



### 3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

#### 3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ควบคู่กับการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล เป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนและการสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ท่ามกลางบริบทแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงได้พัฒนาแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ธุรกิจและการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน (business resilience) และความพร้อมในการกำกับดูแลเพื่อให้สามารถบริหารจัดการผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสจากการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสมและเป็นระบบ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในปรัชญาการดำเนินธุรกิจ “คนดี สินค้าดี และสังคมดี” มาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ปรัชญาดังกล่าวสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรควบคู่กันอย่างสมดุล บริษัทฯ จึงยึดถือแนวคิดนี้เป็นกรอบในการพัฒนาองค์กรและการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ โดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อสนับสนุนการเติบโตขององค์กรควบคู่กับการพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืนในระยะยาว



ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ทบทวนและปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมายขององค์กรให้สอดคล้องกับทิศทาง การดำเนินธุรกิจในอนาคตและบริบทที่เปลี่ยนแปลง และความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นแพลตฟอร์มพาณิชย์แบบบูรณาการที่สามารถส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง นอกจากการเติบโตทางธุรกิจแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค คู่ค้า และสังคม ตลอดจนการพัฒนาองค์กร บุคลากร และเครือข่ายพันธมิตรให้สามารถเติบโตไปพร้อมกันอย่างมั่นคง

เพื่อให้วิสัยทัศน์และทิศทางองค์กรดังกล่าวสามารถขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ จึงกำหนด “นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน” เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานที่คำนึงถึงผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์ การดำเนินงาน และการตัดสินใจทางธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ทบทวนและปรับปรุงนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และแนวปฏิบัติและมาตรฐานระดับสากลด้านความยั่งยืน อาทิ แนวปฏิบัติในการตรวจสอบธุรกิจอย่างรอบด้านของ OECD สำหรับการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อ (OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct) หลักสากล 10 ประการของ UN Global Compact ในประเด็นสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน เป้าหมายสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (UN Sustainable Development Goals: UN SDGs) และมาตรฐานจัดการตามระบบ ISO ในด้านต่าง ๆ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดสาระสำคัญของนโยบายเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้



### ด้านสิ่งแวดล้อม

ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า ลดและควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงการจัดการพลังงาน น้ำ และของเสียอย่างเหมาะสม ตลอดจนสนับสนุนการดำเนินงานที่มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวต่อความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

### ด้านสังคมและชุมชน

ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และความปลอดภัยในการทำงาน ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การดูแลลูกค้าอย่างรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งคำนึงถึงการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

### ด้านเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล

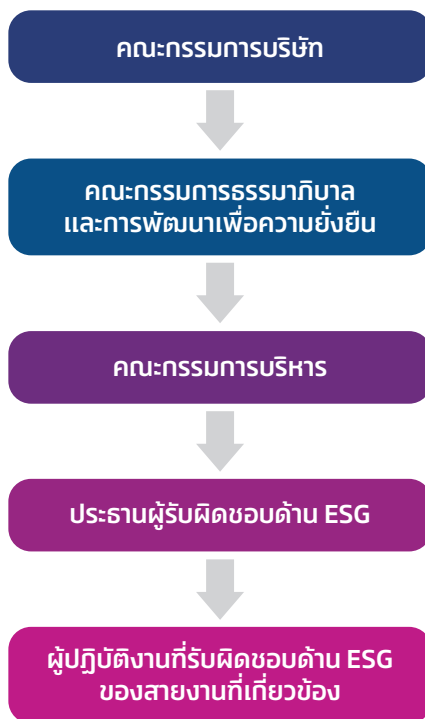
ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมทั้งบริหารความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมจริยธรรมทางธุรกิจและการต่อต้านการทุจริต ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลที่ต้องการ ครบถ้วน และตรวจสอบได้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ศึกษานโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพิ่มเติมได้ที่ [www.icc.co.th](http://www.icc.co.th)

### การกำกับดูแลการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ อยู่ระหว่างพัฒนาโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจ โดย ณ ปัจจุบันบริษัทฯ ยังไม่ได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ ICC อย่างเป็นทางการ และมีแผนจัดตั้งคณะทำงานดังกล่าวภายในปี 2569 เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทำหน้าที่ติดตามและกำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานการกำกับดูแลและความยั่งยืนเป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินงานในภาพรวม ร่วมกับผู้บริหารระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหารจากสายงานหลักรวม 8 คน ทำหน้าที่เสมือนคณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งรายงานตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการและประธานกรรมการบริหาร ทำหน้าที่บริหารจัดการและขับเคลื่อนการดำเนินงานในระดับองค์กร พร้อมทั้งกำหนดให้มีตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้านทำหน้าที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้สามารถบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งมิติบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้อย่างครอบคลุม รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ



\* คณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีกำหนดจัดตั้งในปี 2569



เพื่อให้การขับเคลื่อนการดำเนินงานดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จึงกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

<p><b>คณะกรรมการบริษัท</b></p>	<p>มีบทบาทในการกำหนดทิศทางและกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างคุณค่าในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีหน้าที่สำคัญ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบาย ทิศทาง กลยุทธ์ และเป้าหมายด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน สถานะทางการเงิน และความสามารถในการแข่งขันของบริษัท</li> <li>ติดตามและกำกับดูแลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด พร้อมส่งเสริมการบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าสู่การดำเนินธุรกิจและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์</li> <li>ดูแลให้การดำเนินธุรกิจคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง</li> <li>กำกับดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และโปร่งใส ตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง</li> </ol>
<p><b>คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน</b></p>	<p>มีบทบาทในการกำกับดูแลและสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์และแนวปฏิบัติสากล</li> <li>กำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายด้านจริยธรรมธุรกิจ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>ส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม</li> <li>ทบทวนและปรับปรุงกฎบัตรคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ</li> </ul> </li> <li><b>การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Development)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดกรอบ นโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ทิศทางธุรกิจ และบริบทขององค์กร ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม</li> <li>พิจารณาและทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (material sustainability topics) รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับกลยุทธ์และการบริหารความเสี่ยงขององค์กร</li> <li>ติดตามความคืบหน้าและผลการดำเนินงานตามแผนงานและเป้าหมายด้านความยั่งยืน พร้อมให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแก่ฝ่ายจัดการ</li> <li>กำกับดูแลให้มีการบริหารจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการดำเนินธุรกิจ</li> <li>สนับสนุนให้มีการบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินธุรกิจ กระบวนการตัดสินใจ และวัฒนธรรมองค์กร</li> </ul> </li> <li><b>การเปิดเผยข้อมูลและการสื่อสาร</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>กำกับดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนอย่างโปร่งใส ถูกต้อง ครบถ้วน และสอดคล้องกับกฎหมาย มาตรฐาน และแนวปฏิบัติสากล</li> <li>พิจารณาและให้ข้อเสนอแนะต่อรายงานด้านความยั่งยืนหรือการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ</li> </ul> </li> <li><b>การรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>รายงานผลการดำเนินงาน ความคืบหน้า และประเด็นสำคัญด้านการกำกับดูแลและความยั่งยืนต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>เสนอแนะนโยบาย แนวทาง และมาตรการที่เกี่ยวข้องต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติและกำกับดูแลในระดับองค์กร</li> </ul> </li> </ol>



<p><b>คณะกรรมการบริหาร</b></p>	<p>มีบทบาทในการขับเคลื่อนและประสานการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในองค์กรให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางที่กำหนด โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดทำและขับเคลื่อนแผนงาน เป้าหมาย และแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับนโยบาย กลยุทธ์ และทิศทางของบริษัท ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ บรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกี่ยวข้อง</li> <li>2. บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ และส่งเสริมความร่วมมือของทุกหน่วยงานในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน</li> <li>3. ติดตามความคืบหน้าและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงานและเป้าหมายด้านความยั่งยืน พร้อมเสนอแนะแนวทางปรับปรุงต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน</li> <li>4. รวบรวม วิเคราะห์ และจัดทำข้อมูลด้านความยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ การกำหนดกลยุทธ์ และการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท</li> <li>5. จัดทำและสนับสนุนการจัดทำรายงานความยั่งยืนหรือการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เป็นที่ยอมรับ</li> <li>6. รายงานผลการดำเนินงานและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>7. จัดให้มีการประชุมคณะทำงานตามความเหมาะสม และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน</li> </ol>
<p><b>ผู้ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบด้าน ESG ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</b></p>	<p>มีบทบาทในการประสานและขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในระดับปฏิบัติการของบริษัท โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ดำเนินงานตามนโยบาย แนวทาง และแผนงานด้านความยั่งยืนของบริษัท ให้สอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงาน</li> <li>2. บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องเข้ากับกระบวนการทำงานของหน่วยงาน รวมถึงการบริหารความเสี่ยง โอกาส และผลกระทบที่เกี่ยวข้อง</li> <li>3. รวบรวมและจัดเตรียมข้อมูลด้านความยั่งยืนของหน่วยงาน เพื่อสนับสนุนการติดตามผลการดำเนินงาน การประเมินผล และการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท</li> <li>4. ประสานงานและสนับสนุนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนร่วมกับคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน</li> <li>5. ติดตามความคืบหน้าและรายงานผลการดำเนินงานด้าน ESG ของหน่วยงานต่อคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนตามระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>6. สนับสนุนการสื่อสาร สร้างความตระหนัก และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในหน่วยงานต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืน</li> <li>7. ปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง</li> </ol>

### กลยุทธ์เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน

บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์องค์กร ICC “B.E.S.T.” และเป้าหมายองค์กรเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและวิสัยทัศน์ในการเป็นแพลตฟอร์มที่มีความรับผิดชอบและพร้อมตอบสนองเพื่อสร้างโอกาสให้กับทุกคน ภายใต้กรอบกลยุทธ์ ICC “B.E.S.T.” บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินงานใน 4 ทิศทางเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน บริหารจัดการความเสี่ยง สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน และส่งเสริมความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว





## S.1 Building a Customer-Centric Growth

เป้าหมายองค์กร: การเติบโตของรายได้

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง

- ความรับผิดชอบต่อลูกค้า
- นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความยั่งยืน
- ความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์
- ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล

## S.2 Empowering people with technology

เป้าหมายองค์กร: การเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง

- การพัฒนาและรักษาพนักงาน
- ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
- การใช้พลังงานและทรัพยากร

