการประมาณอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือเมื่อเลิกใช้งาน (ถ้ามี) และต้องทบทวนอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือใหม่หากมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารจะต้องพิจารณาการด้อยค่าของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์สิทธิการใช้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนหากมีข้อบ่งชี้ และบันทึกขาดทุนจากการด้อยค่าหากคาดว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ข้อบ่งชี้ดังกล่าวรวมถึงการลดลงอย่างมีนัยสำคัญของมูลค่าตลาดหรือมูลค่าที่ได้รับจากการใช้ประโยชน์ในอนาคตของสินทรัพย์ การเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญของกลยุทธ์ทางธุรกิจของกิจการที่มีผลกระทบต่อการใช้สินทรัพย์นั้นในอนาคต แนวโน้มในทางลบของภาวะอุตสาหกรรมและสภาพเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดที่สำคัญของกิจการ รวมถึง กฎระเบียบข้อบังคับที่สำคัญหรือคำตัดสินของศาลที่มีผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ เป็นต้น

การทดสอบการด้อยค่าของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์สิทธิการใช้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตจากสินทรัพย์หรือหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสด รวมทั้งการเลือกอัตราคิดลดที่เหมาะสมในการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดนั้น ๆ ทั้งนี้ กระแสเงินสดประมาณการบนพื้นฐานของข้อมูลการดำเนินงานที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ซึ่งฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจที่เกี่ยวข้องกับข้อสมมติฐานเกี่ยวกับสถานะตลาดในอนาคต รวมถึงรายได้และค่าใช้จ่ายในอนาคต ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับสินทรัพย์หรือหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดนั้น โดยประมาณการกระแสเงินสดดังกล่าวอาจเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจาก ภาวะการแข่งขัน แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของรายได้ โครงสร้างต้นทุน การเปลี่ยนแปลงของอัตราคิดลด ภาวะอุตสาหกรรมและภาวะตลาดที่เกี่ยวข้อง

สัญญาเช่า

การใช้ดุลยพินิจในการประเมินว่าบริษัทมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลหรือไม่ที่จะใช้สิทธิในการเลือกขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่า

การกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมส่วนเพิ่มที่ใช้ในการวัดมูลค่าหนี้สินตามสัญญาเช่า

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

บริษัทรับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีซึ่งคำนวณขึ้นจากผลแตกต่างชั่วคราว ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานระหว่างฐานภาษีของสินทรัพย์หรือหนี้สินกับราคาตามบัญชีของสินทรัพย์หรือหนี้สินนั้น เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่าบริษัทจะมีกำไรทางภาษีจากการดำเนินงานในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ภาษีเงินได้นั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการว่าบริษัทควรรับรู้จำนวนสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเป็นจำนวนเท่าใดโดยพิจารณาถึงกำไรทางภาษีที่คาดว่าจะเกิดในอนาคตในแต่ละช่วงเวลา

ผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงานตามโครงการผลประโยชน์

หนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงานประมาณขึ้นตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ซึ่งต้องอาศัยข้อสมมติฐานต่าง ๆ ในการประมาณการ เช่น อัตราคิดลด อัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต อัตราการเกษียณและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในเชิงประชากรศาสตร์ เป็นต้น

2.3 สกูลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานและนำเสนองบการเงิน

งบการเงินนี้จัดทำและแสดงหน่วยเงินตราเป็นสกุลเงินบาท ซึ่งเป็นสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัทและเป็นสกุลเงินที่นำเสนองบการเงินของบริษัท งบการเงินทั้งหมดมีการเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงิน เพื่อให้แสดงเป็นหลักพันบาทและหลักล้านบาท ยกเว้นที่ระบุไว้เป็นอย่างอื่น

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

2.4 มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่ที่มีผลบังคับใช้ในปีปัจจุบัน

ในระหว่างปี บริษัทได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงจำนวนหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2568 มาถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้งานมาตรฐาน

การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัท

มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2569

สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2569 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้งานมาตรฐาน

ฝ่ายบริหารของบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานนี้จะไม่ผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัท

3. นโยบายการบัญชีที่สำคัญ

3.1 เกณฑ์ในการจัดทำงานการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย

บริษัทร่วมเป็นกิจการที่บริษัทมีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญโดยมีอำนาจเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายทางการเงินและการดำเนินงานแต่ไม่ถึงระดับที่จะควบคุมนโยบายดังกล่าว งบการเงินของบริษัทได้รวม ส่วนแบ่งกำไรหรือขาดทุนของบริษัทร่วมตามวิธีส่วนได้เสีย นับจากวันที่มีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญจนถึงวันที่การมีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญสิ้นสุดลง เมื่อผลขาดทุนที่บริษัทได้รับจากบริษัทร่วมมีจำนวนเกินกว่าเงินลงทุนในบริษัทร่วม เงินลงทุนจะถูกทอนลงจนเป็นศูนย์และหยุดรับรู้ส่วนผลขาดทุน เว้นแต่กรณีที่บริษัทมีภาระผูกพันตามกฎหมายหรืออนุমানหรือยินยอมที่จะชำระภาระผูกพันของบริษัทร่วม

3.2 รายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

รายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาท โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการสินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินและเป็นเงินตราต่างประเทศ ณ วันที่รายงาน แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันนั้น กำไรหรือขาดทุนจากการแปลงค่าจะบันทึกในกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์และหนี้สินที่ไม่เป็นตัวเงินซึ่งเกิดจากรายการบัญชีที่เป็นเงินตราต่างประเทศซึ่งบันทึกตามเกณฑ์ราคาทุนเดิมแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ

บริษัท นิวซิติ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

3.3 ข้อมูลจำแนกตามส่วนงาน

ส่วนงานดำเนินงานได้ถูกรายงานในลักษณะเดียวกับรายงานภายในที่นำเสนอให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงาน ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานหมายถึงบุคคลที่มีหน้าที่ในการจัดสรรทรัพยากรและประเมินผล การปฏิบัติงานของส่วนงานดำเนินงาน ซึ่งพิจารณาว่าคือกรรมการผู้จัดการใหญ่ ที่ทำการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

ส่วนงานทางธุรกิจแสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการของแต่ละส่วนงานทางธุรกิจซึ่งมีความเสี่ยงและผลตอบแทนที่แตกต่างกัน ส่วนงานทางภูมิศาสตร์แสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการภายใต้สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงและผลตอบแทนที่แตกต่างของส่วนที่ดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจอื่น

ข้อมูลจำแนกตามส่วนงานแสดงโดยแบ่งตามส่วนงานธุรกิจของบริษัท

บริษัทนำเสนอข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงานโดยแสดงส่วนงานธุรกิจเป็นรูปแบบหลักในการรายงาน โดยพิจารณาจากโครงสร้างการบริหารและการรายงานทางการเงินภายในของบริษัทเป็นเกณฑ์ในการกำหนดส่วนงาน

3.4 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ในงบกระแสเงินสด เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวมถึงเงินสดในมือ เงินฝากธนาคารประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม

เงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูงซึ่งมีอายุไม่เกินสามเดือนนับจากวันที่ได้มา และไม่คิดภาระค่าประกัน

เงินเบิกเกินบัญชีจะแสดงไว้ในส่วนของหนี้สินหมุนเวียนในงบฐานะการเงิน

3.5 ลูกหนี้การค้า

ลูกหนี้การค้าแสดงถึงจำนวนเงินที่ลูกค้าจะต้องชำระสำหรับการขายสินค้าและการให้บริการตามปกติของธุรกิจ

บริษัทรับรู้ลูกหนี้การค้าเมื่อเริ่มแรกด้วยจำนวนเงินของสิ่งตอบแทนที่ปราศจากเงื่อนไขในการได้รับชำระ ในกรณีที่มีส่วนประกอบด้านการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญจะรับรู้ด้วยมูลค่าปัจจุบันของสิ่งตอบแทน

บริษัทใช้วิธีการอย่างง่าย (Simplified Approach) ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 9 ในการวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งกำหนดให้พิจารณาผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุหนี้และรับรู้ผลขาดทุนตั้งแต่การรับรู้รายการลูกหนี้การค้า ในการพิจารณาผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ลูกหนี้การค้าจะถูกจัดกลุ่มตามวันที่ครบกำหนดชำระ อัตราความเสียหายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจะขึ้นอยู่กับประวัติการชำระเงินและข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตในอดีตซึ่งมีการปรับเพื่อสะท้อนข้อมูลปัจจุบันและการคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่มีผลต่อความสามารถของลูกหนี้ในการชำระหนี้

3.6 สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือแสดงในราคาทุน (หลังจากหักค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและเคลื่อนไหวช้า) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

ต้นทุนของสินค้าคำนวณโดยใช้วิธีถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ต้นทุนสินค้าประกอบด้วยต้นทุนที่ซื้อ ต้นทุนในการดัดแปลงหรือต้นทุนอื่นเพื่อให้สินค้าอยู่ในสถานที่และสภาพปัจจุบัน

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

มูลค่าสุทธิที่จะได้รับเป็นการประมาณราคาที่จะขายได้จากการดำเนินธุรกิจปกติหักด้วยค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการขาย

บริษัทตั้งค่าเผื่อสำหรับสินค้าเคลื่อนไหวช้าและล้าสมัยโดยพิจารณาจากอายุและสภาพของสินค้าและประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต

3.7 เครื่องมือทางการเงิน

บริษัทรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกของสินทรัพย์ทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม และบวกด้วยต้นทุนการทำรายการเฉพาะในกรณีที่สินทรัพย์ทางการเงินที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน อย่างไรก็ตาม สำหรับลูกหนี้การค้าที่ไม่มีองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญ บริษัทจะรับรู้สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าวด้วยราคาของรายการ ตามที่กล่าวไว้ในนโยบายการบัญชีเรื่องลูกหนี้การค้า

การจัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

บริษัทจัดประเภทสินทรัพย์ทางการเงิน ณ วันที่รับรู้รายการเริ่มแรก เป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุน เบ็ดเสร็จอื่น และสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน โดยพิจารณาจากแผนธุรกิจของกิจการในการจัดการสินทรัพย์ทางการเงิน และลักษณะของกระแสเงินสดตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย

บริษัทวัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย เมื่อบริษัทถือครองสินทรัพย์ทางการเงินนั้นเพื่อรับกระแสเงินสดตามสัญญา และเงื่อนไขตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงินก่อให้เกิดกระแสเงินสดที่เป็นการรับชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ยจากยอดคงเหลือของเงินต้นในวันที่ระบุไว้เท่านั้น

สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าววัดมูลค่าในภายหลังโดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงและต้องมีการประเมินการด้อยค่า ทั้งนี้ ผลกำไรและขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการ การเปลี่ยนแปลง หรือการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ทางการเงินที่มีการกำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น (ตราสารทุน)

ณ วันที่รับรู้รายการวันแรก บริษัทสามารถเลือกจัดประเภทเงินลงทุนในตราสารทุนซึ่งไม่ได้ถือไว้เพื่อค้า เป็นตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น โดยไม่สามารถเปลี่ยนการจัดประเภทในภายหลังได้ ทั้งนี้ การจัดประเภทรายการจะพิจารณาเป็นรายตราสาร

