

2024 SUSTAINABILITY Report



รายงานความยั่งยืน

สารบัญ

วิสัยทัศน์และภารกิจ สารจากคณะกรรมการ

ข้อมูลทั่วไป

1

- 08 ข้อมูลบริษัท
- 09 ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท
- 10 โครงสร้างการถือหุ้น
- 11 ผลิตภัณฑ์และสัดส่วนรายได้
- 17 โครงสร้างองค์กร
- 18 รางวัลและผลงาน

การพัฒนาที่ยั่งยืน

2

- 21 ความหมาย
- 23 กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน
- 25 นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและ
สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- 27 แผนแม่บทการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 31 การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

เกี่ยวกับ
รายงาน

3

- 37 ขอบเขตการรายงาน
- 37 การสอบทานข้อมูล
- 38 ประเด็นสาระสำคัญในรายงาน

ปรัชญาในการ
ดำเนินธุรกิจ

4

- 45 สร้างมูลค่าให้กับผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด
- 101 คนและองค์กรที่เติบโตไปพร้อมกัน
- 108 ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง
- 128 การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม

สรุปผลการ
ดำเนินงาน

5

- 136 คุณค่า
- 137 การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม
- 157 บทสรุปผู้บริหาร
- 160 ตัวชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำ รายงาน ความยั่งยืนระดับสากล (GRI content index)



VISION วิสัยทัศน์

To be world class
automotive part manufacturer
เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ระดับโลก

MISSION ภารกิจ



MARKET - Expand to the world market
ด้านการตลาด - มุ่งสู่ตลาดโลก



R&D - To be the world class designer
ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ - มุ่งสู่การเป็นผู้ออกแบบระดับโลก



ORGANIZATION - To be the learning organization
ด้านองค์กร - มุ่งสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้



PRODUCT - To be product of world standard quality
ด้านผลิตภัณฑ์ - พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพระดับโลก

Well-balance of work and life
Maximum value to all stakeholders
People and organization that grow together
Moving forward at all time
Promote good society

PHILOSOPHY

ปรัชญา



สร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิต
สร้างมูลค่าสูงสุดให้กับผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด
คนและองค์กรที่เติบโตไปพร้อมกัน
ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง
ร่วมสรรค์สร้างสังคมที่ดี

สารจากคณะกรรมการ



ปี 2567 เป็นช่วงเวลาที่ดีขึ้นไปด้วยโอกาสและความท้าทาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ทั้งทางด้านเทคโนโลยี ความต้องการของผู้บริโภค และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลกระทบต่อทิศทางและกลยุทธ์ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ หนึ่งในความท้าทายหลักที่บริษัทต้องเผชิญคือการเปลี่ยนผ่านไปสู่ รถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) และการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสนับสนุนเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินมาตรการสำคัญหลายประการเพื่อขับเคลื่อนแนวทางความยั่งยืน (Sustainability) อย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่

- **การบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน (Responsible and Sustainable Consumption Strategy):** บริษัทฯ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีความรับผิดชอบและบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างบูรณาการและยั่งยืน เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม สร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เช่น การจัดทำโครงการอนุรักษ์การใช้น้ำ และการส่งเสริมผู้มีส่วนได้เสียให้ร่วมกันดูแลรักษาระบบนิเวศต้นน้ำ และใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า เป็นต้น
- **การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Strategy):** บริษัทฯ มุ่งมั่นสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2590 และการลดอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (scope 1 & 2) ต่อหน่วยพื้นที่ที่ดำเนินงานลงร้อยละ 10 ในปี 2580 เทียบกับปีฐาน 2562 โดยมุ่งเน้นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการเปลี่ยนผ่านสู่การใช้พลังงานหมุนเวียนการลดปริมาณขยะที่ส่งกำจัดด้วยวิธีฝังกลบให้เหลือน้อยที่สุดและการส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนภายในโรงงานผลิตและดำเนินโครงการ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint Reduction) ซึ่งสามารถลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนลงร้อยละ 19.93 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ยังมีการนำหลัก เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาปรับใช้กับกระบวนการผลิต เพื่อลดของเสียและเพิ่มการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- **การสร้างนวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ (Innovation Strategy to Uplift Product & Service Quality):** บริษัทฯ มองเห็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้มีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อพัฒนานวัตกรรมยานยนต์ที่ประหยัดพลังงาน ลดมลพิษ และเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมมาตรฐาน ESG (Environment, Social, Governance) ซึ่งจะช่วยให้สร้างความไว้วางใจจากผู้บริโภคและนักลงทุน และช่วยให้บริษัทเติบโตอย่างยั่งยืน โดยในปีนี้ บริษัทได้สร้างทีมงานที่มีความสามารถผ่านการพัฒนาบุคลากร และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมและการทำงานร่วมกัน เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้



นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินนโยบายด้านธรรมาภิบาลอย่างเข้มแข็ง โดยยึดมั่นในหลัก ความโปร่งใส การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทได้พัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อเฝ้าระวังและติดตามปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวและเติบโตอย่างมั่นคง

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ความสำเร็จของบริษัทเกิดขึ้นจากความร่วมมือของ พนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า และชุมชน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้า บริษัทขอยืนยันถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยยึดถือปรัชญาการดำเนินธุรกิจ

// **สร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิต**
สร้างมูลค่าสูงสุดให้กับผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด
คนและองค์กรที่เติบโตไปพร้อมกัน
ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อสร้างสรรค์สังคมที่ดี //

คณะกรรมการบริษัทขอขอบพระคุณท่านผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย ผู้บริหารทุกท่านและพนักงาน ที่มีส่วนร่วมในการผลักดันให้บริษัทประสบความสำเร็จด้วยดีตลอดมา ขอโปรดมั่นใจว่าคณะกรรมการบริษัทจะยึดมั่นและกำกับดูแลกิจการให้มีความมั่นคงและเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพในระยะยาวตลอดไป



นายสรรเสริญ จุฬางกูร
ประธานกรรมการ

A white background with green leaves scattered in the corners. The leaves are vibrant green and have a natural, slightly textured appearance. They are positioned in the top-right, bottom-left, and bottom-right corners, framing the central text.

1

ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลบริษัท



บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน)
("บริษัท" หรือ "TSC")

เลขทะเบียนบริษัท : 0107548000145
ประเภทธุรกิจ :
ประกอบธุรกิจผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และผลิตชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์หลักในประเทศไทย ศูนย์อะไหล่ ตลอดจนส่งออกไปยังผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในต่างประเทศ

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ :
เลขที่ 700/737 หมู่ที่ 1 ตำบลพานทอง อำเภopanทอง จังหวัดชลบุรี 20160

เว็บไซต์บริษัท : www.tscpcl.com
โทรศัพท์ : (038) 447 200 - 05
ทุนจดทะเบียน : 268,500,000 บาท
ทุนชำระแล้ว : 259,800,000 บาท
ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ

ข้อมูลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป :
บริษัทมิได้ถือหุ้นใดๆ ในบริษัทอื่นหรือธุรกิจอื่นเกินร้อยละ 10 ขึ้นไป

ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียน
บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ : (02) 229 2800
โทรสาร : (02) 359 1259

ผู้สอบบัญชี

บริษัท ไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด
179/74-80 อาคารบางกอกซีทีทาวเวอร์ชั้น 15 ถนนสาทรใต้แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์ : (02) 844 1000
โทรสาร : (02) 286 5050
นายพงทวิ รัตนะโกเศศ
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 7795
นางสาวรอนาถ ปัญญารานานุศาสตร์
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 8435
นายบุญเรือง เลิศวิเศษวิทย์
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 6552

ที่ปรึกษากฎหมาย

ไม่มี

ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ตลอดจนชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ ให้กับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ด้วยความเชี่ยวชาญในเชิงธุรกิจ ตลอดจนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทำให้บริษัทมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านคุณภาพ การออกแบบ วิจัยพัฒนา รวมถึงการผลิตชิ้นส่วนโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคม โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนในสายโซ่มูลค่าของธุรกิจ



OEM = Original Equipment Manufacturer
 REM = Replacement Equipment Manufacturer



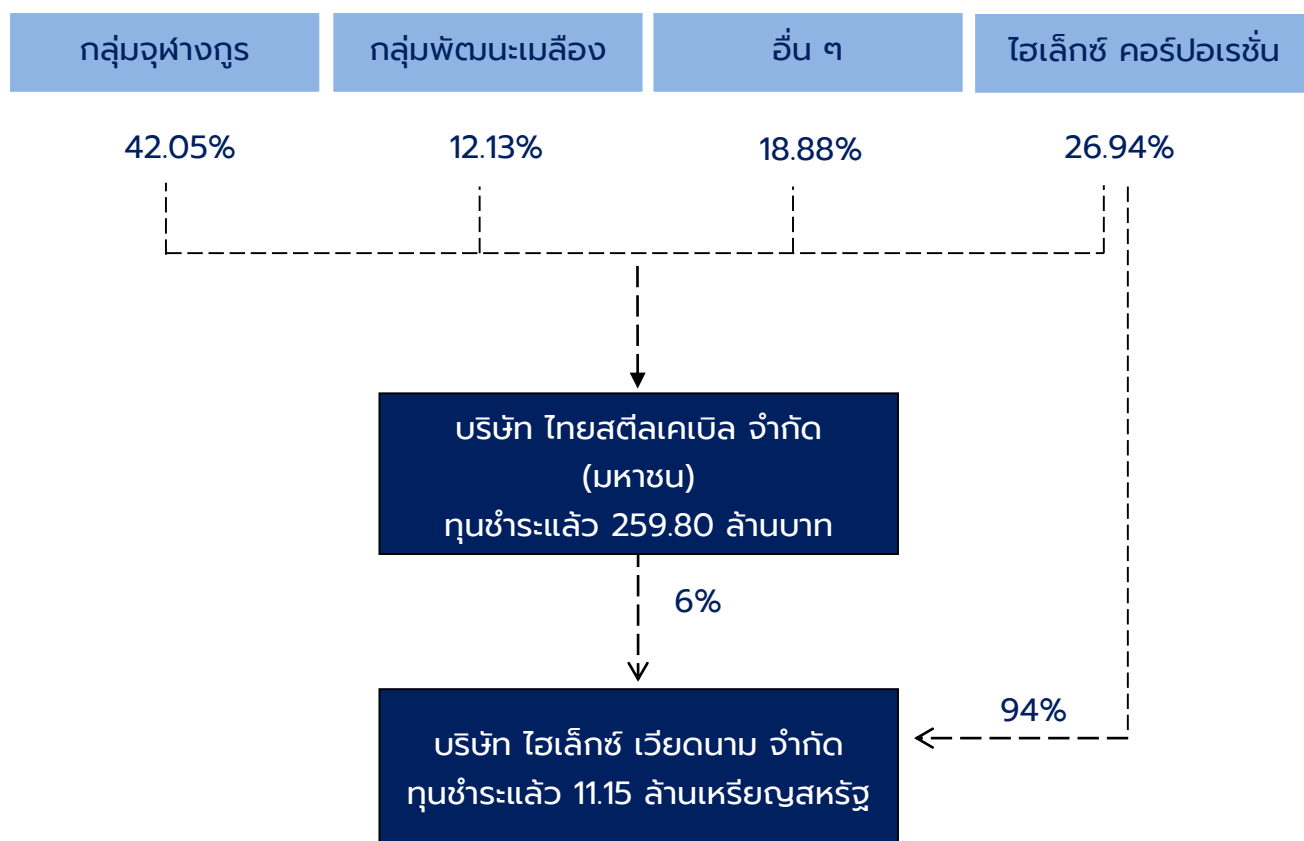
ธุรกิจของเรา



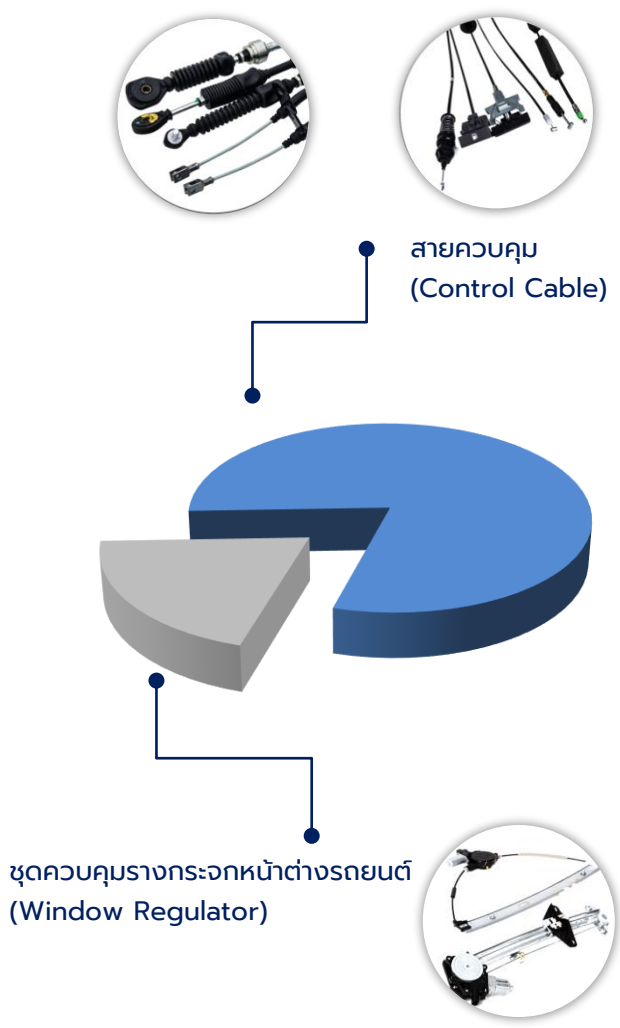
บริษัทเดิมชื่อว่า บริษัท ไทยสตีลเคเบิล (ที เอส เค) จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2521 โดยผู้ก่อตั้งหลัก 2 ท่าน คือนายสรรเสริญ จุฬางกูร และนายชูกอง พัฒนะเมลือง บริษัทมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 4 ล้านบาท และมีกำลังการผลิตในช่วงแรก 250,000 เส้นต่อปี ต่อมาได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและร่วมทุนกับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของประเทศญี่ปุ่น ต่อมาในปี 2548 บริษัทได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน) แต่สัดส่วนผู้ถือหุ้นยังคงเดิม

โครงสร้างการถือหุ้น

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน)
ณ วันที่ 30 กันยายน 2567



ผลิตภัณฑ์และสัดส่วนรายได้



ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

- 1) สายควบคุม (Control Cable) ประกอบด้วย
 - สายควบคุมระบบต่างๆ ภายในรถยนต์ (Automobile Control Cable) อาทิเช่น สายเปิดฝากระโปรงหน้า-หลัง สายสตาร์ท เครื่องยนต์ สายคันเร่ง สายเกียร์ เป็นต้น
 - สายควบคุมระบบต่างๆ ของรถจักรยานยนต์ (Motorcycle Control Cable) อาทิเช่น สายเบรก สายคลัช สายวัดรอบ สายเร่งความเร็ว เป็นต้น

- 2) ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ (Window Regulator) ได้แก่ ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ แบบใช้สายควบคุมสำหรับรถยนต์ทุกประเภท

การผลิตสายควบคุมและชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายควบคุมต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น บริษัททำการผลิตภายใต้สัญญาการใช้สิทธิและรับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค (License and Technical Assistance Agreement) ระหว่างบริษัทฯ กับ ไฮ เล็ก ซึ คอร์ปอเรชั่น (HI-LEX Corporation) ซึ่งเป็นผู้ผลิตสายควบคุมสำหรับยานยนต์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่นและเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

ลักษณะผลิตภัณฑ์

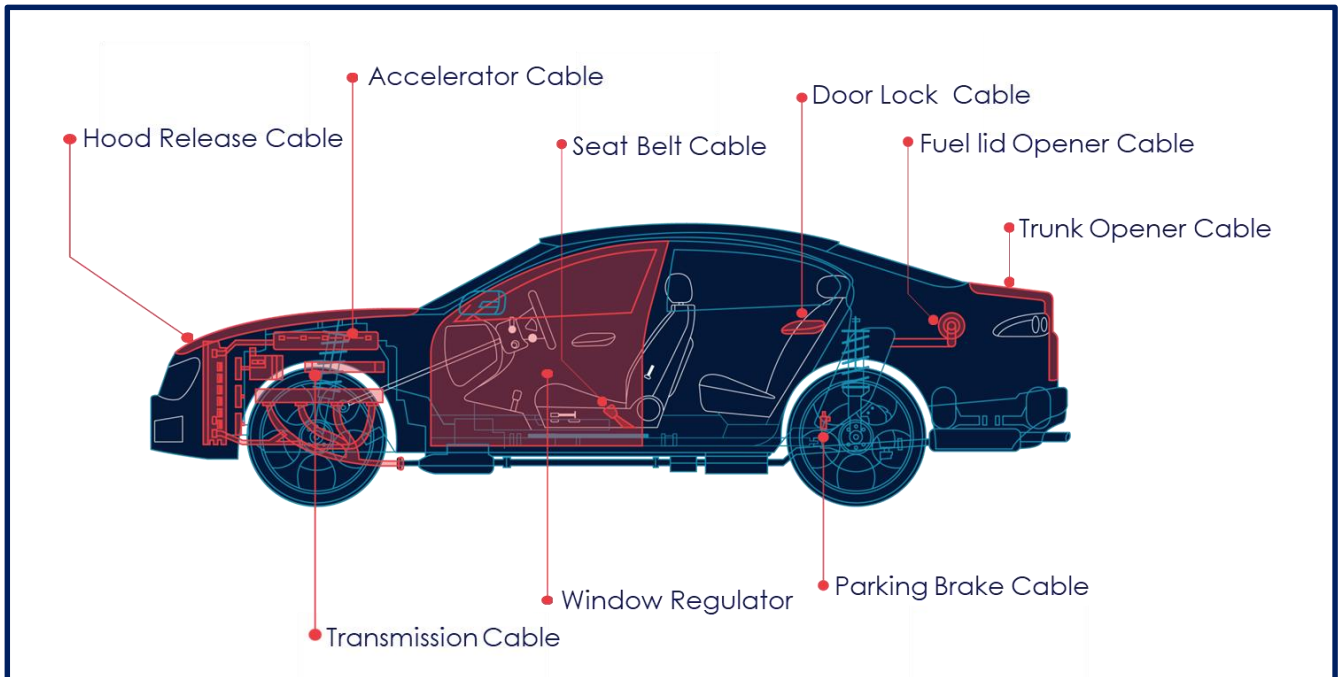
บริษัททำหน้าที่เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วน OEM (Original Equipment Manufacturer) และ REM (Replacement Equipment Manufacturer) เพื่อส่งให้แก่โรงงานประกอบของลูกค้า ผู้ผลิตชิ้นส่วนและศูนย์อะไหล่ ซึ่งได้แก่ ผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงบริษัทต่างๆ ในเครือของโฮลดิ้ง คอร์ปอเรชั่น โดยรายละเอียดผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีดังนี้

1. สายควบคุม (Control Cable)

บริษัททำการผลิตสายควบคุมทั้งที่ใช้กับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยสายควบคุมเป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการควบคุมระบบต่างๆ ของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ อาทิเช่น ระบบเบรก ระบบสตาร์ทเครื่องยนต์ ระบบเกียร์ และระบบคลัช เป็นต้น บริษัทมียอดขายสายควบคุมในปี 2567 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 83 ของยอดขายรวม โดยเป็นการขายในประเทศร้อยละ 99 และเป็นการขายต่างประเทศร้อยละ 1 ทั้งนี้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์สายควบคุมของบริษัทมีดังนี้

สายควบคุมรถยนต์ (Automobile Control Cable)

บริษัทผลิตสายควบคุมระบบต่างๆ ในรถยนต์ โดยเน้นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถบรรทุก (กระบะ) ขนาด 1 ตัน ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วในรถยนต์ 1 คัน จะมีสายควบคุมประมาณ 8-16 ประเภท ทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของระบบต่างๆ ในรถยนต์ เช่น เครื่องยนต์ เกียร์ คลัช ฯลฯ ทั้งนี้บริษัทสามารถผลิตสายควบคุมที่ใช้ในรถยนต์ได้ทุกประเภท



ภาพสายควบคุมหลักของรถยนต์ที่บริษัทผลิต

นอกจากสายควบคุมดังแสดงในแผนภาพข้างต้นแล้ว บริษัทยังสามารถผลิตสายควบคุมที่ใช้ควบคุมระบบอื่นๆ ของรถยนต์ อาทิ สายโซ้ค สายปรับเบาะที่นั่ง สายล็อคประตู สายควบคุมกระจกมองข้าง สายเครื่องปรับอากาศ สายไมล์/วัดความเร็ว สายเข็มขัดนิรภัย และสายประตูท้าย เป็นต้น

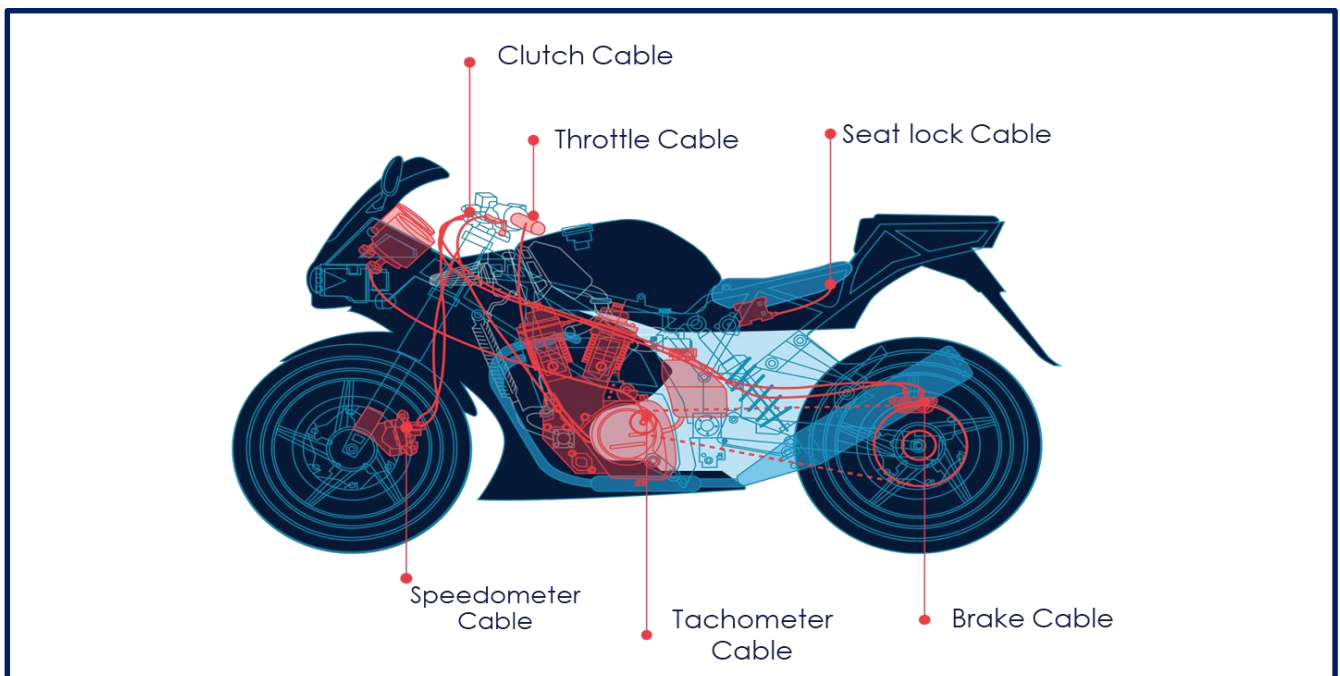
ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรถยนต์ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

| | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------------------------|-------|-------|-------|
| ในประเทศ | 1,740 | 2,015 | 1,880 |
| ต่างประเทศ | 26 | 15 | 13 |
| รวม | 1,766 | 2,030 | 1,893 |
| อัตราการเติบโต (ร้อยละ) | -3 | 15 | -7 |

สายควบคุมรถจักรยานยนต์ (Motorcycle Control Cable)

บริษัทผลิตสายควบคุมระบบต่างๆ ของรถจักรยานยนต์ญี่ปุ่นทุกประเภท ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วในรถจักรยานยนต์ 1 คัน จะมีสายควบคุมประมาณ 8 ประเภท ซึ่งทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของระบบต่างๆ เช่น เครื่องยนต์ เกียร์ คลัช ฯลฯ ทั้งนี้บริษัทสามารถผลิตสายควบคุมที่ใช้ในรถจักรยานยนต์ได้ทุกประเภท



ภาพสายควบคุมหลักของรถจักรยานยนต์ที่บริษัทผลิต

ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรถจักรยานยนต์ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

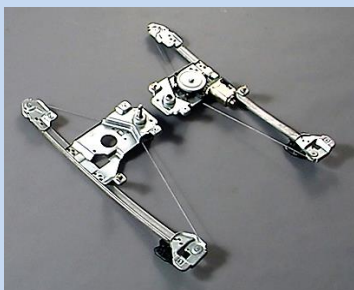
| | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------------------------|------|------|------|
| ในประเทศ | 390 | 410 | 377 |
| ต่างประเทศ | 0 | 0 | 0 |
| รวม | 390 | 410 | 377 |
| อัตราการเติบโต (ร้อยละ) | 9 | 5 | -8 |

สายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์

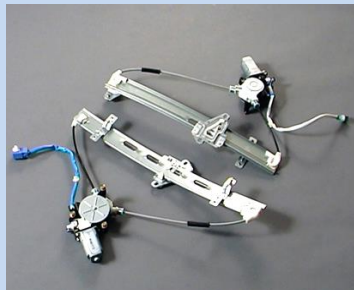
การออกแบบรถยนต์ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปสู่ระบบไฟฟ้ากันอย่างแพร่หลาย สายควบคุมก็เป็นหนึ่งในอุปกรณ์ชิ้นส่วนที่ได้รับการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน โดยในอดีตสายควบคุมจะเป็นระบบจักรกล (Mechanic) แต่ปัจจุบันรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ จะถูกออกแบบโดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) ซึ่งมีข้อดีกว่าระบบเดิมหลายประการ เช่น ลดขั้นตอนการประกอบสายควบคุม ระบบการควบคุมมีความแม่นยำมากขึ้น แต่ในทางกลับกันก็มีข้อเสียที่ตามมา เช่น ต้องเพิ่มการติดตั้งสายไฟและสายสัญญาณจำนวนมาก และแม้ว่าในแง่การพัฒนาและภาพลักษณ์ของรถยนต์จะดูทันสมัยและซับซ้อนยิ่งขึ้น แต่ต้นทุนราคาและปัญหาทางด้านเทคนิคก็ยังคงเป็นปัจจัยที่ทำให้การเลือกใช้สายควบคุมแบบเดิมยังเป็นทางเลือกที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่คงนิยมอยู่

2. ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ (Window Regulator)

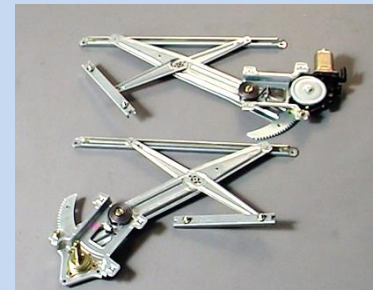
ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดและปิดกระจกหน้าต่างรถยนต์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทให้ความสำคัญในการทำตลาด เนื่องจากสามารถใช้ได้กับรถทุกชนิดและทุกขนาด บริษัทมียอดขายชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ในปี 2567 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 9 ของยอดขายรวม โดยเป็นการขายในประเทศเกือบทั้งหมด



Cable and Drum Types



Arm and Sector Types



X-arm Types

แผนภาพแสดงชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายควบคุม

ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์
ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

| | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------------------------|------|------|------|
| ในประเทศ | 341 | 319 | 231 |
| ต่างประเทศ | 0 | 0 | 0 |
| รวม | 341 | 319 | 231 |
| อัตราการเติบโต (ร้อยละ) | 3 | -6 | -28 |

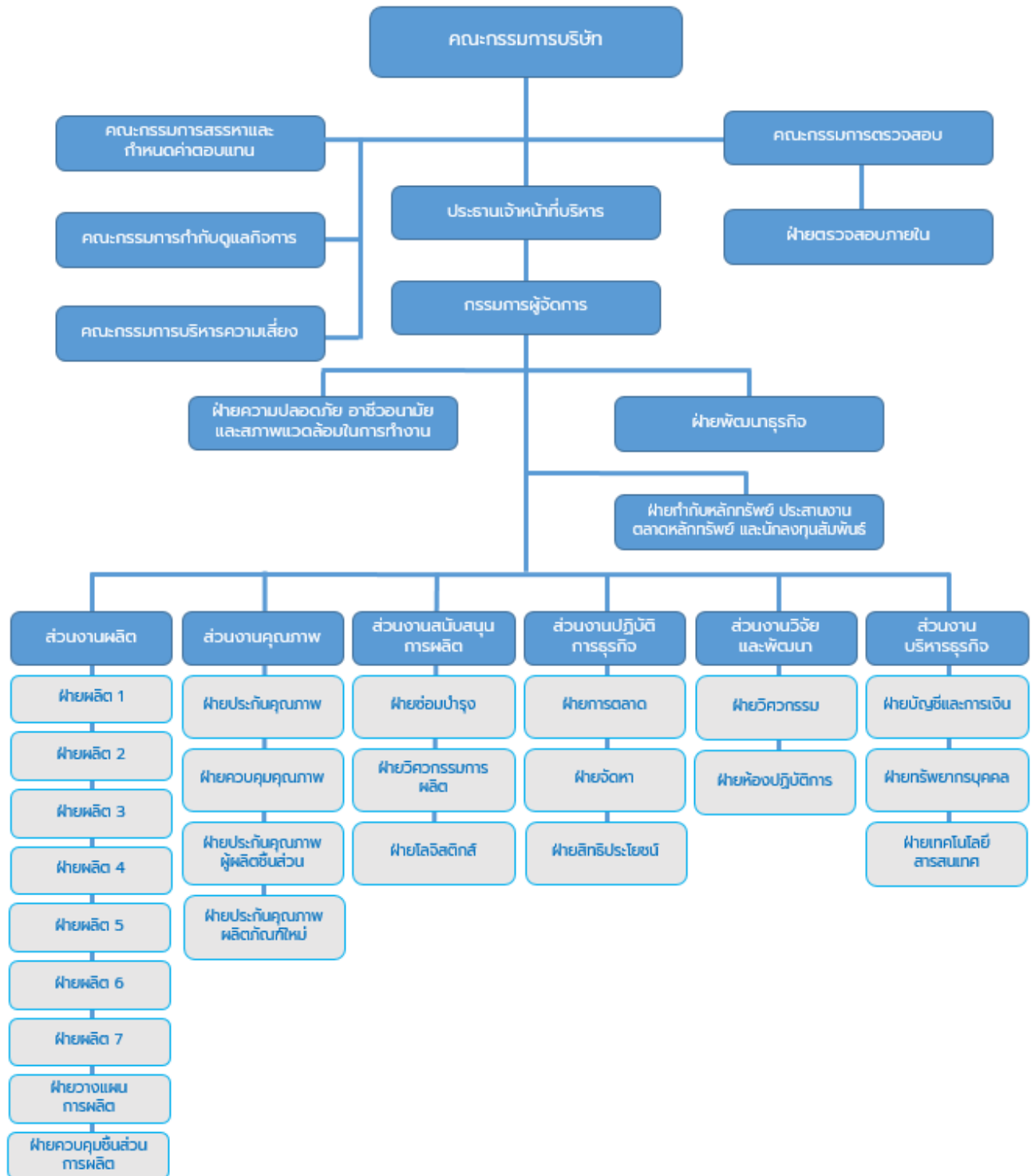


โครงสร้างรายได้แยกตามผลิตภัณฑ์

บริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยสามารถสรุปโครงสร้างรายได้ของบริษัทแยกตามผลิตภัณฑ์ในช่วงปี 2565–2567 ได้ดังตารางต่อไปนี้

| สายผลิตภัณฑ์ | 2565 | | 2566 | | 2567 | |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) | รายได้ (ล้านบาท) | สัดส่วน (ร้อยละ) |
| รายได้จากการขายในประเทศ | 2,499 | 94 | 2,774 | 95 | 2,488 | 91 |
| - สายควบคุมรถยนต์ | 1,740 | 65 | 2,015 | 69 | 1,880 | 69 |
| - สายควบคุมรถจักรยานยนต์ | 390 | 15 | 410 | 14 | 377 | 14 |
| - ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ | 341 | 13 | 319 | 11 | 231 | 8 |
| - อื่นๆ | 28 | 1 | 30 | 1 | - | - |
| รายได้จากการขายต่างประเทศ | 146 | 5 | 133 | 5 | 196 | 7 |
| - สายควบคุมรถยนต์ | 26 | 1 | 15 | 1 | 13 | 0 |
| - สายควบคุมรถจักรยานยนต์ | - | - | - | - | - | - |
| - ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ | - | - | - | - | - | - |
| - อื่นๆ | 120 | 4 | 118 | 4 | 182 | 7 |
| รายได้อื่น | | | | | | |
| - อื่นๆ | 16 | 2 | 7 | 0 | 47 | 2 |
| รวมรายได้ | 2,661 | 100 | 2,914 | 100 | 2,730 | 100 |

โครงสร้างองค์กร



รางวัลและความสำเร็จ ปี 2567



- บริษัทฯ ได้รับประกาศนียบัตร “2023 TCC Safety Activity as Assistant Task Force” เพื่อขอขอบคุณในการสนับสนุนกิจกรรม จาก บริษัท โตโยต้า ไคฮัทสึ เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด



- บริษัทฯ ได้รับรางวัล "Engine & Drive category" จากบริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด



- บริษัทฯ ได้รับประกาศนียบัตร “ผู้ทำคุณประโยชน์ให้แก่กระทรวงศึกษาธิการ ประจำปี 2567” จาก รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ



- บริษัทฯ ได้รับประกาศนียบัตร “HRD Activity 2023 : Working Team” เพื่อขอขอบคุณในการสนับสนุนกิจกรรม จาก TCC HRD Activity



- บริษัทฯ ได้รับประกาศนียบัตร ผู้สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรและการศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก EEC HDC



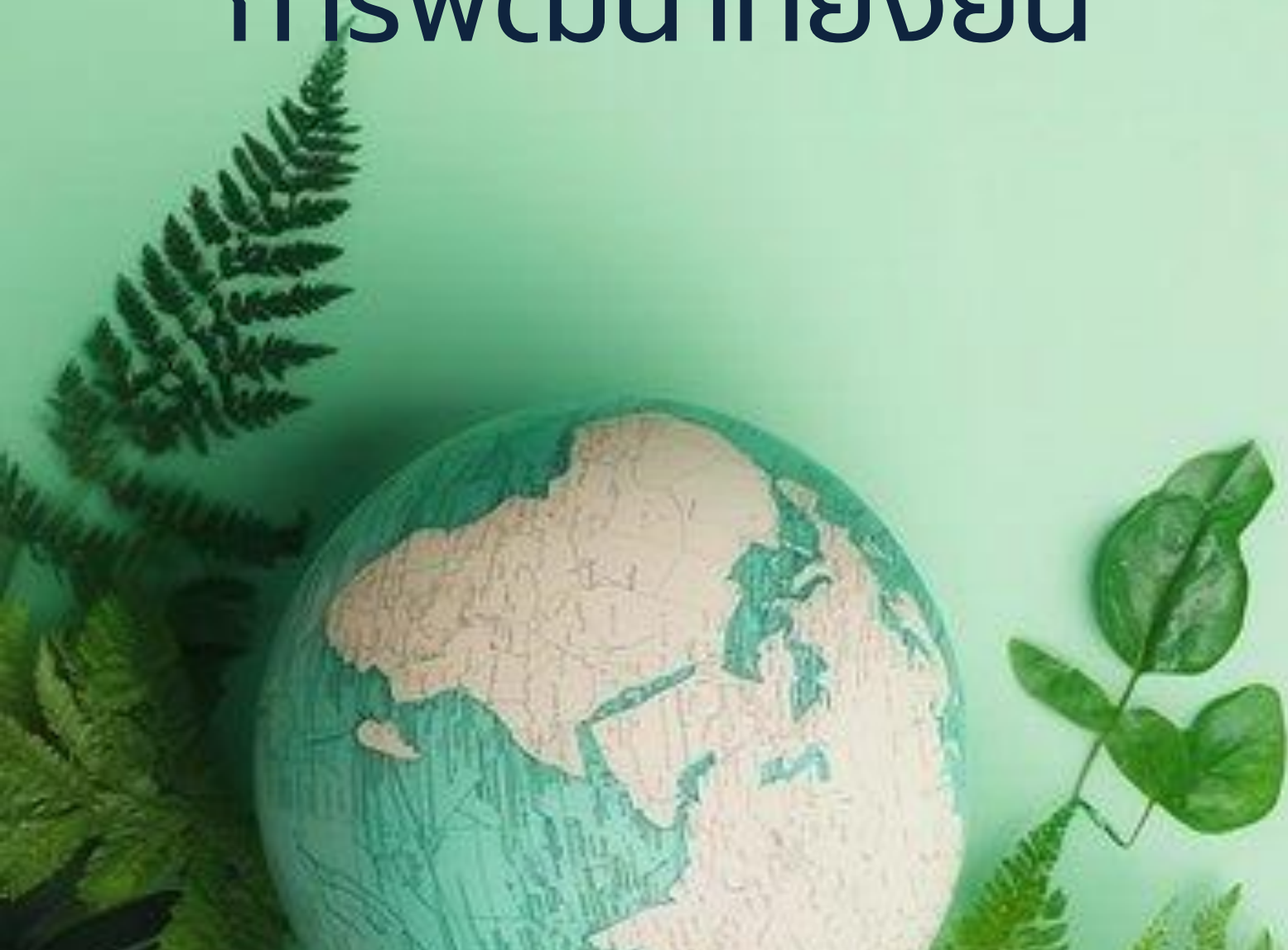
- บริษัทฯ ได้รับรางวัล “Supplier of the year 2023 : Cost Gold Award” จาก Kubota



- บริษัทฯ ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ “ผู้ทำคุณประโยชน์และสนับสนุนด้านการศึกษา แก่วิทยาลัยเทคโนโลยีคชลบุรี” จากสำนักงานคณะกรรมการอาหาราชีวศึกษา

2

การพัฒนาที่ยั่งยืน



บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
โดยมีกระบวนการประเมินและจัดลำดับความสำคัญ
อ้างอิงตามกรอบการรายงานความยั่งยืนสากล
Global Reporting Initiative (GRI) ฉบับ GRI Standards



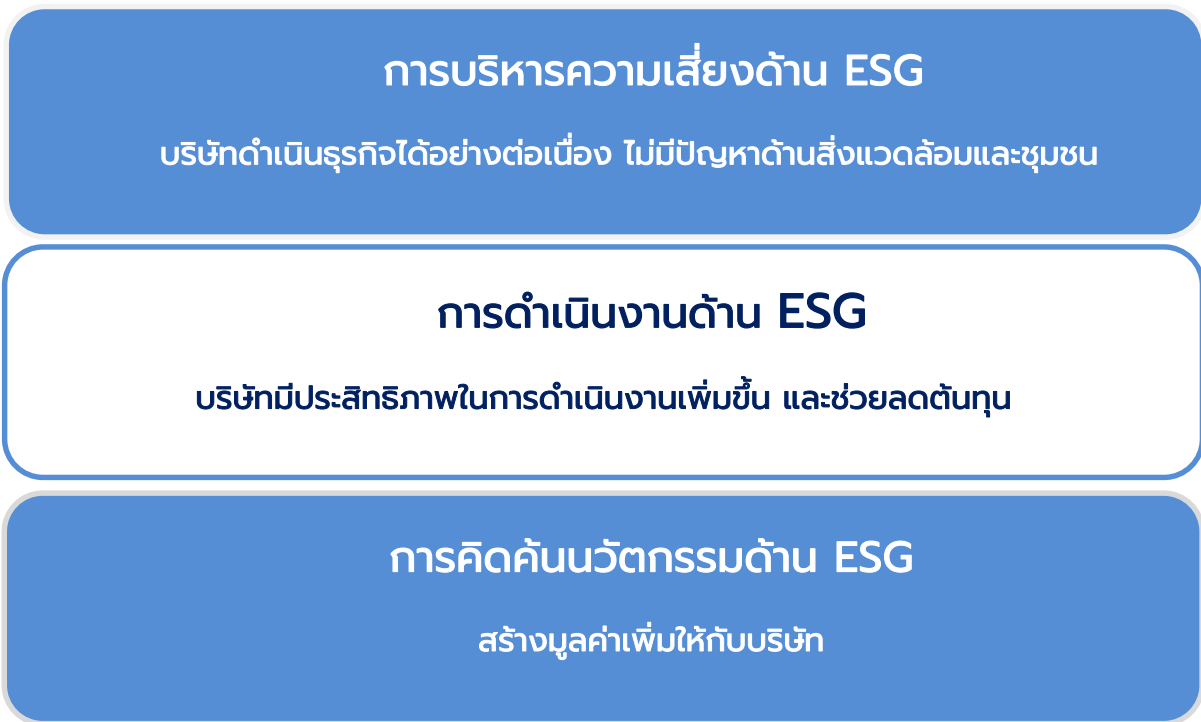
ความหมาย

การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสนองความต้องการที่จำเป็นของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่กระทบต่อขีดความสามารถในการสนองความต้องการที่จำเป็นของคนในรุ่นต่อไป