ICC  
"B.E.S.T."  
Strategy

## S.3 Strengthening ecosystem for innovation

เป้าหมายองค์กร: นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยมลพิษ
- ชยะ ของเสีย และการหมุนเวียน
- ความรับผิดชอบต่อลูกค้า
- ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
- นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความยั่งยืน

## S.4 Transforming into A modern brand built on trust

เป้าหมายองค์กร: แรนด์ที่น่าเชื่อถือและยั่งยืน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง

- ความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์
- ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบต่อ
- การพัฒนาและรักษาพนักงาน
- การสนับสนุนและช่วยเหลือชุมชนและสังคม



## 3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

### 3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

#### ICC VALUE CHAIN

##### UPSTREAM

แบรนด์และการจัดหาสินค้า  
(Brand & Supply Ecosystem)

การคัดเลือกแบรนด์  
และผลิตภัณฑ์  
(Brand licensing &  
portfolio selection)

การออกแบบและ  
พัฒนาผลิตภัณฑ์  
(Product design  
and development)

การจัดการ  
และการผลิตสินค้า  
(Product sourcing  
and manufacturing)

- คัดเลือกและพัฒนาแบรนด์และผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขัน
- ออกแบบและกำหนดคุณลักษณะสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- จัดหาและบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานต้นน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
- เสริมสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อพัฒนาคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า



ลูกค้า



หน่วยงานภาครัฐ



พันธมิตรธุรกิจ



คู่แข่ง



เจ้าหนี้

##### OWN OPERATIONS

แพลตฟอร์มการค้าแบบบูรณาการ  
(Integrated Commercial Platform)

การบริหารกลุ่มแบรนด์  
และกลยุทธ์สินค้า  
(Brand portfolio  
management)

การตลาดและ  
การสื่อสารแบรนด์  
(Marketing and  
brand  
communication)

การบริหารสินค้าและ  
กระจายสินค้า  
(Supply and  
inventory  
management)

การบริหารช่องทาง  
จำหน่ายแบบ  
Omni-channel  
(Omni-channel  
commerce  
management)

- บริหารและวางกลยุทธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์และแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าและอัตรากำไร
- ทำการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์
- บริหารสินค้าคงคลังและบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ
- เชื่อมโยงช่องทางจำหน่ายแบบ Omni-channel เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและการเข้าถึงลูกค้า



พนักงาน



ผู้ถือหุ้น



พันธมิตรธุรกิจ



หน่วยงานภาครัฐ



ลูกค้า

##### DOWNSTREAM

การขยายตลาดและประสบการณ์ลูกค้า  
(Market Access and Customer Experience)

เครือข่ายช่องทาง  
จำหน่าย  
(Retail & distribution  
network)

แพลตฟอร์มดิจิทัล  
และอีคอมเมิร์ซ  
(E-commerce &  
digital platforms)

การดูแลลูกค้า  
บริหารความสัมพันธ์  
ระยะยาว  
(After-sales and  
customer  
engagement)

- ขยายตลาดและการเข้าถึงสินค้าทั้งช่องทางค้าปลีกและแพลตฟอร์มดิจิทัล
- สร้างประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า
- รักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าและคู่ค้าทางธุรกิจ
- สร้างความเชื่อมั่นและความภักดีต่อแบรนด์



ลูกค้า/พันธมิตร



ลูกค้า



พนักงาน



สื่อมวลชน



พันธมิตรธุรกิจ



คู่แข่ง





### 3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่ามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร เนื่องจากการดำเนินงานของบริษัทมีความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย ในระดับตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อาทิ คู่ค้า ผู้ผลิตสินค้า พนักงาน ลูกค้า ชุมชน และพันธมิตรธุรกิจ ซึ่งล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจบทบาท ความคาดหวัง และประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาในการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน การบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาส ตลอดจนการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อไป

บริษัทฯ จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าออกเป็น 10 กลุ่ม ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น ชุมชน เจ้าหนี้ สื่อมวลชน และคู่แข่งทางการค้า จำแนกเป็นผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร (Internal stakeholders) ได้แก่ พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร (External stakeholders) ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ถือหุ้น ชุมชน เจ้าหนี้ สื่อมวลชน และคู่แข่งทางการค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียในฐานะกลไกสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าในระยะยาว จึงมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทำหน้าที่ดูแลและประสานการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มตามบทบาทหน้าที่ของตน ภายใต้การกำกับดูแลของประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานต่างๆ

ผู้ประสานงานของแต่ละหน่วยงาน ทำหน้าที่รวบรวมประเด็น ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์และใช้ประกอบการวางแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน รวมถึงการบริหารความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ โดยมีการกำหนดรูปแบบและความถี่ในการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับลักษณะของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ผลการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสียประจำปี 2568 มีดังนี้

พนักงาน		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
1. การประชุมผู้บริหาร เป็นประจำทุกเดือน 2. การประชุมพนักงาน ตามวาระ 3. การประชุมคณะกรรมการสวัสดิการทุกไตรมาส 4. การสำรวจความผูกพันของพนักงานปีละ 1 ครั้ง 5. การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อินทราเน็ตและอีเมล 6. ช่องทางร้องทุกข์และแจ้งเบาะแสข้อแนะนำ หรือข้อร้องเรียนจากพนักงาน	ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> <li>สำรวจและปรับปรุงค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อหน้าที่ความรับผิดชอบ</li> <li>ปรับปรุงสวัสดิการให้เหมาะสมกับสถานการณ์</li> </ul>
	การประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปรับปรุงวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และโปร่งใส เชื่อมโยงกับค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม</li> </ul>
	การอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดแผนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถของพนักงานอย่างเป็นระบบ</li> </ul>
	การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (career path) ของตำแหน่งต่างๆ อย่างชัดเจน</li> <li>ส่งเสริมให้พนักงานได้แสดงความสามารถ และพิจารณาคัดเลือกพนักงานอย่างเป็นธรรมเพื่อเติบโตในสายงานต่างๆ</li> </ul>
	ความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตในการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน โดยการประเมินปัจจัยเสี่ยงในการทำงานตำแหน่งต่างๆ และกำหนดมาตรการลดความเสี่ยง ตลอดจนตรวจประเมินเป็นประจำ</li> <li>ปรับปรุงอุปกรณ์และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานและส่งเสริมสุขภาวะที่ดี</li> <li>จัดให้มีบุคลากรทางการแพทย์ให้ความรู้และดูแลสุขภาพ</li> </ul>
	บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดหาอุปกรณ์การทำงานที่เหมาะสมและเพียงพอ</li> <li>ปรับปรุงพื้นที่สถานที่ทำงาน และสร้างสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน</li> </ul>



ลูกค้า		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
1. กิจกรรมต่างๆที่ลูกค้าเข้าร่วมงาน 2. การสอบถามความคิดเห็นแบบ Focus Group 3. ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โทรศัพท์ (Call Center) 4. จุดจำหน่ายสินค้าผ่านพนักงานขาย (In-store Staff) และกล่องรับความคิดเห็น 5. ช่องทางดิจิทัล เว็บไซต์ แปรนด์ และ โซเชียลมีเดีย (Facebook, Instagram, LINE Official Account, Website, Shopee, Lazada) 6. ช่องทางร้องเรียนทางอีเมลและแบบฟอร์มออนไลน์	ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>ควบคุมและรับรองคุณภาพกำหนดมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพ (QC) อย่างเข้มงวดในทุกขั้นตอนการผลิตและการจัดหา โดยเฉพาะการเลือกใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นการรับรองมาตรฐาน สำหรับสินค้าที่ต้องสัมผัสร่างกายโดยตรง</li> </ul>
	ความคุ้มค่าและความทนทาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ลงทุนวิจัยและพัฒนา (R&amp;D) ในนวัตกรรมและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นเพื่อสุขภาพและการใช้งานของผู้บริโภค</li> </ul>
	คุณภาพและความสบายในการใช้งาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>วิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของลูกค้าจากหลากหลายกลุ่มให้มากขึ้น</li> <li>ติดตามแนวโน้มแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ เพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแต่ละแบรนด์ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าใหม่มีความทันสมัย และตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไป</li> </ul>
	ความหลากหลายของสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดให้มีช่องทางในการซื้อที่หลากหลายทั้งออฟไลน์และออนไลน์</li> <li>พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ omni-channel เพื่อยกระดับประสบการณ์และความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการของลูกค้า</li> </ul>
	แฟชั่นและความทันสมัย	
	ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนากระบวนการจัดการคำสั่งซื้อและสินค้าคงคลังให้มีความถูกต้องและเชื่อมโยงระหว่างช่องทางการขายหน้าร้านและออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการจัดส่งสินค้าและการกระจายสินค้า เพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลาและตรงตามความต้องการของลูกค้า</li> </ul>
ความถูกต้องและรวดเร็วของการซื้อและการจัดส่ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบายการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า การรับประกันสินค้า และการซ่อมแซมที่ชัดเจน โปร่งใส และสื่อสารให้ลูกค้าทราบอย่างครบถ้วนในทุกช่องทางการจำหน่าย</li> <li>พัฒนากระบวนการให้บริการหลังการขายให้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที</li> <li>จัดให้มีช่องทางการติดต่อและรับข้อร้องเรียนจากลูกค้าหลากหลายช่องทาง ทั้งหน้าร้าน ช่องทางออนไลน์ และศูนย์บริการลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกและเข้าถึงได้ง่าย</li> <li>ติดตามและประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>	
ความรับผิดชอบต่อลูกค้าหลังการขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดทำและทบทวนข้อมูลสินค้า เช่น คุณสมบัติ วัสดุ ขนาด วิธีดูแลรักษา ราคา และเงื่อนไขการรับประกัน ให้มีความถูกต้องและสอดคล้องกันในทุกช่องทางการจำหน่าย ทั้งหน้าร้านและช่องทางออนไลน์</li> <li>กำหนดกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ และปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>จัดอบรมพนักงานขายให้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำและข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า</li> </ul>	
การให้ข้อมูลสินค้าที่ถูกต้องและชัดเจน	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ และปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>จัดอบรมพนักงานขายให้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำและข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า</li> </ul>	



ลูกค้า		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
	การรักษาความลับและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด เช่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) รวมถึงมาตรฐานด้านความปลอดภัยของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง</li> <li>จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ชัดเจน ครอบคลุมการเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผย และจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าอย่างเหมาะสม</li> <li>กำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้อง และใช้ระบบรักษาความปลอดภัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อป้องกันการเข้าถึง ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต</li> </ul>