ผลกำไรและขาดทุนที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นของสินทรัพย์ทางการเงินนี้จะไม่สามารถโอนไปรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนได้ในภายหลัง

เงินปันผลรับจากเงินลงทุนดังกล่าวถือเป็นรายได้อื่นในส่วนของกำไรหรือขาดทุน เว้นแต่ในกรณีที่เป็นการได้รับคืนของต้นทุนการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินอย่างชัดเจน บริษัทจะรับรู้รายการนั้นในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

นอกจากนี้ เงินลงทุนในตราสารทุนที่กำหนดให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น ไม่มีข้อกำหนดให้ประเมินการด้อยค่า

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน จะแสดงในงบฐานะการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม โดยรับรู้การเปลี่ยนแปลงสุทธิของมูลค่ายุติธรรมซึ่งรวมถึงดอกเบี้ยรับ ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

ทั้งนี้ สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าว หมายรวมถึง เงินลงทุนในหลักทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อค่า เงินลงทุนในตราสารทุนซึ่งบริษัทไม่ได้เลือกจัดประเภทให้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น และสินทรัพย์ทางการเงินที่มีกระแสเงินสดที่ไม่ได้รับชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ย

เงินปันผลรับจากเงินลงทุนในตราสารทุนของบริษัทจดทะเบียนถือเป็นรายได้อื่นในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การจัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าของหนี้สินทางการเงิน

ยกเว้นหนี้สินตราสารอนุพันธ์ บริษัทรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกสำหรับหนี้สินทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนการทำรายการ และจัดประเภทหนี้สินทางการเงินเป็นหนี้สินทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย โดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริง ทั้งนี้ ผลกำไรและขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการหนี้สินทางการเงินและการตัดจำหน่ายตามวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน โดยการคำนวณมูลค่าราคาทุนตัดจำหน่ายคำนึงถึงส่วนลดหรือส่วนเกินมูลค่า รวมถึงค่าธรรมเนียมหรือต้นทุนที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงนั้นด้วย ทั้งนี้ ค่าตัดจำหน่ายตามวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงแสดงเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนทางการเงินในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การตัดรายการของเครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดรายการออกจากบัญชี เมื่อสิทธิที่จะได้รับกระแสเงินสดของสินทรัพย์นั้นได้สิ้นสุดลง หรือได้มีการโอนสิทธิที่จะได้รับกระแสเงินสดของสินทรัพย์นั้น รวมถึงได้มีการโอนความเสี่ยงและผลตอบแทนเกือบทั้งหมดของสินทรัพย์นั้น หรือมีการโอนการควบคุมในสินทรัพย์นั้น

บริษัทตัดรายการหนี้สินทางการเงินก็ต่อเมื่อได้มีการปฏิบัติตามภาระผูกพันของหนี้สินนั้นแล้ว มีการยกเลิกภาระผูกพันนั้น หรือมีการสิ้นสุดลงของภาระผูกพันนั้น ในกรณีที่มีการเปลี่ยนหนี้สินทางการเงินที่มีอยู่ให้เป็นหนี้สินใหม่จากผู้ให้กู้รายเดียวกันซึ่งมีข้อกำหนดที่แตกต่างกันอย่างมาก หรือมีการแก้ไขข้อกำหนดของหนี้สินที่มีอยู่อย่างเป็นสาระสำคัญ จะถือว่าเป็นการตัดรายการหนี้สินเดิมและรับรู้หนี้สินใหม่ โดยรับรู้ผลแตกต่างของมูลค่าตามบัญชีดังกล่าวในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การด้อยค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

บริษัทรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของตราสารหนี้ทั้งหมดที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนวณจากผลต่างของกระแสเงินสดที่จะครบกำหนดชำระตามสัญญากับกระแสเงินสดทั้งหมดที่บริษัทคาดว่าจะได้รับชำระ และคิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงโดยประมาณของสินทรัพย์ทางการเงิน ณ วันที่ได้มา

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ในกรณีที่ความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์ไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเริ่มแรก บริษัทวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยพิจารณาจากการผิดสัญญาที่อาจเกิดขึ้นใน 12 เดือนข้างหน้า ในขณะที่หากความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเริ่มแรก บริษัทวัดมูลค่าผลขาดทุนด้วยจำนวนเงินที่เท่ากับผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุที่เหลืออยู่ของเครื่องมือทางการเงิน

บริษัทใช้วิธีการอย่างง่ายในการคำนวณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสำหรับลูกหนี้การค้านั้น ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทจึงไม่มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของความเสี่ยงทางด้านเครดิต แต่จะรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุของลูกหนี้การค้า

การคำนวณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นข้างต้น อ้างอิงจากข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีต ปรับปรุงด้วยข้อมูลการคาดการณ์ไปในอนาคตเกี่ยวกับลูกหนี้การค้าและสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ

สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดจำหน่ายออกจากบัญชี เมื่อกิจการคาดว่าจะไม่ได้รับคืนกระแสเงินสดตามสัญญาอีกต่อไป

การหักกลบของเครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินจะนำมาหักกลบกัน และแสดงด้วยยอดสุทธิในงบฐานะการเงิน ก็ต่อเมื่อกิจการมีสิทธิบังคับใช้ได้ตามกฎหมายอยู่แล้วในการหักกลบจำนวนเงินที่รับรู้ และกิจการมีความตั้งใจที่จะชำระด้วยยอดสุทธิ หรือตั้งใจที่จะรับสินทรัพย์และชำระหนี้สินพร้อมกัน

3.8 เงินลงทุน

เงินลงทุนในบริษัทร่วมในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท บันทึกบัญชีโดยใช้วิธีราคาทุนหักขาดทุนจากการด้อยค่า ส่วนการบันทึกบัญชีเงินลงทุนในบริษัทร่วมในงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียใช้วิธีส่วนได้เสีย

3.9 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ที่ถือครองเพื่อหาประโยชน์จากรายได้ค่าเช่า หรือจากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าของสินทรัพย์หรือทั้งสองอย่าง ทั้งนี้ได้เปิดเผยแยกต่างหากจากที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

บริษัทเลือกวิธีราคาทุนสำหรับการบันทึกบัญชีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาที่ดินเป็นค่าใช้จ่ายในกำไรหรือขาดทุน คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามเกณฑ์อายุการใช้ประโยชน์ โดยประมาณของสินทรัพย์แต่ละรายการ ค่าเสื่อมราคาคำนวณจากต้นทุนของสินทรัพย์หักมูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์ อายุการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์และมูลค่าคงเหลือทบทวนทุกสิ้นปี อายุการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์โดยประมาณแสดงได้ดังนี้

	ระยะเวลา (ปี)
อาคารให้เช่า	20
บริษัทไม่คิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดิน ที่ดินให้เช่า	

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

3.10 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

ที่ดินแสดงมูลค่าตามราคาทุน อาคารและอุปกรณ์แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาที่ดินที่บันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในกำไรหรือขาดทุน คำนวณโดยวิธีเส้นตรงตามเกณฑ์อายุการใช้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์แต่ละรายการ ค่าเสื่อมราคาคำนวณจากต้นทุนของสินทรัพย์หักมูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์อายุการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์โดยประมาณแสดงได้ดังนี้

	ระยะเวลา (ปี)
อาคาร	20
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	5
ยานพาหนะ	5

บริษัทไม่คิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง

ทุกสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทได้มีการทบทวนและปรับปรุงมูลค่าคงเหลือและอายุการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์ให้เหมาะสม

ผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดจากการจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ คำนวณโดยเปรียบเทียบจากสิ่งตอบแทนสุทธิที่ได้รับจากการจำหน่ายสินทรัพย์กับมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ และจะรับรู้ในรายการรายได้อื่นหรือค่าใช้จ่ายอื่นในงบกำไรขาดทุน

3.11 สัญญาเช่า

สัญญาเช่า - กรณีบริษัทเป็นผู้เช่า

ณ วันเริ่มต้นของสัญญาเช่า บริษัทจะประเมินว่าสัญญาเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่าหรือไม่ โดยสัญญาจะเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่า ถ้าสัญญานั้นมีการให้สิทธิในการควบคุมการใช้สินทรัพย์ที่ระบุได้สำหรับช่วงเวลาหนึ่งเพื่อการแลกเปลี่ยนกับสิ่งตอบแทน

บริษัทประเมินอายุสัญญาเช่าตามระยะเวลาที่บอกเลิกไม่ได้ที่ระบุในสัญญาเช่าหรือตามระยะเวลาที่เหลืออยู่ของสัญญาเช่าที่มีผลอยู่โดยรวมระยะเวลาตามสิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหากมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่จะใช้สิทธิเลือกนั้น และระยะเวลาตามสิทธิเลือกในการยกเลิกสัญญาเช่า หากมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่จะไม่ใช้สิทธิเลือกนั้น ทั้งนี้พิจารณาถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยี และ/หรือ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการต่ออายุของสัญญาเช่าดังกล่าว เป็นต้น

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ก) สินทรัพย์สิทธิการใช้

สินทรัพย์สิทธิการใช้วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม ผลขาดทุนจากการด้อยค่า และปรับปรุงด้วยการวัดมูลค่าของหนี้สินตามสัญญาเช่าใหม่ (ถ้ามี) ราคาทุนของสินทรัพย์สิทธิการใช้ ประกอบด้วยจำนวนเงินของหนี้สินตามสัญญาเช่าจากการวัดมูลค่าเริ่มแรก ต้นทุนทางตรงเริ่มแรก และจำนวนเงินที่จ่ายชำระในวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลหรือก่อนวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล

ราคาทุนของสินทรัพย์สิทธิการใช้ รวมถึงประมาณการต้นทุนที่จะเกิดขึ้นสำหรับผู้เช่าในการรื้อและขนย้ายสินทรัพย์อ้างอิง การบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์อ้างอิงหรือการบูรณะสินทรัพย์อ้างอิงให้อยู่ในสภาพตามที่กำหนดไว้ในข้อตกลงและเงื่อนไขของสัญญาเช่า

ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้คำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุสัญญาเช่าหรืออายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์ หากมีการโอนความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์ที่เช่าให้แก่บริษัทเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่า

ข) หนี้สินตามสัญญาเช่า

หนี้สินตามสัญญาเช่าวัดมูลค่าด้วยมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าตลอดอายุสัญญาเช่า จำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าประกอบด้วย ค่าเช่าคงที่หักด้วยสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่า ค่าเช่าผันแปรที่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตรา จำนวนเงินที่คาดว่าจะจ่ายภายใต้การรับประกันมูลค่าคงเหลือ รวมถึงราคาใช้สิทธิของสิทธิเลือกซื้อซึ่งมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่บริษัทจะใช้สิทธินั้น และการจ่ายค่าปรับเพื่อการยกเลิกสัญญาเช่า หากข้อกำหนดของสัญญาเช่าแสดงให้เห็นบริษัทจะใช้สิทธิในการยกเลิกสัญญาเช่า บริษัทบันทึกค่าเช่าผันแปรที่ไม่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตราเป็นค่าใช้จ่ายในปีที่เหตุการณ์หรือเงื่อนไขซึ่งเกี่ยวข้องกับการจ่ายชำระนั้นได้เกิดขึ้น

บริษัทคิดลดมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าด้วยอัตราดอกเบี้ยตาม نرخของสัญญาเช่าหรืออัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของบริษัท หลังจากวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินตามสัญญาเช่าจะเพิ่มขึ้นจากดอกเบี้ยของหนี้สินตามสัญญาเช่าและลดลงจากการจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า นอกจากนี้ มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินตามสัญญาเช่าจะถูกวัดมูลค่าใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอายุสัญญาเช่า การเปลี่ยนแปลงการจ่ายชำระตามสัญญาเช่า หรือการเปลี่ยนแปลงในการประเมินสิทธิเลือกซื้อสินทรัพย์อ้างอิง

ค) สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ

สัญญาเช่าที่มีอายุสัญญาเช่า 12 เดือนหรือน้อยกว่านับตั้งแต่วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล หรือสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ จะบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายตามวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า

3.12 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

บริษัทแสดงสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ด้วยราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม และค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี) ค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนคำนวณจากราคาทุนของสินทรัพย์ โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้ประโยชน์โดยประมาณ 10 ปี สินทรัพย์ไม่มีตัวตนประกอบด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เครื่องหมายการค้า และทรัพย์สินสมาชิก

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

3.13 การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทจะทำการประเมินการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วม อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดินอาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์สิทธิการใช้ หรือ สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนอื่นของบริษัท หากมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์ดังกล่าวอาจด้อยค่า บริษัทรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าเมื่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์มีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ทั้งนี้มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายของสินทรัพย์หรือมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า ในการประเมินมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ บริษัทประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการคาดว่าจะได้รับจากสินทรัพย์และคำนวณคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยใช้อัตราคิดลดก่อนภาษีที่สะท้อนถึงการประเมินความเสี่ยงในสภาพตลาดปัจจุบันของเงินสดตามระยะเวลาและความเสี่ยงซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของสินทรัพย์ที่กำลังพิจารณาอยู่ ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขาย บริษัทใช้แบบจำลองการประเมินมูลค่าที่ดีที่สุดซึ่งเหมาะสมกับสินทรัพย์ ซึ่งสะท้อนถึงจำนวนเงินที่กิจการสามารถจะได้ออกจากการจำหน่ายสินทรัพย์หักด้วยต้นทุนในการจำหน่าย โดยการจำหน่ายนั้นผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้และเต็มใจในการแลกเปลี่ยนและสามารถต่อรองราคากันได้อย่างเป็นอิสระในลักษณะของผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน

บริษัทจะรับรู้รายการขาดทุนจากการด้อยค่าในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

หากในการประเมินการด้อยค่าของสินทรัพย์ มีข้อบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นว่าผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่รับรู้ในปีก่อนได้หมดไปหรือลดลง บริษัทจะประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์นั้น และจะกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าที่รับรู้ในปีก่อนก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประมาณการที่ใช้กำหนดมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนภายหลังจากการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าครั้งล่าสุด โดยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นจากการกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าต้องไม่สูงกว่ามูลค่าตามบัญชีที่ควรจะเป็นหากบริษัทไม่เคยรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ในปีก่อนๆ บริษัทจะบันทึกกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์โดยรับรู้ไปยังส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันที

3.14 เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นแสดงในราคาทุน

3.15 ผลประโยชน์พนักงาน

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน

บริษัทจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งเป็นลักษณะของแผนการจ่ายสมทบที่ได้กำหนดการจ่ายสมทบไว้แล้ว สินทรัพย์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ได้แยกออกไปจากสินทรัพย์ของบริษัท และได้รับการบริหารโดยผู้จัดการกองทุนภายนอก กองทุนสำรองเลี้ยงชีพดังกล่าวได้รับเงินสะสมเข้ากองทุนจากพนักงานในอัตราร้อยละ 2 - 15 ของเงินเดือน และบริษัทจ่ายสมทบเป็นรายเดือนเข้ากองทุนนี้ ในอัตราร้อยละ 2 ของเงินเดือนพนักงาน เงินจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เกิดรายการนั้น

ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน ซึ่งมีกำหนดจ่ายชำระภายใน 12 เดือน นับจากวันสิ้นงวดที่พนักงานได้ให้บริการ รับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน

ประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงานที่ต้องชดเชยตามกฎหมายแรงงาน รับรู้ในงบการเงินด้วยวิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ ซึ่งคำนวณโดยใช้หลักคณิตศาสตร์ประกันภัย

ผลกำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่าใหม่ของผลประโยชน์พนักงานที่กำหนดไว้ทั้งหมด จะรับรู้ในส่วนของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานจะรับรู้ในงบกำไรขาดทุน

3.16 ประมาณการหนี้สิน

ประมาณการหนี้สินจะรับรู้ก็ต่อเมื่อบริษัทมีภาระหนี้สินตามกฎหมายที่เกิดขึ้นในปัจจุบันหรือที่ก่อตัวขึ้นอันเป็นผลมาจากเหตุการณ์ในอดีต และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่าประโยชน์เชิงเศรษฐกิจจะต้องถูกจ่ายไปเพื่อชำระภาระหนี้สินดังกล่าว และสามารถประมาณจำนวนภาระหนี้สินได้อย่างน่าเชื่อถือ ถ้าผลกระทบดังกล่าวมีจำนวนที่เป็นสาระสำคัญ ประมาณการหนี้สินพิจารณาจากการคิดลดกระแสเงินสดที่จะจ่ายในอนาคตโดยใช้อัตราคิดลดในตลาดปัจจุบันก่อนคำนวณภาษีเงินได้ เพื่อให้สะท้อนจำนวนที่อาจประเมินได้ในตลาดปัจจุบันซึ่งแปรไปตามเวลาและความเสี่ยงที่มีต่อหนี้สิน

3.17 ทุนเรือนหุ้น

หุ้นสามัญที่บริษัทสามารถกำหนดการจ่ายเงินปันผลได้อย่างอิสระจะจัดประเภทไว้เป็นส่วนของผู้ถือหุ้น

ต้นทุนส่วนเพิ่มที่เกี่ยวข้องกับการออกหุ้นใหม่ซึ่งสุทธิจากภาษีจะแสดงไว้ในส่วนของเจ้าของโดยนำไปหักจากสิ่งตอบแทนที่ได้รับจากการออกหุ้นดังกล่าว

3.18 รายได้

รายได้ที่รับรู้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและแสดงสุทธิจากส่วนลดการค้า

รายได้จะรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนเมื่อบริษัทได้โอนอำนาจควบคุมในสินค้าให้แก่ลูกค้าแล้ว และจะไม่รับรู้รายได้ถ้าฝ่ายบริหารยังมีการควบคุมหรือบริหารสินค้าที่ขายไปแล้วนั้น หรือมีความไม่แน่นอนที่มีนัยสำคัญในการได้รับประโยชน์จากรายการบัญชีนั้น ไม่อาจวัดมูลค่าของจำนวนรายได้และต้นทุนที่เกิดขึ้นได้อย่างน่าเชื่อถือ หรือมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนที่จะต้องรับคืนสินค้า

รายได้จากการให้เช่า รับรู้ตามระยะเวลาของสัญญาเช่า

ดอกเบี้ยรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนตามเกณฑ์คงค้าง

รายได้เงินปันผลรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนเมื่อมีการประกาศจ่าย

รายได้อื่นรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

3.19 ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายบันทึกตามเกณฑ์คงค้าง

บริษัท นิวซิติ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

3.20 ต้นทุนทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจากหนี้สินทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายคำนวณโดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงและรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

3.21 ภาษีเงินได้

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้สำหรับปีประกอบด้วย ภาษีเงินได้ของปีปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี ภาษีเงินได้จะรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน ยกเว้นส่วนภาษีเงินได้ที่เกี่ยวข้องกับรายการที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น หรือรายการที่รับรู้โดยตรงไปยังส่วนของเจ้าของ ในกรณีนี้ ภาษีเงินได้ต้องรับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น หรือโดยตรงไปยังส่วนของเจ้าของตามลำดับ

ภาษีเงินได้ปัจจุบัน

ภาษีเงินได้ปัจจุบันได้แก่ ภาษีที่คาดว่าจะจ่ายชำระหรือได้รับชำระ โดยคำนวณจากกำไรหรือขาดทุนประจำปีที่ต้องเสียภาษี โดยใช้อัตราภาษีที่ประกาศใช้หรือที่คาดว่าจะมีผลบังคับใช้ ณ วันที่รายงาน ตลอดจนการปรับปรุงทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับรายการในปีก่อนๆ

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีบันทึกโดยคำนวณจากผลแตกต่างชั่วคราวที่เกิดขึ้นระหว่างมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์และหนี้สินและจำนวนที่ใช้เพื่อความมุ่งหมายทางภาษี ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจะไม่ถูกรับรู้เมื่อเกิดจากผลแตกต่างชั่วคราวต่อไปนี้ การรับรู้ค่าความนิยมในครั้งแรก การรับรู้สินทรัพย์หรือหนี้สินในครั้งแรกซึ่งเป็นรายการที่ไม่ใช่การรวมธุรกิจ และรายการนั้นไม่มีผลกระทบต่อกำไรขาดทุนทางบัญชีหรือทางภาษี และผลแตกต่างที่เกี่ยวข้องกับเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม และการร่วมการงาน หากเป็นไปได้ว่าจะไม่มีการกลับรายการในอนาคตอันใกล้

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีวัดมูลค่าโดยใช้อัตราภาษีที่คาดว่าจะใช้กับผลแตกต่างชั่วคราวเมื่อมีการกลับรายการโดยใช้อัตราภาษีที่ประกาศใช้หรือที่คาดว่าจะมีผลบังคับใช้ ณ วันที่รายงาน

ในการกำหนดมูลค่าของภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี บริษัทต้องคำนึงถึงผลกระทบของสถานการณ์ทางภาษีที่ไม่แน่นอนและอาจทำให้จำนวนภาษีที่ต้องจ่ายเพิ่มขึ้น และมีดอกเบี้ยที่ต้องชำระ บริษัทเชื่อว่าได้ตั้งภาษีเงินได้ค้างจ่ายเพียงพอสำหรับภาษีเงินได้ที่จะจ่ายในอนาคต ซึ่งเกิดจากการประเมินผลกระทบจากหลายปัจจัย รวมถึง การตีความทางกฎหมายภาษี และจากประสบการณ์ในอดีต การประเมินนี้อยู่บนพื้นฐานการประมาณการและข้อสมมติฐาน และอาจจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ข้อมูลใหม่ๆ อาจจะทำให้ บริษัทเปลี่ยนการตัดสินใจโดยขึ้นอยู่กับความเพียงพอของภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่มีอยู่การเปลี่ยนแปลงในภาษีเงินได้ค้างจ่ายจะกระทบต่อกำไรจ่ายภาษีเงินได้ในปีที่เกิดการเปลี่ยนแปลง

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีและหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสามารถหักกลบได้เมื่อกิจการมีสิทธิตามกฎหมายที่จะนำสินทรัพย์ภาษีเงินได้ของปีปัจจุบันมาหักกลบกับหนี้สินภาษีเงินได้ของปีปัจจุบันและภาษีเงินได้นี้ประเมินโดยหน่วยงานจัดเก็บภาษีหน่วยงานเดียวกันสำหรับหน่วยภาษีเดียวกันหรือหน่วยภาษีต่างกัน สำหรับหน่วยภาษีต่างกัน

