



รายงานผลการดำเนินงานด้าน ESG สำหรับบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2568

บริษัท นิวซิตี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568



สารบัญ

	หน้า
สิ่งแวดล้อม	
การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	1
การจัดการพลังงาน	11
การจัดการน้ำ	20
การจัดการขยะและของเสีย	25
การจัดการก๊าซเรือนกระจก	35
สังคม	
สิทธิมนุษยชน	40
การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	47
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า / ผู้บริโภค	60
ความรับผิดชอบต่อชุมชน / สังคม	68
บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ	
นโยบายการกำกับดูแลกิจการ	75
โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ	107
ผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ	138
นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน	185
การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	227
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	263
การพัฒนานวัตกรรม	265

ข้อมูลการดำเนินงานด้าน ESG

ชื่อบริษัท : บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ตัวย่อ : NC

Market : SET กลุ่มอุตสาหกรรม : สินค้าอุปโภคบริโภค หมวดธุรกิจ : แพชั่น

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

- นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม : ไม่มี
- แนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม : การจัดการพลังงานไฟฟ้า, การจัดการน้ำมันและเชื้อเพลิง, การจัดการพลังงานทดแทน/พลังงานสะอาด, การจัดการทรัพยากรน้ำและคุณภาพน้ำ, การจัดการขยะและของเสีย, การจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ, การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ, การจัดการคุณภาพอากาศ, การจัดการมลพิษทางเสียง, อื่น ๆ : การส่งเสริมการใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Paperless)

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน

การจัดการพลังงานไฟฟ้า

บริษัทมุ่งเน้นการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีมาตรการลดการใช้ไฟฟ้า เช่น การใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน การปิดอุปกรณ์เมื่อไม่ใช้งาน และการบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอ

การจัดการน้ำมันและเชื้อเพลิง

บริษัทควบคุมการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน เช่น การขนส่งสินค้า โดยมุ่งเน้นการใช้อย่างมีประสิทธิภาพและลดการสิ้นเปลือง

การจัดการพลังงานทดแทน/พลังงานสะอาด

ปัจจุบันบริษัทยังไม่มีการใช้พลังงานทดแทนโดยตรง อย่างไรก็ตาม บริษัทมีแนวทางในการศึกษาและพิจารณาการใช้พลังงานสะอาดในอนาคต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดการทรัพยากรน้ำและคุณภาพน้ำ

บริษัทใช้น้ำอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้เป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย และลดการสูญเสียน้ำในกระบวนการทำงาน

การจัดการขยะและของเสีย

บริษัทดำเนินการคัดแยกขยะตามประเภท และมุ่งเน้นการนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และรีไซเคิล (Recycle) เพื่อลดปริมาณของเสียที่ต้องกำจัด รวมถึงจัดการของเสียอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

การจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ

เนื่องจากลักษณะธุรกิจไม่มีการใช้พื้นที่ที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศโดยตรง บริษัทจึงไม่มีผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจโดยหลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทมีแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า การใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

การจัดการคุณภาพอากาศ

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญต่อการควบคุมและลดผลกระทบต่อด้านคุณภาพอากาศจากการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นการป้องกันมลพิษที่แหล่งกำเนิด ควบคุมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดฝุ่นละอองและไอเสียจากการขนส่ง พร้อมปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

การดำเนินงาน

- ควบคุมและลดการปล่อยมลพิษจากการขนส่ง โดยมีการตรวจสอบและบำรุงรักษารถขนส่งเป็นประจำ
- วางแผนเส้นทางการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- รณรงค์ให้พนักงานขับรถปิดเครื่องยนต์เมื่อจอดรถ (Idling Stop)
- ติดตั้งเครื่องฟอกอากาศภายในสำนักงานจำนวน 6 เครื่อง เพื่อลดฝุ่นละออง (PM2.5) และยกระดับคุณภาพอากาศภายในสถานที่ทำงาน
- ดูแลรักษาความสะอาดพื้นที่ทำงานเพื่อลดการสะสมของฝุ่น

ตัวชี้วัด (KPI)

- ปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง (ลิตร/ปี)
- จำนวนครั้งการบำรุงรักษารถขนส่ง (ครั้ง/ปี)
- จำนวนข้อร้องเรียนด้านคุณภาพอากาศ (ครั้ง/ปี) = 0
- จำนวนเครื่องฟอกอากาศที่ติดตั้ง = 6 เครื่อง

เป้าหมาย (Target)

- ลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงลงไม่น้อยกว่า 35% ต่อปี
- ไม่มีข้อร้องเรียนด้านมลพิษทางอากาศจากผู้มีส่วนได้เสีย
- รักษาคุณภาพอากาศภายในสำนักงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อสุขภาพพนักงาน

การติดตามและประเมินผล

บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานด้านคุณภาพอากาศเป็นประจำทุกปี พร้อมจัดทำบันทึกข้อมูลการใช้น้ำมัน การบำรุงรักษา และสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง





บริษัทควบคุมกิจกรรมที่อาจก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ เช่น ฝุ่นหรือไอเสียจากการขนส่ง โดยปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง
การจัดการมลพิษทางเสียง

บริษัทควบคุมระดับเสียงจากการดำเนินงานให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และไม่ส่งผลกระทบต่อพนักงานและชุมชนโดยรอบ
อื่น ๆ (มาตรการเพิ่มเติม)

บริษัทมีมาตรการเพิ่มเติมด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- การส่งเสริมการใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Paperless)
- การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้พนักงาน
- การติดตามและประเมินผลการใช้ทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายและติดตามผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการใช้ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ เช่น ปริมาณการใช้พลังงาน การใช้น้ำ และปริมาณของเสีย ซึ่งครอบคลุม 100% ของกิจกรรมที่อยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัท โดยในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทสามารถลดการใช้ทรัพยากรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และไม่พบข้อร้องเรียนหรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ บริษัทดำเนินธุรกิจด้านการจำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม โดยแม้ลักษณะธุรกิจจะไม่ได้ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับสูง เช่นเดียวกับภาคการผลิต อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยิ่ง

บริษัทจึงกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดของเสีย การลดการปล่อยมลพิษ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

1. การอนุรักษ์พลังงานและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดการใช้พลังงานในสำนักงานและการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ โดยมีมาตรการสำคัญ ได้แก่

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

2. การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการใช้น้ำโดยไม่จำเป็น โดย

- ติดตั้งหัวก๊อกน้ำแบบปรับอัตราการไหล (Adjustable Flow Faucets) เพื่อควบคุมปริมาณน้ำให้เหมาะสมกับการใช้งาน
- ส่งเสริมพฤติกรรมใช้น้ำอย่างประหยัดภายในองค์กร
- 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 510 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

ข้อมูลเกี่ยวกับการทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในรอบปีที่ผ่านมา

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในรอบปีที่ผ่านมา

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือ	:	มี
เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในรอบปีที่ผ่านมา		
นโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือ	:	การจัดการพลังงานไฟฟ้า, การจัดการน้ำมันและเชื้อเพลิง, การจัดการพลังงานทดแทน/พลังงานสะอาด, การจัดการขยะและของเสีย
เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง		

นโยบาย แนวปฏิบัติ และเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม

1) การจัดการพลังงานไฟฟ้า

การเปลี่ยนแปลง: เพิ่มมาตรการติดตามและลดการใช้ไฟฟ้าในสำนักงาน/คลังสินค้า

นโยบาย:

บริษัทมุ่งใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงานในสำนักงานและคลังสินค้า

แนวปฏิบัติ:

- ใช้หลอด LED และอุปกรณ์ประหยัดไฟ
- ปิดไฟ/แอร์เมื่อไม่ใช้งาน
- กำหนดเวลาเปิด-ปิดเครื่องใช้ไฟฟ้า
- บันทึกและติดตามค่าไฟฟ้ารายเดือน

เป้าหมาย (KPI):

- ลดการใช้ไฟฟ้า $\geq 35\%$ ต่อปี
- ลดค่าไฟฟ้าต่อพื้นที่ $\geq 3\%$



โครงการประหยัดพลังงาน เริ่มใช้วันที่ 15 เดือนตุลาคม 2567

ขอความร่วมมือจากพนักงานทุกท่านในการร่วมมือปฏิบัติตามแนวทาง
อย่างเต็มที่ เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสิ้น
เปลืองพลังงาน 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
- ตั้งหน้าจอปิดอัตโนมัติหากไม่ได้ใช้

4. เครื่องถ่ายเอกสาร

- ปิดเครื่องและถอดปลั๊กหลังใช้งานเสร็จ

2.การจัดการน้ำมันและเชื้อเพลิง (สำหรับรถขนส่ง)

นโยบาย:

บริษัทควบคุมการใช้เชื้อเพลิงในรถขนส่งให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

แนวปฏิบัติ:

- บันทึกเลขไมล์และปริมาณน้ำมันทุกครั้ง
- คำนวณอัตราการใช้ น้ำมัน (กม./ลิตร)

- วางแผนเส้นทางขนส่งเพื่อลดระยะทางซ้ำซ้อน
- บำรุงรักษาตามระยะ (เช็คเครื่อง/ยาง/ลมยาง)
- รมรณรงค์การขับขี่แบบประหยัดพลังงาน (Eco driving)

เป้าหมาย (KPI):

- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำมัน $\geq 5\%$ (กม./ลิตร)
- ลดการใช้น้ำมันต่อระยะทาง $\geq 35\%$ ต่อปี
- บันทึกข้อมูลครบ 100%

การจัดการพลังงานทดแทน / พลังงานสะอาด

แบบฟอร์มตรวจสอบสภาพรถยนต์ (พื้นฐาน)

1. ข้อมูลทั่วไป
 ทะเบียนรถ: ๑๖๖ ๗๓๒๒ ชื่อผู้ขับขี่: JSGW
 วันที่ตรวจ: 20/4/๒๖ เลขไมล์ปัจจุบัน: 4๒๓175

2. รายการตรวจเช็คภายนอก (Exterior)			
รายการที่ตรวจ	ปกติ	ผิดปกติ	หมายเหตุ
ไฟส่องสว่าง (หน้า-หลัง-เลี้ยว-เบรก)	✓	☐	
สภาพยาง (ดอกยาง-ความดันลมยาง)	✓	☐	
กระจกมองข้างและกระจกบังลมหน้า	✓	☐	
ใบปัดน้ำฝนและน้ำยาฉีดกระจก	✓	☐	
3. รายการตรวจเช็คภายใน (Interior)			
รายการที่ตรวจ	ปกติ	ผิดปกติ	หมายเหตุ
แผงหน้าปัด (ไม่มีไฟเตือนค้าง)	✓	☐	
ระบบเบรก (เบรกมือ-เป็นเบรก)	✓	☐	
ระบบแอร์และพัดลม	✓	☐	
เข็มชี้คมิ์รถทุกที่นั่ง	✓	☐	
4. ห้องเครื่องและช่องหัว (Under the Hood)			
รายการที่ตรวจ	ปกติ	ผิดปกติ	หมายเหตุ
ระดับน้ำมันเครื่อง	✓	☐	→ 9.5 ลิตร
ระดับน้ำหล่อเย็นในหม้อน้ำ	✓	☐	
ระดับน้ำมันเบรก / น้ำมันพาวเวอร์	✓	☐	
สภาพสายพานและขั้วแบตเตอรี่	✓	☐	

5. บันทึกเพิ่มเติม / ข้อเสนอแนะ
 เป็นรถอายุเก่าใช้มานานแล้ว เครื่องยนต์ และ ระบบไฟฟ้า

ผู้ตรวจสอบ: _____
 ผู้ตรวจสอบ: _____

		รายงาน ณ วันที่	22/4/2026
ประวัติการซ่อมรถทะเบียน		2ฒก1401	
วันที่ซ่อม	รายการซ่อมจริง	ไมล์เลข วันที่แจ้งซ่อม	ราคาซ่อมจริง
5/2/68	น้ำมันเครื่อง คอมมอนเรล+ไส้กรอง/ไดซาร์ท 1.9/หลอดไฟท้าย L R 120*2/หลอดไฟท้าย L R 120*2/ค่ารถลาก/ค่าบริการ/	273,684	12,740.00
5/2/68	งานเพิ่ม สวิตช์เกียร์ถอยท้ายเกียร์/Map Sensor (เซนเซอร์ไอที)/ค่าบริการ	273,684	5,000.00
14/5/68	แบตเตอรี่รี 1 ลูก	280,258	3,000.00
8/10/68	ซ่อมไดสตาร์ท/กรองอากาศ/กรองน้ำมันดีเซล	294,365	5,300.00
17/2/69	ชุดหน้าคาลิป คอมแอร์ชุดใหม่/กรองอากาศ/แบริค เต็มน้ำแอร์ น้ำมันคอม	308,605	4,300.00
18/4/69		314,893	

วันที่ขอซ่อม	เลขทะเบียนรถ	รายการขอซ่อม	ไมล์เลข วันที่แจ้งซ่อม	วันรับเอกสารการขอซ่อม	วันรับเอกสารรายการซ่อม จากช่าง ๆ	รายการซ่อมจริง	ราคาซ่อมจริง	PO
27/2/68	คธ-9410	ไฟเบรคมือโซลาร์/หม้อลมหมอนเบรคตัว เบรคไมอยู่ /เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/ กรองเครื่อง	496620			หม้อลมเบรค/แม่พิมพ์เบรค บน/สายแรงดันน้ำมันเบรค L+R/น้ำมันเครื่อง/ไส้กรองน้ำมันเครื่อง/กรองอากาศ/น้ำมันเบรค/ ชุดรางกระจากฝั่งขวา/หมอนกระจาก/ซ่อมโครงเบาะ	24,200.00	สิงคโปร์ PO
21/11/68	คธ-9410	คอมแอร์เสีย มีเสียงดัง/เช็คระบบแอร์/เช็คที่หมุนและกระจากด้านคนขับ/หมุนแล้วดีด	503927			คอมแอร์แท้/ ทรายเออร์กรองน้ำยาแอร์/ วาล์วตู้แอร์/ล้างระบบทางเดินน้ำมัน / แร็ค+เติมน้ำมัน+เติมน้ำมันคอม	13,050.00	สิงคโปร์ PO
20/1/69	คธ-9410	เช็คปั้ม ควีนต้า/เร่งบีบใช้งาน จนกว่าจะแก๊ว				กรองน้ำมันดีเซล/ล้างท่อไอเสีย/ท่อแคท แทนหม้อพักไอเสีย	5,850.00	สิงคโปร์ PO
5/2/68	2ผก1401	สตาร์ทไม่ติด/เช็คแบตเตอรี่	273684			น้ำมันเครื่อง คอมมอนเรล+ไส้กรอง/ไดชาร์ท 1.9/หลอดไฟท้าย L R 120*2/หลอดไฟท้าย L R 120*2/ตัวรถลาก/ตัวบริการ /	12,740.00	สิงคโปร์ PO
5/2/68	2ผก1401	สตาร์ทไม่ติด/เช็คแบตเตอรี่	273684			งานเพิ่ม สวิตช์รถยนต์ท้ายเกียร์ /Map Sensor(เซนเซอร์โอเอส)ค่าบริการ	5,000.00	สิงคโปร์ PO งานเพิ่ม
14/5/68	2ผก1401	เปลี่ยนแบตเตอรี่	280258			แบตเตอรี่ 1 ลูก	3,000.00	
		ไตสตาร์ทเวลาสตาร์ท ติดๆดับๆ/เช็คไตสตาร์ท/เปลี่ยน				ซ่อมไตสตาร์ท/กรองอากาศ/กรองน้ำมันดีเซล		

3) การจัดการพลังงานทดแทน / พลังงานสะอาด

การเปลี่ยนแปลง: เริ่มศึกษาและวางแผนใช้พลังงานสะอาด

นโยบาย:

บริษัทสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาดในกิจกรรมขององค์กร

แนวปฏิบัติ:

- ศึกษาความเป็นไปได้ติดตั้ง Solar Rooftop
- พิจารณาใช้รถขนส่งพลังงานไฟฟ้าในอนาคต
- เลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน

เป้าหมาย (KPI):

- มีแผนพลังงานทดแทนภายใน 5 ปี
- เริ่มใช้พลังงานสะอาด $\geq 5\%$ ภายใน 5 ปี

4) การจัดการทรัพยากรน้ำและคุณภาพน้ำ

การเปลี่ยนแปลง: เพิ่มมาตรการใช้น้ำอย่างประหยัด เปลี่ยนจาก มีการบันทึก เป็น มีการวิเคราะห์ + ตั้งเป้า

นโยบาย:

บริษัทใช้น้ำอย่างคุ้มค่าในสำนักงาน และไม่มีการปล่อยน้ำเสียจากกระบวนการผลิต

แนวปฏิบัติ:

- ใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำ
- ตรวจสอบการรั่วไหล
- บันทึกการใช้น้ำรายเดือน
- รณรงค์พนักงานใช้น้ำอย่างประหยัด

เป้าหมาย (KPI):

- ลดการใช้น้ำ $\geq 3\%$ ต่อปี
- ไม่มีข้อร้องเรียนด้านน้ำเสีย (0 complaint)

นโยบายการจัดการขยะและของเสีย

1. นโยบาย (Policy)

บริษัทมุ่งมั่นในการลด บำรุง 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 ธรรมาภิบาล	การรายงานและตรวจสอบ	ขาดความโปร่งใสในการจัดการของเสีย	จัดทำรายงานขยะและของเสียประจำปี	รายงานตรวจสอบแล้ว	ผ่านการตรวจสอบเต็มรูปแบบ

ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านอื่น ๆ

แผนงาน ผลการดำเนินงาน ผลลัพธ์เกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ

ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

จำนวนกรณีและเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ (กรณี)	0	0	0

การจัดการพลังงาน

ขอบเขตการเปิดเผยการจัดการพลังงานในรอบปีที่ผ่านมา

ประเภทขอบเขต	:	บริษัท
จำนวนขอบเขตทั้งหมด	:	0
จำนวนที่เปิดเผย	:	-
ร้อยละการเปิดเผยข้อมูล (%)	:	0.00

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. กระจกน้ำร้อน

- ใส่น้ำเท่าที่ต้องการและถอดปลั๊กทุกครั้งหลังใช้งาน

6. น้ำประปา

- ปิดก๊อกให้สนิทหลังใช้งาน
- ตรวจสอบท่อประปาและอุปกรณ์น้ำอย่างสม่ำเสมอ

แผนกทรัพยากรบุคคล - ธุรกิจ





บริษัทมีนโยบายในการอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน ซึ่งมุ่งเน้นการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืน และสร้างค่านิยมในการใช้พลังงานอย่างรับผิดชอบ โดยบริษัทได้วางแผนและควบคุมการใช้พลังงานอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งตรวจสอบและดูแลการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าและน้ำอย่างต่อเนื่อง

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการอนุรักษ์พลังงานประกอบด้วยดังนี้

1. การประหยัดไฟฟ้า (Electricity Conservation)

บริษัทได้กำหนดมาตรการในการประหยัดไฟฟ้าเพื่อให้การใช้พลังงานเกิดประโยชน์สูงสุดและลดการสูญเสีย ดังนี้

1.1 การควบคุมเวลาเปิดปิดไฟและเครื่องปรับอากาศ

- กำหนดเวลาการเปิดปิดไฟและแอร์ในสำนักงานและพื้นที่ปฏิบัติงานให้เหมาะสมตามเวลาการใช้งานจริง

1.2 การรณรงค์พนักงานให้ปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าหลังใช้งาน

- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมรณรงค์ให้พนักงานปิดสวิตซ์อุปกรณ์ไฟฟ้า 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 / อุปกรณ์เสียหาย	กำหนดเวลาเปิดปิดไฟและแอร์, ปรับอุณหภูมิแอร์, ล้างแอร์ปีละ 2 ครั้ง	% การใช้ไฟฟ้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	ลดไฟฟ้า ≥ 6% ต่อปี
E สิ่งแวดล้อม	การใช้พลังงานสะอาด	การพึ่งพาไฟฟ้าจากแหล่งไม่ยั่งยืน	ติดตั้งโซลาร์เซลล์ร่วมกับบริษัทในพื้นที่	% พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์	≥ 10% ของการใช้พลังงานทั้งหมด
S สังคม	การสร้างจิตสำนึกพลังงาน	พนักงานใช้พลังงานเกินจำเป็น	รณรงค์และฝึกอบรมพนักงาน	% พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม	100% ของพนักงาน
G ธรรมาภิบาล	การรายงานพลังงาน	รายงานไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้อง	จัดทำรายงานพลังงานประจำเดือน	รายงานตรวจสอบแล้ว	ผ่านการตรวจสอบตลาดหลักทรัพย์

ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายการจัดการพลังงาน

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

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน : มี

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

- จัดกิจกรรมและสื่อสารสัมพันธ์ให้พนักงาน ปิดสวิตช์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังใช้งาน
- ผลลัพธ์: พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ 100% ส่งเสริมค่านิยมการใช้พลังงานอย่างมีความรับผิดชอบ

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

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการพลังงาน : ไฟฟ้า

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าของบริษัท (*)

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวม (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	370,277.00	365,971.00	333,680.00
ปริมาณการซื้อไฟฟ้ามาใช้ (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	370,277.00	365,971.00	333,680.00
ปริมาณการซื้อหรือผลิตไฟฟ้ามาใช้จากแหล่งพลังงานทดแทน (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	0.00	0.00	0.00
อัตราส่วนปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวมต่อจำนวนพนักงานรวม (กิโลวัตต์-ชั่วโมง / คน / ปี)	1,160.74	1,188.22	1,108.57

คำอธิบายเพิ่มเติม : (*) ไม่รวมการใช้ไฟฟ้าจากภายนอกองค์กร

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วยของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวมต่อหน่วย (กิโลวัตต์-ชั่วโมง / ตารางเมตร)	370,277.00000000	365,971.00000000	333,680.00000000

ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าของบริษัท (*)

	2566	2567	2568
ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้ารวม (บาท)	2,131,808.30	1,875,298.09	1,612,208.00
ร้อยละของค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้ารวมต่อค่าใช้จ่ายรวม (%) (**)	0.42	0.38	0.32
ร้อยละของค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้ารวมต่อรายได้รวม (%) (**)	0.40	0.37	0.32
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้ารวมต่อจำนวนพนักงานรวม (บาท / คน / ปี)	6,682.78	6,088.63	5,356.17

คำอธิบายเพิ่มเติม : (*) ไม่รวมค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าจากภายนอกองค์กร

(**) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการพลังงาน : น้ำมันและเชื้อเพลิง

ปริมาณการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงของบริษัท

	2566	2567	2568
น้ำมันเครื่องบิน (ลิตร)	0.00	0.00	0.00
น้ำมันดีเซล (ลิตร)	19,805.32	17,951.92	16,964.66
น้ำมันเบนซิน (ลิตร)	2,369.69	1,957.88	2,376.10
น้ำมันเตา (ลิตร)	0.00	0.00	0.00
น้ำมันดิบ (บาร์เรล)	0.00	0.00	0.00
ก๊าซธรรมชาติ (ลูกบาศก์ฟุต)	0.00	0.00	0.00
ก๊าซหุงต้ม (กิโลกรัม)	0.00	0.00	0.00
ไอน้ำ (ตัน)	0.00	0.00	0.00
ถ่านหิน (ตัน)	0.00	0.00	0.00

คำอธิบายเพิ่มเติม : ไม่รวมการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงจากภายนอกองค์กร

ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงของบริษัท^(*)

	2566	2567	2568
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงรวม (บาท)	687,758.73	682,475.80	590,894.94
ร้อยละของค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงรวมต่อค่าใช้จ่ายรวม (%) ^(**)	0.14	0.14	0.12
ร้อยละของค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงรวมต่อรายได้รวม (%) ^(**)	0.13	0.13	0.12

คำอธิบายเพิ่มเติม : ^(*) ไม่รวมค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้าจากภายนอกองค์กร

^(**) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการพลังงานรวม (ไฟฟ้า + น้ำมันเชื้อเพลิง)

ปริมาณการใช้พลังงานรวมของบริษัท

	2566	2567	2568
--	------	------	------

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้พลังงานรวม (เมกะวัตต์-ชั่วโมง)	370,277.00	365,971.00	333,680.00

ปริมาณการใช้พลังงานรวมต่อหน่วยของบริษัท

	2566	2567	2568
อัตราส่วนปริมาณการใช้พลังงานรวมต่อรายได้รวม (เมกะวัตต์-ชั่วโมง / รายได้พันบาท) ^(*)	0.69621902	0.71400515	0.65529200
ปริมาณการใช้พลังงานรวมต่อหน่วย (เมกะวัตต์-ชั่วโมง / ตารางเมตร)	192.85260000	190.60990000	173.79170000

คำอธิบายเพิ่มเติม : ^(*) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

การจัดการน้ำ

ขอบเขตการเปิดเผยการจัดการน้ำในรอบปีที่ผ่านมา

ประเภทขอบเขต	: บริษัท
จำนวนขอบเขตทั้งหมด	: 0
จำนวนที่เปิดเผย	: -
ร้อยละการเปิดเผยข้อมูล (%)	: 0.00

ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจัดการน้ำ

แผนการจัดการน้ำ

แผนการจัดการน้ำของบริษัท : มี

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 จิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อการใช้งานน้ำ ให้กับพนักงาน
- ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบต่อชุมชน

ตาราง ESG + Risk-KPI-Strategy สำหรับแผนการจัดการน้ำและพลังงาน

หมวด ESG	หัวข้อหลัก	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย/มาตรฐาน
----------	------------	-------------------	--------------------	-----------------	------------------

E สิ่งแวดล้อม	การประหยัดไฟฟ้า	การใช้ไฟฟ้าเกินจำเป็น / อุปกรณ์เสียหาย	กำหนดเวลาเปิดปิดไฟและแอร์, ปรับอุณหภูมิแอร์, ล้างแอร์ปีละ 2 ครั้ง	% การใช้ไฟฟ้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	ลดไฟฟ้า \geq 5% ต่อปี
E สิ่งแวดล้อม	การใช้พลังงานสะอาด (Solar Power)	การพึ่งพาไฟฟ้าจากแหล่งไม่ยั่งยืน	ติดตั้งโซลาร์เซลล์ร่วมกับบริษัทในพื้นที่	% พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์	\geq 10% ของการใช้พลังงานทั้งหมด
E สิ่งแวดล้อม	การจัดการน้ำ	การใช้น้ำเกินความจำเป็น / ขาดการติดตาม	จัดบันทึกการใช้น้ำรายวัน, วิเคราะห์ข้อมูล, รายงานต่อผู้บริหาร	% ลดการใช้น้ำต่อเดือน	ลดการใช้น้ำต่อหน่วย \geq 5% ต่อปี
S สังคม	การสร้างจิตสำนึกด้านพลังงานและน้ำ	พนักงานใช้พลังงาน/น้ำเกินจำเป็น	จัดกิจกรรมและสื่อสารประชาสัมพันธ์	% พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม	100% ของพนักงาน
G ธรรมาภิบาล	การรายงานและตรวจสอบ	รายงานไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้อง	จัดทำรายงานประจำเดือนและ Audit ภายใน	รายงานตรวจสอบแล้ว	ผ่านการตรวจสอบตลาดหลักทรัพย์

ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายการจัดการน้ำ

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

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการน้ำ

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)

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการน้ำ

ปริมาณการใช้น้ำของบริษัท จำแนกตามแหล่งน้ำ

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำรวม (ลูกบาศก์เมตร)	3,498.00	3,026.00	2,858.00
ปริมาณการใช้น้ำประปาหรือน้ำจากองค์กรอื่น (ลูกบาศก์เมตร)	3,498.00	3,026.00	2,858.00
ปริมาณการใช้น้ำผิวดิน (ลูกบาศก์เมตร)	0.00	0.00	0.00
ปริมาณการใช้น้ำบาดาล (ลูกบาศก์เมตร)	0.00	0.00	0.00
ปริมาณการใช้น้ำทะเล (ลูกบาศก์เมตร)	0.00	0.00	0.00
ปริมาณการใช้น้ำจากกระบวนการผลิต (ลูกบาศก์เมตร)	0.00	0.00	0.00
อัตราส่วนปริมาณการใช้น้ำรวมต่อจำนวนพนักงานรวม (ลูกบาศก์เมตร / คน / ปี)	10.97	9.82	9.50
อัตราส่วนปริมาณการใช้น้ำรวมต่อรายได้รวม (ลูกบาศก์เมตร / รายได้พันบาท) ^(*)	0.01	0.01	0.01

คำอธิบายเพิ่มเติม : ^(*) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

ปริมาณน้ำทิ้งของบริษัท จำแนกตามแหล่งปล่อย

	2566	2567	2568
ร้อยละของน้ำทิ้งที่ได้รับการบำบัด (%)	0.00	0.00	0.00

	2566	2567	2568
ปริมาณน้ำทิ้งรวม (ลูกบาศก์เมตร)	23.50	22.50	21.75
ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่องค์กรอื่น (ลูกบาศก์เมตร)	0.00	0.00	0.00
ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่แหล่งน้ำผิวดิน (ลูกบาศก์เมตร)	23.50	22.50	21.75
ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่แหล่งน้ำบาดาล (ลูกบาศก์เมตร)	0.00	0.00	0.00
ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่ทะเล (ลูกบาศก์เมตร)	0.00	0.00	0.00

ปริมาณการใช้น้ำของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ (ลูกบาศก์เมตร)	3,474.50	3,003.50	2,836.25

ปริมาณการใช้น้ำรีไซเคิลของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำรีไซเคิล (ลูกบาศก์เมตร)	0.00	0.00	0.00

ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยของบริษัท

	2566	2567	2568
อัตราส่วนปริมาณการใช้น้ำสุทธิต่อรายได้รวม (ลูกบาศก์เมตร / รายได้พันบาท) ^(*)	0.00653298	0.00585979	0.00556992
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิต่อหน่วย (ลูกบาศก์เมตร / ตารางเมตร)	3,498.00000000	3,026.00000000	2,858.00000000

คำอธิบายเพิ่มเติม : ^(*) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำของบริษัท

	2566	2567	2568
--	------	------	------

	2566	2567	2568
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำรวม (บาท)	62,670.35	60,500.00	62,448.14
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำประปาหรือน้ำจากองค์กรอื่น (บาท)	62,670.35	60,500.00	62,448.14
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำอื่น ๆ (บาท)	0.00	0.00	0.00
ร้อยละของค่าใช้จ่ายการใช้น้ำรวมต่อค่าใช้จ่ายรวม (%) (*)	0.01	0.01	0.01
ร้อยละค่าใช้จ่ายการใช้น้ำรวมต่อรายได้รวม (%) ^(*)	0.01	0.01	0.01
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายการใช้น้ำรวมต่อจำนวนพนักงาน รวม (บาท / คน / ปี)	196.46	196.43	207.47

คำอธิบายเพิ่มเติม : (*) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

การจัดการขยะและของเสีย

ขอบเขตการเปิดเผยการจัดการขยะและของเสียในรอบปีที่ผ่านมา

ประเภทขอบเขต	: บริษัท
จำนวนขอบเขตทั้งหมด	: 0
จำนวนที่เปิดเผย	: -
ร้อยละการเปิดเผยข้อมูล (%)	: 0.00

ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจัดการขยะและของเสีย

แผนการจัดการขยะและของเสีย

แผนการจัดการขยะและของเสียของบริษัท : มี

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 ถูผ้าแทนถุงพลาสติก 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



การบริหารจัดการของเสีย (Waste Management)

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยเน้นผู้จำหน่ายสินค้า โดยไม่มีการผลิตสินค้าโดยตรง อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการของเสียตามหลักสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการลดของเสีย ณ แหล่งกำเนิด (Reduce) การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

มาตรการสำคัญ: ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Paperless)

ตั้งแต่ปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนระบบเอกสารเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ 100% ครอบคลุมเอกสารสำคัญ เช่น ใบแจ้งหนี้ ใบเสร็จรับเงิน และเอกสารทางบัญชี

ใบส่งสินค้า/ใบกำกับภาษี

Digitally signed by Newcity (Bangkok) Public Company Limited
 DN: cn=Newcity (กรุงเทพ) จำกัด (มหาชน), c=TH
 Date: 2024.04.21 08:52:11 +07

เลขที่ลูกค้า : 02-508-0009

รหัสประจำตัวผู้เสียภาษี : 0453560002130 (สำนักงานใหญ่)

ผู้ซื้อ	ห้างหุ้นส่วนจำกัด กานต์ นิวตี้ สำนักงานใหญ่	วันที่	21/04/2026
ที่อยู่	6/9 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอยุธยา 45000	เลขที่	IHC-260400849
		เลขที่ใบส่งสินค้า	SHC-260400862
		วันครบกำหนดชำระ	21/05/2026

ลำดับที่ NO.	รายการสินค้า/บริการ DESCRIPTION	จำนวน QUANTITY	หน่วย UNIT	ราคาต่อหน่วย UNIT PRICE	จำนวนเงิน AMOUNT
1	NSR-AAH-04F อุ่นมือ	6	โหล	119.00	714.00
2	NSR-AAH-08F อุ่นมือ	4	โหล	119.00	476.00
3	NSR-AAH-10F อุ่นมือ	2	โหล	119.00	238.00
		12			
รวมเงิน					1,428.00
หักส่วนลด 0.00%					0.00
รวมเป็นเงิน					1,428.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม					99.96
ยอดเงินสุทธิ					1,527.96

ส่งพร้อม SHC260400862

จำนวนเงิน (ตัวอักษร)

—หนึ่งพันสี่ร้อยยี่สิบแปดบาทถ้วนหกสตางค์—

เอกสารนี้จัดทำและส่งออกให้กรมสรรพากรด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

- ลดการใช้กระดาษลงประมาณ **8590%** เมื่อเทียบกับก่อนปี 2564
- ลดปริมาณขยะกระดาษจากสำนักงานอย่างมีนัยสำคัญ
- เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดการใช้ทรัพยากร

การจำแนกและจัดการของเสีย

ประเภทของเสีย	ตัวอย่าง	วิธีการจัดการ
ขยะทั่วไป	เศษอาหาร	ส่งกำจัดโดยหน่วยงานท้องถิ่น
ขยะรีไซเคิล	กระดาษ กล่อง พลาสติก	คัดแยกและจำหน่ายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่
ของเสียอันตราย	หลอดไฟ แบตเตอรี่	ส่งกำจัดโดยผู้รับอนุญาตตามกฎหมาย





การลดของเสียจากคลังสินค้าและบรรจุภัณฑ์

บริษัทดำเนินการมาตรการเพื่อลดของเสียจากการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ เช่น

- นำกล่องและวัสดุบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ
- ลดการใช้พลาสติกที่ไม่จำเป็น
- คัดแยกวัสดุรีไซเคิลในคลังสินค้า

ตัวชี้วัดด้านการจัดการของเสีย (KPI)

ตัวชี้วัด	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ปริมาณของเสียรวม (กก./ปี)	12,500	10,800	9,600
อัตราการรีไซเคิล (%)	25%	32%	38%
การใช้กระดาษ (รีม/ปี)	1,200	300	120

แนวโน้ม: ปริมาณของเสียและการใช้กระดาษลดลงต่อเนื่อง ขณะที่อัตราการรีไซเคิลเพิ่มขึ้น

เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทกำหนดเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว ได้แก่

- ลดปริมาณของเสียลง **อย่างน้อย 5% ต่อปี**
- เพิ่มอัตราการรีไซเคิลให้เกิน **40% ภายใน 2 ปี**
- พัฒนาองค์กรสู่การเป็นสำนักงานปลอดกระดาษ (Paperless Organization) อย่างสมบูรณ์

การติดตามและการปฏิบัติตามกฎหมาย

บริษัทมีการติดตาม ตรวจสอบ และจัดเก็บเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของเสีย เช่น การส่งมอบของเสียให้ผู้รับกำจัดที่ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย

การตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสียหรือไม่ : มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย

เป้าหมาย	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย	วิธีการจัดการขยะและของเสีย
เพิ่มการนำขยะและของเสียกลับมาใช้ ประเภทขยะ: ขยะไม่อันตราย	2568	2570 : เพิ่ม 5% หรือ 6,300.00 กิโลกรัม	<ul style="list-style-type: none"> • นำกลับมาใช้ซ้ำ • นำกลับมาใช้ใหม่