โดยในภาคธุรกิจกลไกสำคัญซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่ไม่ใช่เพียงแค่การทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่อยู่นอกกระบวนการธุรกิจ หรือเพียงเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร แต่ยังคงต้องผนวกความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าไปในทุกกระบวนการดำเนินงานขององค์กรให้ได้อย่างเป็นเนื้อเดียวกันภายใต้ข้อจำกัดทางสภาพแวดล้อมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการสนองความต้องการที่จำเป็นของคนในรุ่นต่อไป ซึ่งหมายรวมถึงวิถีการบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable consumption) และแหล่งทรัพยากรที่ยั่งยืน (Sustainable resource)

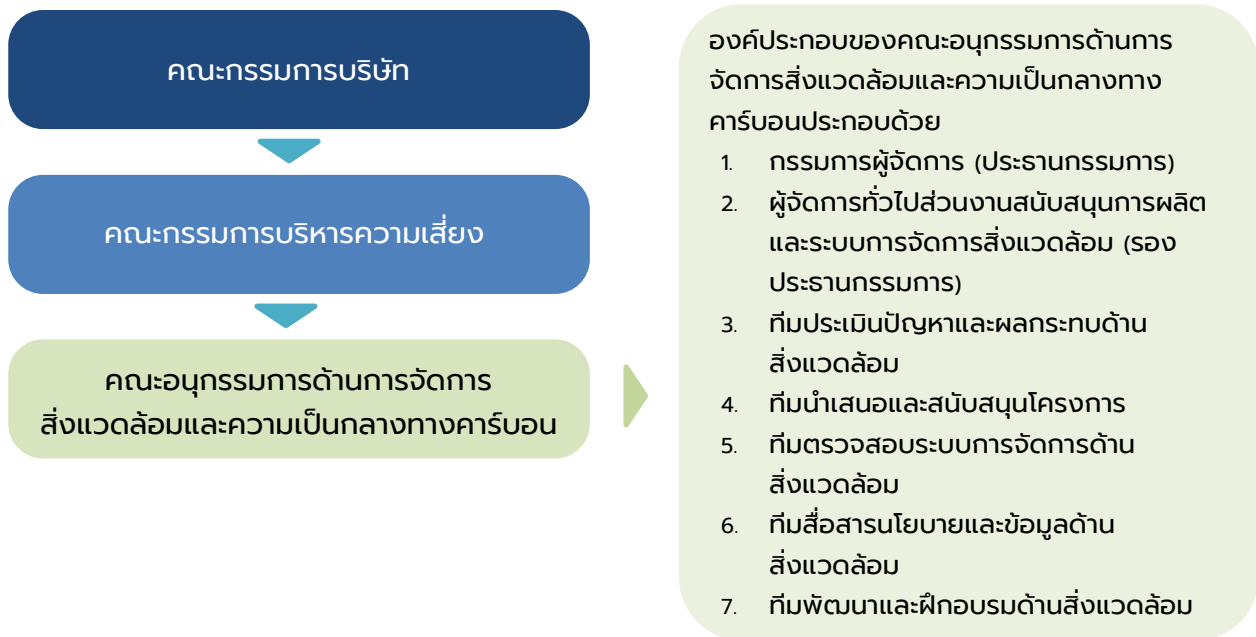
แนวทางนี้พิจารณาในแง่ของการดำเนินธุรกิจที่จะต้องคำนึงถึงผลดีและผลกระทบทางลบต่อผู้มีส่วนได้เสียใน 3 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อม (E-Environment) สังคม (S-Social) และธรรมาภิบาล (Good Governance) องค์ประกอบของ ESG จึงเป็น 3 มิติของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่เพียงคำนึงถึงการไม่ทำผิดกฎหมายแต่ยังดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรมและให้มีคุณค่า สร้างให้เกิดความยั่งยืน (Sustainable) ของสังคมโดยรวม ไม่ใช่เพื่อความยั่งยืนหรือความสามารถในการอยู่รอดขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง

ซึ่งทางบริษัทตระหนักว่าการดำเนินงานด้าน ESG จะช่วยให้บริษัทเกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ใน 3 ระดับ ได้แก่



การกำกับดูแลและบริหารงานด้านความยั่งยืน

เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนบรรลุตามปณิธานที่ตั้งไว้ บริษัทจึงได้จัดตั้ง “คณะอนุกรรมการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความเป็นกลางทางคาร์บอน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง นโยบาย และข้อบังคับของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) หรือความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท คณะอนุกรรมการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความเป็นกลางทางคาร์บอนมีหน้าที่กำหนดนโยบาย ทิศทาง และขอบเขตการดำเนินงานด้าน ESG และความรับผิดชอบต่อสังคม ให้สอดคล้องกับหลักการของบริษัทอย่างยั่งยืน



กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

ความท้าทายจากแนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโลก ทำให้บริษัทต้องสร้างโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจ เพื่อการตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล พร้อมด้วยการจัดการความเสี่ยง บริษัทจึงจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานตามหลัก 6 ประการดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน
 - นวัตกรรมวัสดุ: ใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น พลาสติกชีวภาพหรือโลหะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่
 - การออกแบบเพื่อการรีไซเคิล: ออกแบบชิ้นส่วนให้สามารถแยกชิ้นและรีไซเคิลได้ง่าย
2. การลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
 - การปรับปรุงกระบวนการผลิต: ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน
 - พลังงานทดแทน: ใช้แหล่งพลังงานที่ยั่งยืน เช่น โซลาร์เซลล์ หรือพลังงานลมในโรงงาน
3. การสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืน
 - ความร่วมมือกับซัพพลายเออร์: ทำงานร่วมกับซัพพลายเออร์ที่มีแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน

- การประเมินความยั่งยืน: สร้างมาตรฐานและเครื่องมือในการประเมินความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน
4. การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน
 - การฝึกอบรมพนักงาน: ให้ความรู้และการอบรมเกี่ยวกับความยั่งยืนและนวัตกรรม
 - การมีส่วนร่วมของพนักงาน: ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในโครงการที่ยั่งยืน เช่น การลดขยะในองค์กร
 5. การสื่อสารและการตลาด
 - สร้างแบรนด์ที่ยั่งยืน: สื่อสารความมุ่งมั่นในความยั่งยืนให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย
 - การสร้างความตระหนักรู้: ร่วมมือกับองค์กรหรือโครงการที่ส่งเสริมความยั่งยืนในอุตสาหกรรม
 6. การวัดผลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
 - ตัวชี้วัดความยั่งยืน: กำหนด KPI ที่ชัดเจนเพื่อวัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
 - การตรวจสอบและประเมินผล: ตรวจสอบและปรับปรุงกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

การดำเนินการตามกลยุทธ์เหล่านี้จะทำให้บริษัทสามารถขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมยานยนต์



นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้จริยธรรมทางธุรกิจและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องตลอดจนทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อมีส่วนในการดูแลสิ่งแวดล้อม การสร้างความ เป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคมและชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ได้แต่งตั้งและมอบหมาย คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ กำหนดนโยบาย แผนการดำเนินงาน สนับสนุนการปฏิบัติงาน รวมทั้ง ตรวจสอบติดตามผลการดำเนินการ รายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการบริหารจัดการตามนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน อย่างแท้จริง

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง เปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจ และหลักปรัชญาของบริษัท โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

บริษัทส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี ดำเนินการแข่งขันธุรกิจอย่างเป็นธรรม หลีกเลี่ยงการ ดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่ธุรกิจทุกชั้นตอน

การต่อต้านการทุจริต

บริษัทต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ตลอดจนปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของ บริษัทอย่างเคร่งครัดและเข้าร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วม ปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Collective Action Coalition Against Corruption หรือ CAC) นอกจากนี้บริษัทได้มี นโยบายในการเชิญคู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีในการต่อต้าน ทุจริตอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของแรงผลักดัน ในการสร้างสังคมปลอดคอร์รัปชัน

การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทสนับสนุนการปฏิบัติตาม "ปรัชญา สากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน" และมาตรฐานสากลด้าน สิทธิมนุษยชนอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบ ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนในการพิจารณาดูแล พนักงาน ปฏิบัติตามนโยบายการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดจนสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทจะปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม จัดให้มีสวัสดิการความ ปลอดภัยและอาชีวอนามัย อีกทั้งสนับสนุนความคิดใน การส่งเสริมสิทธิแรงงานและสวัสดิภาพทางสังคมของ ผู้ใช้แรงงาน ตลอดจนปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัครและจ้างงานทุกประการ อย่างเคร่งครัด

ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิด อันตรายต่อผู้บริโภค รวมถึงลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมภายใต้เงื่อนไขที่เป็นธรรมและให้ข้อมูล ผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง เพียงพอ ไม่เกินความเป็น จริง รักษาความลับของลูกค้าไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ ในทางมิชอบ

การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

บริษัทถือเป็นภาระหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญในการสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และพัฒนาชุมชน เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในสังคมไทยในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการตอบแทนและคืนกำไรสู่สังคม

การจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญ โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัยในกระบวนการธุรกิจ รวมถึงสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ

นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรม

บริษัทสนับสนุนการสร้างสรรค์ การพัฒนานวัตกรรมที่สร้างความสมดุลของการดำเนินธุรกิจกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บริษัทได้ส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานรับทราบและปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนต่อไป



แผนแม่บทการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัทยังคงดำเนินการตามแผนแม่บทการพัฒนาที่ยั่งยืนระยะ 5 ปี (2562-2566) ที่ได้วางไว้โดยกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดตามปรัชญาบริษัทที่ว่า

“สร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิต
สร้างมูลค่าสูงสุดให้กับผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด
คนและองค์กรที่เติบโตไปพร้อมกับ
ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อสรรค์สร้างสังคมที่ดี”

มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมใหม่ โดยลดผลกระทบและสร้างคุณค่าแก่ธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งสะท้อนคุณค่าขององค์กร คือ “ให้รู้จักคุณค่าของคน สังคม สิ่งแวดล้อม จริยธรรม คุณธรรม ความรู้ และคุณภาพ”

ระยะริเริ่ม 2562-2566

เน้นการวางกรอบการดำเนินงาน กำหนดเป้าหมาย และตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ สร้างสมดุล ตลอดจนสื่อสารให้พนักงานเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติให้เกิดผลการดำเนินงานที่ตรงตามวัตถุประสงค์การพัฒนาที่ยั่งยืน

ระยะต่อเนื่อง 2567-2570

ดำเนินโครงการตามกรอบยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง มีการติดตามและประเมินผล เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมใหม่ เพื่อลดผลกระทบและสร้างคุณค่าแก่ธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

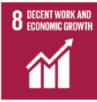







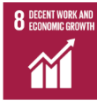


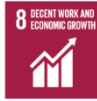
| ปี | 2562 | 2563-2564 | 2565 | 2566 |
|---|---|--|--|------|
| แผน | พัฒนาทีม | | สร้างนวัตกรรม | |
| สร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตคนและองค์กรที่เติบโตไปพร้อมกัน | <ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการตามเป้าหมายปี 2562 โดยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพพนักงานตามทักษะความสามารถหลัก (Core Competency) | <ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการแบ่งปันองค์ความรู้ข้ามสายงาน (Knowledge Sharing Cross Function) | <ul style="list-style-type: none"> สร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมเท่าทันการเปลี่ยนแปลงขององค์กร | |
| แผน | พัฒนากระบวนการ | พัฒนาผลิตภัณฑ์ | สร้างเครือข่าย | |
| สร้างมูลค่าสูงสุดให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง | <ul style="list-style-type: none"> จัดทำและเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนตามกรอบ | <ul style="list-style-type: none"> ศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับ | <ul style="list-style-type: none"> ได้รับคัดเลือกและความไว้วางใจจากลูกค้าให้เป็นบริษัท | |

| ปี | 2562 | 2563-2564 | 2565 | 2566 |
|--|---|--|--|------|
| ทั้งหมด | <p>Global Reporting Initiative (GRI) ฉบับ GRI Standards</p> <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงสายการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการผลิตและตรวจสอบของแต่ละผู้ผลิตชั้นส่วนและการจัดการปัญหาด้านคุณภาพ ขยายขอบเขตระบบบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยไปยังผู้ผลิตชั้นส่วนอย่างต่อเนื่อง | สถาบันการศึกษาและภาครัฐอย่างต่อเนื่อง | ต้นแบบของผู้ผลิตชั้นส่วน เพื่อให้ความรู้ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย | |
| ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อสร้างสรรคสังคมที่ดี | <ul style="list-style-type: none"> สานต่อโครงการ CSR และพัฒนาคุณค่า | <ul style="list-style-type: none"> สานต่อโครงการ CSR และพัฒนาคุณค่า | <ul style="list-style-type: none"> เป็นโรงงานแห่งการเรียนรู้ของสังคมและชุมชน ร่วมมือกับเครือข่ายพัฒนาธุรกิจชุมชน | |

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยมอบหมายฝ่ายบริหารกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรด้วยการเชื่อมโยงประเด็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้ากับเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท (Company Objective) เสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติเป้าหมายใหม่ในแต่ละปีและใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินผลปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับสูง ตลอดจนเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเป็นมาตรฐานทั่วทั้งองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับเป้าหมายของสหประชาชาติ



เป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท (Company Objective)

| SDG | รายละเอียด | เป้าหมาย 2024 | ผลการดำเนินงาน |
|--|---|---------------------------|------------------------------|
|   | 1. Quality 1.1 PPM of customer claim 1.2 Decrease defect in process (previously last year) | <0.80 PPM 40.60 PPM | 1.57 140.74 PPM |
|   | 2. Productivity & Cost 2.1 Increase productivity (previously last year) 2.2 Cost Reduction (MB per year) | +20% 30 | +18.68% 30.01 |
|   | 3. Delivery 3.1 Customer | 100% | 99.91% |
|   | 4. Safety & Environmental 4.1 Zero accident 4.2 No accident within working hrs. per year (Million working hrs.) 4.3 EMS Monitoring Plan not Achieve 4.4 Carbon footprint | 0 18.54 100% -3% | 0 18.35 100% -3.91% |
|    | 5. Marketing 5.1 Sales growth 5.2 New Product / New Project / New Market (MB) 5.3 Customer satisfaction result (% per year) | 2.65% 300 85% | -7.00% 157.80 88% |
|  | 6. Financial 6.1 Gross Profit 6.2 Operating Profit (EBIT) 6.3 Net Profit | 18% 10% 11% | 20.3% 10.3% 11.0% |

(อ้างอิง: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>)



การประเมินผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

เพื่อตรวจสอบและประเมินผลความคืบหน้าในการบริหารความยั่งยืนรวมถึงผลักดันให้การบริหารความยั่งยืนประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน ด้านความยั่งยืนรวมถึงเป้าหมายในระยะสั้นและระยะยาวเป็นประจำทุกปี โดยตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืนและเป้าหมายได้ถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานและคำตอบแทนของผู้บริหารและพนักงานของบริษัท (จากเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัทข้างต้น กำหนดให้เป็นเป้าหมายของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องและพนักงานรายบุคคลตามลำดับ)

การประเมินผลและคำตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดคำตอบแทนเป็นผู้จัดทำหลักเกณฑ์และนโยบายในการกำหนดคำตอบแทนที่เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ โดยพิจารณาจากผลประกอบการของบริษัท ผลตามเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท และผลสำรวจอัตราคำตอบแทนในธุรกิจประเภทเดียวกัน ทั้งนี้ตัวชี้วัดจะครอบคลุมการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจควบคู่ไปกับเป้าหมายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย



นิยาม

ผู้มีส่วนได้เสีย หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่สามารถสร้างผลกระทบและ/หรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องขององค์กร

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทยึดถือการดำเนินธุรกิจบนหลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ ดังนั้น การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับการตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลในการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการสร้างความพึงพอใจและลดความเสี่ยงจากกรณีพิพาทที่อาจเกิดขึ้น เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอย่างมั่นคง

ตามจรรยาบรรณต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ บริษัทกำหนดแนวทางการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียที่ประกอบด้วย การจำแนก วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ ระบุประเด็น และ/หรือความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ที่มีต่อองค์กรผ่านการจัดทำแบบสำรวจความคาดหวังและข้อกังวลถึงผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ และจัดลำดับความสำคัญตามปัจจัยด้านความสัมพันธ์บทบาทและอิทธิพลที่มีต่อธุรกิจ ทำให้บริษัทสามารถประเมินและแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญออกเป็น 7 กลุ่ม เพื่อกำหนดกระบวนการตอบสนองตามความคาดหวังอย่างเหมาะสม รวมไปถึงการนำผลวิเคราะห์มาใช้ในการระบุประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัทอีกด้วย

กระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกของบริษัทเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถนำผลที่ได้จากการรับฟังข้อคิดเห็นมาหารือร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ผู้บริหารและพนักงาน และลูกค้า ตามลำดับ เพื่อพัฒนาแนวทางการตอบสนองสำหรับประเด็นต่างๆ บนความสนใจที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มได้อย่างตรงจุด รวมถึงให้มีการรายงานผลการมีส่วนร่วมของบริษัทฯ กับผู้มีส่วนได้เสียต่อคณะกรรมการบริษัท และสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้เกิดความเข้าใจและทราบถึงสถานะการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ

| ผู้มีส่วน ได้เสียสำคัญ | ช่องทาง การมีส่วนร่วม และความดี | ประเด็นข้อกังวลหรือ ความคาดหวัง | แนวทาง การดำเนินการ เพื่อตอบสนองประเด็น ข้อกังวล หรือ ความ คาดหวัง |
|--|---|--|---|
| <p>1. ผู้ถือหุ้นและ นักลงทุน</p>  | <ul style="list-style-type: none"> การประชุมสามัญประจำปี รายงานความยั่งยืนของบริษัทฯ ประจำปี นำเสนอการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีผ่าน www.tscpl.com ปีละครั้ง การพบปะนักวิเคราะห์และนักลงทุนปีละครั้ง | <ul style="list-style-type: none"> ทิศทางการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงประเด็นความยั่งยืนและการดำเนินงานที่ดี ยึดมั่นการกำกับดูแลกิจการที่ดีและต่อต้านการทุจริต การบริหารความเสี่ยงอย่างมีระบบ องค์กรที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ความสามารถในการปรับตัว ขององค์กรเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น/ตามสถานการณ์ปัจจุบัน | <ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันครอบคลุมหัวข้อที่กำหนด ตัวแทนด้านความเสี่ยงของฝ่ายงานจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและรายงานความคืบหน้าของการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำ ประกาศเป้าหมายและแนวทางจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อม มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero) วิเคราะห์ตลาดและกำหนดกลยุทธ์พร้อมปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน |
| <p>2. ผู้บริหารและ พนักงาน</p>  | <ul style="list-style-type: none"> การจัดประชุม MD Talk และ GM Talk เพื่อชี้แจงและซักถาม ทุกไตรมาส และทุกเดือน ตามลำดับ การจัดประชุมหน้าแถว หรือ Morning Talk ในการสื่อสารระหว่างกัน ในทุกๆ วัน | <ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ สร้างกรอบความคิดเรื่องความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบในหน้าที่ให้พนักงานเห็นความสำคัญอย่างจริงจัง การรับฟังความคิดเห็นและความคิดใหม่ๆ จากพนักงาน การพัฒนาศักยภาพของพนักงานและโอกาสเติบโตในสายงาน การดูแลพนักงานและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี | <ul style="list-style-type: none"> จัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในพื้นที่ปฏิบัติการ อย่างเคร่งครัด พร้อมออกแบบสวัสดิการที่เท่าทันกับสถานการณ์ การประเมินผลการปฏิบัติการ (KPI) และวางแนวทาง/แผนการเรียนรู้สำหรับพนักงานในช่องทางที่แตกต่างหลากหลาย เช่น TSC Talent and Successor |

| ผู้มีส่วน ได้เสียสำคัญ | ช่องทาง การมีส่วนร่วม และความถี่ | ประเด็นข้อกังวลหรือ ความคาดหวัง | แนวทาง การดำเนินการ เพื่อตอบสนองประเด็น ข้อกังวล หรือ ความ คาดหวัง |
|--|---|--|---|
| 3. ลูกค้า  | <ul style="list-style-type: none"> การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าตลอดกระบวนการดำเนินงานประจำปี การประชุมรับทราบนโยบายลูกค้าประจำปี การพบปะลูกค้าประจำเดือน | <ul style="list-style-type: none"> การจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพรวดเร็วอย่างมีมาตรฐานและเป็นระบบ คุณภาพของสินค้าเป็นไปตามมาตรฐาน การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อรับมือกับยานยนต์ไฟฟ้าในอนาคต | <ul style="list-style-type: none"> การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า และส่งให้หน่วยงานดำเนินการปรับปรุงต่อไป พัฒนานวัตกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า ที่ตอบโจทย์ยานยนต์ไฟฟ้าที่จะเข้ามามีบทบาทในอนาคต |
| 4. คู่ค้า  | <ul style="list-style-type: none"> เปิดรับข้อร้องเรียนผ่าน www.tscpcl.com หัวข้อ นักลงทุนสัมพันธ์ การแจ้งเบาะแส | <ul style="list-style-type: none"> การใส่ใจและจัดการเรื่องผลกระทบสิ่งแวดล้อม ที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมาก การพัฒนาและแบ่งปันแนวคิด/วิธีการ “นวัตกรรมและเทคโนโลยี” ร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตร การแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม โปร่งใส เรื่องการจัดซื้อจัดจ้าง และมีความรับผิดชอบ พัฒนาจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืน | <ul style="list-style-type: none"> สร้างมาตรฐานการจัดซื้อจัดจ้าง ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ร่วมกับคู่ค้าปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสิ่งแวดล้อม ออกสู่สังคมมากยิ่งขึ้น มีแนวปฏิบัติและกิจกรรมด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน (Safety Join) ทุกเดือน จัดให้มีการลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้า |
| 5. ชุมชนและสังคม  | <ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์เป็นประจำ | <ul style="list-style-type: none"> ร่วมสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม การดำเนินงานไม่ให้เกิดผลกระทบต่อความยั่งยืนของชุมชน | <ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับด้านผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด การตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน |

| ผู้มีส่วน ได้เสียสำคัญ | ช่องทาง การมีส่วนร่วม และความถี่ | ประเด็นข้อกังวลหรือ ความคาดหวัง | แนวทาง การดำเนินการ เพื่อตอบสนองประเด็น ข้อกังวล หรือ ความ คาดหวัง |
|--|---|--|---|
| 6. หน่วยงาน ราชการและ องค์กรที่ เกี่ยวข้อง  | <ul style="list-style-type: none"> รายงานการติดตาม มาตรการลดผลกระทบ สิ่งแวดล้อมทุกเดือน การปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับและข้อตกลงที่ เกี่ยวข้อง | <ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจควบคู่กับ การดูแลและสร้างคุณค่า ให้สังคมทั้งในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับชุมชน โดยรอบ การปฏิบัติที่สอดคล้องกับ กฎหมาย การเปิดเผยข้อมูลที่ ถูกต้อง โปร่งใส และ ตรวจสอบได้ | <ul style="list-style-type: none"> ส่งรายงานผลการตรวจวัด คุณภาพด้านสิ่งแวดล้อมตามที่ กฎหมายกำหนด |
| 7. คู่แข่ง  | <ul style="list-style-type: none"> นำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผ่าน www.tscpl.com | <ul style="list-style-type: none"> การแข่งขันอย่างเป็น ธรรม การไม่ละเมิดทรัพย์สินทาง ปัญญา | <ul style="list-style-type: none"> มีจรรยาบรรณและนำมาใช้ เพื่อให้ เกิดการแข่งขันอย่าง เป็นธรรม |

2.5.3 กลยุทธ์การบริหารกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

| ผู้มีส่วนได้เสีย | กลยุทธ์การบริหาร |
|---|---|
| 1. ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ สถาบันการเงิน | <ul style="list-style-type: none"> • ยึดหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมทางธุรกิจในการบริหารงาน • บริหารสภาพคล่องและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเงิน • ยกระดับระบบฐานข้อมูลและการรายงานที่เกี่ยวข้อง |
| 2. พนักงาน | <ul style="list-style-type: none"> • เกือบเคียงผลตอบแทนและสวัสดิการกับบริษัทชั้นนำ • เน้นการสรรหาบุคลากรจากภายใน • พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่องตามแผนงานประจำปี • พัฒนาและออกแบบหลักสูตรที่หลากหลาย ครอบคลุมความต้องการในแต่ละสายอาชีพ • รับฟังความคิดเห็นของพนักงานในการปรับปรุงสวัสดิการ • ช่องทางรับร้องเรียนเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน • มีมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสการกระทำผิด |
| 3. ลูกค้า | <ul style="list-style-type: none"> • ยกระดับความสามารถด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ • มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า • พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตของตนเอง • ปฏิบัติตามนโยบายลูกค้าครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพ สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย |
| 4. คู่ค้า | <ul style="list-style-type: none"> • ยึดหลักการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรมและโปร่งใส • ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงตามสัญญา • ชำระเงินครบถ้วนและตรงเวลา • รักษาความสัมพันธ์เชิงธุรกิจในระยะยาว |
| 5. ชุมชนและสังคม | <ul style="list-style-type: none"> • มุ่งสู่องค์กรสีเขียวด้วยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์พลังงาน • ส่งเสริมให้พนักงานเป็นคนดี รู้จักคุณค่าของคน สังคม สิ่งแวดล้อม จริยธรรม ความรู้ และคุณภาพ |
| 6. หน่วยงานราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง | <ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล • ร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายของภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง • พัฒนابนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม |
| 7. คู่แข่ง | <ul style="list-style-type: none"> • การแข่งขันอย่างเป็นธรรม • การไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา |

A decorative graphic featuring a dark green diamond shape in the center, surrounded by several vibrant green leaves of various sizes and orientations. The leaves are scattered around the diamond, with some overlapping its edges. The background is white, and a dark blue vertical bar is visible on the left side of the image.

3

เกี่ยวกับรายงาน



ขอบเขตการรายงาน

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้เป็นการสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมภายใต้ปรัชญาของบริษัทที่สอดคล้องกับหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยอ้างอิงแนวทางการรายงานสากล Global Reporting Initiative (GRI) ฉบับ GRI Standards โดยรายงานผลการดำเนินงานครอบคลุมการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของบริษัทระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2566 ถึง 30 กันยายน 2567 ซึ่งจัดทำขึ้นสำหรับผู้ใช้งานทุกกลุ่มตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

เนื้อหาและสาระสำคัญของ การรายงานมุ่งเน้นการดำเนินงานตามกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กร ด้วยการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง และการดำเนินการตามปรัชญานำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านการดูแลพนักงาน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ และการสร้างโอกาสให้กับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน ขอบเขตการรายงานครอบคลุมกิจกรรมของทุกส่วนงานของบริษัทซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี



การสอบถามข้อมูล

1. ข้อมูลการตรวจสอบภายในของบริษัท

บริษัทเปิดเผยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี (56-1 One Report) ซึ่งได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) เรียบร้อยแล้ว และจากการดำเนินงานในช่วงปีที่ผ่านมา ไม่พบประเด็นข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสียหรือความผิดปกติจากการรายงาน

2. การให้ความเชื่อมั่นโดยหน่วยงานภายนอก (มาตรฐาน AA1000AS/ISAE3000) ในลักษณะความถูกต้องของข้อมูล

เนื่องจากบริษัทเห็นว่าการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ทางคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง พนักงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ตรวจสอบอิสระและผู้สอบบัญชี สามารถให้คำแนะนำเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนได้เป็นอย่างดีและครอบคลุมเพียงพอแล้ว



การสอบถามข้อมูล/ผู้รับผิดชอบรายงาน

หากมีข้อสงสัยหรือข้อแนะนำเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายกำกับหลักทรัพย์และประสานงานตลาดหลักทรัพย์และนักลงทุนสัมพันธ์ ช่องทางดังนี้



ที่อยู่ : บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน)
700/737 หมู่ 1 ต. พานทอง อ. พานทอง จ. ชลบุรี 20160



E-mail : ir@tscpl.com



โทรศัพท์: 038 447 200 – 05 ต่อ 118



ประเด็นสาระสำคัญในรายงาน

ขั้นตอนการประเมินประเด็นสาระสำคัญ

1. การระบุประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ มีการทบทวนบริบทขององค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริบทด้านความยั่งยืน และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียผ่านการหารือจากที่ประชุมต่างๆ พร้อมทั้งมีการศึกษาแนวโน้ม ทิศทางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมที่บริษัทฯ เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ ได้ทบทวนและติดตามแนวโน้มและการดำเนินกิจการของกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันในประเทศ รวมถึงทิศทางกฎหมายและกฎระเบียบที่สำคัญภายในประเทศ และการดำเนินงานจากหน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้อง

บริษัทประเมินประเด็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกให้ความสำคัญผ่านกิจกรรมของบริษัทที่จัดขึ้นตลอดปี โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบใน 3 ด้านหลัก คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งอ้างอิงแนวทางการรายงานความยั่งยืนสากล Global Reporting Initiatives (GRI) ฉบับ GRI Standards และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals)

2. การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญ

บริษัทฯ นำประเด็นสาระสำคัญมาจัดลำดับตาม Materiality Matrix โดยพิจารณาผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียและผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยแบ่งเป็นสูง กลาง และต่ำ

2.1 ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญแก่ประเด็นดังกล่าวใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผ่านการประชุม ช่องทางแสดงความเห็นต่างๆ ทั้งจากผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงและผู้มีส่วนได้เสียโดยอ้อม

2.2 ความสำคัญต่อบริษัทฯ

ประเด็นสาระสำคัญมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3. การตรวจสอบความถูกต้อง (Validation)

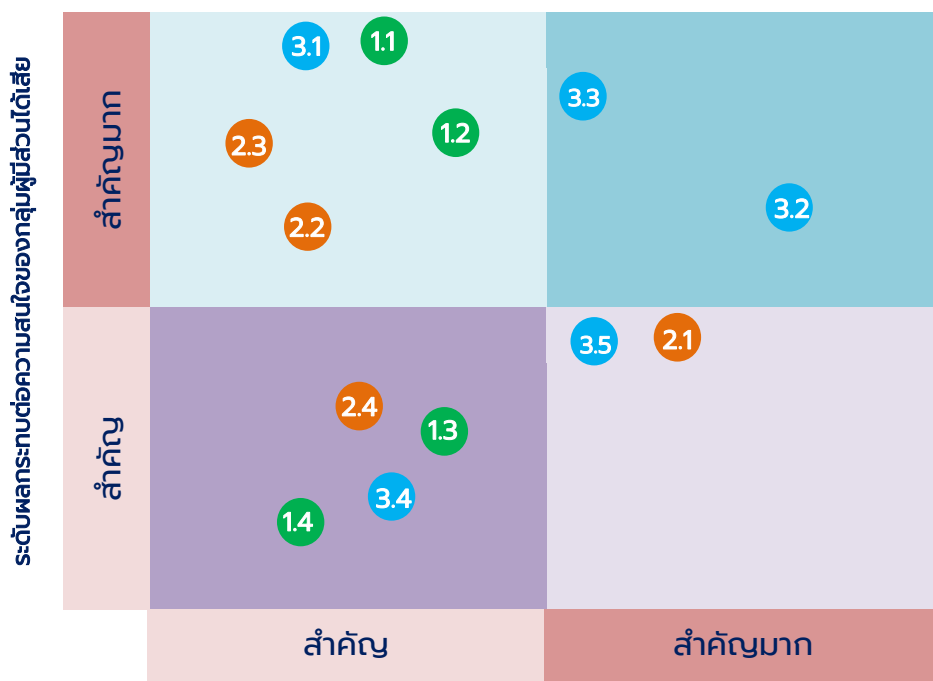
นำเสนอประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทในการดำเนินการด้านความยั่งยืน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของบริษัทฯ เมื่อได้รับการอนุมัติจึงดำเนินการเปิดเผยข้อมูลแก่สาธารณชน

4. การทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Review and Evaluation)

ทบทวนการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนและเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง รวมถึงความคิดเห็นจากแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรายงานความยั่งยืน เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการบริหาร

ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน

| Dimension | Materiality Matrix | |
|-----------------|--------------------|---|
| ด้านสิ่งแวดล้อม | 1.1 | การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ |
| | 1.2 | การบริหารจัดการน้ำ |
| | 1.3 | การจัดการของเสียอุตสาหกรรม |
| | 1.4 | การจัดการคุณภาพอากาศ |
| ด้านสังคม | 2.1 | การพัฒนาศักยภาพบุคลากร |
| | 2.2 | การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน |
| | 2.3 | ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน |
| | 2.4 | การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมในชุมชน |
| ด้านบรรษัทภิบาล | 3.1 | การกำกับดูแลกิจการ |
| | 3.2 | การบริหารความเสี่ยงและการจัดการภาวะวิกฤต |
| | 3.3 | ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ |
| | 3.4 | ความปลอดภัยสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์ |
| | 3.5 | การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนสู่ผู้ธุรกิจ |



ระดับผลกระทบต่อองค์กรในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล

ตัวชี้วัดและเป้าหมายด้าน ESG


บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการผลักดันและส่งเสริมการดำเนินการตามแนวทางของบริษัทฯ ให้เกิดผลเป็นรูปธรรมสามารถวัดผลเปรียบเทียบเชิงปริมาณได้พร้อมทั้งนำประเด็นความเสี่ยงและโอกาส ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียมาพิจารณาร่วมด้วย บริษัทจึงกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายในประเด็นต่างๆแยกตามมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ดังนี้

ประเด็นการพัฒนายั่งยืนและสำคัญ

ตัวชี้วัดและเป้าหมายการดำเนินการด้าน ESG

| สิ่งแวดล้อม | | เป้าหมาย SDGs |
|---|---|---|
| การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | <ul style="list-style-type: none"> กลุ่มผู้ถือหุ้นและนักลงทุนคาดหวังให้บริษัทรายงานถึงแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น เพื่อสนับสนุนมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโลกและส่งผลต่อโอกาสของธุรกิจที่มีการซื้อขายกับต่างประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 3 ภายในปี 2568 ลดการใช้พลังงานร้อยละ 2 ภายในปี 2568 |
| การบริหารจัดการน้ำ | <ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานราชการและองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องคาดหวังว่าบริษัทจะมีการลงทุนในโครงการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> ลดการใช้น้ำจากภายนอกร้อยละ 3 ภายในปี 2568 |
| การจัดการของเสียอุตสาหกรรม | <ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานราชการและองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องคาดหวังว่าบริษัทจะมีการลงทุนในโครงการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> ลดปริมาณของเสียอันตรายที่นำไปกำจัดโดยการเผาเชื้อเพลิงผสมและฝังกลบลง ร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2568 |
| การจัดการคุณภาพอากาศ | <ul style="list-style-type: none"> ชุมชนและสังคมคาดหวังให้บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อไม่สร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศและไม่ทำให้ความหลากหลายชีวภาพเสื่อมโทรมลงซึ่งจะส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตและต่อวิถีชีวิตชุมชน | <ul style="list-style-type: none"> ลดการปล่อยมลพิษทางอากาศ (ฝุ่นละออง และซัลเฟอร์ไดออกไซด์) ร้อยละ 2 ภายในปี 2568 |
| สังคม | | |
| การพัฒนาศักยภาพบุคลากร | <ul style="list-style-type: none"> พนักงานคาดหวังที่จะพัฒนาศักยภาพของพนักงานรองรับการขยายธุรกิจและสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อทดแทนพนักงานเกษียณอายุ | <ul style="list-style-type: none"> ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเทียบกับพนักงานทั้งหมด มากกว่าร้อยละ 90 |
| การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน | <ul style="list-style-type: none"> ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ คาดหวังให้บริษัทรับมือกับความเสี่ยงและวิกฤติ พร้อมทั้งรักษามาตรฐานมาตรฐานควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 อย่างเหมาะสมในระหว่างปฏิบัติงาน รวมถึงการสนับสนุนการ | <ul style="list-style-type: none"> จำนวนการละเมิดสิทธิมนุษยชนเป็นศูนย์ จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน ร้อยละ 100 จำนวนข้อร้องเรียนด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนเป็น ศูนย์ |
| ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน | <ul style="list-style-type: none"> ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ คาดหวังให้บริษัทรับมือกับความเสี่ยงและวิกฤติ พร้อมทั้งรักษามาตรฐานมาตรฐานควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 อย่างเหมาะสมในระหว่างปฏิบัติงาน รวมถึงการสนับสนุนการ | <ul style="list-style-type: none"> ทุกปีจำนวนอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิตของพนักงานและคู่ธุรกิจ เท่ากับ 0 ราย ปี 2567 อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานของพนักงานและคู่ธุรกิจ เท่ากับ 0 ราย |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | ทำงานเพื่อปรับตัวสู่ระบบดิจิทัลได้อย่างยืดหยุ่น | | |
| การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมในชุมชน | <ul style="list-style-type: none"> • ชุมชนคาดหวังให้บริษัทสนับสนุนโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงระหว่างและหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 | <ul style="list-style-type: none"> • ความพึงพอใจของชุมชนร้อยละ 85 • ดำเนินโครงการ BOI CSR การสร้างห้องปฏิบัติการ CATIA ให้กับวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี เพื่อใช้ในการศึกษาและเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน |   |
| บรรษัทภิบาล | | | |
| การกำกับดูแลกิจการ | <ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มผู้ถือหุ้นและนักลงทุนคาดหวังให้บริษัทมีแนวทางการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลที่ดีและโปร่งใส • คู่ค้าคาดหวังให้บริษัทดำเนินงานร่วมกันอย่างเท่าเทียม ซอธรรม และเป็นกลาง • หน่วยงานราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้องคาดหวังให้บริษัทดำเนินการหลักบรรษัทภิบาล ไม่มีการทุจริต และมีจริยธรรมทั่วทั้งองค์กรต่อไป | <ul style="list-style-type: none"> • ได้รับการประเมินคะแนนระดับดีเลิศ (5 ดาว) จากการประเมินตามโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2567 • การปฏิบัติที่ผิวนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นศูนย์ • พนักงานและผู้บริหารทุกคนได้รับการอบรมเกี่ยวกับจริยธรรม ร้อยละ 100 |  |
| การบริหารความเสี่ยงและการจัดการภาวะวิกฤต | <ul style="list-style-type: none"> • ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ คาดหวังให้บริษัทรับมือกับความเสี่ยงและวิกฤติ พร้อมทั้งรักษามาตรฐานมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 อย่างเหมาะสมในระหว่างปฏิบัติงาน รวมถึงการสนับสนุนการทำงานเพื่อปรับตัวสู่ระบบดิจิทัลอย่างยืดหยุ่น | <ul style="list-style-type: none"> • ลดผลกระทบจากการหยุดชะงักของกระบวนการหลัก ลูกค้ายหลัก 0 กรณี |  |
| ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ | <ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มลูกค้าคาดหวังให้บริษัทยังคงรักษามาตรฐานของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน | <ul style="list-style-type: none"> • คะแนนประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ร้อยละ 88 • ไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความไม่สอดคล้องกับกฎหมายและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ |  |
| ความปลอดภัยสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์ | <ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มผู้ถือหุ้นและนักลงทุนคาดหวังให้บริษัทเตรียมมาตรการรับมือหากมีการโจมตีระบบหรือโจรกรรมข้อมูลทางไซเบอร์ อันเนื่องมาจากการใช้ดิจิทัลที่มากขึ้น • กลุ่มคู่ค้าคาดหวังให้บริษัทยกระดับระบบดิจิทัลตามมาตรฐานสากลเพื่อรับมือกับการดำเนินธุรกิจในอนาคต • พนักงานคาดหวังที่จะเห็นบริษัทเป็นองค์กรที่สามารถพัฒนาการดำเนินการและปรับตัวให้เหมาะสมกับบริบทการดำเนินธุรกิจในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรบุคคล | <ul style="list-style-type: none"> • ระบบสารสนเทศทำงานอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 99.99 หรือระบบมีปัญหาได้ไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อปี • ไม่มีข้อร้องเรียนเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า |  |

| | | | |
|--|--|---|---|
| การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนสู่ธุรกิจ | อย่างต่อเนื่อง <ul style="list-style-type: none"> • คู่ค้าคาดหวังว่าบริษัทมีมาตรการที่ชัดเจนทำให้คู่ค้าและผู้รับเหมาสามารถยกระดับการทำงานไปด้วยกันได้ | <ul style="list-style-type: none"> • คู่ธุรกิจร้อยละ 85 ของมูลค่าการจัดหาแสดงความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ธุรกิจ • คู่ธุรกิจร้อยละ 90 ของมูลค่าการจัดหาผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) • คู่ธุรกิจในกลุ่มการผลิตร้อยละ 100 ผ่านการรับรองความปลอดภัย • คู่ธุรกิจขนส่งร้อยละ 100 ของคู่ธุรกิจขนส่งหลักผ่านการรับรองเป็นคู่ธุรกิจขนส่งประจำ |  |
|--|--|---|---|