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

นั้นกิจการมีความตั้งใจจะจ่ายชำระหนี้สินและสินทรัพย์ภายใต้ของปีปัจจุบันด้วยยอดสุทธิหรือตั้งใจจะรับคืนสินทรัพย์และจ่ายชำระหนี้สินในเวลาเดียวกัน

สินทรัพย์ภายใต้การตัดบัญชีจะบันทึกต่อเมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่ากำไรเพื่อเสียภาษีในอนาคตจะมีจำนวนเพียงพอกับการใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวดังกล่าว สินทรัพย์ภายใต้การตัดบัญชีจะถูกทบทวน ณ ทุกวันที่รายงานและจะถูกปรับลดลงเท่าที่ประโยชน์ทางภาษีจะมีโอกาสถูกใช้จริง

3.22 กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน

กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณโดยการหารกำไรสำหรับปีด้วยจำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักที่ออกจำหน่ายแล้วในระหว่างปี

3.23 บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน หมายถึง บุคคลหรือกิจการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทถูกควบคุมโดยบริษัทไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม หรืออยู่ภายใต้การควบคุมเดียวกันกับบริษัท รวมถึงบริษัทที่ทำหน้าที่ถือหุ้นบริษัทย่อยและกิจการที่เป็นบริษัทย่อยในเครือเดียวกัน นอกจากนี้บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันยังหมายรวมถึงบริษัทร่วมและบุคคลซึ่งถือหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมและมีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญกับบริษัท ผู้บริหารสำคัญ กรรมการหรือพนักงานของบริษัท ตลอดจนทั้งสมาชิกในครอบครัวที่ใกล้ชิดกับบุคคลดังกล่าวและกิจการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลเหล่านั้น

ในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัทแต่ละรายการบริษัทคำนึงถึงเนื้อหาของความสัมพันธ์มากกว่ารูปแบบทางกฎหมาย

3.24 การวัดมูลค่ายุติธรรม

มูลค่ายุติธรรม หมายถึง ราคาที่คาดว่าจะได้รับจากการขายสินทรัพย์หรือเป็นราคาที่จะต้องจ่ายเพื่อโอนหนี้สินให้ผู้อื่นโดยรายการดังกล่าวเป็นรายการที่เกิดขึ้นในสภาพปกติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (ผู้ร่วมในตลาด) ณ วันที่วัดมูลค่า บริษัทใช้ราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องในการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินซึ่งมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องกำหนดให้ต้องวัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม ยกเว้นในกรณีที่ไม่มีตลาดที่มีสภาพคล่องสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่มีลักษณะเดียวกันหรือไม่สามารถหาราคาดเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องได้ บริษัทจะประมาณมูลค่ายุติธรรมโดยใช้เทคนิคการประเมินมูลค่าที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ และพยายามใช้ข้อมูลที่สามารถสังเกตได้ที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่จะวัดมูลค่ายุติธรรมนั้นให้มากที่สุด

ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมที่ใช้วัดมูลค่าและเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงินแบ่งออกเป็นสามระดับตามประเภทของข้อมูลที่นำมาใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

ระดับ 1 ใช้ข้อมูลราคาดเสนอซื้อขายของสินทรัพย์หรือหนี้สินอย่างเดียวกันในตลาดที่มีสภาพคล่อง

ระดับ 2 ใช้ข้อมูลอื่นที่สามารถสังเกตได้ของสินทรัพย์หรือหนี้สิน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางตรงหรือ ทางอ้อม

ระดับ 3 ใช้ข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตได้ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับกระแสเงินในอนาคตที่กิจการประมาณขึ้น

บริษัท นิวซิดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทจะประเมินความจำเป็นในการโอนรายการระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินที่ถืออยู่ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานที่มีการวัดมูลค่ายุติธรรมแบบเกิดขึ้นประจำ

4. รายการบัญชีกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน หมายถึง บุคคลหรือกิจการที่อยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัท หรือสามารถควบคุมบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม หรือมีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญในการตัดสินใจด้านการเงินหรือการดำเนินงานของบริษัทหรือกิจการที่ถูกควบคุมหรือถูกควบคุมร่วมโดยบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน

ชื่อบุคคลและบริษัทที่เกี่ยวข้อง	ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์
บริษัทร่วม		
บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน)	ผลิตถุงน่อง, ถุงเท้า, ผลิตเสื้อผ้า, ชุดชั้นใน	บริษัทร่วม
บุคคลหรือบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน		
บริษัท แอดเวนซอร์โกรเทค จำกัด	เพาะปลูก	มีกรรมกรร่วมกัน
บริษัท ไอทีซิดี จำกัด (มหาชน)	ร้านขายปลีกสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง	มีกรรมกรร่วมกัน
บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)	จำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค	มีกรรมกรร่วมกัน
บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)*	ให้เช่าและบริการธุรกิจลงทุน ในหลักทรัพย์	มีกรรมกรร่วมกัน
- บริษัท อเมริกัน ฟู้ด จำกัด (บริษัทย่อย ของ*)	ผลิตและจำหน่ายไอศกรีม, ไอศกรีมเค้ก, ไอศกรีมโยเกิร์ต	
บริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด	จำหน่ายถุงน่อง	มีกรรมกรร่วมกัน
บริษัท เจนสิลป้อนัดสตรี จำกัด	บริการรับฝากสินค้า	มีกรรมกรร่วมกัน
บริษัท ไทเกอร์ ดิสทริบิวชั่น แอนด์ โลจิสติกส์ จำกัด	บริหารคลังสินค้า ให้เช่าคลังสินค้า และบริการอื่นๆ	มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกัน
ผู้บริหารสำคัญ	-	บุคคลที่มีอำนาจและความรับผิดชอบการวางแผนสั่งการและควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมทั้งนี้รวมถึงกรรมกรของบริษัท (ไม่ว่าจะทำหน้าที่ในระดับบริหารหรือไม่)

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

นโยบายการกำหนดราคาสำหรับแต่ละรายการอธิบายได้ดังต่อไปนี้

ประเภทรายการ	นโยบายการกำหนดราคา
ซื้อสินค้า	ราคาที่ตกลงร่วมกัน
รายได้อื่น	ราคาที่ตกลงร่วมกัน
ค่าเช่า	ราคาตลาด
ค่าบริการคลังสินค้า	ราคาตลาด
ค่าใช้จ่ายอื่น	ราคาที่ตกลงร่วมกัน

ยอดคงเหลือที่มีสาระสำคัญกับบริษัทและบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งได้รวมไว้ในงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 ดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
<u>ลูกหนี้อื่น</u>		
<u>บริษัทร่วม</u>		
บริษัท นิวพลัสนิติตั้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	424	313
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>		
บริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด	3	3
รวม	427	316

สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น

ตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

กิจการที่เกี่ยวข้องกัน

ราคาทุน

บริษัท สหพัฒน์ปิบูล จำกัด (มหาชน)	12,807	12,807
บริษัท ไอทีซีดี จำกัด (มหาชน)	3,541	3,541
บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	4,795	4,795
	21,143	21,143
<u>บวก : การเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมสะสม</u>	<u>119,761</u>	<u>125,727</u>
รวม	140,904	146,870

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567
<u>ตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด</u>		
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>		
บริษัท แอดเวนซ์ไอที เทคโนโลยี จำกัด	3,000	3,000
บริษัท อเมริกันฟู้ด จำกัด	2,130	4,200
	5,130	7,200
(หัก) : การเปลี่ยนแปลงในมูลค่าสุทธิธรรมสะสม	(3,815)	(5,886)
รวม	1,315	1,314
<u>เจ้าหนี้การค้า</u>		
<u>บริษัทร่วม</u>		
บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	52,963	47,469
 ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน - ส่วนผู้บริหาร	 5,490	 5,159
รายได้และค่าใช้จ่ายที่มีสาระสำคัญที่เกิดขึ้นกับบริษัทและบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้		

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
<u>ซื้อสินค้า</u>		
<u>บริษัทร่วม</u>		
บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	264,045	206,377
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>		
บริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด	175	-
รวม	264,220	206,377

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
<u>รายได้เงินปันผล</u>		
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>		
บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)	4,322	3,961
บริษัท สหพัฒนานิเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	211	338
บริษัท ไอทีซีดี จำกัด (มหาชน)	956	602
รวม	5,489	4,901
<u>รายได้อื่น (ค่านายหน้า ค่าเช่า และอื่น ๆ)</u>		
<u>บริษัทร่วม</u>		
บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	2,123	1,298
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>		
บริษัท บุญวัฒน์โชค จำกัด	37	38
รวม	2,160	1,336
<u>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ค่าเช่า</u>		
<u>ค่าบริการดูแลสินค้า และอื่น ๆ)</u>		
<u>บริษัทร่วม</u>		
บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	180	180
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>		
บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)	2,079	2,074
บริษัท สหพัฒนานิเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)	720	800
บริษัท ไอทีซีดี จำกัด (มหาชน)	42	58
บริษัท ไทเกอร์ ดิสทริบิวชั่น แอนด์ โลจิสติกส์ จำกัด	146	163
รวม	3,167	3,275
<u>ค่าตอบแทนผู้บริหารสำคัญ</u>		
ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน	10,484	10,350
ผลประโยชน์หลังออกจากงาน	162	162
รวม	10,646	10,512

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

5. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ประกอบด้วย

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
เงินสดในมือ	120	182
เงินฝากธนาคาร - ออมทรัพย์	25,026	55,319
เงินฝากธนาคาร - กระแสรายวัน	1,165	1,093
รวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	26,311	56,594

6. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น - สุทธิ

ประกอบด้วย

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
ลูกหนี้การค้า		
บริษัทอื่น	87,558	89,430
(หัก) : ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิต	(2,235)	(2,295)
รวมลูกหนี้การค้า - สุทธิ	85,323	87,135
ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น		
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	1,493	1,119
ลูกหนี้กรรมสรรพากร	9,182	10,227
รายได้ค้างรับ	2,273	1,586
อื่น ๆ	760	784
รวมลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	13,708	13,716
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น - สุทธิ	99,031	100,851

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ลูกหนี้การค้า - บริษัทอื่นแยกตามอายุหนี้ที่ค้างชำระได้ดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	67,363	76,659
ไม่เกิน 3 เดือน	17,503	9,916
มากกว่า 3 - 6 เดือน	-	263
มากกว่า 6 - 12 เดือน	457	297
มากกว่า 12 เดือน	2,235	2,295
รวม	87,558	89,430
(หัก) : ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิต	(2,235)	(2,295)
สุทธิ	85,323	87,135

รายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตของลูกหนี้การค้า สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สรุปได้ดังนี้

	พันบาท
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	2,346
(หัก) : ยอด (ลดลง) ระหว่างปี	(51)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	2,295
(หัก) : ยอด (ลดลง) ระหว่างปี	(60)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	2,235

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

7. สินค้ำคงเหลือ - สุทธิ

ประกอบด้วย

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
สินค้ำคงเหลือ	347,317	310,048
หัก : ค่าเผื่อด้อยค่าสินค้ำเสื่อมสภาพ	(1,088)	(1,088)
รวมสินค้ำคงเหลือ - สุทธิ	346,229	308,960

รายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าเผื่อด้อยค่าสินค้ำเสื่อมสภาพของสินค้ำคงเหลือ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สรุปได้ดังนี้

	พันบาท
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	1,152
(หัก) : ยอด (ลดลง) ระหว่างปี	(64)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	1,088
(หัก) : ยอด (ลดลง) ระหว่างปี	-
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	1,088

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

8. สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น

ประกอบด้วย

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
<u>ตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ วัตถุประสงค์ผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น</u>		
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน (หมายเหตุ 4)</u>		
ราคาทุน	21,143	21,143
ผลสะสมการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิธรรม	119,761	125,727
สุทธิ	140,904	146,870
<u>กิจการอื่น</u>		
ราคาทุน	17,182	17,182
ผลสะสมการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิธรรม	2,594	4,897
สุทธิ	19,776	22,079
รวมตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	160,680	168,949
<u>ตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด วัตถุประสงค์ผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น</u>		
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน (หมายเหตุ 4)</u>		
ราคาทุน	5,130	7,200
ผลสะสมการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิธรรม	(3,815)	(5,886)
สุทธิ	1,315	1,314
<u>กิจการอื่น</u>		
ราคาทุน	14,325	14,325
ผลสะสมการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิธรรม	52,760	45,277
สุทธิ	67,085	59,602
รวมตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด	68,400	60,916
รวมสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	229,080	229,865

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

รายการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สรุปได้ดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
<u>ตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ วัตถุประสงค์ผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น</u>		
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม	146,870	151,170
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-
ลดลงระหว่างปี	-	-
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิ	(5,966)	(4,300)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม	140,904	146,870
<u>กิจการอื่น</u>		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม	22,079	24,984
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-
ลดลงระหว่างปี	-	-
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิ	(2,303)	(2,905)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม	19,776	22,079
รวมตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	160,680	168,949
<u>ตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด วัตถุประสงค์ผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น</u>		
<u>กิจการที่เกี่ยวข้องกัน</u>		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม	1,314	1,311
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-
ลดลงระหว่างปี	-	-
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิ	1	3
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม	1,315	1,314

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
กิจการอื่น		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม	59,602	59,005
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-
ลดลงระหว่างปี	-	-
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าสุทธิรวม	7,483	597
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม	67,085	59,602
รวมตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด	68,400	60,916
รวมสินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	229,080	229,865

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ-1) จำกัด (มหาชน)
 หมายเหตุประกอบงบการเงิน
 วันที่ 31 ธันวาคม 2568

9. เงินลงทุนในบริษัทร่วม - สุทธิ

ประกอบด้วย

				พันบาท				
		(ร้อยละ)		งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/งบการเงินเฉพาะกิจการ				
		สัดส่วน		เงินลงทุน				
		ความเป็นเจ้าของ		วิธีส่วนได้เสีย		วิธีราคาทุน		
ประเภท		ณ วันที่ 31	ณ วันที่ 31	ทุน	ณ วันที่ 31	ณ วันที่ 31	ณ วันที่ 31	
กิจการ		ธันวาคม 2568	ธันวาคม 2567	ชำระแล้ว	ธันวาคม 2568	ธันวาคม 2567	ธันวาคม 2568	ธันวาคม 2567
บริษัทร่วม								
บริษัท นิวพลัสนิคส์ จำกัด (มหาชน)	ผลิตสิ่งทอ	14.79	14.79	100,000	43,916	43,011	69,932	69,932
(หัก) : ค่าเพื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่า					-	-	(2,221)	(7,072)
สุทธิ					43,916	43,011	67,711	62,860

เงินลงทุนในบริษัทร่วมตามงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงตามราคาทุนหักค่าเพื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุน บริษัทพิจารณามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนโดยใช้มูลค่าตามส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทร่วม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทบันทึกค่าเพื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วม จำนวน 2.22 ล้านบาท และ 7.07 ล้านบาท ตามลำดับ ในระหว่างปี
 บริษัทบันทึก (ก ล บ ร า ย ก า ร) ค า เ พื่ อ ผล ขาด ทุน จา ก ด้อย ค่ำ ของ เงิน ลง ทุน ใน บริษัท ร่ว ม จ ำนวน (4.85) ล ำ น บ า ท

บริษัท นิวซิดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

บริษัทบันทึกเงินลงทุนในบริษัทร่วมตามวิธีส่วนได้เสียในงบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย เงินลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ถือตามงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ของบริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ซึ่งตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีอื่น มูลค่าของเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสียนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีจำนวน 43.92 ล้านบาท และ 43.01 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วมนี้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีจำนวนผลกำไร (ขาดทุน) 0.98 ล้านบาท และ (2.39) ล้านบาท ตามลำดับ

ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญของบริษัทร่วม มีดังนี้

	พันบาท	
	บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	
	ณ วันที่ 31	ณ วันที่ 31
	ธันวาคม 2568	ธันวาคม 2567
งบฐานะการเงินแบบย่อ		
สินทรัพย์หมุนเวียน	224,910	195,965
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	313,297	310,453
หนี้สินหมุนเวียน	42,871	38,875
หนี้สินไม่หมุนเวียน	37,528	42,521

	พันบาท	
	บริษัท นิวพลัสสินิตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	
	สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม	
	2568	2567
งบกำไรขาดทุนและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นแบบย่อ		
รายได้	274,490	223,626
กำไร (ขาดทุน)	33,838	(7,317)
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น	(1,051)	(1,538)
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม	32,787	(8,855)

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

10. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน - สุทธิ

รายการเคลื่อนไหวของบัญชีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้

	พันบาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ที่ดิน	ที่ดินให้เช่า	อาคารให้เช่า	รวม
ราคาทุน				
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	5,047	1,406	7,371	13,824
ซื้อเพิ่ม	-	-	-	-
โอนออก	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	5,047	1,406	7,371	13,824
ซื้อเพิ่ม	-	-	-	-
โอนออก	-	(206)	(540)	(746)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	5,047	1,200	6,831	13,078
ค่าเสื่อมราคาสะสม				
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	-	-	7,371	7,371
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	-	-	-
โอนออก	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	-	7,371	7,371
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	-	-	-
โอนออก	-	-	(540)	(540)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	-	-	6,831	6,831
ด้อยค่า				
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	2,584	-	-	2,584
เพิ่มขึ้น (ลดลง)	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	2,584	-	-	2,584
เพิ่มขึ้น (ลดลง)	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	2,584	-	-	2,584

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ที่ดิน	ที่ดินให้เช่า	อาคารให้เช่า	รวม
มูลค่าสุทธิตามบัญชี				
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	2,463	1,406	-	3,869
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	2,463	1,200	-	3,663

11. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ

รายการเคลื่อนไหวของบัญชีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้

	พันบาท				
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ				
	ที่ดิน	อาคารและ สิ่งปลูกสร้าง	เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้ สำนักงาน	ยานพาหนะ	รวม
ราคาทุน					
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	14,404	35,413	92,810	4,489	147,116
ซื้อเพิ่ม	-	-	1,831	-	1,831
โอนเข้า	-	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	14,404	35,413	94,641	4,489	148,947
ซื้อเพิ่ม	-	-	3,589	260	3,849
โอนเข้า	206	540	-	-	746
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	14,610	35,953	98,230	4,749	153,542
ค่าเสื่อมราคาสะสม					
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	-	35,063	85,484	4,338	124,885
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	33	2,749	151	2,933
โอนเข้า	-	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	35,096	88,233	4,489	127,818
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	33	2,756	16	2,805
โอนเข้า	-	540	-	-	540
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	-	35,669	90,989	4,505	131,163

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท				
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ				
	ที่ดิน	อาคารและ สิ่งปลูกสร้าง	เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้		รวม
			สำนักงาน	ยานพาหนะ	
มูลค่าสุทธิตามบัญชี					
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	14,404	317	6,408	-	21,129
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	14,610	284	7,241	244	22,379

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
ค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์ที่บันทึกอยู่ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ		
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	2,562	2,577
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	243	356
รวม	2,805	2,933

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

12. สินทรัพย์สิทธิการใช้ - สุทธิ

รายการเคลื่อนไหวของบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้

	พันบาท
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ
	อาคาร
ราคาทุน	
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	20,659
เพิ่มขึ้น	12
โอนออก	(7,791)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	12,880
เพิ่มขึ้น	15,145
โอนออก	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	28,025
ค่าเสื่อมราคาสะสม	
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	18,989
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	549
โอนออก	(7,791)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	11,747
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	4,429
โอนออก	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	16,176
มูลค่าสุทธิตามบัญชี	
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	1,133
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	11,849

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัญญาเช่าที่รับรู้ในส่วนของการเช่าหรือขาดทุน

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้	4,429	549
ดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่า	(384)	(12)
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าระยะสั้น	237	180
กระแสเงินสดจ่ายทั้งหมดของสัญญาเช่า	4,359	4,326

บริษัท นิวซิติ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

13. สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น - สุทธิ

รายการเคลื่อนไหวของบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้

	พันบาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	เครื่องหมายการค้า	ทรัพย์สินสมาชิก	โปรแกรมคอมพิวเตอร์	รวม
ราคาทุน				
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	898	995	7,444	9,337
ซื้อเพิ่ม	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	898	995	7,444	9,337
ซื้อเพิ่ม	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	898	995	7,444	9,337
ค่าตัดจำหน่าย				
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	826	995	5,373	7,194
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	16	-	266	282
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	842	995	5,639	7,476
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	16	-	189	205
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	858	995	5,828	7,681
มูลค่าสุทธิตามบัญชี				
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	56	-	1,805	1,861
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	40	-	1,616	1,656
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี				
2567 (รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายบริหาร)				282
2568 (รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายบริหาร)				205

14. ภาษีเงินได้

รายการเคลื่อนไหวของสินทรัพย์ภาษีเงินได้และหนี้สินภาษีเงินได้ในระหว่างปี มีดังนี้

	พันบาท					
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย					
	รับรู้ใน			รับรู้ใน		
	ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	กำไรหรือ ขาดทุน	กำไรขาดทุน เบ็ดเสร็จอื่น	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	กำไรหรือ ขาดทุน	กำไรขาดทุน เบ็ดเสร็จอื่น
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี						
ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิต	469	(10)	-	459	(12)	-
ค่าเพื่อค้ำค่าสินทรัพย์เสื่อมสภาพ	230	(12)	-	218	-	-
ค่าเพื่อผลขาดทุนจากการค้ำค่า						
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	517	-	-	517	-	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	-	-	-	2,307	-
ผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	5,984	(419)	-	5,565	251	-
ขายฝาก	15,829	582	-	16,411	(2,237)	-
ผลขาดทุนสะสมทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้	4,744	685	-	5,429	(1,751)	-
รวม	27,773	826	-	28,599	(1,442)	-

	พันบาท						
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย						
	รับรู้ใน			รับรู้ใน			ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
	ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	กำไรหรือ ขาดทุน	กำไรขาดทุน เบ็ดเสร็จอื่น	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	กำไรหรือ ขาดทุน	กำไรขาดทุน เบ็ดเสร็จอื่น	
หนี้สินภายในได้รับการตัดบัญชี							
สินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	-	-	2,370	-	2,370
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าสุทธิธรรม							
ตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	27,566	-	(1,441)	26,125	-	(1,654)	24,471
ตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด	7,758	-	120	7,878	414	1,497	9,789
รวม	35,324	-	(1,321)	34,003	2,784	(157)	36,630