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะและของเสีย

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะและของเสีย

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะและของเสีย : มี
ของบริษัท

บริษัทดำเนินการบริหารจัดการขยะและของเสียโดยมุ่งเน้นการลดของเสีย ณ แหล่งกำเนิด การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ ในช่วงที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินโครงการสำคัญ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนระบบเอกสารเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Tax Invoice & e-Receipt) 100% ตั้งแต่ปี 2564 ซึ่งครอบคลุมเอกสารบิลส่งสินค้าและใบกำกับภาษี ส่งผลให้สามารถลดการใช้กระดาษได้อย่างมีนัยสำคัญ และลดปริมาณของเสียจากสำนักงานอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทมีการดำเนินมาตรการคัดแยกขยะตามประเภท ณ แหล่งกำเนิด ทั้งในส่วนสำนักงานและคลังสินค้า โดยเฉพาะการนำวัสดุบรรจุภัณฑ์ เช่น กล่องกระดาษและพาเลท กลับมาใช้ซ้ำ รวมถึงการคัดแยกวัสดุรีไซเคิล เช่น กระดาษ พลาสติก และวัสดุอื่น ๆ เพื่อส่งต่อให้ผู้รับรีไซเคิลอย่างเหมาะสม

จากการดำเนินงานดังกล่าว ส่งผลให้ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำและรีไซเคิลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของเสียของบริษัท และความมุ่งมั่นในการลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบ ในด้านผลลัพธ์ บริษัทสามารถเพิ่มสัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ และลดการใช้ทรัพยากรกระดาษได้อย่างชัดเจน ซึ่งช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการจัดการของเสียอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มอัตราการรีไซเคิล และการลดปริมาณของเสียรวมในแต่ละปี เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

รูปภาพผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะและของเสีย





ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการขยะและของเสีย

ปริมาณขยะและของเสียของบริษัท^(*)

	2566	2567	2568
ปริมาณขยะและของเสียรวม (กิโลกรัม)	4,218.00	3,610.00	3,203.00
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายรวม (กิโลกรัม)	4,050.00	3,500.00	3,150.00
ขยะและของเสียไม่อันตราย - การฝังกลบ (กิโลกรัม)	3,000.00	2,800.00	2,700.00
ขยะและของเสียไม่อันตราย - การเผาซึ่งได้พลังงานกลับมา (กิโลกรัม)	500.00	300.00	200.00
ขยะและของเสียไม่อันตราย - การเผาซึ่งไม่ได้พลังงานกลับมา (กิโลกรัม)	300.00	200.00	100.00
ขยะและของเสียไม่อันตราย - อื่น ๆ (กิโลกรัม)	250.00	200.00	150.00
ปริมาณขยะและของเสียอันตรายรวม (กิโลกรัม)	168.00	110.00	53.00
ขยะและของเสียอันตราย - การฝังกลบ (กิโลกรัม)	150.00	100.00	50.00
ขยะและของเสียอันตราย - การเผาซึ่งได้พลังงานกลับมา (กิโลกรัม)	10.00	5.00	1.00
ขยะและของเสียอันตราย - การเผาซึ่งไม่ได้พลังงานกลับมา (กิโลกรัม)	5.00	3.00	1.00
ขยะและของเสียอันตราย - อื่น ๆ (กิโลกรัม)	3.00	2.00	1.00

	2566	2567	2568
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียรวมต่อรายได้รวม (กิโลกรัม / รายได้พันบาท) ^(**)	0.01	0.01	0.01
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายรวมต่อ รายได้รวม (กิโลกรัม / รายได้พันบาท) ^(**)	0.01	0.01	0.01
อัตราส่วนปริมาณขยะและของเสียอันตรายรวมต่อรายได้รวม (กิโลกรัม / รายได้พันบาท) ^(**)	0.00	0.00	0.00

คำอธิบายเพิ่มเติม : ^(*) ไม่รวมปริมาณขยะและของเสียที่เกิดจากกิจกรรมภายนอกองค์กรซึ่งองค์กรไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

^(**) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) ของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) รวม (กิโลกรัม) ⁽¹⁾	5,400.00	4,550.00	4,200.00
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) (กิโลกรัม)	2,500.00	2,150.00	2,000.00
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) (กิโลกรัม)	1,500.00	1,200.00	1,100.00
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปรีไซเคิล (Recycle) (กิโลกรัม)	1,000.00	950.00	900.00
ปริมาณขยะและของเสียอันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) (กิโลกรัม)	2,900.00	2,400.00	2,200.00
ปริมาณขยะและของเสียอันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) (กิโลกรัม)	1,500.00	1,200.00	1,100.00
ปริมาณขยะและของเสียอันตรายที่นำไปรีไซเคิล (Recycle) (กิโลกรัม)	1,400.00	1,200.00	1,100.00
ร้อยละปริมาณขยะและของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) รวมต่อปริมาณขยะและของเสียรวม (%)	128.02	126.04	131.13

	2566	2567	2568
ร้อยละปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) ต่อปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายรวม (%)	61.73	61.43	63.49
ร้อยละปริมาณขยะและของเสียอันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) ต่อปริมาณขยะและของเสียอันตรายรวม (%)	1,726.19	2,181.82	4,150.94

คำอธิบายเพิ่มเติม : ไม่รวมปริมาณขยะและของเสียที่นำไป Reuse/Recycle ซึ่งเกิดจากกิจกรรมภายนอกองค์กรและองค์กรไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

หมายเหตุ: (1) กล่องกระดาษจากสินค้า นำกลับมาทำสินค้าใหม่ ของเอกสาร ใช้ซ้ำภายในองค์กร พาเลทไม้/พลาสติก ไขหมุนเวียนในคลังสินค้า กล่องพัสดุ ใช้ซ้ำสำหรับการจัดส่ง แพ้มเอกสาร ใช้ซ้ำภายในสำนักงาน

การจัดการก๊าซเรือนกระจก

ขอบเขตการเปิดเผยการจัดการก๊าซเรือนกระจกในรอบปีที่ผ่านมา

ประเภทขอบเขต	: บริษัท
จำนวนขอบเขตทั้งหมด	: 0
จำนวนที่เปิดเผย	: -
ร้อยละการเปิดเผยข้อมูล (%)	: 0.00

ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก

แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก

แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจกของบริษัท : มี

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 510 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
- สัดส่วนการใช้ยานพาหนะไฟฟ้า (EV Adoption Rate)
 - เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นตามแผนในระยะ 510 ปี

- ประสิทธิภาพเส้นทางขนส่ง (Route Efficiency)
 - เป้าหมาย: ลดระยะทางรวมและเวลาในการขนส่ง

4. ผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Expected Outcomes)

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการขนส่งอย่างต่อเนื่อง
- ลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่การใช้พลังงานสะอาด
- เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก : มี
 การตั้งเป้าหมายที่บริษัทมี : การตั้งเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ

การตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	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

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก : 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) โดยตั้งเป้าหมายควบคุมให้ไม่เกินร้อยละ 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 ค่าน้ำมันรถร้อยละ 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) เพื่อประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและกำหนดแนวทางการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง

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

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการก๊าซเรือนกระจก

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า, tCO₂e)	58.55	52.63	50.95
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 1 (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า, tCO ₂ e)	58.55	52.63	50.95

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยของบริษัท

	2566	2567	2568
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อรายได้รวม (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / รายได้พันบาท) ^(*)	0.000110	0.000103	0.000100
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อจำนวนพนักงานรวม (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / คน)	0.18	0.17	0.17

	2566	2567	2568
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วย (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / ตารางเมตร)	0.00000000	0.00000000	0.00000000

คำอธิบายเพิ่มเติม : (*) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

ข้อมูลเกี่ยวกับการทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา

การทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา

การทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท : ไม่มี

ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการการลดหรือการดูดซับก๊าซเรือนกระจกของบริษัท

ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจกของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจกรวม (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า, tCO ₂ e)	176.10	158.26	152.90
ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจกจาก Climate Care Platform (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า, tCO ₂ e)	59.00	53.00	51.00
โครงการ Care the Bear (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า, tCO ₂ e)	58.55	52.63	50.95
โครงการ Care the Whale (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า, tCO ₂ e)	58.55	52.63	50.95

ปริมาณการดูดซับก๊าซเรือนกระจกของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณการดูดซับก๊าซเรือนกระจกรวม (กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า, tCO ₂ e)	0.00	0.00	0.00

หมายเหตุ - เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอัตโนมัติจากการประมวลข้อมูลตามสภาพที่ได้รับจากบริษัทจดทะเบียน (as is basis)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่รับรองในความถูกต้อง ความครบถ้วน ความเหมาะสม ความเป็นปัจจุบัน

หรือความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ หรือรับประกันผลที่จะได้รับการใช้ข้อมูลดังกล่าว

และจะไม่รับผิดชอบในความสูญหายหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดการนำเอกสารหรือเนื้อหาที่ปรากฏในเอกสารนี้ไปใช้ในทุกรณ

ข้อมูลการดำเนินงานด้าน ESG

ชื่อบริษัท : บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ตัวย่อ : NC

Market : SET กลุ่มอุตสาหกรรม : สินค้าอุปโภคบริโภค หมวดธุรกิจ : แพชั่น

สิทธิมนุษยชน

ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน

- นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน : มี
- แนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน : สิทธิของพนักงาน, แรงงานข้ามชาติ/ต่างด้าว, แรงงานเด็ก, สิทธิผู้บริโภค/ลูกค้า, สิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม, ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน, การไม่เลือกปฏิบัติ, สิทธิคู่ค้า, อื่น ๆ : ช่องทางร้องเรียน

แนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน

บริษัทกำหนดแนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนโดยยึดหลักกฎหมาย เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบ โปร่งใส และเคารพสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

สิทธิของพนักงาน

บริษัทเคารพสิทธิของพนักงานทุกคน โดยดำเนินการดังนี้

- ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด
- จัดให้มีค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม
- ส่งเสริมการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน
- เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นอย่างเหมาะสม

แรงงานข้ามชาติ/แรงงานต่างด้าว

ปัจจุบันบริษัทไม่มีการจ้างแรงงานข้ามชาติหรือแรงงานต่างด้าว อย่างไรก็ตาม บริษัทมีแนวทางในการปฏิบัติต่อแรงงานดังกล่าวในอนาคต โดยยึดหลักการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และให้ความสำคัญกับการไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงการให้สิทธิและสวัสดิการอย่างเท่าเทียมกับพนักงานทั่วไป

ทั้งนี้ บริษัทจะดำเนินการดูแลสภาพการจ้างงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมและเป็นธรรม หากมีการจ้างแรงงานข้ามชาติในอนาคต

แรงงานเด็ก

- บริษัทไม่มีนโยบายจ้างแรงงานเด็ก
- ปฏิบัติตามกฎหมายกำหนดอายุขั้นต่ำในการจ้างงานอย่างเคร่งครัด

สิทธิผู้บริโภค/ลูกค้า

- ให้บริการอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และไม่เอาเปรียบลูกค้า
- ดูแลคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน
- มีช่องทางรับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากลูกค้า

สิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม

- ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชน
- สนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
- ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

- จัดสภาพแวดล้อมการทำงานให้ปลอดภัย
- มีการอบรมด้านความปลอดภัยในการทำงาน

- ป้องกันอุบัติเหตุและลดความเสี่ยงในการทำงาน

การไม่เลือกปฏิบัติ

- ปฏิบัติต่อพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียม
- ไม่เลือกปฏิบัติในเรื่องเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา หรือสถานะทางสังคม

สิทธิคู่ค้า

- ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้
- ส่งเสริมให้คู่ค้าปฏิบัติตามกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน
- ไม่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่ละเมิดสิทธิแรงงาน

อื่น ๆ (ช่องทางร้องเรียน / การมีส่วนร่วม)

- จัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียน (Whistleblowing) สำหรับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย
- คຸ້ມครອງຜູ້ແຈ້ງເບາະແສ

และช่องทางอื่นๆดังต่อไปนี้

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

บริษัทให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า พนักงาน และคู่ค้า โดยปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม

การพัฒนาพนักงาน

บริษัทส่งเสริมการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานและความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงาน โดยส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่ดี และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร







การต่อต้านการคุกคาม (Harassment / Bullying)

บริษัทไม่ยอมรับการคุกคามหรือการกลั่นแกล้งในทุกรูปแบบ และส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้ออำนวยซึ่งกันและกัน

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินงาน

การเคารพสิทธิมนุษยชน

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

โดยกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ไม่กระทำการใดๆ หรือไม่สนับสนุนกิจการที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน
2. ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชนแก่พนักงาน 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 สีผิว เชื้อชาติ ศาสนา อายุ ความพิการหรือสถานะอื่นใดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน
4. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการฝึกอบรม แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถของ 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. จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งจัดสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยคำนึงถึงหลักความปลอดภัย อาชีวอนามัย เพื่อเป็นการส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงาน
10. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับในการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทได้ยื่นจดทะเบียนจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในปี 2560 เพื่อสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมให้แก่พนักงานและเป็นหลักประกันทางการเงินของพนักงานและครอบครัว

เงินของพนักงานและครอบครัว

การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

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

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานด้วยราคายุติธรรม มีความปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค สินค้ามีฉลากถูกต้อง ระบุข้อมูลสินค้าและรายการต่างๆ ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด ไม่มีข้อความโฆษณาเกินจริงที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด มีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ทั้งก่อนและหลังการจำหน่าย และรับฟังข้อคิดเห็นตลอดจนแก้ปัญหากรณีได้รับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม คณะกรรมการบริษัทตระหนักว่าความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นกุญแจสำคัญ อันนำไป สู่ความสำเร็จของบริษัทอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

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

ข้อมูลเกี่ยวกับการทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสังคม : มี
และสิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา
นโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสังคมและสิทธิ : แรงงานเด็ก
มนุษยชนที่มีการเปลี่ยนแปลง

การกำหนดเป้าหมายช่วยให้การทบทวนนโยบายเห็นผลเป็นรูปธรรม

หัวข้อเป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPIs)
ความโปร่งใส	100% ของคู่ค้าชั้นแรก (Tier 1) ต้องลงนามยอมรับนโยบายต่อต้านแรงงานเด็ก
การตรวจสอบ	จำนวนครั้งที่เข้าตรวจประเมินหน้างาน (On-site Audit) ในกลุ่มเสี่ยง
การศึกษา	จำนวนพนักงานและคู่ค้าที่ผ่านการอบรมเรื่องสิทธิเด็กและกฎหมายแรงงาน
ผลลัพธ์	อัตราการตรวจพบการละเมิดสิทธิแรงงานเด็กเป็น "ศูนย์" (Zero Tolerance)

ข้อมูลเกี่ยวกับการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD)

การตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD)

บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบ HRDD : ไม่มี

ข้อมูลเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน

จำนวนกรณีและเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนอย่างมีนัยสำคัญ

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

	2566	2567	2568
จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ คู่ค้า (กรณี)	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดข้อพิพาทกับ ชุมชน / สังคม (กรณี)	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของ ไซเบอร์หรือข้อมูลลูกค้ารั่วไหล (กรณี)	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยและ อาชีวอนามัยในการทำงาน (กรณี)	0	0	0

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

ขอบเขตการเปิดเผยการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมในรอบปีที่ผ่านมา

ประเภทขอบเขต	: บริษัท
จำนวนขอบเขตทั้งหมด	: 0
ร้อยละการเปิดเผย (%)	: 0.00

ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจัดการพนักงานและแรงงาน

แผนการจัดการพนักงานและแรงงาน

แผนการจัดการพนักงานและแรงงานของบริษัท	: มี
แผนการจัดการพนักงานและแรงงานที่บริษัท ดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา	: การจ่ายค่าตอบแทนพนักงานอย่างเป็นธรรม, การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน, การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของพนักงาน, แรงงานข้ามชาติ/ต่างด้าว, แรงงานเด็ก, ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

แผนการจัดการพนักงานและแรงงานในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพนักงานและแรงงานอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินการตามแนวทางดังนี้

การจ่ายค่าตอบแทนพนักงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม โดยอ้างอิงตามกฎหมายแรงงานและสภาพตลาดแรงงาน รวมถึงมีการจ่ายค่าจ้างไม่น้อยกว่าค่าจ้างขั้นต่ำ และพิจารณาปรับค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม

การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

บริษัทส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยจัดให้มีการฝึกอบรมทั้งด้านทักษะการทำงาน ความรู้เฉพาะด้าน และความรู้ด้านความปลอดภัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและความก้าวหน้าในสายอาชีพ

การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของพนักงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงาน โดยส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่ดี เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และจัดกิจกรรมภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

แรงงานข้ามชาติ/แรงงานต่างด้าว

ปัจจุบันบริษัทไม่มีการจ้างแรงงานข้ามชาติ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดแนวทางรองรับในอนาคต โดยจะปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ไม่เลือกปฏิบัติ และให้สิทธิและสวัสดิการอย่างเท่าเทียม หากมีการจ้างงานในอนาคต

แรงงานเด็ก

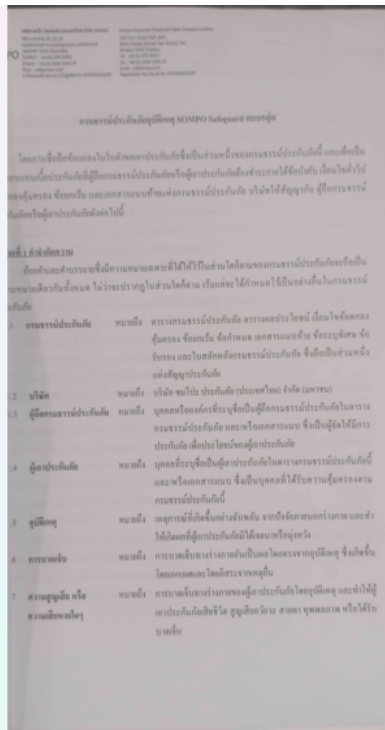
บริษัทไม่มีการจ้างแรงงานเด็ก และมีมาตรการตรวจสอบอายุของพนักงานก่อนการจ้างงานอย่างเคร่งครัด เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน โดยจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและเหมาะสม พร้อมกำหนดมาตรการป้องกันอุบัติเหตุและควบคุมความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดอบรมให้ความรู้ด้านความปลอดภัยแก่พนักงาน เพื่อเสริมสร้างความตระหนักและลดโอกาสการเกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีการประกันอุบัติเหตุสำหรับพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่มีหน้าที่เดินทางไปปฏิบัติงานภายนอก เพื่อสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างสวัสดิการด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม

โดยในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทไม่พบอุบัติเหตุร้ายแรงจากการทำงาน



- ทั้งนี้ในปี 2568 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 สูดยอดประโยชน์จากสหกรณ์ออมทรัพย์ที่พนักงานต้องรู้	19/2/2568	34
Digital Transform Organization + Power BI	23/1/2568	33

แผนงานการส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงาน

1. จัดให้มีกิจกรรมเพื่อให้พนักงานได้มีส่วนร่วมและเสริมสร้างความสามัคคีในองค์กรเป็นประจำทุกเดือน
2. จัดให้มีขนมเพื่อเป็นเบรกให้กับพนักงาน
3. จัดให้มีชุดฟอร์มให้กับพนักงานในส่วนของคลังสินค้าและพนักงานรับ-ส่งเอกสาร
4. จัดให้มีการประกันอุบัติเหตุสำหรับพนักงานโดยเริ่มที่พนักงานที่ปฏิบัติงานในสุม่เสี่ยงที่จะเกิดอันตรายรวมถึงพนักงานในส่วนของคลังสินค้าทุกคน
5. จัดทำโครงการการออม 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

ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายการจัดการพนักงานและแรงงาน

การตั้งเป้าหมายการจัดการพนักงานและแรงงาน

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการ : ไม่มี
พนักงานและแรงงานหรือไม่

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพนักงานและแรงงาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพนักงานและแรงงาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพนักงานและ : มี

แรงงาน

สำหรับปี 2568 บริษัทได้วางแผนดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่มุ่งเสริมสร้างความผูกพันและสวัสดิการที่ดีให้แก่พนักงาน โดยนอกเหนือจากสิทธิประโยชน์ตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด ได้แก่

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



2. จัดให้มีขนมในช่วงพักระหว่างงานให้กับพนักงาน เพื่อเป็นการเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี และช่วยให้พนักงานได้พักผ่อนระหว่างวันซึ่งจะช่วยให้พนักงานได้ผ่อนคลายจากการทำงานและเพิ่มพลังในการทำงานและใส่ใจในความเป็นอยู่ของพนักงาน
3. จัดให้มีการประกันอุบัติเหตุสำหรับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้รับการคุ้มครองจากอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน บริษัทจึงเห็นควรให้มีการประกันอุบัติเหตุสำหรับพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องปฏิบัติงานในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสูง อาทิเช่น พนักงานที่รับส่งเอกสารโดยการขี่มอเตอร์ไซด์ พนักงานขายที่ต้องเดินทางไปต่างจังหวัดเพื่อพบลูกค้า รวมถึงพนักงานคลังสินค้าที่อาจมีความเสี่ยงจากการทำงานในสภาพแวดล้อมที่ต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานทุกท่านมั่นใจในการทำงานและลดความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงานประจำวัน
4. โครงการการออมเงินและการกักออมแบบเร่งด่วนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเสริมสร้างสวัสดิการแก่พนักงาน การจัดการทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและคุณภาพชีวิตของพนักงานอย่างยั่งยืน เพื่อให้พนักงานสามารถบริหารจัดการปัญหาทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางบริษัทจึงได้มีแนวคิดในการจัดหาโครงการ "การออมเงินและการกักออมแบบเร่งด่วนดอกเบี้ยต่ำ" ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยส่งเสริมให้พนักงานสามารถออมเงินได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงมีทางเลือกในการกักออมเงินในกรณีฉุกเฉินโดยมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำและเงื่อนไขที่เป็นธรรม
5. จัดกิจกรรมปีใหม่และเลี้ยงสังสรรค์สำหรับพนักงาน เพื่อเป็นการส่งท้ายปีเก่าและต้อนรับปีใหม่ในบรรยากาศแห่งความสุขและความอบอุ่นซึ่งถือเป็นโอกาสพิเศษในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน และแสดงความขอบคุณที่ทุกท่านได้ทุ่มเทแรงกายแรงใจในปีที่ผ่านมา



ข้อมูลเกี่ยวกับการจ้างงาน

จำนวนการจ้างงาน

	2566	2567	2568
พนักงานรวม (คน)	319	308	301
พนักงานชาย (คน)	46	50	50
ร้อยละของจำนวนพนักงานชาย (%)	14.42	16.23	16.61
พนักงานหญิง (คน)	273	258	251
ร้อยละของจำนวนพนักงานหญิง (%)	85.58	83.77	83.39

จำนวนพนักงาน จำแนกตามอายุ

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี (คน)	108	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี (%)	33.86	N/A	N/A

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานอายุ 30-50 ปี (คน)	196	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานอายุ 30-50 ปี (%)	61.44	N/A	N/A
จำนวนพนักงานอายุมากกว่า 50 ปี (คน)	15	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานอายุมากกว่า 50 ปี (%)	4.70	N/A	N/A

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามอายุ

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี (คน)	23	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานชายอายุต่ำกว่า 30 ปี (%)	50.00	N/A	N/A
จำนวนพนักงานชาย อายุ 30-50 ปี (คน)	21	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานชายอายุ 30-50 ปี (%)	45.65	N/A	N/A
จำนวนพนักงานชาย อายุมากกว่า 50 ปี (คน)	2	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานชายอายุมากกว่า 50 ปี (%)	4.35	N/A	N/A

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามอายุ

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี (คน)	85	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานหญิงอายุต่ำกว่า 30 ปี (%)	31.14	N/A	N/A
จำนวนพนักงานหญิง อายุ 30-50 ปี (คน)	175	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานหญิงอายุ 30-50 ปี (%)	64.10	N/A	N/A
จำนวนพนักงานหญิง อายุมากกว่า 50 ปี (คน)	13	N/A	N/A
ร้อยละของจำนวนพนักงานหญิงอายุมากกว่า 50 ปี (%)	4.76	N/A	N/A

จำนวนพนักงาน จำแนกตามระดับตำแหน่ง

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานระดับปฏิบัติการ (คน)	305	292	285
ร้อยละของจำนวนพนักงานระดับปฏิบัติการ (%)	95.61	94.81	94.68
จำนวนพนักงานระดับบริหาร (คน)	8	10	11
ร้อยละของจำนวนพนักงานระดับบริหาร (%)	2.51	3.25	3.65
จำนวนผู้บริหารระดับสูง (คน)	6	6	5
ร้อยละของผู้บริหารระดับสูง (%)	1.88	1.95	1.66

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามระดับตำแหน่ง

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานชาย ระดับปฏิบัติการ (คน)	40	43	44
ร้อยละของจำนวนพนักงานชายระดับปฏิบัติการ (%)	86.96	86.00	88.00
จำนวนพนักงานชาย ระดับบริหาร (คน)	3	4	4
ร้อยละของจำนวนพนักงานชายระดับบริหาร (%)	6.52	8.00	8.00
จำนวนพนักงานชาย ผู้บริหารระดับสูง (คน)	3	3	2
ร้อยละของจำนวนผู้บริหารระดับสูงชาย (%)	6.52	6.00	4.00

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามระดับตำแหน่ง

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ (คน)	265	249	241
ร้อยละของจำนวนพนักงานหญิงระดับปฏิบัติการ (%)	97.07	96.51	96.02
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร (คน)	5	6	7
ร้อยละของจำนวนพนักงานหญิงระดับบริหาร (%)	1.83	2.33	2.79
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง (คน)	3	3	3
ร้อยละของจำนวนผู้บริหารระดับสูงหญิง (%)	1.10	1.16	1.20

การเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ

จำนวนพนักงานเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ : ไม่ใช่

การจ้างงานผู้พิการ

	2566	2567	2568
การจ้างงานผู้พิการรวม (คน)	5	5	3
พนักงานผู้พิการรวม (คน)	3	3	2
พนักงานผู้พิการชาย (คน)	3	3	1
พนักงานผู้พิการหญิง (คน)	0	0	1
ร้อยละของจำนวนพนักงานผู้พิการรวมต่อพนักงานรวม (%)	0.94	0.97	0.66
ลูกจ้างผู้พิการที่ไม่ใช่พนักงานรวม (คน)	2	2	1
การส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ	มี	มี	มี

ข้อมูลเกี่ยวกับการจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

ค่าตอบแทนพนักงาน จำแนกตามเพศ

	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
ร้อยละของค่าตอบแทนของพนักงานชาย (%)	17.52	18.75	22.23
ค่าตอบแทน พนักงานหญิง (บาท)	80,804,364.00	68,144,731.11	65,441,649.00
ร้อยละของค่าตอบแทนของพนักงานหญิง (%)	82.48	81.25	77.77
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงาน (บาท / คน)	307,122.26	272,317.78	279,577.31

	2566	2567	2568
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานชาย (บาท / คน)	373,209.48	314,582.88	374,222.40
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานหญิง (บาท / คน)	295,986.68	264,126.86	260,723.70
อัตราส่วนค่าตอบแทนเฉลี่ยระหว่างพนักงานหญิงต่อพนักงานชาย	0.79	0.84	0.70

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident fund: PVD)

นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident fund: PVD)

นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ : 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

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PVD)

รายละเอียดการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PVD)

จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม PVD

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (คน)	319	308	301
จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม PVD (คน)	114	118	146

	2566	2567	2568
สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD / พนักงานทั้งหมด (%)	35.74	38.31	48.50
สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD / พนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (%)	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 (มี/ไม่มี)	จำนวนพนักงานทั้งหมด (คน)	จำนวนพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (คน)	จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม PVD (คน)	สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD จากพนักงานทั้งหมด (%)	สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD จากพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (%)
บริษัท นิวซิดดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน)	มี	301	301	146	48.50	48.50

ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน

การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

	2566	2567	2568
จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยของพนักงาน (ชั่วโมง / คน / ปี)	6.00	6.50	6.50
ค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน (บาท)	13,408.40	15,010.30	13,972.05
ร้อยละค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน ต่อค่าใช้จ่ายรวม (*)	0.000027	0.000030	0.000028
ร้อยละค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน ต่อรายได้รวม (*)	0.000025	0.000029	0.000027

คำอธิบายเพิ่มเติม : (*) รายได้รวมและค่าใช้จ่ายรวมจากงบการเงินรวม

ข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

จำนวนชั่วโมงการทำงาน

	2566	2567	2568
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวม (ชั่วโมง)	8.00	8.00	8.00
จำนวนชั่วโมงการทำงานรวมของพนักงานรวม (ชั่วโมง)	8.00	8.00	8.00

สถิติการบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงาน

	2566	2567	2568
จำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงานจนถึงขั้นหยุดงาน (ครั้ง)	0	0	0

คำอธิบายเพิ่มเติม : (*) บริษัทที่มีจำนวนพนักงานรวมที่มากกว่า 100 คน ขึ้นไป

(**) บริษัทที่มีจำนวนพนักงานรวมที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 คน

ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน

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
ร้อยละของจำนวนพนักงานชายที่ลาออกโดยความสมัครใจ (%)	18.75	26.15	12.00
ร้อยละของจำนวนพนักงานหญิงที่ลาออกโดยความสมัครใจ (%)	81.25	73.85	88.00
	2566	2567	2568

	2566	2567	2568
ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ไม่มี	ไม่มี	มี

การรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร

การรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร : ไม่มี

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า / ผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายความรับผิดชอบต่อลูกค้า / ผู้บริโภค

นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า : มี

แนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า : การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล, การนำข้อมูลไปใช้หรือเปิดเผย, สิทธิเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล, การเก็บรักษาและระยะเวลาจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล, มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

นโยบายและแนวปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญต่อการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดยกำหนดแนวปฏิบัติและมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ เพื่อป้องกันการเข้าถึง ใช้ เปิดเผย หรือสูญหายของข้อมูลโดยมิชอบ

1. ประเภทข้อมูลที่จัดเก็บ

- ชื่อ-นามสกุล
- เบอร์โทรศัพท์
- ที่อยู่จัดส่งสินค้า
- ประวัติการสั่งซื้อสินค้า

2. แนวปฏิบัติในการเก็บและใช้ข้อมูล

- เก็บข้อมูลเฉพาะที่จำเป็นต่อการขายและจัดส่งสินค้า
- ใช้ข้อมูลเพื่อการติดต่อ ประสานงาน และให้บริการลูกค้าเท่านั้น
- ไม่นำข้อมูลไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

3. มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล

3.1 ด้านเทคนิค (เหมาะกับบริษัทขนาดเล็ก)

- ตั้งรหัสผ่านคอมพิวเตอร์และไฟล์ Excel
- จำกัดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลเฉพาะพนักงานที่เกี่ยวข้อง
- สำรองข้อมูลเป็นประจำ (เช่น External Drive / Cloud)
- ไม่ใช้ Wi-Fi สาธารณะในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลูกค้า

3.2 ด้านการบริหารจัดการ

- กำหนดให้พนักงานรักษาความลับข้อมูลลูกค้า
- ห้ามส่งข้อมูลลูกค้าผ่านช่องทางส่วนตัวโดยไม่จำเป็น
- มีการอบรม/แจ้งเตือนพนักงานเรื่องการรักษาข้อมูล
- กำหนดผู้รับผิดชอบดูแลข้อมูล (เช่น แอดมิน/เจ้าของกิจการ)

3.3 ด้านกายภาพ

- เอกสารลูกค้าจัดเก็บในตู้ที่สามารถล็อกได้
- จำกัดการเข้าถึงเอกสารเฉพาะผู้เกี่ยวข้อง
- ไม่นำเอกสารออกนอกบริษัทโดยไม่จำเป็น

4. การใช้ Line / โทรศัพท์ในการทำงาน

- ใช้ Line เฉพาะบัญชีบริษัทในการติดต่อกับลูกค้า
- ไม่บันทึกข้อมูลลูกค้าในเครื่องส่วนตัวโดยไม่จำเป็น
- หลีกเลี่ยงการส่งข้อมูลสำคัญ เช่น เลขบัตรประชาชน

5. การเก็บรักษาและทำลายข้อมูล

- เก็บข้อมูลตามระยะเวลาที่จำเป็น
- ลบข้อมูลออกจากระบบเมื่อไม่จำเป็นต้องใช้งาน
- ทำลายเอกสารโดยการฉีก/ทำลายก่อนทิ้ง

6. การจัดการเหตุข้อมูลรั่วไหล

- หากพบข้อมูลสูญหายหรือรั่วไหล ต้องรายงานผู้รับผิดชอบทันที
- ดำเนินการแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ

นโยบายและแนวปฏิบัติการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

- นโยบายและแนวปฏิบัติการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ : มี
- แนวปฏิบัติการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ : การสื่อสารการตลาดบนพื้นฐานการเคารพกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงสิทธิของผู้บริโภค, การไม่สนับสนุนโฆษณาหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สนับสนุนให้มีการกระทำความผิดต่อกฎหมายหรือศีลธรรม, อื่น ๆ : แนวปฏิบัติการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ (เพิ่มเติม)
- ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติการตลาดและโฆษณาอย่าง
รับผิดชอบ :
เลขหน้าของลิงก์ :

การสื่อสารการตลาดบนพื้นฐานการเคารพกฎหมายระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องและคำนึงถึงสิทธิของผู้บริโภค

การสื่อสารการตลาดบนพื้นฐานการเคารพกฎหมายระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องและคำนึงถึงสิทธิของผู้บริโภค

แนวปฏิบัติการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

บริษัทดำเนินการสื่อสารการตลาดและโฆษณาโดยยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรม และเคารพสิทธิของผู้บริโภค ภายใต้กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง พร้อมมีระบบควบคุม ตรวจสอบ และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

1. หลักการสำคัญ

- สื่อสารข้อมูลสินค้า/บริการอย่างถูกต้อง ไม่เกินจริง และตรวจสอบได้
- ไม่ใช่ข้อความหรือภาพที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
- เคารพสิทธิผู้บริโภคและข้อมูลส่วนบุคคล
- หลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือเลือกปฏิบัติ

2. การกำกับดูแลและควบคุม

- กำหนดผู้รับผิดชอบตรวจสอบเนื้อหา (Marketing / ผู้อนุมัติ)
- มีขั้นตอน ตรวจสอบก่อนเผยแพร่ ทุกสื่อ (Pre-approval)
- ใช้ Checklist ตรวจสอบเนื้อหา เช่น ราคา เงื่อนไข โปรโมชั่น
- จัดเก็บหลักฐานการโฆษณาเพื่อการตรวจสอบย้อนหลัง

3. การสื่อสารอย่างเป็นธรรม

- แสดงรายละเอียดสินค้า ราคา และเงื่อนไขอย่างชัดเจน
- ไม่ปกปิดข้อมูลสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
- ไม่ใช่ข้อความหลอกลวง เช่น ดีที่สุด 100% โดยไม่มีหลักฐาน

4. การใช้สื่อออนไลน์อย่างรับผิดชอบ

- ใช้ช่องทาง เช่น Facebook / Line อย่างเหมาะสม
- ไม่ส่งข้อความโฆษณาชวน (No Spam)
- เคารพความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

5. การจัดการข้อร้องเรียน

- เปิดช่องทางรับข้อร้องเรียน (เช่น Line / โทรศัพท์)
- ดำเนินการแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนด
- บันทึกและวิเคราะห์สาเหตุเพื่อนำไปปรับปรุง

การไม่สนับสนุนโฆษณาหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สนับสนุนให้มีการกระทำความผิดต่อกฎหมายหรือศีลธรรม

แนวปฏิบัติการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

(การไม่สนับสนุนโฆษณาหรือกิจกรรมที่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรม)

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินการตลาดและโฆษณาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ โดยยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส และเคารพกฎหมาย รวมถึงไม่สนับสนุนหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับโฆษณา หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายใด ๆ ที่อาจก่อให้เกิดการกระทำที่ผิดกฎหมาย ขัดต่อศีลธรรม หรือส่งผลกระทบต่อสังคม