ประเด็นที่สำคัญส่งผลกระทบต่อการสร้างมูลค่าของบริษัท

ผลการประเมินประเด็นความสำคัญในปี 2567 เน้นประเด็นที่มีผลกระทบต่อทั้งผลลัพธ์ทางสังคม/สิ่งแวดล้อมรวมถึงผลการดำเนินงานทางการเงิน ประเด็นเหล่านี้เป็นหัวใจสำคัญของกลยุทธ์องค์กรและเป้าหมายของเรา อีกทั้งยังเป็นแรงขับเคลื่อนทางธุรกิจและกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ บริษัทมีการประเมินผลกระทบและกลยุทธ์สำหรับประเด็นที่สำคัญ 3 ประเด็นหลัก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงประเด็นที่สำคัญจากปีที่ผ่านมา ดังนี้

ประเด็นที่ 1 : กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยคาร์บอนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อนำไปสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการบรรลุ Net Zero ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยมีแผนดำเนินงานดังนี้

- ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในปี 2030 และบรรลุ Net Zero ภายในปี 2050
- เพิ่มการใช้พลังงานสะอาดจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลมในกระบวนการผลิต
- ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดการใช้พลังงานและนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้
- ใช้มาตรการ Carbon Credit และดำเนินโครงการ ปลูกป่า เพื่อดูดซับก๊าซเรือนกระจกลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินมาตรการเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสากลและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่ออุตสาหกรรม สังคม และโลกในระยะยาว

ประเด็นที่ 2 : กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และการเติบโตขององค์กร โดยมุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ และศักยภาพของ พนักงานให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม โดยมีแผนดำเนินงานดังนี้

- ออกแบบหลักสูตรอบรมที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานให้พร้อม รับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี
- สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดกว้าง สนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเองและ เติบโตภายในองค์กร
- พัฒนาศักยภาพของบุคลากรผ่านโครงการ Mentorship และ Coaching โดย ผู้บริหารและพนักงานที่มีประสบการณ์ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และแนวทางการพัฒนา ทักษะ
- จัดให้มีแพลตฟอร์ม E-learning และโครงการฝึกอบรมที่ช่วยให้พนักงานสามารถ พัฒนาความรู้และทักษะได้ตลอดเวลา
- ออกแบบ Career Path และระบบการพัฒนาเพื่อรองรับการเติบโตของพนักงาน พร้อมทั้งเตรียมบุคลากรสำหรับการสืบทอดตำแหน่งงานสำคัญในอนาคต

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นคงและความยั่งยืน ขององค์กร ตลอดจนเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานให้สามารถเติบโตไปพร้อมกับบริษัทใน ระยะยาว

ประเด็นที่ 3 : กลยุทธ์การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยมีแผนดำเนินงานดังนี้

- ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG Code) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามมาตรฐานสากล
- จัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ เพื่อกำกับดูแลให้ การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามหลักจริยธรรมและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
- นำระบบ e-Governance มาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อลดข้อผิดพลาด เพิ่ม ความโปร่งใส และยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนและ เพิ่มมูลค่าให้แก่บริษัทในระยะยาว



4

ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ

การกำกับดูแลกิจการ

เป้าหมาย

ปี 2567

- ได้รับการประเมินคะแนนระดับดีเลิศ (5 ดาว) จากการประเมินตามโครงการสำรวจการกำกับดูแล กิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2567
- การปฏิบัติที่ผิดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นศูนย์

ระดับดีเลิศ (5 ดาว)

0 กรณี

หลักการที่สำคัญมากประการหนึ่งเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพคือการยึดมั่นในการดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์สุจริตและคำนึงถึงความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการยอมรับและความไว้วางใจตลอดจนการสร้างโอกาสทางธุรกิจในอนาคต

บริษัทมีคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ คณะกรรมการตรวจสอบ และฝ่ายตรวจสอบภายใน ผลักดันให้มีการดำเนินงานอย่างโปร่งใส ยึดมั่นในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ถูกต้องรวมทั้งติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย กฎระเบียบเพื่อนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้สอดคล้องอยู่เสมอ เพื่อลดความเสี่ยงจากการกระทำผิดจรรยาบรรณหรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

กลยุทธ์

1. การบริหารองค์กรโดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
2. การกำหนดนโยบาย จรรยาบรรณ และแนวปฏิบัติ บริษัทมีการทบทวนและปรับปรุงหลักกำกับดูแลกิจการ รวมถึงนโยบายและแนวทางที่สอดคล้องกับกฎหมายที่ทันสมัยอยู่เสมอ
3. การกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบาย
4. การประเมินและตรวจสอบ

คณะกรรมการบริษัทมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคม โดยครอบคลุมความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาของบริษัทและวิสัยทัศน์แห่งการสร้างความสำเร็จระหว่างธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

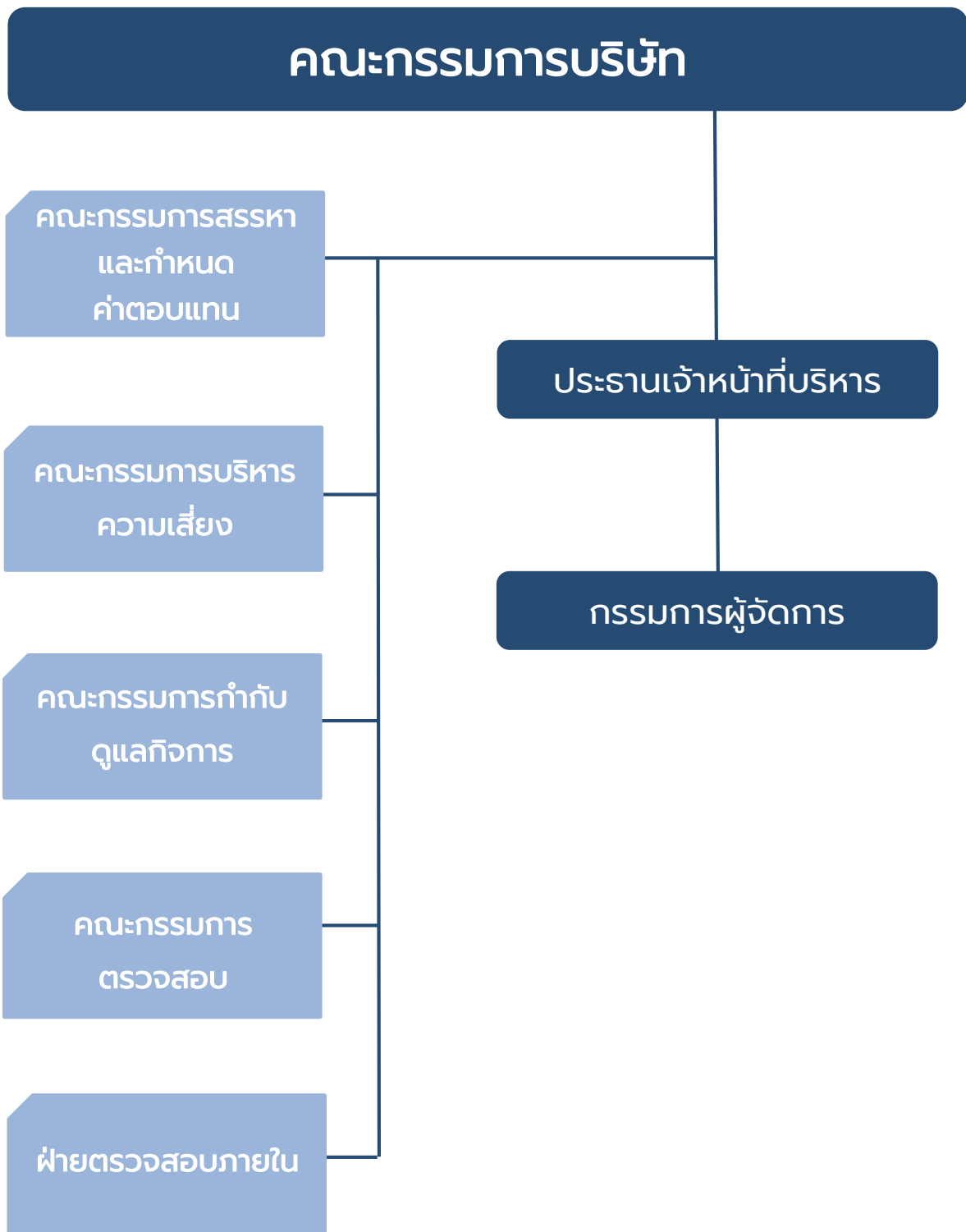
นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Policy) ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีการทบทวนเป็นประจำทุกปีและเปิดเผยบนเว็บไซต์บริษัทเพื่อยึดถือเป็นแนวปฏิบัติที่ดีของทั้งกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ในการดำเนินงานและพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งยกระดับการกำกับดูแลกิจการไปสู่แนวปฏิบัติอันเป็นเลิศและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยมีหลักการสำคัญ 5 หมวด ดังนี้

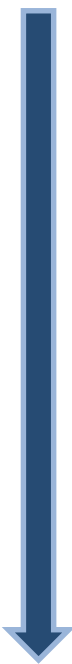
| การดำเนินงานตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ประจำปี 2567 | | | | |
|---|--|--|--|---|
| หมวดที่ 1 | หมวดที่ 2 | หมวดที่ 3 | หมวดที่ 4 | หมวดที่ 5 |
| สิทธิของผู้ถือหุ้น | การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน | การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย | การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส | ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ |
| <ul style="list-style-type: none"> เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี เป็นการล่วงหน้า | <ul style="list-style-type: none"> เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอข้อบุคคลเพื่อพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการ เป็นการล่วงหน้า ระหว่างวันที่ 15 สิงหาคม - 15 พฤศจิกายน 2567 | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดจรรยาบรรณต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน | <ul style="list-style-type: none"> ออกเอกสารแจ้งข่าวผลประกอบการ (Earning release) บนเว็บไซต์บริษัท จำนวน 4 ครั้ง/ปี | <ul style="list-style-type: none"> มีหน่วยงาน Compliance Unit เพื่อทำหน้าที่กำกับการปฏิบัติงาน |
| <ul style="list-style-type: none"> เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นลงคะแนนเสียงเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคล | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน (อ้างอิงคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการ) | <ul style="list-style-type: none"> มีกระบวนการและช่องทางในการรับและจัดการกับข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสีย | <ul style="list-style-type: none"> เปิดเผยข้อมูลตามข้อกำหนดและระเบียบที่เกี่ยวข้องครบถ้วน ถูกต้องและตรงเวลา | <ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk management committee) |
| | | <ul style="list-style-type: none"> จัดทำรายงานความยั่งยืนตามกรอบ GRI แยกออกจากรายงานประจำปี ตั้งแต่ ปี 2558 | | <ul style="list-style-type: none"> ทบทวนความรู้และความเข้าใจในการจัดทำรายงานส่วนได้เสียให้แก่กรรมการ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง |

ในปี 2567 บริษัทได้ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ดีของหลักการกำกับดูแลกิจการและจัดให้มีการอบรมเผยแพร่เพื่อมั่นใจได้ว่ากรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกคน มีความเข้าใจและสามารถนำแนวปฏิบัติไปสู่การบริหารจัดการองค์กรได้อย่างแท้จริง สามารถดาวน์โหลดนโยบายการกำกับดูแลกิจการได้ที่ <http://www.tscpl.com/th/> คู่มือการกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

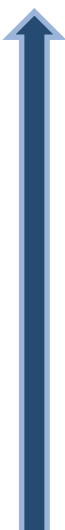


บทบาทการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืน



| บทบาท | การดำเนินการ |
|---|---|
| คณะกรรมการบริษัท | <ul style="list-style-type: none"> พิจารณาอนุมัตินโยบายและหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดี บริหารความเสี่ยงระดับนโยบาย |
| คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ | <ul style="list-style-type: none"> กำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทให้เป็นไปตามหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดี กำกับดูแลให้คำปรึกษา ประเมินผล ทบทวนนโยบาย และการปฏิบัติตามหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจอย่างต่อเนื่อง |
| ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนได้เสีย |
| กรรมการผู้จัดการ | <ul style="list-style-type: none"> วางแผนกลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ติดตามประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลยุทธ์ |
| ผู้จัดการทั่วไปอาวุโส/ ผู้จัดการทั่วไป | <ul style="list-style-type: none"> นำกลยุทธ์ไปสื่อสารและมอบหมายให้เกิดการปฏิบัติจริงในองค์กร |
| ผู้จัดการ/ผู้ช่วย ผู้จัดการ | <ul style="list-style-type: none"> นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ติดตาม และรายงานผล |

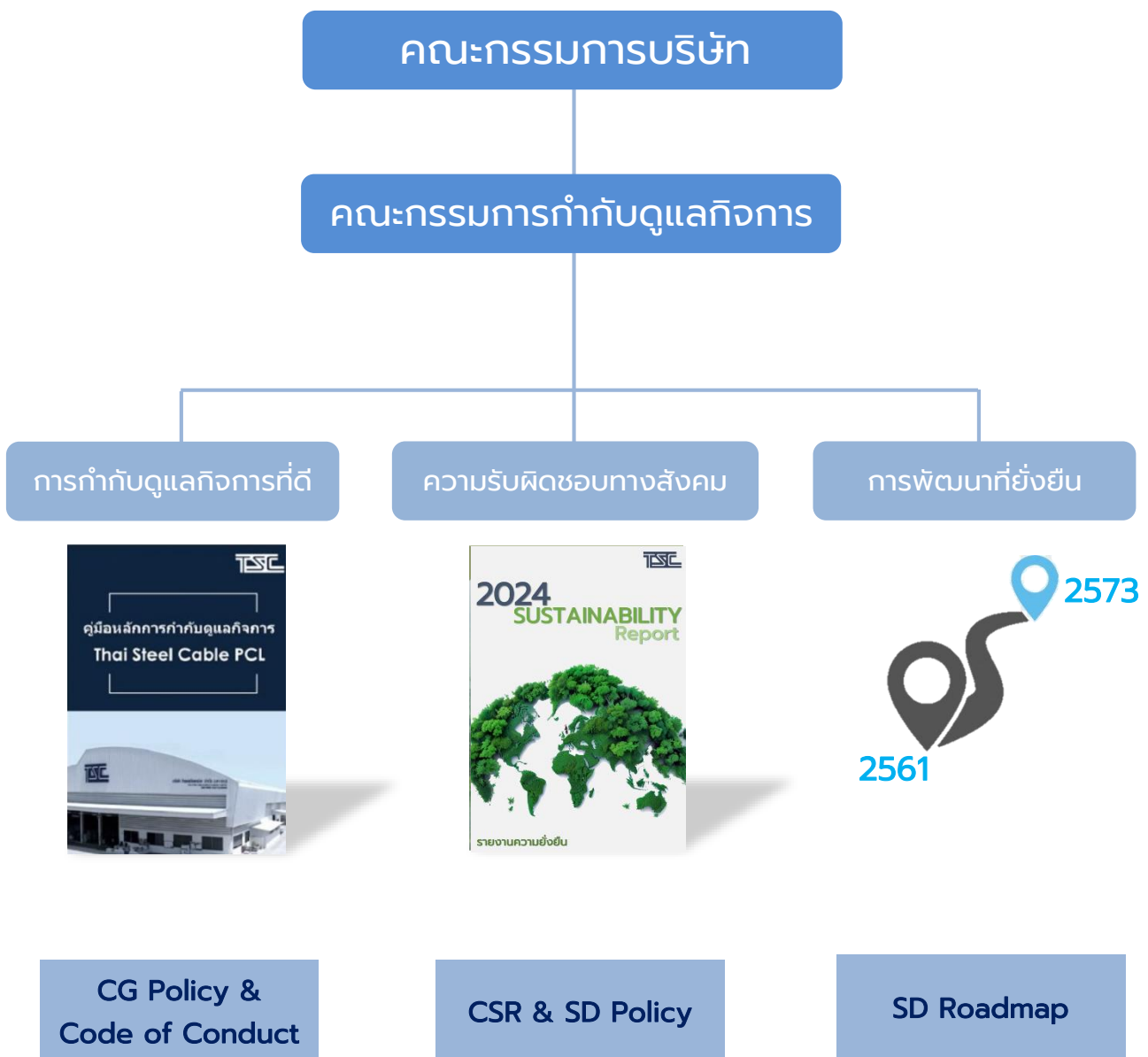
การติดตามและรายงานผล



| บทบาท | การติดตามและรายงาน | ความถี่ |
|---|---|--|
| คณะกรรมการบริษัท | <ul style="list-style-type: none"> ประชุมคณะกรรมการบริษัท | รายไตรมาสและเพิ่มเติมตามกำหนดการ |
| คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ | <ul style="list-style-type: none"> ประชุมคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ | ทุก 6 เดือน |
| ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร | <ul style="list-style-type: none"> ประชุมผู้บริหารระดับสูง | รายไตรมาส |
| กรรมการผู้จัดการ | <ul style="list-style-type: none"> ประชุมฝ่ายบริหาร | รายเดือน |
| ผู้จัดการทั่วไปอาวุโส/ ผู้จัดการทั่วไป | <ul style="list-style-type: none"> ประชุมฝ่ายบริหาร | รายเดือน |
| ผู้จัดการ/ผู้ช่วย ผู้จัดการ | <ul style="list-style-type: none"> ประชุมระดับบริหาร ประชุมส่วนงาน การจัดทำรายงานความยั่งยืน | รายสัปดาห์/รายเดือน รายเดือน รายปี |

การกำกับดูแลด้านธรรมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการทำหน้าที่กำกับดูแลด้านธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ ให้คำปรึกษา ประเมินผล ทบทวนนโยบายและการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายกำกับหลักทรัพย์และประสานงานตลาดหลักทรัพย์และนักลงทุนสัมพันธ์เรื่องการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การดำเนินการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน



ผลการประเมินระดับการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย

ในปี 2567 บริษัทได้รับการประเมินผลจากคณะกรรมการบริษัทแห่งชาติ (National CG Committee) ที่ทำการสำรวจบริษัทจดทะเบียนไทย จำนวน 808 บริษัท ในด้านการกำกับดูแลกิจการ (CGR) บริษัทได้รับคะแนนระดับ 5 ดาว “ดีเลิศ” (Excellent)

หน่วย: ร้อยละ

| หมวด | บริษัทจดทะเบียน โดยรวม | คะแนน | |
|--|---------------------------|------------|---|
| | | |  |
| สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน | 86 | 94 |  |
| การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน | 80 | 107 |  |
| การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส | 88 | 100 |  |
| ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ | 72 | 82 |  |
| คะแนนเฉลี่ย | 84 | 102 |  |



การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

บริษัทสนับสนุนและส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ตามคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการติดตามผลภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ โดยในปี 2567 มีการดำเนินงานด้านจรรยาบรรณธุรกิจที่สำคัญ ดังนี้



1. จัดอบรมหลักสูตรปฐมนิเทศ หัวข้อหลักการกำกับดูแล กิจการ และจรรยาบรรณของบริษัท

บริษัทส่งเสริมและปลูกฝังให้พนักงานมีความรู้และตระหนักด้านธรรมาภิบาลและมีจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน และเข้าใจจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท ในปี 2567 มีพนักงานเข้าอบรมทั้งสิ้น จำนวน 485 คน ร้อยละ 100 มีคะแนนทดสอบอยู่ในเกณฑ์ “ดีเยี่ยม”

2. การรายงานการมีส่วนได้เสียและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ให้กรรมการของบริษัทและผู้บริหารทุกรายเปิดเผยข้อมูลและรายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ตามมาตรา 89/14 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2551 และกำหนดให้มีการทบทวนรายงานฯ ภายในเดือนตุลาคมของทุกปี และ/หรือทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล โดยให้ส่งรายงานผ่านเลขานุการบริษัท ภายใน 7 วันทำการ โดยในปี 2567 มีการรายงานการมีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 11 ราย และมี 0 ราย ที่มีการทำรายการที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท ทั้งนี้ได้ขึ้นทะเบียนและสรุปรายงานให้ประธานคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อแจ้งให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทรับทราบตามขั้นตอน



3. กระบวนการแจ้งเบาะแส

เพื่อให้มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันและมีความเป็นธรรมตามหลักการกำกับดูแลกิจการ บริษัทได้จัดให้มีช่องทางรับแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน หรือข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะใดที่แสดงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับผลกระทบ หรือมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบอันจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท หรือจากการปฏิบัติของพนักงานของบริษัทเกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย หรือจรรยาบรรณ รวมถึงพฤติกรรมที่อาจสื่อถึงการทุจริต การปฏิบัติอย่างไม่เท่าเทียมกัน หรือการกระทำที่ขาดความระมัดระวังและขาดความรอบคอบโดยสามารถแจ้งเบาะแสได้ทั้งทางเว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ โทรสาร ไปรษณีย์ กล้องแสดงความคิดเห็น (สำหรับพนักงาน) และ Line@TSC ซึ่งเป็นช่องทางใหม่เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการมาตรฐานที่กำหนดไว้และนำมาปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งมีมาตรการคุ้มครองเพื่อสร้างความมั่นใจต่อผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ให้ข้อมูล นอกจากนี้บริษัทยังได้นำกรณีศึกษาต่างๆ (ถ้ามี) ไปจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมและสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความรับรู้และความตระหนักด้านจรรยาบรรณในการทำงานอย่างต่อเนื่อง



หากพิจารณาแล้วพบว่า ข้อร้องเรียนมีมูลความผิด ประธานกรรมการตรวจสอบจะจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อนำข้อร้องเรียนหารือร่วมกันตามความจำเป็นเหมาะสม

การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทกำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริต นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และจัดทำจรรยาบรรณธุรกิจซึ่งครอบคลุมประเด็นการให้หรือรับของขวัญ หรือทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด การขัดแย้งทางผลประโยชน์รวมถึงการป้องกันการใช้อิทธิพลภายใน

โดยพนักงานทุกระดับทุกคนของบริษัทจะได้รับการอบรมคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการซึ่งประกอบด้วยจรรยาบรรณธุรกิจในวันปฐมนิเทศตามแผนการฝึกอบรมตามสายอาชีพประจำปีเพื่อปลูกฝังจรรยาบรรณการปฏิบัติงานขององค์กร อีกทั้งเข้าใจกระบวนการดำเนินการเมื่อมีการร้องเรียนและนโยบายคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (รายละเอียดตามคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการ)



บริษัทได้ประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Anti-Corruption: CAC) เพื่อร่วมมือกับภาครัฐ ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน และองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อสร้างมาตรฐานการประกอบธุรกิจที่ใสสะอาดโดยจะดำเนินงานตามกรอบและขั้นตอนตามหลักการสากล ตั้งแต่วันที่ 26 พฤษภาคม 2558

ทั้งนี้ ในปี 2567 ไม่มีข้อร้องเรียนใดๆ และบริษัทได้ประกาศนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันไปยังคู่ค้า รวมถึงเชิญชวนคู่ค้าให้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายในการต่อต้านการทุจริตเพื่อให้สอดคล้องกับการที่บริษัท ได้รับการรับรองเข้าร่วมโครงการตั้งแต่ปี 2559 โดยมีรายละเอียดการต่ออายุโครงการฯ ดังนี้

- ได้รับการรับรองการยื่นต่ออายุโครงการครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 (อายุการรับรอง 3 ปี)
- ได้รับการรับรองการยื่นต่ออายุโครงการครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2565 (อายุการรับรอง 3 ปี)

บริษัทดำเนินการป้องกันมิให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีส่วนเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชัน โดยคณะกรรมการบริษัทพิจารณาทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันในการประชุม คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2567 ว่าจะไม่มีส่วนร่วมหรือ เกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันไม่ว่าด้วยการเรียกรับและจ่ายสินบน ซึ่งได้ระบุนขอบเขตการ ดำเนินการและเผยแพร่ในคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการบนเว็บไซต์บริษัท <http://www.tscpl.com/th/คู่มือการทำกับดูแลกิจการ>

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้การปฏิบัติทั้งหมดเป็นไปตามกฎหมาย โดยกฎหมาย ดังกล่าวรวมถึงกฎหมายเกี่ยวกับการห้ามจ่ายสินบนหรือการสนับสนุนการทุจริตคอร์รัปชันและ หน้าที่ดูแลข้างต้น รวมทั้งมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลการปฏิบัติตาม มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันและรายงานคณะกรรมการบริษัทรับทราบในทุกไตรมาส คณะกรรมการบริษัทจะดำเนินการทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันปีละ 1 ครั้ง

การดำเนินการตามนโยบายในการป้องกันการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชัน ประจำปี 2567



บริษัทกำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตและการให้สินบน และนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อให้ เกิดการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส เทียบตรง และเกิดการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเสรี และเป็นธรรม ซึ่งได้ระบุในคู่มือหลักการกำกับดูแล กิจการและสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหารและ พนักงานทราบ และยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ผ่านช่องทางต่างๆ

โดยการสื่อสารผ่านทางบอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในบริษัท จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) รวมทั้งเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริต (Fraud Risk Assessment) ซึ่งรวมถึง การคอร์รัปชันควบคู่กับการประเมินความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Assessment) อย่างสม่ำเสมอ (อย่างน้อยปีละครั้ง) โดยติดตามมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการ ทุจริตและคอร์รัปชัน ว่าได้ถูกนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ทบทวน และปรับปรุงมาตรการฯ อย่างสม่ำเสมอ และรายงานการบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้ คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบอย่างทันเวลา ทั้งนี้มีฝ่ายตรวจสอบ ภายในทำหน้าที่ตรวจสอบระบบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล กิจการและให้ข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่อง โดยตรวจสอบตามแผนการตรวจสอบประจำปีที่ได้รับ ความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบและรายงานผลการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญ แนว ทางแก้ไขและป้องกันที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าระบบการควบคุมภายในมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง ปฏิบัติได้สอดคล้องกับนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน และรายงานให้ผู้บริหาร ระดับสูงและคณะกรรมการตรวจสอบรับทราบ

การดำเนินการด้านภาษี



บริษัทมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่มีการเติบโตอย่างมีคุณค่าและมีความ รับผิดชอบด้าน ภาษีอย่างยั่งยืน รวมทั้งมุ่งมั่นเป็นองค์กรธุรกิจที่เป็นพลเมืองที่ดีในการรับผิดชอบต่อภาษีเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สังคมและสร้างความไว้วางใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

บริษัทได้ให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมด้านภาษีกับรัฐบาลและมีความมุ่งมั่นในการ ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โดยการดำเนินการด้านภาษีอย่างถูกต้องครบถ้วน มี ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และตรงตามเวลาที่กำหนด โดยในปี 2567 บริษัทมีรายได้รวม 2,683 ล้านบาท และจ่ายภาษีเป็นจำนวนเงิน 4.47 ล้านบาท (ข้อมูลจากงบการเงินรวมของ บริษัท)

 บริษัทมีรายได้รวม
2,683 ล้านบาท

 จ่ายภาษีให้รัฐบาล
4.47 ล้านบาท

ในปี 2567 กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 299.69 ล้านบาท และมีค่าใช้จ่ายภาษี เงินได้นิติบุคคลเท่ากับ 4.47 ล้านบาท ตามอัตราภาษีที่แท้จริงร้อยละ 1.69 ซึ่งแตกต่างกับภาษี ที่จ่ายจริงร้อยละ 20 ตามพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 42) พ.ศ. 2559 วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2559 โดยพระราชบัญญัติ ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 รายการสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่บริษัทได้รับในปี 2566 พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 437 เรื่อง ราชจ่ายในการฝึกอบรมพนักงาน พระราชกฤษฎีกา ฉบับที่ 499 เรื่อง ราชจ่ายเกี่ยวกับการรับคนพิการเข้าทำงาน

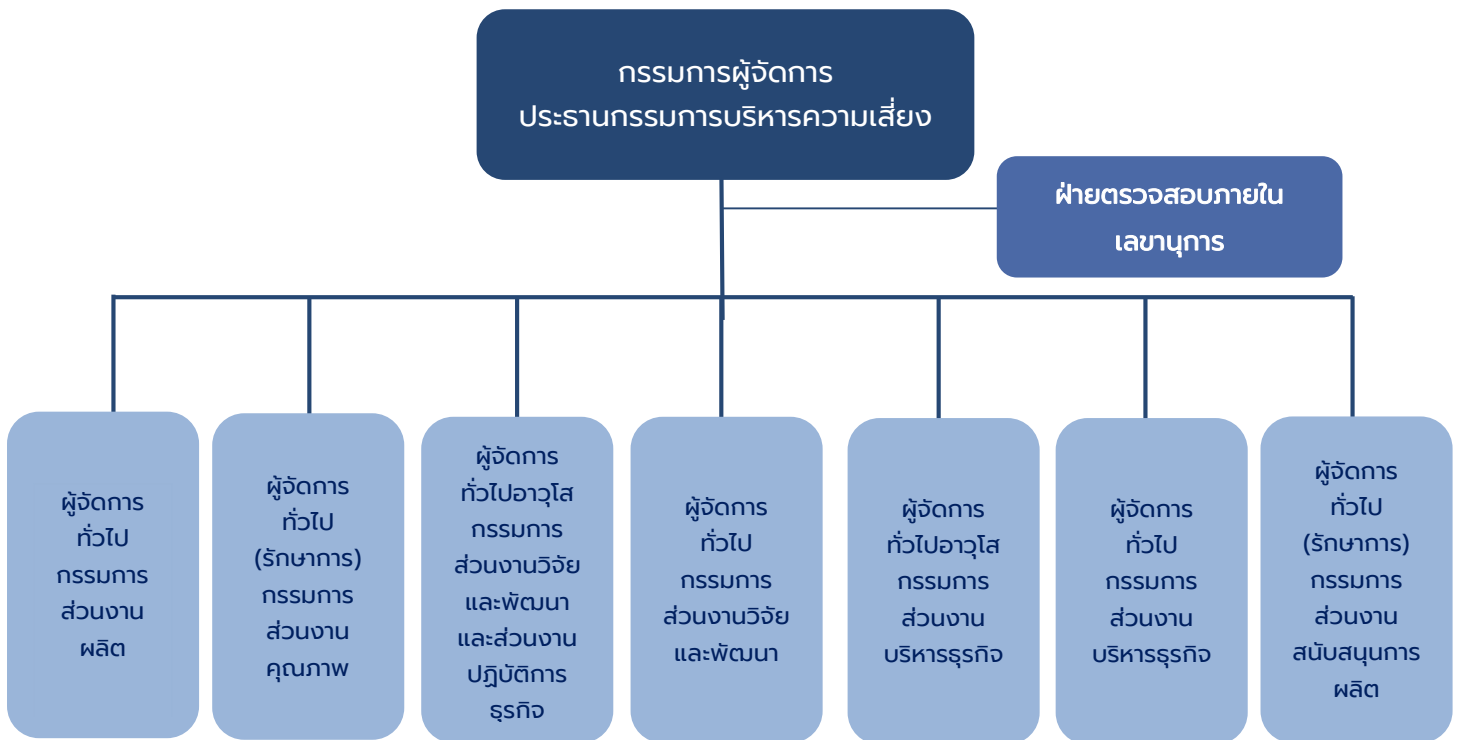
การบริหารความเสี่ยง



บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะกำกับดูแลให้มีการบริหารความเสี่ยงครอบคลุมทั่วทั้งองค์กรและสนับสนุนการพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่องภายใต้สภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจที่มีความซับซ้อนและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในปัจจุบัน โดยส่งเสริมให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มและความมั่นคงในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

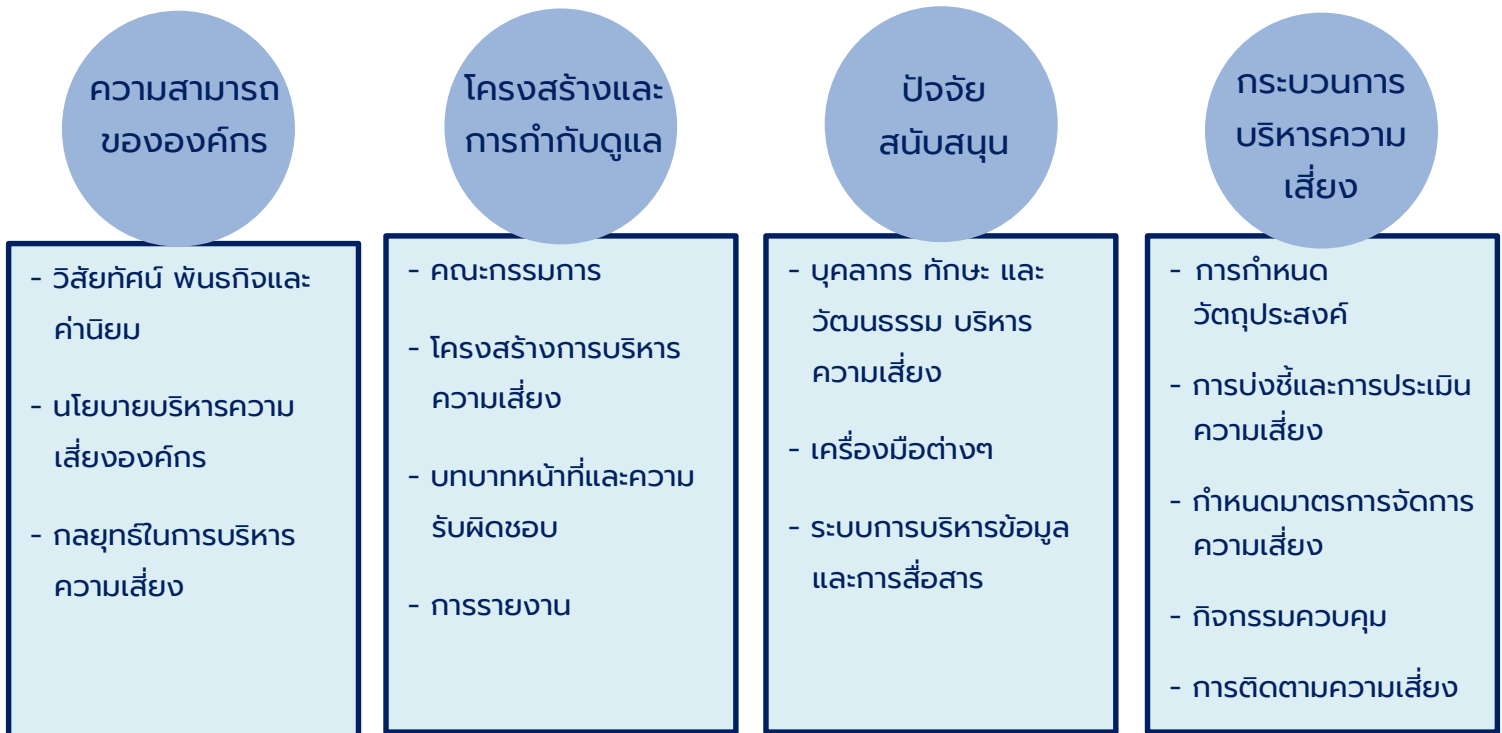
บริษัทกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงเพื่อกำกับดูแลให้มีการบริหารความเสี่ยงครอบคลุมทั่วทั้งองค์กรและสนับสนุนพัฒนาการบริหารความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มและความมั่นคงให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee: RMC) ทำหน้าที่ในการพิจารณา กำหนดนโยบาย กรอบการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลติดตามกระบวนการบริหารความเสี่ยงและรายงานผลการปฏิบัติงานของการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้พิจารณาปัจจัยเสี่ยงทุกรายการที่มีผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร พร้อมให้ข้อเสนอแนะเพื่อเฟ้นระวังความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและติดตาม ดูแล วิเคราะห์การบริหารความเสี่ยงขององค์กรทุกด้าน รวมทั้งรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทอย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง



คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรเพื่อใช้บริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อให้ทุกหน่วยงานสามารถบริหารความเสี่ยงและกำหนดมาตรการควบคุมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร



การดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงองค์กร

บริษัทกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ หรือดัชนีชี้วัด (KPI) หรือ (OKR) Objectives and Key Results ขององค์กร และแต่ละฝ่ายงาน โดยกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนและเป็นไปได้ และกำหนดรอบทบทวนดัชนีชี้วัด เป็นรายไตรมาส เพื่อทบทวนและระบุความเสี่ยง (Risk Identification) จากปัจจัยภายในและปัจจัย



ภายนอกที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ โดยครอบคลุม ความเสี่ยงพื้นฐานทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม ไรศรขนาด และบรรษัทภิบาล การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) จะประเมินโดยพิจารณาจากโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) และผลกระทบ (Impact) ให้ครบทุกด้าน ทั้งในเชิงตัวเงิน และไม่ใช่ตัวเงิน ได้แก่ การเงิน การดำเนินงาน การส่งมอบสินค้า ความปลอดภัย และชื่อเสียง โดยเลือกกลยุทธ์ตอบสนอง ความเสี่ยง (4T's Strategy) และพิจารณาจากบริบทในการ ดำเนินธุรกิจ ต้นทุน และประโยชน์ ความสอดคล้องกับ มาตรฐานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม รวมทั้งความจำเป็น

เร่งด่วนในการตอบสนองเพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้ทันเวลา ได้แก่

1. การยอมรับความเสี่ยง (Take: Risk Acceptance) หากวิเคราะห์แล้วไม่มีวิธีการจัดการ ความเสี่ยงที่เหมาะสม เนื่องจากต้นทุนการจัดการ สูงกว่าประโยชน์ที่จะได้รับอาจต้องยอมรับความ เสี่ยง แต่ควรมีมาตรการติดตามอย่างใกล้ชิดเพื่อ รองรับผลกระทบที่เกิดขึ้น

3. การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Terminate: Risk Avoidance) ปฏิเสธและหลีกเลี่ยงโอกาสที่จะเกิด ความเสี่ยงโดยการหยุด ยกเลิก หรือเปลี่ยนแปลง กิจกรรมโครงการที่จะนำไปสู่เหตุการณ์ที่เป็นความ เสี่ยง เช่น ยกเลิกโครงการที่สร้างผลกระทบทาง สิ่งแวดล้อมให้ชุมชน เป็นต้น

2. การลดความเสี่ยง (Treat: Risk Reduction) ลดความเสี่ยงโดยเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงขั้นตอน บางส่วนของกิจกรรมหรือโครงการที่นำไปสู่ เหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยง เช่น ฝึกอบรมให้ บุคลากรมีความรู้เพียงพอ มอบหมายงานโดย การแบ่งแยกหน้าที่ หรือลดระดับความรุนแรงของ ผลกระทบเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยง เช่น การ Back up ข้อมูลเป็นระยะๆ การมี Server สำรอง เป็นต้น

4. การโอนย้ายความเสี่ยง (Transfer: Risk Sharing) ยกภาระการเผชิญหน้ากับเหตุการณ์ที่ เป็นความเสี่ยงให้ผู้อื่น หรือเป็นการรับประกันว่าเมื่อ เกิดความเสียหายแล้วบริษัทจะได้รับการชดเชย ค่าเสียหายจากผู้อื่น เช่น การทำประกันอัตรา แลกเปลี่ยน การทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า และการ รับประกันสินค้าสามารถใช้ได้ตามคุณสมบัติที่ระบุไว้ ในระยะเวลาที่กำหนด เป็นต้น

ซึ่งหน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) จะทำงานร่วมกันกับหน่วยงานตรวจสอบภายใน ตั้งแต่การกำหนดกิจกรรมควบคุม (Control Activities) การติดตาม (Monitoring) และการ รายงาน (Reporting) รวมถึงการทบทวนและปรับปรุงประเด็นความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงต่างๆ ขององค์กรครอบคลุมอย่างครบถ้วน มีการจัดการ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ

ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

ในปี 2567 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงดำเนินการกำกับดูแลติดตามกระบวนการบริหารความเสี่ยงและรายงานผลการปฏิบัติงานของการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยสามารถจำแนกประเภทการจัดการความเสี่ยงประเด็นสำคัญไว้ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) การประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดแผนกลยุทธ์แผนการดำเนินงานซึ่งส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์หลัก เป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานขององค์กร
2. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk) การประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของแต่ละกระบวนการหรือกิจกรรมที่สำคัญต่อเป้าหมายขององค์กร เช่น การออกแบบและการผลิต การปฏิบัติตามข้อกำหนดของลูกค้า รวมทั้งความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย
3. ความเสี่ยงการบริหารจัดการทางการเงิน (Financial Risk) การประเมินความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการบริหารจัดการด้านสภาพคล่องด้านเงินลงทุนความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และความเสี่ยงด้านภาษีอากร
4. ความเสี่ยงการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล (Compliance Risk) การประเมินความเสี่ยงการไม่ปฏิบัติตามหรือปฏิบัติไม่ครบถ้วนตามกฎหมายหรือข้อบังคับต่างๆรวมทั้งความเสี่ยงที่เกี่ยวกับกฎหมายต่างๆ
5. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) การประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคต อาทิ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเป็นเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าความเสี่ยงด้าน Digital Transformation และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคใหม่ๆ เช่น เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ความเสี่ยงต่อการลงทุนต่อผู้ถือหลักทรัพย์ความเสี่ยงจากภาวะตลาด ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของผู้ถือหุ้น และความเสี่ยงของอุตสาหกรรม



ความเสี่ยงจากโรคระบาด

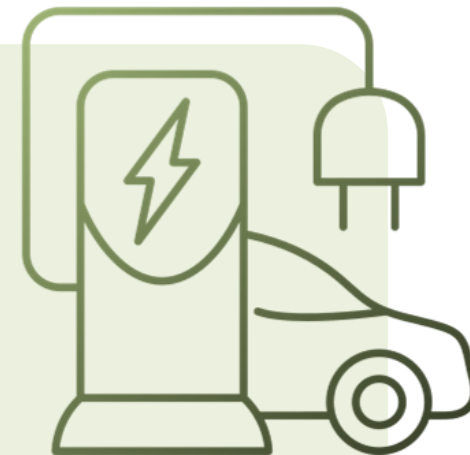
จากสถานการณ์ปัจจุบันในระดับโลกและระดับประเทศได้ผ่อนคลายลงอย่างต่อเนื่อง เริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล แต่เนื่องจากความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจซึ่งเกิดจากการระบาดของโควิด-19 ในช่วงที่ผ่านมาส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั่วโลก และกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ เช่น ระบบห่วงโซ่อุปทาน การใช้จ่ายของผู้บริโภค การระจับคำสั่งซื้อจากบริษัทคู่ค้าเป็นการชั่วคราว เกิดการว่างงาน เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้หลายๆ บริษัทฯ สูญเสียมูลค่าได้ในช่วงเวลาดังกล่าวแต่ปัจจุบันสถานการณ์คลี่คลาย อุตสาหกรรมยานยนต์เริ่มทยอยฟื้นตัวและกลับมาดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ โดยเฉพาะปัจจัยในประเทศกำลังซื้อและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มากขึ้น เนื่องจากรัฐบาลประกาศให้โควิด-19 กลายเป็นโรคประจำถิ่น จึงทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเริ่มกลับคืนสู่สภาวะปกติ

ในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงติดตามข้อมูลข่าวสารโรคระบาดอย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับแผนการดำเนินการให้สอดคล้องกับปัจจุบัน ตลอดจนให้ความสำคัญกับโรคติดต่อสายพันธุ์ใหม่ๆ ที่มีการพัฒนาสายพันธุ์รุนแรงขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพและการปฏิบัติงานหรือต่อองค์กร เช่น ไข้เลือดออก, ไข้หวัดใหญ่ โดยบริษัทได้ช่วยจัดหาหรือแจ้งสถานที่ฉีดวัคซีนฟรีเป็นทางเลือกให้พนักงาน มีการเผยแพร่ข่าวสารที่สำคัญและเป็นปัจจุบันเพื่อให้พนักงานสามารถดูแลตัวเองและครอบครัวได้เป็นอย่างดี บริษัทฯ ฝ้าติดตามและดำเนินทุกกิจกรรมเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถดำเนินธุรกิจได้แม้เกิดโรคระบาดครั้งใหม่ หรือโรคติดต่อร้ายแรง รวมถึงการดำเนินชีวิตในสังคมและเศรษฐกิจสามารถดำเนินต่อไปได้บนพื้นฐานของความปลอดภัย โดยยังคงไว้ซึ่งมาตรการและความพร้อมในการปฏิบัติงานจากที่พักอาศัยได้ในกรณีฉุกเฉิน และเตรียมการด้านเทคโนโลยี (Application Tools) ต่างๆ ตลอดจนแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (โรคระบาด) Business Continuity Plan (Disease) ยังคงมีการทวนสอบให้เป็นปัจจุบัน และยึดถือปฏิบัติควบคู่กับการติดตามข้อมูลข่าวสารและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง



ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเป็นเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า

อุตสาหกรรมยานยนต์กำลังเปลี่ยนเข้าสู่ยุคของรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ที่เติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เช่น การใช้รถยนต์ไฟฟ้าและระบบไร้สาย (Wireless Systems) อาจทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ ส่งผลให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นและเพิ่มความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ ขณะนี้ ผู้บริโภคเริ่มหันมาใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการชิ้นส่วนสำหรับรถยนต์เครื่องยนต์สันดาปลดลงอย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยเฉพาะสายเบรก สายเกียร์ และสายเปิดฝาถังน้ำมัน อาจหายไปจากตลาดในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทรถยนต์หลายแห่งเริ่มปรับเปลี่ยนการออกแบบรถยนต์ทั้งรุ่นเดิมและรุ่นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีใหม่และรักษาส่วนแบ่งตลาดในสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น



ความเสี่ยงด้าน Digital Transformation

การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัลในธุรกิจกลายเป็นสิ่งจำเป็นในหลายอุตสาหกรรม การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในทุกส่วนของธุรกิจ ไม่เพียงแต่ช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว แต่ยังช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การใช้ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ (Robotics) ในสายการผลิตถือเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ซึ่งหากไม่สามารถปรับใช้เทคโนโลยีใหม่ได้ทัน อาจส่งผลให้ธุรกิจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว





ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ปัจจุบันภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาที่มีความท้าทายต่อการใช้ชีวิตและการดำเนินธุรกิจ บริษัทเป็นผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ไฟฟ้า และน้ำ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรงอาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ หากใช้ทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่มีการเตรียมพร้อมรับผลกระทบ เช่น ภาวะฝนแล้งรุนแรง อาจส่งผลให้ขาดแคลนน้ำซึ่งอำนวยความสะดวกให้กับทรัพยากรบุคคลในกระบวนการผลิตหรืออุกภัยที่ก่อให้เกิดความสูญเสียของชีวิตและทรัพย์สิน ภัยพิบัติในหลายพื้นที่ทั่วโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ จากการขาดแคลนวัตถุดิบ ต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น การขนส่งสินค้าที่ต้องหยุดชะงัก นำไปสู่การผิดสัญญาจากความล่าช้าในการดำเนินธุรกิจและค่าชดเชยความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงอุณหภูมิที่เปลี่ยนแปลงอย่างมากส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำความร้อนและระบายความร้อนของอุปกรณ์การผลิต



บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจึงประเมินความเสี่ยงและจัดทำมาตรการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและการลดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อแสดงถึงความเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการจัดการพลังงาน (Energy Committee) โดยพิจารณา ทบทวนแต่งตั้งใหม่เป็นประจำทุกปี ซึ่งมีตัวแทนจากหน่วยงานปฏิบัติการและผู้บริหารเพื่อประเมินความเสี่ยงและจัดทำแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น ภัยแล้ง อุกภัย รวมถึงภัยธรรมชาติต่างๆ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) เพื่อกำหนดนโยบายหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงดังกล่าว จากการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมพบว่าการใช้ไฟฟ้าในกระบวนการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญในการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนั้นบริษัทจึงดำเนินการดังนี้

1. ลดก๊าซเรือนกระจก โดยบริษัทกำหนดเป้าหมายและกิจกรรมให้สอดคล้องกับการดำเนินการด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ตามแนวทางองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization)
2. ใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่เป็นพลังงานสะอาดผ่านการดำเนินโครงการ Solar Roof Top เพื่อลดค่าไฟในกระบวนการผลิตและเริ่มใช้พลังงานได้ในเดือนมกราคม 2562 เป็นต้นไป โดยดำเนินการแยกเป็น 2 Phase ดังนี้
 - Phase 1 เป้าหมายของโครงการเพื่อลดค่าไฟฟ้า 380,000 บาท/เดือน หรือ 4,560,000 บาทต่อปี ซึ่งสามารถลดค่าไฟฟ้าได้จริง 4,865,368.70 บาทต่อปี
 - Phase 2 เป้าหมายของโครงการเพื่อลดค่าไฟฟ้า 400,000 บาท/เดือน หรือ 4,800,000 บาทต่อปี ปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินโครงการซึ่งจะแล้วเสร็จในเดือนธันวาคม 2563



ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทสนับสนุนการปฏิบัติตาม "ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน" และมาตรฐานสากลด้านสิทธิมนุษยชนอื่นๆ ซึ่งเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่จะต้องได้รับความเสมอภาค ความเท่าเทียม เป็นธรรม และไม่ถูกเลือกปฏิบัติ นอกจากนี้คณะผู้บริหารของบริษัทยังมีการตรวจสอบประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ในการพิจารณาดูแลพนักงาน เพราะอาจเกิดความเสียหายได้ในหลายรูปแบบ เช่น การใช้แรงงานผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก การจ้างแรงงานต่างชาติที่ผิดกฎหมาย การเลิกจ้างที่ไม่ธรรม นำไปสู่ข้อร้องเรียนทางด้านกฎหมาย คดีความ หรือถูกสั่งระงับการดำเนินงาน (License to operate) รวมถึงอาจทำให้บริษัทเสียชื่อเสียง หากบริษัทพบว่ามีความเสี่ยงที่จะเข้าเกณฑ์ความเสี่ยงต่อชื่อเสียงจะส่งเรื่องแจ้งไปยังคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้บริษัทได้จัดให้มีการอบรมและการวัดผลแก่พนักงาน ในเรื่องจรรยาบรรณของบริษัทและนโยบายการละเมิดสิทธิมนุษยชน เพื่อนำไปปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงาน และไม่สนับสนุนการละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งนี้บริษัทได้เปิดช่องทางรับเรื่องร้องเรียนผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทให้พนักงานสามารถส่งเรื่องร้องเรียน เรื่องราวการทุจริตคอร์รัปชัน การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ การได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม หรือการละเมิดสิทธิมนุษยชน มายังประธานคณะกรรมการตรวจสอบได้โดยตรง ตลอดจนกิจกรรมด้านสิทธิมนุษยชนต่างๆ ที่บริษัทกำหนดให้มีแสดงถึงการที่บริษัทให้ความสำคัญด้านสิทธิมนุษยชน และหลักบรรษัทภิบาลในองค์กรได้เป็นอย่างดี โดยที่ผ่านมายังไม่มีการพบประเด็นด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน



ความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์

ข้อมูลสารสนเทศของบริษัท จัดเป็นสินทรัพย์ทางธุรกิจที่ต้องได้รับการดูแลรักษาอย่างมีประสิทธิภาพ การป้องกันและกำหนดระดับความปลอดภัยต่อการใช้ข้อมูลภายในจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อทำให้บริษัทปราศจากความเสียหาย และความเสียหายที่มีผลต่อความปลอดภัยของข้อมูลข่าวสารในทุกรูปแบบ รวมถึงการป้องกันต่อการก่ออาชญากรรม การโจมตี บ่อนทำลาย การจารกรรมและความผิดพลาดต่างๆ โดยควรคำนึงถึงองค์ประกอบพื้นฐานของความปลอดภัยของข้อมูล หรือ CIA 3 ประการ ได้แก่ การรักษาความลับของข้อมูล (Confidentiality) การรักษาสภาพของข้อมูลหรือความสมบูรณ์ของข้อมูล (Integrity) และความพร้อมใช้งานของข้อมูล (Availability)

นโยบายและแนวปฏิบัติและการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทให้ความสำคัญในการปกป้องข้อมูลสารสนเทศของบริษัทและความเป็นส่วนตัวของพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย ทุกฝ่าย ได้กำหนดแนวทางป้องกันการใช้อข้อมูลภายในอย่างเคร่งครัด โดยมีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านกำกับดูแลเรื่องการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ซึ่งมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการดูแลรักษาข้อมูลส่วนบุคคล และการป้องกันไม่ให้เกิดการใช้อข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลภายในใดๆ ในทางมิชอบตามที่ได้ระบุไว้ในจรรยาบรรณทางธุรกิจและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี อีกทั้งกำหนดระบบการควบคุมข้อมูลภายในเพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลข่าวสาร อย่างเคร่งครัด มิให้ถูกเปิดเผยสู่ภายนอกก่อนได้รับอนุญาต โดยให้ถือเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชาที่จำเป็นต้องควบคุมดูแลและให้การรักษาข้อมูลภายในของบริษัทเป็นไปตามหลักการ หากมีพนักงานใช้อข้อมูลภายใน ที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือผู้อื่น จะถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดจรรยาบรรณของบริษัทและจะได้รับบทลงโทษตามระเบียบข้อบังคับที่ได้ระบุไว้

PDPA

(Personal Data Protection Act)



วัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Culture)

บริษัทมุ่งมั่นสร้างวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเชื่อว่าการจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพไม่ใช่เพียงแค่การปฏิบัติตามกฎระเบียบ แต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

หลักการสำคัญของวัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยง

1. ความเป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Ownership)
 - พนักงานทุกระดับมีบทบาทในการบริหารความเสี่ยงและตระหนักถึงความรับผิดชอบของตน
 - ส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานผนวกแนวคิดด้านความเสี่ยงเข้ากับกระบวนการทำงานประจำวัน
2. การตัดสินใจบนพื้นฐานของความเสี่ยง (Risk-Informed Decision Making)
 - ใช้ข้อมูลที่ครบถ้วนและการวิเคราะห์ความเสี่ยงอย่างรอบด้านในการตัดสินใจทางธุรกิจ
 - บูรณาการแนวทางการบริหารความเสี่ยงเข้ากับกลยุทธ์องค์กร
3. ความโปร่งใสและการสื่อสาร (Transparency & Communication)
 - เปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับความเสี่ยงโดยปราศจากความกังวล
 - มีช่องทางสื่อสารและรายงานความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น
4. การเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning & Improvement)
 - สนับสนุนให้มีการฝึกอบรมด้านการบริหารความเสี่ยงสำหรับพนักงานทุกระดับ
 - นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาปรับปรุงกระบวนการบริหารความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
5. การบริหารความเสี่ยงแบบเชิงรุก (Proactive Risk Management)
 - ปรับใช้แนวปฏิบัติ Enterprise Risk Management (ERM) เพื่อให้สามารถระบุ ประเมิน และตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างทันต่อเวลาที่
 - เฝ้าระวังและติดตามแนวโน้มความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ด้วยวัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยงที่แข็งแกร่ง บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นคงทางธุรกิจ เพิ่มความไว้วางใจให้กับผู้ถือหุ้น ลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

| ระดับ | การส่งเสริมวัฒนธรรมและฝึกรอบเรื่องความเสี่ยง |
|-------------------|---|
| คณะกรรมการบริษัท | <ul style="list-style-type: none"> นำส่งเอกสารบันทึกรายงานการประชุมให้ฝ่ายเลขานุการบริษัทเพื่อส่งต่อให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงที่เข้ามารับตำแหน่งใหม่ จัดฝึกรอบให้กับกรรมการกำกับความเสี่ยงที่เข้ามารับตำแหน่งใหม่ ฝ่ายบริหารติดตามและนำเสนอความเสี่ยงอุบัติใหม่ (Emerging Risk) ที่มีนัยสำคัญ รวมถึงแผนบรรเทาความเสี่ยงตามความเหมาะสม |
| ผู้บริหารระดับสูง | <ul style="list-style-type: none"> จัดฝึกรอบให้ความรู้ด้านความเสี่ยง ฝ่ายประเมินความเสี่ยงรายงานความเสี่ยงอุบัติใหม่ (Emerging Risk) ที่เกิดขึ้นและควรเฝ้าระวังเป็นประจำทุกเดือน ประยุกต์ใช้มาตรการหรือนวัตกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง (Other means of measuring or innovating for an effective risk culture) พิจารณานำความเสี่ยงเป็นเกณฑ์ในการพัฒนาและอนุมัติโครงการ ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ (Incorporating risk criteria in the project development, product development and approval process) การประเมินผลการดำเนินงานของผู้บริหารบริษัท (Senior Executives) และผู้บริหารในสายงานหลัก (Line Managers) ที่เกี่ยวข้องตามผลการดำเนินงานบริหารจัดการตัวชี้วัดความเสี่ยงเพื่อเป็นการติดตามและสนับสนุนงานบริหารความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพ |
| พนักงาน | <ul style="list-style-type: none"> จัดฝึกรอบเกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการความเสี่ยงให้พนักงานทั่วทั้งองค์กร (Focused training throughout the organization on risk management principles) การจัดอบรมสัมมนาความเสี่ยงองค์กรประจำปี (Annual Risk Seminar) จัดฝึกรอบให้ความรู้ด้านความเสี่ยง กำหนดกระบวนการให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นเพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาการบริการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง (Measures allowing continuous improvement in risk management practices through the involvement of employees in structured feedback process) เผยแพร่คู่มือการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร ความรู้ ข่าวสาร บทความ และกิจกรรมต่างๆ ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงแก่พนักงานทุกระดับผ่านทาง Line@ Facebook บอร์ดประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์ของบริษัท พัฒนาสื่อการอบรมในรูปแบบ E-Learning ร่วมเป็นเครือข่ายความร่วมมือด้านการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายในกับองค์กร ส่งเสริมศักยภาพให้กับพนักงานในฝ่ายประเมินความเสี่ยง |

การสื่อสารการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ จึงมีการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและเน้นย้ำให้เกิดความตระหนักรวมทั้งเห็นความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบให้กับพนักงานทุกระดับในองค์กรตั้งแต่คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เริ่มต้นตั้งแต่การอบรมปฐมนิเทศให้กับกรรมการและพนักงานใหม่ การสื่อสารผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Line@TSC ตลอดจนกำหนดให้ความเสี่ยงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทุกหน่วยงานต้องพิจารณาและทบทวนในแผนงานประจำปี เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของระบบงานและการควบคุมความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีมาตรฐานทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งครอบคลุมความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ทั้งนี้คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็น ดังนี้ “โดยรวมบริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี การควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีการบริหารความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ ระบบบัญชีและรายงานทางการเงินมีความถูกต้องเชื่อถือได้ มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท รวมทั้งมีการรายงานผลการตรวจสอบและตรวจติดตามอย่างสม่ำเสมอเพื่อกำกับให้มีการปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลดียิ่งขึ้น” และได้รายงานคณะกรรมการบริษัทรับทราบอย่างต่อเนื่องตามลำดับ

การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

เนื่องด้วยสภาวะทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและในบางเรื่องเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ (อาทิ เหตุการณ์อุทกภัย เพลิงไหม้ หรือระบบการทำงานหลักของบริษัทล้มเหลวและปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ รวมถึงภัยที่เกิดจากการถูกโจรกรรมข้อมูล ข้อมูลถูกทำลาย และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกิดความเสียหาย และการแพร่ระบาดของโรคใหม่ ๆ เช่น เชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19)) ซึ่งบริษัทได้กำหนดแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (กรณีเกิดโรคระบาด) เพื่อรองรับเหตุฉุกเฉินที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย (Covid-19) โดยกำหนดนโยบาย แนวทางปฏิบัติแต่ละขั้นตอน การให้ความรู้และข่าวสารต่างๆ แก่พนักงานได้รับทราบอย่างเป็นปัจจุบันทันเหตุการณ์ เพื่อเน้นย้ำให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลรักษาสุขภาพ และการป้องกันตนเองและบุคคลในครอบครัวจากโรคติดต่อดังกล่าว

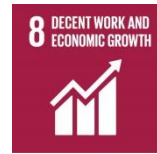
จากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและไม่สามารถคาดการณ์ได้ในสภาวะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งมีปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ได้แก่ เกิดจากภัยธรรมชาติ เช่น เหตุอุทกภัย การแพร่ระบาดของโรคระบาดหรือโรคติดต่อที่มีการพัฒนาสายพันธุ์ หรือเกิดจากการกระทำของมนุษย์ เช่น การก่อการร้าย การโจมตีทางไซเบอร์ ข้อมูลถูกทำลาย การชุมนุมประท้วง การเกิดเพลิงไหม้ หรือเกิดจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำจากผลกระทบด้านต่างๆ หรือจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่เกิดขึ้น และยึดเชื้อ เช่น สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน อิสราเอลและกลุ่มฮามาส หรือมาตรการทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมยานยนต์โดยตรง และส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในไทย จากปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นสาระสำคัญ บริษัทฯ จึงกำหนดให้มีการทบทวนและปรับปรุงแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ Business Continuity Plan (BCP) และการประเมินความเสี่ยง (Risk Evaluation) อย่างต่อเนื่องและเป็นปัจจุบันทุกปี เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความพร้อมล่วงหน้าสำหรับรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น มีการสื่อสารและทำความเข้าใจให้กับผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บุคลากรสามารถใช้อองค์ความรู้ที่ได้จากการฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินในด้านต่างๆ มาใช้ในการประเมินสถานการณ์ และเชื่อมโยงการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กรได้อย่างเหมาะสม เพื่อลดผลกระทบจากการหยุดชะงักของธุรกิจและช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง และเสริมสร้างความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดจนดำรงไว้ซึ่งการรักษาสิทธิผลประโยชน์ของลูกค้าน่าเป็นสำคัญ

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2567 บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการดำเนินงานและจัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจโดยส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานทุกหน่วยงานปฏิบัติตามระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยให้มีการฝึกซ้อมการปฏิบัติตามแผนตอบโต้เหตุการณ์ฉุกเฉิน 18 แผนงาน เช่น กรณีสารเคมีและรังสีรั่วไหล, การฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ, การฝึกซ้อมกรณีระบบเครื่องจักรล้มเหลว, วัตถุประสงค์ขาดแคลน, ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล้มเหลว, แผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบกระบวนการปฏิบัติให้มีความครบถ้วน ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน พร้อมใช้งานในกรณีเกิดภาวะวิกฤต และการสื่อสารในเหตุการณ์ฉุกเฉิน เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้คุ้นชินและเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ได้อย่างชัดเจน ตลอดจนสามารถปฏิบัติตามได้ถูกต้องเมื่ออยู่ในสถานการณ์จริง ซึ่งจะสามารถลดความเสียหายต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นได้ ทั้งนี้ผลของการฝึกซ้อมเป็นไปตามแผนและมาตรฐานของความปลอดภัยที่กำหนดไว้เป็นอย่างดี และทุกหน่วยงานมีความพร้อมต่อการรับมือในสถานการณ์จริงได้

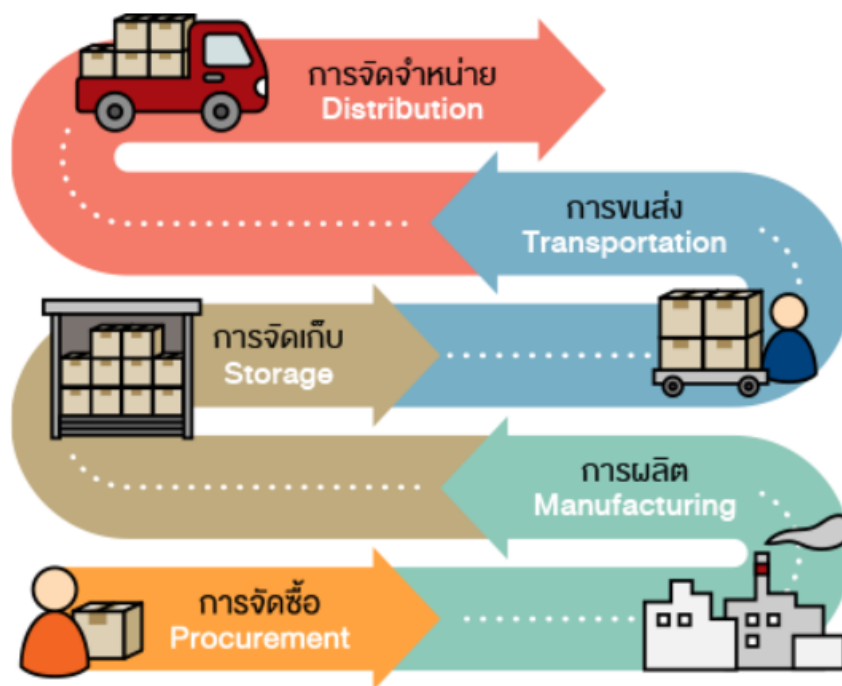
การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนสู่คู่ธุรกิจ

พัฒนาคู่ธุรกิจร่วมสร้างสังคมที่ยั่งยืน



คู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้ผลิต ผู้ให้บริการ และผู้จัดจำหน่าย จึงมีส่วนสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมร่วมกัน บริษัทฯ จึงบริหารจัดการคู่ค้าตั้งแต่การคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพ การประเมินการดำเนินงานของคู่ธุรกิจทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) และสร้างความร่วมมือในการพัฒนายกระดับคู่ค้าให้เติบโตร่วมกับบริษัทฯ ได้อย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการคู่ค้าเป็นประเด็นหนึ่งของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสตรวจสอบได้ รวมถึงการดำเนินงานของคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งสอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท



เป้าหมาย

ปี 2567

- คู่ค้าร้อยละ 100 ของมูลค่าการจัดหาผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)

ร้อยละ 64

แนวการบริหารจัดการ

กลยุทธ์งานจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทได้ใช้การหาแหล่งคู่ค้า การประเมินศักยภาพคู่ค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของบริษัทเพื่อให้โครงการต่างๆ สามารถดำเนินงานได้ตามคุณภาพ เวลา และงบประมาณ ตามแผนงานที่วางไว้ ทั้งนี้บริษัทได้คัดเลือกคู่ค้ารวมถึงการประเมินคุณสมบัติที่ครอบคลุมประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environment: E) ด้านสังคม (Social: S) และด้านจริยธรรมทางธุรกิจ (Governance: G) เพื่อบรรจุอยู่ในทะเบียนคู่ค้าของบริษัท โดยคู่ค้าหรือผู้ผลิตจะต้องได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001 หรือ ISO 14001 หรือมีการควบคุมการจัดการของเสียจากระบวนการผลิตเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมรอบข้าง หรือไม่มีการนำมาใช้ซึ่งสารเคมีอันตราย สารเคมีต้องห้ามตามข้อกำหนดกฎหมายและระบบมาตรฐาน ทำให้มั่นใจว่าคู่ค้าที่ผ่านเกณฑ์เหล่านี้สามารถสนับสนุนงานของบริษัทสำเร็จลุล่วงตามแผนงาน และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียหลัก บริษัทมีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่สามารถตรวจสอบได้โปร่งใส และเป็นธรรม

บริษัทฯ ได้แจ้งคู่ค้าและผู้รับเหมาทุกรายที่อยู่ในกลุ่มคู่ค้าสำคัญ (critical supplier) ให้ทราบถึงจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ตามแนวทางการบริหารจัดการความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าตระหนักถึงความสำคัญและเป็นแนวปฏิบัติให้แก่คู่ค้าในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์ ยุติธรรม และโปร่งใส

แนวทางการปฏิบัติสำหรับคู่ค้าทางธุรกิจ

ด้านสิ่งแวดล้อม

- เลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุรีไซเคิล วัสดุที่มีการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม (เช่น ISO 14001) หรือวัสดุที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ส่งเสริมให้คู่ค้าใช้กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน ลดของเสีย และลดการปล่อยมลพิษ
- สนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียนในกระบวนการผลิตและขนส่ง เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- กำหนดให้คู่ค้าจัดการของเสียและสารเคมีอันตรายตามมาตรฐานสากล และปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

ด้านสังคม

- คู่ค้าต้องปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานสากล เช่น ไม่ใช้แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ และต้องให้พนักงานทำงานในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเป็นธรรม
- ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและการไม่เลือกปฏิบัติในกระบวนการจ้างงานของคู่ค้า
- สนับสนุนการจัดซื้อจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

- ส่งเสริมให้คู่ค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม เช่น การสนับสนุนโครงการเพื่อชุมชนหรือการพัฒนาแรงงานท้องถิ่น

ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส

- กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างต้องดำเนินการด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส และปราศจากผลประโยชน์ทับซ้อน
- คู่ค้าต้องมีมาตรการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันของบริษัท
- คู่ค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม แรงงาน และความปลอดภัย
- บริษัทจะทำการประเมินและติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าเป็นระยะ เพื่อให้มั่นใจว่าปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาและสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า

- บริษัทจะให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้คู่ค้าพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เช่น การอบรมด้าน ESG และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- บริษัทจะสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนานวัตกรรมที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมสังคม
- ส่งเสริมให้คู่ค้ามีนโยบายและแผนงานด้านความยั่งยืนที่ชัดเจน และสามารถรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ ESG ได้

บริษัทกำหนดการตรวจติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ตามแผนงาน Supplier Yearly Audit Plan ประจำปี ซึ่งต้องดำเนินการกับคู่ค้าทุกราย (ร้อยละ 100) ในปี 2567 ผลการตรวจติดตามคิดเป็นร้อยละ 100

การระบุกลุ่มคู่ค้าสำคัญ

บริษัทพิจารณาระบุกลุ่มคู่ค้าสำคัญ (critical supplier) จากกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่ม ได้แก่ คู่ค้าที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (critical tier 1) และคู่ค้ารายสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (critical non-tier 1) และทำการวิเคราะห์เพื่อระบุคู่ค้าสำคัญโดยใช้ปัจจัยดังต่อไปนี้ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

- เป็นคู่ค้าที่มีมูลค่าซื้อตั้งแต่ 39 ล้านบาทขึ้นไป
- เป็นผู้ขายวัตถุดิบสินค้าที่เป็นส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์
- เป็นผู้ขายน้อยรายหรือไม่สามารถหาทดแทนได้

ในปี 2567 บริษัทฯ มีคู่ค้าและผู้รับเหมาที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ทั้งหมด 155 ราย ที่มีการทำธุรกิจกับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง จากการวิเคราะห์พบว่า มีคู่ค้าและผู้รับเหมาที่อยู่ในกลุ่มคู่ค้าสำคัญของบริษัทฯ โดยตรง (critical tier 1) จำนวน 14 ราย ซึ่งมีมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างคิดเป็นร้อยละ 9.03 ของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างทั้งหมด ส่วนคู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (critical non-tier 1) มีจำนวน 37 ราย

การประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้าซึ่งมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนให้คู่ค้าหลักของบริษัทได้แสดงขีดความสามารถในการดำเนินงานรวมทั้งเพื่อประเมินความสอดคล้องที่ครอบคลุมเชื่อมโยงทั้งนโยบายจัดซื้อจัดจ้าง นโยบายธุรกิจและสิทธิมนุษยชนสำหรับคู่ค้า นโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน นโยบายคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัยอาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม การจัดการพลังงาน และความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ มีกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้าโดยให้ความสำคัญกับกลุ่มคู่ค้าสำคัญเป็นลำดับแรกและคู่ค้าใหม่ทั้งหมด โดยใช้แบบประเมินตนเอง (Self-Assessment) ที่ครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล และจัดกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยงในระดับต่างๆ คู่ค้าที่มีความเสี่ยงในระดับปานกลางถึงสูง บริษัทฯ จะมีการไปตรวจเยี่ยม (site visit) และตรวจประเมินที่สถานประกอบการ (onsite ESG audit) เพิ่มเติม นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการประเมินคุณภาพคู่ค้าประจำปีโดยฝ่ายจัดหาและฝ่ายประกันคุณภาพผู้ผลิตชิ้นส่วน แต่มีความที่แตกต่างกันตามระดับความเสี่ยงของคู่ค้า สำหรับคู่ค้าที่มีความเสี่ยงระดับสูง คู่ค้าต้องจัดทำแผนมาตรการป้องกันแก้ไข โดยบริษัทฯ จะช่วยให้อำเภอนำในการจัดทำแผนการปรับปรุงและพัฒนาข้อบกพร่องต่าง ๆ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายให้คู่ค้าสำคัญของบริษัทฯ โดยตรง และคู่ค้าใหม่ทั้งหมดได้รับการประเมินความเสี่ยงทั้งด้านเศรษฐกิจและด้านความยั่งยืนในการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วยประเด็นความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ทำการประเมินความเสี่ยงจากคู่ค้าและผู้รับเหมาในกลุ่มคู่ค้าสำคัญของบริษัทฯ โดยตรง (critical tier-1) ทั้งหมด 14 ราย (ร้อยละ 100) และคู่ค้าใหม่ทั้งหมด 9 ราย (ร้อยละ 100) เป็นไปตามเป้าหมาย พบว่าไม่มีคู่ค้าสำคัญรายใดมีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในระดับสูง ไม่พบคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)

ปี 2567 บริษัทฯ มีคู่ค้าใหม่จำนวน 9 ราย โดยผ่านระบบการคัดเลือกตามกระบวนการที่กำหนดไว้คิดเป็นร้อยละ 100 ของคู่ค้ารายใหม่

การตรวจประเมินคู่ค้า

บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าสำคัญทุกรายที่ผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและด้านความยั่งยืนด้วยวิธีประเมินตนเอง (Self-Assessment) แล้ว จะได้รับการตรวจประเมินในสถานประกอบการครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (On-site ESG Audit) ต่อไป โดยมีรายละเอียดและเวลาที่ในการตรวจประเมินตามระดับความเสี่ยงของคู่ค้า ในกรณีที่คู่ค้าสำคัญมีระดับความเสี่ยงสูง จะต้องถูกตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการทันที คู่ค้าสำคัญที่มีความเสี่ยงระดับปานกลางจะได้รับการตรวจประเมินปีละ 1 ครั้ง และคู่ค้าสำคัญที่มีความเสี่ยงต่ำจะได้รับการตรวจประเมินทุก 2 ปี ตามข้อกำหนดและรายการที่บริษัทฯ กำหนดไว้และมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) ซึ่งแนวทางในการตรวจประเมินคู่ค้า กระทำโดยการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องจากคู่ค้าและการลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบ

โดยฝ่ายประกันคุณภาพผู้ผลิตชิ้นส่วน ในปี 2567 บริษัทฯ มีคู่ค้าสำคัญที่ต้องถูกตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการตามเกณฑ์ที่กำหนดจำนวนรวม 11 ราย ซึ่งบริษัทฯ สามารถดำเนินการตรวจประเมินได้ครบทั้ง 11 ราย (ร้อยละ 100)

บริษัทดำเนินการประเมินและได้รับผลการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และ/หรือบรรษัทภิบาล (ESG Risk) ที่เกิดจากคู่ค้าของบริษัท จากจำนวนทั้งหมด 155 ราย คิดจำนวนผลการประเมินประจำปีร้อยละ 64

ตัวอย่างกิจกรรม การ Audit Vendor



ตลอดระยะเวลาดำเนินงาน 1 ปีที่ผ่านมา ทางบริษัทได้มีการค้นหาคู่ค้ารายใหม่อยู่เสมอ และยังคงไว้ซึ่งนโยบายการปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมทั้งปฏิบัติตามพันธสัญญาที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด

การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือคู่ค้าและการพัฒนาคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมกับคู่ค้า เพื่อส่งเสริมสภาพคล่องด้านการจัดการเงินสดและการบริหารเงินทุนทั้งของคู่ค้าและของบริษัทฯ จึงได้กำหนดระยะเวลาการชำระเงินให้กับคู่ค้า ทางบริษัทมีข้อกำหนดมาตรฐานเงื่อนไขการชำระเงินโดยปกติคือ 60 วัน หลังจากมีการรับสินค้าเรียบร้อยแล้วตามรอบการชำระเงินของบริษัท นอกจากนี้ยังมีการแบ่งชำระเป็นงวด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะงานของแต่ละประเภทและข้อตกลงที่ทำกับแต่ละคู่ค้า (อาจมากกว่า หรือ น้อยกว่า 60 วัน) เช่น งานสั่งทำแม่พิมพ์ มีการแบ่งชำระ 3 งวด ตามเงื่อนไขสัญญาและความคืบหน้าของงาน ในกรณีที่คู่ค้าลงนามในสัญญาแล้วไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามวันที่กำหนดทางบริษัทจะเลื่อนการชำระหรือชำระเงินให้กับคู่ค้าหลังจากดำเนินการจัดทำงานนั้นๆ แล้วเสร็จจริง

| ระยะเวลาการชำระเงิน (วัน) | ค่าเฉลี่ยที่เกิดขึ้นจริงในปี 2567 (วัน) |
|---------------------------|---|
| 60 | 60 |

บริษัทเชื่อมั่นว่าการมีคู่ค้าที่ดีเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ความสัมพันธ์ทางธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน



- 1.1 ให้ความรู้และจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการรับข้อมูลข่าวสารของบริษัท บริษัทจึงได้ดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ยกระดับพันธมิตรคู่ค้าให้มีความพร้อมทั้งในกระบวนการธุรกิจ ตลอดจนแบ่งปันสร้างคุณค่าสู่สังคม ทั้งนี้เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในห่วงโซ่ธุรกิจอย่างแท้จริงโดยการให้ความรู้และจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการรับข้อมูลข่าวสารและการใช้งาน Web Portal (EDI) ของบริษัทให้กับคู่ค้าทุกราย
- 1.2 ปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของคู่ค้า บริษัทให้ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้า รักษาผลประโยชน์กันและกัน ไม่เอาัดเอาเปรียบ โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอและยังจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพของผู้ผลิตขึ้นส่วนให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัท เช่น การให้ความรู้ การให้ความช่วยเหลือทางเทคโนโลยี ให้คำแนะนำใน

การบริหารจัดการ การพัฒนาสินค้าและกระบวนการผลิต โดยทุกๆ เดือนบริษัทจะแจ้งคะแนนประเมินผลการปฏิบัติงานกลับไปยังผู้ผลิตชิ้นส่วนทุกรายเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง โดยคะแนนเฉลี่ยประจำปี 2567 เป็นดังนี้

หน่วย: ร้อยละ

| ระดับคะแนน | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ดีเยี่ยม | 65.52 | 60.91 | 47.93 | 50.35 | 47.89 | 46.53 |
| ดีมาก | 30.11 | 39.09 | 52.07 | 49.65 | 52.11 | 50.00 |
| ดี | 3.23 | - | - | - | - | 3.47 |
| ปานกลาง | 2.15 | - | - | - | - | - |
| ต้องปรับปรุง | - | - | - | - | - | - |
| ไม่ผ่าน | - | - | - | - | - | - |

1.3 การขยายแนวร่วมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทได้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนคู่ค้าของบริษัทให้เข้าร่วมเป็นภาคีในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปี เพื่อร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างมาตรฐานสังคมที่ปลอดคอร์รัปชันและเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน

มาตรการและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทมีนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยกำหนดแนวทางและวัตถุประสงค์ในการร้องขอข้อมูลส่วนบุคคล การจัดเก็บ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามกรอบวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อีกทั้งมีการกำหนดผู้รับผิดชอบ คณะทำงาน และบทลงโทษตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ เช่น กำหนดมาตรฐานการร้องขอข้อมูลส่วนบุคคล (Data Mapping) ของแต่ละหน่วยงาน, ประเมินความเสี่ยงในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล, จัดอบรมและให้ความรู้กับพนักงานทุกคนในองค์กร รวมถึงลงนามรับทราบและให้ความยินยอม เป็นไปตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

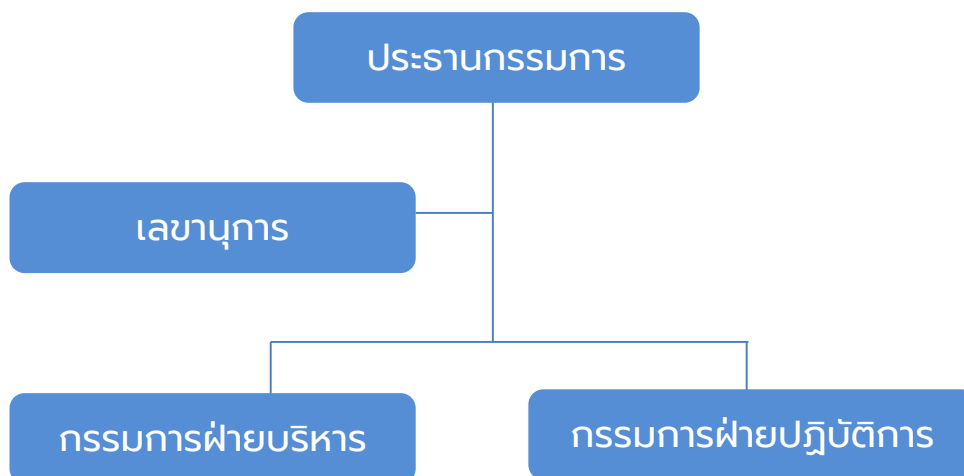
ในปี 2567 ที่ผ่านมา บริษัทไม่มีเหตุการณ์ที่ถูกโจมตีทางไซเบอร์

ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัทมุ่งมั่นในการทำงานอย่างปลอดภัยด้วยการออกแบบกระบวนการผลิตให้ปลอดภัย จัดให้มีการตรวจสอบพื้นที่และเครื่องจักรก่อนเริ่มงาน มีการอบรมให้ความรู้และรณรงค์วัฒนธรรมความปลอดภัยเพื่อสร้างความตระหนักและจิตสำนึกด้านความปลอดภัยแก่พนักงานทุกระดับ โดยมุ่งเน้นตอบสนองความพึงพอใจต่อลูกค้าในนโยบายด้านความปลอดภัย พร้อมทั้งนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างทั่วทั้งองค์กรและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานดังนี้

1. พัฒนาคู่มือความรู้และทักษะด้านความปลอดภัยโดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย
2. พัฒนาระบบการผลิตให้เป็นเลิศด้านความปลอดภัย มุ่งเน้นความปลอดภัยเชิงรุกเพื่อลดจุดเสี่ยงการเกิดอุบัติเหตุ
3. ตอบสนองนโยบายด้านความปลอดภัยของลูกค้าและภาครัฐในการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนด

โครงสร้างคณะกรรมการความปลอดภัย



ผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

จากการนำนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานไปสู่การปฏิบัติ ด้วยความร่วมมือของพนักงานทั่วทั้งองค์กรผ่านการขับเคลื่อนของคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของบริษัท สามารถสรุปผลการดำเนินงานตามเป้าหมายที่สำคัญด้านความปลอดภัยได้ดังนี้

| ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย | เป้าหมาย | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 ⁽³⁾ | หมายเหตุ |
|---|----------|------|------|------|---------------------|----------|
| อุบัติเหตุรุนแรงถึงขั้นหยุดงาน (ราย) | | | | | | |
| • พนักงาน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| • ผู้รับเหมา | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| อุบัติเหตุไม่หยุดงาน (ราย) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| อัตราการเกิดการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost-Time Injury Frequency Rate: LTIFR) | | | | | | |
| • พนักงาน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| • ผู้รับเหมา | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| การเสียชีวิตจากการทำงาน | | | | | | |
| • พนักงาน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| • ผู้รับเหมา | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| การดำเนินงานสำเร็จตามแผนงานความปลอดภัย | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | - |
| โครงการป้องกันอุบัติเหตุผ่าน กิจกรรม S-SFM ⁽¹⁾ สำเร็จตามแผนงาน (%) | 100 | 100 | 100 | 75 | 75 | - |
| โครงการมาตรฐานเครื่องจักรด้านความปลอดภัยผ่านกิจกรรม TCC Safety Activity สำเร็จตามแผนงาน (%) | 100 | 100 | 100 | 75 | 75 | - |

หมายเหตุ : (1) S-SFM ย่อมาจาก Safety-Shop Floor Management คือ กิจกรรมการบริหารระบบการจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงานแบบมีส่วนร่วมทุกระดับ

(2) TCC Safety Activity คือ กิจกรรมด้านความปลอดภัยที่ทำร่วมกับชมรมความร่วมมือโตโยต้า โดยมีสมาชิกทั้งหมด 99 บริษัท

(3) ข้อมูลเดือนมกราคม – กันยายน 2567

การอบรมและฝึกซ้อมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

การซ้อมแผนฉุกเฉินกรณีรั่วไหล

วันที่ 21/08/2567 เวลาประมาณ 14.10-14.20 น. สมมติให้พนักงาน ขนย้ายเทกินเนอร์ เพื่อนำไปจัดเก็บที่ชั้นวาง โดยระหว่างการจัดเก็บไม้ระมัดระวังทำให้ปี๊บทินเนอร์หล่นจากชั้นวางและรั่วไหลในบริเวณดังกล่าว จึงจำเป็นต้องทำการกั้นพื้นที่ พร้อมทั้งกอบกู้สารเคมี โดยแจ้งไปยังผู้อำนวยการสถานการณฉุกเฉินเพื่อเข้าควบคุมสถานการณ์ ผลการฝึกซ้อมเป็นไปตามขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพ



การฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ

สำหรับปี 2024 บริษัทดำเนินการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟในวันที่ 27/12/24 โดยสมมุติให้เกิดเพลิงไหม้ บริเวณพื้นที่จัดเก็บกล่องลังที่ แพนท I-Pack



การส่งเสริมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

1. กิจกรรมรณรงค์ขับขี่ปลอดภัย

เป็นการรณรงค์ให้พนักงานปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด เช่น สวมหมวกนิรภัย ไม่ดื่มขณะขับขี่ เป็นต้น ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของอุบัติเหตุในช่วงเทศกาลวันหยุดยาว อีกทั้งยังเป็นการปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐและป้องกันการสูญเสียทรัพยากรบุคคลขององค์กรอีกด้วย โดยจัดให้มีบอร์ดประชาสัมพันธ์ แจกสื่อประชาสัมพันธ์ และให้ผู้บริหารทุกฝ่ายงานร่วมอวยพรให้พนักงานเดินทางกลับภูมิลำเนาอย่างปลอดภัยในวันหยุดเทศกาล

กิจกรรมส่งพนักงานกลับบ้านปลอดภัยในช่วงวันหยุดเทศกาล



สื่อรณรงค์ให้พนักงานสวมหมวกกันน็อกในการขับขี่รถจักรยานยนต์

พี่ๆ ที่ไม่สวมหมวกกันน็อก ขอดเข้า TSC ทั้งผู้ขี่และผู้ซ้อน

หากฝ่าฝืน

ครั้งที่ 1 : ดื่มด่ำเบียร์รณรงค์
เบียร์ดอง รรป่า
เวลา 17:00 น. - 17:30 น.