บริษัท นิวซีตี้ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)
หมายเหตุประกอบงบการเงิน
วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท						
	งบการเงินเฉพาะกิจการ						
	รับรู้ใน			รับรู้ใน			
	ณ วันที่ 1	กำไรหรือ	กำไรขาดทุน	ณ วันที่ 31	กำไรหรือ	กำไรขาดทุน	ณ วันที่ 31
มกราคม 2567	ขาดทุน	เบ็ดเสร็จอื่น	ธันวาคม 2567	ขาดทุน	เบ็ดเสร็จอื่น	ธันวาคม 2568	
สินทรัพย์ภายใต้การควบคุม							
ค่าต่อผลขาดทุนด้านเครดิต	469	(10)	-	459	(12)	-	447
ค่าต่อค้ำประกันความสัมพันธ์	230	(12)	-	218	-	-	218
ค่าต่อผลขาดทุนจากการซื้อขาย							
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	1,151	263	-	1,414	(970)	-	444
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	517	-	-	517	-	-	517
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	-	-	-	2,307	-	2,307
ผลประโยชน์พนักงานหลังจากออกจากงาน	5,984	(419)	-	5,565	251	-	5,816
ขายฝาก	15,829	582	-	16,411	(2,237)	-	14,174
ผลขาดทุนสะสมทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้	4,744	685	-	5,429	(1,751)	-	3,678
รวม	28,924	1,089	-	30,013	(2,412)	-	27,601
หนี้สินภายใต้การควบคุม							
สินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	-	-	2,370	-	2,370
ผลต่างจากการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าสุทธิรวม							
ตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	27,566	-	(1,441)	26,125	-	(1,654)	24,471
ตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด	7,758	-	120	7,878	414	1,497	9,789
รวม	35,324	-	(1,321)	34,003	2,784	(157)	36,630

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 ประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	
	2568	2567
ภาษีเงินได้ปัจจุบัน		
ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับปี	-	-
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี		
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิดผลแตกต่างชั่วคราวและ		
การกลับรายการผลแตกต่างชั่วคราว	4,225	(826)
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	4,225	(826)

รายการกระทบยอดระหว่างกำไรทางบัญชีกับค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้มีดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	
	2568	2567
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	6,372	11,519
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	20%	20%
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลคูณอัตราภาษี	1,274	2,304
ผลกระทบทางภาษีสำหรับ		
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	197	478
รายจ่ายที่ไม่ได้ถือเป็นรายจ่ายตามประมวลรัษฎากร	14,929	16,944
รายได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้หรือรายจ่ายที่มีสิทธิหักได้เพิ่มขึ้น	(18,692)	(17,686)
ผลขาดทุนทางภาษีในปีปัจจุบันที่ได้รับรู้เป็นภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	-	(2,040)
ผลขาดทุนทางภาษีในปีปัจจุบันที่ไม่ได้รับรู้เป็นภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	2,292	-
รวม	-	-

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	
	2568	2567
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิดผลแตกต่างชั่วคราวและการ		
กลับรายการผลแตกต่างชั่วคราว	4,225	(826)
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	4,225	(826)

	พันบาท	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
ภาษีเงินได้ปัจจุบัน		
ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับปี	-	-
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี		
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิดผลแตกต่างชั่วคราวและ		
การกลับรายการผลแตกต่างชั่วคราว	5,196	(1,089)
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	5,196	(1,089)

รายการกระทบยอดระหว่างกำไรทางบัญชีกับค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้มีดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	10,238	12,595
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	20%	20%
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลคูณอัตราภาษี	2,048	2,519

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
ผลกระทบทางภาษีสำหรับ		
รายจ่ายที่ไม่ได้ถือเป็นรายจ่ายตามประมวลรัษฎากร	14,929	17,207
รายได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้หรือรายจ่ายที่มีสิทธิหักได้เพิ่มขึ้น	(19,269)	(17,686)
ผลขาดทุนทางภาษีในปีปัจจุบันที่ได้รับรู้เป็นภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	-	(2,040)
ผลขาดทุนทางภาษีในปีปัจจุบันที่ไม่ได้รับรู้เป็นภาษีเงินได้รอตัดบัญชี	2,292	-
รวม	-	-
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิดผลแตกต่างชั่วคราวและการกลับรายการผลแตกต่างชั่วคราว	5,196	(1,089)
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	5,196	(1,089)

15. เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ประกอบด้วย

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
เงินเบิกเกินบัญชี	1,239	2,279
เงินกู้ยืมระยะสั้น	169,000	169,000
รวมเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	170,239	171,279

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทมีวงเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินคงเหลือ จำนวน 344 ล้านบาท และ 395 ล้านบาท ตามลำดับ

บริษัท นิวซิติ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

รายการเคลื่อนไหวของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้

	พันบาท
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	169,000
บวก : กู้เพิ่มระหว่างปี	860,000
(หัก) : จ่ายชำระระหว่างปี	(860,000)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	169,000
บวก : กู้เพิ่มระหว่างปี	1,315,000
(หัก) : จ่ายชำระระหว่างปี	(1,315,000)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	169,000

16. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น

ประกอบด้วย

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
เจ้าหนี้การค้า	69,159	67,267
เจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	2,202	2,039
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	12,601	12,573
รายได้รับล่วงหน้า	3,906	3,373
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	87,868	85,252

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

17. หนี้สินตามสัญญาเช่า

	พันบาท		
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/		
	งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	หนี้สินตามสัญญาเช่า	ดอกเบี้ยรอตจ่าย	สุทธิ
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568			
ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	5,472	(361)	5,111
ถึงกำหนดชำระเกินหนึ่งปีแต่ไม่เกินห้าปี	6,605	(182)	6,423
รวม	12,077	(543)	11,534
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567			
ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	105	(8)	97
ถึงกำหนดชำระเกินหนึ่งปีแต่ไม่เกินห้าปี	115	(3)	112
รวม	220	(11)	209

18. ประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงาน

ประกอบด้วย

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	ณ วันที่	ณ วันที่
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
ประมาณการหนี้สินหมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	25,146	25,921
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	3,933	1,902
รวมประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	29,079	27,823

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

การเปลี่ยนแปลงในมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพัน มีดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
ภาระผูกพัน ณ วันที่ 1 มกราคม	27,823	29,919
ภาระผูกพันในช่วงการเปลี่ยนแปลงที่รับรู้ในระหว่างปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
ต้นทุนบริการปัจจุบัน	1,629	1,646
ดอกเบี้ยจากภาระผูกพัน	720	708
ผล (ถ้าไร) จากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	-	(1,946)
จ่ายชำระผลประโยชน์พนักงาน	(1,093)	(2,504)
	1,256	(2,096)
ภาระผูกพัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม	29,079	27,823

ข้อสมมติฐานที่สำคัญในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยที่ใช้ในการคำนวณประมาณการหนี้สินผลประโยชน์ของพนักงานมีดังนี้

	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
อัตราคิดลด (ร้อยละต่อปี)	3.04	3.04
อัตราการขึ้นเงินเดือนโดยเฉลี่ย (ร้อยละต่อปี)	4.00	4.00
อัตราการลาออก	ตามช่วงอายุของ พนักงาน	ตามช่วงอายุของ พนักงาน
เกษียณอายุ (ปี)	60	60

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของข้อสมมติฐานหลักตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยซึ่งมีผลกระทบเพิ่มขึ้น (ลดลง) ต่อภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้

	พันบาท			
	การเปลี่ยนแปลงมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	2568		2567	
	กรณีอัตราเพิ่มขึ้น	กรณีอัตราลดลง	กรณีอัตราเพิ่มขึ้น	กรณีอัตราลดลง
อัตราคิดลด (ร้อยละ 1)	(1,906)	2,162	(1,919)	2,192
อัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต (ร้อยละ 1)	2,591	(2,301)	2,098	(1,875)
อัตราการหมุนเวียนพนักงาน (ร้อยละ 20)	(1,048)	1,166	(820)	898

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวข้างต้นอาจไม่ได้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจริงในการะผูกพันผลประโยชน์พนักงาน เนื่องจากการขาดการเปลี่ยนแปลงข้อสมมติฐานต่างๆที่เกิดขึ้นแตกต่างหากจากข้อสมมติฐานอื่น ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กัน

การวิเคราะห์การครบกำหนดของจำนวนเงินผลประโยชน์ที่ต้องจ่ายในอนาคตก่อนคิดลด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีรายละเอียดดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	31 ธันวาคม 2568	31 ธันวาคม 2567
ภายใน 1 ปี	3,851	5,444
มากกว่า 1 ปี ไม่เกิน 5 ปี	10,209	6,082
เกินกว่า 5 ปี	17,315	24,182

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

19. ทุนเรือนหุ้น

ประกอบด้วย

	มูลค่าหุ้น	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568		ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	
		ต่อหุ้น	จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน	จำนวนหุ้น
	(บาท)	(หุ้น)	(บาท)	(หุ้น)	(บาท)
ทุนจดทะเบียน					
หุ้นสามัญ	1	152,500,200	152,500,200	149,510,000	149,510,000
ทุนที่ออกและชำระแล้ว					
หุ้นสามัญ	1	152,499,896	152,499,896	149,510,000	149,510,000

เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2568 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 57/2568 มีมติอนุมัติดังนี้

- อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท เพื่อรองรับการจ่ายหุ้นปันผล โดยเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจำนวน 2,990,200 หุ้น จากทุนจดทะเบียนเดิม 149,510,000 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 152,500,200 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 2,990,200 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท บริษัทดำเนินการจดทะเบียนการเพิ่มทุนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2568
- อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน เพื่อรองรับการจ่ายหุ้นปันผลเป็นหุ้นสามัญของบริษัท จำนวนไม่เกิน 2,990,200 หุ้น มูลค่าตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในอัตราส่วน 50 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นปันผล (50:1) ในกรณีที่มีผู้ถือหุ้นรายใดมีเศษของหุ้นที่ไม่สามารถจัดสรรหุ้นปันผลได้ บริษัทจะจ่ายเป็นเงินสดแทนการจ่ายเป็นหุ้นปันผลในอัตราหุ้นละ 0.02 บาท

20. ทุนสำรองตามกฎหมาย

ตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 116 บริษัทจะต้องจัดสรรทุนสำรอง (“ทุนสำรองตามกฎหมาย”) อย่างน้อยร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิประจำปีหลังจากหักขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าทุนสำรองดังกล่าวมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน ทุนสำรองนี้จะนำไปจ่ายเป็นเงินปันผลไม่ได้

21. เงินปันผลจ่าย

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2568 มีมติอนุมัติการจ่ายกำไรสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 0.01 บาท จำนวน 149,510,000 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงิน 1.49 ล้านบาท และกำหนดจ่ายเงินปันผลเป็นหุ้นสามัญของบริษัท จำนวนไม่เกิน 2,990,200 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในอัตราส่วน 50 หุ้นเดิมต่อ 1 หุ้นปันผล (50:1) คิดเป็นเงินปันผลจ่าย ในอัตราหุ้นละ 0.02 บาท รวมคิดเป็นจำนวนเงิน 2.99 ล้านบาท รวมการจ่ายปันผลในรูปแบบเงินสดและหุ้นปันผลเท่ากับอัตรา หุ้นละ 0.03 บาท คิดเป็นเงินปันผลรวมทั้งสิ้น 4.48 ล้านบาท และจ่ายเงินปันผลในวันที่ 27 พฤษภาคม 2568