1. หลักการดำเนินงาน

- ไม่ผลิตหรือเผยแพร่สื่อโฆษณาที่ส่งเสริมพฤติกรรมผิดกฎหมาย
- ไม่สนับสนุนเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม ความสงบเรียบร้อย หรือวัฒนธรรมอันดี
- ไม่ใช่ข้อความหรือภาพที่รุนแรง ลามก อคติ หรือเลือกปฏิบัติ
- คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภค สังคม และเยาวชน

2. การควบคุมและตรวจสอบ

- กำหนดให้สื่อโฆษณาทุกชิ้นต้องผ่านการตรวจสอบก่อนเผยแพร่
- มีผู้รับผิดชอบอนุมัติเนื้อหาอย่างชัดเจน
- ใช้ Checklist ตรวจสอบความถูกต้องตามกฎหมายและจริยธรรม

3. การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขาย

- ดำเนินกิจกรรมอย่างโปร่งใส ไม่หลอกลวง หรือเอาเปรียบผู้บริโภค
- ไม่จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมพฤติกรรมเสี่ยงหรือผิดกฎหมาย
- แสดงเงื่อนไขและรายละเอียดให้ชัดเจน ตรวจสอบได้บันทึกหลักฐานการอนุมัติและจัดเก็บเพื่อการตรวจสอบย้อนหลัง

4. การกำกับดูแลและความรับผิดชอบต่อ

- กำหนดผู้รับผิดชอบด้านการตลาดและจริยธรรม
- เปิดช่องทางรับข้อร้องเรียนและดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็ว
- ทบทวนแนวปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

แนวปฏิบัติการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ อื่น ๆ

1. ความโปร่งใสในการสื่อสาร (Transparency)

- ระบุข้อมูลสินค้า ราคา และเงื่อนไขอย่างชัดเจน
- ไม่ใช่ข้อความกำกวม เช่น ฟรี แต่มีเงื่อนไขแฝง

2. การโฆษณาอย่างเป็นธรรม (Fair Marketing)

- ไม่โจมตีหรือเปรียบเทียบคู่แข่งในทางเสียหาย
- ไม่สร้างความเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า
- ไม่ใช่รีวิวลบหลวมหรือข้อมูลบิดเบือน

3. การใช้ Influencer / รีวิว

- เปิดเผยความสัมพันธ์ทางการค้า (เช่น #โฆษณา / #sponsored)
- ไม่ให้ข้อมูลเกินจริงผ่านผู้รีวิว
- ตรวจสอบเนื้อหาก่อนเผยแพร่

4. การคุ้มครองกลุ่มเปราะบาง

- ไม่มุ่งเป้าโฆษณาไปยังเด็กหรือเยาวชนในลักษณะที่ไม่เหมาะสม
- ไม่ใช่เนื้อหาที่กดดันหรือชักจูงเกินควร
- คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม

5. การใช้ข้อมูลลูกค้าในการตลาด

- ใช้ข้อมูลอย่างถูกต้องตามกฎหมาย (เช่น PDPA)
- ไม่ส่งโฆษณาโดยไม่ได้รับความยินยอม
- มีระบบให้ลูกค้ายกเลิกรับข้อมูล (Opt-out)

6. การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม (Green Marketing)

- ไม่กล่าวอ้างเกินจริง เช่น เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 100% โดยไม่มีหลักฐาน
- ใช้ข้อมูลที่ตรวจสอบได้ (หลีกเลี่ยง Greenwashing)

7. การจัดโปรโมชั่นอย่างรับผิดชอบ

- เงื่อนไขชัดเจน โปร่งใส ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
- ไม่ใช่กลยุทธ์กดดัน เช่น เหลือ 1 ชิ้นสุดท้าย ทั้งที่ไม่จริง
- ระบุระยะเวลาและข้อจำกัดอย่างครบถ้วน

8. การติดตามและปรับปรุง

- เก็บข้อร้องเรียนด้านโฆษณา
- วิเคราะห์และปรับปรุงเนื้อหา
- ทบทวนแนวปฏิบัติเป็นประจำ
- ข้อร้องเรียนด้านโฆษณา = 0

นโยบายและแนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า / ผู้บริโภค

นโยบายและแนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของ
สินค้าและบริการแก่ลูกค้า / ผู้บริโภค : มี

นโยบายและแนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของ
สินค้าและบริการแก่ลูกค้า / ผู้บริโภค : การไม่กล่าวอ้างหรือสื่อสารการตลาดที่เกินจริง ไม่ถูกต้อง และ
บิดเบือน, การติดตามสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงรายละเอียดที่
จำเป็นตามกฎหมายกำหนด, การสื่อสารการตลาดอย่างเหมาะสมกับ
กลุ่มเปราะบาง กลุ่มเด็กหรือเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 12 ปี, การสื่อสาร
การตลาดอย่างเหมาะสมผ่านช่องทางดิจิทัล

การสื่อสารการตลาดอย่างเหมาะสมผ่านช่องทางดิจิทัล

การสื่อสารการตลาดอย่างเหมาะสมผ่านช่องทางดิจิทัล

นโยบายและแนวปฏิบัติ

การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค

และการสื่อสารการตลาดอย่างเหมาะสมผ่านช่องทางดิจิทัล

บริษัทให้ความสำคัญต่อการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างโปร่งใส ถูกต้อง และตรวจสอบได้ รวมถึงการใช้ช่องทางดิจิทัลอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

1. แนวปฏิบัติในการสื่อสารข้อมูลผลกระทบของสินค้า/บริการ

- เปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ ความปลอดภัย และการใช้งานของสินค้าอย่างครบถ้วน
- สื่อสารผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เช่น การใช้งาน การเก็บรักษา หรือข้อควรระวัง
- ไม่กล่าวอ้างเกินจริง หรือให้ข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
- ใช้ข้อมูลที่สามารถตรวจสอบได้ และมีแหล่งอ้างอิง (ถ้ามี)

2. แนวปฏิบัติในการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล

- ใช้ช่องทาง เช่น Facebook, Line อย่างเหมาะสม ไม่รบกวนผู้บริโภค (No Spam)
- สื่อสารอย่างสุภาพ ชัดเจน และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
- เคารพสิทธิความเป็นส่วนตัวของลูกค้า และไม่ใช้ข้อมูลโดยไม่ได้รับความยินยอม
- มีการตรวจสอบและอนุมัติเนื้อหา ก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง

3. การควบคุมและกำกับดูแล

- กำหนดผู้รับผิดชอบตรวจสอบเนื้อหา (Marketing/ผู้อนุมัติ)
- ใช้ Checklist ในการตรวจสอบข้อมูลก่อนเผยแพร่
- จัดเก็บหลักฐานการสื่อสารเพื่อการตรวจสอบย้อนหลัง

4. การรับข้อร้องเรียนและปรับปรุง

- เปิดช่องทางรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า
- ดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็วและเหมาะสม
- นำข้อมูลมาปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีนโยบายสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างโปร่งใส ถูกต้อง และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด พร้อมทั้งดำเนินการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลอย่างเหมาะสม เคารพสิทธิผู้บริโภค และมีการตรวจสอบ ควบคุม และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด(มหาชน)

แบบติดตาม KPI ด้านการสื่อสารการตลาด (Marketing KPI Tracking)

ตัวชี้วัด (KPI)	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน	สถานะ (ผ่าน/ไม่ผ่าน)	หมายเหตุ
จำนวนข้อร้องเรียนด้านโฆษณา	0 เรื่อง/ปี	0 เรื่อง (ไม่พบข้อร้องเรียนในช่วงเวลาที่รายงาน)	ผ่าน	มีการบันทึกข้อร้องเรียนและติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ
สื่อที่ผ่านการตรวจสอบก่อนเผยแพร่	100%	100% (มีการตรวจสอบและอนุมัติก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง)	ผ่าน	ใช้ Checklist และมีหลักฐานการอนุมัติ
ระยะเวลาตอบกลับลูกค้า	≤ 3 วันทำการ	ภายใน 1-2 วันทำการ	ผ่าน	มีช่องทางติดต่อและติดตามผล

Checklist การตรวจสอบสื่อโฆษณา (Advertising Review Checklist)

ลำดับ	รายการตรวจสอบ	ผ่าน (✓)	ไม่ผ่าน (✗)	หมายเหตุ	ผู้ตรวจสอบ/วันที่
1	ข้อมูลสินค้า/บริการถูกต้องและตรวจสอบได้	✓		ตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	[Signature] 1-29/12/68
2	ราคาและเงื่อนไขโปรโมชั่นชัดเจน ไม่มีเงื่อนไขแฝง	✓		ราคาชัดเจนไม่มีแฝง	
3	ไม่มีข้อความเกินจริงหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด	✓		ข้อความตามข้อเท็จจริง	
4	ไม่ขัดต่อกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง	✓		ตรวจสอบตามเนื้อหาของคดี	
5	เคารพสิทธิผู้บริโภคและความเป็นส่วนตัว (ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่จำเป็น)	✓		ไม่มีพบใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	
6	ไม่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม/เลือกปฏิบัติ/รุนแรง	✓		เนื้อหาเหมาะสม	
7	เปิดเผยความร่วมมือทางการค้า (เช่น #ad / #sponsored) หากมี	✓		มี #influencee	
8	มีแหล่งอ้างอิง/หลักฐานรองรับ (ถ้ามีการอ้างอิง)	✓		ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์	
9	ผ่านการอนุมัติก่อนเผยแพร่ (Pre-approval)	✓		มีเอกสารครบถ้วน ก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง	

ผู้ตรวจสอบ: [Signature]

วันที่: 29 / 12 / 2568

ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจัดการลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้าของบริษัท : ไม่มี

แผนการจัดการลูกค้าที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา : การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค, การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า, การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้าที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา

- การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค มีดังนี้
 - 1.1 การแจ้งล่วงหน้า: บริษัทมีการแจ้งสินค้าจำพวกถุงนอนขนาดใหญ่ที่ลูกค้าต้องการในช่วงสิ้นปีในกลุ่มร้านค้าส่ง
 - 1.2 การเสนอทางเลือกอื่น สินค้าขาดสต็อก ส่วนใหญ่ลูกค้าจะรอ สินค้า
 - 1.3 การให้ข้อมูลที่ชัดเจนและโปร่งใส : มีการชี้แจงด้วยวาจาหรือ ทำจดหมาย
 - 1.4 การใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อีเมล โซเชียลมีเดีย และการตอบกลับที่รวดเร็ว
 - การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
 - 2.1 การให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพ พนักงานฝ่ายขายมีการอบรมทักษะให้บริการลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการตอบคำถาม การจัดการกับข้อร้องเรียน หรือวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม
 - 2.2 การมีความรู้ในผลิตภัณฑ์หรือบริการ พนักงานฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีการจัดอบรมให้พนักงานสามารถแก้ปัญหาหรือเสนอทางเลือกให้ลูกค้าได้อย่างมั่นใจ
 - 2.3 การฟังลูกค้าอย่างตั้งใจเพื่อเข้าใจถึงความต้องการ หรือปัญหาของลูกค้า
 - 2.4 การสร้างความประทับใจในบริการหลังการขาย มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า และการให้คำแนะนำเพิ่มเติม และสำรวจแบบสอบถามการพึงพอใจของลูกค้าทุกรายไตรมาส
 - การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
 - 3.1 การให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA หรือ GDPR) ซึ่งมีกฎระเบียบที่ชัดเจนในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
 - 3.2 การจำกัดการเข้าถึงข้อมูล (Access Control) บริษัทได้กำหนดแนวทางการจัดการผู้รับผิดชอบในการเข้าถึงข้อมูลอย่างเคร่งครัด โดยมีการมอบหมายบทบาทและหน้าที่ชัดเจน เพื่อควบคุมและตรวจสอบการเข้าถึงข้อมูลให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย ลดความเสี่ยงในการละเมิดข้อมูล
 - 3.3 การตรวจสอบและการบันทึกข้อมูล (Audit Logs) บริษัทมีรักษาประวัติการเข้าถึงและการเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อตรวจสอบได้ หากเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ
- ในปี 2568 ไม่มีเหตุการณ์ที่บริษัทถูกร้องเรียนเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้า

การตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้า

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้าหรือไม่ : ไม่มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้า

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการลูกค้า

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

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

1.3 ช่องทางออนไลน์ (Online Channel) ประมาณร้อยละ 10 ของยอดขาย

- บริษัทจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับความนิยม
- มีทีมแอดมินดูแลระบบหลังบ้าน เพื่อ ตอบคำถาม แก้ไขปัญหา และให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว
- การดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนดของแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพ

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

ความพึงพอใจของลูกค้า

	2566	2567	2568
ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

ช่องทางที่บริษัทรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า / ผู้บริโภค

ช่องทางการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า / ผู้บริโภค : มี
 โทรศัพท์ : 022946999
 โทรสาร : -
 อีเมล : laws@newcity.co.th
 เว็บไซต์บริษัท : <https://www.newcity.co.th/>
 ที่อยู่ : -

ความรับผิดชอบต่อชุมชน / สังคม

ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคม

นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคม

นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคม : มี

ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจัดการชุมชนและสังคม

แผนการจัดการชุมชนและสังคม

แผนการจัดการชุมชนและสังคมของบริษัท : ไม่มี

แผนการจัดการชุมชนและสังคมที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ : ศาสนาและวัฒนธรรม, ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มผู้เปราะบาง
ผ่านมา

แผนการจัดการชุมชนและสังคม (Community and Social Management Plan)

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม 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
- สนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายในองค์กรและกับสังคมโดยรวม

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

ข้อมูลเกี่ยวกับการตั้งเป้าหมายการจัดการชุมชนและสังคม

การตั้งเป้าหมายการจัดการชุมชนและสังคม

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการชุมชนและสังคมหรือไม่ : ไม่มี

ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม : ไม่มี

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม (Community and Social Performance)

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนชุมชนและหน่วยงานภาครัฐในสถานการณ์ที่มีความจำเป็น เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่สังคมโดยรวม

โครงการสนับสนุนกำลังพลในพื้นที่ชายแดนไทยกัมพูชา

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ เซอร์รี่ลอน และ แซนรีโม ได้ดำเนินโครงการสนับสนุนกำลังพลที่ปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่เสี่ยงบริเวณชายแดนไทยกัมพูชา 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 (กรุ๊ป) จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการเพื่อสังคม (CSR) โดยให้การสนับสนุนด้านการศึกษาแก่คณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2568 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาที่จะก้าวสู่การเป็นบุคลากรทางการแพทย์ในอนาคต

โดยบริษัทได้มอบ ถูกรองและถุงเท้าสำหรับนักศึกษาพยาบาล รวมมูลค่ากว่า 50,000 บาท เพื่อสนับสนุนอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการเรียน และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านเครื่องแต่งกายของนักศึกษา

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดกิจกรรมบรรยายพิเศษในหัวข้อ Support Your Look, Support Your Legs: นวัตกรรมเส้นใยเพื่อความสบายในการสวมใส่ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของเส้นใยและเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งช่วยเสริมความสบายในการใช้งาน รองรับการใช้งานที่ดั่งมีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเสริมสร้างบุคลิกภาพที่เหมาะสมในวิชาชีพพยาบาล

ภายในกิจกรรมยังมีการจัดกิจกรรมตอบคำถามและมอบของที่ระลึกให้แก่นักศึกษา ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และช่วยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นมิตรและมีส่วนร่วม

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- สนับสนุนอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการเรียนของนักศึกษาพยาบาล
- ลดภาระค่าใช้จ่ายด้านเครื่องแต่งกาย
- ส่งเสริมความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมาตรฐานการแต่งกายในวิชาชีพ
- เสริมสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานจริง

ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน

- นักศึกษาได้รับอุปกรณ์ที่จำเป็นและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง
- ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายและเพิ่มความพร้อมในการศึกษา
- สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์
- เสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในฐานะองค์กรที่สนับสนุนการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรบุคคล



โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาและพัฒนาทักษะนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

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

โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทักษะของนักศึกษาในด้าน การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลและคอนเทนต์วิดีโอ ควบคู่กับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้านแพชชั่น โดยใช้ผลิตภัณฑ์ถุงน่องภายใต้แบรนด์ CHERILON เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้

บริษัทได้จัดกิจกรรม เวิร์คช็อปให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเส้นใย รวมถึงการจัดประกวดการสร้างสรรค์คลิปวิดีโอความยาวไม่เกิน 90 วินาที เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ โดยได้รับความร่วมมืออย่างดีจากคณะฯ ในการจัดกิจกรรมภายในหลักสูตรการเรียนการสอน

นอกจากนี้ บริษัทได้มอบ ทุนการศึกษารวมจำนวน 10,000 บาท ให้แก่นักศึกษาที่มีผลงานโดดเด่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและสนับสนุนการพัฒนา ศักยภาพสู่การประกอบอาชีพในอนาคต

ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน

- นักศึกษาได้รับโอกาสในการพัฒนาทักษะด้านสื่อดิจิทัลและความคิดสร้างสรรค์
- เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและแพชชั่นในรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ได้จริง
- ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการทำงานเป็นทีม
- สร้างแรงจูงใจให้แก่นักศึกษาในการพัฒนาผลงานสู่มาตรฐานวิชาชีพ



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	สนับสนุนชายแดน (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

ประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการพัฒนาเพื่อสังคม

ประโยชน์ที่เป็นตัวเงิน

บริษัทมีการวัดผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงิน : ไม่มี
จากการดำเนินโครงการพัฒนาเพื่อสังคม

ประโยชน์ที่ไม่เป็นตัวเงิน

บริษัทมีการวัดผลประโยชน์ที่ไม่เป็นตัวเงิน : ไม่มี
จากการดำเนินโครงการพัฒนาเพื่อสังคม

หมายเหตุ - เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอัตโนมัติจากการประมวลข้อมูลตามสภาพที่ได้รับจากบริษัทจดทะเบียน (as is basis) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่รับรองในความถูกต้อง ความครบถ้วน ความเหมาะสม ความเป็นปัจจุบัน หรือความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ หรือรับประกันผลที่จะได้รับจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว และจะไม่รับผิดชอบในความสูญหายหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดกรนำเอกสารหรือเนื้อหาที่ปรากฏในเอกสารนี้ไปใช้ในทุกรณ

ข้อมูลการดำเนินงานด้าน ESG

ชื่อบริษัท : บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ตัวย่อ : NC

Market : SET กลุ่มอุตสาหกรรม : สินค้าอุปโภคบริโภค หมวดธุรกิจ : แพชั่น

นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

ข้อมูลเกี่ยวกับภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ : มี

1.นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าการมีระบบบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตลอดจนมีการถ่วงดุลอำนาจและระบบการควบคุมภายในที่มีความเพียงพอและเหมาะสม ควบคู่ไปกับการเคารพสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างให้องค์กรมีภูมิคุ้มกันที่ดีและสร้างความเจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนในระยะยาว

ดังนั้น คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการเพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน 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 เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารและสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดอยู่เสมอ
9. ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม สร้างจิตสำนึกอันดีงาม ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรม ตลอดจนมุ่งมั่นในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- 10.ต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชัน ไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เคารพต่อกฎหมายและสิทธิมนุษยชน
11. ดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ด้วยความรอบคอบและมีเหตุผล โดยยึดถือประโยชน์ของบริษัทเป็นที่ตั้ง

2.หลักการกำกับดูแลกิจการ แบ่งเป็น 5 หมวด ดังนี้

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น (Rights of Shareholders)

1.1 คณะกรรมการบริษัทตระหนักและเคารพในสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของของผู้ถือหุ้น ไม่มีการกระทำใดๆ อันเป็นการละเมิดหรือลดทอนสิทธิของผู้ถือหุ้น โดยทำหน้าที่ดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นอย่างเป็นธรรม ตลอดจนสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นในประเทศหรือต่างประเทศ ทั้งที่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ถือหุ้นรายย่อย หรือผู้ถือหุ้นประเภทสถาบันได้ใช้สิทธิของตน ทั้งสิทธิพื้นฐานของผู้ถือหุ้น สิทธิในการเข้าถึงสารสนเทศอย่างเพียงพอและทันเวลา และสิทธิในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานและตัดสินใจในเรื่องที่มีผลกระทบต่อบริษัท

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 กรรมการชดเชยและผู้บริหารที่มาประชุมและลาประชุม 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 จัดทำหนังสือเชิญประชุมที่มีข้อมูลชัดเจน 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 สามารถมอบฉันทะให้ผู้อื่นเข้าร่วมประชุม และออกเสียงลงคะแนนแทน โดยใช้หนังสือมอบฉันทะรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดทิศทาง การลงคะแนนเสียงได้ และเสนอชื่อกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 คน เป็นทางเลือกในการมอบฉันทะของผู้ถือหุ้น

2.3 คณะกรรมการบริษัทเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี

2.4 คณะกรรมการบริษัทได้เผยแพร่หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นบนเว็บไซต์ของบริษัทล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน ก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.5 คณะกรรมการบริษัทสนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นทุกรายใช้สิทธิของตนในฐานะผู้ถือหุ้น โดยส่งหนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นและเอกสารประกอบการประชุมเพื่อการพิจารณาล่วงหน้า โดยได้จัดทำฉบับภาษาอังกฤษให้กับผู้ถือหุ้นต่างชาติ

2.6 คณะกรรมการบริษัทกำหนดนโยบายการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลภายในและมีมาตรการป้องกันการนำข้อมูลภายในไปใช้เพื่อหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองและผู้อื่นโดยมิชอบ โดยห้ามมิให้กรรมการบริษัทผู้บริหาร และพนักงาน ซึ่งอยู่ในหน่วยงานที่รับทราบข้อมูลภายใน ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของ บริษัท ในช่วง 1 เดือน ก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน

2.7 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร รายงานการมีส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ด้วยความรอบคอบ ปฏิบัติตามกฎหมายเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์

ในปี 2568 ที่ผ่านมาบริษัทไม่พบการกระทำที่ละเมิดนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์แต่อย่างใด โดยในการประชุมคณะกรรมการ บริษัท ได้กำหนดเป็นวาระการประชุมเกี่ยวกับการรายงานการเปลี่ยนแปลงถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการบริษัทและผู้เกี่ยวข้องต่อบริษัท และ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้แจ้งหลักเกณฑ์และวิธีการรายงาน โดยบันทึกไว้ใน รายงานการประชุมคณะกรรมการและได้ลงนามรับทราบร่วมกัน

3. การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (Role of Stakeholders)

3.1 คณะกรรมการบริษัทตระหนักและเคารพในสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ โดยคำนึงถึงสิทธิตามกฎหมายหรือข้อตกลงที่มี กับบริษัท เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสิทธิดังกล่าวได้รับการคุ้มครองและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน จึงได้กำหนดนโยบายเพื่อเป็น แนวทางในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ตลอดจนคำนึงถึง ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ต่อต้านการ ททุจริต การคอร์รัปชัน ไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน

3.2 คณะกรรมการบริษัทสนับสนุนให้จัดทำรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปี

3.3 คณะกรรมการบริษัทดำเนินการให้มีช่องทางและขั้นตอนที่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถรายงานหรือร้องเรียนในเรื่องที่อาจ ทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท ความถูกต้องของรายงานทางการเงินหรือเรื่องที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม

3.4 คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายหรือแนวทางในการปกป้องคุ้มครองพนักงานหรือผู้แจ้งเบาะแส ในเรื่องที่น่าจะทำให้ เกิดความเสียหายต่อบริษัทหรือเรื่องที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency)

4.1 คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลให้มีการเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญอย่างถูกต้อง โปร่งใส ทันเวลา ตามกฎหมาย และข้อ กำหนดที่เกี่ยวข้อง ทั้งสารสนเทศที่รายงานตามรอบระยะเวลาบัญชี และสารสนเทศที่รายงานตามเหตุการณ์ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ ของผู้ถือหุ้น รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลอื่นตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ครอบคลุมที่ไม่กระทบต่อ ประโยชน์อันชอบธรรมของบริษัท โดยเปิดเผยสารสนเทศผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ช่องทางการเผยแพร่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและช่องทางอื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียมกัน

4.2 คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบในการทำหน้าที่นักกลุณสัมพันธ์ กำหนดให้นายอดุลย์ ศรีมาตี เป็นผู้ รับผิดชอบด้านนักกลุณสัมพันธ์ของบริษัท ในการให้ข้อมูล ข่าวสารของบริษัทแก่นักกลุณและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยติดต่อได้เว็บไซต์ของบริษัท ที่ www.newcity.co.th หัวข้อ ข้อมูลนักกลุณสัมพันธ์

ในปี 2562 บริษัทในกลุ่มสหพัฒน์ ได้ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดงาน นักวิเคราะห์ นักกลุณ พบกลุ่มสหพัฒน์ ครั้งที่ 11 เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2562 ณ ห้องบอลรูมศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ภายในงาน Saha Group Fair ครั้งที่ 23 เพื่อให้ ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนทั้ง 13 บริษัท ได้มีโอกาสพบกับ นักวิเคราะห์ นักกลุณและสื่อมวลชน เพื่อชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ การดำเนินงาน มุมมองเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในกลุ่ม ตลอดจนให้ทุกท่านได้เยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมใหม่จาก กลุ่มบริษัทซึ่งได้รับความสนใจจากนักกลุณ นับตั้งแต่ปี 2563-2565 งดการจัดงาน จากการเกิดโรคระบาด ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท (Responsibilities of The Board)

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

5.2 คณะกรรมการบริษัทกำหนดนิยามกรรมการอิสระ อย่างน้อยเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์กำหนด

5.3 คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยช่วยกลุณรองงานที่สำคัญเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

5.4 คณะกรรมการบริษัทได้จัดทำกฎบัตรคณะกรรมการแต่ละคณะ โดยกำหนดวาระการดำรงตำแหน่ง ขอบเขตอำนาจหน้าที่ เพื่อ แบ่งแยกบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบระหว่างคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อยและฝ่ายจัดการไว้อย่างชัดเจน

5.5 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายให้กรรมการบริษัทและผู้บริหารที่ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทในบริษัทอื่น ต้องรายงานให้ ประธานกรรมการบริษัท และประธานกรรมการตรวจสอบทราบ

5.6 คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีเลขานุการบริษัท เพื่อทำหน้าที่ตามกฎหมาย และตามที่ได้รับมอบหมาย โดยคุณสมบัติของเลขานุการบริษัทควรเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านกฎหมาย หรือบัญชี หรือผ่านการอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของเลขานุการบริษัท มีการอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

5.7 คณะกรรมการบริษัทจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณ เพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ถือปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

5.8 คณะกรรมการบริษัทมีการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจของบริษัท เพื่อให้กรรมการบริษัทผู้บริหาร และพนักงานมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน

5.9 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาความรู้ กรรมการบริษัทผู้บริหารและพนักงาน อย่างต่อเนื่อง

5.10 คณะกรรมการบริษัทกำหนดตารางการประชุมล่วงหน้าทุกปี ซึ่งในการพิจารณาว่าจะดำเนินถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม กรรมการบริษัททุกท่านมีความเป็นอิสระในการร่วมแสดงความคิดเห็น โดยกรรมการบริษัทผู้มีส่วนได้เสียไม่มีสิทธิออกเสียงในวาระที่ตนมีส่วนได้เสีย

5.11 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัทที่มีหน้าที่เข้าประชุมคณะกรรมการบริษัททุกครั้ง ยกเว้นมีเหตุจำเป็น

5.12 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายสนับสนุนให้ผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท

5.13 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายเปิดโอกาสให้กรรมการบริษัทที่ไม่เป็นผู้บริหารมีโอกาสที่จะประชุมระหว่างกันเองตามความจำเป็น โดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมด้วย และควรแจ้งให้กรรมการผู้จัดการทราบถึงผลการประชุม

5.14 คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายส่งเสริมให้กรรมการบริษัททุกท่านเข้าถึงสารสนเทศที่จำเป็นเพิ่มเติมได้จากกรรมการผู้จัดการ เลขานุการบริษัท หรือผู้บริหารอื่นที่ได้รับมอบหมาย ภายในขอบเขตนโยบายที่กำหนด และในกรณีที่เป็นคณะกรรมการบริษัท อาจจัดให้มีความเห็นอิสระจากที่ปรึกษา หรือผู้ประกอบวิชาชีพภายนอก โดยถือเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัท

5.15 คณะกรรมการบริษัทมีมาตรการดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ ด้วยความรอบคอบ มีเหตุมีผล 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>

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. นายพีรชัช ปรเกษมทรัพย์ ประธานกรรมการ
2. ดร.กวีพงษ์ หิรัญกลี กรรมการ
3. นายพิภพ โชควัฒนา กรรมการ
4. นางพัชรินทร์ ตริกุลกิตติพันธ์ เลขาธิการคณะกรรมการ

วาระและค่าตอบแทน

กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีวาระอยู่ในตำแหน่ง เท่ากับวาระการดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท นับจากวันที่มีมติแต่งตั้ง และเมื่อครบวาระแล้วหากคณะกรรมการบริษัทยังไม่มีมติแต่งตั้งชุดใหม่ ให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนชุดเดิมปฏิบัติหน้าที่ต่อไปจนกว่าคณะกรรมการบริษัทจะมีมติแต่งตั้งชุดใหม่ เมื่อมีกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพ้นจากตำแหน่ง หรือมีเหตุใดที่ไม่สามารถอยู่ได้จนครบวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งใหม่ภายใน 3 เดือน นับแต่วันที่ครบวาระหรือพ้นจากตำแหน่ง โดยให้มีวาระเท่าที่เหลื่ออยู่ของกรรมการที่ต้นแทน 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 โดยประธานกรรมการอาจกำหนดให้

จัดการประชุมคณะกรรมการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้หรืออาจมีมติโดยไม่ต้องจัดประชุมหากได้รับอนุมัติจากประธานและกรรมการทุกคนลงนามเห็นชอบในมติดังกล่าว

การประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนต้องมีกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม ถ้าประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนไม่อยู่ในที่ประชุมให้กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนที่มาประชุมเลือกกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด ทั้งนี้ เลขานุการคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนไม่มีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนผู้ใดมีส่วนได้เสียเป็นการส่วนตัวในเรื่องใด หรือมีส่วนได้เสียใดๆ ในเรื่องที่พิจารณา จะต้องแจ้งให้ที่ประชุมทราบและงดให้ความเห็น งดออกเสียง และออกจากห้องประชุม ยกเว้นที่ประชุมโดยไม่รวมกรรมการที่มีส่วนได้เสีย มีมติเอกฉันท์ให้กรรมการผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมชี้แจงข้อมูลในการประชุมเพื่อความปลอดภัยในการพิจารณาตัดสินใจ แต่ไม่มีสิทธิออกเสียงหรือตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีอำนาจเชิญฝ่ายจัดการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่เห็นสมควร เข้าร่วมประชุมหรือขอให้ชี้แจง รวมถึงมีอำนาจขอเอกสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ

คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้พิจารณาวางเงินค่าตอบแทนกรรมการที่เหมาะสมนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติวงเงินค่าตอบแทนดังกล่าวทั้งนี้ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 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

นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการ : มี
ที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

แนวปฏิบัติและมาตรการดำเนินการ : ผู้ถือหุ้น, พนักงาน, ลูกค้า, คู่แข่งทางการค้า, คู่ค้า, เจ้าหนี้, หน่วยงาน
ที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย ราชการหรือภาครัฐ, ชุมชนและสังคม

ผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์ สุจริต เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. เคารพในสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม
2. ดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น อันจะนำไปสู่ความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
3. มีการพัฒนากิจการของบริษัทให้เจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสม

4. รายงานสารสนเทศสำคัญที่มีหรืออาจมีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ทั้งสารสนเทศที่รายงานตามรอบระยะเวลาบัญชี และสารสนเทศที่รายงานตามเหตุการณ์ ตามกฎหมายและประกาศที่เกี่ยวข้องโดยไม่กระทำการใดๆ ที่มีลักษณะเป็นการจำกัดสิทธิของผู้ถือหุ้นในการเข้าถึงสารสนเทศของบริษัท
5. จัดให้มีรายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทต่อรายงานทางการเงินในรายงานประจำปี
6. เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุมและ/หรือเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัทในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี
7. เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามที่เกี่ยวกับการประชุมเป็นการล่วงหน้าก่อนการประชุมผู้ถือหุ้น
8. เผยแพร่หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นบนเว็บไซต์ของบริษัทล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นรับทราบและศึกษาข้อมูลก่อนการประชุม
9. อำนวยความสะดวกในการประชุมผู้ถือหุ้น โดย วัน เวลา สถานที่ และวิธีการ ไม่เป็นอุปสรรคในการเข้าร่วมประชุมของผู้ถือหุ้น รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่สามารถมาร่วมประชุมด้วยตนเองสามารถมอบฉันทะให้ผู้อื่นมาร่วมประชุมและออกเสียงลงคะแนนแทน
10. ดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์อย่างรอบคอบ ด้วยความมีเหตุมีผล และเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน
11. ปกป้องผลประโยชน์และดูแลทรัพย์สินของบริษัท เสมือนวิญญูชนพึงรักษาทรัพย์สินของตนเอง จัดการแสวงหาผลประโยชน์อันมิควรได้โดยชอบไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ : <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 : 8

พนักงาน

คณะกรรมการบริษัทถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าและเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัท โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ปฏิบัติต่อพนักงานโดยเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานตลอดจนไม่เปิดเผยหรือส่งผ่านข้อมูลหรือความลับของพนักงานต่อบุคคลภายนอกหรือผู้ไม่เกี่ยวข้อง
2. ปฏิบัติต่อพนักงานภายใต้กรอบกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัท
3. ส่งเสริมความเท่าเทียมกันในการจ้างแรงงาน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกันด้วยเหตุทางเพศ สีผิว เชื้อชาติ ศาสนา อายุ ความพิการ หรือสถานะอื่นใดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงาน
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 และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ : <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>

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 ทริพไลน์ หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่สุจริตจากลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ ให้รับแจ้งลูกค้าเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
6. จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนต่อบริษัท และคำร้องเรียนพึงได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ : <https://image.makeweasy.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

คณะกรรมการบริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้บทบาทผู้ดีของกฎหมาย โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ประพฤติปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยคำนึงถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและกฎหมายแข่งขันทางการค้าในประเทศต่างๆ ที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ
2. ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ในปีที่ผ่านมาไม่มีข้อพิพาทฟ้องร้องกับคู่แข่งทางการค้า

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ : <https://image.makeweasy.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

คู่ค้า

คณะกรรมการบริษัทปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความเสมอภาคและคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. มีระบบการคัดเลือกคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ที่มีการดำเนินธุรกิจตามกฎหมายปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการปฏิบัติต่อคู่ค้าบนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม เสมอภาค และเคารพซึ่งกันและกัน
2. รักษาความลับหรือข้อมูลทางสารสนเทศของคู่ค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเองหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
3. สร้างสัมพันธ์ภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน แลกเปลี่ยนความรู้ ร่วมกันพัฒนาและเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อการเจริญเติบโตร่วมกัน
4. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ ให้รีบแจ้งกับคู่ค้าเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
5. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับ ททรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด ซึ่งอยู่นอกเหนือข้อตกลงทางการค้า

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้า : <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

คณะกรรมการบริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีหลักการและมีวินัย เพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับเจ้าหน้าที่ โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

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

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับเจ้าหน้าที่ : <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 และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ : <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

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 และวัสดุอย่างคุ้มค่า
- ลดของเสียและส่งเสริมการรีไซเคิล
- เลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม

มาตรการดำเนินการ

- รมรณรงค์การใช้พลังงานและกระดาษภายในองค์กร
- 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	$\geq 80\%$	ดำเนินการ
ข้อร้องเรียนจากชุมชน	0 เรื่องรุนแรง	ไม่มี

3. ด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance)

นโยบาย

บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล รวมถึงการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

แนวปฏิบัติ

- ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

- มีระบบควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง
- ต่อด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (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	การจ้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	สนับสนุนการจ้างงานและพัฒนาพนักงาน
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 (35 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 $\geq 35\%$ 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	ความรับผิดชอบต่อสังคม	กิจกรรม CSR