คู่ค้า		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
1. การประชุมร่วมกับคู่ค้า 2. การประชุมคู่ค้าประจำปี 3. การตรวจประเมินคู่ค้าประจำปี 4. การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/อีเมล 5. ช่องทางร้องเรียนและแจ้งเบาะแส	การปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขทางการค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดกระบวนการบริหารสัญญาและติดตามการปฏิบัติตามข้อตกลง</li> <li>ชำระเงินตามกำหนดเวลา</li> </ul>
	การให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่คู่ค้าทุกรายอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดประชุมคู่ค้าประจำปีเพื่อสื่อสารนโยบายและแนวทางการดำเนินงาน</li> </ul>
	กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าที่เป็นธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดเกณฑ์คัดเลือกคู่ค้าที่ชัดเจนและโปร่งใส</li> <li>เปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างเหมาะสมแก่คู่ค้าทุกรายอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม</li> <li>จัดให้มีระบบรับเรื่องร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกระบวนการจัดซื้อ</li> </ul>
	การสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มั่นคงในระยะยาว	<ul style="list-style-type: none"> <li>เยี่ยมเยียนคู่ค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ</li> <li>จัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น</li> </ul>
	ความร่วมมือในการพัฒนาสินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทำข้อตกลงความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับคู่ค้า</li> <li>เปิดโอกาสให้คู่ค้าได้นำเสนอแนวทางเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมร่วมกัน</li> </ul>

พันธมิตรธุรกิจ		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
1. การประชุมร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ 2. การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/อีเมล 3. ช่องทางร้องเรียนและแจ้งเบาะแส	จริยธรรมทางธุรกิจและความโปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ กฎหมาย และข้อตกลงระหว่างกันอย่างเคร่งครัด</li> <li>ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้</li> <li>ส่งเสริมการค้าในธุรกิจอย่างเป็นธรรมและสุจริต</li> </ul>
	การปฏิบัติตามสัญญาและข้อตกลงร่วมกัน	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดและทบทวนสัญญาความร่วมมืออย่างชัดเจน</li> <li>ปฏิบัติตามเงื่อนไขและกรอบความร่วมมือที่ตกลงร่วมกัน</li> <li>สื่อสารและหารือร่วมกันเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่อาจกระทบต่อการดำเนินงาน</li> </ul>
	การรักษาความลับทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>รักษาความลับของข้อมูลทางธุรกิจและข้อมูลเชิงพาณิชย์ของพันธมิตร</li> <li>ใช้ข้อมูลภายใต้กรอบข้อตกลงและวัตถุประสงค์ที่กำหนด</li> <li>กำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ</li> </ul>



พันธมิตรธุรกิจ		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
	ความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจในด้านต่าง ๆ</li> <li>แลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวทางการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพร่วมกัน</li> <li>สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมของสินค้าและบริการ</li> </ul>
	การสื่อสารและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดให้มีช่องทางการสื่อสารและประสานงานกับพันธมิตรธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>จัดประชุมหารือและติดตามความคืบหน้าของความร่วมมือเป็นระยะ</li> <li>เปิดโอกาสให้พันธมิตรเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ</li> </ul>

หน่วยงานภาครัฐ		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
<ol style="list-style-type: none"> <li>การประชุมร่วมกันในวาระต่าง ๆ</li> <li>การร่วมโครงการต่าง ๆ ที่จัดขึ้นโดยภาครัฐ</li> <li>การเปิดเผยข้อมูลหรือรายงานตามที่กำหนดหรือร้องขอ</li> <li>การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/อีเมล</li> </ol>	การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดของหน่วยงานภาครัฐอย่างเคร่งครัด</li> <li>ติดตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
	การบริหารจัดการผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจการของบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินงานตามกฎหมายและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม</li> <li>ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ</li> <li>ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและแก้ไขประเด็นที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>
	การกำกับดูแลกิจการที่ดีและโปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและจริยธรรมธุรกิจ</li> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายภาษีและข้อกำหนดทางบัญชีอย่างเคร่งครัด</li> </ul>
	ความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินโครงการและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม</li> <li>สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชน</li> <li>ปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน</li> </ul>
	การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา	<ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดเผยข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงานตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดอย่างถูกต้อง ครบถ้วน</li> <li>จัดให้มีระบบและกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนการเปิดเผย</li> <li>จัดทำและยื่นรายงานตามที่หน่วยงานกำหนดอย่างครบถ้วนและตรงเวลา</li> </ul>



## เจ้าหน้าที่

ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
1. การประชุมหรือการชี้แจงข้อมูลทางการเงินตามรอบที่กำหนด 2. การจัดส่งรายงานทางการเงินและรายงานที่เกี่ยวข้อง 3. การสื่อสารโดยตรงระหว่างบริษัทกับสถาบันการเงิน/เจ้าหน้าที่ 4. การเปิดเผยข้อมูลผ่านตลาดหลักทรัพย์ และสำนักงาน ก.ล.ด. 5. การให้ข้อมูลเพื่อการจัดอันดับความน่าเชื่อถือ (Credit Rating) 6. การสื่อสารเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญที่อาจกระทบสถานะทางการเงิน	ความสามารถในการชำระหนี้	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริหารสภาพคล่อง กระแสเงินสด และโครงสร้างเงินทุนอย่างรอบคอบ เพื่อให้สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดเวลา</li> <li>จัดทำประมาณการทางการเงินระยะสั้นและระยะยาวอย่างสม่ำเสมอ และเปิดเผยข้อมูลสถานะทางการเงินและอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ เช่น D/E Ratio, Interest Coverage Ratio อย่างชัดเจนในรายงานทางการเงิน</li> <li>ติดตามและวางแผนการชำระหนี้ให้เป็นไปตามกำหนด</li> <li>บริหารโครงสร้างเงินทุนให้เหมาะสมกับระดับความเสี่ยง</li> </ul>
	ความโปร่งใสและธรรมาภิบาล	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>จัดทำรายงานทางการเงินและรายงานประจำปีตามมาตรฐานที่กำหนด</li> <li>เปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลสารสนเทศสำคัญอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ผ่านช่องทางที่กำหนด</li> <li>สื่อสารข้อมูลที่สำคัญแก่เจ้าหน้าที่อย่างทันทั่วถึง</li> </ul>
	การปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> <li>ติดตามการปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>จัดทำรายงานหรือเอกสารตามข้อกำหนดของเจ้าหน้าที่และส่งมอบให้เจ้าหน้าที่ตามระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>สื่อสารเชิงรุกเมื่อมีประเด็นที่อาจกระทบต่อเงื่อนไขสัญญา</li> </ul>
	การบริหารความเสี่ยง	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM) อย่างเป็นระบบ โดยมีการประเมินความเสี่ยงในทุกมิติ รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบทางการเงินที่อาจเกิดขึ้น</li> <li>รายงานความเสี่ยงสำคัญต่อผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการบริษัท</li> <li>วางแผนธุรกิจและกลยุทธ์เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันระยะยาว</li> <li>เปิดเผยกระบวนการจัดการความเสี่ยงในรายงานประจำปี</li> </ul>
	ความมั่นคงและทิศทางการดำเนินธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดกลยุทธ์ธุรกิจและแผนการเติบโตที่ชัดเจน พร้อมทบทวนเป็นระยะ</li> <li>บริหารโครงสร้างรายได้และพอร์ตธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นคงระยะยาว</li> <li>ติดตามผลการดำเนินงานและตัวชี้วัดทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>บริหารเงินลงทุนและโครงการใหม่อย่างรอบคอบ ภายใต้การประเมินความเสี่ยงที่เหมาะสม</li> <li>สื่อสารทิศทางธุรกิจและแผนการดำเนินงานต่อเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง</li> </ul>



ผู้ถือหุ้น		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
1. การจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2. ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น 3. การประชุมผู้ถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม 4. การเปิดเผยข้อมูลผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำนักงาน ก.ล.ต. 5. การประชุมนักวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลนักลงทุนประจำไตรมาสหรือตามความจำเป็น 6. การเปิดเผยข้อมูลในเว็บไซต์ของบริษัท 7. การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/อีเมลช่องทางร้องเรียนและแจ้งเบาะแส	ผลการดำเนินงานที่ดีและผลตอบแทนที่เหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์ที่มุ่งสร้างการเติบโตและผลตอบแทนอย่างยั่งยืน</li> <li>บริหารต้นทุนและประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง</li> <li>กำหนดนโยบายเงินปันผลที่เหมาะสมและสม่ำเสมอ</li> </ul>
	การกำกับดูแลกิจการที่ดีและความโปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมธุรกิจ</li> <li>จัดให้มีระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ</li> <li>เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานและสถานะทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และโปร่งใสในการตรวจสอบ</li> </ul>
	การบริหารความเสี่ยงและความยั่งยืนของธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM) อย่างเป็นระบบครอบคลุมความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน</li> <li>กำหนดกลยุทธ์ธุรกิจที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดบริบททางธุรกิจ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกี่ยวข้องกับกับดำเนินธุรกิจ</li> </ul>
	การเปิดเผยข้อมูลและการสื่อสารกับผู้ลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดเผยข้อมูลผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ และช่องทางบริษัทตามข้อกำหนด</li> <li>จัดประชุมผู้ถือหุ้นและนักลงทุนสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ</li> <li>สื่อสารข้อมูลผลการดำเนินงานและทิศทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
สิทธิของผู้ถือหุ้นและการมีส่วนร่วม	<ul style="list-style-type: none"> <li>เคารพสิทธิของผู้ถือหุ้นตามกฎหมายและหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>จัดประชุมผู้ถือหุ้นอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม</li> <li>เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสอบถามและเสนอความคิดเห็น</li> </ul>	

ชุมชน		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
1. การพบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ของบริษัท 2. การสำรวจความคิดเห็นชุมชน 3. ช่องทางร้องเรียนและแจ้งเบาะแส 4. การเปิดเผยข้อมูลในเว็บไซต์ของบริษัท	การจัดการผลกระทบต่อชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>รับฟังข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะจากชุมชนผ่านช่องทางที่เหมาะสม</li> <li>ประเมินระดับความรุนแรงและความถี่ของผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความคาดหวังของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย</li> <li>กำหนดแนวทางลดหรือป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น</li> <li>ทบทวนประสิทธิภาพของมาตรการและแนวทางการจัดการอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>
	การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบายในการสนับสนุนโครงการและกิจกรรมด้านการศึกษา การพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์</li> <li>ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการพัฒนาชุมชนและสังคม</li> <li>ดำเนินธุรกิจหรือจัดกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและการบริโภคในประเทศ รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย</li> </ul>
	การสื่อสารและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง</li> <li>สื่อสารข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของบริษัทผ่านช่องทางต่าง ๆ</li> <li>จัดให้มีช่องทางรับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากชุมชนและสังคม</li> </ul>