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

22. ค่าใช้จ่ายตามธรรมชาติ

ค่าใช้จ่ายตามธรรมชาติที่สำคัญสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
การเปลี่ยนแปลงในสินค้าสำเร็จรูป	37,269	(13,346)
ซื้อ	375,521	321,108
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	108,024	100,586
ค่าโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย	17,054	18,130
ค่าบริการ	14,395	13,611
ค่าเช่า	910	4,602
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	7,439	3,760
ค่าขนส่ง	2,945	3,238
ค่าสาธารณูปโภค	2,425	2,678

23. ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

ค่าตอบแทนกรรมการ

ค่าตอบแทนกรรมการเป็นผลประโยชน์ที่จ่ายให้แก่กรรมการของบริษัทและบริษัทย่อย ตามมาตรา 90 ของพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด โดยไม่รวมเงินเดือนและผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องที่จ่ายให้กับกรรมการในฐานะผู้บริหาร

ค่าตอบแทนผู้บริหาร

ค่าตอบแทนผู้บริหารเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินเดือน ค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นให้แก่กรรมการเฉพาะในฐานะผู้บริหาร และให้แก่ผู้บริหารตามนิยามในประกาศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ให้แก่ผู้จัดการหรือผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารที่รายชื่อแรกต่อจากผู้จัดการลงมา และผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเทียบเท่าผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหาร รายที่ 4 ทุกราย และให้หมายรวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า

บริษัท นิวซิติ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

24. กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นชั้นพื้นฐาน

กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นชั้นพื้นฐานคำนวณจากกำไร (ขาดทุน) สำหรับปีที่เป็นส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทหารด้วยจำนวนหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายแล้วระหว่างปีในแต่ละปี โดยวิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักแสดงการคำนวณดังนี้

	พันบาท/ พันหุ้น	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	
	2568	2567
กำไรสำหรับปี	2,146	12,345
จำนวนหุ้นถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	151,304	149,510
กำไรต่อหุ้นชั้นพื้นฐาน	0.01	0.08

	พันบาท/ พันหุ้น	
	งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม	
	2568	2567
กำไรสำหรับปี	5,042	13,684
จำนวนหุ้นถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	151,304	149,510
กำไรต่อหุ้นชั้นพื้นฐาน	0.03	0.09

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

25. กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น

	พันบาท		
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568		
	จำนวนเงิน	ค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้	สุทธิ
<u>งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย</u>			
รายการที่ต้องจัดประเภทรายการใหม่			
เข้าในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
- ส่วนแบ่ง (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นจากบริษัทร่วม	(100)	20	(80)
รายการที่ไม่ต้องจัดประเภทรายการใหม่			
เข้าในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
- ผล (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่ายุติธรรม - หลักทรัพย์ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	(8,268)	1,654	(6,614)
- ผลกำไรจากการวัดมูลค่ายุติธรรม - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ ในความต้องการตลาด	7,484	(1,497)	5,987
(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	(884)	177	(707)
<u>งบการเงินเฉพาะกิจการ</u>			
รายการที่ไม่ต้องจัดประเภทรายการใหม่			
เข้าไว้ในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
- ผล (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่ายุติธรรม - หลักทรัพย์ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	(8,268)	1,654	(6,614)
- ผลกำไรจากการวัดมูลค่ายุติธรรม - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ ในความต้องการตลาด	7,484	(1,497)	5,987
(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	(784)	157	(627)

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท		
	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567		
	ค่าใช้จ่าย		
	จำนวนเงิน	ภาษีเงินได้	สุทธิ
<u>งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย</u>			
รายการที่ต้องจัดประเภทรายการใหม่			
เข้าในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
- ส่วนแบ่ง (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นจากบริษัทร่วม	(284)	57	(227)
รายการที่ไม่ต้องจัดประเภทรายการใหม่			
เข้าในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
- ผล (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่ายุติธรรม - หลักทรัพย์			
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	(7,205)	1,441	(5,764)
- ผลกำไรจากการวัดมูลค่ายุติธรรม - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่			
ในความต้องการตลาด	600	(120)	480
- ผลกำไรจากการวัดมูลค่าใหม่ของผลประโยชน์			
พนักงานที่กำหนดไว้	1,946	-	1,946
(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	(4,943)	1,378	(3,565)
<u>งบการเงินเฉพาะกิจการ</u>			
รายการที่ไม่ต้องจัดประเภทรายการใหม่			
เข้าไว้ในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
- ผล (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่ายุติธรรม - หลักทรัพย์			
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	(7,205)	1,441	(5,764)
- ผลกำไรจากการวัดมูลค่ายุติธรรม - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่			
ในความต้องการตลาด	600	(120)	480
- ผลกำไรจากการวัดมูลค่าใหม่ของผลประโยชน์			
พนักงานที่กำหนดไว้	1,946	-	1,946
(ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	(4,659)	1,321	(3,338)

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

26. ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงานธุรกิจของบริษัทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 เป็นดังนี้

	พันบาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย			
	สิ่งทอ	เครื่องสำอาง	อื่นๆ	รวม
<u>สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568</u>				
ขายสุทธิ	381,038	87,420	26,417	494,875
กำไรขั้นต้น	136,360	13,736	6,528	156,624
รายได้อื่นๆ ที่ไม่ได้ปันส่วน				14,333
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ไม่ได้ปันส่วน				(160,633)
ต้นทุนทางการเงินที่ไม่ได้ปันส่วน				(4,938)
ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม				985
(ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้ที่ไม่ได้ปันส่วน				(4,225)
กำไรสำหรับปี				2,146
 <u>สินทรัพย์ที่ไม่ได้ปันส่วน</u>				
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568				815,194
 <u>จังหวะเวลาในการรับรู้รายได้</u>				
ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง	381,038	87,420	26,417	494,875

	พันบาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย			
	สิ่งทอ	เครื่องสำอาง	อื่นๆ	รวม
<u>สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567</u>				
ขายสุทธิ	377,425	97,719	27,787	502,931
กำไรขั้นต้น	146,126	12,477	9,874	168,477
รายได้อื่นๆ ที่ไม่ได้ปันส่วน				9,629
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ไม่ได้ปันส่วน				(158,368)
ต้นทุนทางการเงินที่ไม่ได้ปันส่วน				(5,827)
ส่วนแบ่ง (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม				(2,392)
รายได้ภาษีเงินได้ที่ไม่ได้ปันส่วน				826
กำไรสำหรับปี				12,345

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

สินทรัพย์ที่ไม่ได้ปันส่วน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

จังหวะเวลาในการรับรู้รายได้

ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง

พันบาท			
งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย			
สิ่งทอ	เครื่องสำอาง	อื่นๆ	รวม
			800,365
377,425	97,719	27,787	502,931

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568

ขายสุทธิ

กำไรขั้นต้น

รายได้อื่นๆ ที่ไม่ได้ปันส่วน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ไม่ได้ปันส่วน

ต้นทุนทางการเงินที่ไม่ได้ปันส่วน

(ค่าใช้จ่าย) ภาษีเงินได้ที่ไม่ได้ปันส่วน

กำไรสำหรับปี

พันบาท			
งบการเงินเฉพาะกิจการ			
สิ่งทอ	เครื่องสำอาง	อื่นๆ	รวม
381,038	87,420	26,417	494,875
136,360	13,736	6,528	156,624
			19,185
			(160,633)
			(4,938)
			(5,196)
			5,042

สินทรัพย์ที่ไม่ได้ปันส่วน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

จังหวะเวลาในการรับรู้รายได้

ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง

381,038	87,420	26,417	494,875

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท			
	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	สิ่งทอ	เครื่องสำอาง	อื่นๆ	รวม
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567				
ขายสุทธิ	377,425	97,719	27,787	502,931
กำไรขั้นต้น	146,126	12,477	9,874	168,477
รายได้อื่นๆ ที่ไม่ได้เป็นส่วน				9,629
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ไม่ได้เป็นส่วน				(159,684)
ต้นทุนทางการเงินที่ไม่ได้เป็นส่วน				(5,827)
รายได้ภาษีเงินได้ที่ไม่ได้เป็นส่วน				1,089
กำไรสำหรับปี				13,684

สินทรัพย์ที่ไม่ได้เป็นส่วน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 821,628

จังหวะเวลาในการรับรู้รายได้

ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง 377,425 97,719 27,787 502,931

ยอดขายให้ลูกค้ารายใหญ่สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีจำนวน 2 ราย ทั้งสองปี เป็นจำนวน 199.20 ล้านบาท และ 181.32 ล้านบาท ตามลำดับ

ยอดขายทางภูมิศาสตร์สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีดังนี้

	พันบาท	
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
ขายในประเทศ	436,775	466,204
ขายต่างประเทศ	58,100	36,727
รวม	494,875	502,931

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

27. เครื่องมือทางการเงิน

นโยบายการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

เครื่องมือทางการเงินที่สำคัญของบริษัทประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น เงินลงทุนในตราสารทุน เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น และหนี้สินตามสัญญาเช่า บริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือทางการเงินดังกล่าว และมีนโยบายการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

27.1 ความเสี่ยงด้านเครดิต

บริษัทมีความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับ ลูกหนี้การค้า เงินฝากสถาบันการเงิน และเครื่องมือทางการเงินอื่นซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการไม่ปฏิบัติตามภาระผูกพันตามสัญญาทำให้เกิดความสูญเสียทางการเงิน โดยจำนวนเงินสูงสุดที่บริษัทอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีที่แสดงอยู่ในงบฐานะการเงิน

ลูกหนี้การค้า

บริษัทบริหารความเสี่ยงโดยใช้นโยบายและขั้นตอนในการควบคุมการให้สินเชื่ออย่างเหมาะสมจึงไม่คาดว่าจะเกิดผลขาดทุนทางการเงินที่มีสาระสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามยอดคงค้างของลูกหนี้การค้าอย่างสม่ำเสมอและพิจารณาการด้อยค่าเพื่อตั้งสำรองผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

เงินฝากสถาบันการเงิน

บริษัทบริหารความเสี่ยงด้านเครดิตที่เกี่ยวข้องกับยอดคงเหลือกับสถาบันการเงินโดยจะทำรายการทางธุรกิจกับคู่สัญญาที่ได้รับการอนุมัติแล้วเท่านั้นและอยู่ในวงเงินสินเชื่อที่กำหนดให้กับคู่สัญญาแต่ละราย โดยวงเงินสินเชื่อจะถูกสอบทานโดยผู้บริหารและอาจมีการปรับปรุงในระหว่างปี ขึ้นอยู่กับความเห็นชอบของคณะกรรมการของบริษัท การกำหนดวงเงินดังกล่าวเป็นการช่วยลดความเสี่ยงของการกระจุกตัวและบรรเทาผลขาดทุนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากการผิดนัดชำระของคู่สัญญา

27.2 ความเสี่ยงด้านตลาด

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสำหรับรายการลูกหนี้การค้าและเจ้าหนี้การค้าอันเนื่องมาจากการซื้อหรือขายสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนในปัจจุบันของบริษัทอยู่ในระดับต่ำ โดยถ้าความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต บริษัทมีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงโดยการเข้าทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