11. เป้าหมายด้าน ESG ระยะยาว (35 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	ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	% 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 35% ต่อปี
Scope 3	50	Logistics Optimization	ลดค่าใช้จ่ายการขนส่ง

15. การเชื่อม ESG กับ RiskStrategyKPI (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 ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งสังคมและส่วนรวมที่ดี โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

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

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง : <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 : 11

ข้อมูลเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ

จรรยาบรรณธุรกิจ

จรรยาบรรณธุรกิจ : มี

นโยบายและแนวปฏิบัติจรรยาบรรณธุรกิจ (Business Ethics Policy 56-1 Version)

บริษัทกำหนด จรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่าง ถูกต้อง ยุติธรรม โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคม ครอบคลุมการปฏิบัติต่อพนักงาน 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 และสิ่งแวดล้อมในทุกการดำเนินงาน
- 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

ลิงก์จรรยาบรรณธุรกิจฉบับเต็ม : <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>

นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ : 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 อาจมีการกำหนดชั้นความลับของข้อมูลตามความสำคัญของข้อมูล และการให้ข้อมูลต้องอยู่ในกรอบของหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย

ในปี 2565 ที่ผ่านมามีบริษัทไม่พบการกระทำที่ละเมิดนโยบายความซื่อสัตย์ทางผลประโยชน์แต่อย่างใด

ลิงก์การป้องกันความซื่อสัตย์ทางผลประโยชน์ : <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)

- จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- 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 ที่อาจสร้างความซื่อสัตย์ทางผลประโยชน์ (No Gift Policy)
- พนักงานต้องปฏิบัติตามแนวทางนี้เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการทุจริตและคอร์รัปชัน

นโยบายการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

ANTI-CORRUPTION & ANTI-BRIBERY POLICY



1 ปกป้องจิตสำนึกที่ดี



คำนิยาม ข้อสัถย์
สุจริต

- สร้างจิตสำนึกด้านการทุจริต

2 ระบบควบคุมภายใน



- ควบคุมตรวจสอบเชิงงวด
- ป้องกันการทุจริต

3 ห้ามรับ-ให้ผลประโยชน์



ห้ามเรียกร่อง/รับสินบน
ห้ามให้ผลประโยชน์มิชอบ

- ห้ามให้ผลประโยชน์มิชอบ

4 ความโปร่งใทางการเงิน



- รายงานการเงินทุกงวด
- ตามมาตรฐานบัญชี

5 ช่องทางแจ้งเบาะแสะ



- แจ้งเบาะแสะ ตรวจสอบกันก็
- คู่บครองผู้แจ้งข้อมูล

6 นโยบาย No Gift



ห้ามรับ-ให้ของขวัญ
งดรับผลประโยชน์

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

การแจ้งเบาะแสะและคุ้มครองผู้ร้องเรียน

การแจ้งเบาะแสะและการคุ้มครองผู้ร้องเรียน (Whistleblowing Policy)

1. นโยบายและหลักการ

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยจัดให้มีระบบการแจ้งเบาะแสะ (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 ข้อมูลที่ได้รับจะถูกส่งต่อให้ฝ่ายตรวจสอบภายในและคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนด

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

หากผลการสอบสวนพบว่ามีกรกระทำผิดจริง 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 37 วัน)
2. ตรวจสอบข้อเท็จจริง (ภายใน 15 วัน)
3. สอบสวนโดยหน่วยงานที่เป็นอิสระ
4. สรุปผลและเสนอแนวทางแก้ไข (ภายใน 3060 วัน)
5. แจ้งผลให้ผู้ร้องเรียน (กรณีสามารถติดต่อได้)

7. มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

บริษัทกำหนดมาตรการคุ้มครองอย่างเคร่งครัด ได้แก่

- ไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ร้องเรียน
- เก็บรักษาข้อมูลเป็นความลับ
- คุ้มครองจากการตอบโต้หรือการกลั่นแกล้ง
- จำกัดการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะผู้เกี่ยวข้อง

8. การจัดเก็บข้อมูล

บริษัทจัดเก็บข้อมูลข้อร้องเรียนและผลการดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดระยะเวลาการจัดเก็บที่เหมาะสม และดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

9. บทลงโทษ

- ผู้กระทำความผิดจะได้รับการพิจารณาทางวินัย 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	-
ระยะเวลาต่ำสุด	-
% 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.makewebasy.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%>

การให้หรือรับของขวัญ การบันเทิง หรือการเลี้ยงรับรองทางธุรกิจ**การให้หรือรับของขวัญ การเลี้ยงรับรอง และการบันเทิงทางธุรกิจ****1. นโยบายและหลักการ**

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

2. แนวทางการปฏิบัติ

บริษัทกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ดังนี้

1. การหลีกเลี่ยงผลประโยชน์ทับซ้อน

ไม่ให้หรือรับของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง หรือการบันเทิงใด ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. การให้หรือรับตามธรรมเนียมที่เหมาะสม

การให้หรือรับของขวัญหรือการเลี้ยงรับรองตามธรรมเนียมธุรกิจสามารถกระทำได้ในโอกาสที่เหมาะสม โดยต้องมีมูลค่าไม่เกิน 1,000 บาท ต่อครั้งมูลค่ารวมของการให้หรือรับของขวัญจากบุคคลหรือหน่วยงานเดียวกัน 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 โดยมีกรรมาธิการต่อผู้บริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการเป็นไปอย่างโปร่งใสและสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล

2.5 เป้าหมาย

บริษัทมุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ โปร่งใส และการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตและส่งเสริมความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

ลิงก์การให้หรือรับของขวัญ การบันเทิง หรือการเลี้ยงรับรอง : <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>

การใช้และรักษาข้อมูลและทรัพย์สิน

การใช้และการรักษาข้อมูลและทรัพย์สินของบริษัท

1. นโยบายและหลักการ

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

2. แนวทางการปฏิบัติ

บริษัทกำหนดแนวทางปฏิบัติในการใช้และดูแลทรัพย์สินและข้อมูลของบริษัท ดังนี้

2.1 การใช้ทรัพย์สินอย่างเหมาะสม

ใช้ทรัพย์สินของบริษัทเพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจเท่านั้น และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือบุคคลภายนอกโดยมิชอบ

2.2 การดูแลและปกป้องทรัพย์สิน

ดูแลรักษาทรัพย์สินของบริษัทให้คงสภาพดี ไม่สูญหาย ชำรุด หรือถูกนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม โดยปฏิบัติเสมือนเป็นทรัพย์สินของตนเอง และหลีกเลี่ยงการแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.3 การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพย์สิน

จัดให้มีการประกันภัยทรัพย์สินในวงเงินที่เหมาะสม เพื่อรองรับความเสี่ยงจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

2.4 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม

ไม่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีสารสนเทศในการกระทำที่ผิดกฎหมาย 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 เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันที่

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

1. การปฏิบัติตามกฎหมายและการกำกับดูแล

ดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งมีการติดตาม ทบทวน และประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ

2. การสร้างวัฒนธรรมและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

3. การพัฒนาความรู้และการฝึกอบรม

จัดให้มีการให้ความรู้และฝึกอบรมแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและทักษะในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

4. การบริหารจัดการทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำมารีไซเคิล ใช้ซ้ำ และรีไซเคิล (Reduce, Reuse, Recycle) มาใช้ในการดำเนินงาน พร้อมทั้งจัดให้มีระบบบำบัด ฟื้นฟู และป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม

5. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีการดำเนินงานเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้คู่ค้าปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

6. การส่งเสริมเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สนับสนุนการพัฒนาและนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3. การกำกับดูแลและติดตามผล

บริษัทกำหนดให้มีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการรายงานต่อผู้บริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด

4. เป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการรักษาสสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

5. ตัวชี้วัด (KPI) เชิงปริมาณ

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

6.เป้าหมายระยะสั้นยาว (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	\geq 1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการแล้ว
การกำกับดูแล	Governance	รายงานต่อผู้บริหาร/คณะกรรมการ	ความถี่การรายงาน	\geq 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 ทั้งนี้พึงหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งหรือแตกแยก

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 ประสบนอันตราย 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%>

การส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

การส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตาม : มี
จรรยาบรรณธุรกิจ

กระบวนการส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (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 รับผิดชอบ รับผิดชอบ รับผิดชอบ และปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท และประกาศที่เกี่ยวข้อง
2. ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท และเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง ยกเว้นกรณีจำเป็น
3. ดำเนินการด้วยความ เป็นกลาง 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 อภัยค้ำยดี และการบริการที่เป็นเลิศ
4. รักษาความลับทางการค้าและข้อมูลภายในบริษัท
5. ห้ามกั๊ยเงินจากลูกค้า ผู้เกี่ยวข้อง หรือผู้ทำธุรกิจกับบริษัท เว้นแต่จากธนาคาร/สถาบันการเงิน
6. ปฏิบัติตามคำสั่งอันชอบด้วยกฎหมายของผู้บังคับบัญชา
7. ยึดมั่นทำงานเป็นทีม ช่วยเหลือ และเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน
8. ปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานด้วย น้ำใจและมนุษยสัมพันธ์ ไม่กล่าวร้าย หรืออ้างผลงานของผู้อื่นเป็นของตน
9. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตั้งใจ ซื่อสัตย์สุจริต และไม่แสวงหาประโยชน์ที่มีขอบ
10. รับผิดชอบต่อ รับผิดชอบ รับผิดชอบ รับผิดชอบ ไม่ประมาทจนเกิดความเสียหายต่อบริษัท
11. ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี ตามกฎหมาย รัฐธรรมนูญ และไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมผิดกฎหมายหรือขัด

ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบและถือปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันภายใต้กรอบจรรยาบรรณ และดำรงตนอยู่ได้ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต รับผิดชอบต่อรอบคอบ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงได้กำหนดจรรยาบรรณ ดังนี้

กรรมการบริษัท และผู้บริหาร

1. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบต่อ รับผิดชอบ รับผิดชอบ รับผิดชอบ โดยปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับบริษัท และประกาศที่เกี่ยวข้อง

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 : 17-18

การเข้าร่วมเครือข่ายในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

เข้าร่วมหรือประกาศเจตนารมณ์เป็นภาคีเครือข่าย : ไม่มี
ในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของนโยบายแนวปฏิบัติและระบบการกำกับดูแลกิจการในรอบปีที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติของระบบการกำกับดูแลกิจการ หรือกฎบัตรคณะกรรมการ

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการทบทวนนโยบายและ : มี
แนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ หรือกฎบัตรคณะกรรมการ

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการเปลี่ยนแปลง : มี
และพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติ

บริษัทมีการทบทวนแต่ยังคงไม่ได้เปลี่ยนแปลง แนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ หรือกฎบัตรคณะกรรมการ

การนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (CG Code) มาปฏิบัติ

การนำหลักการ CG Code ตามที่ : นำมาปฏิบัติใช้เป็นส่วนใหญ่
สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดมาปฏิบัติ

คณะกรรมการได้ทำการทบทวนและนำหลักเกณฑ์การปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG Code) มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจของบริษัทโดยในกระบวนการนี้พบว่ามีส่วนข้อที่บริษัทฯ 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 ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและการดำเนินงานของบริษัทในระยะยาว

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) ผ่านการพัฒนากระบวนการกำกับดูแล ความโปร่งใส และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

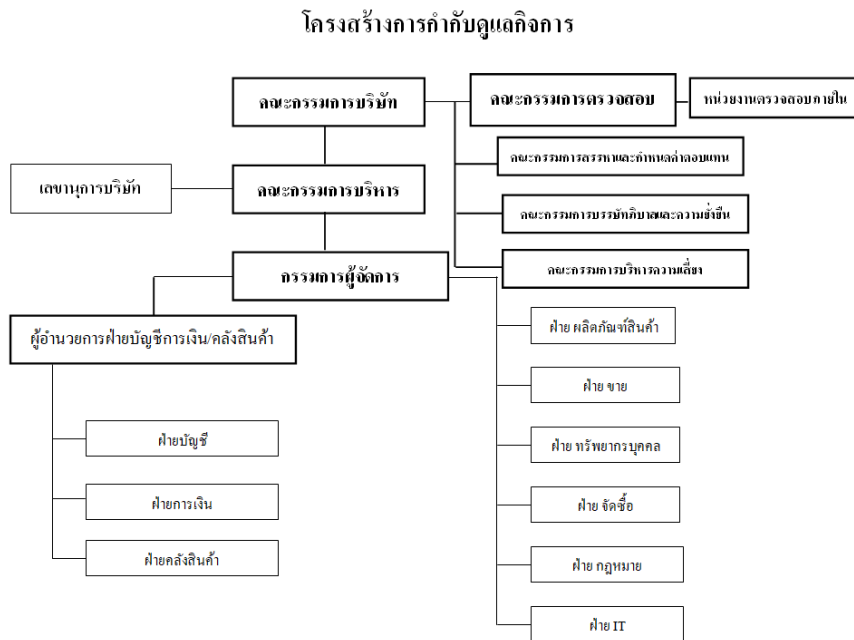
ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการสร้างการกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

แผนภาพโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ ณ วันที่ : 31 ธ.ค. 2568

รูปแผนภาพโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ



ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ

องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

	2566		2567		2568	
	ชาย (คน)	หญิง (คน)	ชาย (คน)	หญิง (คน)	ชาย (คน)	หญิง (คน)
กรรมการรวม	9		9		9	
	5	4	5	4	5	4
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	6		5		5	
	2	4	2	3	2	3
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	3		4		4	
	3	0	3	1	3	1
กรรมการอิสระ	3		3		3	
	3	0	3	0	3	0
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร และไม่ดำรงตำแหน่ง กรรมการอิสระ	0		1		1	
	0	0	0	1	0	1

	2566		2567		2568	
	ชาย (%)	หญิง (%)	ชาย (%)	หญิง (%)	ชาย (%)	หญิง (%)
กรรมการรวม	100.00		100.00		100.00	
	55.56	44.44	55.56	44.44	55.56	44.44
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	66.67		55.56		55.56	
	22.22	44.44	22.22	33.33	22.22	33.33
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	33.33		44.44		44.44	
	33.33	0.00	33.33	11.11	33.33	11.11
กรรมการอิสระ	33.33		33.33		33.33	
	33.33	0.00	33.33	0.00	33.33	0.00
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารและไม่ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ	0.00		11.11		11.11	
	0.00	0.00	0.00	11.11	0.00	11.11

คำอธิบายเพิ่มเติม : % ที่แสดงคิดจากสัดส่วนของกรรมการรวม

	2566		2567		2568	
	ชาย (ปี)	หญิง (ปี)	ชาย (ปี)	หญิง (ปี)	ชาย (ปี)	หญิง (ปี)
อายุเฉลี่ยของกรรมการบริษัท	65		66		67	
	71	59	72	60	73	61

ข้อมูลคณะกรรมการและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัทรายบุคคล

รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
----------------	---------	-------------------	-------------------

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
<p>1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 90 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัว ระหว่างกรรมการและ ผู้ บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมาย หมายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ใช่</p> <p>การถือครองหุ้นในบริษัท</p> <ul style="list-style-type: none"> • การถือหุ้นทางตรง : 6,044,920 หุ้น (3.963885 %) 	<p>ประธานกรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)</p> <p>กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่</p> <p>ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยัง ดำรงตำแหน่งตามงบปีที่ รายงาน และไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)</p>	<p>31 พ.ค. 2537</p>	<p>การตลาด, บัญชี, การเงิน, ตรวจสอบภายใน, เศรษฐศาสตร์</p>

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
<p>2. นาง จำเนียร โชควัฒนา เพศ: หญิง อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่</p> <p>การถือครองหุ้นในบริษัท</p> <ul style="list-style-type: none"> • การถือหุ้นทางตรง : 678,840 หุ้น (0.445141 %) 	<p>รองประธานกรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร)</p> <p>กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่</p> <p>ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่ยื่นรายงาน และไม่มีการลาออกระหว่างปี)</p>	<p>31 พ.ค. 2537</p>	<p>เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, ตรวจสอบภายใน, การตลาด</p>
<p>3. นาย พิภพ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 49 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ใช่</p>	<p>กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)</p> <p>กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่</p> <p>ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่ยื่นรายงาน และไม่มีการลาออกระหว่างปี)</p>	<p>25 พ.ค. 2547</p>	<p>กฎหมาย, การตลาด, บัญชี, การเงิน, บริหารธุรกิจ</p>

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
<p>4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา เพศ: หญิง อายุ : 51 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัว ระหว่างกรรมการและ ผู้ บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมาย หมายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่</p> <p>การถือครองหุ้นในบริษัท</p> <ul style="list-style-type: none"> • การถือหุ้นทางตรง : 3,909,680 หุ้น (2.563726 %) 	<p>กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)</p> <p>กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่</p> <p>ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยัง ดำรงตำแหน่งตามงบปีที่ รายงาน และไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)</p>	<p>20 ก.พ. 2558</p>	<p>การเงิน, บัญชี, การตลาด, ตรวจสอบภายใน, บริหารธุรกิจ</p>
<p>5. นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัว ระหว่างกรรมการและ ผู้ บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมาย หมายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่</p>	<p>กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ)</p> <p>กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ ใช่</p> <p>ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยัง ดำรงตำแหน่งตามงบปีที่ รายงาน และไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)</p>	<p>11 ธ.ค. 2546</p>	<p>เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, กฎหมาย, การจัดการความ เสี่ยง</p>

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
<p>6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ เพศ: ชาย อายุ : 74 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัว ระหว่างกรรมการและ ผู้ บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมาย หมายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ไม่ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่</p>	<p>กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยัง ดำรงตำแหน่งตามบัญชี รายงาน และไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)</p>	<p>1 มี.ค. 2561</p>	<p>เศรษฐศาสตร์, บัญชี, กฎหมาย, การเงิน, การจัดการ ความเสี่ยง</p>
<p>7. นาง พัชรินทร์ ตริกุลกิตติ พันธ์ เพศ: หญิง อายุ : 54 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัว ระหว่างกรรมการและ ผู้ บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมาย หมายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ไม่ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่</p>	<p>กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยัง ดำรงตำแหน่งตามบัญชี รายงาน และไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)</p>	<p>25 ก.พ. 2565</p>	<p>เศรษฐศาสตร์, บริหารธุรกิจ, ตรวจสอบภายใน, การจัดการ ความเสี่ยง, การจัดการ เทคโนโลยีสารสนเทศ</p>

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
<p>8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา เพศ: หญิง อายุ : 61 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่</p> <p>การถือครองหุ้นในบริษัท</p> <ul style="list-style-type: none"> • การถือหุ้นทางตรง : 2,000 หุ้น (0.001311 %) 	<p>กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)</p> <p>กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่</p> <p>ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)</p>	31 พ.ค. 2537	บัญชี, กฎหมาย, การเงิน, การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ, ตรวจสอบภายใน
<p>9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกุล เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอก สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่</p>	<p>กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ)</p> <p>กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพัน บริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่</p> <p>ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)</p>	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 หรือปกปิดข้อความจริงที่ควรบอกให้แจ้งในสาระสำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบต่อจิตใจของผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้อง

(3) การกระทำอันไม่เป็นธรรมหรือการเอาเปรียบผู้ลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์หรือสัญญาซื้อขายล่วงหน้า หรือมีหรือเคยมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนการกระทำความผิดดังกล่าว

(**) การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหาร ตามมาตรา 59 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 เช่น คู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กินด้วยกันฉันสามีภริยา (ชายหญิงที่ไม่ได้จดทะเบียนสมรสแต่อยู่กินกันอย่างเปิดเผย) บุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เป็นต้น

รายชื่อกรรมการที่ลาออก / พ้นตำแหน่งระหว่างปี

รายชื่อกรรมการ จำแนกตามตำแหน่ง

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	กรรมการ ที่เป็น ผู้บริหาร	กรรมการ ที่ไม่เป็น ผู้บริหาร	กรรมการ อิสระ	กรรมการ ที่ไม่เป็น ผู้บริหาร และไม่ดำรง ตำแหน่ง กรรมการ อิสระ	กรรมการ ผู้มีอำนาจ ลงนาม ผูกพันบริษัท ตามหนังสือ รับรอง
1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา	ประธานกรรมการ	✓				✓
2. นาง จำเนียร โชควัฒนา	รองประธานกรรมการ		✓		✓	
3. นาย พิภพ โชควัฒนา	กรรมการ	✓				✓
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา	กรรมการ	✓				✓
5. นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์	กรรมการ		✓	✓		
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์	กรรมการ		✓	✓		
7. นาง พัชรินทร์ ศรีกุลกิตติพันธ์	กรรมการ	✓				✓
8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา	กรรมการ	✓				✓
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกุล	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

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัทอื่น ๆ ^{(*)(**)}

	2566	2567	2568
ประธานกรรมการและผู้บริหารสูงสุดเป็นบุคคลเดียวกัน	-	ไม่ใช่	ไม่ใช่
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	-	ไม่ใช่	ไม่ใช่
ประธานกรรมการและผู้บริหารสูงสุดเป็นบุคคลในครอบครัวเดียวกัน	ใช่	ใช่	ใช่
ประธานกรรมการเป็นสมาชิกในคณะกรรมการบริหารหรือคณะทำงาน	-	ใช่	ใช่
บริษัทแต่งตั้งกรรมการอิสระอย่างน้อยหนึ่งคนเพื่อกำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการ	ใช่	ใช่	ใช่

คำอธิบายเพิ่มเติม :

(*) ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการอื่น ๆ จะถูกประมวลผลตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นไป

(**) หากมีการระบุหมายเหตุจะเป็นการนำหมายเหตุของปีล่าสุดมาแสดง

มาตรการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ

มาตรการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ : มี

วิธีการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ : การแต่งตั้งกรรมการอิสระคนหนึ่ง ร่วมพิจารณากำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทที่มีความเชื่อมั่นว่าการมีระบบบริหารจัดการที่ดี 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 เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารและสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดในยุคอยู่เสมอ
9. ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม สร้างจิตสำนึกอันดีงาม ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรม ตลอดจนมุ่งมั่นในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- 10.ต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชัน ไม่ล่วงละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เคารพต่อกฎหมายและสิทธิมนุษยชน
11. ดำเนินการกับความขัดแย้งของผลประโยชน์ด้วยความรอบคอบและมีเหตุผล โดยยึดถือประโยชน์ของบริษัทเป็นที่ตั้ง

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 โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ชาติ ศาสนา และปฏิบัติตามหลักวิญญูชนของผู้ประกอบธุรกิจอย่างเหมาะสม ในสถานการณ์ต่างๆ โดยปราศจากอิทธิพลใดๆ ในฐานะที่ตนมีสถานะเป็นกรรมการบริษัท

2. องค์ประกอบและคุณสมบัติ

ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้กำหนดจำนวนตำแหน่งกรรมการบริษัทที่จะมี แต่ต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน และเลือกตั้งบุคคลที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายและข้อบังคับของบริษัท รวมถึงต้องไม่มีลักษณะที่แสดงถึงการขาดความเหมาะสมที่จะได้รับความไว้วางใจให้บริหารจัดการกิจการที่มีมหาชนเป็นผู้ถือหุ้น ตามที่คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ประกาศกำหนด ทั้งนี้ กรรมการบริษัทไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมดต้องมีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร และจำนวนกรรมการอิสระต้องเป็นไปตามประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน โดยดำเนินการในรูปแบบคณะกรรมการ

การเลือกตั้งกรรมการบริษัทจะต้องเป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทและข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยต้องมีความโปร่งใสและชัดเจนในการสรรหากรรมการผ่านกระบวนการของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยให้มีรายละเอียดที่เพียงพอเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทและ/หรือผู้ถือหุ้น

3. นियามกรรมการอิสระ

คุณสมบัติของกรรมการอิสระของบริษัทเป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ดังนี้

3.1 ถือหุ้นไม่เกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ทั้งนี้เห็นสมควรการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้นๆ ด้วย

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

3.3 ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้อง และบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตร ของผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทหรือบริษัทย่อย

3.4 ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการพิจารณาอย่างอิสระของตน รวมทั้งไม่เป็น หรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัยหรือผู้มีอำนาจควบคุมของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้ออกจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ

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

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

3.7 ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่

3.8 ไม่ประกอบกิจการที่มีลักษณะเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อย หรือไม่เป็นหุ้นส่วนที่มีนัยในหุ้นส่วน หรือเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการที่มีลักษณะเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อย

3.9 ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท

ทั้งนี้ หากคณะกรรมการกำกับตลาดทุนได้มีประกาศเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติของกรรมการอิสระ กรรมการอิสระของบริษัทต้องมีคุณสมบัติตามที่ได้มีประกาศเปลี่ยนแปลงไปทุกประการ

ภายหลังจากได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการอิสระที่มีลักษณะเป็นไปตามข้อ 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 ก็ให้ออกโดยจำนวนที่ใกล้เคียงกับส่วน 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 สถานที่ที่จะใช้ประชุมตามวาระหนึ่ง ให้อยู่ในท้องที่อันเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัท 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 กรรมการบริษัทที่มีส่วนได้เสียในเรื่องที่พิจารณาไม่มีสิทธิแสดงความเห็นและออกเสียงลงคะแนนในเรื่องนั้นถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด ยกเว้นการลงคะแนนเสียงที่มีกฎหมายได้กำหนดเป็นอย่างอื่น

กำหนดการประชุมคณะกรรมการบริษัท ประจำปี 2569

ครั้งที่	ว/ด/ป	เวลา	วาระสำคัญ	วันสุดท้าย ส่งบฯ
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	15/5/69
3.	วันพฤหัสบดีที่ 13 สิงหาคม 2569	13.30 น.	พิจารณางบการเงิน ไตรมาส 2/2569	14/8/69
4.	วันพฤหัสบดีที่ 12 พฤศจิกายน 2569	10.00 น.	พิจารณางบการเงิน ไตรมาส 3/2569	16/11/69

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 อนุมัติการได้รับหรือยกเลิกวงเงินสินเชื่อ 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 สำหรับเรื่องที่มีใช้ปกติวิสัยทางการค้าและ/หรือที่เป็นปกติวิสัยทางการค้าที่มีทุนทรัพย์เกินอำนาจคณะกรรมการบริหาร

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 ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ 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 เพื่อให้มั่นใจว่าการทำรายการต่าง ๆ ได้รับอนุมัติจากผู้มีอำนาจ มีการสอบทาน และจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง 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 ตลอดจนกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินปันผล (หากมี) และความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น ในระหว่าง 21 วันก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้นแต่ละครั้ง บริษัทจะงดรับลงทะเบียนการโอนหุ้นก็ได้ โดยประกาศให้ผู้ถือหุ้นทราบ ณ สำนักงานใหญ่และสำนักงานสาขาของบริษัทไม่น้อยกว่า 14 วัน ก่อนวันครบลงทะเบียนการโอนหุ้น หรือกำหนดวันเพื่อกำหนดรายชื่อบริษัท (Record Date: RD) ล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้นไม่เกิน 2 เดือน เพื่อสิทธิในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น และสิทธิในการรับเงินปันผล

7.10 จัดทำรายงาน "ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทต่อรายงานทางการเงิน" โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท (แบบ 56-2) และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1)

7.11 ติดตามดูแลเอกสารที่จะยื่นต่อหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าได้แสดงข้อความหรือลงรายการเป็นไปโดยถูกต้องตรงตามข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในสมุดบัญชี ทะเบียน หรือเอกสารอื่นใดของบริษัท

7.12 อนุมัติกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และ/หรือคณะกรรมการชุดอื่น

7.13 ปฏิบัติการอื่นใดที่เกินอำนาจคณะกรรมการบริหารหรือตามที่คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควร

8. ข้อพึงปฏิบัติที่ดีของกรรมการบริษัท

บริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ในฐานะบริษัทมหาชนจำกัดและได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียน (Listed Company) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรรมการบริษัทจึงมีข้อพึงปฏิบัติ ดังนี้:

8.1 ปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริต เที่ยงวิญญูชนผู้ประกอบธุรกิจ เช่นนั้นจะพึงกระทำภายใต้สถานการณ์อย่างเดียวกันด้วยอำนาจต่อรองทางการค้าที่ปราศจากอิทธิพลในกรณีที่ตนมีสถานะเป็นกรรมการบริษัท 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 บุตรและบุตรบุญธรรมที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยแจ้งให้บริษัททราบอย่างน้อย 1 วัน ล่วงหน้าก่อนการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท ผ่านประธานกรรมการตรวจสอบหรือเลขานุการบริษัท

8.7 รายงานให้บริษัททราบถึงมีส่วนได้เสียของตน 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/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>

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย

ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อย

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการตรวจสอบ

บทบาทหน้าที่

- การสอบทานรายงานทางการเงินและระบบควบคุมภายใน

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

อำนาจดำเนินการ

1. กำหนดให้มีการประสานความเข้าใจให้อยู่ในแนวทางเดียวกันระหว่าง ผู้สอบบัญชี คณะกรรมการบริษัท และหน่วยงานตรวจสอบภายใน
2. มีอำนาจเชิญ ผู้บริหาร ฝ่ายจัดการ หรือพนักงานของบริษัทที่เกี่ยวข้อง มาชี้แจง ให้ความเห็น ร่วมประชุม หรือส่งเอกสารตามที่เห็นว่าเกี่ยวข้องจำเป็น ตลอดจนเข้าถึงข้อมูลได้ทุกระดับขององค์กร
3. มีอำนาจในการตรวจสอบผู้ที่เกี่ยวข้อง และเรื่องที่เกี่ยวข้องภายในขอบเขตของอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ
4. ปกป้องผู้เชี่ยวชาญ 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 เลิกจ้างหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในหรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน
3. สอบทานให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
4. พิจารณาคัดเลือกเสนอแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระ เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท และเสนอคำตอบแทนของบุคคลดังกล่าวรวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
5. พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นที่ไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท
6. จัดทำรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบโดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานคณะกรรมการตรวจสอบและต้องประกอบด้วยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - (ก) ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัท
 - (ข) ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัท
 - (ค) ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท
 - (ง) ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
 - (จ) ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

- (ฉ) จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
- (ช) ความเห็นหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย (charter)
- (ซ) รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
7. ในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบหากพบหรือมีข้อสงสัยว่ามีรายการหรือการกระทำดังต่อไปนี้ ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ให้คณะกรรมการตรวจสอบรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในเวลาที่คณะกรรมการตรวจสอบเห็นสมควร
- (ก) รายการที่เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- (ข) การทุจริตหรือสิ่งผิดกติหรือมีความบกพร่องที่สำคัญในระบบควบคุมภายใน
- (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%B8AA%E0%B8AD%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. อนุมัติการกู้ยืมเงินแก่บริษัทที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทในฐานะ ผู้ถือหุ้น หรือบริษัทที่มีการประกอบธุรกิจทางการค้าต่อกัน หรือบริษัทอื่น ในวงเงินแห่งละไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
5. อนุมัติการเข้าค้าประกันวงเงินสินเชื่อแก่บริษัทที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทในฐานะผู้ถือหุ้นหรือบริษัทที่มีการประกอบธุรกิจทางการค้าต่อกัน หรือบริษัทอื่น ในวงเงินแห่งละไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
6. อนุมัติการเข้าทำนิติกรรมที่มีใช้ธุรกรรมทางการเงิน ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท

7. อนุมัติการได้รับหรือยกเลิกวงเงินสินเชื่อ 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 ซึ่งจะทำให้มีมูลค่าทางบัญชีลดลงได้ตามมูลค่าที่เกิดขึ้นจริง
13. อนุมัติการประนีประนอม การระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ การร้องทุกข์ การฟ้องร้องคดี และ/หรือการดำเนินการตาม กระบวนพิจารณาคดีใด ๆ ในนามบริษัท สำหรับเรื่องที่มีข้อพิพาททางการค้า ที่มีทุนทรัพย์ไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท และ/หรือ ที่เป็น ข้อพิพาททางการค้าที่มีทุนทรัพย์ไม่เกิน จำนวน 20 ล้านบาท
14. บรรดาอำนาจดำเนินการของคณะกรรมการบริหารที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ และการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ให้ปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน
15. มอบอำนาจให้แก่พนักงานระดับบริหารของบริษัท หรือบุคคลอื่นใดทำการแทนได้
16. มีอำนาจเชิญผู้บริหาร หรือพนักงานของบริษัทที่เกี่ยวข้องมาชี้แจง ให้ความเห็นร่วมประชุม หรือส่งเอกสารตามที่เห็นว่าเกี่ยวข้อง จำเป็น
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. ปรับปรุงและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการบริหารและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
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 และหากเป็นเรื่องสำคัญให้ รายงาน 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 อนุมัติได้ในวงเงินแต่ละครั้งไม่เกินจำนวน 10 ล้านบาท

9. อนุมัติการประนีประนอม การระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ การร้องทุกข์ การฟ้องร้องคดี และ/หรือ การดำเนินการตามกระบวนการพิจารณาคดีใด ๆ ในนามบริษัท สำหรับเรื่องที่มีข้อพิพาททางการค้า และ/หรือ ที่เป็นข้อพิพาททางการค้า

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 โดยให้มีวาระเท่าที่เหลืออยู่ของกรรมการที่ตนแทน 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) พิจารณาค่าตอบแทนให้แก่กรรมการ 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 เข้าร่วมประชุมหรือขอให้ชี้แจง รวมถึงมีอำนาจขอเอกสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

ลิงก์กฎบัตร

-

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 โดยพิจารณาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกและภายในองค์กร ที่อาจส่งผลให้บริษัท ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และมีการประเมินผลกระทบและโอกาสที่เกิดขึ้นของความ เสี่ยงที่ได้ระบุไว้ เพื่อจัดลำดับความเสี่ยงและเลือกใช้วิธีจัดการความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม

3. ติดตาม ดูแล ประเมินผลการปฏิบัติงาน และสอบทาน แผนงานและรายงานการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกล ยุทธ์การดำเนินงานของบริษัท และสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
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. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัท 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 จะต้องแจ้งให้ที่ประชุมทราบ และงดให้ความเห็น งดออกเสียง และออกจากห้องประชุม ยกเว้นที่ประชุมโดย

รวมกรรมการที่มีส่วนได้เสีย มีมติเอกฉันท์ให้กรรมการผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมชี้แจงข้อมูลในการประชุมเพื่อความ

รอบคอบในการพิจารณาตัดสินใจ แต่ไม่มีสิทธิออกเสียงหรือตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ

กรรมการบริหารความเสี่ยงมีอำนาจเชิญฝ่ายจัดการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่เห็นสมควร เข้าร่วมประชุมหรือขอให้ชี้แจง รวมถึงมีอำนาจขอเอกสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้

ลิงก์กฎบัตร

-

บริษัท ภิบาลและความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่

- บริษัท ภิบาล
- การพัฒนาความยั่งยืน

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

วาระและค่าตอบแทน

กรรมการบริษัท ภิบาลและความยั่งยืน มีวาระอยู่ในตำแหน่ง เท่ากับวาระการดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท นับจากวันที่มีมติแต่งตั้ง และเมื่อครบวาระแล้วหากคณะกรรมการบริษัทยังไม่มติดำเนินการแต่งตั้งชุดใหม่ ให้คณะกรรมการบริษัท ภิบาลและความยั่งยืนชุดเดิมปฏิบัติหน้าที่ต่อไปจนกว่าคณะกรรมการบริษัทจะมีมติแต่งตั้งชุดใหม่ เมื่อมีกรรมการบริษัท ภิบาลและความยั่งยืนพ้นจากตำแหน่ง หรือมีเหตุใดที่ไม่สามารถอยู่ได้จนครบวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งใหม่ภายใน 3 เดือน นับแต่วันที่ครบวาระหรือพ้นจากตำแหน่ง โดยให้กรรมการใหม่มี

วาระเท่าที่เหลื่ออยู่ของกรรมการที่ตนแทน และกรรมการที่ครบวาระแล้ว อาจได้รับการแต่งตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกครั้งก็ได้

นอกจากพ้นจากตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการบริษัท ภิบาลและความยั่งยืนพ้นจากตำแหน่ง เมื่อขาดคุณสมบัติ ลาออก ถึงแก่กรรม

คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง

คณะกรรมการบริษัท ภิบาลและความยั่งยืนจะได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการและผู้ถือหุ้น