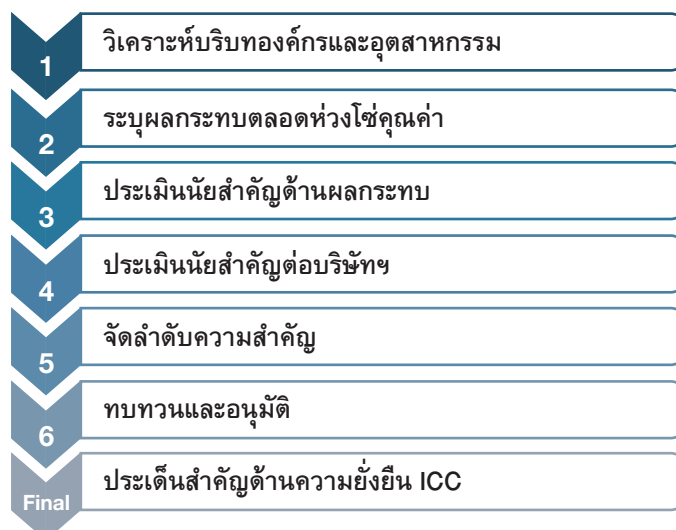
สื่อมวลชน		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
1. การแถลงข่าว 2. การสัมภาษณ์ผู้บริหาร 3. การประชาสัมพันธ์ข้อมูล 4. การประชุมพบปะสื่อมวลชน 5. การเยี่ยมชมกิจการ 6. การเปิดเผยข้อมูลในเว็บไซต์ของบริษัท 7. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line oa	ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน และตรวจสอบได้	<ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดเผยข้อมูลและข่าวสารผ่านช่องทางที่เหมาะสมอย่างถูกต้องและทันเวลา</li> <li>จัดให้มีผู้รับผิดชอบในการสื่อสารข้อมูลกับสื่อมวลชน</li> <li>ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง</li> </ul>
	การสื่อสารที่รวดเร็วและชัดเจน	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดช่องทางสื่อสารกับสื่อมวลชนอย่างชัดเจน</li> <li>ตอบข้อซักถามของสื่อมวลชนภายในระยะเวลาที่เหมาะสม</li> <li>ชี้แจงข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมาเมื่อมีประเด็นสำคัญ</li> </ul>

คู่แข่งทางการค้า		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัท
1. การเข้าร่วมสมาคมการค้าและสมาคมวิชาชีพในอุตสาหกรรมเดียวกัน 2. การเข้าร่วมงานสัมมนา งานแสดงสินค้า และเวทีอุตสาหกรรม 3. การแลกเปลี่ยนข้อมูลในระดับอุตสาหกรรมผ่านเวทีที่เหมาะสมและเป็นไปตามกฎหมาย	การแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจตามหลักการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม</li> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง</li> <li>กำหนดแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมทางธุรกิจแก่ผู้บริหารและพนักงาน</li> </ul>
	การเคารพทรัพย์สินทางปัญญาและข้อมูลทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น</li> <li>กำหนดแนวทางการใช้ข้อมูลทางธุรกิจอย่างเหมาะสม</li> <li>ส่งเสริมการค้าในธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและโปร่งใส</li> </ul>

### 3.2.3 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

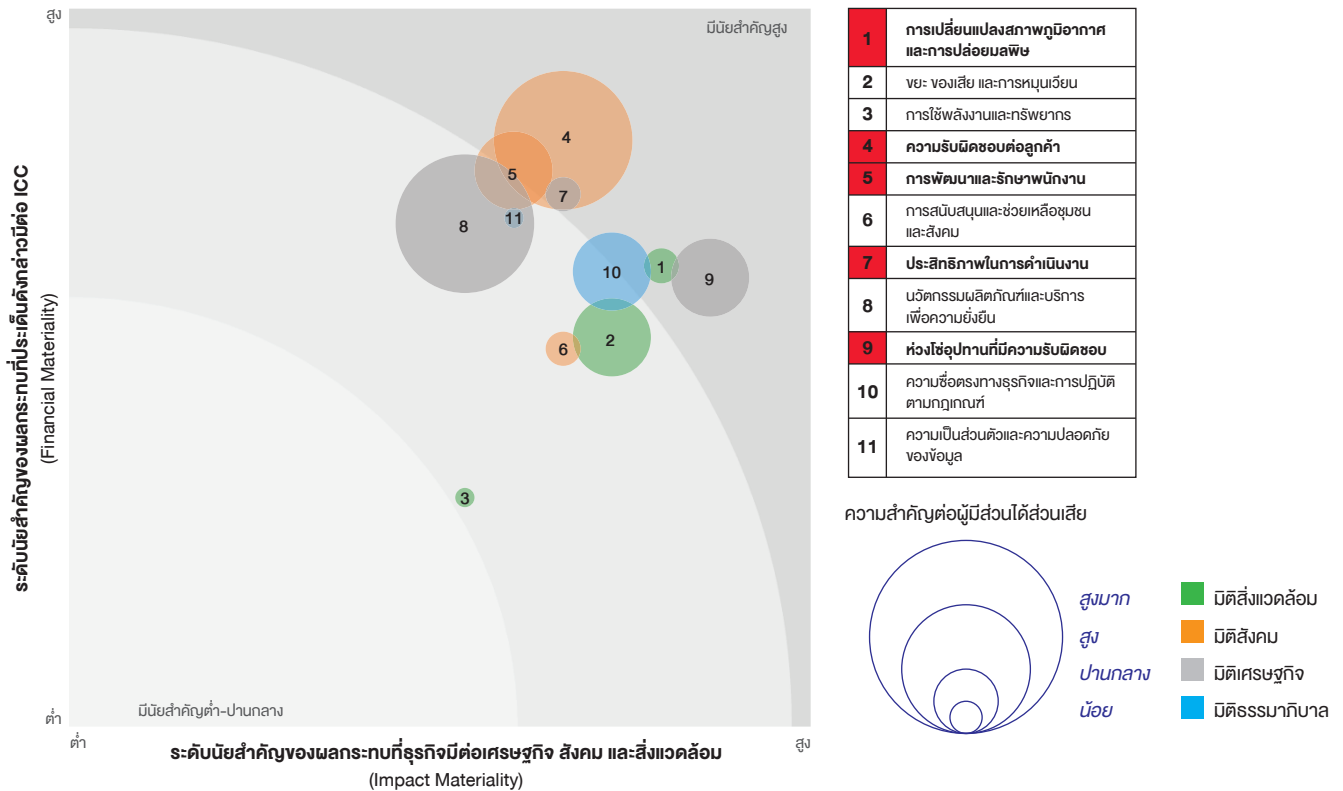
ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการระบุและจัดทำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality) โดยอ้างอิงแนวทางของมาตรฐานสากล เพื่อพิจารณาประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อทั้งบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล พร้อมคำนึงถึงบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง อาทิ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย แนวโน้มกฎระเบียบด้านความยั่งยืนในระดับสากล รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตในระยะยาวของบริษัทฯ ดังนั้น การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในครั้งนี้จึงเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง และการตัดสินใจเชิงธุรกิจ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม และการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในระยะยาว

บริษัทฯ ใช้กระบวนการ “Double Materiality” ในการบ่งชี้ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนโดยอ้างอิงแนวทางการจัดทำ Double Materiality ของ European Sustainability Reporting Standards (ESRS) หลักการของ GRI Universal Standards 2021 และ GRI 3: Material Topics 2021 ประกอบกับการพิจารณาตามหลักการของ OECD Due Diligence Guidance For Responsible Business Conduct กระบวนการประเมินดังกล่าวได้พิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนในมุมมองสองมิติสำคัญ ได้แก่ มิติผลกระทบต่อ (Impact materiality) ซึ่งครอบคลุมผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม และมิติด้านการเงิน (Financial materiality) ซึ่งพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการสร้างคุณค่าในระยะยาวของบริษัทฯ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้





ในปี 2568 บริษัทฯ มีประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนรวมทั้งสิ้น 11 ประเด็น ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งสะท้อนถึงผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนผลกระทบที่ประเด็นด้านความยั่งยืนอาจมีต่อผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และความสามารถในการสร้างคุณค่าในระยะยาวของบริษัทฯ



บริษัทฯ พิจารณาลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนตามหลักการ Double Materiality โดยประเด็นที่มีนัยสำคัญในระดับสูงพิจารณาจากระดับผลกระทบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือผลกระทบต่อบริษัทฯ ในด้านการเงินและการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจมีนัยสำคัญในมิติใดมิติหนึ่ง หรือทั้งสองมิติร่วมกัน

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญในระดับสูงมีจำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยมลพิษ (4) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (5) การพัฒนาและรักษาพนักงาน (7) ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และ (9) ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ประเด็นเหล่านี้สามารถก่อให้เกิดทั้งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียและความเสี่ยงต่อธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน การสร้างรายได้ ต้นทุนในการดำเนินงาน และการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว นอกจากนี้ ยังเป็นประเด็นที่บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บริษัทฯ ได้อีกทางหนึ่ง

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญในระดับปานกลางถึงสูง จำนวน 6 ประเด็น ได้แก่ (2) ขยะ ของเสีย และการหมุนเวียน (3) การใช้พลังงานและทรัพยากร (6) การสนับสนุนและช่วยเหลือชุมชนและสังคม (8) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความยั่งยืน (10) ความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎหมาย และ (11) ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล บริษัทฯ พบว่า ผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มให้ความสำคัญต่อประเด็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความยั่งยืน และประเด็นขยะของเสียและการหมุนเวียน แม้ว่าบริษัทฯ จะดำเนินธุรกิจในฐานะตัวแทนจำหน่ายสินค้าเป็นหลัก แต่ผู้มีส่วนได้เสียยังคงมีความคาดหวังให้บริษัทฯ มีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและคัดเลือกสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น รวมถึงสนับสนุนแนวทางการบริโภคอย่างยั่งยืนด้วย