ครั้งที่ 2 : ทำความดี
(ล้างคองน้ำ, ลอกทรายเบียร์ และอื่นๆ)
ครึ่งเวลา 17:00 น. เป็นเวลา 3 ชม.
(เครื่องเล่นให้ครบ 3 ชม.)

มีผล 01/03/20 เป็นต้นไป
(ไม่ให้เข้าบริษัทฯ ขาดงาน โดยทันที)

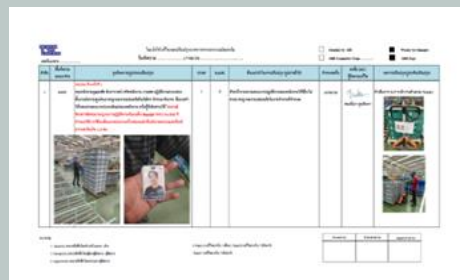
กันน็อก กันนะ

"ไม่มีระยะปลอดภัยสำหรับคน ไม่สวมหมวกกันน็อก"

#รักชีวิตสวมหมวกสีกบิตเถอะพี่จ๋า
TSC หัวใจ รณรงค์ให้สวมหมวกกันน็อก

2. กิจกรรม Safety-Shop Floor Management

เป็นกิจกรรมที่กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการมีส่วนร่วมในการบริหารระบบการจัดการความปลอดภัยในการทำงานแบบยั่งยืน



3. กิจกรรม TCC Safety Activity

สืบเนื่องจากกิจกรรมและการตรวจประเมิน Machine Safety Activity 2015 โดยมุ่งเน้นการออกแบบและปรับปรุงเครื่องจักรในกระบวนการผลิตให้มีความปลอดภัย เพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุกับผู้ใช้ปฏิบัติงาน บริษัทประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีและได้รับเชิญเข้าร่วมการดำเนินการต่างๆ ของ TMA โดยในปี-2567 เป็นปีแรกที่ได้รับเชิญให้เป็น Group Leader จากการที่ดำรงในตำแหน่ง Assistant Task Force ต่อเนื่อง 8 ปี เพื่อเป็นที่ปรึกษาในการทำกิจกรรม Toyota Co-operation club Safety Activity ให้กับกลุ่มบริษัท Supplier ของลูกค้าเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ลูกค้าได้ตั้งไว้



4. โครงการ Safety Talk & Safety Join

กิจกรรมที่มุ่งเน้นให้หัวหน้างานทุกฝ่ายงานส่งเสริมและรณรงค์ด้านความปลอดภัยให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาของตนเอง โดยจัดให้มีคู่มือด้านความปลอดภัยเพื่อใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังจัดให้มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยเข้าร่วมการประชุม Safety Join เพื่อสื่อสารให้พนักงานทุกคนทราบทั้งในด้านกฎระเบียบ ด้านความปลอดภัย ขั้นตอนการปฏิบัติอย่างปลอดภัย และข่าวสารด้านอาชีวอนามัยต่างๆ ให้สอดคล้องกับเทศกาล



ความหลากหลายทางชีวภาพ

ความหลากหลายทางชีวภาพเป็นอีกหนึ่งมิติที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญและตระหนักต่อการลดความเสื่อมโทรมของธรรมชาติในแง่ความหลากหลายทางชีวภาพและการบริหารจัดการระบบนิเวศ

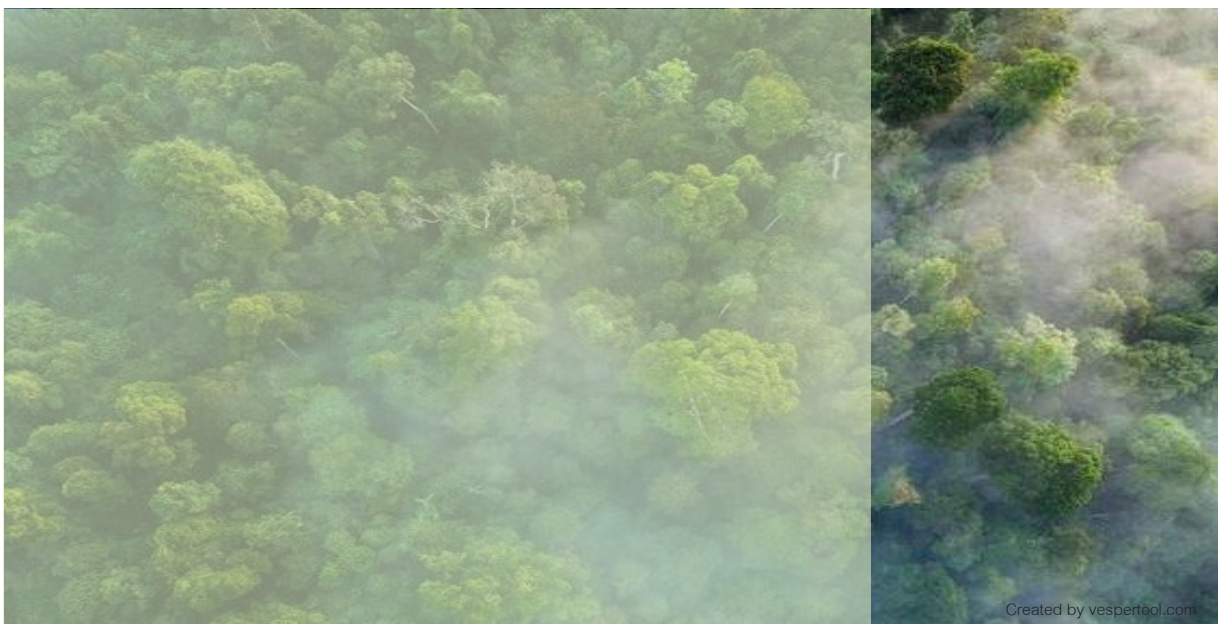
บริษัทได้พัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายทางชีวภาพอย่างต่อเนื่อง โดยทำการศึกษาและพัฒนาการประเมินผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ในการดำเนินการนั้นบริษัทได้จัดทำการประเมินผลกระทบด้านความหลากหลายทางชีวภาพจากการดำเนินธุรกิจอยู่เสมอ และปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับควบคุมเรื่องผลกระทบต่อระบบนิเวศ ดชองทางการนิคมอุตสาหกรรมซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัท

และจากผลการดำเนินงานดังกล่าว ในช่วงปีที่ผ่านมาบริษัทไม่มีประเด็นเรื่องของผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติหรือระบบนิเวศ

ในระหว่างนี้บริษัทอยู่ในช่วงของการศึกษาจัดทำโครงการปลูกต้นไม้ โดยกำหนดให้ทีมงานสื่อสารองค์กรรับผิดชอบสำรวจพื้นที่ป่าไม้ที่มีความเสื่อมโทรม (Degraded Forest) และได้รับการรบกวน (Disturbed Forest) แม้มีใช้พื้นที่ละแวกใกล้เคียง (บริษัทตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรม) หรือพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท เพื่อแสดงให้เห็นถึงความตระหนักต่อการลดความเสื่อมโทรมของธรรมชาติและเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์เป้าหมายของบริษัท (Company Objective) เรื่องการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้สมบูรณ์ตามแผนงาน (Environment Monitoring Plan) 100% บริษัทได้จัดให้มีการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงงาน โดยกำหนดเป้าหมายของค่ามลภาวะสิ่งแวดล้อมต้องสอดคล้องตามค่ามาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ดังตารางสรุปผลตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมดังนี้



Created by vespertool.com



ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและการพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนอง โจทย์ความต้องการของลูกค้า

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องนั้น ส่งผลให้ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวนี้ โดยมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการโดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือช่วยในการพัฒนา

กลยุทธ์

1. ศึกษาความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

2. การพัฒนาสินค้าในทุกด้านด้วยการมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้

บริษัทมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค รวมถึงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้เงื่อนไขที่เป็นธรรมและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง เพียงพอ ไม่เกินความเป็นจริง รักษาความลับของลูกค้าโดยไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ในทางมิชอบ

ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัทยึดหลักและดำเนินการตามนโยบายการตลาดที่เป็นธรรมที่จะตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์โดยตรงจากบริษัท รวมไปถึงผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้มั่นใจได้ว่านอกจากจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและราคาที่ยุติธรรมแล้ว บริษัทยังตระหนักถึงความปลอดภัยที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการกระทำที่เป็นการละเมิดหรือทำให้เสียสิทธิของผู้บริโภคด้วย

โดยบริษัทเคารพในสิทธิการได้รับการตอบสนองความต้องการด้านพื้นฐานของผู้บริโภคคุ้มครองสิทธิด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค ไม่จำกัดสิทธิด้านข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค เคารพสิทธิในการเลือกหรือแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภค คุ้มครองสิทธิที่จะได้รับการชดเชยหรือการศึกษาข้อมูลของผู้บริโภค ให้สิทธิในการอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ

บริษัทจัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทในด้านต่างๆ ได้แก่ คุณภาพ (Quality) ราคา (Cost) การส่งมอบ (Delivery) และงานใหม่ (New model) โดยจะมีการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างปี เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี 2567 เป็นดังนี้

หน่วย: ร้อยละ

| ความพึงพอใจของลูกค้า | เป้าหมาย | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|----------------------|----------|------|------|------|------|
| คุณภาพ (Quality) | 85 | 86 | 89 | 88 | 88 |

จากการสำรวจคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าในด้านคุณภาพ (Quality) ประจำปี 2567 พบว่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ที่ ร้อยละ 88 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทในระดับที่ดี และยังคงแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการรักษามาตรฐานคุณภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตามในปีถัดไปจึงถือว่าเป็นความท้าทายใหม่และเป็นแรงผลักดันให้บริษัทต้องมุ่งมั่นพัฒนาและยกระดับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

กำหนดกลยุทธ์ในการปรับปรุงสินค้าและบริการหลังรับทราบความคาดหวังของลูกค้า

หลังจากการสำรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว บริษัทฯ นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการดำเนินงานธุรกิจ โดยนำมาพัฒนากระบวนการของบริษัท ดังต่อไปนี้

โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์และกระบวนการดำเนินงานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยบริษัทฯ มีความตื่นตัวด้านคุณภาพและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากและมีหลากหลายสิ่งแวดล้อมหลายอย่างที่จำเป็นต้องใช้การรับรองตลอดห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ ขานรับความคาดหวังดังกล่าว พร้อมทั้งศึกษาแนวโหม การรับรองหลากหลายสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ โดยมีส่วนร่วมพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อรองรับระบบมาตรฐานสากล ได้แก่ มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO14001), มาตรฐานระบบบริหารจัดการคุณภาพเพื่ออุตสาหกรรมรถยนต์ (IATF16949:2016), มาตรฐานบริหารงานคุณภาพระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพในองค์กร (ISO9001:2015), มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมว่าด้วยความสามารถของห้องปฏิบัติการในการดำเนินการทดสอบและสอบเทียบ (ISO/IEC17025), เป็นต้น

การรักษาความลับของลูกค้า

นอกจากการ ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับในการรักษาความลับให้ลูกค้าอย่างเคร่งครัด บริษัทฯ มีช่องทางให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียน ในประเด็นข้อมูลการรักษาความลับของลูกค้า โดยผ่านช่องทางเว็บไซต์ อีเมล หรือแบบสำรวจ

โดยในปี 2567 ไม่พบกรณีร้องเรียนในประเด็นข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล



ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรมและการกำกับดูแลที่ดี ควบคู่กับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม เราให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้ทรัพยากรที่หมดไป เพิ่มการใช้วัตถุดิบที่นำกลับมาใช้ใหม่ และใช้วัสดุชีวมวล เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัทตั้งเป้าหมายที่จะไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความปลอดภัยหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

การดำเนินงาน

บริษัทของเราให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ขั้นตอนแรกของกระบวนการผลิต โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบคุณภาพตลอดทุกขั้นตอน ตั้งแต่การตรวจรับวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง ไปจนถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพที่กำหนด

นอกจากนี้ บริษัทมุ่งมั่นในการให้ความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าและผู้ใช้งานอย่างเต็มที่ โดยยึดมั่นในการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใส พร้อมทั้งหลีกเลี่ยงการกระทำใดๆ ที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือหลงเชื่อในข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทั้งนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีความปลอดภัยและมีคุณภาพสูงสุด

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2567 บริษัทไม่มีรายงานหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความปลอดภัยหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการเพื่อปรับลดการใช้ทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนในกระบวนการผลิต

โครงการที่ดำเนินการ ได้แก่ โครงการลดการใช้ใบตัดในแพนค Outer ซึ่งสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 58,560 บาทต่อปี นอกจากนี้ บริษัทได้ปรับปรุงกระบวนการ สโตกของ Cylinder เพื่อยืดอายุการใช้งานของใบตัดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การดำเนินโครงการเหล่านี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว

การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

การอนุรักษ์พลังงาน และลดภาวะโลกร้อน



บริษัทตระหนักถึงข้อจำกัดของแหล่งพลังงานและราคาพลังงานไฟฟ้าที่มีแนวโน้มสูงขึ้น รวมถึงผลกระทบในด้านสิ่งแวดล้อมจึงได้มีการจัดหาแหล่งพลังงานเพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และจัดกิจกรรมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์

1. ลดการใช้พลังงาน
2. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานด้วยการปรับปรุงอุปกรณ์และเครื่องจักรต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพในการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า
3. เพิ่มขีดความสามารถการใช้พลังงานทดแทน
4. ปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน



พลังงาน

ความสำคัญและความมุ่งมั่นขององค์กร

องค์กรของเราตระหนักถึงความสำคัญของพลังงานไฟฟ้าในฐานะทรัพยากรหลักที่ขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจและเศรษฐกิจในปัจจุบัน การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพไม่เพียงช่วยลดต้นทุนทางธุรกิจ แต่ยังเป็นส่วนสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน

สรุปผลการดำเนินงาน

| | | |
|--|----------|---------------|
| รายละเอียด | 2567 | เป้าหมาย 2568 |
| ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมต่อหน่วย (กิโลวัตต์-ชั่วโมง/คน (พนักงาน)) | 5,309.98 | ≤5,150.68 |

โครงการ

บริษัทได้จัดทำโครงการอนุรักษ์พลังงานและโครงการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001 ต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

สำหรับในปี 2567 นี้ผลการดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้และได้มีการยกระดับการดำเนินโครงการให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อมทั้งทางบกและทางทะเลให้มากขึ้น ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

| ลำดับ | โครงการ | เป้าหมาย | ผลการดำเนินการ |
|-------|-------------------------------------|--|---|
| 1 | โครงการประหยัดพลังงานในระบบอากาศอัด | เพื่อลดค่าไฟฟ้า ปีละ 1,091,133.65 บาท และเพื่อลดการปล่อย CO2 | สามารถลดค่าไฟฟ้าได้ปีละ 1,053,183.68 บาท คิดเป็น 252,232.35 kWh/ปี ดังนั้นสามารถลดการปลดปล่อย CO2 (CO2 Reduction) ปีละ 126 ton Co2** **หมายเหตุ : ค่าสัมประสิทธิ์การปลดปล่อย CO2 (CO2 Emission Factor) ของพลังงานไฟฟ้าอ้างอิงตาม Thai National LCI Database, TIISMTEC-NSTDA (with TGO electricity 2016-2018) |
| 2 | โครงการ TSC Save The Earth | 1. เพื่อลดการใช้พลาสติก 100% 2. ปลุกฝังให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า เพื่อลดปัญหาขยะมูลฝอย 3. สร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง เพื่อลดปัญหาสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมทั้งทางบกและทางทะเล | ดำเนินการได้ตามเป้าหมาย - ยกเลิกการใช้ถุงพลาสติกบนโรงอาหาร 100% - ยกเลิกการใช้หลอดและแก้วพลาสติกภายในบริษัท 100% - ยกเลิกการใช้น้ำมันเบนซินของรถยนต์ส่วนกลางของบริษัท ให้ใช้น้ำมัน E20 เท่านั้น 100% |

| ลำดับ | โครงการ | เป้าหมาย | ผลการดำเนินการ |
|-------|--------------------------|---|----------------|
| 3 | การรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม | 4. ลดการเกิดมลภาวะที่เกิดจากการใช้ยานพาหนะจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัท รณรงค์ในทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมตามนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท ดังเช่น หากแยกขยะคุณจะได้อะไร?, วิถีโลก ร้อนด้วยการประหยัดน้ำและพลังงาน, ECO INDUSTRY, GO GREEN, ต้นเหตุปล่อยก๊าซเรือนกระจกในไทย เป็นต้น | |

โครงการ TSC Save The Earth อย่างต่อเนื่อง

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้พลาสติกในชีวิตประจำวัน โดยตั้งแต่ปี 2561 บริษัทได้ริเริ่มโครงการ TSC Save The Earth ซึ่งเป็นโครงการที่มีเป้าหมายเพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก ปลูกฝังให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า ลดขยะมูลฝอย และ



ลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้พลาสติกต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางบกและทางทะเล อาทิ ถุงพลาสติก หลอดพลาสติก แก้วพลาสติก ฯลฯ และยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องในปี 2567

บริษัทเริ่มต้นประชาสัมพันธ์ข้อมูลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางบกและทางทะเลผ่านช่องทางการสื่อสารหลายรูปแบบ ทั้งโทรทัศน์ที่ติดตั้งในโรงอาหาร บอร์ดประชาสัมพันธ์ และ Line@TSC และ

ได้มอบถุงผ้า TSC ให้กับพนักงานทุกคน รวมถึงรณรงค์ร่วมกับร้านค้าที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มบนโรงอาหาร เพื่อให้พนักงานรับทราบและตระหนักถึงความสำคัญ พร้อมเกิดความรู้สึกร่วมที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมลดการใช้พลาสติก และคำนึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

และยังมีการรณรงค์ให้ใช้เชื้อเพลิงของยานพาหนะเป็นชนิดที่เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น กำหนดให้ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของบริษัทเปลี่ยนจากการใช้น้ำมันเบนซินเป็นน้ำมัน E20 เท่านั้น เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน

พบว่าพนักงานตระหนักและมีส่วนร่วมในกิจกรรม ในขณะที่เดียวกันสามารถดำเนินโครงการได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ บริษัทยกเลิกการใช้ถุงพลาสติกร้านค้าในบริษัทได้ 100% และยกเลิกการใช้หลอดและแก้วพลาสติกภายในบริษัทได้ 100% อย่างต่อเนื่อง

การจัดการทรัพยากรน้ำ

น้ำถือเป็นแหล่งกำเนิดและเป็นสิ่งสำคัญต่อสิ่งมีชีวิตบนโลกไม่ว่าจะเป็นสัตว์พืช และมนุษย์ ต่างต้องการน้ำในการดำรงชีวิต นอกจากนั้นเรายังสามารถใช้ประโยชน์จากน้ำได้มากมาย ทั้งในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าจะเป็นทรัพยากรที่สามารถเกิดการหมุนเวียนได้เรื่อยๆ ไม่มีวันหมดสิ้น อย่างไรก็ตามน้ำยังคงเป็นทรัพยากรที่ใช้แล้วเสื่อมสภาพ ดังนั้นการอนุรักษ์น้ำจึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อสิ่งมีชีวิต

โดยในปี 2567 บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของน้ำและการใช้น้ำอย่างคุ้มค่า จึงได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการน้ำโดยริเริ่มโครงการใช้ระบบการจ่ายน้ำแบบอัตโนมัติในบริเวณอาคารสำนักงาน สร้างความตระหนักของพนักงานในการใช้น้ำอย่างประหยัด และหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่อาจทำให้เกิดการใช้น้ำมากเกินความจำเป็น เช่น การไม่ทิ้งเศษอาหารลงอ่างล้างมือเพื่อป้องกันท่อตัน เป็นต้น



ตัวอย่าง สื่อรณรงค์

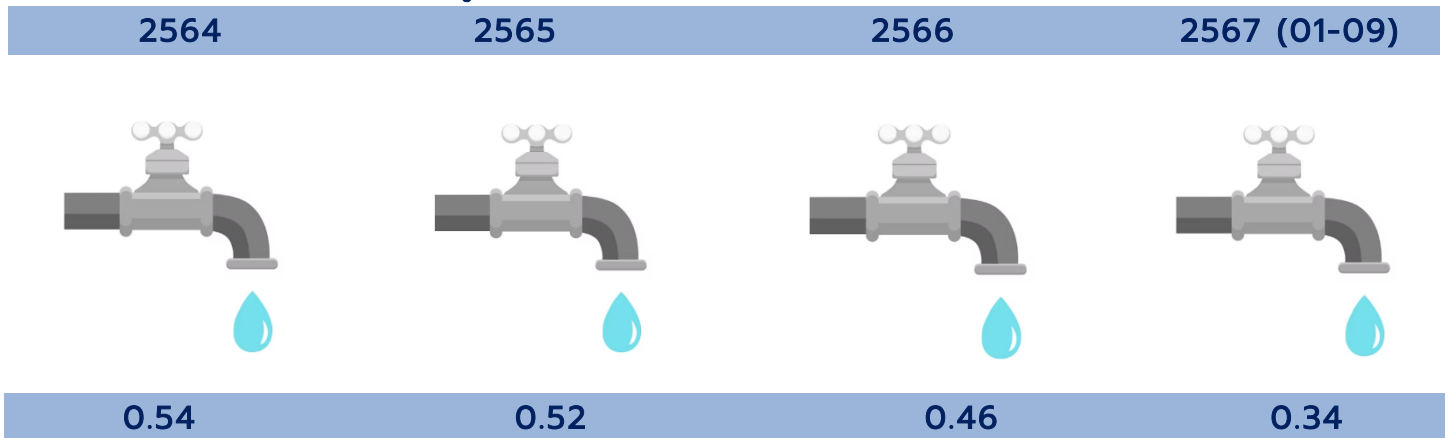


มีเป้าหมายในการลดการใช้น้ำไม่
เกินร้อยละ 3
จากปริมาณการใช้น้ำของปีก่อน

ผลจากการดำเนินโครงการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพของบริษัท

ข้อมูลการใช้น้ำประจำปี 2564 - 2567

หน่วย: ล้านบาท



| รายการ | หน่วยวัด | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 (01-09) |
|-----------------|--------------|--------|--------|--------|--------------|
| ปริมาณน้ำที่ใช้ | ลูกบาศก์เมตร | 27,203 | 27,205 | 23,151 | 16,355 |

ในส่วนของการบริหารจัดการน้ำเสีย บริษัทดำเนินการควบคุมคุณภาพน้ำเสียที่เกิดขึ้นให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดหรือเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่องกำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากโรงงานอุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรม และเขตประกอบการอุตสาหกรรม ประกาศ ณ วันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2559, ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากโรงงาน พ.ศ. 2560 และประกาศการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ 76/2560 เรื่อง กำหนดมาตรฐานทั่วไปในการระบายน้ำเสียลงสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในนิคมอุตสาหกรรม และบริษัทมีการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียที่เหมาะสม และมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งอย่างสม่ำเสมอ

การบริหารจัดการของเสียกากอุตสาหกรรม

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดการของเสียและวัสดุที่ไม่ใช้แล้วโดยมุ่งเน้นการนำของเสียมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งนอกจากจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการกำจัดของเสียได้แล้ว ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสียที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมถึงเป็นการสร้างคุณค่าให้กับของเสียเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ ต่อไป

เป้าหมาย

การดำเนินธุรกิจของบริษัทก่อให้เกิดของเสียหรือขยะมูลฝอยจากกิจกรรมต่างๆ โดยบริษัทได้กำหนดเป้าหมายใหม่ดังนี้

- ลดปริมาณของเสียอันตรายที่นำไปกำจัดโดยการทำเชื้อเพลิงผสมและฝังกลบลงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2567
- ลดปริมาณของเสีย/ขยะไม่อันตรายลงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

โดยสรุปข้อมูลการบริหารจัดการกากอุตสาหกรรม ประจำปี 2567 ดังนี้

| ข้อมูลการจัดการกากอุตสาหกรรม | หน่วย | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567* |
|--|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1. ปริมาณของเสียไม่อันตรายทั้งหมดที่นำไปกำจัด | | | | | | | |
| โดยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) | ตัน | 53.84 | 26.48 | 37.84 | 41.78 | 67.31 | 40.16 |
| โดยวิธีอื่นๆ ได้แก่ | | | | | | | |
| - คัดแยกประเภทเพื่อจำหน่ายต่อ | ตัน | 459.11 | 276.41 | 356.19 | 351.15 | 492.28 | 309.64 |
| 2. ปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมดที่นำไปกำจัด | | | | | | | |
| โดยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) | ตัน | - | 0.14 | - | - | - | - |
| โดยวิธีอื่นๆ ได้แก่ | | | | | | | |
| - ทำเชื้อเพลิงผสม และ ฝังกลบอย่างปลอดภัยเมื่อทำการปรับเสถียรหรือทำเป็นก้อนแข็งแล้ว | ตัน | 19.98 | 12.65 | 21.21 | 21.73 | 21.61 | 11.96 |

หมายเหตุ: *ข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม – กันยายน 2567

การดำเนินงานในปี 2567

บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการจัดการของเสียและวัสดุไม่ใช้แล้ว ดังนี้

โครงการคัดแยกขยะ

บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการคัดแยกขยะ เพื่อสร้างความตระหนักให้กับพนักงานถึงปัญหาและผลกระทบของขยะ รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานคัดแยกขยะอย่างถูกวิธีเพื่อการรีไซเคิล ผ่านกิจกรรมการคัดแยกขยะ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของเสียอื่นๆ เพื่อลดการเกิดของเสียและมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากขยะ ได้แก่ โครงการลด ละ เลิก การใช้โฟมบรรจุอาหารและถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวภายในบริษัทฯ



การบริหารจัดการมลพิษทางอากาศ

บริษัทจัดให้มีการตรวจตราพื้นที่ภายในโรงงาน รวมถึงการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโรงงาน ซึ่งผลการตรวจวัดต่างๆ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดเป็นเป้าหมายที่สำคัญในการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ โดยสอดคล้องตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรของกรมโรงงานนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยอย่างเคร่งครัด

เป้าหมาย

- คุณภาพอากาศจากปล่องระบายที่ปล่อยภายในโรงงานและปล่อยออกสู่ชุมชน ผ่านค่ามาตรฐานคุณภาพอากาศตามกฎหมาย

การดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดการมลพิษทางอากาศ โดยมุ่งเน้นการจัดการที่แหล่งกำเนิด และติดตั้งระบบบำบัดมลพิษอากาศที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับกระบวนการผลิต และสามารถจัดการกับมลภาวะทางอากาศได้ โดยเฉพาะเรื่องกลิ่นรบกวนจากการเผาไหม้ ซึ่งได้ดำเนินการ ดังนี้

- บริษัทฯ ใช้ระบบบำบัดกลิ่นแบบ Wet scrubber เพื่อลดกลิ่นและโลหะหนักจากกระบวนการเผาไหม้โลหะ
- บริษัทฯ ใช้ระบบ Wet scrubber เพื่อดักจับฝุ่นละอองขนาดเล็ก ทั้ง PM 10 และ PM 2.5 ก่อนระบายออกสู่บรรยากาศ
- บริษัทฯ ดำเนินการติดตามและตรวจวัด มลพิษทางอากาศอยู่เป็นประจำ เพื่อดำเนินการป้องกันความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับชุมชนโดยรอบ

ตารางสรุปผลตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมดังนี้

| ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากร | เป้าหมาย | | | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--|------------|-----------|-------------------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| 1. อากาศ | | | | | | | | | |
| 1.1 คุณภาพอากาศจากปล่องระบายที่ปล่อยภายในโรงงาน | | | | | | | | | |
| ก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ (Carbon monoxide : CO) | ไม่เกิน | 870 | ppm | 18 | 12.6 | 8.11 | 25.66 | 37.52 | 32.71 |
| ก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ (Nitrogen dioxide : NO2) | ไม่เกิน | 200 | ppm | 1.6 | 9.6 | 1.14 | 3.51 | 2.69 | - |
| ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur dioxide : SO2) | ไม่เกิน | 500 | ppm | <1.3 | 53.2 | 1.56 | 8.41 | 4.03 | - |
| ฝุ่นละอองรวม (Total Suspended Particulate : TSP) | ไม่เกิน | 400 | mg/m ³ | 1.1 | 7.3 | 12.11 | 21.66 | 19.89 | 17.51 |
| ไอระเหยของสังกะสี (Zinc) | ไม่เกิน | 10 | mg/m ³ | 7.02 | 3.67 | 0.31 | 0.11 | 0.05 | - |
| 2. น้ำ | | | | | | | | | |
| 2.1 คุณภาพน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดก่อนส่งให้ กนอ. | | | | | | | | | |
| pH | อยู่ในช่วง | 5.5 – 9.0 | - | 7.36 | 7.16 | 7.12 | 7.40 | 7.4 | 7.3 |
| อุณหภูมิ | ไม่เกิน | 45 | °C | 33.5 | 32.6 | 32.1 | 30.0 | 34.0 | 35.0 |
| ค่าความต้องการออกซิเจนทางชีวเคมี (BOD) | ไม่เกิน | 500 | mg/l | 2.2 | 2.7 | <2.0 | 15.0 | <2.0 | 6.6 |
| ค่าความต้องการออกซิเจนทางเคมี (COD) | ไม่เกิน | 750 | mg/l | 20 | 40 | 24 | 41.4 | <40 | <40 |
| ค่าน้ำมันและไขมัน | ไม่เกิน | 10 | mg/l | <2.0 | <2.0 | <2.0 | <3.0 | <3.0 | <3.0 |
| ของแข็งที่ละลายในน้ำทั้งหมด (TDS) | ไม่เกิน | 3,000 | mg/l | 464 | 664 | 664 | 524 | 592 | 547 |
| ของแข็งแขวนลอย (SS) | ไม่เกิน | 200 | mg/l | 6 | 4 | 2 | <5.0 | <5.0 | <5.0 |
| 3. ระดับเสียง | | | | | | | | | |
| 3.1 ภายในโรงงาน | | | | | | | | | |
| ระดับเสียงเฉลี่ย 8 ชั่วโมง ในบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงาน | ไม่เกิน | 90 | dB(A) | 85 | 85 | 82.7 | 86.4 | 83 | 82 |
| ระดับเสียงสูงสุดในพื้นที่ปฏิบัติงาน | ไม่เกิน | 140 | dB(A) | 122 | 108 | - | - | - | - |
| 3.2 ในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน | | | | | | | | | |
| ระดับเสียงเฉลี่ย 24 ชั่วโมง ในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน | ไม่เกิน | 70 | dB(A) | 66.7 | 60.8 | 63.8 | 65.1 | 65.1 | 68.6 |
| ระดับเสียงสูงสุดในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน | ไม่เกิน | 115 | dB(A) | 95.8 | 93.3 | - | - | 73.3 | 88.2 |
| ค่าระดับการรบกวน | ไม่เกิน | 10 | dB(A) | 7.9 | 6 | 5 | 5.1 | 5.1 | 5.3 |

| ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากร | เป้าหมาย | | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--|----------|-------|------|------|------|------|------|------|
| 4. การรั่วไหลของสารเคมี | | | | | | | | |
| จำนวนครั้งการรั่วไหลของสารเคมี | 0 | ครั้ง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5. การดำเนินงานตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม | | | | | | | | |
| ค่าปรับจากการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับกฎหมายสิ่งแวดล้อม | 0 | บาท | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| จำนวนครั้งของการดำเนินงานไม่เป็นไปตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม | 0 | ครั้ง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6. ขอร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากภายนอก | | | | | | | | |
| จำนวนครั้งขอร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากภายนอก | 0 | ครั้ง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

หมายเหตุ : อ้างอิงค่ามาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดดังนี้

1. ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการปล่อยทิ้งอากาศเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2549
2. ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2538) เรื่อง กำหนดมาตรฐานคุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไป
3. ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 24 (พ.ศ.2547) เรื่อง กำหนดมาตรฐานคุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไป
4. ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 33 (พ.ศ.2552) เรื่อง กำหนดมาตรฐานค่าก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ในบรรยากาศโดยทั่วไป
5. ประกาศกรมนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ 76/2560 เรื่อง กำหนดมาตรฐานทั่วไปในการระบายน้ำเสียลงสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในนิคมอุตสาหกรรม
6. ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 15 (พ.ศ.2540) เรื่อง กำหนดมาตรฐานระดับเสียงโดยทั่วไป
7. กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหาร จัดการ และดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับความร้อน แสงสว่าง และเสียง พ.ศ.2559
8. ประกาศกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน เรื่องมาตรฐานความเข้มข้นของแสงสว่าง พ.ศ.2560
9. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดค่ามาตรฐานมลพิษทางเสียงอันเกิดจากการประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2561
10. ประกาศกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน เรื่อง มาตรฐานระดับเสียงที่ยอมให้ลูกจ้างได้รับเฉลี่ยตลอดระยะเวลาการทำงานในแต่ละวัน พ.ศ.2561

ระบบด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ

TSC Green Industry

บริษัทส่งเสริมและมุ่งสู่การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวทำให้มีการใช้วัตถุดิบและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสอดคล้องตามนโยบายของบริษัท โดยปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรอง Green Industry Level 3 คือ วัฒนธรรมสีเขียว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีระบบการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและเป็นมาตรฐานเฉพาะของบริษัทฯ ที่ยกระดับขึ้นจากมาตรฐานสากลที่มีอยู่เดิมเพื่อให้โรงงานอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกันกับสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน



Carbon Footprint Organization

บริษัทส่งเสริมมุ่งมั่นและให้ความสำคัญกับภาวะโลกร้อน ซึ่งคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรเป็นเครื่องมือที่ทำให้องค์กรในภาคอุตสาหกรรมสามารถวัดปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกิจกรรมในรูปแบบของคาร์บอนไดออกไซด์ที่เทียบเท่า และนำผลที่ได้ไปใช้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการและดำเนินกิจกรรมเพื่อลดการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นทางหน่วยงานภาครัฐจึงได้สนับสนุนให้ดำเนินการด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรตามแนวทางที่ อบก. พัฒนาขึ้น เพื่อรองรับและสนับสนุนการจัดทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคพลังงานในภาคการผลิตไปสู่ความยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อในเชิงบวกและยังแสดงให้เห็นว่า

1. บริษัทมีการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์อย่างถูกต้องตามมาตรฐานโลก
2. บริษัทมีกิจกรรมรณรงค์ลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการลดโลกร้อนอย่างมีประสิทธิภาพ
3. บริษัทปฏิบัติตามหลักมาตรฐานสากลและเป็นไปตามนโยบายสิ่งแวดล้อมที่กำหนดไว้เป็นอย่างดี

ในปี 2566 บริษัทฯ ปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานจำแนกเป็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (scope 1) จำนวน 493 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อ (scope 2) จำนวน 2,715 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (scope 1 & 2) จำนวน 3,208 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e) เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.20 เมื่อเทียบกับปี 2565 แต่ลดลงร้อยละ 42.55 เทียบกับปีฐาน 2562 เป็นผลจากการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก จากกิจกรรมการประหยัดพลังงาน และจากการใช้พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ที่ผลิตเพิ่มขึ้นในบริษัท ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของปี 2567 นี้ยังอยู่ในระหว่างการทวนสอบของ บริษัท อีซีอีอี จำกัด ค่าใช้จ่าย 69,000 บาท และคาดว่าจะดำเนินการเสร็จภายในไตรมาสที่ 1 ของปี 2568