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการ หลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม ในการดำเนินธุรกิจ จรรยาบรรณ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน นโยบายต่อต้านการ คอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความโปร่งใส เป็นธรรมและสนับสนุนการ เจริญเติบโตของบริษัทอย่าง ยั่งยืน และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- กำหนดแนวทางการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน พร้อมทั้ง ติดตามดูแล ให้คำปรึกษา และเสนอแนะ เพื่อพัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัท
- ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความยุติธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยปราศจากผลประโยชน์ทับซ้อน
- ติดตาม และทบทวนระบบงานต่างๆ ภายในองค์กรให้สอดคล้องกับจรรยาบรรณและแนวปฏิบัติที่ดีตามที่กำหนดไว้
- ส่งเสริมและสนับสนุนให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับ ดูแลกิจการ และนโยบายต่อต้านการ คอร์รัปชัน
- พิจารณา นโยบาย และแผนการปฏิบัติด้านความยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ให้สอดคล้องเชื่อมโยงกับการดำเนินธุรกิจ ของบริษัทเพื่อความมั่นคงและยั่งยืน
- ให้คำแนะนำ ดูแลติดตาม ทบทวน และประเมินผลการดำเนินการด้านความยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์กับบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินการต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ และเปิดเผยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงาน ประจำปีของบริษัท
- รับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ให้สำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยไม่กระทำ การใดๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสียหาย ต่อบริษัท
- ทบทวน ปรับปรุง และแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และนำเสนอต่อคณะกรรมการ บริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- ปฏิบัติกรอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

ลิงก์กฏบัตร

-

ข้อมูลคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด

รายชื่อคณะกรรมการตรวจสอบ

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (*) เพศ: ชาย อายุ : 74 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการ ตรวจสอบบัญชี : ใช่	ประธานกรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยัง ดำรงตำแหน่งตามงบปีที่ รายงาน และไม่มีกรลาออกระหว่างปี)	1 มี.ค. 2561	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, กฎหมาย, การเงิน, การ จัดการความเสี่ยง

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
2. นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ ^(*) เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการ ตรวจสอบบัญชี : ใช่	กรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยัง ดำรงตำแหน่งตามงบปีที่ รายงาน และไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)	8 ธ.ค. 2546	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, กฎหมาย, การ จัดการความเสี่ยง
3. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกุลิ ^(*) เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอก สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการ ตรวจสอบบัญชี : ใช่	กรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยัง ดำรงตำแหน่งตามงบปีที่ รายงาน และไม่มีผลการลาออกระหว่างปี)	13 พ.ย. 2563	เศรษฐศาสตร์, บัญชี, การเงิน, ตรวจสอบภายใน, บริหารธุรกิจ

คำอธิบายเพิ่มเติม:

(*) กรรมการที่มีความรู้และประสบการณ์ในการสอบทานงบการเงินของบริษัท

รายชื่อกรรมการตรวจสอบที่ลาออก / พ้นตำแหน่งระหว่างปี

รายชื่อคณะกรรมการบริหาร

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง
1. นาย บุญปรกรณ์ 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

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง
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 ศรีกุลกิตติพันธ์ เพศ: หญิง อายุ : 54 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	25 ก.พ. 2565

รายชื่อกรรมการบริหารที่ลาออก / พ้นตำแหน่งระหว่างปี

รายชื่อคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

ชื่อคณะกรรมการชุดย่อย	รายชื่อ	ตำแหน่ง
สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์	ประธานคณะกรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	ดร. กวีพงษ์ หิรัญกุลสิ	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นาย พิภพ โชควัฒนา	กรรมการชุดย่อย
บริหารความเสี่ยง	นาย พิภพ โชควัฒนา	ประธานคณะกรรมการชุดย่อย
	นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)

ชื่อคณะกรรมการชุดย่อย	รายชื่อ	ตำแหน่ง
	นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา	กรรมการชุดย่อย
บรรษัทภิบาลและความยั่งยืน	ดร. กวีพงษ์ หิรัญกุลิ	ประธานคณะกรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นาย พิภพ โชควัฒนา	กรรมการชุดย่อย

รายชื่อคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ ที่ลาออก/พ้นตำแหน่งระหว่างปี

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร

รายชื่อและตำแหน่งของผู้บริหาร

รายชื่อผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด

รายชื่อผู้บริหาร	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา เพศ: ชาย อายุ : 90 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงาน บัญชีและการเงิน : 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 มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงาน บัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ประธานกรรมการบริหาร (ผู้บริหารสูงสุด)	24 ก.พ. 2549	กฎหมาย, การตลาด, บัญชี, การเงิน, บริหารธุรกิจ

รายชื่อผู้บริหาร	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
<p>3. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา (*)</p> <p>เพศ: หญิง อายุ : 51 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่</p>	<p>กรรมการผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี การเงินและคลังสินค้า</p>	<p>20 ก.พ. 2558</p>	<p>การเงิน, บัญชี, การตลาด, ตรวจสอบภายใน, บริหารธุรกิจ</p>
<p>4. นางสาว สำอางค์ จันทริมา</p> <p>เพศ: หญิง อายุ : 61 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่</p>	<p>กรรมการ/ผู้จัดการฝ่ายบัญชี</p>	<p>25 พ.ค. 2536</p>	<p>บัญชี, กฎหมาย, การเงิน, การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ, ตรวจสอบภายใน</p>
<p>5. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์</p> <p>เพศ: หญิง อายุ : 54 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่</p>	<p>กรรมการ/เลขานุการรองประธาน</p>	<p>25 ก.พ. 2565</p>	<p>เศรษฐศาสตร์, บริหารธุรกิจ, ตรวจสอบภายใน, การจัดการความเสี่ยง, การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ</p>

คำอธิบายเพิ่มเติม :

(*) ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน

(**) ผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี

(***) แต่งตั้งภายหลังวันสิ้นสุดปีบัญชี ณ ปีรายงาน

แผนภาพโครงสร้างผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด

โครงสร้างผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด : 31 ธ.ค. 2568
บริหารสูงสุด ณ วันที่

รูปแผนภาพโครงสร้างผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด

นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหาร

นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

บริษัทมีนโยบายการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ที่ความรับผิดชอบ 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 และผลตอบแทนงูใจอื่น ๆ ตามผลการดำเนินงาน โดยบริษัทได้พิจารณาเปรียบเทียบอัตราค่าตอบแทนกับบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง (Benchmarking) เพื่อให้มั่นใจว่าค่าตอบแทนอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงค่าตอบแทนกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถของพนักงานในทุกระดับ เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยยึดหลักความโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ในทุกมิติของการกำหนดค่าตอบแทน

ตารางสรุปโครงสร้างค่าตอบแทนกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

ประเภทบุคลากร	องค์ประกอบ ค่าตอบแทน	รายละเอียด	รูปแบบการจ่าย	ความเชื่อมโยงกับ ผลการดำเนินงาน
กรรมการบริษัท	ค่าตอบแทนรายเดือน / ค่าเบี้ยประชุม	ค่าตอบแทนสำหรับการกำกับดูแลและ เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการ	รายเดือน / รายครั้ง	พิจารณาจาก ขอบเขตหน้าที่ ความ รับผิดชอบ และแนว ปฏิบัติของตลาด
	โบนัส (ถ้ามี)	พิจารณาตามผลการดำเนินงานของ บริษัทโดยรวม	รายปี	เชื่อมโยงกับผล ประกอบการและ การเติบโตของบริษัท
ผู้บริหารระดับสูง	เงินเดือน	ค่าตอบแทนประจำตามตำแหน่งและ ประสบการณ์	รายเดือน	อ้างอิงโครงสร้าง เงินเดือนและตลาด แรงงาน
	โบนัส	ค่าตอบแทนผันแปรตามผลการดำเนิน งาน	รายปี	อิง KPI ระดับองค์กร และรายบุคคล
	Incentive / Performance Bonus	ค่าตอบแทนเพื่อจูงใจตามเป้าหมาย เชิงกลยุทธ์	รายปี / ตามรอบ	เชื่อมโยงกับ Business Plan และ KPI
	ผลประโยชน์อื่น	เช่น ประกันสุขภาพ รถประจำตำแหน่ง	ตามนโยบายบริษัท	เพื่อรักษาและจูงใจ บุคลากร
พนักงาน	เงินเดือน	ค่าตอบแทนพื้นฐานตามตำแหน่งงาน	รายเดือน	อ้างอิงตลาดแรงงาน และโครงสร้าง องค์กร
	โบนัส	ค่าตอบแทนตามผลการดำเนินงาน	รายปี	อิง KPI องค์กรและ ผลงานรายบุคคล
	Incentive	ค่าตอบแทนตามผลงานหรือยอดขาย	รายเดือน / รายไตรมาส/รายปี	เชื่อมโยงกับ เป้าหมายงาน
	สวัสดิการ	เช่น ประกันสังคม ประกันสุขภาพ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ตามนโยบายบริษัท	เพื่อสร้างความมั่นคง และความผูกพัน

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%B8AA%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8AB%E0%B8B2%E0%B8AF_V3.pdf?v=202405291424

คณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทนมีความเห็น : มี
 ต่อนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหารหรือไม่

ความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับความเหมาะสมของการจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทที่มีความเห็นว่าการกำหนดและการจ่ายค่าตอบแทนแก่กรรมการ 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

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

รายละเอียดค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

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
เงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับ กรรมการผู้บริหารและผู้บริหาร (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

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่ายของกรรมการบริหารและ : 0.00
ผู้บริหารในรอบปีที่ผ่านมา

ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

ผู้ที่ได้รับมอบหมาย

รายชื่อผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี

ชื่อ-นามสกุล	อีเมล	โทรศัพท์
1. นางสาว นิเวศ จันทร์สังข์	accnewcity2562@gmail.com	022946999 ext.115

รายชื่อเลขานุการบริษัท

ชื่อ-นามสกุล	อีเมล	โทรศัพท์
1. นาย อดุลย์ ศรีมาตี	laws@newcity.co.th	022946999 ext.157

รายชื่อหัวหน้างานตรวจสอบภายในหรือผู้ตรวจสอบภายในที่จ้างจากภายนอก

ชื่อ-นามสกุล	อีเมล	โทรศัพท์
1. นางสาว สำอางค์ จันทริมา	account@newcity.co.th	022946999 ext.137

รายชื่อหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท (Compliance)

หัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์

บริษัทมีการแต่งตั้งหัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์หรือไม่ : มี

รายชื่อหัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์

ชื่อ-นามสกุล	อีเมล	โทรศัพท์
1. นาย อุดลย์ ศรีมาดี	laws@newcity.co.th	022946999 ext.157

ผู้สอบบัญชีของบริษัท

รายละเอียดการสอบบัญชีของบริษัท

บริษัทผู้สอบบัญชี	ค่าสอบบัญชี (บาท)	ค่าบริการอื่น ๆ	รายชื่อและข้อมูลทั่วไปของผู้สอบบัญชี
บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด เลขที่ 72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้นที่ 24 ถนน เจริญกรุง แขวงบางรัก เขต บางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ +66 2105 4661	1,056,500.00	ประเภทของงานบริการอื่น : ค่า ใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการตรวจ สอบงบการเงินโดยตรง รายละเอียดข้อมูลค่าบริการอื่น ๆ : ค่าไปรษณีย์ในการส่ง หนังสือขอคำยืนยัน ค่าจัดพิมพ์ งบการเงิน ค่าเดินทาง ค่า เบี้ยเลี้ยง กรณีเดินทางไปทำ งานต่างจังหวัด และอื่นๆ ไม่ เกินปีละ 15,000 บาท รวมค่าบริการ 15,000.00 บาท	1. นางสาว คณิตา สว่างวงษ์ อีเมล: kanita@karinaudit.co. th เลขที่ใบอนุญาต: 14943

บุคลากรที่ได้รับมอบหมาย กรณีที่เป็นบริษัทต่างประเทศ

บริษัทมีบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้เป็นตัวแทนในประเทศไทย : ไม่มี
หรือไม่

รายชื่อบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้เป็นตัวแทนในประเทศไทย

ผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

ข้อมูลเกี่ยวกับสรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา⁽¹⁾

คณะกรรมการได้ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เห็นว่าบริษัทได้ปฏิบัติตามสอดคล้องกับหลักปฏิบัติส่วนใหญ่อยู่แล้วและในสถานการณ์ปัจจุบันยังมีความเหมาะสมกับบริบทธุรกิจของบริษัทอยู่ สำหรับการนำแนวทาง CG Code จำนวน 8 หลัก ไปปรับใช้ ต่อไปนั้น บริษัทจะพิจารณาทบทวนเป็นประจำทุกปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อปรับปรุงพัฒนาให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมกับบริษัทต่อไป

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ในปี 2568 บริษัทได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัทเป็นการล่วงหน้าก่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 ปรากฏว่าไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอบุคคลใดเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนซึ่งไม่รวมกรรมการที่ได้รับเสนอชื่อได้พิจารณาตามหลักเกณฑ์และกระบวนการที่บริษัทกำหนด และมีความเห็นว่ากรรมการที่พ้นตำแหน่งตามวาระดังกล่าวเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเป็นผู้มีพื้นฐานความเชี่ยวชาญจากหลากหลายวิชาชีพ มีคุณสมบัติเหมาะสมกับการประกอบธุรกิจของบริษัท และครบตามคุณสมบัติของ BOARD SKILL MATRIX รวมทั้งได้พิจารณาผลการปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่กรรมการบริษัท ทั้ง 3 ท่าน ได้ปฏิบัติงานในฐานะกรรมการบริษัทได้เป็นอย่างดีจึงเห็นควรเลือกตั้งกลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการต่ออีกวาระหนึ่ง

การสรรหาคณะกรรมการ / การพัฒนากรรมการ / การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

ข้อมูลเกี่ยวกับการสรรหาคณะกรรมการ

รายชื่อกรรมการที่หมดวาระและได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่

รายชื่อกรรมการใหม่ที่ได้รับการแต่งตั้งทดแทนกรรมการที่หมดวาระ/ลาออก

รายชื่อกรรมการใหม่ที่ได้รับการแต่งตั้ง (กรรมการที่ไม่ได้รับการแต่งตั้งเพื่อทดแทนกรรมการที่หมดวาระ/ลาออก)

การสรรหากรรมการอิสระ

หลักเกณฑ์ในการสรรหากรรมการอิสระ

1) กรรมการอิสระ

คุณสมบัติกรรมการอิสระ

นิยาม "กรรมการอิสระ" หมายถึง บุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วน และมีความเป็นอิสระตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกสท. 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 รวมทั้งคู่สมรสของบุตรของผู้บริหารผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท หรือบริษัทย่อย

- 1.4 ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการใช้วารณญาณอย่างอิสระของตนรวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระ หรือผู้บริหาร ของผู้ที่มีความ
- 1.5 สัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระความสัมพันธ์ทางธุรกิจตามวรรคหนึ่ง รวมถึงการทำรายการทางการเงินที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการการเช่าหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการหรือการให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการรับหรือให้กู้ยืม ค้ำประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สินรวมถึงพฤติการณ์อื่นทำนองเดียวกันซึ่งเป็นผลให้ผู้ขออนุญาตหรือคู่สัญญาที่มีภาระหนี้ที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ตั้งแต่ร้อยละสามของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของผู้ขออนุญาตหรือตั้งแต่ยี่สิบล้านบาทขึ้นไปแล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่าทั้งนี้ การคำนวณภาระหนี้ดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในรายการที่เกี่ยวข้องกันโดยอนุโลมแต่ในการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าวให้ไม่นับรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นในระหว่างหนึ่งปีก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบุคคลเดียวกัน
- 1.6 ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความ ขัดแย้งและไม่ใช่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระผู้บริหารหรือหุ้นส่วนผู้จัดการของสำนักงานสอบบัญชีซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งสังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ
- 1.7 ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมายหรือที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่าสองล้านบาทต่อปีจากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อยบริษัทร่วม หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทั้งนี้ในกรณีที่ผู้ให้บริการทางวิชาชีพเป็นนิติบุคคลให้รวมถึงการเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่กรรมการซึ่งไม่ใช่กรรมการอิสระผู้บริหารหรือหุ้นส่วนผู้จัดการของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนวันที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ
- 1.8 ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัทผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท
- 1.9 ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ภายหลังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นการกรรมการอิสระที่มีลักษณะเป็นไปตามวรรคหนึ่ง 1 ถึง 8 แล้วกรรมการ อิสระอาจได้รับ มอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทให้ตัดสินใจในการดำเนินกิจการของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งโดยมีการตัดสินใจในรูปแบบขององค์คณะ (collective decision) ได้
- 2) หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกกรรมการอิสระและกระบวนการสรรหา
- คณะกรรมการสรรหาพิจารณาสรรหาคัดเลือกกรรมการอิสระตามหลักเกณฑ์และคุณสมบัติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกลต.เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- ผู้บริหารระดับสูงสุด
- บริษัทมีหลักปฏิบัติการสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงสำหรับทดแทนผู้บังคับบัญชาสูงสุดของทุกหน่วยงานที่จะครบกำหนดเกษียณอายุ และผู้บริหารไม่สามารถปฏิบัติงานได้ โดยคณะกรรมการบริหารได้มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคคลที่จะได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้บริหารตามเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้
- 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 การบริหารงานในบริษัทได้ อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 2.7 เป็นผู้ได้รับการยอมรับนับถือ ศรัทธา และเชื่อมั่น จากกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมทั้งบุคคลในวงการธุรกิจและบุคคลทั่วไป

ความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการให้บริการทางวิชาชีพของกรรมการอิสระในรอบปีที่ผ่านมา

ความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการให้บริการทางวิชาชีพ ของ : ไม่มี
กรรมการอิสระในรอบปีที่ผ่านมา

การสรรหากรรมการและผู้บริหารระดับสูงสุด

วิธีการสรรหากรรมการและผู้บริหารระดับสูงสุด

- วิธีการสรรหาบุคคลที่จะแต่งตั้งเป็นกรรมการ : ใช่
ผ่านคณะกรรมการสรรหาหรือไม่
- วิธีการสรรหาบุคคลที่จะแต่งตั้งเป็นผู้บริหารระดับสูงสุด : ใช่
ผ่านคณะกรรมการสรรหาหรือไม่

จำนวนกรรมการที่มาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่

- จำนวนกรรมการที่มาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ : 9
แต่ละกลุ่มในรอบปีที่ผ่านมา (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 : วิธีที่ผู้ถือหุ้นสามารถแบ่งคะแนนเสียงของตนในการเลือกตั้งกรรมการ เพื่อให้ผู้ใดมากที่สุดตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด (Cumulative voting), วิธีการแต่งตั้งกรรมการแต่ละรายต้องได้รับคะแนนเสียงเห็นชอบเกินกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน

การกำหนดคุณสมบัติในการสรรหากรรมการบริษัท

รายละเอียดการกำหนดคุณสมบัติในการสรรหากรรมการบริษัท

ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนากรรมการ

การพัฒนากรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

รายละเอียดการพัฒนากรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) <ul style="list-style-type: none"> • 2546: Director Accreditation Program (DAP) • 2546: Director Leadership Certification Program (DLCP) อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • 2568: ยกระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนตามมาตรฐาน • 2551: Role of Compensation Committee (RCC)
2. นาง จำเนียร โชควัฒนา (รองประธานกรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) <ul style="list-style-type: none"> • 2546: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • 2568: ยกระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนตามมาตรฐาน
3. นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) <ul style="list-style-type: none"> • 2548: Director Accreditation Program (DAP) • 2548: Director Certification Program (DCP) อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • 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 Boards Perspective on Risk and Compliance

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) <ul style="list-style-type: none"> • 2559: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • 2568: TLCA CFO CPD 2025 ครั้งที่ 1,2,4 • 2567: TLCA CFO CPD 2024 ครั้งที่ 1,7,8
5. นาย สุขสันต์ เพ็องฤทธิ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) <ul style="list-style-type: none"> • 2546: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> • 2568: SET Carbon: Digital Solution for Sustainable Business • 2567: SET ESG Professionals Forum 2024 : Innovative and Adaptive Governance : Leading Board Excellence
7. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ (กรรมการ)	เข้าร่วม	อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • 2568: บทบาทของคณะกรรมการท่ามกลางความท้าทาย ในการกำกับดูแล เพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา (กรรมการ)	เข้าร่วม	<p>Thai Institute of Directors (IOD)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2546: Director Accreditation Program (DAP) <p>อื่น ๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2568: บทบาทของคณะกรรมการท่ามกลางความท้าทาย ในการกำกับดูแล เพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม • 2567: SET ESG Professionals Forum 2024 : Innovative and Adaptive Governance : Leading Board Excellence • 2567: การออกแบบระบบควบคุมภายในที่ดีให้แก่องค์กร • 2567: เจาะลึกมาตรฐานบัญชีทางด้านสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	<p>อื่น ๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 ซึ่งครอบคลุมบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และการปฏิบัติงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยดำเนินการประเมินปีละ 1 ครั้ง ในช่วงปลายเดือนธันวาคมของทุกปี จากนั้นเลขานุการบริษัทจะรวบรวมและจัดทำรายงานสรุปผลคะแนนเพื่อนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทรับทราบในปีถัดไป

สำหรับผลการประเมินตนเองประจำปี 2568 ได้มีการนำเสนอในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2569 โดยผลการประเมินทั้งในระดับคณะและรายบุคคลอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้ บริษัทได้จัดเก็บผลการประเมินดังกล่าวไว้เป็นหลักฐานโดยเลขานุการบริษัท

การประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทได้จัดให้มีการประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยใช้หลักเกณฑ์และแนวทางการประเมินตามที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด ซึ่งครอบคลุมด้านโครงสร้าง องค์กรประกอบ คุณสมบัติ และประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อย

ในการดำเนินการ เลขานุการบริษัทจะจัดส่งแบบประเมินให้กรรมการในแต่ละคณะเป็นผู้ประเมินตนเอง และรวบรวมผลการประเมินเพื่อนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทรับทราบ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ในปี 2568 ผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะ ทั้งในระดับคณะและรายบุคคลอยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านดิจิทัลของกรรมการ และการเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง

ตารางสรุปผลการประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท ประจำปี 2568

หัวข้อการประเมิน	ขอบเขตการประเมิน	วิธีการประเมิน	ความถี่	ผลการประเมิน	แนวทางพัฒนา
คณะกรรมการบริษัท (ทั้งคณะ)	บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ และการกำกับดูแลกิจการที่ดี	ประเมินตนเอง (Self-Assessment)	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เสริมทักษะด้านดิจิทัล และพัฒนาความรู้ต่อเนื่อง
คณะกรรมการบริษัท (รายบุคคล)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานรายบุคคล การมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบต่อ	ประเมินตนเองรายบุคคล	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เพิ่มการพัฒนาทักษะเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้อง
คณะกรรมการตรวจสอบ	โครงสร้าง องค์กรประกอบ และประสิทธิภาพการกำกับดูแล	ประเมินตนเอง	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เสริมองค์ความรู้ด้านกฎระเบียบและการกำกับดูแล
คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	ความเหมาะสมของโครงสร้างค่าตอบแทน และการสรรหาบุคลากร	ประเมินตนเอง	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	พัฒนาแนวทาง Benchmark และ Talent Management
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน	การกำกับดูแลกิจการ และการขับเคลื่อน ESG	ประเมินตนเอง	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เพิ่มความรู้ด้าน ESG และแนวโน้มความยั่งยืน
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	การกำหนดและติดตามความเสี่ยงขององค์กร	ประเมินตนเอง	ปีละ 1 ครั้ง	อยู่ในเกณฑ์ดี	เสริมความรู้ด้าน Risk Analytics และเครื่องมือใหม่

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 (ถ้าเฉลี่ย)	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. บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการมี 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 และความรับผิดชอบของกรรมการมี 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 คณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยใช้แนวทางการประเมินของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยหลักเกณฑ์

- (1) โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ
- (2) การประชุมของคณะกรรมการ
- (3) บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

โดยการประเมินดังกล่าว เลขานุการบริษัทจะจัดส่งแบบประเมินให้กับกรรมการแต่ละคณะเป็นผู้ทำการประเมินและจัดส่งผลการประเมินกลับมายังบริษัท เพื่อรวบรวมและรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทเพื่อรับทราบและนำผลการประเมินไปพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานที่ของกรรมการชุดย่อยต่อไป ในปี 2568 ผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยทุกชุด อยู่ในเกณฑ์ที่ดี

เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง

เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ : ไม่มี
ของผู้บริหารระดับสูง

ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าร่วมประชุมและการจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล

การเข้าร่วมประชุมและการจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

จำนวนการประชุมของคณะกรรมการบริษัท ในรอบปีที่ผ่านมา : 5
(ครั้ง)

การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) : 29 เม.ย. 2568

การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น (EGM) : ไม่มี

รายละเอียดการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อคณะกรรมการ	การเข้าประชุมคณะกรรมการบริษัท			การเข้าประชุม AGM			การเข้าประชุม EGM		
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)
1. นาย บุญปรกรณ์ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ)	3	/	5	0	/	1		/	
2. นาง จำเนียร โชควัฒนา (รองประธานกรรมการ)	5	/	5	1	/	1		/	
3. นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการ)	5	/	5	1	/	1		/	
4. นางสาว วรวรรณ โชควัฒนา (กรรมการ)	5	/	5	1	/	1		/	
5. นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5	/	5	1	/	1		/	
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5	/	5	1	/	1		/	
7. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ (กรรมการ)	5	/	5	1	/	1		/	
8. นางสาว สำอางค์ จันทริมา (กรรมการ)	5	/	5	1	/	1		/	
9. ดร. กวีพงษ์ หิรัญกุล (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5	/	5	1	/	1		/	

รายละเอียดการสรุปสัดส่วนการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อกรรมการ	อัตราการเข้าประชุมคณะกรรมการบริษัท	อัตราการเข้าประชุม AGM	อัตราการเข้าประชุม EGM
1. นาย บุญปกรณ์ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ)	3/5 (60.00%)	0/1 (0.00%)	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 เพ็องฤทธิ์ (กรรมการ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
6. นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (กรรมการ)	5/5 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
7. นาง พัชรินทร์ ตริกุลกิตติพันธ์ (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)	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 ความรับผิดชอบในการ ปฏิบัติในหน้าที่ของกรรมการ

คำตอบแทนอื่นๆ สำหรับกรรมการบริหารและผู้บริหาร

บริษัท จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ แก่พนักงานที่เป็นสมาชิกในอัตรา 2 %

คำตอบแทนของคณะกรรมการ (2)

รายละเอียดคำตอบแทนของกรรมการแต่ละรายบุคคลในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				คำตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	คำตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	คำตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
1. นาย บุญปกรณ์ 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 (ประธานคณะกรรมการชุดย่อย)	4,000.00	3,500.00	7,500.00	-	
สรรหาและกำหนดคำตอบแทน (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

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				ค่าตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
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	-	
5. นาย สุขสันต์ เฟื่องฤทธิ์ (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 (กรรมการชุดย่อย)	3,000.00	5,000.00	8,000.00	-	
บรรษัทภิบาลและความยั่งยืน (กรรมการชุดย่อย)	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 (ประธานคณะกรรมการชุดย่อย)	4,000.00	10,000.00	14,000.00	-	
7. นาง พัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ (กรรมการ)			105,000.00		N/A

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				ค่าตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของ บริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
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	-	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	N/A	N/A	N/A	-	
9. ดร. กวีพงษ์ ธีรฤทธิ (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 (ประธานคณะกรรมการชุดย่อย)	4,000.00	5,000.00	9,000.00	-	
สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (กรรมการชุดย่อย)	3,000.00	5,000.00	8,000.00	-	

รายละเอียดสรุปค่าตอบแทนแต่ละรายคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อคณะกรรมการ	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	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

รายชื่อคณะกรรมการ	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)
3. คณะกรรมการบริหาร	0.00	0.00	0.00
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

รายละเอียดสรุปค่าตอบแทนของคณะกรรมการ

	2566	2567	2568
ค่าเบี้ยประชุมต่อปี (บาท)	223,500.00	221,000.00	215,000.00
ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่น ๆ (บาท)	1,380,000.00	1,290,000.00	1,270,000.00
รวม (บาท)	1,603,500.00	1,511,000.00	1,485,000.00

หมายเหตุ: (2) บริษัทได้จ่ายค่าตอบแทนเลขานุการคณะกรรมการบริษัทเพิ่มเติมจากรายละเอียดค่าตอบแทนกรรมการดังนี้ 1. นายอดุลย์ ศรีมาตี ตำแหน่ง เลขานุการบริษัทและเลขานุการคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน มีดังนี้ ค่าเบี้ยประชุม คณะกรรมการจำนวน 15,000 บาท ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินจำนวน 60,000 บาท ค่าเบี้ยประชุม เลขานุการคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนจำนวน จำนวน 3,000 บาท ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน จำนวน 10,000 บาท 2. นางสาวสัจฉา จันทริมา ตำแหน่ง เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ ค่าเบี้ยประชุม จำนวน 15,000 บาท ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน จำนวน 90,000 บาท ทั้งนี้ ค่าตอบแทนและเบี้ยประชุมที่นำรวมบันทึกในค่าตอบแทนแต่ละรายในคณะกรรมการที่ไม่ได้เป็นกรรมการ ตำแหน่งเลขานุการ คณะกรรมการสรรหา/ค่าตอบแทน คือ นางพัชรินทร์ ตรีฤกษ์ดิทัศน์ และตำแหน่งเลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คือ นส.สัจฉา จันทริมา

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้ำจ่ายของกรรมการบริษัท

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้ำจ่าย ของกรรมการบริษัทใน : 0.00
รอบปีที่ผ่านมา
(บาท)

ข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

การกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

กลไกการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมหรือไม่ : มี
กลไกการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม : มี
กลไกในการกำกับดูแลการจัดการและ รับผิดชอบการดำเนินงาน : การเปิดเผยข้อมูลฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน, การทำงานในบริษัทย่อยและ บริษัทร่วมที่อนุมัติโดยคณะกรรมการ รายการระหว่างบริษัทกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

การกำกับดูแลการจัดการและความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยมุ่งเน้นให้มีระบบการบริหารจัดการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับทิศทางทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ณ ปัจจุบัน บริษัทมีบริษัทร่วมจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ บริษัท นิวพลัสสินิตตั้ง 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 และความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของบริษัทในบริษัทร่วมอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถกำกับดูแลและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

3. การกำกับดูแลการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูล

บริษัทกำหนดแนวทางให้บริษัทร่วมดำเนินการตามหลักเกณฑ์เดียวกับบริษัทในเรื่องที่สำคัญ ได้แก่ การจัดทำและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและผลการดำเนินงาน การเข้าทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ รวมถึงการทำรายการสำคัญอื่น ๆ โดยต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล และนโยบายของบริษัทอย่างเคร่งครัด

นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทร่วมอย่างสม่ำเสมอ ผ่านรายงานผลการดำเนินงานและการประชุมร่วมกัน เพื่อให้สามารถบริหารความเสี่ยงและสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

สรุปโครงสร้างและกลไกการกำกับดูแลบริษัทร่วม

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อบริษัทรวม	บริษัท นิเวศน์นิติตั้ง จำกัด (มหาชน)
ลักษณะความสัมพันธ์	บริษัทรวมของบริษัท
แนวทางการกำกับดูแล	กำกับดูแลให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัท
การกำหนดนโยบายสำคัญ	คณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ แผนธุรกิจ และนโยบายสำคัญของบริษัทรวม
การแต่งตั้งกรรมการ/ผู้บริหาร	แต่งตั้งหรือเสนอชื่อบุคคลเข้าเป็นกรรมการหรือผู้บริหารตามสัดส่วนการถือหุ้นหรือข้อตกลง โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท
บทบาทตัวแทนบริษัท	กรรมการ/ผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของบริษัทมีหน้าที่กำกับดูแล ติดตาม และรายงานผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท
ขอบเขตอำนาจหน้าที่	กำหนดอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของตัวแทนบริษัทในบริษัทรวมอย่างชัดเจน
การกำกับดูแลรายการสำคัญ	กำหนดให้การทำรายการที่สำคัญ เช่น รายการที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ เป็นไปตามหลักเกณฑ์เดียวกับบริษัท
การเปิดเผยข้อมูล	บริษัทรวมต้องจัดทำและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและผลการดำเนินงานอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และทันเวลา ตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
การติดตามผลการดำเนินงาน	บริษัทติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทรวมอย่างสม่ำเสมอ ผ่านรายงานและการประชุม เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย
การบริหารความเสี่ยง	มีการติดตามและประเมินความเสี่ยงของบริษัทรวม เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายบริหารความเสี่ยงของบริษัท

การเปิดเผยข้อตกลงระหว่างบริษัทกับผู้ถือหุ้นในการบริหารจัดการบริษัทย่อยและบริษัทรวม (Shareholders agreement)

ไม่มี

ข้อมูลเกี่ยวกับการติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

การดำเนินงานในเรื่องการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมาหรือไม่

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 บริษัทได้กำหนดแนวทางในการเฝ้าระวังและควบคุมการเข้าถึงข้อมูลภายในเป็นลายลักษณ์อักษร โดยจำกัดการเข้าถึงเฉพาะผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต้องใช้ข้อมูลดังกล่าว และจะเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้บริหารหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในเวลาเดียวกับการเปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อป้องกันการใช้ข้อมูลอย่างไม่เป็นธรรม

3) การกำกับดูแลรายการที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทมีมาตรการในการพิจารณาอนุมัติการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างรอบคอบ โดยกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ เช่น ลักษณะความสัมพันธ์ มูลค่ารายการ ความเห็นของกรรมการอิสระ และข้อมูลอื่นที่จำเป็น เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทและ/หรือผู้ถือหุ้นสามารถพิจารณาตัดสินใจได้อย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้กรรมการหรือผู้บริหารที่มีส่วนได้เสีย หรือมีความเกี่ยวข้องกับรายการดังกล่าว ต้องไม่เข้าร่วมในการพิจารณาหรือลงมติในเรื่องนั้น

4) การติดตามและผลการดำเนินงาน

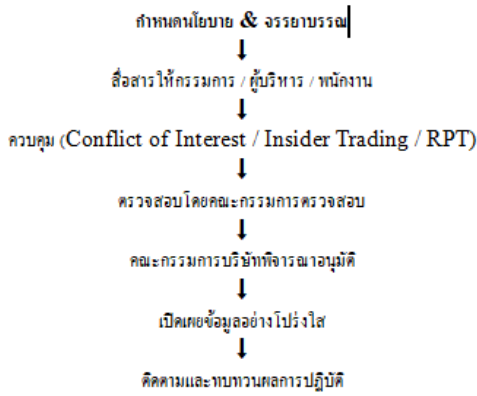
บริษัทมีการติดตามและทบทวนการปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรทุกระดับปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

ในปีที่ผ่านมา บริษัทไม่พบกรณีที่กรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานมีการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วงระยะเวลาที่กำหนดให้งดการซื้อขายแต่อย่างใด

สรุปมาตรการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการใช้ข้อมูลภายใน

หัวข้อ	มาตรการ / แนวปฏิบัติ	ผู้รับผิดชอบ	กลไกควบคุม	ผลการดำเนินงาน
ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	ให้คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณารายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ / คณะกรรมการบริษัท	เปิดเผยเหตุผล ความจำเป็น และความเห็นที่แตกต่าง (ถ้ามี)	ไม่พบประเด็นที่มีนัยสำคัญ
	กรรมการที่มีส่วนได้เสียไม่มีสิทธิออกเสียงและไม่เข้าร่วมพิจารณา	คณะกรรมการบริษัท	บันทึกการประชุมและการงดออกเสียง	ปฏิบัติครบถ้วน
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	ปฏิบัติครบถ้วน
การเปิดเผยข้อมูลและรายการเกี่ยวโยงกัน	เปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างครบถ้วน	บริษัท	ความเห็นกรรมการอิสระ / การเปิดเผยข้อมูล	โปร่งใส ตรวจสอบได้
	กรรมการ/ผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียไม่เข้าร่วมพิจารณา	คณะกรรมการบริษัท	กลไกงดออกเสียง	ปฏิบัติครบถ้วน
การควบคุมข้อมูลภายใน	กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะผู้เกี่ยวข้อง	บริษัท	นโยบายควบคุมข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร	มีการควบคุมอย่างเหมาะสม
	เปิดเผยข้อมูลให้ผู้เกี่ยวข้องพร้อมทั้งสาธารณชน	บริษัท	ลดความได้เปรียบด้านข้อมูล	ปฏิบัติสม่ำเสมอ
การติดตามผล	ติดตามและทบทวนการปฏิบัติตามนโยบาย	บริษัท	รายงานและการกำกับดูแลภายใน	ไม่พบการกระทำผิด