### 3.3 การจัดการความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

#### 3.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเติบโตทางธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยบูรณาการการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศไว้เป็นส่วนหนึ่งของ “นโยบายสิ่งแวดล้อม” ซึ่งถือเป็นพันธกิจสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การดำเนินงานภายในองค์กรไปจนถึงการมีส่วนร่วมกับผู้ค้าและพันธมิตรธุรกิจ ตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดส่งสินค้า ตลอดจนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และบริการอย่างรับผิดชอบต่อ เพื่อให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อระบบนิเวศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ปรับปรุง “นโยบายสิ่งแวดล้อม” และ “นโยบายการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ” เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการด้านพลังงานและทรัพยากร พร้อมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมผ่านแนวปฏิบัติหลัก ดังนี้

##### 1. การใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากรภายในองค์กร ผ่านการปรับปรุงระบบสนับสนุนและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและทรัพยากรโดยตรง พร้อมส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด

##### 2. การเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ส่งเสริมการจัดหาและใช้พลังงานหมุนเวียนภายในพื้นที่ดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากแหล่งพลังงานฟอสซิลและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมสนับสนุนแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ช่วยบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

##### 3. การบริหารจัดการขยะและทรัพยากรตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

ดำเนินการบริหารจัดการขยะและของเสียตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อลดการเกิดขยะและของเสียตั้งแต่ต้นทาง ส่งเสริมการคัดแยกขยะและของเสียเพื่อนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ และการลดปริมาณขยะที่ส่งไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

##### 4. การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและพัฒนาคู่ค้าที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้คู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า

##### 5. การสร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม

มุ่งสร้างความตระหนักรู้และปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบต่อ และร่วมกันลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ดำเนินการภายใต้นโยบายดังกล่าว โดยมีเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้



ด้านสิ่งแวดล้อม	SDG Targets	แนวทางการดำเนินงาน	เป้าหมายระยะยาวปี 2573	เป้าหมายปี 2568
การบริหารจัดการ การเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ	7.2, 7.3 9.4, 12.2 13.1, 13.2	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การใช้พลังงานหมุนเวียน และการปรับปรุงระบบอาคารสำนักงานให้ประหยัดพลังงาน ควบคู่กับบริหารจัดการระบบขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ และการสนับสนุนการใช้นโยบายพาหนะไฟฟ้า พร้อมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานและคู่ค้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง	<ul style="list-style-type: none"> <li>ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสะสมได้ร้อยละ 25 ครอบคลุมขอบเขต 1 และ 2 เทียบกับปีฐาน 2567</li> <li>มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (carbon neutrality) ภายในปี 2578</li> <li>มุ่งสู่การปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Net zero emission) ภายในปี 2593</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เก็บข้อมูลครอบคลุมกิจกรรมหลักขององค์กรได้ร้อยละ 100</li> </ul>
การบริหารจัดการ พลังงาน	7.2, 7.3 8.4 9.4 12.2 13.2	บริหารจัดการการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งไม่หมุนเวียนและเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดรูปแบบต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจและสำนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ลดอัตราการใช้พลังงานรวมต่อหน่วยรายได้ร้อยละ 25 เทียบกับปีฐาน 2567</li> <li>สัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนต่อพลังงานทั้งหมดร้อยละ 25</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ลดการใช้พลังงานรวมลงร้อยละ 3 เทียบกับปีฐาน 2567</li> </ul>
การใช้ทรัพยากร อย่างรับผิดชอบต่อ และการหมุนเวียน	6.3, 6.4 8.4 12.2, 12.4, 12.5	บริหารจัดการการใช้ทรัพยากร น้ำ และของเสียอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมุ่งลดการใช้ทรัพยากรตั้งแต่ต้นทาง ส่งเสริมการใช้ซ้ำ และการคัดแยกเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่	<ul style="list-style-type: none"> <li>อัตราการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ลดลงร้อยละ 25 เทียบกับปีฐาน 2568</li> <li>สัดส่วนการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ร้อยละ 10</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตรวจสอบและปรับปรุงระบบท่อน้ำครบ 100%</li> <li>เก็บข้อมูลขยะและของเสียให้ครอบคลุมกิจกรรมหลักขององค์กรทั้งหมด (ร้อยละ 100)</li> </ul>

### 3.3.2 ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

#### 1. การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความถี่ของภัยธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยอาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักในห่วงโซ่อุปทาน ความไม่แน่นอนด้านต้นทุนจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและกฎระเบียบ ตลอดจนผลกระทบต่อมูลค่าสินทรัพย์ มูลค่าธุรกิจ และความปลอดภัยของพนักงาน รวมถึงความเสี่ยงด้านต้นทุนสินค้าและค่าขนส่งที่อาจเพิ่มขึ้น ความต่อเนื่องของการจัดหาสินค้า ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ในระยะยาว

ในปี 2568 บริษัทฯ จึงได้เริ่มพิจารณาและประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจมีต่อธุรกิจ ฐานะการเงิน และผลการดำเนินงาน และอยู่ระหว่างการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานและกำหนดมาตรการจัดการที่เหมาะสม รวมถึงการบูรณาการประเด็นด้านสภาพภูมิอากาศเข้าสู่กระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในมิติการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Climate Change Mitigation) และการปรับตัวต่อความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Adaptation) โดยในระยะเริ่มต้น บริษัทฯ มุ่งเน้นที่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด และการประสานความร่วมมือกับคู่ค้าและผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร่วมกันในห่วงโซ่อุปทาน ควบคู่กับการพัฒนาแนวทางในการปรับตัวต่อความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศอย่างเหมาะสม เพื่อยกระดับการบริหารจัดการด้านสภาพภูมิอากาศให้มีความครอบคลุมและสอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากลในอนาคต

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจ โดยเฉพาะการนำเสนองานผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ ขยายฐานลูกค้า และเพิ่มศักยภาพการเติบโตของธุรกิจ



## เป้าหมายสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) สำหรับการปล่อยในขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 ภายในปี 2593

ปัจจุบัน บริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการพัฒนาฐานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้มีความครบถ้วนและเชื่อถือได้ โดยกำหนดให้ปี 2568 เป็นปีสำคัญในการรวบรวมและปรับปรุงข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ครอบคลุมการดำเนินงานขององค์กรทั้งหมด ในขอบเขตที่ 1, 2 และ 3 รวมถึงการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของขอบเขตที่ 3 ให้ครอบคลุมทุกประเภทที่มีนัยสำคัญ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณากำหนดปีฐานและจัดทำเส้นทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Reduction Pathway) ที่เหมาะสมในลำดับต่อไป

ในปี 2568 บริษัทฯ จึงยังไม่ได้กำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักขององค์กรให้ครอบคลุมร้อยละ 100 ตามแนวทาง Operational Control ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมที่บริษัทฯ มีอำนาจในการควบคุมการดำเนินงานและการใช้พลังงานทั้งหมด และใช้วิธีการคำนวณแบบ Location-based สำหรับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้า (Scope 2) ซึ่งอ้างอิงค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ยจากระบบสายส่งไฟฟ้าของประเทศ เพื่อสะท้อนการใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม เพื่อจัดทำฐานข้อมูลที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ และสืบแผนการพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อรองรับการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลในอนาคต

## ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

บริษัทฯ จัดทำข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) เป็นประจำทุกปี โดยเริ่มรายงานครั้งแรกในปี 2566 ตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรที่กำหนดโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. ในระยะแรก ขอบเขตการรายงานครอบคลุมเฉพาะสำนักงานใหญ่ภายใต้การควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ และได้ขยายขอบเขตให้ครอบคลุมสำนักงานและร้านค้าภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทฯ รวม 166 แห่งทั่วประเทศในปี 2568 เพื่อให้ข้อมูลที่เปิดเผยมีความถูกต้องและครบถ้วนยิ่งขึ้น

ข้อมูลดังกล่าวได้รับการทวนสอบจากบริษัท บีเอสไอ กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นหน่วยงานทวนสอบที่ได้รับการขึ้นทะเบียน ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการยื่นขอรับรองและขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) สำหรับข้อมูลปี 2568 ซึ่งครอบคลุมช่วงวันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2568 และคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในเดือนพฤษภาคม 2569

ในปี 2568 บริษัทฯ มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมทั้งสิ้น 3,658 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จากการดำเนินงานขององค์กร โดยจำแนกเป็น

- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) จำนวน 144 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (ขอบเขตที่ 2) จำนวน 2,521 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดในขอบเขตที่ 1 และ ขอบเขตที่ 2 เท่ากับ 2,665 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

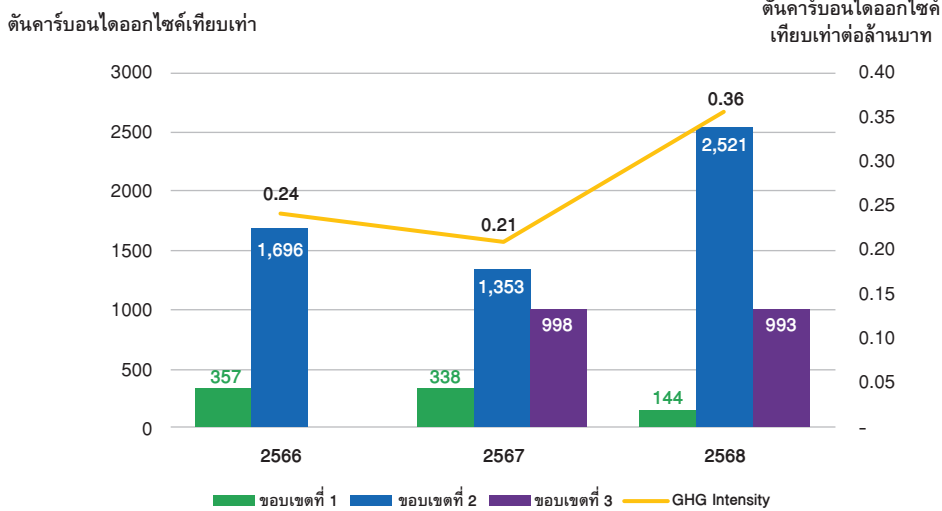
บริษัทฯ ได้พิจารณาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3) ตามแนวทางของ GHG Protocol โดยจากลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งเป็นธุรกิจพาณิชย์และการจัดจำหน่ายสินค้า พบว่าประเภทที่มีความเกี่ยวข้อง ได้แก่ Category 1: สินค้าและบริการที่จัดซื้อ (Purchased Goods and Services), Category 3: กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน (Fuel- and Energy-related Activities), Category 4: การขนส่งและการกระจายสินค้าต้นน้ำ (Upstream Transportation and Distribution), Category 5: ของเสียที่เกิดจากการดำเนินงาน (Waste Generated in Operations) และ Category 9: การขนส่งและการกระจายสินค้าปลายน้ำ (Downstream Transportation and Distribution)

ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถรวบรวมข้อมูลของ Category 3 และ Category 5 ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักที่มีข้อมูลรองรับได้ในปัจจุบัน ขณะที่ Category 1, 4 และ 9 บริษัทฯ ยังไม่สามารถรวบรวมข้อมูลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประเภทดังกล่าวได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากข้อจำกัดด้านระบบข้อมูลและการรวบรวมข้อมูลจากคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ จึงยังไม่สามารถคำนวณและเปิดเผยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3) สำหรับประเภทดังกล่าวได้ในปีรายงานนี้ และบริษัทฯ มีแผนการพัฒนาระบบการดำเนินงานกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้สามารถเก็บรวบรวมและเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวได้ในอนาคต

ในปี 2568 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น (ขอบเขตที่ 3) จำนวน 993 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งเกิดจากกิจกรรมหลักที่มีข้อมูลรองรับ ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เชื้อเพลิงและพลังงานที่ไม่รวมอยู่ในขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 และการจัดการของเสียจากการดำเนินงาน



### การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร



เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2567 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) ของบริษัทฯ ลดลงร้อยละ 57.40 จากการบริหารจัดการการใช้เชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (ขอบเขตที่ 2) เพิ่มขึ้นร้อยละ 86.33 เนื่องจากบริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตการรายงานให้ครอบคลุมการใช้ไฟฟ้าของร้านค้าภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรจำนวน 166 แห่งทั่วประเทศ ส่งผลให้การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างปีมีความแตกต่างจากการเปลี่ยนแปลงขอบเขตการรายงาน (boundary change)

เมื่อพิจารณาอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ (GHG Intensity) เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจขององค์กร บริษัทฯ ใช้รายได้จากการขายสินค้าและบริการเป็นตัวหาร โดยไม่รวมรายได้ทางการเงิน เช่น ดอกเบี้ยรับ เงินปันผล และรายได้อื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินธุรกิจหลัก

ในปี 2568 บริษัทฯ มีอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (ขอบเขตที่ 1 และ ขอบเขตที่ 2) ต่อหน่วยรายได้ เท่ากับ 0.36 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 69.68 เมื่อเทียบกับปี 2567 ซึ่งเป็นผลจากการขยายขอบเขตการรวบรวมข้อมูลการใช้ไฟฟ้าของร้านค้าทั่วประเทศ รวมถึงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ และกำลังซื้อของผู้บริโภค

ส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น (ขอบเขตที่ 3) ลดลงเล็กน้อยจากปี 2567 ร้อยละ 0.50 ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของบริษัทฯ เนื่องจากการประเมิน ขอบเขตที่ 3 ของบริษัทฯ ครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงานและการจัดการของเสีย ซึ่งไม่ได้ผันแปรตามยอดขายโดยตรง

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะใช้ข้อมูลปี 2568 เป็นปีฐานในการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรต่อไป เพื่อให้การติดตามผลและการเปรียบเทียบข้อมูลมีความสอดคล้องและสะท้อนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมตามแนวปฏิบัติสากล

### การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในกระบวนการทางธุรกิจของบริษัท

#### 1. การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการติดตั้งเครื่องควบคุมการเปิด-ปิด และควบคุมอุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศ เพื่อให้มีอุณหภูมิที่เหมาะสม ในปี 2568 ได้ปรับเปลี่ยนหลอดไฟจากหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอด LED จำนวน 556 หลอด ช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ประมาณ 36,140 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ 17.1 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

#### 2. การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนและพลังงานหมุนเวียน

บริษัทฯ เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้า (Scope 2) โดยได้ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนพื้นที่รวมประมาณ 1,230 ตารางเมตร จำนวน 276 แผง ขนาด 315 วัตต์ฟีกต่อแผง (Wp/แผง) คิดเป็นกำลังการผลิตติดตั้งรวม 86.94 กิโลวัตต์ฟีก (kWp) สำหรับใช้ภายในองค์กร

ในปี 2568 ระบบดังกล่าวสามารถผลิตไฟฟ้าได้รวม 96,236.1 กิโลวัตต์ชั่วโมง ซึ่งถูกนำมาใช้ทดแทนการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่งหลักทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 3.62 ของปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวมของบริษัทฯ การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนดังกล่าวมีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2) โดยบริษัทฯ มีแผนเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนให้มากขึ้นในอนาคต

### การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะกิจกรรมด้านโลจิสติกส์และการขนส่งสินค้า ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญของบริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค แพชั่น และเวชสำอาง การคัดเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จึงพิจารณาทั้งประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน เพื่อสนับสนุนการลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการขนส่งสินค้าในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ใช้บริการของบริษัท ไทยเกอร์ ดิสทริบิวชั่น แอนด์ โลจิสติกส์ จำกัด ในการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า คลังสินค้า และการขนส่งสินค้าภายในประเทศจากคลังสินค้าไปยังลูกค้า โดยผู้ให้บริการได้ดำเนินการวางแผนและปรับเส้นทางขนส่งเพื่อลดระยะทางการเดินทาง การรวมรอบ



การจัดส่งเพื่อลดจำนวนเที่ยวรถ และการบริหารจัดการการใช้ยานพาหนะอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อนส่งต่อการขนส่งให้แก่เครือข่ายคู่ค้าด้านการขนส่งที่เกี่ยวข้อง ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการขนส่งสินค้า การดำเนินงานดังกล่าวครอบคลุมการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าทั่วประเทศ รวมถึงการจัดส่งสินค้าแบบเร่งด่วน (Express Delivery) สำหรับคำสั่งซื้อที่ไม่ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ต่อเดือนของคำสั่งซื้อทั้งหมด

ปัจจุบันเครือข่ายคู่ค้าด้านการขนส่งของบริษัท ไทยเกอร์ ดิสทริบิวชั่น แอนด์ โลจิสติกส์ จำกัด ได้เริ่มนำยานพาหนะไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) มาใช้ในการจัดส่งสินค้า คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 21 ของยานพาหนะทั้งหมด หรือมากกว่า 50 คัน ซึ่งมีส่วนช่วยลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากกิจกรรมการขนส่งและกระจายสินค้า

ทั้งนี้ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการขนส่งสินค้าอยู่ในขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น (Scope 3 Category 9 : Downstream transportation and distribution) ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินและจัดทำบัญชีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในส่วนดังกล่าวในระยะต่อไป โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากลอย่างต่อเนื่อง

### การสื่อสารและการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารและการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการรณรงค์สร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

#### 1. จุดบริการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด



บริษัทฯ ได้ติดตั้งจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle Charging Station) ภายในพื้นที่ของบริษัทฯ ทั้งหมด 2 จุด มีจำนวน 4 หัวชาร์จในระบบ AC Charging ได้แก่ จุดที่ 1 ตั้งอยู่ที่หน้า HIS & HER OUTLET และ จุดที่ 2 ตั้งอยู่ที่ บริเวณลานจอดรถด้านหน้าบริษัท เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียในการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งช่วยลดการพึ่งพาการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงจากฟอสซิล และมีส่วนสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเดินทางในชีวิตประจำวัน

#### 2. การรณรงค์และสื่อสารเพื่อส่งเสริมการประหยัดพลังงาน

บริษัทฯ จัดทำและติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเพื่อรณรงค์การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด โดยเน้นการสร้างความรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานของพนักงาน เช่น การปิดไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน การปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม การถอดปลั๊กอุปกรณ์ไฟฟ้าหลังใช้งาน การตั้งค่าพักหน้าจอหรือปิดคอมพิวเตอร์เมื่อไม่ใช้งาน รวมถึงการส่งเสริมให้ใช้บันไดแทนลิฟต์ในกรณีที่ใช้ขึ้นลงเพียงชั้นเดียว เพื่อร่วมกันลดการใช้พลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานขององค์กร





## การปรับตัวต่อความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศควบคู่กับกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยครอบคลุมทั้งความเสี่ยงทางกายภาพจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านด้านนโยบาย เศรษฐกิจ และตลาด ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้มีความเป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนด ทิศทางและแนวทางการเตรียมความพร้อมขององค์กรในระยะต่อไป ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีดังนี้