ส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ในปี 2567 ซึ่งเป็นข้อมูลในเดือนมกราคม ถึง เดือนกันยายน จากการคำนวณโดยอ้างอิงวิธีการคำนวณตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พบว่ามีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (scope 1) จำนวน 273 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อ (scope 2) จำนวน 1,977 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (scope 1 & 2) จำนวน 2,250 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e)

TSC CO₂ Reduction

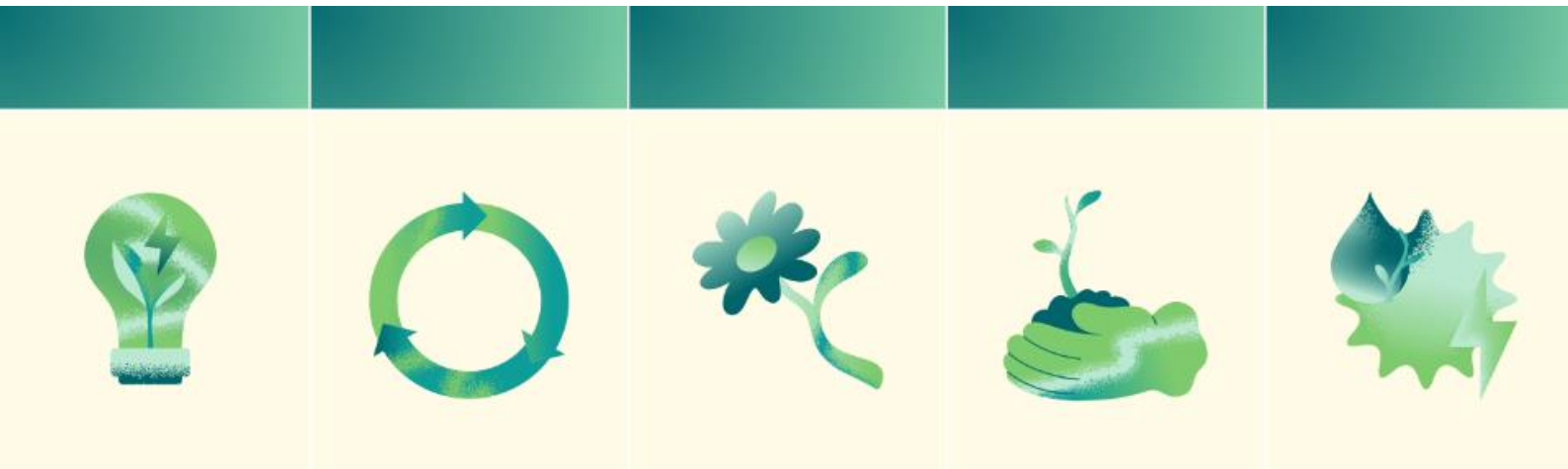
บริษัทมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการลดการปลดปล่อยก๊าซ CO₂ ซึ่งเป็นตัวการสำคัญในการทำให้เกิดสภาวะโลกร้อน รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมตามนโยบายของบริษัท

1. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการลดการปล่อยก๊าซ CO₂
2. เพื่อดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อ การปล่อยก๊าซ CO₂
3. เพื่อสนับสนุนและร่วมมือในการส่งข้อมูลและเตรียมความพร้อมในการรับตรวจสอบจากทางลูกค้า
4. เพื่อดำเนินการกำหนดนโยบายการลดการปล่อยก๊าซ CO₂ ของบริษัท
5. เพื่อกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซ CO₂ ในแต่ละปี
6. ส่งเสริมและรณรงค์ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการช่วยกันลดการปล่อยก๊าซ CO₂ ให้บรรลุเป้าหมาย
7. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของลูกค้า

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดเป้าหมายปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ต้องการลดในปี 2567 ร้อยละ 3 หรือประมาณ 96.75 ton-CO₂ จากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,225 ton-CO₂ ในปี 2566 ที่ผ่านมา และภายในปี 2578 จะควบคุมให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือที่เรียกว่า "Carbon Neutral" โดยดำเนินการจัดทำโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เนื่องจากเป็นกิจกรรมหลักของบริษัทฯ โดยขยายผลไปยังกิจกรรมอื่นๆ ของบริษัทที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจก เช่น การใช้เชื้อเพลิงของรถยนต์ การใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว เป็นต้น

บริษัทมุ่งมั่นส่งเสริมและให้ความสำคัญกับภาวะโลกร้อน โดยกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซ CO₂ ลงร้อยละ 3 ในทุกๆ ปี เพื่อมุ่งสู่ธุรกิจคาร์บอนต่ำและยั่งยืนต่อไป และตั้งเป้าหมายปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2608 ตามเป้าหมายของประเทศ

| | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--|--------|--------|------|------|
| ปริมาณก๊าซ CO ₂ ที่ลดการปลดปล่อยได้จริงอย่างต่อเนื่อง (TonCO ₂) | 585.78 | 142.53 | 70 | 126 |



คนและองค์กรที่เติบโตไปพร้อมกัน



Created by pylon.co.th

การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติด้านแรงงาน

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม ให้ความสำคัญเคารพต่อความเป็นปัจเจกชนและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ตามหลักสิทธิมนุษยชนและจรรยาบรรณที่ดี เพื่อนำไปสู่ความสงบสุขในสังคม พลักดันให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนตามนโยบายการไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่ได้จัดทำขึ้น

การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน

| ด้านทรัพยากร บุคคล | 2567 | | | | |
|------------------------------|-------------------|---------|-----------|---------|---------|
| | ตำแหน่ง | | | | |
| | ผู้บริหารระดับสูง | | ผู้บริหาร | | พนักงาน |
| | ไทย | ญี่ปุ่น | ไทย | ญี่ปุ่น | ไทย |
| • ชาย | 2 | 1 | 15 | 1 | 491 |
| • หญิง | 3 | - | 6 | - | 519 |
| รวม | 5 | 1 | 21 | 1 | 1,010 |
| จำนวนพนักงาน ทั้งหมด (คน) | 1,038 | | | | |

การจ้างงาน

บริษัทไม่ใช้แรงงานบังคับหรือแรงงานเด็ก อีกทั้งจ้างงานโดยไม่เลือกปฏิบัติในการจ้างงาน ไม่เลือกเพศ เชื้อชาติ ศาสนา และรสนิยมทางเพศ อีกทั้งดำเนินการจ้างงานตามกฎหมายระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

สิทธิการมีส่วนร่วมของพนักงาน

- พนักงานมีสิทธิในการจัดตั้งสหภาพแรงงาน และเสนอสวัสดิการใหม่ ให้กับตัวแทน คณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทฯ
- พนักงานมีสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่นๆ มีช่องทาง ดังต่อไปนี้ ประกาศ, อีเมล, ประชุมหน้าแถว, บอร์ดประชาสัมพันธ์, Line@TSC และ Line Open chat N'News
- บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ เช่น กล่องรับความคิดเห็น, กิจกรรม MD เล่าให้ฟัง และกิจกรรม GM Talk เพื่อสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน
- บริษัทจะพยายามจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสัมพันธ์ สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างพนักงาน กับผู้บริหารเป็นประจำทุกปี เช่น กิจกรรม MD Talk และ GM Talk เป็นต้น
- บริษัทจัดทำโครงการ Health check พนักงานเพื่อแลกเปลี่ยน พูดคุย และรับข้อร้องเรียน ต่างๆ
- บริษัทจัดทำโครงการ On boarding program สำหรับพนักงานใหม่ เพื่อเป็นการดูแลความเป็นอยู่ในช่วงทดลองงาน และแลกเปลี่ยน พูดคุย รวมถึงรับข้อร้องเรียนต่างๆ
- บริษัทจัดให้มี HR Station ให้บริการพนักงานในช่วงพักกลางวัน ทุกวันพุธ ในการให้ คำปรึกษา เพื่อสร้างความสะดวกสบายแก่พนักงาน

เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

บริษัทได้จัดช่องทางให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นรวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ผ่าน คณะกรรมการสวัสดิการ เพื่อรับฟังและรวบรวมข้อเสนอแนะเพื่อนำเสนอไปยังผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกไตรมาส เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนานโยบายต่างๆ ต่อไปโดยมี อำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ร่วมหารือกับนายจ้างเพื่อจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง
2. ให้คำปรึกษาหารือและเสนอแนะความเห็นแก่นายจ้างในการจัดสวัสดิการสำหรับลูกจ้าง
3. ตรวจสอบ และดูแลการจัดสวัสดิการที่นายจ้างจัดให้แก่ลูกจ้าง
4. เสนอข้อคิดเห็นและแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกจ้างต่อ คณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน

นอกเหนือจากช่องทางข้างต้น พนักงานสามารถเสนอแนะข้อคิดเห็นได้เพิ่มเติมทาง Line@ (ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล) และ Facebook อีกด้วย

สวัสดิการ

บริษัทมีการจ่ายผลตอบแทนให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับอัตราจ่ายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลอดจนจัดให้มีสวัสดิการต่างๆ เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ตรวจสอบสุขภาพพนักงาน เงินค่าเกษียณอายุงาน เบี้ยขยัน ค่าครองชีพ เงินค่าทำศพ ค่าทำงานในกะกลางคืน ค่าระดับงาน เบี้ยขยันรายเดือน ค่าอาหาร ประกันสุขภาพ และประกันอุบัติเหตุ และค่าแรงจูงใจในการทำงาน มีการส่งเสริมให้จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ให้พนักงานได้ผ่อนคลายจากการทำงานและได้ใช้เวลาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความรักความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

บริษัทสนับสนุนความคิดในการส่งเสริมสิทธิแรงงานและสวัสดิภาพทางสังคมของผู้ใช้แรงงานมีการปฏิบัติตามกฎหมายกฏระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัครและจ้างงานทุกประการอย่างเคร่งครัด โดยบริษัทได้กำหนดโครงสร้างเงินเดือนสำหรับพนักงานทุกระดับและทุกสายงานอย่างชัดเจนและมีการปรับขึ้นตามผลการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละปี

สุขภาพและความปลอดภัย

บริษัทดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและจัดระบบการปฏิบัติงานให้พนักงานมีความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน รวมถึงมีสุขอนามัยที่ดีในการปฏิบัติงาน โดยกำหนดนโยบายด้านคุณภาพ อาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์และหามาตรการเพื่อควบคุมความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการปฏิบัติงาน รวมถึงจัดให้มีระบบป้องกันมลพิษที่อาจเกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงาน จัดให้มีสถานที่ปฏิบัติงานที่สะอาด สื่อสารให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับข้อกำหนดว่าด้วยวิธีปฏิบัติงานที่ปลอดภัยในการทำงานและให้มั่นใจว่าพนักงานเข้าใจและปฏิบัติตามกฏระเบียบได้อย่างถูกต้อง จัดหาอุปกรณ์ความปลอดภัยและอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคลที่จำเป็นให้แก่พนักงาน ตลอดจนประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

นโยบายการเลิกจ้าง

บริษัท “ไม่มี” นโยบายเลิกจ้าง โดยบริษัทให้ความสำคัญในการรักษาสิทธิอันพึงมีพึงได้ของพนักงานอย่างเต็มที่ ในกรณีที่บริษัทมีความจำเป็นโดยเหตุหนึ่งเหตุใดที่สำคัญอันมีผลกระทบต่อการประกอบกิจการของบริษัทจนทำให้บริษัทไม่สามารถประกอบกิจการได้ตามปกติซึ่งมิใช่เหตุสุดวิสัยต้องหยุดกิจการทั้งหมดหรือบางส่วนเป็นการชั่วคราว บริษัทจะกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติให้เป็นไปอย่างรอบคอบและยุติธรรมผ่านการเรียกประชุมฝ่ายบริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และกำหนดเป็นแนวทางการปฏิบัติซึ่งจะประกาศแจ้งต่อพนักงานให้ทราบโดยทั่วกัน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติและคำนึงถึงสิทธิอันพึงมีพึงได้ของพนักงานเป็นที่ตั้ง เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการเลิกจ้างที่เกิดจะเป็นไปโดยยุติธรรมและไม่ขัดกับกฎหมาย

การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

รวมถึงการปฏิบัติด้านแรงงาน



บริษัทสนับสนุนการปฏิบัติตาม "ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน" และมาตรฐานสากลด้านสิทธิมนุษยชนอื่นๆ สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่จะต้องได้รับความเสมอภาค ความเท่าเทียม เป็นธรรม และไม่ถูกเลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ สีผิว ภาษา หรือสถานะอื่นใด ปัจจุบันสิทธิมนุษยชนเป็นเรื่องที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในหลักการสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ การดำเนินธุรกิจย่อมมีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ กระบวนการผลิต กระบวนการขนส่ง การบริการ ซึ่งในแต่ละกระบวนการจำเป็นต้องใช้แรงงานจากมนุษย์ทำหน้าที่ควบคุม ประสานงาน และอื่นๆ การได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชนสำหรับพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเรื่องความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อมที่ดี และการได้รับการส่งเสริมด้านสุขภาพในช่วงภาวะวิกฤต จึงเป็นเรื่องสำคัญที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนั้นบริษัทจึงมุ่งส่งเสริมการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นสิ่งที่ภาคธุรกิจต้องให้ความสำคัญ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนอย่างครอบคลุม ตามหลักการสากลและกฎหมายของประเทศเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าขององค์กร นอกจากนี้คณะผู้บริหารของบริษัทยังมีการตรวจสอบประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนในการพิจารณาผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและเมื่อพบว่ามีความเสี่ยงที่จะเข้าเกณฑ์ความเสี่ยงต่อชื่อเสียงจะส่งเรื่องแจ้งไปยังคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้บริษัทได้จัดให้มีการอบรมและการวัดผลแก่พนักงานในเรื่องจรรยาบรรณของบริษัทและนโยบายการละเมิดสิทธิมนุษยชนเพื่อนำไปปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานและไม่สนับสนุนการละเมิดสิทธิมนุษยชน

กระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

ระบุประเด็นและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

1. ประเมินความเสี่ยงตามแนวทางการจัดการความเสี่ยงขององค์กร (Enterprise Risk Management) ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงในอุตสาหกรรม ประเทศที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้เสียและกลุ่มเปราะบางทุกกลุ่ม
 - การใช้แรงงานบังคับ
 - การค้ามนุษย์
 - การใช้แรงงานเด็กที่อายุไม่ถึงเกณฑ์ตามกฎหมายกำหนด
 - การมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นและรวมกลุ่มกัน
 - การได้รับค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียม การจ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม
 - การเลือกปฏิบัติต่อแรงงาน/ลูกจ้างของคู่ค้า
 - ความปลอดภัย สภาพการทำงาน ค่าตอบแทนของแรงงาน/ลูกจ้างของคู่ค้าไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

- การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
 - การละเมิดสิทธิชุมชนของลูกค้า
2. วางแผนป้องกันและจัดทำแผนแก้ไขรวมถึงกำหนดมาตรการเพื่อบรรเทาเยียวยาความเสียหาย
- การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- พนักงาน
 - คู่ค้า
 - ลูกค้า
 - ชุมชน
3. ตรวจสอบติดตามผล
- ช่องทางการรับข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)
 - การสำรวจความผูกพัน
 - การปฏิบัติตามคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Handbook)
4. สื่อสาร
- การสร้างจิตสำนึกและความรู้ความเข้าใจ
 - การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก

ผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

| | |
|--------------------------|---|
| การจ้างงาน | <ul style="list-style-type: none"> • การจ้างงาน สวัสดิการ และค่าตอบแทนของพนักงาน • อุบัติเหตุจากการดำเนินงาน • การเลือกปฏิบัติ • การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน |
| ชุมชนและสังคม | <ul style="list-style-type: none"> • การจัดการของเสีย |
| ห่วงโซ่อุปทาน/คู่ค้า | <ul style="list-style-type: none"> • การจ้างแรงงานเด็ก แรงงานบังคับ กลุ่มเปราะบางของคู่ค้า |
| สิ่งแวดล้อม | <ul style="list-style-type: none"> • การใช้สารเคมีในการดำเนินงาน การควบคุมมลพิษ และการจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินงาน |
| ลูกค้า | <ul style="list-style-type: none"> • สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า การให้ข้อมูลและการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ • การรักษาข้อมูลของลูกค้า |
| การจัดการด้านความปลอดภัย | <ul style="list-style-type: none"> • การปฏิบัติงานของพนักงานรักษาความปลอดภัย |

กระบวนการติดตามการปฏิบัติตามเจตนารมณ์ที่จะไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนของพนักงานของ บริษัทและพนักงานของลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามหลักมนุษยชนสากลอย่างเคร่งครัด จึงกำหนดนโยบายการไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนและจรรยาบรรณว่าด้วยการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชนไว้ในคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการ

โดยบริษัทกำหนดให้มีการอบรมและวัดผลเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในหลักสิทธิมนุษยชนสากลแก่พนักงาน รวมทั้งพนักงานที่ต้องไปปฏิบัติงานในต่างประเทศจะต้องปฏิบัติตามไม่ขัดต่อกฎหมาย ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของประเทศนั้น

ทั้งนี้ หากพนักงานของบริษัท พนักงานลูกค้า หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง พบการปฏิบัติอย่างไม่เท่าเทียมกันหรือการกระทำที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนสามารถแจ้งเบาะแสโดยตรงมายังประธานกรรมการตรวจสอบหรือแจ้งเบาะแสในการรับและจัดการกับข้อร้องเรียนช่องทางอื่น ซึ่งได้เปิดเผยกระบวนการและช่องทางบนเว็บไซต์บริษัท (www.tscpl.com ภายใต้หัวข้อ "ข้อมูลสำหรับนักลงทุน (Investor Information)")

การเยียวยาผลกระทบ บริษัทตระหนักถึงผลกระทบของการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมของบริษัทฯ และให้ความสำคัญกับกระบวนการเยียวยาผลกระทบ โดยจัดให้มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียน กำหนดรูปแบบการเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียทั้งรูปแบบตัวเงิน อาทิ การจ่ายเงินชดเชยค่าเสียหาย และไม่ใช้ตัวเงิน อาทิ จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการ เพื่อรับฟังความคิดเห็น ให้คำปรึกษา แก้อภัย และเยียวยาเบื้องต้นอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อรักษาความสัมพันธ์ให้กับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญทุกกลุ่มของบริษัท

จากผลการตรวจสอบภายในและการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ปี 2567 ไม่พบความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิมนุษยชนในองค์กรและในห่วงโซ่อุปทาน หรือการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับนโยบายการไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนและจรรยาบรรณว่าด้วยการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน และไม่พบเรื่องร้องเรียนดังกล่าวแต่อย่างใด

กลไกการรับข้อร้องเรียน

บริษัทได้เปิดช่องทางรับคำร้องเรียนผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทให้พนักงานสามารถส่งคำร้องเรียนเรื่องราวการทุจริตคอร์รัปชัน การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ การได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม หรือการละเมิดสิทธิมนุษยชนมายังประธานคณะกรรมการตรวจสอบได้โดยตรง ตลอดจนกิจกรรมด้านสิทธิมนุษยชนต่างๆ ที่บริษัทกำหนดให้มี แสดงถึงการที่บริษัทให้ความสำคัญกับความโปร่งใสและหลักบรรษัทภิบาลในองค์กรได้เป็นอย่างดี

กระบวนการติดตามและการจัดการข้อร้องเรียน



การดูแลและพัฒนาศักยภาพบุคลากร เสริมสร้างประสบการณ์และความเป็นอยู่ที่ดี



ในโลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาศักยภาพของพนักงานที่ต้องพร้อมและตอบโจทยให้ทันต่อทิศทางของธุรกิจและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ บริษัทให้การส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งการจัดอบรมภายในและภายนอกองค์กร

กลยุทธ์

1. สร้างการเรียนรู้ที่มีมาตรฐานการอบรมตามสายงาน
2. สร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้จากการเรียนรู้ตามสายงานผ่านหลักสูตรการอบรมต่างๆ แล้วนั้น พนักงานต้องรับผิดชอบและขับเคลื่อนการเรียนรู้การพัฒนาตนเองให้มีความรู้ใหม่ๆ ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ โดยมีผู้บังคับบัญชาเป็นผู้สนับสนุนให้คำปรึกษาและแนะนำ
3. การศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนความรู้กับองค์กรชั้นนำ

การบริหารจัดการ

1. มีฝ่ายที่รับผิดชอบด้านการเรียนรู้ของพนักงาน ดูแลให้พนักงานทุกคนได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถอย่างไม่มีขีดจำกัด
2. จัดเตรียมหลักสูตรและกิจกรรมที่สนับสนุนให้พนักงานสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ในระยะเวลาสั้น สร้างทัศนคติที่ดีในการทำงานของตนเองและการทำงานร่วมกับผู้อื่น รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ร้อยละ 89

การปฐมนิเทศ (Orientation) บริษัทจัดให้มีการปฐมนิเทศแก่พนักงานใหม่ทุกระดับ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนจะได้รับข้อมูลและเข้าใจแนวทางการดำเนินงานของบริษัทไปในทิศทางเดียวกัน โดยบริษัทได้ประยุกต์แนวทางของการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาในการปฐมนิเทศ โดยเนื้อหาจะครอบคลุมทั้งประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม สามารถสรุปประเด็นหัวข้อหลักได้ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับบริษัท
- กฎระเบียบและวัฒนธรรมองค์กร
- การวัดผลและการประเมินผลงาน
- ระบบคุณภาพและการบริหารความเสี่ยง
- การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

Training Need Survey ฝ่าย HR จัดประชุมทบทวนหัวข้อทักษะความจำเป็น ส่วนกลาง & Training need ร่วมกับผู้บริหารที่เกี่ยวข้องทุกส่วนงาน และสรุปหัวข้อความจำเป็นการฝึกอบรมส่วนกลาง ทุกเดือนสิงหาคมหลังจากทุกหน่วยงานทบทวนของฝ่ายตนเองเสร็จเรียบร้อยแล้ว ฝ่าย HR ทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ส่งให้ทุกฝ่ายจัดทำ การประเมินขีดความสามารถของพนักงานต่อไป

ข้อมูลและสถิติการอบรม

บริษัทได้พัฒนาความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงานให้พนักงานเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ ดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข มีการเปิดโอกาสให้เรียนรู้และพัฒนาในสายงานอื่นๆ มีการสนับสนุนให้พนักงานมีความก้าวหน้าในสายอาชีพของตนเองผ่านโปรแกรมฝึกอบรมที่หลากหลาย รวมถึงมีการฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการพัฒนาที่ยั่งยืนอีกด้วย นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้พนักงานได้เข้ารับการอบรมกับสถาบันภายนอกเพื่อแลกเปลี่ยนและนำความรู้มาสร้างคุณค่าให้กับองค์กรต่อไป

ในปี 2567 บริษัทมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านคุณภาพและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องในการทำงาน เพื่อเตรียมพร้อมรับการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศมากขึ้น พนักงานแต่ละคนได้รับการฝึกอบรมโดยเฉลี่ย 5.25 ชั่วโมงต่อคนต่อปี มีการจัดหลักสูตรอบรมและเรียนรู้ภายในบริษัท 27 หลักสูตร แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาพนักงาน

| ข้อมูลด้านการฝึกอบรมพนักงาน | ปี 2567 | |
|-----------------------------|-----------------------------------|--------------------|
| | จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยต่อปี | เป้าหมาย |
| | ผลลัพธ์ | 5.25 ชั่วโมง/คน/ปี |

หลักสูตรอบรมและเรียนรู้ภายในบริษัท 27 หลักสูตร แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

| หัวข้อการพัฒนา | หลักสูตรการฝึกอบรมประจำปี 2567 | ร้อยละของจำนวน ชั่วโมงที่อบรม |
|--|---|-------------------------------|
| 1. หลักสูตรกฎหมายและความปลอดภัย (4 หลักสูตร) | การดับเพลิงขั้นต้น | 31.58 |
| | การทำงานกับปืนจั้น ชนิดตั้งอยู่กับที่ | |
| | จป. หัวหน้างาน | |
| | คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อม | |
| 2. หลักสูตรด้านคุณภาพ (10 หลักสูตร) | IATF 16949 Requirement | 25.66 |
| | IATF 16949 Internal Auditor | |
| | IATF Risk assessment | |
| | TSC Engineering Standard | |
| | การอ่าน Drawing ระดับมาตรฐาน | |
| | ความรู้พื้นฐานผลิตภัณฑ์ (Cable) | |

| หัวข้อการพัฒนา | หลักสูตรการฝึกอบรมประจำปี 2567 | ร้อยละของจำนวน ชั่วโมงที่อบรม |
|---|---|-------------------------------|
| | ความรู้พื้นฐานผลิตภัณฑ์ (WR) | |
| | ความรู้พื้นฐานผลิตภัณฑ์ (Absorber) | |
| | LAB Training (TSC Product testing standard) | |
| | CSR-Customer Spec. Req. | |
| 3.หลักสูตรการบริหารจัดการ (2 หลักสูตร) | Management Trip | 13.16 |
| | Competency Evaluation | |
| 4.หลักสูตรอื่นๆ (เพิ่มทักษะในการทำงาน) (2 หลักสูตร) | Refresh Training 2023 | 10.53 |
| | High Impact Presentation | |
| | ภัย Cyber | |
| | การบริหารหนี้/การจัดการหนี้บัตรเครดิต | |
| | ห่างไกลออฟฟิศซินโดรม | |
| | โรคจากการประกอบอาชีพและสิ่งแวดล้อม | |
| | ประชุมพยาบาลสำหรับบุคคลทั่วไป | |
| | กฎหมายแรงงาน | |
| | การเคลมประกันออนไลน์ ประกันกลุ่ม AIA | |
| | การวางแผนภาษี | |
| | โรคร้ายวัยทำงานที่พบบ่อยที่สุด | |

นอกเหนือจากหลักสูตรอบรมขั้นพื้นฐานทั่วไปที่บริษัทจัดฝึกอบรมแล้ว บริษัทยังดำเนินการ จัดทำแบบฟอร์ม สำรวจหัวข้อฝึกอบรม (Training Need Survey) เป็นประจำทุกปี เพื่อให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคล สามารถวิเคราะห์ข้อมูล จัดฝึกอบรม ปรับรูปแบบให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันตามความต้องการของพนักงาน ซึ่งสามารถเพิ่มความรู้ ความชำนาญให้แก่พนักงานอย่างตรงเป้าหมาย สร้างทักษะใหม่ที่จำเป็น และพัฒนาทักษะเดิมให้แข็งแกร่ง ยกระดับการพัฒนาบุคลากร รองรับการเติบโตของบริษัท

| รายละเอียด | ต.ค 23 | พ.ย 23 | ธ.ค 23 | ม.ค 24 | ก.พ 24 | มี.ค 24 | เม.ย 24 | พ.ค 24 | มิ.ย 24 | ก.ค 24 | ส.ค 24 | ก.ย 24 | รวม |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-------|
| ชั่วโมงการอบรม 6 ชม./คน/ปี | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 6 |
| จำนวนหลักสูตร ฝึก อบรมที่จัดจริง (ชม.) | 510 | 1,509 | 839 | 381 | 744 | 631 | 0 | 30 | 20 | 78 | 60 | 177 | 4,979 |
| จำนวนพนักงาน ในแต่ละเดือน | 123 | 153 | 165 | 85 | 47 | 211 | 0 | 30 | 20 | 26 | 30 | 59 | 949 |
| ชั่วโมงการวัดผล ที่ได้ (ชม./คน) | 4.15 | 9.86 | 5.08 | 4.48 | 15.83 | 2.99 | 0.00 | 1.00 | 1.00 | 3.00 | 2.00 | 3.00 | 5.25 |

| ระดับ | เป้าหมาย | จำนวน (คน) | ชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย/คน/ ปี |
|------------|--|------------|--------------------------------|
| ผู้บริหาร | มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะทางการบริหาร จัดการงานและบุคลากร | 63 | 9.6 |
| หัวหน้างาน | มุ่งเน้นการพัฒนาตามกลุ่มสายอาชีพ รวมทั้งพัฒนาทักษะทางการบริหาร | 210 | 6.2 |
| ปฏิบัติการ | มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะเชิงเทคนิคและ ปฏิบัติ ให้พนักงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย | 676 | 4.5 |
| รวม | | 949 | 5.25 |

ในปี 2567 บริษัทใช้งบประมาณการลงทุนเพื่อพัฒนาบุคลากรเป็นเงิน 1,237,597 บาท ซึ่งการที่บริษัทจะสามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ตามแผนที่วางไว้ ปัจจัยหลักที่สำคัญคือการสร้างและพัฒนาบุคลากรให้ถึงถึงถึงองค์กร โดยให้ผู้บังคับบัญชาในแต่ละสายงานวางแผนการอบรมและพัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชาตามเส้นทางการฝึกอบรมแต่ละสายอาชีพ (Training Road Map) และพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง จึงมั่นใจว่าบุคลากรจะมีความเชี่ยวชาญในสายงานของตนเอง พร้อมทั้งจะเติบโตไปตามสายอาชีพของตนและพร้อมที่จะช่วยพัฒนาองค์กรให้ก้าวไปสู่ระดับโลกได้



การวัดผล การอบรม

บริษัทมีการจัดทำผลการวัดผลศักยภาพและความรู้ของพนักงานทั้งก่อนและหลังการอบรมในทุกหลักสูตร แบ่งเป็นหลักสูตรอบรมภายในที่ต้องทำแบบทดสอบทั้งก่อนและหลังการอบรม (Pre test & Post test) มีการประเมินผลผู้เรียนโดยวิทยากรและหลักสูตรอบรมภายนอกต้องนำกลับถ่ายถอดต่อให้กับบุคลากรในฝ่าย ควบคุมและดูแลโดยผู้บังคับบัญชาสูงสุดของแต่ละฝ่าย (Top Section) นอกเหนือจากการวัดผลข้างต้นแต่ละฝ่ายมีการจัดทำหัวข้อทักษะมาตรฐานแต่ละตำแหน่งงาน (Skill Matrix) สำหรับพนักงานทุกฝ่ายทุกคนทบทวนทุก 6 เดือน ซึ่งหัวข้อในการวัดผลจะสอดคล้องกับการปฏิบัติงานและความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำงาน ซึ่งข้อมูลการวัดผลดังกล่าวถือเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการพัฒนาหลักสูตรการอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพของพนักงานและมั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนจะมีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ประโยชน์ที่ได้รับจากการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้กับพนักงาน

| ต่อพนักงาน | ต่อองค์กร |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการทำงานมากขึ้น - สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในงานได้มากขึ้น - สามารถปฏิบัติงานได้เร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น - มีความปลอดภัยในการทำงาน - มีความก้าวหน้าทางอาชีพ - มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> - สามารถดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ - ของเสียในกระบวนการผลิตลดน้อยลง - ต้นทุนและเวลาการผลิตลดน้อยลง - เป็นองค์กรแห่งความปลอดภัย - เสริมสร้างภาพลักษณ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ |

การวัดผล

- ของเสียในกระบวนการผลิต 140.74 PPM
- บริษัทสามารถลดต้นทุน VA/VE ได้จริง 21.25 ล้านบาท
- สามารถจัดส่งให้ลูกค้าได้ร้อยละ 99.91

การจูงใจและรักษาพนักงาน

ภายหลังจากการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาร่วมงานกับบริษัท บริษัทจะเริ่มดำเนินการรักษาพนักงานที่มีคุณค่าไว้กับบริษัทโดยเฉพาะพนักงานที่มีศักยภาพ ซึ่งพนักงานเหล่านี้เป็นกำลังหลักในการพัฒนาให้บริษัทก้าวหน้าและพัฒนาอย่างยั่งยืน อีกทั้งสามารถช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในการจ้างงานบุคลากรใหม่ให้กับบริษัทได้ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเติบโตของบริษัทอย่างต่อเนื่อง บริษัทดำเนินการกำหนดแนวทางในการจูงใจพนักงาน โดยเริ่มจากกำหนดหลักเกณฑ์และมาตรฐานในการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรมในทุกๆระดับ ทั้งในเรื่องความสามารถในการทำงาน ความเป็นผู้นำ จนถึงศักยภาพของพนักงาน เช่น มีการแต่งตั้งตำแหน่งใหม่ตามความสามารถ การโอนย้ายพนักงานไปในตำแหน่งงานที่เหมาะสม การปรับตำแหน่งพนักงานตามศักยภาพ เป็นต้น

การบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ด้วยการใช้เครื่องมือที่หลากหลาย

- พนักงานระดับบังคับบัญชาและระดับจัดการ (Section Manager Senior Supervisor และ Management) ในทุกคนได้รับการประเมิน Competency เพื่อทราบถึงระดับความสามารถปัจจุบัน

ขยายผลระบบการพัฒนาความรู้ความสามารถ (Competency) ไปยังพนักงานทุกคน เพื่อการพัฒนาไปสู่การก้าวขึ้นเป็นผู้นำขององค์กรในอนาคต (Succession Plan) ด้วยวิธีการประเมินระดับความรู้ความสามารถ การเข้าโปรแกรมพัฒนา และการประเมินหลังจบโครงการพัฒนา ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างหัวหน้างาน พนักงาน และฝ่ายทรัพยากรบุคคล โดยใช้วิธีการพัฒนา เน้นไปที่ส่วนของ 70 และ 20

บริษัทได้กำหนดเกณฑ์การประเมินการทำงานเป็น 5 ระดับ คือ

| เกรด | ผลคะแนนรวมจากการประเมิน | คำนิยาม |
|------|-------------------------|---------------------------------|
| A | 90-100 | ยอดเยี่ยม (Outstanding) |
| B | 75-89 | ดีมาก (Very Good) |
| C | 60-74 | ดี (Good) |
| D | 50-59 | ควรปรับปรุง (Need Improvement) |
| F | 0-49 | ไม่เป็นที่น่าพอใจ (Unsatisfied) |

เกณฑ์ในการประเมินพนักงานที่มีศักยภาพ โดยที่บริษัทจะประเมินจาก KPI (Key Performance Indicator) ของพนักงาน และ Competency ของตำแหน่งงาน โดยที่พนักงานทุกระดับและทุกคนของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 100 จะถูกประเมิน โดยในปี 2567 มีพนักงานรายเดือนที่ได้รับผลการประเมินในระดับ B ขึ้นไป จำนวน 950 คน คิดเป็นร้อยละ 98.14 ของพนักงานรายเดือนทั้งหมด

หลังจากการประเมินผลการทำงานของพนักงานแล้ว บริษัทจะนำผลการประเมินการทำงาน ของพนักงานมาใช้ในการพิจารณาและกำหนดค่าตอบแทน เช่น จำนวนร้อยละของการขึ้น เงินเดือนประจำปี (Merit Increase) และเงินรางวัลประจำปี (Bonus) โดยกำหนดเกณฑ์ การขึ้นเงินเดือนพนักงานเทียบกับระดับผลประเมินพนักงาน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนทั้งใน ระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ อีกทั้งบริษัทนำผลการประเมินพนักงานมาวิเคราะห์และกำหนด โครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานในกลุ่มของพนักงานที่มีความโดดเด่น (Talent) และนำเสนอให้กับผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เพื่อร่วมพิจารณาคัดเลือกพนักงานที่มีผลการ ปฏิบัติงานโดดเด่นเป็นกลุ่มพนักงานที่มีศักยภาพ โดยในปี 2567 มีผู้นำเข้าร่วมโครงการ ดังกล่าวจำนวน 3 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาคนเก่ง

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพพนักงานทุกระดับ มุ่งเน้นการวางรากฐาน ทั้งความรู้เชิงทฤษฎีและการมีความเชี่ยวชาญโดยพัฒนาทั้งด้านความรู้ทักษะที่จำเป็นในการ ทำงาน (Hard Skill) และทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Soft Skill) ตามสายอาชีพโดย เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมองค์กรไปสู่การปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร ด้วยความมุ่งมั่นหวังให้เกิดการหล่อ หลอมและพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน โดยเป้าหมายขององค์กรคือพนักงานมีความ เจริญเติบโตในหน้าที่การงาน เป็นกำลังหลักให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัย ความสำเร็จที่สำคัญต่อการการพัฒนายั่งยืนของบริษัท

1. Talent & Succession

บริษัทมีนโยบายและให้ความสำคัญกับการพัฒนาเตรียมความพร้อมของผู้นำในการ ขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างยั่งยืนโดยกระบวนการกำหนดและพัฒนาพนักงานที่มี ศักยภาพสูงจากการออกแบบโครงการพัฒนาเฉพาะซึ่งเน้นการเรียนรู้จากการ ปฏิบัติจริงและการทำโครงการในแต่ละส่วนงานเพื่อช่วยปรับปรุง พัฒนาการ ทำงานในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มคุณค่าให้กับบริษัท ด้วยการจัดทำ แผนงานหรือโครงการ การติดตามผล และการวัดผลอย่างแท้จริง

- กำหนดนโยบาย คัดเลือกตำแหน่งกลยุทธ์ หรือมีความเสี่ยงสูง
- วัดประเมินผล Performance / Potential
- พัฒนาระดับ IDP
- วางแผนเพื่อสืบทอดตำแหน่ง
- พัฒนา Competency based
- ประเมิน Successor โดย Committee
- เลื่อนตำแหน่ง สืบทอดตำแหน่ง

จำนวนผู้มีศักยภาพสูง (Talent) ปี 2567 แยกตามระดับ

Manager จำนวน 2 คน

Supervisor จำนวน 1 คน

การสร้างความผูกพันของพนักงาน

บริษัทเชื่อว่าทรัพยากรบุคคลเป็นหัวใจสำคัญขององค์กร บริษัทจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานเพื่อพัฒนาความพึงพอใจและ/หรือความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัท โดยระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยยะสำคัญต่อความสุขในการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงาน โดยบริษัทได้กำหนดเป้าหมายระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจะต้องมากกว่าร้อยละ 90

บริษัทมีแนวทางการดำเนินงานในการดูแลพนักงานเพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรดังต่อไปนี้

ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย การเคารพสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม บริษัทสนับสนุนการปฏิบัติตามกฎหมายและปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน โดยมีการตรวจสอบประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ตลอดจนสนับสนุนและเคารพปกป้องสิทธิ บริษัทปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

ด้านการปฏิบัติงานและกำหนดค่าตอบแทน โดยการยึดหลักความเท่าเทียม การบริหารงานด้วยผลงานและพัฒนาขีดความสามารถรวมถึงการบริหารค่าตอบแทนที่เป็นธรรมภายใต้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน

ด้านการดูแลคุณภาพชีวิตและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน โดยมุ่งหวังให้พนักงานมีความสุขในระหว่างการทำงานกับบริษัทรวมถึงมีศักยภาพและความสามารถที่เติบโตควบคู่ไปกับองค์กร

การสื่อสารผลการประเมินที่ได้ให้พนักงานรับทราบ

เพื่อแสดงถึงเจตนากรณีในการสื่อสารกับพนักงานอย่างโปร่งใสและจริงใจ รวมถึงแสดงถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาความพึงพอใจและ/หรือความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทอย่างต่อเนื่อง บริษัทสื่อสารกับพนักงานสรุปดังนี้

- ผลประเมิน: Management monthly meeting (ระดับบริหาร) และ E-mail & Morning Talk (พนักงาน)
- ความคืบหน้าการดำเนินการ: Management monthly meeting (ระดับบริหาร) และ E-mail & Morning Talk & Line@ & Facebook (พนักงาน) สำหรับหัวข้อ Internal communication ซึ่งจะสรุปข้อมูลที่ได้นำมาดำเนินการตามแผนงานทั้งหมด สื่อสารให้พนักงานได้รับทราบตามขั้นตอน