Flow การกำกับดูแล (Infographic)



3) การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล โดยยึดถือความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยบริษัทได้กำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ในหมวดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับรับทราบและยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน นอกจากนี้ บริษัทได้นำแนวทางและมาตรการของโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition: CAC) มาใช้เป็นกรอบในการดำเนินงาน เพื่อยกระดับมาตรฐานการป้องกันการทุจริตให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดี บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต โดยผู้บริหารและพนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมและการอบรมที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ยอมรับการทุจริตในทุกรูปแบบ ตลอดจนระยะเวลาที่ผ่านมา 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

หากพบว่ามีกรณีการกระทำผิดจริง บริษัทจะพิจารณาดำเนินการทางวินัยและ/หรือทางกฎหมายตามความเหมาะสม

มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

บริษัทให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยกำหนดมาตรการ ดังนี้

- ผู้ร้องเรียนสามารถเลือกไม่เปิดเผยตัวตนได้
- ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับอย่างเคร่งครัด
- ผู้ร้องเรียนจะได้รับการคุ้มครองจากการถูกตอบโต้หรือการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม

การติดตามและผลการดำเนินงาน

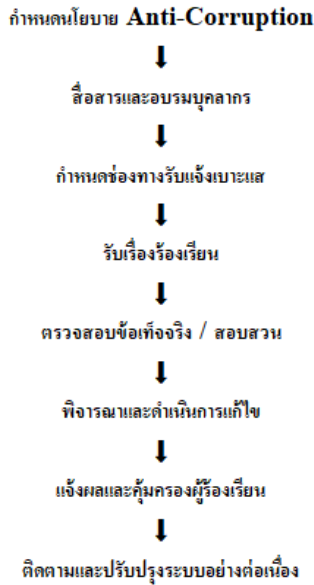
บริษัทมีการติดตามผลการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าข้อร้องเรียนได้รับการพิจารณาและแก้ไขอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ

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

การป้องกันการใช้อข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

การดำเนินงานในเรื่องการป้องกันการใช้อข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการป้องกันการใช้อข้อมูลภายใน : ไม่มี / อยู่ระหว่างดำเนินการ เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมาหรือไม่

การกำกับดูแลการใช้อข้อมูลภายใน

บริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลการใช้อข้อมูลภายใน โดยได้กำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ และมาตรการควบคุมอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันมิให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานนำข้อมูลภายในไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน โดยเฉพาะการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท อันอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

1) การติดตามการรายงานการซื้อขายหลักทรัพย์

บริษัทกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารต้องรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทให้เป็นไปตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 โดยต้องรายงานต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ภายในระยะเวลา 3 วันทำการนับแต่วันที่มีการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ กรรมการและผู้บริหารต้องแจ้งให้เลขานุการบริษัททราบ เพื่อให้บริษัทสามารถจัดทำบันทึกการเปลี่ยนแปลงและรายงานสรุปการถือครองหลักทรัพย์ต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทในการประชุมครั้งถัดไป เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้

2) การห้ามใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตัว

บริษัทได้กำหนดมาตรการห้ามกรรมการและผู้บริหารใช้ข้อมูลภายในที่มีนัยสำคัญต่อราคาหลักทรัพย์เพื่อการซื้อขาย โดยกำหนดช่วงระยะเวลาห้ามซื้อขาย (Blackout Period) เป็นเวลา 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินหรือข้อมูลสำคัญต่อสาธารณชน และห้ามทำการซื้อขายจนกว่าจะพ้นระยะเวลายาวนาน้อย 24 ชั่วโมงภายหลังจากการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว

ทั้งนี้ หากพบการฝ่าฝืน บริษัทมีมาตรการลงโทษตามลำดับความร้ายแรง ได้แก่ การดักเตือน การตัดค่าจ้าง การพักงานโดยไม่รับค่าจ้าง หรือการเลิกจ้าง รวมถึงการดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3) การปฏิบัติตามนโยบายในปีที่ผ่านมา

ในปีที่ผ่านมา บริษัทไม่พบกรณีการซื้อขายหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหารในช่วงระยะเวลาที่กำหนดให้งดการซื้อขายตามนโยบายของบริษัท ซึ่งสะท้อนถึงการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดและมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทได้เริ่มนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการรายงานและติดตามการถือครองหลักทรัพย์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง และความรวดเร็วในการกำกับดูแล

4) การกำกับดูแลและการรับรอง

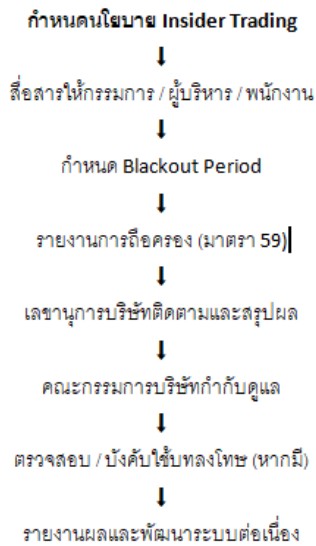
มาตรการและแนวปฏิบัติดังกล่าวได้รับการพิจารณาและรับรองจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี กฎหมาย และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

บริษัทมุ่งมั่นในการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลในทางที่ไม่เหมาะสม และเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนในระยะยาว

สรุปมาตรการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน

หัวข้อ	รายละเอียด
นโยบาย	กำหนดนโยบายห้ามใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ส่วนตน โดยเฉพาะการซื้อขายหลักทรัพย์
ผู้ที่เกี่ยวข้อง	กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เข้าถึงข้อมูลภายใน
การรายงานการถือครองหลักทรัพย์	รายงานตามมาตรา 59 ต.อ.ก.ล.ด. ภายใน 3 วันทำการ และแจ้งเลขานุการบริษัท
การติดตาม	เลขานุการบริษัทจัดทำสรุปรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองเสนอคณะกรรมการ
ช่วงห้ามซื้อขาย (Blackout Period)	ห้ามซื้อขาย 1 เดือนก่อนเปิดเผยงบการเงิน และอย่างน้อย 24 ชั่วโมงหลังเปิดเผยข้อมูล
การควบคุมข้อมูล	จำกัดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะผู้เกี่ยวข้อง และเปิดเผยข้อมูลพร้อมสาธารณชน
บทลงโทษ	ดักเตือน / 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 ทุจริตคอร์รัปชันใน : ไม่มี / อยู่ระหว่างดำเนินการ
รอบปีที่ผ่านมาหรือไม่

การดำเนินงานด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร และสื่อสารให้ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับรับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้

บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมภายในที่ครอบคลุมการป้องกันการทุจริตในทุกกระบวนการที่สำคัญ อาทิ การกำหนดอำนาจอนุมัติอย่างเหมาะสม การแบ่งแยกหน้าที่ (Segregation of Duties) การควบคุมการเข้าถึงข้อมูล การกำหนดแนวปฏิบัติในการทำการค้าที่เกี่ยวข้องกัน 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 รวมถึงส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับการทุจริตในทุกรูปแบบ

มาตรการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันกับระบบควบคุมภายใน

องค์ประกอบการควบคุมภายใน	มาตรการด้าน Anti-Corruption	แนวปฏิบัติ / เครื่องมือ	ผลการดำเนินงาน
1. สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment)	กำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันและจรรยาบรรณธุรกิจ	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 ในรอบปีที่ผ่านมา : มี
มาหรือไม่

การแจ้งเบาะแสและการรับข้อร้องเรียน

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: นางสาวสำอางค์ จันทริมา (เลขาธิการคณะกรรมการตรวจสอบ) หรือ นายอศุลย์ 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

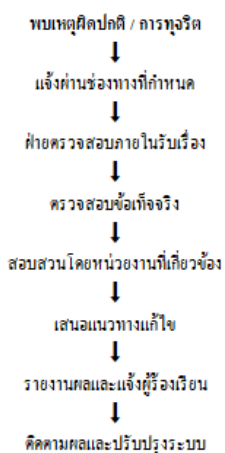
ทั้งนี้ ข้อร้องเรียนที่ได้รับจะถูกพิจารณาและดำเนินการตามกระบวนการที่กำหนด โดยมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และเป็นอิสระ พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินการต่อผู้เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

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
--	------	------	------

	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 รวมถึงจัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้ร้องเรียน

ในปีที่ผ่านมา ไม่พบกรณีการทุจริตคอร์รัปชัน

6) การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทกำหนดมาตรการในการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำกับดูแลการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันอย่างโปร่งใส โดยให้กรรมการและผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียไม่มีส่วนร่วมในการพิจารณา

ในปีที่ผ่านมา การดำเนินการเป็นไปตามหลักเกณฑ์และไม่พบประเด็นที่มีนัยสำคัญ

7) การกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทมีมาตรการควบคุมการใช้ข้อมูลภายในอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดช่วงเวลาห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ (Blackout Period) และการรายงานการถือครองหลักทรัพย์ตามกฎหมาย

ในปีที่ผ่านมา ไม่พบการฝ่าฝืนนโยบายดังกล่าว

จากการติดตามผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทเห็นว่า การปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 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	ส่งเสริมความปลอดภัยและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ตรวจสอบสถานที่ทำงานและปรับปรุงต่อเนื่อง	ไม่พบเหตุการณ์ร้ายแรง
ความปลอดภัยของข้อมูล	ควบคุมการเข้าถึงและป้องกันข้อมูลรั่วไหล	ใช้มาตรการ IT และ PDPA	ไม่พบการละเมิดข้อมูล
ต่อต้านคอร์รัปชัน	นโยบาย Anti-Corruption และแนวทาง CAC	สื่อสารนโยบายและติดตามผล	ไม่พบกรณีทุจริต
แจ้งเบาะแส (Whistleblowing)	มีช่องทางร้องเรียนและคุ้มครองผู้แจ้ง	รับเรื่องและติดตามผลอย่างเป็นระบบ	ไม่พบข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญ
ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	กำกับดูแลรายการที่เกี่ยวข้องกัน	กรรมการที่มีส่วนได้เสียได้ออกเสียง	ปฏิบัติถูกต้อง
การใช้ข้อมูลภายใน	กำหนด Blackout Period และรายงานหุ้น	ติดตามผ่านระบบและเลขานุการบริษัท	ไม่พบการฝ่าฝืน
ระบบควบคุมภายใน	ประเมินตาม COSO (5 องค์ประกอบ 17 หลักการ)	คณะกรรมการตรวจสอบประเมินประจำปี	ระบบเพียงพอและมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลเกี่ยวกับการรายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบในรอบปีที่ผ่านมา

การเข้าประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ

การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ (ครั้ง) : 5

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1 นาย พิรัชชัย ประกอบทรัพย์ (ประธานกรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
2 นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ (กรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
3 ดร. กวีพงษ์ หิรัญกลี (กรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย				(100.00%)

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่หลากหลายในด้านบัญชี การเงิน เศรษฐศาสตร์ นิติศาสตร์ และการบริหารธุรกิจ ได้แก่

- นายพิรัชชัย ประกอบทรัพย์ ประธานกรรมการตรวจสอบ
- นายสุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ กรรมการตรวจสอบ
- นายกวีพงษ์ หิรัญกลี กรรมการตรวจสอบ

โดยมีนางสาวสำอางค์ 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
นายพีรชัช ปรกอบทรัพย์	ประธานกรรมการตรวจสอบ	5/5	100%
นายสุชสันต์ เพ็องฤทธิ์	กรรมการตรวจสอบ	5/5	100%
นายกวีพงษ์ หิรัญกุลิ	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

ข้อมูลเกี่ยวกับการสรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

การเข้าประชุมและผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหาร

การประชุมคณะกรรมการบริหาร (ครั้ง) : 12

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหาร			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหาร			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1 นาย บุญปกรณ์ 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 ตรีกุลกิตติพันธ์ (กรรมการบริหาร)	12	/	12	12/12 (100.00%)
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย				(96.67%)

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารของบริษัท นิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด ซึ่งดำเนินการในฐานะฝ่ายจัดการเพื่อปฏิบัติหน้าที่บริหารจัดการกิจการของบริษัทที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ได้ดำเนินการประชุมและปฏิบัติงานตามกรอบกฎบัตรของคณะกรรมการบริหาร 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 คณะกรรมการบริหารได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรโดยการลงทุนในทรัพยากรบุคคลผ่านการฝึก อบรมและพัฒนาทักษะใหม่ๆ ให้กับพนักงาน เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานและการเติบโตขององค์กรในระยะยาว

6.การจัดทำแผนธุรกิจและการบริหารจัดการทรัพยากร การประชุมของคณะกรรมการยังคงมุ่งเน้นการจัดทำแผนธุรกิจที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจและความต้องการของตลาด โดยมีการบริหารจัดการทรัพยากรต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างยั่งยืน

7.ดูแลการตรวจสอบการจัด

ทำรายงานทางการเงินเพื่อให้ผู้สอบบัญชีทำการตรวจสอบหรือสอบทานเป็นประจำทุกไตรมาสและทุกปีคณะกรรมการมีหน้าที่ในการดูแลและดูแลเพื่อให้ผู้สอบบัญชีสามารถดำเนินการตรวจสอบหรือสอบทานรายงานดังกล่าว ได้อย่างเป็นประจำทั้งในระดับไตรมาสและประจำปี โดยการตรวจสอบนี้มีจุดประสงค์เพื่อให้มั่นใจว่ารายงานทางการเงินสะท้อนถึงสถานะทางการเงินและผลการ

ดำเนินงานขององค์กรอย่างถูกต้องและโปร่งใส รวมถึงการปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

8.การดำเนินโครงการประหยัดพลังงานและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริหาร ออกเป็นมาตรการประหยัดพลังงาน เริ่มในวันที่ 15 ตุลาคม 2567 เพื่อให้พนักงานทุก คนตระหนักในการลดการใช้พลังงานและทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากร อย่างคุ้มค่าและลดการสูญเสียพลังงานหรือวัสดุต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากการประชุมทั้งหมด 12 ครั้ง คณะกรรมการบริหารได้ดำเนินการตามแผนงานที่ได้รับมอบหมาย โดยการประชุมที่จัดขึ้นในแต่ละครั้งได้มีการ อภิปราย วิเคราะห์ และตัดสินใจประเด็นสำคัญต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจและการเสริมสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท นอกจากนี้ คณะกรรมการยังให้ความสำคัญในการติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

การเข้าประชุมของสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

การประชุมสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ครั้ง) : 2

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1 นาย พีรัชชัย ประกอบทรัพย์ (ประธานคณะกรรมการชุดย่อย, 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

- นายพีรัชชัย ประกอบทรัพย์ ประธานกรรมการ (กรรมการอิสระ)
- ดร.กวีพงษ์ หิรัญกุลิ กรรมการ (กรรมการอิสระ)
- นายพิภพ โชควัฒนา กรรมการ
- นางพัชรินทร์ ตรีกุลกิตติพันธ์ เลขานุการคณะกรรมการ

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 เพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริษัทและ/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 โดยไม่พบประเด็นที่มิใช่สำคัญเกี่ยวกับความไม่เหมาะสมของค่าตอบแทนในปีที่ผ่านมา

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
นายพีรชัช ปรกอบทรัพย์	ประธานกรรมการ (อิสระ)	2/2	100%
ดร.กวีพงษ์ ธีรฤกษ์	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 (ประธานคณะกรรมการชุดย่อย)	2	/	2	2/2 (100.00%)
2 นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ (กรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2/2 (100.00%)
3 นางสาว วรวรรณ 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)
- นางสาววรวรรณ 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%
นางสาววรวรรณ โชควัฒนา	กรรมการ	2/2	100%

ผลการปฏิบัติหน้าที่ที่สำคัญ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎบัตร โดยครอบคลุมกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ (Enterprise Risk Management: ERM) ดังนี้

1) การระบุความเสี่ยง (Risk Identification)

บริษัทได้ดำเนินการระบุความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ 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 15 (ต่ำมากถึงสูงมาก) และนำมาคำนวณเป็น ระดับความเสี่ยง (Risk Exposure / Risk Score) ตามสูตร: $Risk\ Score = Probability \times Impact$

ผลลัพธ์ที่ได้จะถูกนำมาใช้ในการจัดกลุ่มระดับความเสี่ยง เช่น

- 2225 = ความเสี่ยงระดับสูงมาก (Very High)
- 1621 = ความเสี่ยงระดับสูง (High)
- 515 = ความเสี่ยงระดับปานกลาง (Medium)
- 14 = 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) : ฝ้าระวังและควบคุมตามมาตรฐาน
- 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
2025	สูงมาก	ต้องจัดการทันที
1519	สูง	จัดทำแผนและติดตามใกล้ชิด
814	ปานกลาง	ควบคุมและติดตาม
47	ต่ำ	เฝ้าระวัง
13	ต่ำมาก	ยอมรับได้

สรุปความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัท(Risk Register) สำหรับการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้า

หมวดความเสี่ยง	ความเสี่ยง	Likelihood	Impact	Risk Score	ระดับ	แนวทางการจัดการ
กลยุทธ์	เทรนด์แฟชั่นเปลี่ยนแปลงเร็ว	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 เพื่อให้ประกอบการตัดสินใจและการวางแผนเชิงกลยุทธ์

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 โดยมี กรรมการและกรรมการอิสระร่วมกำกับดูแล
รายชื่อกรรมการ	1) นายพิภพ โชควัฒนา (ประธานกรรมการ) 2) นายสุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ (กรรมการอิสระ) 3) นางสาววรรรณ 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 หิรัญกุลิ (ประธานคณะกรรมการชดเชย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2/2 (100.00%)
2 นาย สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ (กรรมการชดเชย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2/2 (100.00%)
3 นาย พิภพ โชควัฒนา (กรรมการชดเชย)	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 หิรัญกุลิ ประธานคณะกรรมการ (กรรมการอิสระ)
2. สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ์ กรรมการ (กรรมการอิสระ)
3. พิภพ โชควัฒนา กรรมการ
4. อุดุลย์ ศรีมาตี เลขานุการคณะกรรมการ

การประชุม

ในปี 2568 คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนมีการประชุมจำนวน 2 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านเข้าร่วมประชุมครบถ้วนทุกครั้ง คิดเป็นอัตราการเข้าร่วมประชุมร้อยละ 100

สถิติการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน ปี 2568

ในปี 2568 คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 2 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง คิดเป็นอัตราการเข้าร่วมประชุมร้อยละ 100 รายละเอียดดังนี้

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม	จำนวนครั้งประชุมทั้งหมด	อัตราการเข้าร่วม (%)
ดร.กวีพงษ์ ธีรฤทธิกุล	ประธานกรรมการ	2	2	100%
สุขสันต์ เพ็ญฤทธิ	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
- เสริมสร้างโปร่งใสในการดำเนินงาน และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- พัฒนาระบบการควบคุมภายในและการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ทบทวนแนวทางการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้นและสาธารณะให้ครบถ้วน ถูกต้อง และทันเวลา

การดำเนินการดังกล่าวมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

2) การดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability)

คณะกรรมการฯ ได้ทบทวนนโยบายและแนวทางด้านความยั่งยืน โดยครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ เช่น

- กำหนดแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน
- ส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
- บริหารจัดการด้านการขนส่งและการใช้เชื้อเพลิงอย่างเหมาะสม
- 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

คณะกรรมการบริษัททวิบาลและความยั่งยืนจะยังคงมุ่งมั่นพัฒนาและยกระดับการกำกับดูแลกิจการและการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยงใหม่ ๆ และการสร้าง

สมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

สรุปผลงานคณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืน (KPI & Outcome)

หมวด	เป้าหมาย (Objective) KPI		เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงาน (Outcome)	สถานะ
บริษัทภิบาล	ยกระดับการกำกับดูแลกิจการ	ทบทวนนโยบาย CG	≥ 1 ครั้ง/ปี	ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงนโยบายเรียบร้อยแล้ว	สำเร็จ
บริษัทภิบาล	ความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล	ความครบถ้วนของการเปิดเผยข้อมูล	100%	เปิดเผยข้อมูลครบถ้วนตามเกณฑ์ ก.ล.ต.	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

- ยกระดับมาตรฐาน CG สู่ระดับสากล
- บูรณาการ ESG เข้ากับกลยุทธ์องค์กร
- เตรียมความพร้อมรับความเสี่ยงและความท้าทายใหม่

การบูรณาการ ESG Risk Strategy KPI Result (Integrated Table)

มิติ ESG	ความเสี่ยง (Risk)	กลยุทธ์ (Strategy)	KPI	เป้าหมาย ปี 2568	ผลการดำเนินงาน (Result)	สถานะ
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

นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน

ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

นโยบายด้านความยั่งยืน

นโยบายด้านความยั่งยืน : มี

ภาพรวมนโยบายด้านความยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) หลักธรรมาภิบาล และจริยธรรมในการดำเนินงาน ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส และความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจจดทะเบียนรายสินค้าประเภทสิ่งทอ 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 และส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมุ่งมั่นที่จะบูรณาการหลักการด้านความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินงานในทุกระดับขององค์กร พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถติดตามและประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อสร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการสร้างความเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนของบริษัทในระยะยาวดังนี้

1. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Policy)

นโยบายบริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า (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 โดยดำเนินการผ่านการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักร และการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

- **การเพิ่มสัดส่วนการใช้วัตถุดิบที่สามารถรีไซเคิลได้:**

บริษัทตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้วัตถุดิบที่สามารถรีไซเคิลได้ให้มากขึ้นร้อยละ 50 ภายในระยะเวลา 5 ปี เพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (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 โดยมีการกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยในการทำงานอย่างเหมาะสม รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทยังมีการส่งเสริมความรู้ด้านความปลอดภัย และการป้องกันอุบัติเหตุในการทำงาน เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ

2.3 การพัฒนาศักยภาพและทักษะของพนักงาน

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนการฝึกอบรม การเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการพัฒนาทักษะด้านการบริหารและการคิดเชิงวิเคราะห์

การดำเนินการดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน สร้างโอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ และสนับสนุนการพัฒนาองค์กรให้มีความเข้มแข็งในระยะยาว

2.4 การมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อชุมชน

บริษัทให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชน โดยสนับสนุนกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม เช่น การส่งเสริมคุณภาพชีวิต การศึกษา และสิ่งแวดล้อม

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และเสริมสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย 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 ความรับผิดชอบ 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

- **การพัฒนากระบวนการควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง:**

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 เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนานโยบาย 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	การใช้ไฟฟ้าเกินจำเป็น / อุปกรณ์เสียหาย	กำหนดเวลาเปิดปิดไฟและแอร์, ปรับอุณหภูมิแอร์, ถ่างแอร์ปีละ 2 ครั้ง	% การใช้ไฟฟ้าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	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 ธรรมาภิบาล	การรายงานและตรวจสอบ	รายงานไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้อง	จัดทำรายงานประจำเดือนและ Audit ภายใน	รายงานตรวจสอบแล้ว	ผ่านการตรวจสอบตลาดหลักทรัพย์

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>

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	คณะกรรมการความเสี่ยง

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) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำหนดเส้นทางการจัดส่งสินค้าให้สั้นที่สุดและเหมาะสมที่สุด

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 \leq 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
- ตรวจสอบระบบไอเสียทุกระยะทางประมาณ 20,000/24,000 กิโลเมตร
- ตรวจสอบระดับน้ำมันเครื่องและน้ำหล่อเย็นตามระยะเวลาที่กำหนด
- 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 สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการยานพาหนะและการดำเนินมาตรการบำรุงรักษาเชิงป้องกันที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

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

- กำหนดเวลาเปิดปิดไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศภายในสำนักงานอย่างเหมาะสม
- รณรงค์ให้พนักงานปิดสวิตซ์อุปกรณ์ไฟฟ้าทุกครั้งหลังเลิกใช้งาน
- 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 โดยมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนให้มีความสำคัญภายในระยะเวลา 1015 ปี
- ส่งเสริมการใช้ยานพาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 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 และส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่มูลค่า

โดยมีแนวทางดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- ส่งเสริมการใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ 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
- **ส่งเสริมการใช้ยานพาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**
บริษัทมีแผนสนับสนุนการใช้ยานพาหนะไฟฟ้า (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 และสามารถนำกลับมารีไซเคิลหรือย่อยสลายได้เมื่อสิ้นสุดอายุการใช้งาน ซึ่งช่วยลดปริมาณของเสียและการใช้ทรัพยากรใหม่

2.1.4 ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารและส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้ให้แก่มัผู้บริโภคถึงประโยชน์ของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความยั่งยืนควบคู่กับคุณภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยตั้งเป้าหมายในการสร้างผลกระทบต่อสังคมทั้งต่อผู้บริโภค 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 มาเข้าสู่กระบวนการคัดแยกและแปรรูปเป็นเส้นใยก่อนนำมาผลิตเป็นผ้าลูกไม้ลวดลายสวยงาม ภายใต้แนวคิด Made Earth Friendly for The Good of Tomorrow สำหรับผลิตภัณฑ์คอลเล็กชัน Recycled Lace ของแบรนด์ โดยกระบวนการดังกล่าวช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่ ลดการใช้น้ำและพลังงาน รวมถึงลดปริมาณของเสียและมลพิษจากกระบวนการผลิต

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ ECO BRA ซึ่งเป็นชุดชั้นในที่ผลิตจากเส้นใยรีไซเคิล พร้อมออกแบบด้วยเทคนิค Seamless และการทอลายนูนแบบ Jacquard เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายอากาศ และเพิ่มความสบายในการสวมใส่ 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 12 (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 12 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 กระจัง และอลูมิเนียม)
- ขยะทั่วไป
- ขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้

การดำเนินการดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่และเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

เป้าหมายระยะยาว (ระยะเวลา 35 ปี)

ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัสดุอย่างยั่งยืน (Sustainable Resource Management)

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้กำหนดเป้าหมายระยะยาวในช่วง 35 ปี เพื่อยกระดับการบริหารจัดการทรัพยากรและสนับสนุนแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมุ่งพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้สามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างคุ้มค่า โดยลดการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด และส่งเสริมการใช้วัสดุทดแทนหรือวัสดุรีไซเคิลในกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน เพื่อลดการพึ่งพาทรัพยากรใหม่และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

2. การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิงและการใช้วัสดุหมุนเวียน

บริษัทส่งเสริมการพัฒนากระบวนการคัดแยกและรีไซเคิลภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ 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)

- ไม่ใช่แรงงานเด็กและแรงงานบังคับ
- 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 / พ้องร้อง	กำหนดสัญญาและเงื่อนไข

เป้าหมายระยะยาวด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม (ระยะเวลา 35 ปี)

บริษัทกำหนดเป้าหมายระยะยาวด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทมีนโยบายพัฒนาและนำกลยุทธ์ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน โดยมุ่งลดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้วัสดุทดแทนและวัสดุรีไซเคิลในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรตลอดห่วงโซ่คุณค่า

- ลดการใช้วัตถุดิบใหม่ (Virgin Material) ไม่น้อยกว่า 1520%
- เพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิลในกระบวนการผลิตเป็น ไม่น้อยกว่า 30%

2. การเพิ่มประสิทธิภาพการรีไซเคิลและการใช้วัสดุหมุนเวียน

บริษัทส่งเสริมการพัฒนาระบบการรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ และสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณของเสียจากกระบวนการผลิต และเพิ่มสัดส่วนการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- อัตราการรีไซเคิลของเสียรวม ไม่น้อยกว่า 7585%
- ลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปฝังกลบ (Landfill) ไม่น้อยกว่า 40%

3. การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการทรัพยากร

บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากร เช่น เทคโนโลยีประหยัดพลังงาน ระบบติดตามและวิเคราะห์การใช้ทรัพยากร (Resource Monitoring System) และระบบเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและลดการสูญเสีย

- ลดการใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต ไม่น้อยกว่า 1015%
- 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 23 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: $\geq 30\%$
- ปริมาณการใช้วัสดุดิบใหม่ (ตัน/ปี)
เป้าหมาย: ลดลง $\geq 15\%$

2. ด้านของเสียและการรีไซเคิล

- อัตราการรีไซเคิลของวัสดุ (%)
เป้าหมาย: $\geq 7585\%$
- ปริมาณขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ (กก./เดือน)
เป้าหมาย: ลดลง $\geq 3040\%$

3. ด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม

- การใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต
เป้าหมาย: ลดลง $\geq 1015\%$
- ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (tCO₂e)
เป้าหมาย: ลดลง $\geq 20\%$

ตารางเป้าหมายระยะยาวด้านสิ่งแวดล้อม (35 ปี)

ประเด็น	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย	ระยะเวลา	หน่วยงานรับผิดชอบ
การใช้ทรัพยากร	ลดการใช้วัตถุดิบใหม่ และเพิ่มวัสดุรีไซเคิล	สัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิล (%)	≥ 30%	35 ปี	ฝ่ายผลิต / จัดซื้อ
		ปริมาณการใช้วัตถุดิบใหม่ (ตัน/ปี)	ลด ≥ 1520%		
การจัดการของเสีย	ลดของเสียและเพิ่มการหมุนเวียน	อัตราการรีไซเคิล (%)	≥ 7585%	35 ปี	ฝ่ายโรงงาน / สิ่งแวดล้อม
		ขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิล (กก./เดือน)	ลด ≥ 3040%		
พลังงาน	เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	การใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต	ลด ≥ 1015%	35 ปี	วิศวกรรม / โรงงาน
		สัดส่วนพลังงานทดแทน (%)	≥ 25%		
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ปริมาณการปล่อย GHG (tCO ₂ e)	ลด ≥ 20%	35 ปี	สิ่งแวดล้อม / บริหาร
เทคโนโลยี	เพิ่มประสิทธิภาพด้วยระบบดิจิทัล	การติดตั้งระบบติดตามทรัพยากร	ครอบคลุม 100%	35 ปี	IT / โรงงาน
วัฒนธรรมองค์กร	สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม	พนักงานผ่านการอบรม (%)	100%	ต่อเนื่อง	HR
		จำนวนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม	≥ 3 โครงการ/ปี		
ชุมชนและสังคม	มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์	โครงการร่วมกับชุมชน	≥ 23 โครงการ/ปี	ต่อเนื่อง	CSR

ตาราง Roadmap การดำเนินงาน (35 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 (13 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 สถานประกอบการ (On-site Audit)** สำหรับซัพพลายเออร์ที่มีความเสี่ยงสูง

โดยมีการจัดระดับความเสี่ยง (Risk Classification) และจัดลำดับความสำคัญในการตรวจประเมิน เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ และครอบคลุมประเด็นสำคัญ

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 ครบคลุม
เป้าหมาย: $\geq 100\%$ ของซัพพลายเออร์หลัก
- จำนวนซัพพลายเออร์ที่ต้องจัดทำแผนปรับปรุง (CAP)
เป้าหมาย: ลดลงอย่างต่อเนื่อง
- จำนวนกิจกรรมพัฒนาซัพพลายเออร์ด้าน ESG
เป้าหมาย: ≥ 12 ครั้งต่อปี

มาตรฐาน 3. การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers)

เป้าหมายระยะสั้น (13 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 บริษัทอาจพิจารณาบทลงโทษหรือยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เพื่อบริหารความเสี่ยงขององค์กร

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 เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและยกระดับศักยภาพของซัพพลายเออร์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

● **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 การประชุมรวม การรายงานผลการดำเนินงาน และการรับฟังข้อเสนอแนะจากซัพพลายเออร์ เพื่อสร้างความโปร่งใส ความเข้าใจที่ตรงกัน และความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในระยะยาว

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

- จำนวนกิจกรรมอบรม/สัมมนาด้าน ESG สำหรับซัพพลายเออร์

เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า 12 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 12 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 (35 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. การส่งเสริมการพัฒนาความร่วมมือ (Collaborative Development)

บริษัทส่งเสริมการทำงานร่วมกับซัพพลายเออร์ในการพัฒนานวัตกรรมสินค้าและกระบวนการผลิต โดย

- ร่วมพัฒนาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดของเสีย
- ส่งเสริมแนวทางการผลิตที่ยั่งยืน (Sustainable Production)

เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลง

3. การเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการสื่อสาร

บริษัทมุ่งสร้างระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใสกับซัพพลายเออร์ โดย

- พัฒนาช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการ เช่น ระบบดิจิทัล หรือแพลตฟอร์มการจัดการซัพพลายเออร์
- จัดให้มีการประชุมร่วมและการติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นเพื่อการบริหารจัดการร่วมกัน

เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและบริหารความเสี่ยงได้อย่างทันที่

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 35 ปี
- สัดส่วนซัพพลายเออร์ที่ดำเนินธุรกิจเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 10% ต่อปี
- จำนวนซัพพลายเออร์ที่มีสัญญาระยะยาว
เป้าหมาย: $\geq 6070\%$ ของซัพพลายเออร์หลัก
- จำนวนโครงการพัฒนาร่วมกับซัพพลายเออร์
เป้าหมาย: ไม่น้อยกว่า 2 โครงการต่อปี

4. การมีส่วนร่วมในชุมชนและการสนับสนุนสังคม

เป้าหมายระยะสั้น (13 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 เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของกำลังพลในพื้นที่ชายแดนไทยกัมพูชา ณ กองบัญชาการกองทัพอากาศที่ 2 จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเสริมสร้างสุขอนามัยและความพร้อมในการปฏิบัติงานในพื้นที่เสี่ยง

2. โครงการสนับสนุนนักศึกษาพยาบาล

บริษัทได้สนับสนุนถุงนอนและถุงเท้าให้แก่นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ รวมมูลค่ากว่า 50,000 บาท พร้อมจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งทอ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และลดภาระค่าใช้จ่ายของนักศึกษา

3. โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาและพัฒนาทักษะ

บริษัทได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมทักษะด้านการสร้างสรรค์คอนเทนต์ และมอบทุนการศึกษาให้แก่ศึกษารวม 10,000 บาท เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและเตรียมความพร้อมสู่การประกอบอาชีพในอนาคต

ตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPIs)

- จำนวนโครงการเพื่อสังคมที่ดำเนินการ
เป้าหมาย: ≥ 23 โครงการต่อปี
- มูลค่าการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม
เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ร้อยละของพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรม CSR
เป้าหมาย: $\geq 6070\%$
- ระดับความพึงพอใจของชุมชนต่อกิจกรรมของบริษัท
เป้าหมาย: อยู่ในระดับดีถึงดีมาก

เป้าหมายระยะยาวด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคม (ระยะเวลา 35 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: ≥ 35 โครงการต่อปี
- มูลค่าการลงทุนด้านสังคม (บาท/ปี)
เป้าหมาย: เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ผลการประเมินผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม (Social Impact Assessment)
เป้าหมาย: อยู่ในระดับดีถึงดีมาก
- ร้อยละของโครงการที่บรรลุวัตถุประสงค์
เป้าหมาย: $\geq 80\%$

เป้าหมายระยะสั้น (13 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 36 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 36 เดือน
- ความถี่ในการเปิดเผยข้อมูล ESG
เป้าหมาย: อย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี
- ร้อยละของหน่วยงานที่สามารถจัดส่งข้อมูล ESG ได้ครบถ้วน
เป้าหมาย: $\geq 90100\%$
- 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 36 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 36 เดือน

- ร้อยละของข้อบกพร่องที่ได้รับการแก้ไข

เป้าหมาย: $\geq 90\%$

- ร้อยละของพนักงานที่เกี่ยวข้องผ่านการอบรม

เป้าหมาย: $\geq 100\%$

- ระยะเวลาเฉลี่ยในการปิดประเด็นตรวจสอบ (Audit Issue Closure)