ทั้งนี้ บริษัทมีสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนไม่เป็นสาระสำคัญ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนจึงอยู่ในระดับต่ำ

บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยเป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของอัตราดอกเบี้ยตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัท เงินกู้ยืมส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงต่ำจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย ความอ่อนไหวต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจากเงินกู้ยืมซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราดอกเบี้ยจึงไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ยและสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ได้ดังนี้

	พันบาท							
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ							
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568							
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย	ไม่มี			
	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ถึง 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	ปรับขึ้นลงตามราคาตลาด	อัตราดอกเบี้ย	รวม	อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง	
								(ร้อยละต่อปี)
สินทรัพย์ทางการเงิน								
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	-	25,026	1,285	26,311	0.20	
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	99,031	99,031	-	
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	229,080	229,080	-	
	-	-	-	25,026	329,396	354,422		
หนี้สินทางการเงิน								
เงินเบิกเกินบัญชี	-	-	-	1,239	-	1,239	6.87 - 7.30	
เงินกู้ยืมระยะสั้นสถาบันการเงิน	169,000	-	-	-	-	169,000	2.03 - 2.59	
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	87,868	87,868	-	
หนี้สินตามสัญญาเช่า	5,111	6,423	-	-	-	11,534	3.86 - 4.48	
	174,111	6,423	-	1,239	87,868	269,641		

บริษัท นิวซิติ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท						
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ						
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567						
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย	ไม่มี		อัตรา
	ภายใน 1	มากกว่า 1	มากกว่า 5	ปรับขึ้นลงตาม	อัตรา		ดอกเบี้ยที่
	ปี	ถึง 5 ปี	ปี	ราคาลาด	ดอกเบี้ย	รวม	แท้จริง
							(ร้อยละต่อปี)
สินทรัพย์ทางการเงิน							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	-	55,319	1,275	56,594	0.35 - 0.40
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	100,851	100,851	-
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	229,865	229,865	-
	-	-	-	55,319	331,991	387,310	
หนี้สินทางการเงิน							
เงินเบิกเกินบัญชี	-	-	-	2,279	-	2,279	6.87 - 7.75
เงินกู้ยืมระยะสั้นสถาบันการเงิน	169,000	-	-	-	-	169,000	3.00 - 3.70
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	85,252	85,252	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	97	112	-	-	-	209	4.48
	169,097	112	-	2,279	85,252	256,740	

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

บริษัทบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันทางการค้าของบริษัท โดยการรักษาระดับเงินสดเพื่อให้เพียงพอต่อสภาพคล่องที่ต้องการ บริษัทได้ประเมินแล้วว่า บริษัทมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอที่จะชำระหนี้สินทางการเงินได้ และได้ข้อสรุปว่าความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ใน ระดับต่ำ

บริษัท นิวชีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

รายละเอียดการครบกำหนดชำระของหนี้สินทางการเงินของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 ซึ่งพิจารณาจากกระแสเงินสดตามสัญญาที่ยังไม่คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน สามารถแสดงได้ดังนี้

รายการ	พันบาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
หนี้สินทางการเงิน				
เงินเบิกเกินบัญชี	1,239	-	-	1,239
เงินกู้ยืมระยะสั้น	169,000	-	-	169,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	87,868	-	-	87,868
หนี้สินตามสัญญาเช่า	5,111	6,423	-	11,534

รายการ	พันบาท			
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567			
	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
หนี้สินทางการเงิน				
เงินเบิกเกินบัญชี	2,279	-	-	2,279
เงินกู้ยืมระยะสั้น	169,000	-	-	169,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	85,252	-	-	85,252
หนี้สินตามสัญญาเช่า	97	112	-	209

27.3 มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินต่อไปนี้มีมูลค่าใกล้เคียงกับมูลค่าตามบัญชี

- ก) สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินที่จะครบกำหนดในระยะเวลาอันสั้น ได้แก่ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นและส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี แสดงมูลค่ายุติธรรมโดยประมาณตามมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบฐานะการเงิน
- ข) หนี้สินตามสัญญาเช่าที่จ่ายดอกเบี้ยในอัตราใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในตลาด แสดงมูลค่ายุติธรรมโดยประมาณตามมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบฐานะการเงิน

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ทั้งนี้ มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินข้างต้นวัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย ยกเว้นสินทรัพย์ทางการเงินต่อไปนี้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทมีสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม แยกแสดงมูลค่าตามบัญชีและมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงิน รวมถึงลำดับชั้นมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

	พันบาท				
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/งบการเงินเฉพาะกิจการ				
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568				
	มูลค่ายุติธรรม				
	มูลค่าตามบัญชี	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	รวม
สินทรัพย์ทางการเงิน					
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น (FVOCI)					
- ตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	160,680	160,680	-	-	160,680
- ตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด	68,400	-	68,400	-	68,400
รวม	229,080	160,680	68,400	-	229,080

บริษัท นิวซิติ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

	พันบาท				
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ				
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567				
	มูลค่ายุติธรรม				
	มูลค่าตามบัญชี	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	รวม
<u>สินทรัพย์ทางการเงิน</u>					
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่า					
ด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไร					
ขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น (FVOCI)					
- ตราสารทุน - หลักทรัพย์					
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	168,949	168,949	-	-	168,949
- ตราสารทุน - หลักทรัพย์					
ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด	60,916	-	60,916	-	60,916
รวม	229,865	168,949	60,916	-	229,865

บริษัทไม่มีรายการโอนระหว่างระดับ 1 ระดับ 2 และระดับ 3 ของลำดับชั้นมูลค่ายุติธรรมในระหว่างปี

มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงินได้มีการประมาณขึ้นโดยใช้วิธีการและข้อสมมติดังต่อไปนี้

ประเภท	เทคนิคการประเมินมูลค่า
เงินลงทุนในตราสารทุน - หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	ราคาเสนอซื้อครั้งสุดท้ายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เงินลงทุนในตราสารทุน - หลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ในความต้องการตลาด	ประเมินมูลค่าโดยใช้แผนธุรกิจร่วมกับการประเมินสภาพปัจจุบันของตลาดโดยวิธีคิดลดมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสด

บริษัท นิวซิติ (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

28. ภาระผูกพันและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

28.1 หนี้สินค้ำประกันธนาคาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทมีหนี้สินค้ำประกันซึ่งออกโดยธนาคารจำนวน 0.64 ล้านบาท

28.2 ภาระผูกพันที่เกี่ยวข้องกับรายจ่ายฝ่ายทุน

	พันบาท
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย/ งบการเงินเฉพาะกิจการ
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
ข้อตกลงซื้อสินค้า	13,914

28.3 ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าและบริการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีภาระผูกพันจากสัญญาเช่าและสัญญาบริการ ดังนี้

	พันบาท
ครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	1,940
ครบกำหนดชำระหลังจากหนึ่งปีแต่ไม่เกินห้าปี	133
รวม	2,073

บริษัทมีภาระผูกพันจากการทำสัญญาเช่าและบริการกับบริษัทอื่นมีจำนวนเงินที่ต้องจ่ายในอนาคตทั้งสิ้นภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานและสัญญาบริการ ซึ่งไม่เข้าเงื่อนไขการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า

29. การบริหารจัดการทุน

วัตถุประสงค์ของบริษัทในการบริหารทางการเงิน คือ การดำรงไว้ซึ่งความสามารถในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และการดำรงไว้ซึ่งโครงสร้างของทุนที่เหมาะสม

	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุน	
	ตามวิธีส่วนได้เสีย	งบการเงินเฉพาะกิจการ
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน		
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	0.70 : 1	0.67 : 1
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	0.67 : 1	0.64 : 1

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

30. การจัดประเภทรายการใหม่

บริษัทได้จัดประเภทรายการบัญชีบางรายการในงบการเงินสำหรับปี 2567 ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดประเภทรายการบัญชีในงวดปัจจุบัน แสดงดังนี้

	พันบาท		
	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้เสีย		
	ก่อนจัดประเภท	จัดประเภทใหม่	หลังจัดประเภท
งบฐานะการเงิน			
สินทรัพย์ภายใต้การควบคุมบัญชี	31,821	(3,222)	28,599
หนี้สินภายใต้การควบคุมบัญชี	37,225	(3,222)	34,003
งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น			
กำไรสะสมยังไม่ได้จัดสรร	172,147	(5,742)	166,405
องค์ประกอบอื่นส่วนของผู้ถือหุ้น	136,233	5,742	141,975

	พันบาท		
	งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	ก่อนจัดประเภท	จัดประเภทใหม่	หลังจัดประเภท
งบฐานะการเงิน			
สินทรัพย์ภายใต้การควบคุมบัญชี	33,235	(3,222)	30,013
หนี้สินภายใต้การควบคุมบัญชี	37,225	(3,222)	34,003
งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น			
กำไรสะสมยังไม่ได้จัดสรร	192,524	(5,742)	186,781
องค์ประกอบอื่นส่วนของผู้ถือหุ้น	135,554	5,742	141,296

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

วันที่ 31 ธันวาคม 2568

31. เหตุการณ์ภายหลังรอบระยะเวลารายงาน

ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569 มีมติอนุมัติให้เสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเรื่องดังต่อไปนี้

31.1 อนุมัติจัดสรรกำไรและการจ่ายปันผล สำหรับผลประกอบการประจำปี 2568 ให้แก่ผู้ถือหุ้น จำนวน 152,499,896 หุ้น ในอัตราหุ้นละ 0.01 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 1,524,999 บาท และจัดสรรเป็นทุนสำรองตามกฎหมายเพิ่มเติมอีกเป็นเงินจำนวน 299,020 บาท รวมเป็นเงินจำนวน 15,250,020 บาท

31.2 อนุมัติการลดทุนจดทะเบียนของบริษัท และแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อ 4 เพื่อให้สอดคล้องกับการลดทุนจดทะเบียนจำนวน 304 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 152,500,200 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 152,499,896 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้นำออกจำหน่าย จำนวน 304 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ซึ่งเป็นหุ้นที่เหลือจากการจัดสรรหุ้นปันผล

32. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินได้รับการอนุมัติให้ออกงบการเงินโดยคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ 1 : รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี เลขานุการบริษัทและตัวแทนติดต่อประสานงาน กรณีเป็นบริษัทต่างประเทศ

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1774062448429.pdf>



เอกสารแนบ 2 : รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1764555411466.pdf>



เอกสารแนบ 3 : รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายใน และหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท (compliance)

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1764555411470.pdf>



เอกสารแนบ 4 : ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1764555411474.pdf>



เอกสารแนบ 5 : นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ ฉบับเต็ม และจรรยาบรรณธุรกิจ ฉบับเต็มที่บริษัทได้จัดทำ

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1764555411478.pdf>



เอกสารแนบ 6 : รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1774571596844.pdf>



เอกสารแนบ 7 : รายงานคณะกรรมการบริหาร

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1764555411486.pdf>



เอกสารแนบ 8 : รายงานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1774062448267.pdf>



เอกสารแนบ 9 : รายงานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1774571597050.pdf>



เอกสารแนบ 10 : รายงานคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : <https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/0024/2025/1774062448290.pdf>