ทั้งนี้ บริษัทมีแผนในการประเมินความพึงพอใจและ/หรือความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทเป็นประจำทุกปี เพื่อพัฒนาความพึงพอใจและ/หรือความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ตลอดทั้งปีที่ผ่านมา บริษัทได้ยกระดับความผูกพันของพนักงานโดยดำเนินกิจกรรม TSC+++ (Plus) ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนปัจจัยอันก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร และสร้างประสบการณ์การทำงานที่ดีให้แก่พนักงาน โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานใน 4 ด้านหลัก มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มุ่งเน้นกิจกรรม ด้านสวัสดิการ ค่าตอบแทนของพนักงาน ดังนี้
 - สร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริหารจัดการหนี้ และสร้างพี่เลี้ยงการเงินเพื่อช่วยเหลือ แนะนำการบริหารหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. มุ่งเน้นด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพของพนักงาน ดังนี้
 - สร้างความเข้าใจในการวางแผนการตั้งเป้าหมายการปฏิบัติงาน และการพัฒนาตนเอง
 - สนับสนุนให้ร้อยละ 100 ของพนักงานตั้งเป้าหมายการปฏิบัติงานและวางแผนพัฒนาตนเอง
 - สร้างความเข้าใจในการวางแผนสายอาชีพของพนักงาน
 - โครงการการพัฒนาพนักงานในด้านต่างๆ เพื่อส่งเสริมความรู้ทักษะแห่งอนาคต Digital Skill และทักษะอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการทำงานและเติบโตในสายอาชีพ
3. ส่งเสริมวัฒนธรรม ดังนี้
 - มุ่งเน้นการส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานแบบซีแนะ ไม่ซีน่า ผู้นำในการบริหารทีม และเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้ทดลองทำสิ่งใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับกรอบเดิม
 - จัดกิจกรรมการรณรงค์การช่วยเหลือเพื่อนพนักงานในบริษัทฯ ด้วยการร่วมบริจาคทุนทรัพย์ให้แก่พนักงานที่ต้องการความช่วยเหลือ อาทิ ประสบอุบัติเหตุ ยากจน ฯลฯ
4. มุ่งเน้นด้านความเป็นอยู่ของพนักงาน ดังนี้
 - จัดการอบรมให้ความรู้เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ให้กับพนักงาน ให้มีการบริหารจัดการ และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้นทั้งในด้านครัวเรือน หนี้สิน การระวังตัวจากภัยไซเบอร์ ฯลฯ

การส่งเสริมด้านการออม

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจด้านการวางแผนการเงินส่วนบุคคลและด้านการลงทุนเพื่อสร้างวินัยการออมและรู้จักใช้จ่ายอย่างถูกวิธีซึ่งถือเป็นความรู้พื้นฐานและรากฐานสำคัญที่จะนำไปสู่ความมั่นคงทางการเงิน

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

จำนวนสมาชิก 477 ราย

การเตรียมความพร้อมสำหรับวัยเกษียณ

บริษัทได้มีโครงการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุให้กับพนักงานเพื่อเป็นการเตรียมตัวในการดำเนินชีวิตภายหลังเกษียณซึ่งผู้ที่มีการเตรียมตัวที่ดีจะสามารถใช้ชีวิตภายหลังเกษียณอายุได้อย่างมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีโดยบริษัทได้จัดอบรมในด้านสิทธิประโยชน์ และการวางแผนทางการเงินให้กับพนักงานที่มีอายุ 50-55 ปี โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจและแนะแนวทางการวางแผนชีวิตหลังเกษียณให้กับพนักงานที่กำลังจะเกษียณ

การสื่อสารกับพนักงานภายในองค์กร

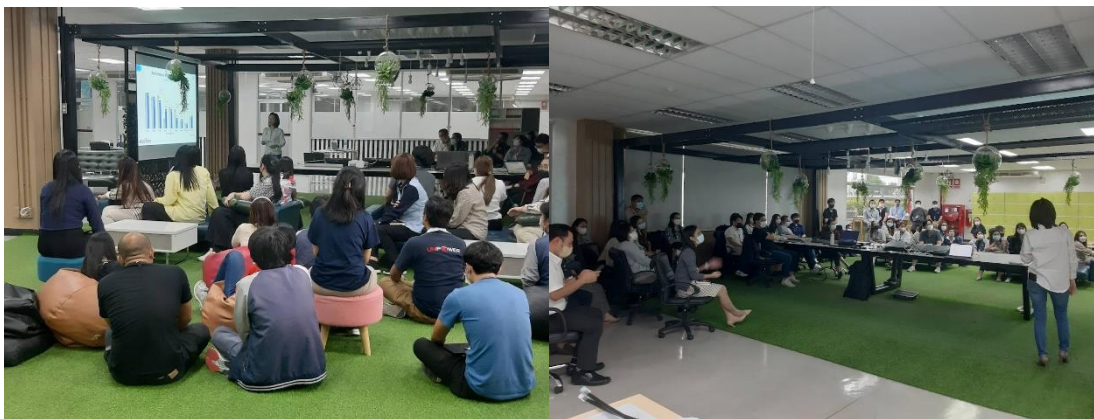
นอกจากการพัฒนาศักยภาพและการดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงานแล้วนั้น บริษัทเชื่อมั่นว่าการสื่อสารกับพนักงานเป็นสิ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน โดยบริษัทมีเป้าหมายของการสื่อสารไปยังพนักงานไม่จำกัดเพียงแต่เป็นการสื่อสารเพื่อทราบกฎระเบียบเท่านั้น แต่เพื่อเป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ แจ้งผลการดำเนินงานของบริษัทและแผนการพัฒนาเพื่อให้พนักงานทุกระดับตระหนัก เข้าใจ และเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน

ช่องทางการสื่อสารของบริษัท

- Orientation (ปฐมนิเทศ)
- ประชุมคณะกรรมการสวัสดิการ
- กิจกรรม MD & GM Talk
- ประกาศติดบอร์ด
- อีเมล
- Morning Talk (ประชุมหน้าแถว)
- Line@TSC
- Facebook
- Website บริษัท
- Line Open chat N'News
- Management Monthly Meeting
- HR station

กิจกรรม GM Talks Activity 2024

บริษัทจัดให้มีกิจกรรม GM Talk ซึ่งในปี 2567 นี้ได้จัดกิจกรรมต่อเนื่องทุกปี กิจกรรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการพบปะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน เป็นกิจกรรมที่จะมีการสื่อสารผลการดำเนินงานของบริษัท แจ้งข่าวสารสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในหลายมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสถานการณ์โรคระบาด เพื่อให้พนักงานทุกระดับเข้าถึงข้อมูล และทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น



ผลการสำรวจความผูกพัน 2567

บริษัทฯ ได้สำรวจความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมาอย่างต่อเนื่อง ในปี 2567 พบว่ามีพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรดังนี้

- พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรจำนวน 855 คน คิดเป็นร้อยละ 89 ของพนักงานทั้งหมดที่ตอบแบบสำรวจ
- จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ 960 คน จากจำนวนพนักงานทั้งหมด 1,038 คน คิดเป็นร้อยละ 92

การส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมและสร้างคุณค่าแก่ชุมชนและสังคม

กิจกรรมการจ้างงานในชุมชน

บริษัทมีส่วนร่วมสร้างสรรคสังคมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจท้องถิ่นในพื้นที่ดำเนินงานด้วยการจ้างงานภายในชุมชน ผ่านโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน (Friend get Friends) เพื่อให้พนักงานเป็นสื่อกลางในการแนะนำเพื่อน คนรู้จัก คนในชุมชนมาสมัครงาน โดยพนักงานผู้แนะนำจะได้รับเงินค่า Friend get Friends ตาม Level ของผู้สมัครที่ได้รับคัดเลือก และบริษัทยังสร้างโอกาสพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับผู้พิการ ผ่านการจ้างงานตามนโยบายส่งเสริมการจ้างงาน เพื่อให้ผู้พิการได้แสดงความสามารถ ก่อให้เกิดรายได้ พึ่งพาตนเองได้ ช่วยลดภาระของครอบครัวและสังคม

TSC

โครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน

| ลำดับ | ตำแหน่ง | เดือนที่ 1 | เดือนที่ 3 | เดือนที่ 4 | รวมทั้งสิ้น |
|-------|---|------------|------------|------------|---------------|
| 1 | ผู้จัดการทั่วไป - ผู้จัดการทั่วไปอาวุโส | 5,500 | 6,500 | 8,000 | 20,000 |
| 2 | ผู้จัดการ | 5,000 | 6,000 | 7,000 | 18,000 |
| 3 | หัวหน้าแผนก | 4,000 | 5,000 | 6,000 | 15,000 |
| 4 | วิศวกร | 3,000 | 4,000 | 5,000 | 12,000 |
| 5 | เจ้าหน้าที่ | 2,000 | 3,000 | 4,000 | 9,000 |
| 6 | ช่างเทคนิค/เจ้าหน้าที่ธุรการ | 1,500 | 3,000 | 3,500 | 8,000 |
| 7 | พนักงาน/พนักงานสนับสนุนผลิต | 1,500 | 2,500 | 3,000 | 7,000 |
| ลำดับ | ตำแหน่ง | เดือนที่ 1 | เดือนที่ 2 | เดือนที่ 3 | รวมทั้งสิ้น |
| 8 | พนักงานฝ่ายผลิต (สิงคโปร์) | 500 | 700 | 800 | 2,000 |

มีผลตั้งแต่วันที่ 23/11/20 เป็นต้นไป

ตำแหน่งว่าง **CLICK!!**

ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง การสร้างความปลอดภัย

ฝ่ายการตลาด

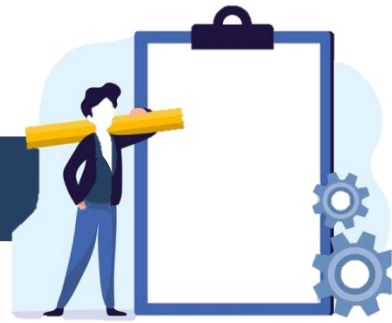
บริษัทให้ความสำคัญในการเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาธุรกิจด้วยการแลกเปลี่ยนสื่อสารและมีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ ของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่การรับทราบนโยบายของลูกค้าด้านต่างๆ รวมถึงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย คำนึงถึงการใช้วัตถุดิบ และกระบวนการที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยต้นทุนที่แข่งขันได้

เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด โดยในปี 2566 บริษัทได้เข้าร่วมกิจกรรม และร่วมพัฒนาในด้านต่างๆ กับลูกค้าหลักดังนี้



| ลูกค้า | รางวัลผลการดำเนินงาน และกิจกรรมปรับปรุงงาน | กิจกรรม CSR | อื่นๆ |
|------------------|--|--|-------|
| Hino | - | Bowling Charity STRIKE FOR SCHOOL | - |
| Thai Honda | | ร่วมเป็นเจ้าภาพทอดกฐินสามัคคีประจำปี ที่วัดพระบาทน้ำพุ จังหวัดลพบุรี | - |
| Mitsubishi Motor | | FY2023 MCC Friendship Sport - Car Rally & Donation | - |

ฝ่ายประกันคุณภาพ



ในปี 2567 ที่ผ่านมาในด้านการพัฒนาคุณภาพร่วมกับทางลูกค้า ทางฝ่ายประกันคุณภาพได้มีการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อรักษาระดับคุณภาพ ยกกระดับคุณภาพให้บรรลุตามเป้าหมายของลูกค้าที่กำหนดไว้ ตลอดจนเป็นการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกิจกรรมที่จัดทำขึ้นมานั้นบรรลุเป้าหมายตามที่ลูกค้าตั้งไว้ ดังนี้



HATC: กิจกรรม SPSV เพื่อยกระดับคุณภาพ



TMA: กิจกรรม CSIC เพื่อยกระดับคุณภาพ



นวัตกรรมในกระบวนการธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้และสร้างสรรค์ นวัตกรรมที่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการธุรกิจ พนักงานได้รับการสนับสนุนให้สามารถนำความรู้ไปปฏิบัติได้จริง พร้อมทั้งมีการติดตามและวัดผลผู้ผ่านการฝึกอบรมผ่านโครงการปรับปรุงต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

การพัฒนากระบวนการผลิต

บริษัทสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมเสนอข้อเสนอแนะ (Suggestion) และโครงการ Automation เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดของเสีย และพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การบริหารจัดการต้นทุนที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น ราคาพลังงานและวัตถุดิบ ถือเป็นประเด็นสำคัญที่บริษัทให้ความสำคัญ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท

การดำเนินงาน

บริษัทนำแนวคิด Lean มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต โดยให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการระบุปัญหา วิเคราะห์สาเหตุ และพัฒนาแนวทางแก้ไขอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิต และลดการใช้พลังงาน

พนักงานจะได้รับการฝึกอบรมเพื่อให้มีความสามารถในการระบุปัญหาในกระบวนการที่รับผิดชอบ โดยมีทีมงานส่วนกลางและผู้บริหารให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด

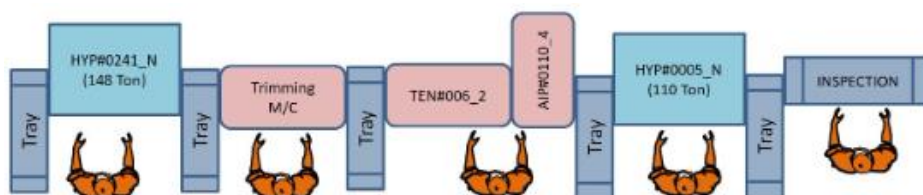
ผลการดำเนินงาน

1. วัฒนธรรมนวัตกรรม

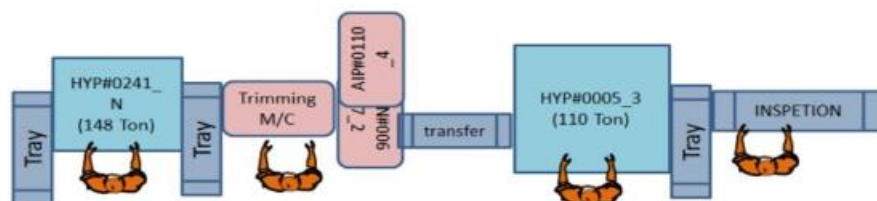
Lean Manufacturing Project

บริษัทได้ดำเนินโครงการลดเวลาการผลิตโดยการรวมกระบวนการ (Combine process) และลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกจากกระบวนการผลิต ด้วยการใช้หลักการ ECRS (Eliminate, Combine, Rearrange, Simplify) เพื่อลดขั้นตอนการทำงานจาก 5 ขั้นตอนเหลือเพียง 4 ขั้นตอน ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดเวลาการผลิต และลดต้นทุนโดยรวมของบริษัท

ก่อนดำเนินโครงการ



หลังดำเนินโครงการ



| เป้าหมาย จำนวนโครงการ | ผลลัพธ์ จำนวนโครงการ | Hard Saving (บาท/ปี) |
|--------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 24 | 23 | 5,932,563.76 |

นอกจากประโยชน์ทางธุรกิจแล้ว ยังสร้างคุณค่าต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม ในหลายแง่มุม ดังนี้

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact)

- ลดการใช้พลังงานและทรัพยากร: กระบวนการผลิตที่สั้นลงช่วยลดการใช้พลังงาน เช่น ไฟฟ้า เชื้อเพลิง และน้ำ ส่งผลให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas Emission)
- ลดของเสียจากกระบวนการผลิต: การกำจัดหรือปรับปรุงขั้นตอนที่ไม่จำเป็นช่วยลดเศษวัสดุ ลดของเสียจากการผลิต และช่วยให้ใช้วัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า: ลดต้นทุนวัตถุดิบและปรับปรุงการใช้เครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ลดความสูญเสียโดยไม่จำเป็น

ด้านสังคม (Social Impact)

- ปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงาน: ลดขั้นตอนที่ซับซ้อนและไม่จำเป็น ทำให้พนักงานทำงานได้ง่ายขึ้น ลดความเครียด ลดความผิดพลาด และเพิ่มความปลอดภัยในโรงงาน
- เพิ่มคุณภาพชีวิตพนักงาน: ลดเวลาการทำงานที่ซ้ำซ้อน ลดความเหนื่อยล้า และช่วยให้พนักงานสามารถพักกับงานที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น
- ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ด้าน Lean: พนักงานมีโอกาสเรียนรู้แนวทางการปรับปรุงกระบวนการ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- สร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการจ้างงาน: การลดต้นทุนช่วยให้บริษัทแข่งขันได้ดีขึ้น สนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานอย่างยั่งยืน

2. นวัตกรรมเชิงกระบวนการ

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะยกระดับภาคอุตสาหกรรมด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติมาเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต ดังนี้

2.1 Improvement Assembly Robot

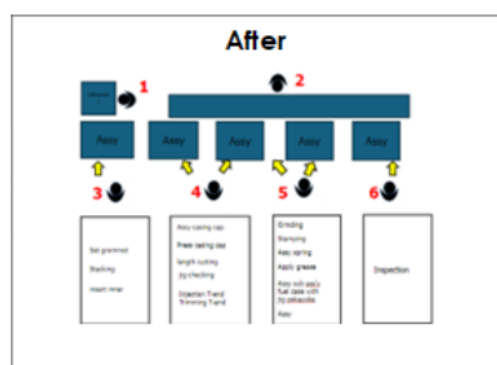
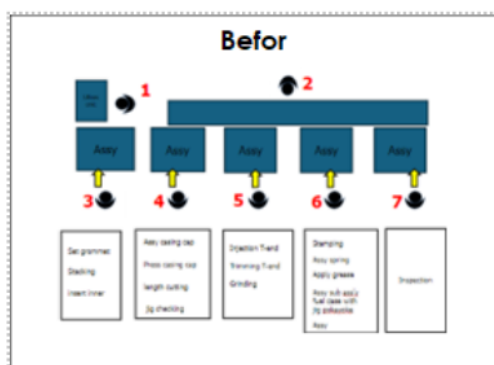
ติดตั้งหุ่นยนต์ประกอบงานแทนแรงงานมนุษย์ ช่วยลดเวลาและขั้นตอนการผลิต รวมถึงลดจำนวนพนักงานที่ใช้ในกระบวนการผลิต

จำนวน Cost Saving ที่บริษัทฯ ได้รับจากการดำเนินโครงการ
(บาท/ปี)

106,158.01

2.2 Balance process combine Semi process

รวบรวมขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เกิดความสม่ำเสมอ และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้สามารถลดกระบวนการทำงาน และลดพนักงานลงได้



Reduce manpower

ร้อยละ 12.50

ลดของเสียในกระบวนการผลิต

สืบเนื่องจากทางส่วนงานผลิต มีแผนการดำเนินงานของโครงการ Reduce waste ภายในส่วนงานผลิต เพื่อช่วยในการควบคุมของเสียในกระบวนการผลิตให้ลดน้อยลง โดยมี 2567 สามารถลดของเสียได้ 1.70 ล้านบาท

นวัตกรรมและการเผยแพร่วัตกรรม

นวัตกรรมในบริบทของบริษัท คือ การคิดและพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยเกิดจากความร่วมมือจากทุกระดับภายในองค์กร ร่วมกับลูกค้าและคู่ค้าของบริษัท ด้วยเป้าประสงค์ที่เชื่อมั่นว่า จะเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืนและมั่นคงภายใต้ภาวะการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมและความท้าทายใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการออกแบบ และทดสอบตามเงื่อนไขของลูกค้า มีการพัฒนา วัตกรรม กระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองทิศทางการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมยานยนต์ ด้วยคุณภาพ ความปลอดภัย และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งบริษัทมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) อย่างต่อเนื่องตลอดมา

บริษัทมีการพัฒนาระบบปฏิบัติการแขนกลอุตสาหกรรมสำหรับกระบวนการผลิตก้าน ล็อคประตูรถยนต์ เป็นโครงการพัฒนาแขนกลอุตสาหกรรม ซึ่งบริษัทพัฒนาร่วมกับสกว. และ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในการวิจัยและพัฒนาด้าน วิศวกรรม และเทคโนโลยีของซอฟต์แวร์ เพื่อใช้กับแขนกลอุตสาหกรรมที่ใช้ในกระบวนการผลิตสายก้าน ล็อคประตูรถยนต์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อแก้ปัญหาค่าขาดแคลนแรงงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า แลกเปลี่ยนและเสริมสร้างความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลทางวิชาการ รวมทั้งจัดฝึกอบรมและสัมมนา ระหว่าง บริษัทและ สวทช. ส่งเสริมความสัมพันธ์ในการพัฒนาโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาและ/หรือ บุคลากรระหว่างกัน โดยบริษัทได้จัดให้มีการเผยแพร่ความรู้และนวัตกรรมต่างๆ ผ่านช่องทาง การสื่อสารบอร์ดประชาสัมพันธ์

จากกิจกรรมข้างต้นที่ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องสรุปได้ว่าบริษัทให้ความสำคัญต่อการ พัฒนานวัตกรรม ทั้งที่ร่วมกับลูกค้า คู่ค้า ตลอดจนหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจาก เล็งเห็นว่าการพัฒนาดังกล่าวสามารถช่วยให้เกิด Product Service/Process Innovation/Improvement Activity ที่ส่งผลต่อด้าน ESG ที่ช่วยลดของเสียใน กระบวนการผลิตได้จริง สรุปผลภาพรวมดังนี้

| Description | Result 2023 | Result 2024 |
|---|-------------|-------------|
| 1. Quality | | |
| 1.1 PPM of customer claim | 1.24 | 1.57 |
| 1.2 PPM of incoming claim | 0.27 | - |
| 1.3 Decrease defect in process (previously last year) | 62.14 | 140.74 |
| 2. Productivity | | |
| 2.1 Increase productivity (previously last year) | +43% | +18.68% |
| 3.2 Cost Reduction (MB per year) - SC | 23.85 | 30.01 |
| 3.3 Cost Reduction (MB per year) - EN | | |
| 3. Delivery | | |
| 3.1 Customer | 99.95% | 99.91% |
| 3.2 Supplier | 100% | - |
| 1. Safety | | |
| 4.1 Zero accident | 0 | 0 |
| 4.2 No accident within working hrs per year (million working hrs.) | 16.00 | 18.35 |
| 4.3 EMS Monitoring plan not achieve | 100 | 100 |
| 4.4 Competent carbon footprint manufacturer | -2.59% | -3.91% |
| 5. Marketing | | |
| 5.1 Sales growth | 10% | -7.00% |
| 5.2 New Product / New Project / New Market (MB) | 83.69 | 157.80 |
| 5.3 Customer satisfaction result (% per year) | 86% | 88% |
| 6. Financial | | |
| 6.1 Gross Profit | 18.05% | 20.3% |
| 6.2 Operating Profit | 9.46% | 10.3% |
| 6.3 Net Profit | 9.58% | 11.0% |

 NSTDA TSC
Thai Steel Cable PCL

เนื่องจากภาพรวมของผลลัพธ์ในปีนี้ยังไม่บรรลุตามเป้าหมายที่บริษัทได้วางไว้ แต่บริษัทยังคงมุ่งมั่นตั้งใจพัฒนาและเห็นความสำคัญของเป้าหมายที่ได้วางไว้ในทุกๆ ด้าน บริษัทยังคงตั้งเป้าหมายเพื่อความท้าทายและเล็งเห็นถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในอนาคต เพื่อดำเนินการในด้านต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม



บริษัทเชื่อมั่นว่าการดำเนินธุรกิจที่ดีจะต้องพัฒนาและเติบโตควบคู่ไปกับสังคมและชุมชนที่แข็งแกร่ง โดยบริษัทได้ประยุกต์แนวความคิดว่าด้วยเรื่องการเป็นพลเมืองที่ดีขององค์กรธุรกิจ (Corporate Citizenship) มาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานและกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน โดยตระหนักว่าการช่วยกันดูแลสังคมเป็นหน้าที่ที่ต้องร่วมมือกัน บริษัทจึงได้มีการจัดกิจกรรมบริจาคและมอบสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เพื่อแสดงให้เห็นว่าบริษัทไม่ได้มุ่งเน้นที่จะแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจเพียงด้านเดียว แต่ได้คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่เสมอ

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทตั้งอยู่ในเขตของนิคมอุตสาหกรรมมิใช่เขตชุมชนซึ่งโดยปกตินั้นบริษัทจะมีการสำรวจผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทอยู่เป็นประจำ ตามระเบียบข้อบังคับของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยอยู่แล้วนั้น แต่บริษัทเองก็ได้คำนึงและให้ความสำคัญกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการมีส่วนร่วมและสนับสนุนชุมชนละแวกใกล้เคียงนิคมอุตสาหกรรมและขยายขอบเขตกว้างไปถึงชุมชนที่ขาดแคลนและต้องการความช่วยเหลือหรือรับการสนับสนุนแม้มิใช่ละแวกใกล้เคียงกับบริษัท

บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติในระดับสากลคือเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) มาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายในการพัฒนาสังคมและชุมชน โดยในการดำเนินการ บริษัทมีการสำรวจความต้องการของชุมชนและสังคมผ่านกระบวนการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Analysis) ศึกษาและสอบถามความต้องการของชุมชน โดยบริษัทมีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงคือหน่วยงานสื่อสารองค์กร ซึ่งทำหน้าที่ดูแลและนำข้อมูลมาหารือกับฝ่ายบริหารจึงนำไปสู่การดำเนินโครงการและกิจกรรมต่อไป



โครงการและกิจกรรมเพื่อตอบสนองความคาดหวังของชุมชน

ปี 2567 บริษัทฯดำเนินกิจกรรมการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนและกิจกรรมเพื่อสังคมที่สอดคล้องไป
กับความคาดหวังของชุมชนและสังคมในด้านต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับการ
ตอบสนองต่อความคาดหวังของชุมชนในด้านการส่งเสริมและดูแลคุณภาพชีวิตและความ
ปลอดภัย ดังนี้

กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและดูแลคุณภาพชีวิตและความปลอดภัย

บริจาคโลหิตกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย

บริษัทฯ จัดกิจกรรมรับบริจาคโลหิตขึ้น ณ บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน)
จังหวัดชลบุรี

ผู้ร่วมบริจาคโลหิตทั้งหมด 71 คน

ได้รับปริมาณโลหิตรวม 21,000 ซีซี

ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ได้ 213 คน

คิดเป็นจำนวนชั่วโมงความดี 71 ชั่วโมง

TSC 2024 **Blood Donation** **TSC CONNECT**

ให้รัก ให้เลือด

สัปดาห์ TSC 12/02/24

รวม **71** ยูนิท

ช่วยคนได้มากกว่า **213** คน

ขอบคุณทุกท่านครับ!!!

ภาพกิจกรรมบริจาคโลหิต ณ บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน)

จังหวัดชลบุรี 12 กุมภาพันธ์ 2567

โครงการสนับสนุนห้องปฏิบัติการให้ภาคการศึกษา

มอบห้องปฏิบัติการศึกษาเรียนรู้ และทดสอบการถอดประกอบและออกแบบตู้ควบคุม เครื่องกลไฟฟ้าอุตสาหกรรม ให้กับวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี จังหวัดชลบุรี

บริษัทฯ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท.) : Borad of Investment (BOI) ส่งมอบห้องปฏิบัติการศึกษาเรียนรู้ และทดสอบการถอดประกอบและออกแบบ ตู้ควบคุมเครื่องกลไฟฟ้าอุตสาหกรรม ให้กับวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2567 เพื่อยกระดับการเรียนการสอน ภายใต้การออกแบบด้วยโซลูชันชั้นนำของโลก มีความสามารถ ออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนา การสร้างแบบจำลองขั้นสูง สอดคล้องกับอุตสาหกรรม 4.0 ยกระดับกำลังคนอาชีวศึกษาที่มีสมรรถนะสูง ให้กับนักเรียน นักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี



มอบห้องปฏิบัติการโปรแกรมเมเบิลลอจิกคอนโทรล (PLC) และห้องปฏิบัติการระบบนิวเมติกส์ นิวเมติกส์ไฟฟ้า และโปรแกรมเมเบิลคอนโทรลเลอร์ ให้กับวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี จังหวัดชลบุรี

บริษัทฯ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท.) : Board of Investment (BOI) ส่งมอบห้องปฏิบัติการทั้ง 2 ห้อง ในวันที่ 30 สิงหาคม 2567 เพื่อยกระดับการเรียนการสอน ภายใต้การออกแบบด้วยโซลูชันชั้นนำของโลก มีความสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนา การสร้างแบบจำลองขั้นสูง สอดคล้องกับอุตสาหกรรม 4.0 ยกระดับกำลังคน อาชีวศึกษาที่มีสมรรถนะสูง ให้กับนักเรียน นักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคชลบุรี



กิจกรรมส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

บริษัทฯ มุ่งสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมด้านประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมในวันสำคัญรวมถึงกิจกรรมทางศาสนาภายในองค์กร

กิจกรรมทำบุญตักบาตรในเทศกาลที่สำคัญ เช่น

กิจกรรมส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่



กิจกรรมทำบุญตักบาตร ส่งท้ายปีเก่า...ต้อนรับปีใหม่



วันจันทร์ที่ 25 ธันวาคม 2566 เวลา 07.00 - 07.45 น.

กิจกรรมวันสงกรานต์ ประจำปี 2567

บริษัทได้ส่งเสริมการร่วมกิจกรรมสำคัญทางศาสนาโดยการทำบุญตักบาตร เวียนเทียน ในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันอาสาฬหบูชา วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา เป็นต้นและ กิจกรรมการทำบุญตักบาตรตามที่บริษัทจัดขึ้น เป็นการเพิ่มช่องทางการทำความดีให้พนักงาน ได้เข้าถึงมากขึ้น ในปี 2567 กิจกรรมมีจำนวนชั่วโมงความดีรวม 315 ชั่วโมง



ร่วมเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานต่างๆ สมาชิก CAC

บริษัทเป็นสมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Collective Anti-Corruption: CAC) โดยใบรับรองจะมีอายุ 3 ปี นับจากวันที่ 22 กรกฎาคม 2559 ที่มีมติให้การรับรอง

โดยในปี 2560-2561 ได้มีการทบทวนนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สื่อสารและอบรม ติดตามการรายงานและตรวจสอบการควบคุมภายใน เพื่อเตรียมการยื่นต่ออายุรับรองการเป็นสมาชิกครั้งที่ 2 โดยบริษัทได้รับการรับรองการต่ออายุการเป็นสมาชิกครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 (อายุการรับรอง มีระยะเวลา 3 ปี) และได้รับการรับรองการต่ออายุการเป็นสมาชิกครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2565 (อายุการรับรอง มีระยะเวลา 3 ปี)



5

สรุปผลการดำเนินงาน

People
Society
Environment
Ethic
Knowledge
Quality

VALUE
คุณค่า



คน
สังคม
สิ่งแวดล้อม
จริยธรรม
ความรู้
คุณภาพ

จากคุณค่าของบริษัท สรุปได้ดังนี้



คนและความรู้

- บริษัทพัฒนาศักยภาพบุคลากร ด้วยงบประมาณ 1,237,597 บาท
- จัดหลักสูตรการฝึกอบรมและเรียนรู้ ภายในบริษัทกว่า 27 หลักสูตร (5 ประเภทหลักสูตร)
- ในปี 2567 พนักงานแต่ละคนได้รับการฝึกอบรมโดยเฉลี่ย 5.25 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

สังคมและสิ่งแวดล้อม

ในปี 2567 บริษัทได้ดำเนินการตามกรอบแนวทางการปฏิบัติของนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ตลอดจนตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แบ่งตาม 4 กลุ่ม คือ

1. กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม
2. กิจกรรมเพื่อสังคม
3. กิจกรรมเพื่อพนักงาน
4. กิจกรรมเพื่อลูกค้า

- ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง





จริยธรรม

- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนปฏิบัติตามจรรยาบรรณของบริษัทอย่างเคร่งครัด
- บริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันไว้กับคู่ค้า ลูกค้า หรือเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัดเป็นธรรมตามข้อตกลงต่างๆ ที่ได้ให้พันธสัญญาไว้ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน
- เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC)
- ประกาศเจตนารมณ์ เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2558
- ได้รับการรับรองการเป็นสมาชิก เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2559
- ในปี 2560-2561 มีการทบทวนนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สื่อสารและอบรม ติดตามการรายงานและตรวจสอบการควบคุมภายใน เพื่อเตรียมการยื่นต่ออายุรับรองการเป็นสมาชิกครั้งที่ 1 เนื่องจากจะหมดอายุในวันที่ 22 กรกฎาคม 2562
- และบริษัทได้รับการรับรองการต่ออายุการเป็นสมาชิกโครงการ ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562 (อายุการรับรอง มีระยะเวลา 3 ปี)
- และได้รับการรับรองการต่ออายุการเป็นสมาชิกโครงการ ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2565 (อายุการรับรอง มีระยะเวลา 3 ปี)
- บริษัทไม่มีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ใช้สินค้าและบริการที่มีลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร/เครื่องหมายการค้าที่ถูกต้อง และไม่สนับสนุนสินค้าหรือการกระทำที่เป็นการละเมิดกฎหมายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา
- บริษัทปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

คุณภาพ



- บริษัทมีการคิดค้น ปรับปรุง และพัฒนากระบวนการ/วิธีการ การปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในทุกปี
- บริษัทสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ คุณภาพ (Quality) ราคา (Cost) การส่งมอบ (Delivery) และงานใหม่ (New model) โดยพบว่าในปีที่ผ่านมาลูกค้ามีความพึงพอใจกับสินค้าและบริการของบริษัทในระดับที่ใกล้เคียงกับปีก่อนในทุกด้าน ทั้งในด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ส่งผลให้ความพึงพอใจเฉลี่ยโดยรวมของปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 88
- บริษัทแจ้งคะแนนประเมินผลการปฏิบัติงานกลับไปยังผู้ผลิตชิ้นส่วนทุกรายเพื่อให้ปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง โดยคะแนนประจำปี 2567 มีผู้ผลิตได้คะแนนในระดับดีเยี่ยมร้อยละ 46.53 ระดับดีมากร้อยละ 50.00 ระดับดีร้อยละ 3.47 ระดับปานกลางร้อยละ 0 และไม่มีผู้ผลิตที่ต้องดำเนินการปรับปรุงหรือไม่ผ่าน
- ในปี 2567 บริษัทร่วมมือกับผู้ผลิตชิ้นส่วนทำการลดต้นทุนจากการพัฒนากระบวนการผลิต ตลอดจนพัฒนาสินค้าและกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง

สิ่งแวดล้อม

ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

สัดส่วนการใช้ทรัพยากรในการผลิต แบ่งแยกตามประเภท ดังนี้

หน่วย: ร้อยละ

| ประเภท | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| เหล็ก | 26.39 | 25.20 | 25.52 | 20.02 | 23.89 | 25.14 |
| พลาสติก | 12.24 | 9.46 | 8.98 | 6.90 | 9.43 | 9.25 |
| มอเตอร์ | 10.62 | 10.06 | 11.01 | 17.19 | 11.61 | 12.74 |
| ยาง | 6.26 | 5.88 | 6.21 | 4.07 | 5.62 | 5.72 |
| อื่นๆ | 44.50 | 49.41 | 48.27 | 51.81 | 49.44 | 47.15 |
| รวม | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

การบริโภคพลังงานไฟฟ้าและเชื้อเพลิง

| ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากร | หน่วย | 2565 | 2566 | 2567 (01-09/2567) |
|---|---|--------------|---------------|----------------------|
| 1. การใช้พลังงานรวมชนิด | เมกะจูล | 31,277,696.5 | 28,146,968.68 | 21,602,208.24 |
| 2. พลังงานรวมจากการใช้เชื้อเพลิงทุกชนิด | เมกะจูล | 1,781,554.5 | 1,729,426.14 | 1,759,859.46 |
| - พลังงานจากแก๊ส LPG | % เทียบกับพลังงานรวมทุกชนิด | 5.70% | 6.14% | 8.15% |
| 3. พลังงานไฟฟ้าที่ซื้อเข้ามาใช้ | เมกะจูล | 1,781,554.5 | 1,729,426.14 | 1,759,859.46 |
| | % เทียบกับพลังงานรวมทุกชนิด | 5.70% | 6.14% | 8.15% |
| 4. พลังงานจากระบบ Solar Roof top | เมกะจูล | 20,608,340 | 19,191,600 | 14,230,080 |
| | % เทียบกับพลังงานรวมทุกชนิด | 65.89% | 68.18% | 65.87% |
| 5. พลังงานรวมที่ใช้ต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ | เมกะจูลต่อจำนวนชิ้นผลิตภัณฑ์ (พันชิ้น) | 8,887,802 | 7,225,942.54 | 5,612,268.78 |
| | % เทียบกับพลังงานรวมทุกชนิด | 28.42% | 25.67% | 25.98% |
| 6. ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นทั้งหมด | เมกะจูลต่อจำนวนชิ้นผลิตภัณฑ์ (พันชิ้น) | 133.39 | 99.57 | 84.39 |
| 7. ปริมาณก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ | ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า | 3,280 | 3,208 | 2,250 |
| | ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อจำนวนชิ้นผลิตภัณฑ์ (พันชิ้น) | 0.000089 | 0.000087 | 0.000063 |

ผลตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมดังนี้

| ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากร | | เป้าหมาย | | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--|------------|-----------|-------------------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| 1. อากาศ | | | | | | | | | |
| 1.1 คุณภาพอากาศจากปล่องระบายที่ปล่อยภายในโรงงาน | | | | | | | | | |
| ก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ (Carbon monoxide : CO) | ไม่เกิน | 870 | ppm | 18 | 12.6 | 8.11 | 25.66 | 37.52 | 32.71 |
| ก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ (Nitrogen dioxide : NO2) | ไม่เกิน | 200 | ppm | 1.6 | 9.6 | 1.14 | 3.51 | 2.69 | - |
| ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur dioxide : SO2) | ไม่เกิน | 500 | ppm | <1.3 | 53.2 | 1.56 | 8.41 | 4.03 | - |
| ฝุ่นละอองรวม (Total Suspended Particulate : TSP) | ไม่เกิน | 400 | mg/m ³ | 1.1 | 7.3 | 12.11 | 21.66 | 19.89 | 17.51 |
| ไอระเหยของสังกะสี (Zinc) | ไม่เกิน | 10 | mg/m ³ | 7.02 | 3.67 | 0.31 | 0.11 | 0.05 | - |
| 2. น้ำ | | | | | | | | | |
| 2.1 คุณภาพน้ำที่กักที่ผ่านการบำบัดก่อนส่งให้ กนอ. | | | | | | | | | |
| pH | อยู่ในช่วง | 5.5 – 9.0 | - | 7.36 | 7.16 | 7.12 | 7.40 | 7.4 | 7.3 |
| อุณหภูมิ | ไม่เกิน | 45 | °C | 33.5 | 32.6 | 32.1 | 30.0 | 34.0 | 35.0 |
| ค่าความต้องการออกซิเจนทางชีวเคมี (BOD) | ไม่เกิน | 500 | mg/l | 2.2 | 2.7 | <2.0 | 15.0 | <2.0 | 6.6 |
| ค่าความต้องการออกซิเจนทางเคมี (COD) | ไม่เกิน | 750 | mg/l | 20 | 40 | 24 | 41.4 | <40 | <40 |
| ค่าน้ำมันและไขมัน | ไม่เกิน | 10 | mg/l | <2.0 | <2.0 | <2.0 | <3.0 | <3.0 | <3.0 |
| ของแข็งที่ละลายในน้ำทั้งหมด (TDS) | ไม่เกิน | 3,000 | mg/l | 464 | 664 | 664 | 524 | 592 | 547 |
| ของแข็งแขวนลอย (SS) | ไม่เกิน | 200 | mg/l | 6 | 4 | 2 | <5.0 | <5.0 | <5.0 |
| 3. ระดับเสียง | | | | | | | | | |
| 3.1 ภายในโรงงาน | | | | | | | | | |
| ระดับเสียงเฉลี่ย 8 ชั่วโมง ในบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงาน | ไม่เกิน | 90 | dB(A) | 85 | 85 | 82.7 | 86.4 | 83 | 82 |
| ระดับเสียงสูงสุดในพื้นที่ปฏิบัติงาน | ไม่เกิน | 140 | dB(A) | 122 | 108 | - | - | - | - |
| 3.2 ในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน | | | | | | | | | |
| ระดับเสียงเฉลี่ย 24 ชั่วโมง ในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน | ไม่เกิน | 70 | dB(A) | 66.7 | 60.8 | 63.8 | 65.1 | 65.1 | 68.6 |
| ระดับเสียงสูงสุดในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน | ไม่เกิน | 115 | dB(A) | 95.8 | 93.3 | - | - | 73.3 | 88.2 |
| ค่าระดับการรบกวน | ไม่เกิน | 10 | dB(A) | 7.9 | 6 | 5 | 5.1 | 5.1 | 5.3 |

| ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากร | เป้าหมาย | | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--|----------|-------|------|------|------|------|------|------|
| 4. การรั่วไหลของสารเคมี | | | | | | | | |
| จำนวนครั้งการรั่วไหลของสารเคมี | 0 | ครั้ง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5. การดำเนินงานตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม | | | | | | | | |
| ค่าปรับจากการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับกฎหมายสิ่งแวดล้อม | 0 | บาท | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| จำนวนครั้งของการดำเนินงานไม่เป็นไปตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม | 0 | ครั้ง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6. บัณฑิตเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากภายนอก | | | | | | | | |
| จำนวนครั้งบัณฑิตเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากภายนอก | 0 | ครั้ง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

หมายเหตุ : อ้างอิงค่ามาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดดังนี้

1. ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการปล่อยทิ้งอากาศเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2549
2. ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2538) เรื่อง กำหนดมาตรฐานคุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไป
3. ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 24 (พ.ศ.2547) เรื่อง กำหนดมาตรฐานคุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไป
4. ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 33 (พ.ศ.2552) เรื่อง กำหนดมาตรฐานค่าก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ในบรรยากาศโดยทั่วไป
5. ประกาศกรมวิทย์สาธารณสุขแห่งประทศไทย ที่ 76/2560 เรื่อง กำหนดมาตรฐานทั่วไปในการระบายน้ำเสียลงสู่ระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในนิคมอุตสาหกรรม
6. ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 15 (พ.ศ.2540) เรื่อง กำหนดมาตรฐานระดับเสียงโดยทั่วไป
7. กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหาร จัดการ และดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับความร้อน แสงสว่าง และเสียง พ.ศ.2559
8. ประกาศกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน เรื่องมาตรฐานความเข้มข้นของแสงสว่าง พ.ศ.2560
9. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดค่ามาตรฐานมลพิษทางเสียงอันเกิดจากการประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2561
10. ประกาศกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน เรื่อง มาตรฐานระดับเสียงที่ยอมให้ลูกจ้างได้รับเฉลี่ยตลอดระยะเวลาการทำงานในแต่ละวัน พ.ศ.2561

การบริหารจัดการกากอุตสาหกรรม

| ข้อมูลการจัดการกากอุตสาหกรรม | หน่วย | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 | 2567* |
|--|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1. ปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมดที่นำไปกำจัด | | | | | | | |
| โดยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) | ตัน | 53.84 | 26.48 | 37.84 | 41.78 | 67.31 | 40.16 |
| โดยวิธีอื่นๆ ได้แก่ | | | | | | | |
| - คัดแยกประเภทเพื่อจำหน่ายต่อ | ตัน | 459.11 | 276.41 | 356.19 | 351.15 | 492.28 | 309.64 |
| 2. ปริมาณของเสียอันตรายทั้งหมดที่นำไปกำจัด | | | | | | | |
| โดยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) | ตัน | - | 0.14 | - | - | - | - |
| โดยวิธีอื่นๆ ได้แก่ | | | | | | | |
| - ทำเชื้อเพลิงผสม และ ฝังกลบอย่างปลอดภัย เมื่อทำการปรับเสถียรหรือทำเป็นก้อนแข็งแล้ว | ตัน | 19.98 | 12.65 | 21.21 | 21.73 | 21.61 | 11.96 |

หมายเหตุ: *ข้อมูลเดือนมกราคม – กันยายน 2567

สังคม

สุขภาพและความปลอดภัย

| ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย | เป้าหมาย | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 | หมายเหตุ |
|---|----------|------|------|------|------|----------|
| อุบัติเหตุรุนแรงถึงขั้นหยุดงาน (ราย) | | | | | | |
| • พนักงาน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| • ผู้รับเหมา | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| อุบัติเหตุไม่หยุดงาน (ราย) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| อัตราการความถี่การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost-Time Injury Frequency Rate: LTIFR) | | | | | | |
| • พนักงาน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| • ผู้รับเหมา | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| การเสียชีวิตจากการทำงาน | | | | | | |
| • พนักงาน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| • ผู้รับเหมา | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | - |
| การดำเนินงานสำเร็จตามแผนงานความปลอดภัย | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | - |
| โครงการป้องกันอุบัติเหตุผ่าน กิจกรรม S-SFM ⁽¹⁾ สำเร็จตามแผนงาน (%) | 100 | 100 | 100 | 75 | 75 | - |
| โครงการมาตรฐานเครื่องจักรด้านความปลอดภัยผ่านกิจกรรม TCC Safety Activity สำเร็จตามแผนงาน (%) | 100 | 100 | 100 | 75 | 75 | - |

หมายเหตุ : (1) S-SFM ย่อมาจาก Safety-Shop Floor Management คือ กิจกรรมการบริหารระบบการจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงานแบบมีส่วนร่วมทุกระดับ

(2) TCC Safety Activity คือ กิจกรรมด้านความปลอดภัยที่ทำร่วมกับชมรมความร่วมมือโตโยต้า โดยมีสมาชิกทั้งหมด 99 บริษัท

(3) ข้อมูลเดือนมกราคม – กันยายน 2567

ทรัพยากรบุคคล

| ด้านทรัพยากรบุคคล | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--|--------|--------|--------|--------|
| จำนวนพนักงานทั้งหมด⁽¹⁾ (คน) | 1,211 | 1,228 | 1,141 | 1,038 |
| • ชาย | 593 | 610 | 566 | 510 |
| • หญิง | 618 | 618 | 575 | 528 |
| พนักงานใหม่ทั้งหมด⁽²⁾ (คน) | 218 | 692 | 370 | 381 |
| พนักงานที่ลาออกทั้งหมด⁽³⁾ (คน) | 810 | 656 | 456 | 483 |
| • พนักงานลาออก ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี | 598 | 439 | 158 | 323 |
| • พนักงานลาออก ที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป | 212 | 217 | 298 | 160 |
| อัตราการลาออก (% ของพนักงานทั้งหมด) | 66.87% | 53.42% | 39.96% | 46.53% |
| การลาคลอดบุตร⁽⁴⁾ (คน) | | | | |
| • พนักงานที่ลาคลอดบุตร | 12 | 58 | 33 | 34 |
| • พนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากคลอดบุตร | 11 | 51 | 28 | 30 |
| อัตราการกลับมาทำงานหลังจากคลอดบุตร (%) | 91.67% | 87.93% | 84.85% | 88.23% |

- หมายเหตุ : (1) รวมพนักงานสัญญาจ้าง
(2) ไม่รวมพนักงานสัญญาจ้าง
(3) รวมพนักงานสัญญาจ้าง
(4) ไม่รวมพนักงานสัญญาจ้าง

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ



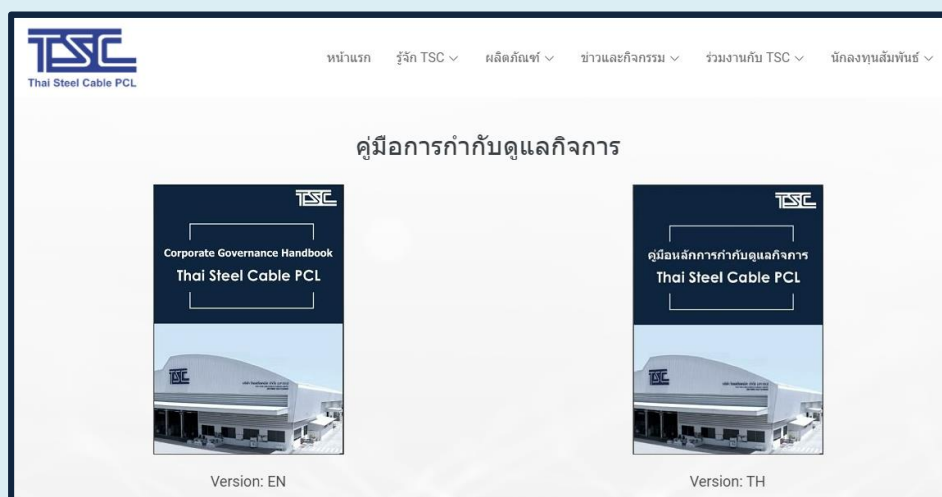
บริษัทกำหนดให้มีจรรยาบรรณเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ดีสำหรับคณะกรรมการผู้บริหาร และพนักงานยึดถือปฏิบัติ เนื่องจากบริษัทเชื่อว่าแนวทางที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ดีขึ้น รวมทั้งมุ่งมั่นที่จะป้องกันและป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดจรรยาบรรณ

ในปี 2567 บริษัทพบว่าไม่มีการปฏิบัติที่เป็นการละเมิดจรรยาบรรณตามที่บริษัทกำหนดไว้ จรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัท มีดังนี้

- จรรยาบรรณต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- จรรยาบรรณว่าด้วยการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน
- จรรยาบรรณว่าด้วยวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และการเป็นกลางทางการเมือง
- จรรยาบรรณว่าด้วยการขัดแย้งทางผลประโยชน์
- จรรยาบรรณว่าด้วยรายการที่เกี่ยวข้องกัน
- จรรยาบรรณว่าด้วยการรักษาความลับและการใช้ข้อมูลภายใน
- จรรยาบรรณว่าด้วยการให้ หรือรับของขวัญ หรือทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด
- จรรยาบรรณว่าด้วยการสื่อสารการตลาด
- จรรยาบรรณว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา
- จรรยาบรรณว่าด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ซึ่งเผยแพร่อยู่ในคู่มือหลักการทำกับดูแลกิจการ

(ดาวน์โหลดได้ที่ <https://www.tscpcl.com/th/คู่มือการทำกับดูแลกิจการ>)



เศรษฐกิจ

| งบการเงินของบริษัท ณ 30 กันยายน Financial Statement as of September 30 | 2565 | 2566 | 2567 |
|--|-------|-------|-------|
| ผลการดำเนินงาน (Operating Performance) (หน่วย: ล้านบาท / Unit: Million Baht) | | | |
| รายได้จากการขาย Revenues from Sales | 2,645 | 2,907 | 2,683 |
| รายได้ทั้งหมด Total Revenues | 2,661 | 2,914 | 2,730 |
| ค่าใช้จ่ายรวม Total Expenses | 2,451 | 2,636 | 2,436 |
| กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ Earnings Before Financial Costs and Income Tax | 217 | 284 | 300 |
| กำไรสุทธิ Net Earnings | 209 | 279 | 295 |
| ฐานะทางการเงิน (Financial Situation) (หน่วย: ล้านบาท / Unit: Million Baht) | | | |
| สินทรัพย์หมุนเวียน Current Assets | 1,261 | 1,168 | 1,144 |
| สินทรัพย์รวม Total Assets | 2,378 | 2,289 | 2,215 |
| หนี้สินรวม Total Liabilities | 832 | 730 | 676 |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น Shareholders' Equity | 1,546 | 1,559 | 1,539 |
| กำไรสุทธิต่อหุ้น Earnings per Share (EPS) | 0.80 | 1.07 | 1.14 |
| เงินปันผลต่อหุ้น Dividend per Share | 1.00 | 1.20 | 1.20 |
| มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น Book Value per Share | 5.95 | 6.00 | 5.93 |
| อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratios) | | | |
| อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) Debt/Equity Ratio (Times) | 0.54 | 0.47 | 0.44 |
| อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้รวม (ร้อยละ) Net Earnings Margin (%) | 8 | 10 | 11 |
| อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ) Return on Equity (ROE) (%) | 13 | 18 | 19 |
| อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ร้อยละ) Return on Asset (ROA) (%) | 9 | 12 | 13 |

สรุปกิจกรรม ประจำปี 2567

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|---|--|--|--|
| 1 | <p>TSC Virtual MD Talk กิจกรรม ผู้บริหารพบปะ พนักงาน บริษัทจัดให้มีกิจกรรม MD Talk ซึ่งในปี 2564 นี้ได้จัดกิจกรรมต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 กิจกรรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการพบปะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างผู้บริหารและพนักงาน เป็นกิจกรรมที่จะมีการสื่อสารผลการดำเนินงานของบริษัท แจ้งข่าวสารสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในหลายมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 เพื่อให้พนักงานทุกระดับเข้าถึงข้อมูล และทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น</p> | <p>TSC New Year Gift 2022 TSC จัดทำหน้ากาผ้า Concept Rise 2022 เพื่อมอบให้กับพนักงานทุกคน เป็นของขวัญปีใหม่ และสามารถนำไปใช้ได้ในทุกๆ โอกาส</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ ผลักดันและบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควโรน้าภายในบริษัท</p> | <p>TSC งานวัด “งานวัดที่ไม่มีวัด” บริษัทฯ จัดกิจกรรม TSC งานวัด เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นในพื้นที่บริษัทโดยมีชุดกิจกรรมแจกของรางวัล Food truck หนังสือกลางแปลง และ Lucky draw</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ เพื่อให้พนักงานมีขวัญ กำลังใจ และเป็น การขอบคุณพนักงานสำหรับความเหนื่อยล้าในการทำงานตลอดทั้งปีที่ผ่านมา</p> | <p>TSC Feel Good เนื่องจากมีพนักงานประสบอุบัติเหตุ จนไม่สามารถกลับมาทำงานได้อีก บริษัทฯ จึงจัดกิจกรรมรับเงินบริจาคช่วยเหลือเพื่อนที่ประสบอุบัติเหตุ โดยบริษัทฯ สมทบเพิ่มให้เต็มจำนวน</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ เพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจ และช่วยเหลือพนักงานในยามที่ขาดแคลนรายได้ในการเลี้ยงตัวเองและครอบครัว</p> |

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|---|--|--|---|
| 2 | <p>กิจกรรม ฉีดวัคซีนโควิด ไม่เสียสิทธิ์วันลา</p> <p>เป็นกิจกรรมที่สนับสนุนให้พนักงานภายในบริษัทฯ ไปฉีดวัคซีนป้องกันโควิด 19 โดยพนักงานจะไม่เสียสิทธิ์วันลาใดๆ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานอยากมีส่วนร่วมในการดูแลตัวเองในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิดรุนแรง</p> | <p>กิจกรรม TSC Vaccine จัดให้ “เข็มกระตุ้น”</p> <p>“เป็นอีก 1 กิจกรรมที่ทางบริษัทฯ ได้จัดหาวัคซีนป้องกันโควิด “Moderna” ให้กับพนักงานทุกคน รวมถึงผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานภายในบริษัทฯ จำนวนคนละ 1 เข็ม เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับพนักงานและให้ทุกคนสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้ตามปกติ”</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ</p> <p>ป้องกันและจัดการความเสี่ยง พร้อมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันให้กับพนักงานทุกคนในบริษัท</p> | <p>TSC Singing Contest</p> <p>กิจกรรมการประกวดร้องเพลงเพื่อเพิ่มหาพนักงานที่มีความสามารถในการร้องเพลงโดยมีการจัดประกวดแบ่งเป็นรอบคัดเลือก รอบ Battle และรอบ Final โดยผู้ชนะจะได้รับรางวัลและเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ในการประกวดร้องเพลงในงานต่างๆ</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ</p> <p>พนักงานได้แสดงความสามารถและเป็นกิจกรรมที่ให้ความบันเทิงแก่พนักงานเพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน</p> | <p>TSC แฮะ & แฮร์</p> <p>กิจกรรมประกวดภาพถ่ายใน Concept “มุมมองน่ามองใน TSC” เพื่อชิงเงินรางวัล</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ</p> <p>เป็นการสร้างภาพลักษณ์ และประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่น่าสนใจภายใน TSC ให้กับบุคคลภายนอกได้รับทราบและสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน</p> |

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|--|--|---|--|
| 3 | <p>กิจกรรม TSC Vaccinated "Post & Share"</p> <p>กิจกรรมที่สนับสนุนให้พนักงานทุกคนที่ไปฉีดวัคซีนป้องกันโควิด ได้มีส่วนร่วมในการรณรงค์ให้เพื่อนๆ ไปฉีดวัคซีน พร้อมทั้งให้มีการโพสต์ และแชร์ภาพถ่ายในการไปรับวัคซีน และนำมารับคู่มือมูลค่า 100 บาท</p> | <p>กิจกรรม WOW MOM บอกรักแม่แบบว่า ว้าว</p> <p>ให้พนักงานร่วมสนุกในการส่งคลิปบอกรักแม่ในเทศกาลวันแม่ โดยแบ่งการคัดเลือกคลิปสุดว้าว เป็น 2 ส่วน ทั้งใน ส่วนโรงงาน และส่วนสำนักงาน โดยรางวัลให้กับผู้ที่ได้รับการกดไลค์และแชร์มากที่สุด ส่วนงานละ 1 รางวัล รางวัลละ 5,000 บาท</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ</p> <p>สร้างการมีส่วนร่วมกันระหว่างพนักงานด้วยกัน เพื่อสร้างความผูกพันที่ดีต่อกัน อันจะนำไปสู่องค์กรแห่งความสุข</p> | <p>TSC Birthday (We Love TSC)</p> <p>บริษัทฯ จัดกิจกรรมในวาระที่ TSC ครบรอบ 45 ปี โดยในงานได้มอบรางวัลอายุงานในระดับต่างๆ พร้อมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อขอบคุณพนักงานที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมาเป็นระยะเวลาาน</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ</p> <p>สร้างการมีส่วนร่วมกันระหว่างพนักงาน และสร้างความผูกพันในองค์กรให้เกิดขึ้น พร้อมเป็นการตอบแทนและเป็นการกำลังใจในการทำงานของพนักงานด้วย</p> | <p>TSC แฮะ & แฮร์ (We're Plus)</p> <p>กิจกรรมประกวดภาพถ่ายใน Concept "TSC++" ถ่ายรูปสวยงามๆ กับเสื้อยืด TSC Logo TSC+++</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ</p> <p>เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจตรงกันใน Concept การทำงานในแต่ละปี และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและหัวหน้างาน</p> |

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|--|--|--|--|
| 4 | <p>กิจกรรม TSC Vaccine “เป็นอีก 1 กิจกรรมที่ทางบริษัทฯ ได้จัดหาวัคซีนป้องกันโควิด “ซิโนฟาร์ม” ให้กับพนักงานทุกคน รวมถึงผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานภายในบริษัทฯ จำนวนคนละ 2 เข็ม เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับพนักงาน และให้ทุกคนสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้ตามปกติ”</p> | <p>กิจกรรม ทันตกรรมเคลื่อนที่ TSC จัดหารถทันตกรรมเคลื่อนที่ เพื่อมาให้บริการพนักงาน TSC ในการ อุด ขูด ถอน ไม่ต้องสำรองจ่าย โดยใช้ผ่านสิทธิ์ทันตกรรมของประกันสังคม</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ สร้างความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร อันเนื่องมาจากบริษัทให้ความสำคัญต่อสุขอนามัยของพนักงานทุกคน</p> | <p>TSC Football Cup 2023 กิจกรรมนี้เป็นการแข่งขันฟุตบอลจากทีมตัวแทนของแต่ละส่วนงานในบริษัท ซึ่งแบ่งเป็น 3 รอบคือรอบคัดเลือก รอบรองชนะเลิศ และรอบชิงชนะเลิศ โดยจัดขึ้นที่สนามฟุตบอลนอกพื้นที่บริษัทฯ</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ สร้างความสามัคคี รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย มีน้ำใจนักกีฬา และให้พนักงานได้แสดงออกถึงความสามารถในด้านกีฬา รวมถึงการสร้างเสริมสุขภาพที่ดี</p> | <p>TSC ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ กิจกรรมตัดบัตรข้าวสารอาหารแห้ง ในวันก่อนการหยุดยาวช่วงเทศกาลปีใหม่ เพื่อเสริมสร้างกำลังใจ และเสริมศรัทธามงคลสำหรับการเดินทางกลับบ้าน</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ สร้างการมีส่วนร่วม รักษาประเพณีไทย และสืบสานวัฒนธรรมไทยอย่างต่อเนื่อง และเปิดโอกาสให้พนักงานได้ทำกิจกรรมร่วมกัน</p> |

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|--|---|---|--|
| 5 | <p>TSC T-shirt TSC จัดทำเสื้อยืดแจกให้กับพนักงาน และให้พนักงานมีส่วนร่วมในการถ่ายรูป การแต่งกาย พร้อมลุ้นรับของรางวัล</p> | <p>GMs Talk Activity เป็นกิจกรรมที่ทางผู้บริหารได้อัปเดต สถานการณ์ของบริษัท รวมถึงแนวโน้ม ในการทำงานในอนาคตเพื่อเตรียมพร้อม รับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และช่วยกันพัฒนาให้บริษัทก้าวไปสู่ เป้าหมายที่ตั้งไว้</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ บริษัทสามารถเข้าถึงพนักงานได้ง่าย มากขึ้น พร้อมทั้งสามารถแลกเปลี่ยน ข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ได้</p> | <p>TSC Feel Good 2023 เป็นกิจกรรมที่ให้พนักงานได้มีโอกาสส่ง ต่อโอกาสให้กับเพื่อนพนักงานที่มีความ เดือดร้อน ต้องการความช่วยเหลือ และ ยังมีกิจกรรมร้องเพลงจากแชมป์ TSC Singing Contest</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ ส่งเสริมให้พนักงานรู้จักแบ่งปันและ ช่วยเหลือผู้อื่นและสังคม พนักงานมี ความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนช่วยเหลือ เพื่อนพนักงานด้วยกัน</p> | <p>TSC Company Profile Contest บริษัทฯ จัดประกวดการออกแบบ Company Profile</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ ส่งเสริมให้พนักงานแสดงความคิด และ พัฒนาปรับปรุง Company Profile ให้ มีความทันสมัย สวยงาม และนำไปใช้ งานต่อได้จริง</p> |

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|---|---|---|--|
| 6 | <p>TSC Run for life challenges เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับกลุ่มผู้บริหาร เป็นระยะเวลา 6 เดือน โดยกำหนด Challenge ในแต่ละเดือน เช่น วิ่งสะสมระยะทาง, ลดน้ำหนัก, ลดสัดส่วน เพื่อให้ผู้บริหารมีสุขภาพที่แข็งแรง</p> | <p>กิจกรรม จูงใจพนักงาน เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงาน ให้กับพนักงานในแต่แผนกที่ไม่มีงานครบ และสามารถทำยอดผลิตได้ตามเป้าหมาย</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ ทำให้บริษัทลดของเสีย และเพิ่มกำลังการผลิตได้</p> | <p>GM Talks Activity เป็นกิจกรรมที่ทางผู้บริหารได้อัปเดตสถานการณ์ของบริษัทฯ รวมถึงแนวโน้มในการทำงานในอนาคตเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นและช่วยกันพัฒนาให้บริษัทก้าวไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ บริษัทสามารถเข้าถึงพนักงานได้ง่ายมากขึ้น พร้อมทั้งสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ได้</p> | <p>GM Talks Activity เป็นกิจกรรมที่ทางผู้บริหารได้อัปเดตสถานการณ์ของบริษัทฯ รวมถึงแนวโน้มในการทำงานในอนาคตเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นและช่วยกันพัฒนาให้บริษัทก้าวไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ และจัดให้มีกิจกรรมทุกเดือน</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ บริษัทสามารถเข้าถึงพนักงานได้ง่ายมากขึ้น พร้อมทั้งสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ได้</p> |

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|------|---|--|--|
| 7 | - | <p>กิจกรรม TSC Sharing แบ่งปันขนมไหว้ให้กับน้องๆ บ้านลอสแอนเจลิส เพราะการให้ไม่มีที่สิ้นสุด</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ ได้แบ่งปันและตอบแทนสังคม สร้างความสุขให้กับสังคมโดยรอบและใกล้เคียง</p> | <p>TSC Blood Donation ร่วมกับสหภาพชาวไทย (สาขามตะนคร จ.ชลบุรี)</p> <p>ตั้งหน่วยรับบริจาคโลหิตในบริษัท ซึ่งช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์แล้ว ยังเป็นโอกาสให้พนักงานได้ร่วมกันทำความดีเพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ป่วยที่ต้องการโลหิตในการรักษาตามโรงพยาบาลต่างๆ</p> | <p>TSC Blood Donation ร่วมกับสหภาพชาวไทย (สาขามตะนคร จ.ชลบุรี)</p> <p>ตั้งหน่วยรับบริจาคโลหิตในบริษัท ซึ่งนอกจากจะเป็นการสนับสนุนให้พนักงานได้ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์แล้ว ยังเป็นโอกาสให้พนักงานได้ร่วมกันทำความดี</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ พนักงานเข้าร่วม 120 คน และจำนวนเลือดที่ได้รับสามารถช่วยเหลือผู้ที่มีความจำเป็นได้กว่า 213 คน</p> |

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|------|---|------|---|
| 8 | | <p>กิจกรรมตรวจ ATK Covid-19 เชิงรุกทางบริษัทฯ ได้จัดหา ATK เชิงรุกให้กับพนักงานทุกคน รวมถึงผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานภายในบริษัทฯ เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ ยับยั้งและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาภายในบริษัทและยับยั้งการแพร่ระบาดออกสู่สังคมภายนอก</p> | - | <p>TSC Football X Amata Group บริษัทต่อยอดกิจกรรมการแข่งขันฟุตบอลภายใน TSC โดยสนับสนุนให้ทีมที่ชนะการแข่งขันในปี 2023 เข้าร่วมกิจกรรมฟุตบอลในกลุ่ม Amata โดยมีบริษัทเข้าร่วมมากกว่า 77 บริษัท โดย TSC สามารถชนะและเข้ารอบ 22 ทีมสุดท้าย</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ สร้างความสามัคคี ความมุ่งมั่นพยายาม และทุ่มเท ในทีมนักกีฬา รวมถึงสร้างความสามัคคี Teamwork ระหว่างนักกีฬาและกองเชียร์ด้วยกัน</p> |

| ลำดับ | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------|------|------|------|---|
| 9 | - | - | - | <p>TSC Birthday 46 ปี บริษัทฯ จัดกิจกรรมในวาระที่ TSC ครบรอบ 46 ปี โดยมีกิจกรรม มั่นสิ่ Fun กัน จัดคอนเสิร์ตรถแห่ พร้อม บริการอาหาร เครื่องดื่ม และรางวัล ทองคำให้พนักงานร่วมสนุกจับฉลาก และกิจกรรม Thank you day มอบรางวัลให้พนักงานในอายุงาน ระดับต่างๆ</p> <p>ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ เสริมสร้างการมีส่วนร่วมกันระหว่าง พนักงาน สร้างความผูกพันใน องค์กรให้เกิดขึ้น พร้อมเป็นการตอบ แทนและเป็นกำลังใจในการทำงาน ของพนักงานด้วย</p> |

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม)

บริษัทจัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทในด้านต่างๆ ซึ่งผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี 2567 เป็นดังนี้

หน่วย: ร้อยละ

| ความพึงพอใจของลูกค้า | เป้าหมาย | 2564 | 2565 | 2566 | 2567 |
|-------------------------|----------|------|------|------|------|
| คุณภาพ (Quality) | 90 | 86 | 89 | 88 | 88 |
| ราคา (Cost) | 70 | 82 | 85 | 81 | 85 |
| การส่งมอบ (Delivery) | 90 | 89 | 90 | 90 | 90 |
| งานใหม่ (New model) | 90 | 98 | 97 | 97 | 99 |
| ความพึงพอใจเฉลี่ยโดยรวม | 85 | 86 | 88 | 87 | 88 |

หมายเหตุ: คะแนนเต็มร้อยละ 100



เนื่องจากผลจากการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้นในปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม ในปี 2567 ความพึงพอใจเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับร้อยละ 88

ในปีถัดไปจึงถือว่าเป็นความท้าทายและเป็นแรงผลักดัน ให้บริษัทต้องมุ่งมั่นพัฒนาและยกระดับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บทสรุปผู้บริหาร

Executive Summary

หลังจากที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในหลายประเทศได้รับการควบคุมและเริ่มฟื้นตัวไปในทางที่ดีขึ้น ประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในประเทศที่กำลังก้าวเข้าสู่ภาวะที่ใกล้เคียงปกติ โดยมีการยืดหยุ่นและปรับตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ ในเวลาเดียวกันห่วงโซ่การผลิตรถยนต์ยังมีปัญหาเรื่องการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์ ซึ่งเกิดขึ้นจากผลกระทบของเหตุการณ์ต่างๆ ในปีก่อน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยในปี 2566 จะเห็นว่ามีแนวโน้มของการฟื้นตัวจากนโยบายการเร่งลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานหลายโครงการของภาครัฐ และการขยายตัวต่อเนื่องของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์และโลจิสติกส์ ตลอดจนการฟื้นตัวของธุรกิจท่องเที่ยว หลังการเปิดประเทศมากขึ้น ช่วยหนุนความต้องการรถเพื่อการพาณิชย์และผู้ประกอบการมีแผนเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่เพื่อกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะรถยนต์ไฟฟ้าที่ตอบรับนโยบายอุดหนุนของภาครัฐ

อย่างไรก็ตาม จากความท้าทายในครั้งนี บริษัทยังสามารถรักษาสภาพคล่องทางการเงินและความมั่นคงของบริษัทให้ผ่านไปได้ด้วยดี จากปัจจัยสำคัญ คือ การควบคุมค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยยังคงรักษาคุณภาพเช่นเดิม ทั้งนี้บริษัทยังคงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ากลุ่มบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ชั้นนำ ในการศึกษาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งคำนึงถึงการสร้างกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดในทุกกระบวนการทำงาน และตามมาตรฐานของ ISO14001 บริษัทมีการจัดการถ่ายถอดและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งภายในและระหว่างองค์กร รวมทั้งคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามจากความท้าทายในครั้งนี บริษัทยังสามารถรักษาสภาพคล่องทางการเงินและความมั่นคงของบริษัทให้ผ่านไปได้ด้วยดีจากปัจจัยสำคัญในการควบคุมค่าใช้จ่ายและต้นทุนการผลิตอย่างต่อเนื่องโดยยังคงรักษาคุณภาพเช่นเดิม

บริษัทยังคงความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งการตลาดสำหรับสายควบคุมเป็นอันดับหนึ่งของภูมิภาคอาเซียน โดยมีลูกค้าเป็นกลุ่มบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ชั้นนำ รวมทั้งได้รับความไว้วางใจจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ให้เป็นผู้ผลิตและออกแบบสายควบคุมในรถยนต์รุ่นใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งในไทยและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และจากความท้าทายในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีหรือการเปลี่ยนแปลงตามระบบเศรษฐกิจ บริษัทตระหนักถึงความจำเป็นในการขยายขีดความสามารถ พัฒนาการกระบวนการดำเนินงานควบคู่กับการทำงานวิจัยและพัฒนา คิดค้นโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยลดต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรักษา

คุณภาพเช่นเดิม และสร้างกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมกับจัดการถ่ายถอดและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งภายใน ระหว่างองค์กร และคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีเป้าหมายหลักที่จะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในระดับโลก ซึ่งบริษัทตระหนักว่าปัจจัยสำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ บริษัทจะต้องดำเนินการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควบคุมกระบวนการและต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้างช่องทางการตลาดใหม่ควบคู่กับการเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น

ส่วนการรักษาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามความต้องการของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์นั้น บริษัทได้ปรับปรุงระบบการผลิตให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อจะผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานระดับสากลและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า มีการพัฒนาสายการผลิตไปสู่ระบบอัตโนมัติซึ่งช่วยลดความผิดพลาดและลดจำนวนแรงงานคนในกระบวนการผลิต รวมถึงระบบงานอื่นๆ เช่น ระบบคลังสินค้าและระบบการขนส่ง ก็มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อีกปัจจัยที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์คือ การวิจัยพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ บริษัทได้ร่วมออกแบบและแก้ปัญหาลูกค้าผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้ผลิตรถยนต์ทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเข้าร่วมโครงการวิจัยกับสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศไทยในการพัฒนาคุณภาพเชิงวิศวกรรม โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาพัฒนาซึ่งเป็นการสานต่อวิสัยทัศน์ “เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ระดับโลก” ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมตระหนักถึงความยั่งยืนของทุกภาคส่วนตลอดไป



TO BE WORLD CLASS AUTOMOTIVE PART MANUFACTURER

ในขณะที่มีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันนั้น บริษัทยังคงยึดมั่นดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายให้ครอบคลุมทุกด้าน ตั้งแต่ **ด้านเศรษฐกิจ** บริษัทสร้างคุณค่าโดยเป้าหมายสูงสุดไม่ใช่เพียงแค่การทำกำไร แต่เป็นการสร้างประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศผ่านมูลค่าจากผลประกอบการและการกระจายรายได้ไปสู่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง **ด้านสิ่งแวดล้อม** บริษัทมุ่งมั่นดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและรักษาสมดุลระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยมีระบบการจัดการอากาศ น้ำ เสียง ของเสีย และพลังงาน ตลอดจนกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพ มีการทบทวนและขยายขอบเขตระบบบริหารจัดการไปยังผู้ผลิตชิ้นส่วนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนได้รับคัดเลือกจากลูกค้าให้เป็นบริษัทต้นแบบของผู้ผลิตชิ้นส่วนของลูกค้า เพื่อให้ความรู้ด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัย **ด้านสังคม** มีการทำกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อพนักงาน รวมไปถึงคนในชุมชน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีและความสุขอย่างยั่งยืน **ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ** บริษัทเป็นที่ยอมรับจากผู้ผลิตยานยนต์ชั้นนำมากมายอันเห็นได้จากรางวัลคุณภาพและบริการที่ได้รับในปีที่ผ่านมา ซึ่งทั้งหมดอยู่ภายใต้การปฏิบัติตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรมสามารถตรวจสอบได้ มีระบบการจัดการและบริหารความเสี่ยง ได้รับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) อีกทั้งมีการรายงานและเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารถึงการดำเนินงานของบริษัทด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจและมั่นใจในการดำเนินงานเรื่องความยั่งยืนของบริษัทและให้ความร่วมมือกับบริษัท **“ร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมทำ ร่วมกันแบ่งปัน”** คือหัวใจสำคัญที่จะผลักดันการก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงบนเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี ขับเคลื่อนสังคมให้เจริญก้าวหน้าอย่างแข็งแกร่งทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อสร้างให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกันต่อไป



ตัวชี้วัดตามกรอบแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนระดับสากล (GRI content index)

| GRI Standards | Descriptions | Page |
|---|--|-------------|
| General Standard Disclosures | | |
| Strategy and Analysis | | |
| GRI 102-14 | Provide a statement from the most senior decision-maker of the organization | 5, 10 |
| GRI 102-15 | Provide a description of key impacts, risks, and opportunities | |
| Organizational Profile | | |
| GRI 102-1 | Report the name of the organization | Front Cover |
| GRI 102-2 | Report the primary brands, products, and services | 9, 11-16 |
| GRI 102-3 | Report the location of the organization's headquarters | 11 |
| GRI 102-4 | Report the number of countries where the organization operates | 8 |
| GRI 102-5 | Report the nature of ownership and legal form | 11 |
| GRI 102-6 | Report the markets served including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries | 12-14 |
| GRI 102-7 | Report the scale of the organization | 8, 11 |
| GRI 102-8 | Report types of employees and their classification (such as gender, permanent employee, region, substantial portion and significant variations) | 101 |
| GRI 102-9 | Describe the organization's supply chain | 9 |
| GRI 102-10 | Report any significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain | 11 |
| GRI 102-12 | List externally developed economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or which it endorses | 18-19 |
| Identified Material Aspects and Boundaries | | |
| GRI 102-45 | Organizational consolidated financial statements or equivalent documents status | 37 |
| GRI 102-46 | The process for defining the report content and the Aspect Boundaries, and how the organization has implemented the Reporting Principles for Defining Report Content | 37-38 |
| GRI 102-47 | List all the material Aspects identified in the process for defining report content | 2-3 |

| GRI Standards | Descriptions | Page |
|---|---|-------------|
| GRI 102-49 | Significant changes from previous reporting periods in the Scope and Aspect Boundaries | 37 |
| GRI 103-1 | For each material Aspect, report the Aspect Boundary within the organization | 39-42 |
| Stakeholder Engagement | | |
| GRI 102-40 | A list of stakeholder groups engaged by the organization | 31-35 |
| GRI 102-42 | The basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage | 31-35 |
| GRI 102-43 | The organizational approach to stakeholder engagement | 31 |
| GRI 102-44 | The key topics and concerns raised through stakeholder engagement and how the organization has responded to those key topics and concerns | 31-35 |
| Report Profile | | |
| GRI 102-50 | Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided | 37 |
| GRI 102-51 | Date of most recent previous report (if any) | 37 |
| GRI 102-52 | Reporting cycle (such as annual, biennial) | 37 |
| GRI 102-53 | The contact point for questions regarding the report or its contents | 37 |
| GRI 102-55 | The organizational performance “in accordance” with GRI content Index, or the reference to the External Assurance Report | 160-166 |
| Governance | | |
| GRI 102-18 | The governance structure of the organization, including committees of the highest governance body | 17 |
| Ethics and Integrity | | |
| GRI 102-16 | The organizational values, principles, standards and norms of behavior such as codes of conduct and codes of ethics | 22-26 |
| SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE | | |
| Category : Economic | | |
| Economic Aspect : Economic Performance | | |
| GRI 103-1 | Explanation of the material topic and its Boundary | 27-29 |
| GRI 201-1 | Direct economic value generated and distributed | 27-29 |
| GRI 201-2 | Financial implications and other risks and opportunities for the organizational activities due to climate change | 62 |
| GRI 201-4 | Financial assistance received from government | 55 |
| Economic Aspect : Market Presence | | |
| GRI 202-2 | Proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation | 101 |

| GRI Standards | Descriptions | Page |
|---|---|---------|
| Economic Aspect : Indirect Economic Impact | | |
| GRI 203-1 | Development and impact of infrastructure investments and services supported | 129-133 |
| Category : Environmental | | |
| Environmental Aspect : Materials | | |
| GRI 301-1 | Materials used by weight or volume | 139-142 |
| Environmental Aspect : Energy | | |
| GRI 103-2 | Disclosure on management approach for Energy of Environmental Aspect | 88 |
| GRI 302-1 | Energy consumption within the organization | 89 |
| GRI 302-4 | Reduction of energy consumption | 89 |
| Environmental Aspect : Water | | |
| GRI 103-2 | Disclosure on management approach for Water of Environmental Aspect | 91 |
| GRI 303-1 | Total water withdrawal by source | 93 |
| Environmental Aspect : Emissions | | |
| GRI 305-1 | Direct greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 1) | 100 |
| GRI 305-2 | Energy indirect greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 2) | 100 |
| GRI 305-4 | Greenhouse gas (GHG) emissions intensity | 62, 100 |
| GRI 305-5 | Reduction of greenhouse gas (GHG) emissions | 100 |
| GRI 305-6 | Emissions of ozone-depleting substances (ODS) | 96-97 |
| GRI 305-7 | NO _x , SO _x , and other significant air emissions | 96 |
| Environmental Aspect : Effluents and Waste | | |
| GRI 306-1 | Total water discharge by quality and destination | 96 |
| GRI 306-2 | Total weight of waste by type and disposal method | 94 |
| Environmental Aspect : Supplier Environment Assessment | | |
| GRI 308-1 | Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria | 74 |
| Category : Social | | |
| Sub-category : Labor Practices and Decent Work | | |
| Labor Practices and Decent Work Aspect : Employment | | |
| GRI 401-1 | Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender and region | 144 |
| GRI 401-2 | Benefits provided to full - time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operation | 101-103 |

| GRI Standards | Descriptions | Page |
|---|--|---------|
| Labor Practices and Decent Work Aspect : Labor / Management Relations | | |
| GRI 403-1 | Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs | 78 |
| GRI 403-2 | Type of injury and rates of injury, occupational diseases rete, lost days and absenteeism and total number of work - related fatalities, by region and by gender | 79 |
| GRI 403-4 | Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions | 79-82 |
| Labor Practices and Decent Work Aspect : Training and Education | | |
| GRI 404-1 | Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category | 109 |
| GRI 404-2 | Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them managing career endings | 109-110 |
| GRI 404-3 | Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category | 111 |
| Labor Practices and Decent Work Aspect : Diversity and Equal Opportunity | | |
| GRI 405-1 | Composition of governance bodies and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity | 101 |
| Labor Practices and Decent Work Aspect : Supplier Assessment for Labor Practices | | |
| GRI 414-1 | Percentage of new suppliers that were screened using labor practices criteria | 74 |
| GRI 414-2 | Significant actual and potential negative impacts for labor practices in the supply chain and actions taken | 71 |
| Labor Practices and Decent Work Aspect : Labor Practices Grievance Mechanisms | | |
| GRI 103-2 | Number of grievances about labor practices filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms | 40 |
| Sub-category : Human Rights | | |
| Human Rights Aspect : Assessment | | |
| GRI 412-1 | Total number of percentage of operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments | 104-107 |

| GRI Standards | Descriptions | Page |
|---|---|-------|
| Human Rights Aspect : Human Rights Grievance Mechanisms | | |
| GRI 103-2 | Number of grievances about human rights impacts filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms | 106 |
| Category : Social | | |
| Sub-category : Society | | |
| Society Aspect : Anti-corruption | | |
| GRI 205-1 | Total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption and the significant risks identified | 53-54 |
| GRI 205-2 | Communication and training on anti-corruption policies and procedures | 53-54 |
| Society Aspect : Supplier Assessment for Impacts on Society | | |
| GRI 414-1 | Percentage of new suppliers that were screened using criteria for impacts on society | 74 |
| Category : Social | | |
| Sub-category : Product Responsibility | | |
| Product Responsibility Aspect : Customer Health and Safety | | |
| GRI 416-1 | Percentage of significant product and service categories for which health and safety impacts are assessed for improvement | 87 |
| GRI 416-2 | Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning the health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes | 87 |
| Product Responsibility Aspect : Product and Service Labeling | | |
| GRI 417-2 | Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and services information and labeling, by type of outcomes | 87 |
| GRI 102-43 | Results of surveys measuring customer satisfaction | 85-86 |
| Product Responsibility Aspect : Customer Privacy | | |
| GRI 418-1 | Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data | 86 |



Thai Steel Cable Public Company Limited

700/737 Moo.1 Tambol Panthong,
Amphur Panthong Chonburi 20000



+66 38 447 200-05



thaisteel@tscpcl.com



@tscpcl



TSC PCL