เป้าหมาย: ภายใน 6090 วัน

เป้าหมายระยะยาว (35 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: ≥ 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 ความ
ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการจัดการ : เท่าเทียมทางเพศ (Gender Equality)
ด้านความยั่งยืนขององค์กร

ข้อมูลเกี่ยวกับการทบทวนนโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนในรอบปีที่ผ่านมา

การทบทวนนโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนในรอบปีที่ผ่านมา

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการทบทวนนโยบายและ/หรือ : ไม่มี
เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการเกี่ยว : ไม่มี
กับนโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

ภาพรวมกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ (Value Chain)

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอาง 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)

การจัดการแหล่งผลิตและวัตถุดิบ

บริษัทให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบและแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางดังนี้

- คัดสรรวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการนำวัสดุรีไซเคิลมาใช้ในบางประเภทสินค้า
- กำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงานให้แก่ผู้ผลิต
- ดำเนินการตรวจวิเคราะห์และตรวจวัดตามมาตรฐานของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะเกณฑ์ของกระทรวงอุตสาหกรรม

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

การบริหารจัดการกระบวนการผลิต (Midstream)

แม้ว่าบริษัทจะดำเนินธุรกิจหลักในลักษณะผู้จำหน่าย (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)

บริษัทมีบริษัทร่วม ได้แก่ บริษัท นิวพลัสนิตติ้ง 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 โดยใช้วิธีจากผู้ใช้จริง 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 บริษัทเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งภายนอกที่มีมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ
- พัฒนาระบบการจัดส่งสำหรับช่องทางออนไลน์ โดยกำหนดระยะเวลาการจัดส่งสินค้าไม่เกิน 24 ชั่วโมง หลังได้รับคำสั่งซื้อ เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และสร้างความพึงพอใจสูงสุด

4. การบริการหลังการขาย (Service)

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายในฐานะปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยมีแนวทางการให้บริการดังนี้

- การรับประกันสินค้า ภายในระยะเวลา 12 ปี
 - การเปลี่ยนสินค้า (Product Exchange) ภายในระยะเวลาที่กำหนด
 - นโยบายการคืนสินค้า (Return Policy) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า
 - การให้บริการลูกค้า (Customer Support) ผ่านช่องทางโทรศัพท์ อีเมล แชนแนล 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

- บริษัทมีบริษัทร่วมจำนวน 1 แห่ง ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าหลัก โดยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ต่อเนื่องยาวนานกว่า 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



ภาพรวมกิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจ (Value Chain)

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอางภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านทางสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าส่ง ร้านค้าของบริษัท และช่องทางออนไลน์

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่า (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

บริษัทมีบริษัทร่วม คือ บริษัท นิวพลัสสินดีตั้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตหลักของสินค้า โดยมีการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อควบคุมคุณภาพสินค้า

2. การบริหารจัดการกลางน้ำ (Midstream)

2.1 กระบวนการผลิต (Manufacturing Oversight)

แม้ว่าบริษัทดำเนินธุรกิจในลักษณะผู้จัดจำหน่าย แต่มีบทบาทในการกำกับดูแลการผลิตผ่านพันธมิตร โดย

- สนับสนุนการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน
- ควบคุมมาตรฐานคุณภาพการผลิต
- ตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้งและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก
- ผลการตรวจสอบเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของภาครัฐ

2.2 การบริหารคลังสินค้าและโลจิสติกส์ (Operations & Logistics)

- บริหารสินค้าคงคลังให้เหมาะสม ลดสินค้าค้าง
- พัฒนาระบบคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพ
- วางแผนการกระจายสินค้าอย่างเป็นระบบ

3. การบริหารจัดการปลายน้ำ (Downstream)

3.1 การตลาดและการขาย (Marketing & Sales)

บริษัทดำเนินกลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจร โดย

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

3.2 การจัดส่งสินค้า (Outbound Logistics)

บริษัทบริหารการจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดย

- ใช้หลักการวางแผนเส้นทาง (TSP) เพื่อลดต้นทุน
- ควบคุมค่าใช้จ่ายขนส่งต่อรายได้ < 0.7%
- จัดส่งในกรุงเทพฯ และปริมณฑลด้วยระบบของบริษัท
- ใช้ผู้ให้บริการขนส่งภายนอกสำหรับต่างจังหวัด
- ช่องทางออนไลน์จัดส่งภายใน 24 ชั่วโมง

3.3 การบริการหลังการขาย (Service)

บริษัทให้ความสำคัญกับประสบการณ์ลูกค้า โดย

- รับประกันสินค้า 12 ปี
- เปลี่ยน/คืนสินค้าได้ตามเงื่อนไข
- มี Customer Support หลายช่องทาง
- ระบบติดตามคำสั่งซื้อ
- การจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การสร้างเครือข่ายพันธมิตร (Partnership)

- มีบริษัทร่วมที่เป็นผู้ผลิตหลัก ความสัมพันธ์ยาวนานกว่า 61 ปี
- มีความร่วมมือด้านคุณภาพและนวัตกรรม
- ซัพพลายเออร์มีความสัมพันธ์ที่มั่นคงและเป็นธรรม

5. การบูรณาการ ESG ในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทนำหลัก ESG มาปรับใช้ในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

- ใช้วัตถุดิบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ควบคุมการปล่อยมลพิษ
- ลดพลังงานและของเสีย

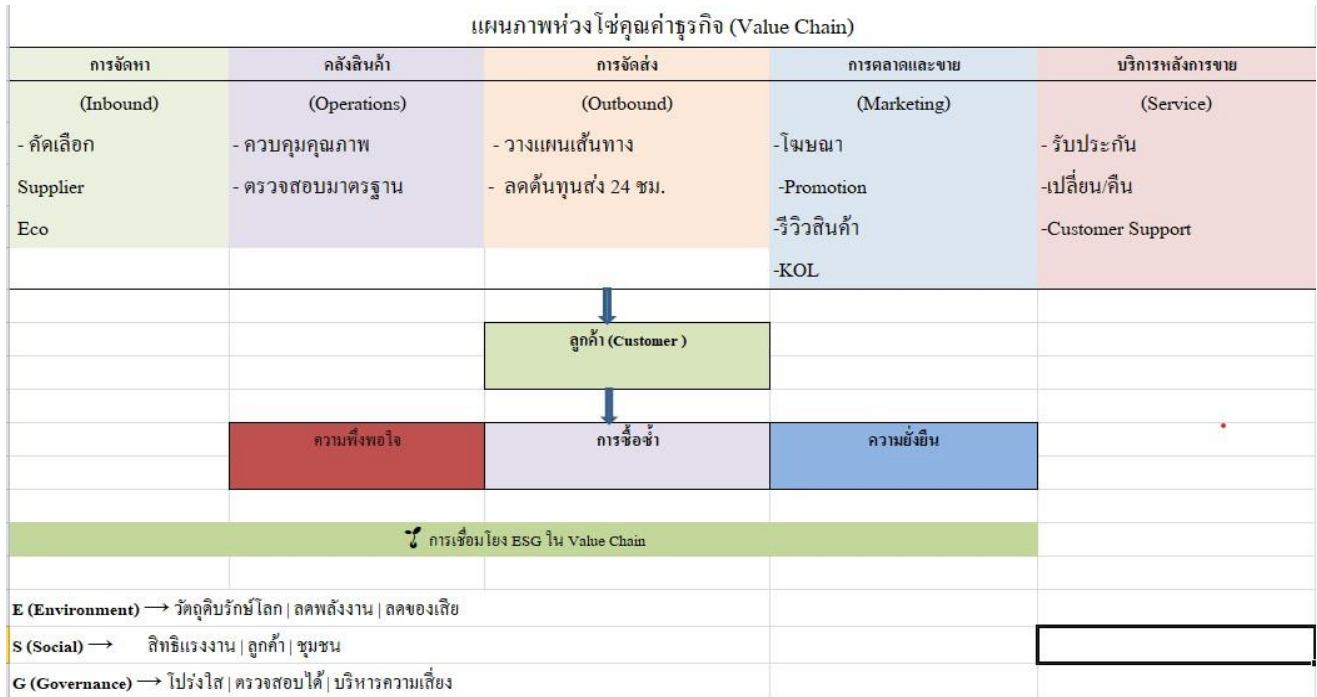
ด้านสังคม (Social)

- คำนึงถึงสิทธิแรงงาน

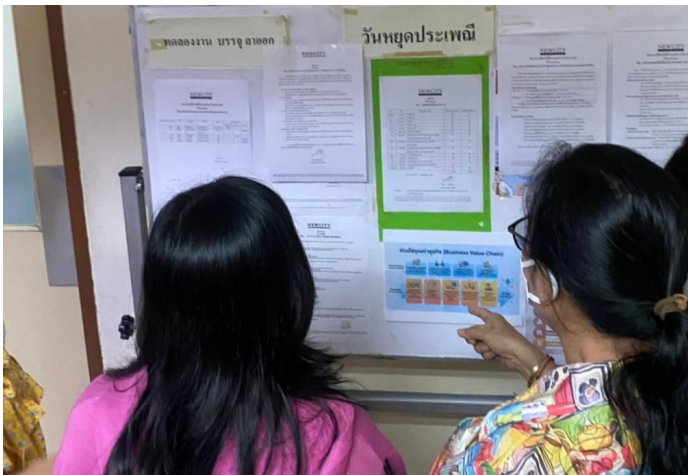
- ดูแลลูกค้าและชุมชน
- สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม

ด้านการกำกับดูแลกิจการ (Governance)

- มีระบบควบคุมภายใน
- โปร่งใส ตรวจสอบได้
- บริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ



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



การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ

รายละเอียดการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
<u>ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร</u>			

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
<ul style="list-style-type: none"> พนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> -ค่าตอบแทน และสวัสดิการ -พัฒนาเพิ่มทักษะในการเรียนรู้ -ส่งเสริมความก้าวหน้าและความมั่นคงในอาชีพ -สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> -กำหนดระเบียบปฏิบัติภายในองค์กร กฎหมาย -จัดการฝึกอบรมแก่พนักงาน -การประเมินผลงานพนักงาน (KPI) ประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การประชุมภายในองค์กร • การรับเรื่องร้องเรียน • การสำรวจความพึงพอใจ • การอบรม / สัมมนา • อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรม/E-mail /โทรศัพท์
<ul style="list-style-type: none"> • อื่น ๆ • พนักงานสัญญาว่าจ้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - ความมั่นคงในงาน - ค่าตอบแทนและสวัสดิการ - โอกาสในการพัฒนา 	<ul style="list-style-type: none"> - การให้ความชัดเจนในสัญญา - การจัดการค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม - การให้โอกาสในการพัฒนา, 	<ul style="list-style-type: none"> • การประชุมภายในองค์กร • การอบรม / สัมมนา • อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • Web Site/Email/โทรศัพท์/Fax
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ถือหุ้น 	<ul style="list-style-type: none"> -ผลตอบแทนได้แก่ เงินปันผล -ผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง -การได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันและเป็นธรรม -การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทตามข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วน -การเติบโตของบริษัท (Company Growth) บลั่วน -ความมั่นคงทางการเงิน (Financial Stability) 	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี - ปกป้องผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น - มีผลกำไรจากการดำเนินงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • การรับเรื่องร้องเรียน • อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> • นักลงทุนสัมพันธ์ในกลุ่มเครือข่ายพัฒนาเว็บไซต์/ แบบ56-1 One Report

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพและราคาสินค้า -สร้างความพึงพอใจ -เคารพสิทธิของผู้บริโภค -สร้างพันธมิตรทางการค้าอย่างยั่งยืน -การตอบสนองต่อปัญหา -ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ 	<ul style="list-style-type: none"> -การจัดส่งสินค้าที่ดีมีคุณภาพตรงตามเวลา - มีบริการหลังการขาย -จัดทำข้อมูลสินค้าตามมาตรฐานที่กำหนด -การเสนอข้อเสนอหรือสิทธิพิเศษ -การติดตามผลหลังการขาย -การให้บริการที่เป็นมิตรและใส่ใจ 	<ul style="list-style-type: none"> • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การรับเรื่องข้อร้องเรียน • การสำรวจความพึงพอใจ • อื่น ๆ • พนักงานขาย /Web Site /Social Network /Gmail/โทรศัพท์/FAX/ไปรษณีย์
<ul style="list-style-type: none"> • คู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> -ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้า -สร้างความสัมพันธ์ทางการค้าในระยะยาว -การจัดซื้อ จัดจ้างและบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม -การบริหารและการชำระเงินที่ตรงต่อเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> - ยึดมั่นตามข้อตกลงในและจรรยาบรรณทางการค้าต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน -การแข่งขันที่เป็นธรรมและโปร่งใส -ประชุมและปรึกษาเพื่อเป็นไป -นโยบายที่กำหนดร่วมกัน -กำหนดแผนการตลาดร่วมกัน -การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า -การรักษาคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • อื่น ๆ • Web Site/Email/โทรศัพท์/Fax/พนักงาน

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
<ul style="list-style-type: none"> • เจ้าหนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> -ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขตามข้อตกลง -ความตรงต่อเวลาในการจัดส่ง -คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า -การชำระเงินเต็มจำนวนและตรงเวลา -การรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> -ประชุมเพื่อเป็นไปตามสัญญาและเงื่อนไขที่ตกลง -การชำระหนี้ตามเวลาที่กำหนด -ชำระหนี้ครบถ้วนตรงตามเวลา และดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ ค้ำประกัน -การเจรจาต่อรอง 	<ul style="list-style-type: none"> • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การประชุมร่วมกับองค์กรภายนอก • อื่น ๆ • Web Site/Email/โทรศัพท์/Fax/พนักงาน
<ul style="list-style-type: none"> • ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> -สร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างบริษัทกับชุมชนและสังคม -มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม -การจัดทำ CSR กับชุมชน -การป้องกันผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ -ดูแลเรื่องข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม -ความปลอดภัย -การศึกษาและฝึกอบรม 	<ul style="list-style-type: none"> -การจ้างงานผู้พิการ -สนับสนุนกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม -ประสานความร่วมมืออย่างสอดคล้องเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • อื่น ๆ • แบบ56-1 one Report สื่อสังคมออนไลน์ www.newcity โทรศัพท์ Fax E-mail

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองของความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
<ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล 	<ul style="list-style-type: none"> -ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่กำหนด และส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล -การต่อต้านการเรียกรับผลประโยชน์ และคอร์รัปชัน -การพัฒนาอย่างยั่งยืน -การมีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) -การจ่ายภาษีที่เป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> -ดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักธรรมาภิบาล 	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • อื่น ๆ • Web Site/Email/โทรศัพท์/Fax /56-1 One Report

ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร (Material topics)

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร (Material topics)

บริษัทมีการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร : ไม่มี
 ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการทบทวน :
 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร

รายละเอียดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร (Material topics)

ข้อมูลเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืน

รายงานความยั่งยืน

รายงานความยั่งยืนของบริษัท : มีข้อมูล
 ลิงก์รายงานความยั่งยืนของบริษัท : https://image.makewebcdn.com/makeweb/0/7kkLWh5sl/Document/ONE_REPORT2568%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2.pdf?v=202405291424
 เลขหน้าของลิงก์ : 161-231

มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน

การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

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)** ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน
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. **ติดตามความเสี่ยงในโครงการประหยัคพลังงาน**
 - ประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการดำเนินโครงการ
 - พัฒนากลยุทธ์ในการลดผลกระทบจากความเสี่ยงตลอดระยะเวลาโครงการ
 - คำนึงถึงปัจจัยภายนอกและภายในที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการ
2. **สนับสนุนโครงการพิเศษหรือโครงการใหม่ของบริษัท**
 - ให้คำปรึกษาและติดตามความเสี่ยงในโครงการพัฒนาธุรกิจใหม่
 - จัดทำรายงานและข้อเสนอแนะเพื่อช่วยในการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. จัดทำและปรับปรุงเอกสาร/รายงานความเสี่ยง

- รายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อผู้บริหารและคณะกรรมการ
- ตรวจสอบให้มั่นใจว่ามาตรการควบคุมความเสี่ยงถูกนำไปใช้ครบถ้วน
ทั้งนี้บริษัทกำหนดนโยบายให้มีการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทุกกิจกรรมหลัก ได้แก่ คลังสินค้า การขนส่ง และสำนักงาน โดยมีนโยบายการบริหารความเสี่ยงเพิ่มเติมดังนี้
- บูรณาการความเสี่ยงเข้ากับแผนธุรกิจและการดำเนินงาน
- กำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite)
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับ
- ทบทวนนโยบายและความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

กรอบการดำเนินงานบริหารความเสี่ยง

บริษัทใช้แนวทาง COSO ERM โดยมีขั้นตอนหลัก ได้แก่

- การระบุความเสี่ยง (Risk Identification)
- การประเมินความเสี่ยง (Likelihood & Impact)
- การกำหนดมาตรการควบคุม (Mitigation Plan)
- การติดตามและรายงานผล (Monitoring & Reporting)

โครงสร้างการกำกับดูแล

- ผู้บริหารระดับสูงกำกับดูแลภาพรวมความเสี่ยง
- หัวหน้างานในแต่ละหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบ (Risk Owner)
- มีการประชุมติดตามผล อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
- มีการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ปีละ 1 ครั้ง

ความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญและมาตรการ (Risk Register)

ความเสี่ยง	ผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	มาตรการ
ชยะจากการดำเนินงาน	กระทบสิ่งแวดล้อม / ค่าใช้จ่ายเพิ่ม	สูง	แยกชยะ + รีไซเคิล
การใช้ไฟฟ้า	ต้นทุนสูง / ใช้พลังงานเกิน	กลาง	ปิดไฟ/แอร์เมื่อไม่ใช้งาน
การใช้น้ำมันรถขนส่ง	ค่าใช้จ่าย + ปลดคาร์บอน	สูง	วางแผนเส้นทาง
พนักงานใช้ทรัพยากรเกิน	ต้นทุนเพิ่ม	กลาง	อบรม + สร้างจิตสำนึก

บริษัทกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ ดังนี้

- ปริมาณชยะทั่วไปเฉลี่ย 150 กก./เดือน
- เป้าหมาย: ลดลง 5% ต่อปี
- ชยะรีไซเคิลเฉลี่ย 40 กก./เดือน
- เป้าหมาย: เพิ่มสัดส่วนรีไซเคิล
- การใช้ไฟฟ้าเฉลี่ย 1,200 หน่วย/เดือน
- เป้าหมาย: ลดลง 35% ต่อปี
- การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ย 800 ลิตร/เดือน
- เป้าหมาย: ลดการใช้น้ำมันต่อระยะทาง
- จำนวนข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม
- เป้าหมาย: 0 ครั้ง/ปี





ลิงก์นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง : <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%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>

ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการบริหารความเสี่ยงด้าน ESG

มาตรฐานเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงด้าน ESG

- มาตรฐานเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงด้าน ESG : มี
- มาตรฐานเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงด้าน ESG : COSO - Enterprise risk management framework (ERM)

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงด้าน ESG

ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือกลุ่มบริษัทในปัจจุบัน

ความเสี่ยงที่ 1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ
 - พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค

- ธุรกิจของคู่ค้าหรือผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน
- การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย
- ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ
- การแพร่ระบาดของโรคติดต่อ

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและปฏิบัติงาน

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

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ
- กฎระเบียบและกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงด้านการเงิน

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

ความเสี่ยงด้าน ESG : ใช้

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน การเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอก อาทิ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม การพึ่งพาคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ และสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดต่อหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินอื่น ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน การผลิต การจัดจำหน่ายสินค้า และกำลังซื้อของผู้บริโภค

นอกจากนี้ การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับสภาพตลาด หรือการปรับตัวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง อาจส่งผลให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ และกระทบต่อความสามารถในการสร้างรายได้และผลกำไรในอนาคต

บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการติดตาม วิเคราะห์ และประเมินปัจจัยความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม ครอบคลุมทั้งด้านการวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีความยืดหยุ่นและสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที

ทั้งนี้ บริษัทมีเป้าหมายในการลดผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และเสริมสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมีความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงิน ธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงาน โดยมีปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงจากพฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า/ผู้บริโภค

ปัจจัยความเสี่ยง:

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

ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า ราคา ความคุ้มค่า ความสะดวกสบาย รวมถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น หากบริษัทไม่สามารถติดตามและปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าวได้อย่างทันทั่วถึง อาจทำให้สินค้าไม่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด

ผลกระทบ:

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอาจส่งผลให้ความต้องการสินค้าไม่เป็นไปตามที่บริษัทคาดการณ์ ส่งผลให้ยอดขายลดลง สินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น และอัตราการหมุนเวียนสินค้าลดลง นอกจากนี้ อาจทำให้บริษัทสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด และกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงรายได้และผลกำไรในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง:

บริษัทให้ความสำคัญกับการติดตามและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด โดยใช้ข้อมูลจากการขาย การวิจัยตลาด และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประเมินแนวโน้มความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งพัฒนาสินค้าใหม่และปรับปรุงสินค้าเดิมให้มีความหลากหลาย ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า และปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด การสื่อสารแบรนด์ และการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าและห่วงโซ่อุปทาน

ปัจจัยความเสี่ยง:

การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความเกี่ยวข้องและพึ่งพาคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานหลายส่วน 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 นิเวศน์นิติตั้ง จำกัด (มหาชน) โดยมีการวางแผนการผลิตร่วมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและแผนการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทมีการคัดเลือกคู่ค้ารายอื่น ๆ โดยพิจารณาจากความน่าเชื่อถือ คุณภาพสินค้า และความสามารถในการส่งมอบสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการประเมินและติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีมาตรฐานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของบริษัท

บริษัทได้กำหนดนโยบายในการกระจายแหล่งจัดซื้อ เพื่อลดการพึ่งพาคู่ค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป รวมถึงมีการจัดทำแผนสำรองในการจัดหาวัตถุดิบและบริการจากแหล่งอื่น เพื่อรองรับกรณีฉุกเฉินหรือสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน

ทั้งนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพสินค้า การวางแผนการจัดซื้อ และการบริหารสินค้าคงคลังอย่างเหมาะสม ตลอดจนการประสานงานกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ

3. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือจำนวนน้อยราย

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 อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ กระแสเงินสด และผลประกอบการของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทอาจต้องใช้ระยะเวลาในการหาลูกค้าทดแทน รวมถึงมีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการขายเพิ่มขึ้น อีกทั้งอาจส่งผลกระทบต่อ การวางแผนการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลัง ทำให้ประสิทธิภาพในการดำเนินงานลดลง และกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง:

บริษัทมีนโยบายในการกระจายฐานลูกค้า โดยมุ่งเน้นการขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาช่องทาง การจำหน่ายที่หลากหลาย เพื่อลดการพึ่งพาลูกค้ารายใดรายหนึ่ง

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้ตรงตาม ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งนำเสนอสินค้าและรูปแบบการขายที่หลากหลายเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทมีการติดตามและวิเคราะห์สัดส่วนรายได้จากลูกค้าแต่ละรายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินระดับความเสี่ยงและกำหนด

แนวทางการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม อันจะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางรายได้และลดผลกระทบจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ในระยะยาว

4. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ

ปัจจัยความเสี่ยง:

ภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศมีความไม่แน่นอนและผันผวนจากหลายปัจจัย เช่น อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ราคาพลังงาน ตลอดจนสถานการณ์ทางการเมืองและนโยบายภาครัฐ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค

สำหรับธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ผู้บริโภคอาจชะลอหรือปรับลดการใช้จ่ายในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าและยอดขายของบริษัทมีความผันผวน นอกจากนี้ ต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทอาจเพิ่มขึ้นจากปัจจัยด้านเงินเฟ้อ ค่าขนส่ง และต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ

ผลกระทบ:

ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจอาจส่งผลให้ยอดขายของบริษัทลดลงหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมาย รวมถึงอัตรากำไรลดลงจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจกระทบต่อผลประกอบการและกระแสเงินสดของบริษัท

นอกจากนี้ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อาจส่งผลกระทบต่อราคาต้นทุนสินค้านำเข้าและความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ในขณะที่ภาวะดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นจากอัตราดอกเบี้ยขาขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องและต้นทุนทางการเงินของบริษัท

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง:

บริษัทมีการติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อนำมาประกอบการวางแผนธุรกิจและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การควบคุมค่าใช้จ่าย และการปรับโครงสร้างราคาสินค้าให้เหมาะสมกับสภาพตลาด รวมถึงการพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีความหลากหลายทั้งในด้านราคาและรูปแบบ เพื่อตอบสนองกำลังซื้อของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้ บริษัทมีการบริหารจัดการสภาพคล่องอย่างรอบคอบ และพิจารณาใช้เครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสมเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและอัตราดอกเบี้ย เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพในระยะยาว

5. ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ

ปัจจัยความเสี่ยง:

การแพร่ระบาดของโรคติดต่อทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทในหลายด้าน โดยเฉพาะในกรณีที่มี การระบาดในวงกว้างหรือมีความรุนแรง ซึ่งอาจนำไปสู่มาตรการควบคุมจากภาครัฐ เช่น การจำกัดการเดินทาง การปิดสถานประกอบการชั่วคราว หรือข้อจำกัดด้านแรงงาน

นอกจากนี้ การแพร่ระบาดอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน เช่น การหยุดชะงักของการผลิต การขาดแคลนวัตถุดิบ การขนส่งล่าช้า รวมถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อาจลดการใช้จ่ายหรือเปลี่ยนช่องทางการซื้อสินค้าไปสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น

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 บริษัทมีการปรับรูปแบบการดำเนินงานโดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ และพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ที่มีความยืดหยุ่น เพื่อให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลกระทบจากความเสียหาย

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

(Management and Operational Risks)

การดำเนินงานของบริษัทมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากร การกำหนดนโยบาย การควบคุมภายใน และกระบวนการปฏิบัติงานในทุกระดับ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ความถูกต้องของข้อมูล และความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงที่สำคัญได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากการเกิดสินค้าล้าสมัย

ในปี 2568 บริษัทได้ตั้ง ค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย จำนวน 715,484 บาท เพื่อระบายสินค้าที่ค้างนานและล้าสมัย เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 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 และนำสินค้าออกสู่ตลาดใช้ระยะเวลานาน อาจทำให้สินค้าไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น

1.5 ผลกระทบจากช่องทางการจำหน่ายที่เปลี่ยนแปลง

การเติบโตของช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ทำให้การแข่งขันด้านราคาและรูปแบบสินค้าน่าสนใจมากขึ้น หากบริษัทไม่สามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้อง 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 และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างทันที่
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 ปัจจุบันภัยความเสี่ยงที่สำคัญ

2.1 ความเสี่ยงจากการโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Attack)

บริษัทอาจเผชิญกับการโจมตีในรูปแบบต่าง ๆ เช่น มัลแวร์ (Malware), แรนซัมแวร์ (Ransomware), การโจมตีแบบฟิชชิ่ง (Phishing) หรือการเจาะระบบ (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. การจัดทำนโยบายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยของข้อมูล**
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 อาจส่งผลกระทบต่อโดยตรงและโดยอ้อมต่อการดำเนินงานของบริษัท 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 รวมถึงค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมทรัพย์สินที่ได้รับเสียหายจากภัยพิบัติ

3.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม

ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลอาจมีการออกกฎหมายหรือมาตรการใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงาน หรือการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานและมีต้นทุนเพิ่มขึ้น

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 โดยเฉพาะในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ซึ่งการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างไม่มีประสิทธิภาพ 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. การบริหารระดับสินค้าคงคลังอย่างเหมาะสม

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 การจัดโปรโมชั่น 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

การเปลี่ยนแปลงกฎหมายบางครั้งมีผลบังคับใช้ทันทีหรือในระยะเวลาอันสั้น 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

บริษัทใช้บริการที่ปรึกษาทางกฎหมาย 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 เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันที่

2. การประเมินผลกระทบต่อธุรกิจ

บริษัทประเมินผลกระทบของกฎหมายและข้อกำหนดที่อาจไม่เอื้อต่อธุรกิจ เช่น ผลกระทบต่อการผลิต การจัดจำหน่าย การส่งออก-นำเข้า และต้นทุน

3. การปรับกระบวนการและนโยบายภายในองค์กร

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 การใช้วงเงินสินเชื่อ 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 อาจส่งผลต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือโอกาสในการลงทุนร่วมกับสถาบันการเงิน
4. ความเสี่ยงจากการตัดสินใจเชิงนโยบายของสถาบันการเงินที่กระทบตลาด การเปลี่ยนนโยบายการเงินในระดับมหภาค เช่น การเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อ หรือการปรับดอกเบี้ยเพื่อควบคุมเงินเฟ้อ อาจส่งผลต่อความสามารถในการระดมทุนหรือสภาพคล่องของบริษัท
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 และความสามารถในการชำระหนี้เพื่อบริหารความเสี่ยงด้านต้นทุนการเงิน
5. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสื่อสารกับสถาบันการเงินบริษัทมีการสื่อสารและสร้างความร่วมมือกับธนาคารและสถาบันการเงิน เพื่อให้สามารถปรับเงื่อนไขสินเชื่อหรือตอบสนองต่อข้อกำหนดใหม่ได้อย่างเหมาะสม

2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และอัตราเงินเฟ้อ

บริษัทดำเนินธุรกิจในตลาดโลกทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน 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 โดยเฉพาะกรณีที่มีหนี้สินอัตราดอกเบี้ยผันแปร ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรสุทธิและสภาพคล่อง
- 2.3 ความเสี่ยงจากอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Risk) การเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้ออาจทำให้ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงขึ้น หากไม่สามารถปรับราคาขายหรือบริหารต้นทุนได้ทันเวลา อาจส่งผลต่อกำไรและความสามารถในการแข่งขัน
- 2.4 ความเชื่อมโยงของปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และเงินเฟ้อมักสัมพันธ์กัน การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยหนึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออีกปัจจัยหนึ่ง ทำให้ความเสี่ยงรวมสูงขึ้น

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

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

แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงบริษัทได้กำหนดมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และอัตราเงินเฟ้อ ดังนี้

1. การติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจและอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทติดตามข้อมูลเศรษฐกิจมหภาคและอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับกลยุทธ์การซื้อขายและการชำระหนี้ในสกุลเงินต่างประเทศ
2. การบริหารความเสี่ยงอัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยน (Hedging) บริษัทใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น สัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward Contract) หรือสัญญาแลกเปลี่ยนเงินตรา (Currency Swap) เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนและรายได้
3. การวางแผนต้นทุนและการปรับราคาสินค้า บริษัทประเมินผลกระทบของเงินเฟ้อและต้นทุนวัตถุดิบ เพื่อปรับราคา การจัดซื้อ หรือแผนการผลิตให้เหมาะสม
4. การบริหารสภาพคล่องและแหล่งเงินทุน บริษัทวางแผนกระแสเงินสดและจัดหาสินเชื่อในอัตราดอกเบี้ยคงที่ หรือกระจายแหล่งเงินทุนเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวน
5. การประเมินและติดตามอย่างสม่ำเสมอ บริษัทประเมินผลกระทบทางการเงินจากความผันผวนของเศรษฐกิจและปรับมาตรการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง

3. ความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องในการดำเนินงานธุรกิจ

สภาพคล่องทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท หากบริษัทไม่สามารถบริหารสภาพคล่องได้อย่างเพียงพอ อาจทำให้ไม่สามารถชำระหนี้ตรงเวลา จัดซื้อวัตถุดิบ หรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ ชื่อเสียง 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
- ผลกระทบต่อผลประกอบการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

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 และบรรษัทภิบาล

(ESG)

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและปฏิบัติงาน

- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- อื่น ๆ :-

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- อื่น ๆ :-

ความเสี่ยงด้านการเงิน

- อื่น ๆ :-

ความเสี่ยงด้าน ESG : ไข่

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability Risk)

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ (Textile Distributor) และมีโรงงานผลิตที่เป็นบริษัทร่วม (Joint Venture) ซึ่งดำเนินการผลิตสินค้าให้แก่บริษัทเองและลูกค้าภายนอก ธุรกิจของบริษัทมีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนเฉพาะตัว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน 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: กระบวนการขนส่งสิ่งทอจากผู้ผลิตไปยังผู้จัดจำหน่ายอาจสร้างมลพิษจากการใช้พลังงานฟอสซิล (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 การเลือกซัพพลายเออร์ที่ไม่คำนึงถึงมาตรฐานทางสิ่งแวดล้อมและสังคม 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)

การดำเนินธุรกิจของบริษัทในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ และมีโรงงานผลิตที่เป็นบริษัทร่วม มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับสถานะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุน ความสามารถในการแข่งขัน และผลประกอบการของบริษัท โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงที่สำคัญได้ดังนี้

4.1 ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

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

ความผันผวนของราคาวัตถุดิบอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ หากบริษัทไม่สามารถปรับราคาสินค้าหรือบริหารต้นทุนได้อย่างเหมาะสม อาจกระทบต่ออัตรากำไรและความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการวางแผนจัดซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า กระจายแหล่งจัดหา เปรียบเทียบราคา และติดตามแนวโน้มตลาดอย่างใกล้ชิด รวมถึงพิจารณาการปรับโครงสร้างราคาสินค้าให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง

4.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายบางราย

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 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและข้อบังคับที่เข้มงวดขึ้น

อุตสาหกรรมสิ่งทอมีแนวโน้มที่จะถูกกำกับดูแลด้วยกฎหมายและมาตรฐานที่เข้มงวดมากขึ้น ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของผู้บริโภค และการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เช่น ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจำกัดการใช้สารเคมีอันตราย การควบคุมการปล่อยมลพิษ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์

การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือข้อกำหนดดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต เปลี่ยนแหล่งวัตถุดิบ หรือลงทุนเพิ่มเติมในเทคโนโลยีและระบบควบคุมคุณภาพ ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในระยะสั้น

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 และคำนึงถึงจริยธรรมทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว เช่น การพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้วัตถุดิบที่ยั่งยืน หรือการสื่อสารข้อมูลด้าน ESG อย่างเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งทางการตลาด

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการติดตามแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง พัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาด ปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับกระแสความยั่งยืน และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

5.2 ความเสี่ยงจากการถูกวิพากษ์วิจารณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

บริษัทอาจเผชิญความเสี่ยงด้านชื่อเสียง หากถูกกล่าวหาหรือรับรู้จากสาธารณชนว่ามีการดำเนินธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับหลักความยั่งยืน เช่น การใช้แรงงานที่ไม่เป็นธรรม การละเมิดสิทธิมนุษยชน หรือการก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อมั่นของลูกค้า นักลงทุน และคู่ค้า รวมถึงอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายและความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะยาว

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทกำหนดนโยบายด้านจริยธรรมธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน มีการกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทาน การตรวจสอบคู่ค้า การสื่อสารข้อมูลอย่างโปร่งใส และมีช่องทางรับข้อร้องเรียนเพื่อบริหารจัดการประเด็นที่อาจกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กรอย่างทันทางที

6. ความเสี่ยงด้านการจัดการขยะและการรีไซเคิล (Waste and Recycling Risks)

การผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและการเกิดของเสียในกระบวนการผลิต หากไม่มีการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 ความเสี่ยงจากการจัดการขยะที่ไม่เหมาะสม

กระบวนการผลิตสิ่งทออาจก่อให้เกิดของเสีย เช่น เศษผ้า น้ำเสีย และสารเคมีจากกระบวนการย้อมหรือแปรรูป หากบริษัทหรือบริษัทร่วมไม่มีระบบการจัดการของเสียที่มีประสิทธิภาพ อาจนำไปสู่ปัญหามลพิษทางน้ำ อากาศ และดิน รวมถึงความเสี่ยงต่อการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม

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 มาแปรรูปเป็นเส้นใยเพื่อใช้ในการผลิตผ้าลูกไม้ลวดลายต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด Made Earth Friendly for The Good of Tomorrow ของสินค้าแบรนด์ CHERILON ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรที่ใช้แล้ว

นอกจากนี้ บริษัทมีการพัฒนาสินค้าในกลุ่ม Innerwear โดยใช้เนื้อผ้าฝ้ายจากธรรมชาติ ควบคู่กับการคัดสรรเส้นใยสังเคราะห์ที่สามารถย่อยสลายได้ง่ายและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกระบวนการผลิตอยู่ภายใต้มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 และให้ความสำคัญกับการลดหรือหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย เพื่อให้อุ่นใจว่าสินค้ามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ผลกระทบจากความเสียง

ผลกระทบจากความเสียงด้านความยั่งยืนสำหรับบริษัท เป็นผู้จัดการจำหน่ายสิ่งทอสามารถแยกออกเป็นหลายด้าน ซึ่งแต่ละด้านสามารถมีผลกระทบต่อที่สำคัญทั้งในด้านการเงิน ภาพลักษณ์ การปฏิบัติตามกฎหมาย และสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้:

1. ผลกระทบด้านการเงิน (Financial Impact)

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

1.2 การลดกำไร: การถูกบังคับให้ปรับกระบวนการผลิตหรือเปลี่ยนแปลงซัพพลายเชน (เช่น การเลือกใช้ซัพพลายเออร์ที่มีมาตรฐานด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อม) อาจส่งผลให้กำไรของบริษัทลดลง เนื่องจากอาจต้องจ่ายเงินเพิ่มในด้านต้นทุนการผลิต

1.3 การสูญเสียลูกค้าและรายได้: หากบริษัทไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาให้ความสำคัญกับความยั่งยืน อาจทำให้สูญเสียลูกค้าและทำให้รายได้จากการขายสินค้าลดลง

1.4 การเสี่ยงต่อการฟ้องร้อง: หากบริษัทละเมิดกฎหมายหรือเกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานหรือสิ่งแวดล้อม อาจต้องจ่ายค่าปรับหรือถูกฟ้องร้อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อทางการเงิน

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 บริษัทฯ อาจต้องลงทุนในการปรับปรุงกระบวนการผลิต

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 บริษัทให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งมั่นในการส่งเสริมและให้ความรู้แก่พนักงานทุกระดับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและปฏิบัติตามกรอบแนวทางที่ชัดเจนในการดูแลและรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในการดำเนินชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น การจัดตั้งจุดคัดแยกขยะก่อนทิ้งตามชนิดและประเภทต่างๆ เพื่อการนำขยะเหล่านั้นไปแปรรูปหรือรีไซเคิลได้ โดยมีการแยกประเภทขยะ เช่น ขยะรีไซเคิล วัสดุพลาสติก ขวดแก้ว กระจังอลูมิเนียม และกล่องกระดาษ เป็นต้น

1.2) การทำโครงการอนุรักษ์พลังงาน (Energy Conservation) บริษัทมีนโยบายในการอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงาน อย่างประหยัดและคุ้มค่า ซึ่งมุ่งเน้นที่การรณรงค์เพื่อสร้างค่านิยมและจิตสำนึกในการใช้พลังงาน ด้วยการวางแผนและควบคุม

การใช้พลังงานอย่างเต็มประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงมีการตรวจสอบ และดูแลการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าและการใช้น้ำตลอดเวลา เพื่อเป็นการส่งเสริมความยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีนโยบายดังนี้

1.2.1 กำหนดเวลาเปิด ปิดไฟและแอร์สำนักงาน

1.2.2 รมรงค์ให้พนักงานปิดสวิตซ์ทุกครั้งหลังเลิกใช้งานอุปกรณ์ไฟฟ้า

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 ยังได้ดูแลสภาพการทำงานให้มีความปลอดภัยสูงสุดในทุกพื้นที่ของอาคารสำนักงาน โดยเฉพาะการติดตั้งเครื่องฟอกอากาศเพื่อให้สภาพอากาศในที่ทำงานมีความสะอาดและเหมาะสมต่อการทำงานของพนักงานทุกคน

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

2.3 การมีส่วนร่วมกับชุมชน บริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับสังคม ผ่านกิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility) ที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องทุกปี มุ่งหวังให้การช่วยเหลือเพื่อความยั่งยืนและสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน โดยไม่เพียงแต่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม แต่ยังเป็น การส่งเสริมให้พนักงานและทุกคนที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันในการกิจนี้อย่างเต็มที่ในทุกกิจกรรม 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 พิจารณาทบทวนนโยบายความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียในแผนการปฏิบัติด้านความยั่งยืน 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 บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทถุงน่องและถุงเท้า ซึ่งได้รับการผลิตจากบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าเหล่านี้อย่างครบวงจร โดยมีมูลค่าการซื้อสินค้าเป็นจำนวน 264.22 ล้านบาท สำหรับสินค้าอื่นๆ บริษัทมีซัพพลายเออร์รองรับจำนวน 32 ราย มีมูลค่าการซื้อสินค้าเป็นจำนวน 111.30 ล้านบาท ซึ่งพร้อมที่จะจัดหาสินค้าในหลากหลายประเภทให้กับบริษัทตามความต้องการ.

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

ความเสี่ยงที่ 3 ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี
- ธุรกิจของคู่ค้าหรือผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน
- การแข่งขัน / การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง / การเข้ามาดำเนินธุรกิจได้โดยง่ายของผู้รายใหม่
- ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ

ความเสี่ยงด้าน ESG : ไซ

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

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

1. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดและแนวโน้มผู้บริโภค

- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค:
พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะความนิยมในสินค้าแฟชั่นและรูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนไปตามกระแส หากบริษัทไม่สามารถติดตามและตอบสนองต่อแนวโน้มดังกล่าวได้อย่างทันที่ อาจส่งผลให้เกิดปัญหาสินค้าคงคลังล้าสมัยหรือไม่เป็นที่ต้องการของตลาด
- ความต้องการสินค้าที่มีความยั่งยืนเพิ่มขึ้น:
ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น บริษัทอาจจำเป็นต้องลงทุนเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วัสดุ และกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทติดตามข้อมูลตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด พัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับแนวโน้ม และบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความเสี่ยงจากปัจจัยด้านเทคโนโลยี

- การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี:
การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เช่น เทคโนโลยีการผลิต ระบบบริหารจัดการคลังสินค้า และแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ อาจทำให้บริษัทต้องเร่งปรับตัวเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน
- การนำระบบอัตโนมัติมาใช้:
การลงทุนในระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีดิจิทัล อาจก่อให้เกิดภาระต้นทุนในการลงทุนและการพัฒนาทักษะบุคลากร

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการวางแผนการลงทุนด้านเทคโนโลยีอย่างรอบคอบ ประเมินความคุ้มค่า และพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม

3. ความเสี่ยงจากห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Risks)

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

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบ วางแผนสำรองด้านโลจิสติกส์ และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและนโยบาย

- กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม:
การออกกฎหมายหรือมาตรฐานใหม่ที่เข้มงวดมากขึ้น อาจส่งผลให้บริษัทต้องปรับปรุงกระบวนการผลิตและเพิ่มต้นทุนในการดำเนินงาน
- ข้อกำหนดทางการค้าระหว่างประเทศ:
การเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้า อัตราภาษี หรือมาตรการกีดกันทางการค้า อาจส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าและความสามารถในการขยายตลาด

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 แต่สามารถส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อห่วงโซ่อุปทาน การดำเนินงาน และต้นทุนทางธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.1 ความเสี่ยงจากสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศ (Geopolitical Risks)

ความขัดแย้งทางการเมืองหรือสงครามในระดับภูมิภาคหรือระดับโลก อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก ราคาลงงาน การขนส่งระหว่างประเทศ และเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทาน

เหตุการณ์ดังกล่าวอาจทำให้เกิด

- การขาดแคลนวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูป
- การปรับตัวสูงขึ้นของต้นทุนพลังงานและค่าขนส่ง
- ความล่าช้าในการนำเข้าและส่งมอบสินค้า
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการติดตามสถานการณ์ระหว่างประเทศอย่างใกล้ชิด กระจายแหล่งจัดหาสินค้าและวัตถุดิบ วางแผนสำรองด้านโลจิสติกส์ และบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

7.2 ความเสี่ยงจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Natural Disaster Risks)

ภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น อุทกภัย แผ่นดินไหว พายุ หรือโรคระบาด อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต การขนส่ง และการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมถึงบริษัทและผู้ค้าในห่วงโซ่อุปทาน

ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

- การหยุดชะงักของการผลิตหรือการดำเนินงาน
- ความเสียหายต่อทรัพย์สินและสินค้า
- ความล่าช้าในการขนส่งและการส่งมอบสินค้า
- การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการฟื้นฟูและดำเนินงาน

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

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

8. ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ (Pandemic Risks)

การแพร่ระบาดของโรคติดต่อในระดับประเทศหรือระดับโลก อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท ทั้งในด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่อยู่เหนือการควบคุม ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

- การหยุดชะงักของกระบวนการผลิตและการดำเนินงานของบริษัทหรือบริษัทร่วม
- การขาดแคลนแรงงานหรือข้อจำกัดในการปฏิบัติงานของพนักงาน
- ความล่าช้าในห่วงโซ่อุปทานและการขนส่งสินค้า
- การลดลงของกำลังซื้อและความต้องการสินค้าของผู้บริโภค
- การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น ค่าใช้จ่ายด้านสุขอนามัยและมาตรการป้องกันโรค

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน โดยกำหนดมาตรการด้านสุขอนามัยในสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด รวมถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันที่เหมาะสม การปรับปรุงแบบการทำงานให้มีความยืดหยุ่น เช่น การทำงานแบบสลับวันหรือการทำงานจากระยะไกล (Work from Home) ในกรณีที่เหมาะสม

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ผลกระทบจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่สำหรับบริษัทที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสิ่งทอ ซึ่งมีผลกระทบที่เกิดขึ้นได้แก่

1. ผลกระทบทางการเงิน

- 1.1 ต้นทุนที่สูงขึ้น: หากมีการขาดแคลนวัตถุดิบหรือการขึ้นราคาส่งวัสดุสิ่งทอ 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 และอาจส่งผลให้กำหนดส่งสินค้าล่าช้าหรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ทัน

3. ผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

- 3.1 การสูญเสียส่วนแบ่งตลาด: การที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับเทรนด์อาจทำให้บริษัทสูญเสียส่วนแบ่งตลาดไปให้กับคู่แข่งที่สามารถปรับตัวได้รวดเร็วกว่า
- 3.2 ความยากลำบากในการรักษาลูกค้า: หากบริษัทไม่สามารถรักษาคุณภาพสินค้า หรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีพอ อาจทำให้ลูกค้าหันไปหาผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายอื่นที่สามารถให้สินค้าที่ตรงกับความต้องการมากกว่า

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

บริษัทมีนโยบายบริหารจัดการเงินลงทุนอย่างระมัดระวัง 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 และการประกันภัยทรัพย์สินของบริษัทเพื่อคุ้มครองสินทรัพย์ทั้งสิ้นจากความเสี่ยงต่างๆ 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 เพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

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 โดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

5.1 การติดตามความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทได้แต่งตั้งหน่วยงานหรือทีมงานที่รับผิดชอบด้านการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่ติดตาม ประเมิน และวิเคราะห์สถานการณ์ความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบด้าน

การติดตามดังกล่าวครอบคลุมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ แนวโน้มตลาด เทคโนโลยี กฎหมาย และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้บริษัทสามารถระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันทั่วถึง และดำเนินมาตรการรองรับได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

5.2 การทบทวนและปรับปรุงแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำกับดูแลและทบทวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยมีการประชุมอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อประเมินประสิทธิผลของมาตรการบริหารความเสี่ยง 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

ความเสี่ยงด้าน ESG : ไซ

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยง พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า/ผู้บริโภค

ลักษณะความเสี่ยงพฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้าสำหรับธุรกิจที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสิ่งทอมีดังต่อไปนี้ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้า

1.1 การปรับตัวตามแฟชั่นและแนวโน้มตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์จำพวก ถุงน่อง หรือถุงเท้า หากไม่ดีไซน์ทันสมัยจะส่งผลกระทบต่อ ยอดการขายลดลง 10-20 %

1.2 ความต้องการผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม: สินค้าหลักของบริษัทประกอบด้วยถุงน่องและถุงเท้า ซึ่งหากความนิยมในสินค้ากลุ่มนี้ลดลง ย่อมส่งผลกระทบต่อ ยอดการขายและกำไรจากการดำเนินงาน ทำให้ผลประกอบการโดยรวมของบริษัทลดลงตามไปด้วย

2. ความเสี่ยงจากพฤติกรรมกรซื้อของลูกค้า

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

2.2 การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการเลือกซื้อ: 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 โรงงานผู้ผลิตซึ่งเป็นบริษัทร่วมเริ่มทยอยสั่งเครื่องจักรใหม่ประเภทการตัดเย็บแบบไร้ตะเข็บ (Seamless Bonding) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการผลิตให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้น

3.2 การตอบสนองต่อลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ: หากสินค้ามีปัญหาด้านคุณภาพ หรือไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทและความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งผลต่อความนิยมในแบรนด์เซอร์ลอนลดลง

4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ

4.1 ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ: เช่น การลดลงของกำลังซื้อของลูกค้าในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ หรือปัญหาทางการเงินที่อาจทำให้ลูกค้าไม่สามารถชำระเงินได้ตามกำหนด ลูกหนี้การค้าค้างเหลือในวันสิ้นปี 2568 มีจำนวน 99.03 ล้านบาทลดลงจากปี 67 จำนวน 1.82 ล้านบาท

4.2 ความผันผวนของค่าเงิน: การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินอาจส่งผลกระทบต่อราคาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

5. ความเสี่ยงจากการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน

5.1 การขาดแคลนวัสดุหรือการจัดหาวัตถุดิบ: หากซัพพลายเออร์มีปัญหาหรือการจัดหาวัตถุดิบไม่ได้ตามเวลา อาจทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าลดลง

5.2 การขนส่งสินค้าไม่ตรงเวลา: ความล่าช้าหรือปัญหาที่เกิดจากการขนส่งสินค้าทำให้ลูกค้าไม่พอใจและสูญเสียความเชื่อมั่นส่งผลกระทบต่อ ยอดการขายลดลง

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 อาจทำให้ออดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย 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 การสั่งซื้อสินค้าที่ไม่คงที่มีผลกระทบต่อสินค้าคงคลัง ทั้งในแง่ของการขาดแคลนและการเกินจำนวน ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อมูลค่าการสั่งซื้อในปี 2568 ที่มีมูลค่ารวม 346.23 ล้านบาท หากการสั่งซื้อไม่สอดคล้องกับยอดการขายที่ลดลง จะทำให้สินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น และส่งผลให้สภาพคล่องทางการเงินลดลง เนื่องจากการซื้อมากกว่าการขาย จึงเป็นการสร้างภาระที่อาจกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

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

3.ผลกระทบจากการรับประกันคุณภาพสินค้า

3.1 ผลกระทบจากการไม่มีการรับประกันสินค้าต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า : หากบริษัทไม่มีการรับประกันสินค้าหรือไม่มียุทธศาสตร์รับประกันสินค้า อาจส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าตัดสินใจงดการสั่งซื้อหรือไปเลือกซื้อสินค้าจากคู่แข่งที่มีนโยบายรับประกันและรับประกันสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า การไม่มีการรับประกันสินค้าจึงอาจเป็นอุปสรรคในการรักษารฐานลูกค้าและลดความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้

3.2 การสูญเสียลูกค้าประจำ: หากไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในด้านคุณภาพสินค้า ราคา และชื่อเสียงของแบรนด์ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่สำคัญในการสูญเสียความไว้วางใจจากลูกค้า ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าประจำเลือกไปใช้สินค้าจากคู่แข่งแทน ส่งผลให้บริษัทเสียโอกาสในการรักษารฐานลูกค้าและอาจทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์เสื่อมลงได้ในระยะยาว

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

การจัดการความเสี่ยงในธุรกิจจัดจำหน่ายสิ่งทอสามารถทำได้หลายวิธีเพื่อลดผลกระทบจากความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งมีมาตรการที่สามารถใช้ได้ดังนี้:

1. การวางแผนล่วงหน้าและการคาดการณ์ความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการวางแผนล่วงหน้าและการคาดการณ์ความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยนำข้อมูลเชิงวิเคราะห์และการจัดทำแผนธุรกิจมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ดังนี้

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) เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โดยครอบคลุม 4 มิติหลัก ดังนี้

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 เพื่อให้มั่นใจว่าการส่งมอบวัสดุตรงเวลาและมีคุณภาพ

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 การลงทุนในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริษัทของเรามุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่มีคุณภาพ แต่ยังคงคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน โดยการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ เช่น Recycled Nylon ซึ่งเป็นการนำเส้นใยรีไซเคิลมาใช้ในการผลิตเพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนานวัตกรรม UV Protection ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยป้องกันรังสี UV ภายในเนื้อผ้า เพื่อให้ผู้ใช้งานได้รับการปกป้องจากแสงแดด และเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานกลางแจ้ง ผลิตภัณฑ์ของเรายังได้รับการรับรองมาตรฐาน UPF 50+ ซึ่งยืนยันถึงประสิทธิภาพในการปกป้องผิวจากรังสี UV อย่างสูงสุด จึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องความยั่งยืนและการดูแลสุขภาพผิว.

6.1 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า บริษัทมีประสบการณ์ในการให้บริการลูกค้าผ่านทุกช่องทางที่กำหนดมาเป็นระยะเวลากว่า 60 ปี โดยเป็นพันธมิตรทางการค้าที่ยาวนานในด้านการค้าส่ง ยีปวี และซาปวี ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้าได้มอบให้ตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษ

6.2 การกระจายช่องทางการขาย บริษัทมีช่องทางการขายที่ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม ทั้งในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมถึงร้านค้าส่งและปลีกขนาดใหญ่ในระบบโมเดิร์นเทรด รวมถึงร้านค้ายี่ปวี ซาปวี และช่องทางการขายออนไลน์ที่ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างเต็มที่

7. การประกันความเสี่ยง

7.1 การทำประกันภัย บริษัทมีการจัดทำประกันภัยครอบคลุมเพื่อคุ้มครองจากความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้ในปี 2568 บริษัทจ่ายค่าเบี้ยประกันจำนวน 1.18 ล้านบาท

ความเสี่ยงที่ 5 การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ
• การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือน้อยราย

ความเสี่ยงด้าน ESG : ไข่

ลักษณะความเสี่ยง

การพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้าจำนวนน้อยในธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้าสิ่งทอสามารถนำมาซึ่งความเสี่ยงหลายประการ ดังนี้:

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

1.1 ความเสี่ยงทางการเงิน: หากธุรกิจพึ่งพารายได้จากลูกค้ารายใหญ่เพียงรายเดียวหรือไม่กี่ราย รายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้อาจส่งผลกระทบต่อตรงต่อความมั่นคงทางการเงินของธุรกิจ หากลูกค้ารายใหญ่หยุดซื้อสินค้าหรือเปลี่ยนผู้จัดจำหน่าย

1.2 การต่อรองราคาที่แข็งแกร่ง: ลูกค้ารายใหญ่มักมีอำนาจในการต่อรองราคาหรือเงื่อนไขต่างๆ ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจต้องขายในราคาที่ต่ำกว่าหรือรับเงื่อนไขที่ไม่เป็นประโยชน์

1.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้า: หากลูกค้ารายใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะหรือปริมาณการสั่งซื้อ อาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถปรับตัวได้ทันเวลาและสูญเสียรายได้ที่สำคัญ

1.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในกลยุทธ์ของลูกค้า: หากลูกค้ารายใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงในกลยุทธ์หรือทิศทางของธุรกิจ อาจทำให้ความต้องการสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายลดลง

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้าจำนวนน้อย

2.1 1. ความเสี่ยงจากการกระจายรายได้: หากธุรกิจมีลูกค้าจำนวนน้อย รายได้จะมีความผันผวนสูงจากการเปลี่ยนแปลงในความต้องการสินค้าหรือการตัดสินใจของลูกค้ารายใดรายหนึ่ง

2.1.2 การสูญเสียลูกค้าหรือการลดลงของยอดขาย: หากลูกค้าหลักลดการสั่งซื้อหรือเลิกทำธุรกิจกับผู้จัดการจำหน่าย อาจทำให้ธุรกิจประสบปัญหาทางการเงินหรือสูญเสียรายได้สำคัญ

2.1.3 1. ความยากลำบากในการหาลูกค้าใหม่: หากธุรกิจมีลูกค้าจำนวนน้อย การหาลูกค้าใหม่อาจเป็นเรื่องยาก และหากไม่ได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าหลัก อาจทำให้การขยายฐานลูกค้าเป็นเรื่องท้าทาย

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ผลกระทบจากความเสี่ยงของการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้าจำนวนน้อยในธุรกิจผู้จัดการจำหน่ายสินค้าสิ่งทอสามารถมีผลกระทบหลายด้าน ดังนี้:

1. ผลกระทบทางการเงิน

1.1 รายได้ลดลง: หากลูกค้ารายใหญ่หยุดสั่งซื้อสินค้าหรือเปลี่ยนไปใช้ผู้จัดการจำหน่ายรายอื่น ธุรกิจอาจสูญเสียรายได้ที่สำคัญ ซึ่งจะส่งผลให้กระแสเงินสดลดลงและอาจประสบปัญหาทางการเงิน

1.2 การขาดแคลนทุนหมุนเวียน: การพึ่งพาลูกค้าจำนวนน้อยหรือรายใหญ่ทำให้ธุรกิจอาจไม่สามารถคาดการณ์ยอดขายได้อย่างแน่นอน ส่งผลให้มีปัญหาทุนหมุนเวียน 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: การมีลูกค้าจำนวนน้อยอาจทำให้มีสินค้าคงคลังเหลือเกินหรือขาดแคลนสินค้าในช่วงเวลาหากการคาดการณ์ไม่ถูกต้อง

5. ผลกระทบต่อความเสี่ยงทางธุรกิจและความมั่นคง

5.1 การเสี่ยงจากการสูญเสียลูกค้า: หากลูกค้ารายใหญ่เปลี่ยนผู้จัดการจำหน่ายหรือเกิดปัญหาทางธุรกิจอื่นๆ ธุรกิจอาจสูญเสียรายได้ที่สำคัญอย่างฉับพลัน ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อความมั่นคงของธุรกิจ

5.2 การขาดเสถียรภาพ: ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายเดียวหรือลูกค้าจำนวนน้อยทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงสูงในการไม่สามารถรักษาความเสถียรทางการเงินและการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

มาตรการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่หรือลูกค้าจำนวนน้อยในธุรกิจผู้จัดการจำหน่ายสินค้าสิ่งทอสามารถทำได้หลายวิธี เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ นี้คือตัวอย่างมาตรการจัดการความเสี่ยงที่สามารถใช้ได้:

1. การกระจายฐานลูกค้า (Customer Diversification)

บริษัทให้ความสำคัญกับการกระจายฐานลูกค้าเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ และเสริมสร้างโอกาสในการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางดำเนินการดังนี้

1.1 การเพิ่มและกระจายกลุ่มลูกค้า

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าครอบคลุมหลากหลายประเภท และมีฐานลูกค้าคำสั่งที่กระจายอยู่ในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยปัจจุบันบริษัทมีลูกค้ารายใหญ่จำนวน 2 ราย ซึ่งมีสัดส่วนยอดขายรวมคิดเป็นร้อยละ 40.25 ของยอดขายทั้งหมด

เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ดังกล่าว 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 เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมซื้อและลักษณะการดำเนินธุรกิจของลูกค้าในแต่ละช่องทาง

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 การบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพบริษัทมีการกำหนดมาตรการในการจัดทำข้อมูลสินค้าเพื่อใช้ในการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าให้มีความแม่นยำและเหมาะสมกับความต้องการในอนาคต โดยการรวบรวมข้อมูลจากระบบ SAP รวมทั้งการวิเคราะห์แนวโน้มการขายในแต่ละช่วงเวลา และประเมินปริมาณสินค้าที่จำเป็นต้องมีในคลังสินค้า เพื่อให้สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ล่วงหน้าและรองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา

5. การกระจายแหล่งที่มาในการจัดหาสินค้า

5.1 แหล่งจัดหาสินค้าที่หลากหลาย บริษัทมีบริษัทร่วมที่ทำหน้าที่เป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าที่เป็นของบริษัทเอง

นอกจากนี้ยังมีผู้จำหน่ายสินค้าภายนอกอีกจำนวน 32 ราย ที่ร่วมในการจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้าของบริษัท

5.2 พัฒนาความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ บริษัทได้มีความสัมพันธ์ทางการค้ากับพันธมิตรมาตลอดระยะเวลากว่า 60 ปี โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เรามีการค้าเงินธุรกิจร่วมกันอย่างราบรื่น และไม่เคยมีการผัดพดในเรื่องการชำระหนี้หรือสัญญาต่างๆ แต่อย่างใด

6. การประกันความเสี่ยงและการใช้เครื่องมือทางการเงิน

- 6.1 การประกันความเสี่ยงทางธุรกิจ บริษัทได้มีการจัดทำสัญญาประกันความเสี่ยงในด้านการขนส่งสินค้า
- 6.2 ใช้เครื่องมือทางการเงิน บริษัทมีการทำอเดอร์ล่วงหน้าในระยะเวลา 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): การวางแผนกลยุทธ์ทางการเงินที่มั่นคง เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินและสนับสนุนการเติบโตในระยะยาว
 - 8.1.2 มิติด้านลูกค้าและการตลาด (Customer/Market): การมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและการพัฒนาแนวทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและขยายฐานลูกค้า
 - 8.1.3 มิติด้านการปฏิบัติการ (Internal Operations): การปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินงาน
 - 8.1.4 มิติด้านศักยภาพของพนักงานและระบบงาน (Capability): การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากร รวมถึงการพัฒนาระบบงานที่รองรับการเติบโตและการเปลี่ยนแปลงขององค์กร

ความเสี่ยงที่ 6 การเกิดสินค้าล้าสมัย

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง :

ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและปฏิบัติงาน

- การเกิดสินค้าล้าสมัย

ความเสี่ยงด้าน ESG : ไม่ใช่

ลักษณะความเสี่ยง

การเกิดสินค้าล้าสมัยของบริษัทซึ่งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าสิ่งทอสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย ซึ่งอาจทำให้สินค้าที่เคยได้รับความนิยมในอดีตไม่เป็นที่ต้องการในปัจจุบันหรือมีการเปลี่ยนแปลงในตลาดโดยไม่สามารถปรับตัวทัน นี่คือลักษณะและสาเหตุหลักๆ ที่ทำให้สินค้าสิ่งทอล้าสมัยมีดังต่อไปนี้

- 1.การเปลี่ยนแปลงในแนวโน้มแฟชั่น ตลาดสิ่งทอมีการเปลี่ยนแปลงเร็วมาก โดยเฉพาะในด้านแฟชั่น เสื้อผ้าและสินค้าสิ่งทอที่เคยเป็นที่นิยมอาจหมดความนิยมได้ในเวลาอันสั้น เมื่อดีไซน์หรือสีสันทันสมัยไม่ตรงกับเทรนด์แฟชั่นที่กำลังมาแรงในช่วงนั้น
2. นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่: การพัฒนานวัตกรรมในวัสดุหรือกระบวนการผลิตอาจทำให้สินค้าสิ่งทอที่มีอยู่ล้าสมัย เช่น กลุ่มสินค้าจำพวกเสื้อผ้า ที่มีคุณสมบัติระบายอากาศดีขึ้น หรือวัสดุที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน
3. การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค: พฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลงได้เร็วมาก เช่น การให้ความสำคัญกับสินค้าที่ยั่งยืนหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคอาจหันไปใช้สินค้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิลหรือมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น
4. การแข่งขันที่สูงขึ้น: ธุรกิจสิ่งทอมีการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งการมีสินค้าที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาหรือไม่สามารถปรับตัวกับแนวโน้มใหม่ๆ ได้ จะทำให้สินค้านั้นล้าสมัยและตกยุค
- 5.การขาดการวิเคราะห์ตลาดและความต้องการของลูกค้า: หากธุรกิจไม่ทำการสำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าหรือแนวโน้มของตลาดอย่างต่อเนื่อง ก็อาจส่งผลให้สินค้าที่จำหน่ายไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของตลาด ทำให้ล้าสมัย

ผลกระทบจากความเสียหาย

การที่สินค้าสิ่งทอล้าสมัยมีผลกระทบและความเสี่ยงต่อธุรกิจ ในหลายๆ ด้าน ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และภาพลักษณ์ของธุรกิจ ต่อไปนี้คือผลกระทบหลักๆ ที่อาจเกิดขึ้น:

1.ผลกระทบทางการเงิน

1.1 การสูญเสียรายได้: เมื่อสินค้าล้าสมัย ไม่สามารถจำหน่ายได้ตามที่คาดหวัง ธุรกิจจะขาดรายได้จากการขายสินค้า อาจทำให้มีสต็อกสินค้าที่ไม่สามารถขายได้สะสมและต้องลดราคาหรือโปรโมชันเพื่อเคลียร์สต็อก 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 ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจสูญเสียการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

4.ผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาด

4.1 เสียเปรียบคู่แข่ง: มีผลกระทบต่อการแข่งขันทำให้คู่แข่งที่มีความสามารถในการปรับตัวเร็วและมีสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากกว่า

4.2 การลดส่วนแบ่งการตลาด: เมื่อสินค้าล้าสมัยและไม่ได้รับความนิยม มีการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่งที่มีสินค้าที่ทันสมัยและตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีกว่า

5.ผลกระทบต่อการทำงานภายใน

5.1 การสูญเสียความสามารถในการจัดการสินค้าคงคลัง: สินค้าที่ล้าสมัยอาจทำให้มีสต็อกเกินความจำเป็น ซึ่งทำให้ธุรกิจต้องใช้เวลาและทรัพยากรในการจัดการสินค้าคงคลังและอาจทำให้เกิดการเสียหาย

5.2 การขาดการมองเห็นไกล: หากไม่สามารถประเมินแนวโน้มตลาดและความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีผลกระทบต่อกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินการในระยะยาว

6.ผลกระทบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

6.1 ขาดการพัฒนาและนวัตกรรม: สินค้าล้าสมัยสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถปรับตัวและขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ซึ่งจะทำให้ธุรกิจไม่สามารถสร้างนวัตกรรมที่ทำให้สินค้าต่างๆ ยังคงความน่าสนใจได้

6.2 สูญเสียโอกาสทางการตลาด: หากไม่สามารถพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา จะสูญเสียโอกาสในการทำตลาดและขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

การจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าล้าสมัยของบริษัทในการทำธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าสิ่งทอ โดยการใช้มาตรการที่ช่วยลดผลกระทบและเพิ่มความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มและความต้องการของตลาด นี่คือมาตรการสำคัญที่ธุรกิจสามารถใช้ในการจัดการความเสี่ยงนี้:

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 ใน

ส่วนของผ้าลูกไม้ ได้รับการผลิตขึ้นโดยคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม ด้วยการนำวัสดุเหลือใช้ เช่น พลาสติก มาทำการรีไซเคิลและแปรรูปเป็น ผ้าลูกไม้ลายสวยงาม ภายใต้แนวคิด "Made Earth Friendly for The Good of Tomorrow" ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการผลิตที่มีจุดผลกระทบท่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการลดการใช้ น้ำ การใช้พลังงาน การลดขยะมลพิษ รวมถึงการลดการใช้วัตถุดิบใหม่ ผลิตภัณฑ์ในคอลเลกชัน Recycled Lace จากแบรนด์ Cherilon Intimate จึงเป็นทางเลือกที่ช่วยสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างอนาคตที่ดีกว่าให้กับโลกของเรา.

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

3. การจัดการสต็อกสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

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

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

4. การนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย

4.1 การนำเสนอสินค้าที่หลากหลายบริษัทมีการนำเสนอสินค้าที่มีหลากหลายดีไซน์และรูปแบบ เพื่อรองรับความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า การมีสินค้าหลายประเภทสามารถตอบโจทย์และขยายฐานลูกค้าได้กว้างขวางยิ่งขึ้น พร้อมทั้งช่วยเสริมสร้างความหลากหลายและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคทุกกลุ่ม สามารถเข้าเยี่ยมชมสินค้าของเราได้ที่ www.cherilon

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

5. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

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

5.2 การสร้างความภักดีจากลูกค้า การจัดแคมเปญเพื่อส่งเสริมการขายและส่วนลดสำหรับการสั่งซื้อสินค้าปริมาณมากนั้น ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ช่วยกระตุ้นยอดขายและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยสามารถนำเสนอข้อเสนอที่คุ้มค่าและดึงดูดใจได้ในรูปแบบที่น่าสนใจ

6. การสื่อสารภายในองค์กร

6.1 การประสานงานภายในองค์กร บริษัทมีการพัฒนาสินค้าใหม่และตอบสนองต่อเทรนด์ตลาดอย่างรวดเร็ว การประสานงานระหว่างฝ่ายออกแบบและฝ่ายการตลาดอย่างใกล้ชิดมีความสำคัญอย่างยิ่ง การจัดทำ Business Plan ที่มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างทั้งสองฝ่าย จะช่วยให้การพัฒนาสินค้าใหม่สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลเกี่ยวกับแผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ

แผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP)

แผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ (BCP) : ไม่มี

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

นโยบายและแนวปฏิบัติ : ไม่มี
การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของบริษัท

ข้อมูลเกี่ยวกับแผนบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

แผนบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

แผนบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของบริษัท : มี

ความเสี่ยงจากห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Risks)

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

แนวทางการบริหารความเสี่ยง:

บริษัทมีการกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบ วางแผนสำรองด้านโลจิสติกส์ และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

ข้อมูลเกี่ยวกับคู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัท

คู่ค้ารายใหม่ที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัท

บริษัทมีการคัดกรองประเด็น : ไม่มี
ด้านความยั่งยืนกับคู่ค้ารายใหม่หรือไม่

ข้อมูลเกี่ยวกับจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ

จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ

จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ : มี
ลิงก์จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ : <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>

ข้อมูลเกี่ยวกับคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ

คู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ

บริษัทกำหนดให้คู่ค้ารายสำคัญร่วมลงนามรับทราบ : ไม่ใช่
การปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจหรือไม่

การพัฒนานวัตกรรม

ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กร

นโยบายการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมของบริษัท (R&D)

นโยบายการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมของบริษัท : ไม่มี

ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนาในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

	2566	2567	2568
ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (ล้านบาท)	0.00	0.00	0.00

คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนาในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีการจัดสรรงบประมาณหรือบันทึกค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยตรง เนื่องจากบริษัทได้มีการจัดตั้งหน่วยงาน R&D ภายในองค์กร อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยมีฝ่ายผลิตภัณฑ์และฝ่ายโฆษณาเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงานดังกล่าว ทั้งในด้านการปรับปรุงคุณภาพสินค้า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมถึงการวางแผนและดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดและการสื่อสารแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดังกล่าวถูกรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท และไม่ได้แยกแสดงเป็นค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาโดยเฉพาะ ทั้งนี้ บริษัทมีแนวทางในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องผ่านการทำงานร่วมกับผู้ผลิตและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ อันจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดในระยะยาว

ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมขององค์กร

กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมขององค์กร

กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรม : ไม่มี
ด้านนวัตกรรมขององค์กร

ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์จากการพัฒนานวัตกรรมและค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

ประโยชน์จากการพัฒนานวัตกรรม

ประโยชน์ที่เป็นตัวเงิน

บริษัทมีการวัดผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงิน : ไม่มี
จากการพัฒนานวัตกรรมหรือไม่

ประโยชน์ที่ไม่เป็นตัวเงิน

บริษัทมีการวัดผลประโยชน์ที่ไม่เป็นตัวเงิน : ไม่มี
จากการพัฒนานวัตกรรมหรือไม่

หมายเหตุ - เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอัตโนมัติจากการประมวลข้อมูลตามสภาพที่ได้รับจากบริษัทจดทะเบียน (as is basis) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่รับรองในความถูกต้อง ความครบถ้วน ความเหมาะสม ความเป็นปัจจุบัน หรือความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ หรือรับประกันผลที่จะได้รับจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว และจะไม่รับผิดชอบในความสูญหายหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการนำเอกสารหรือเนื้อหาที่ปรากฏในเอกสารนี้ไปใช้ในทุกรณ