ความเสี่ยงด้านกายภาพจากสภาพภูมิอากาศ	ผลกระทบต่อบริษัทของบริษัทฯ	มาตรการในการจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ
คลื่นความร้อนรุนแรงและอุณหภูมิที่เพิ่มขึ้น	ต้นทุนพลังงานในการจัดเก็บสินค้าและสำนักงานเพิ่มขึ้น สินค้าบางประเภทมีความเสี่ยงต่อการเสื่อมสภาพจากอุณหภูมิที่สูงขึ้น	ทบทวนมาตรฐานการจัดเก็บสินค้าและการควบคุมอุณหภูมิ ปรับปรุงระบบทำความเย็นให้เหมาะสม และติดตามการใช้พลังงานอย่างใกล้ชิด
น้ำท่วมและพายุรุนแรง	คลังสินค้าและสินค้าคงคลังอาจได้รับความเสียหาย การขนส่งและการกระจายสินค้าเกิดความล่าช้า ส่งผลต่อการส่งมอบสินค้าและรายได้	ประเมินความเสี่ยงของพื้นที่จัดเก็บสินค้า เตรียมแผนสำรองด้านโลจิสติกส์ และจัดเตรียมมาตรการรองรับเหตุฉุกเฉินเพื่อรักษาความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจ
สภาพอากาศแปรปรวนต่อเนื่อง	ความไม่แน่นอนในการวางแผนสต็อกสินค้าและต้นทุนโลจิสติกส์เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการบริหารต้นทุนและการวางแผนธุรกิจ	เพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารสินค้าคงคลัง และการจัดส่งสินค้า พร้อมติดตามข้อมูลสภาพอากาศเพื่อประกอบการวางแผน
ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ	ผลกระทบต่อบริษัทของบริษัทฯ	มาตรการในการจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ
การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและนโยบายด้านสภาพภูมิอากาศ เช่น ภาษีคาร์บอน และข้อกำหนดด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม	ต้นทุนการดำเนินงานและต้นทุนโลจิสติกส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากข้อกำหนดใหม่ อาจส่งผลต่ออัตรากำไร และต้องจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมเพื่อรองรับการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ	ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด นำประเด็นด้านสภาพภูมิอากาศมาพิจารณาในการวางแผนธุรกิจ และเตรียมความพร้อมในการปรับตัวให้สอดคล้องกับข้อกำหนด
ความเสี่ยงจากความไม่พร้อมของคู่ค้าต่อการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ	คู่ค้าบางรายอาจยังไม่สามารถปรับกระบวนการผลิต การใช้พลังงาน หรือการจัดการบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อความต่อเนื่องของการจัดหาสินค้า ต้นทุนจัดหาที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแหล่งจัดหา รวมถึงความเสี่ยงด้านชื่อเสียงของบริษัทฯ	บริษัทฯ กำหนดหลักเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมในการคัดเลือกและตรวจประเมินคู่ค้า ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง
ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสู่การเลือกสินค้าและแบรนด์คาร์บอนต่ำ	ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของสินค้า แหล่งที่มา และบรรจุภัณฑ์มากขึ้น หากสินค้าของบริษัทฯ ไม่สามารถสะท้อนแนวคิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างชัดเจน อาจทำให้ความต้องการสินค้าและส่วนแบ่งตลาดลดลง และกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและความเชื่อมั่นในแบรนด์ในระยะยาว	บริษัทฯ ติดตามแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และนำข้อมูลมาประกอบการคัดเลือกและพัฒนาสินค้าที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมสื่อสารข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของสินค้าอย่างโปร่งใสและเหมาะสม
ความเสี่ยงจากต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ที่ปล่อยคาร์บอนสูง	การพึ่งพาระบบขนส่งที่ใช้พลังงานฟอสซิลเป็นหลัก อาจทำให้ต้นทุนโลจิสติกส์เพิ่มขึ้นจากมาตรการด้านคาร์บอน และส่งผลให้ระดับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ อยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ต้นทุนการดำเนินงาน และการบรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร	บริษัทฯ ปรับปรุงประสิทธิภาพเส้นทางการขนส่ง เพิ่มการใช้ระบบโลจิสติกส์ที่ประหยัดพลังงาน และพิจารณาความร่วมมือกับผู้ให้บริการขนส่งที่มีแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อลดต้นทุนและความเสี่ยงในระยะยาว



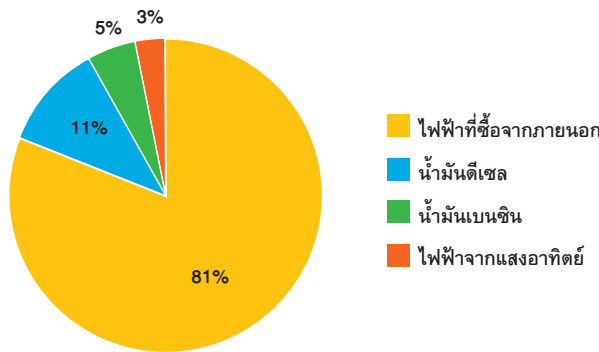
## 2. การบริหารจัดการพลังงาน

พลังงานเป็นทรัพยากรสำคัญที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งในด้านการดำเนินงานภายในองค์กร การบริหารจัดการคลังสินค้า และการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน การใช้พลังงานยังเชื่อมโยงกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งในด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้าและเชื้อเพลิง การใช้ทรัพยากรพลังงานในปริมาณสูง รวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมโลจิสติกส์ และการขนส่งสินค้า ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดและพลังงานทดแทน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

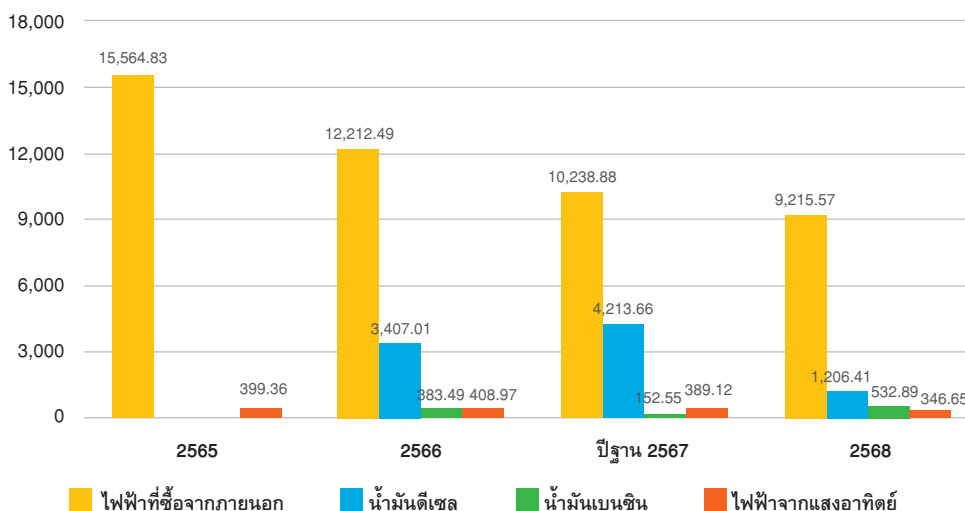
บริษัทฯ มุ่งพัฒนาการบริหารจัดการพลังงานอย่างเป็นระบบ โดยตั้งเป้าลดการใช้พลังงานควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียน ในปี 2568 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานด้านประสิทธิภาพพลังงาน (Energy Efficiency) เป็นลำดับแรก เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าส่วนเกินภายในอาคารสำนักงานและคลังสินค้า ผ่านการปรับปรุงระบบส่องสว่างและการใช้เทคโนโลยีควบคุมอุณหภูมิ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญในการลดปริมาณการใช้พลังงานพื้นฐานขององค์กร ก่อนการขยายการใช้พลังงานหมุนเวียนในระยะต่อไป บริษัทฯ จึงกำหนดเป้าหมายในการลดอัตราการใช้พลังงานรวมต่อหน่วยรายได้ร้อยละ 25 เทียบกับปีฐาน 2567 และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนต่อพลังงานทั้งหมดเป็นร้อยละ 25 ภายในปี 2573

ในปี 2568 บริษัทฯ มีการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงและพลังงานรูปแบบต่างๆ รวมทั้งสิ้น 11,301.31 กิกะจูล ลดลงจากปี 2567 ร้อยละ 24.63 เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด การใช้พลังงานในองค์กรทั้งหมดจำแนกเป็นการใช้พลังงานที่ไม่หมุนเวียนซึ่งมาจากไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก การใช้น้ำมันเบนซินและน้ำมันดีเซลรวม 10,954.86 กิกะจูล และการใช้พลังงานหมุนเวียนจากไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์จำนวน 346.45 กิกะจูล

สัดส่วนการใช้พลังงานในองค์กรปี 2568



การใช้พลังงานทั้งหมดในองค์กร



### การใช้พลังงานเชื้อเพลิง

บริษัทฯ มีการใช้พลังงานเชื้อเพลิงที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากปี 2567 ถึงร้อยละ 60.16 เนื่องจากการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้โอนย้ายทีมขายสินค้า Modern Trade และ Traditional Trade ให้แก่บริษัท เพนส์ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด ส่งผลให้การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากการเดินทางของพนักงานในทีมงานดังกล่าวไม่รวมอยู่ในขอบเขตการรายงานของบริษัทฯ ในปี 2568



## การใช้พลังงานไฟฟ้า

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าที่รายงานครอบคลุมเฉพาะการใช้ไฟฟ้าในกิจกรรมที่อยู่ภายใต้การควบคุมการดำเนินงาน (Operational Control) ของบริษัท เท่านั้น ทั้งนี้ สำหรับพื้นที่ให้เช่าภายในอาคารซึ่งบริษัท เป็นผู้ชำระค่าไฟฟ้าส่วนรวมและเรียกเก็บคืนจากผู้เช่าตามปริมาณการใช้งานจริง (Sub-metering) บริษัท ได้หักปริมาณการใช้ไฟฟ้าดังกล่าวออกจากรายงาน เนื่องจากบริษัท ไม่มีอำนาจควบคุมพฤติกรรมการใช้พลังงานของผู้เช่า เพื่อให้การรายงานการใช้พลังงานสะท้อนการดำเนินงานและประสิทธิภาพการบริหารจัดการพลังงานขององค์กรได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับแนวทางการกำหนดขอบเขตองค์กรตามหลัก Operational Control

ในปี 2568 บริษัท มีการจัดซื้อไฟฟ้าจากภายนอกรวมทั้งสิ้น 3,803,000 กิโลวัตต์-ชั่วโมง โดยเป็นปริมาณการใช้ไฟฟ้าสุทธิสำหรับการดำเนินงานขององค์กร (ไม่รวมการใช้ไฟฟ้าของผู้เช่า) จำนวน 2,559,879.43 กิโลวัตต์-ชั่วโมง หรือเทียบเท่า 9,215.57 กิกะจูล ซึ่งลดลงร้อยละ 9.99 เมื่อเทียบกับปี 2567 เป็นผลจากการที่บริษัท ได้ดำเนินการตามมาตรการการเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในองค์กร ดังนี้

### 1. การรณรงค์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานของพนักงาน

- รณรงค์ปิดเครื่องปรับอากาศและปิดไฟในช่วงเวลาพักกลางวันเป็นเวลา 1 ชั่วโมง เพื่อลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น
- ส่งเสริมให้พนักงานใช้บันไดแทนการใช้ลิฟต์ในกรณีที่ยังขึ้นลงเพียงชั้นเดียว
- รณรงค์ให้ปิดหน้าจอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ไฟฟ้าเมื่อไม่มีการใช้งาน

### 2. การบริหารจัดการพื้นที่และระบบปรับอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ

- ปรับรูปแบบการใช้พื้นที่ทำงาน โดยรวมพื้นที่ปฏิบัติงานของพนักงานให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน เพื่อลดการเปิดเครื่องปรับอากาศในพื้นที่ที่ไม่มีการใช้งาน
- ใช้ระบบควบคุมอัตโนมัติในการเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศและระบบไฟฟ้าตามช่วงเวลาการทำงานจริง เช่น เปิดก่อนเริ่มงานประมาณ 15 นาที ปิดในช่วงพักกลางวัน และปิดหลังเลิกงาน
- ตั้งค่าลดการทำงานของระบบปรับอากาศในบางพื้นที่โดยอัตโนมัติ เพื่อลดการใช้พลังงานส่วนเกิน
- กำหนดอุณหภูมิการใช้งานเครื่องปรับอากาศจากส่วนกลางเพื่อควบคุมมาตรฐานการใช้พลังงานภายในสำนักงาน
- ปรับเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศรุ่นเก่าที่มีอายุการใช้งานยาวนานเป็นระบบ Inverter ซึ่งมีประสิทธิภาพการใช้พลังงานสูงกว่า และทดแทนการใช้ก๊าซ R22 ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### 3. การปรับปรุงอุปกรณ์และการใช้พลังงานสะอาด

- มีแผนเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ โดยติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ในบริเวณลานจอดรถและพื้นที่ด้านหลังคลังสินค้า
- ปรับเปลี่ยนระบบส่องสว่างในพื้นที่ลานจอดรถและพื้นที่ใช้งานต่าง ๆ จากหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอด LED เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
- กำหนดให้การเปลี่ยนหลอดไฟฟ้านอนาครดใช้หลอด LED เป็นมาตรฐานทดแทนหลอดไฟเดิมที่ชำรุด

## การใช้พลังงานหมุนเวียน

บริษัท ได้ดำเนินการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดและลดการพึ่งพาไฟฟ้าจากระบบสายส่งหลัก โดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนพื้นที่รวมประมาณ 1,230 ตารางเมตร จำนวน 276 แผง ขนาด 315 วัตต์ที่ติดตั้งรวม 86.94 กิโลวัตต์พิก ในปี 2568 ระบบดังกล่าวสามารถผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้ภายในองค์กรได้รวม 96,236.10 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.62 ของปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั้งหมดของบริษัท ส่งผลให้สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 481,180 บาทต่อปี หรือเฉลี่ยประมาณ 40,098 บาทต่อเดือน

ปัจจุบัน บริษัท มีการใช้พลังงานหมุนเวียนภายในองค์กรคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3.07 ของปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด โดยมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 25 ของการใช้พลังงานรวม เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่การใช้พลังงานสะอาดและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน

เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัท มีแผนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติมในพื้นที่ที่มีศักยภาพภายในองค์กรในช่วงเดือนกรกฎาคม 2569 ควบคู่กับการศึกษาแนวทางการจัดหาไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานสะอาดผ่านกลไกตลาด รวมถึงการพิจารณาซื้อใบรับรองการผลิตพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Certificates: RECs) เพื่อยืนยันแหล่งที่มาของพลังงานไฟฟ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดขององค์กร

### 3. การบริหารจัดการน้ำ

บริษัท ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำในฐานะปัจจัยพื้นฐานต่อการดำเนินธุรกิจและความยั่งยืนของสังคม แม้ว่าลักษณะธุรกิจของบริษัท จะไม่ได้ใช้น้ำในปริมาณสูงเมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมการผลิต แต่การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพยังคงมีความสำคัญต่อการลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม การควบคุมต้นทุน และการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบ บริษัท จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำตามหลักการของพระราชบัญญัติทรัพยากรน้ำ พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นกรอบสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างบูรณาการ ทั้งด้านการใช้ การอนุรักษ์ การพัฒนา และการฟื้นฟู เพื่อให้การใช้น้ำขององค์กรเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

บริษัท มีการดึงน้ำมาใช้ (Water Withdrawal) จากระบบประปาภายนอกเพียงแหล่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 100 ของปริมาณน้ำที่ใช้ทั้งหมด เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรและการให้บริการพื้นที่อาคารแก่ผู้เช่า ลักษณะการดำเนินงานเป็นอาคารสำนักงานที่ไม่มีระบบหล่อเย็นแบบระเหยหรือกระบวนการผลิตที่ใช้น้ำอย่างเข้มข้น น้ำเสียจากกิจกรรมสุขาภิบาลจะถูกส่งเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียภายในก่อนปล่อยสู่ท่อระบายน้ำสาธารณะ ขณะที่น้ำที่เกิดจากการใช้งานทั่วไปบางส่วนจะระบายเข้าสู่ระบบท่อสาธารณะโดยตรง ทั้งนี้ การระบายน้ำทั้งหมดเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



จากการติดตามข้อมูลการใช้น้ำในช่วงที่ผ่านมา พบว่าปริมาณการใช้น้ำประปามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีความผิดปกติในบางช่วงเวลา แม้ว่าบริษัท จะได้ดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขเบื้องต้นอย่างสม่ำเสมอ แต่ยังคงพบการสูญเสียน้ำจากการรั่วไหลในระบบท่อและอุปกรณ์ใช้น้ำภายในอาคาร

ในปี 2568 บริษัทฯ จึงกำหนดเป้าหมายในการตรวจสอบและแก้ไขความผิดปกติของระบบท่อและอุปกรณ์ใช้น้ำทั้งหมด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและลดการสูญเสียโดยไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุด ควบคู่กับการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้น้ำอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการกำหนดเป้าหมายการลดการใช้น้ำในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังพัฒนาระบบติดตามข้อมูลการใช้น้ำและส่งเสริมความตระหนักรู้แก่พนักงานในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ดำเนินการตามมาตรการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นการลดการใช้น้ำ (Reduce) การเพิ่มประสิทธิภาพระบบ และการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse / Recycle) โดยมีผลการดำเนินงานดังนี้

1. การลดการใช้น้ำ (Reduce)

- การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและลดการสูญเสียในระบบ

บริษัทฯ กำหนดให้มีการตรวจวัดและบันทึกข้อมูลการใช้น้ำจากมิเตอร์อย่างเป็นระบบ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์แนวโน้มการใช้น้ำและตรวจสอบความผิดปกติ รวมถึงใช้เซ็นเซอร์มือในการเฝ้าระวังและป้องกันการสูญเสียน้ำจากการรั่วไหล โดยกำหนดให้มีการบันทึกค่ามาตรวัดน้ำวันละ 2 ช่วงเวลา ได้แก่ หลังปิดอาคาร (22.00 น.) และก่อนเริ่มการใช้งานในช่วงเช้า (06.00 น.) เพื่อเปรียบเทียบปริมาณการใช้น้ำในช่วงเวลาที่ไม่มีการใช้งาน หากพบว่าปริมาณน้ำเพิ่มขึ้นผิดปกติ จะถือเป็นสัญญาณของความเป็นไปได้ในการรั่วไหลของระบบน้ำ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบ ปรับปรุง และเปลี่ยนระบบท่อส่งน้ำใหม่ทั้งหมด (ร้อยละ 100) เพื่อแก้ไขปัญหาการรั่วไหลของระบบท่อได้ดิน โดยมีการติดตามการใช้น้ำอย่างใกล้ชิด บริษัทฯ มอบหมายให้ช่างอาคารและผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ตรวจสอบความผิดปกติของระบบท่อและอุปกรณ์ใช้น้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อบรรจุรั่วไหลและดำเนินการแจ้งซ่อมบำรุงโดยทันทีเมื่อพบความผิดปกติ มาตรการดังกล่าวช่วยลดการสูญเสียโดยไม่จำเป็น เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ และสนับสนุนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

- การรณรงค์ลดการใช้น้ำในองค์กร

บริษัทฯ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การใช้น้ำภายในองค์กรเพื่อร่วมกันประหยัดน้ำ โดยสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังการสูญเสียทรัพยากรที่ไม่จำเป็น บริษัทฯ ได้ดำเนินการสื่อสารและรณรงค์ผ่านช่องทางที่เข้าถึงพนักงานโดยตรง เช่น การติดตั้งป้ายนิเทศและสติ๊กเกอร์รณรงค์ในจุดใช้น้ำหลัก อาทิ ห้องน้ำและพื้นที่ส่วนกลาง พร้อมข้อความที่เข้าใจง่ายและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เช่น การปิดน้ำให้สนิทหลังการใช้งาน การใช้ปริมาณน้ำอย่างเหมาะสม และการแจ้งซ่อมทันทีเมื่อพบอุปกรณ์ชำรุด เพื่อกระตุ้นเตือนและสร้างพฤติกรรมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพในชีวิตประจำวันของพนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้ช่องทางสื่อสารภายในองค์กร เช่น Line Group เพื่อย้ำเตือนความสำคัญของการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และเป็นช่องทางสำหรับพนักงานในการแจ้งเหตุกรณีพบจุดรั่วไหลหรือความผิดปกติของระบบน้ำ เพื่อให้สามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็วและลดการสูญเสียโดยไม่จำเป็น จากการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง พบว่าพนักงานมีความตื่นตัวและให้ความร่วมมือในการดูแลการใช้น้ำมากขึ้น สะท้อนจากการแจ้งซ่อมอุปกรณ์ประปาที่รวดเร็วขึ้นเมื่อพบความผิดปกติ และการใช้น้ำอย่างระมัดระวังมากขึ้นในกิจกรรมประจำวัน

ในระยะต่อไป บริษัทฯ มีแผนขยายการสื่อสารและการรณรงค์ไปยังพื้นที่อื่น ๆ ที่มีการใช้น้ำเพิ่มเติม เช่น พื้นที่แค่นทีนและพื้นที่พักนอนของพนักงาน เพื่อให้ครอบคลุมทุกจุดการใช้น้ำภายในองค์กร และเสริมสร้างวัฒนธรรมการใช้น้ำทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2. การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse/Recycle)

ปัจจุบันน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วจากระบบบำบัดน้ำเสียจะถูกปล่อยออกสู่ระบบระบายน้ำสาธารณะตามเกณฑ์มาตรฐานที่กฎหมายกำหนด โดยยังไม่มีเมื่อนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ภายในองค์กร อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำทรัพยากรน้ำและการลดการปล่อยน้ำทิ้งสู่สิ่งแวดล้อม จึงอยู่ระหว่างการศึกษความเป็นไปได้ในการยกระดับระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อรองรับการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ใหม่ในอนาคต

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับบริษัท พรีเมียร์โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม ในการดูแลบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำเสียอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเก็บตัวอย่างน้ำทิ้งส่งตรวจวิเคราะห์ ณ ห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ปีละ 3 ครั้ง เพื่อประเมินคุณภาพน้ำทิ้งและควบคุมให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กฎหมายกำหนด จากการตรวจสอบในปีที่ผ่านมา พบว่าคุณภาพน้ำทิ้งส่วนใหญ่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน อย่างไรก็ตาม ยังมีพารามิเตอร์บางรายการ เช่น ค่า BOD และค่าสารแขวนลอย ที่ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ในบางช่วงเวลา บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง อาทิ การสูบล้างตะกอนออกจากบ่อบำบัด การซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องเติมอากาศ และการตรวจสอบการทำงานของอุปกรณ์ในระบบควบคุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบำบัดน้ำเสียและควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน





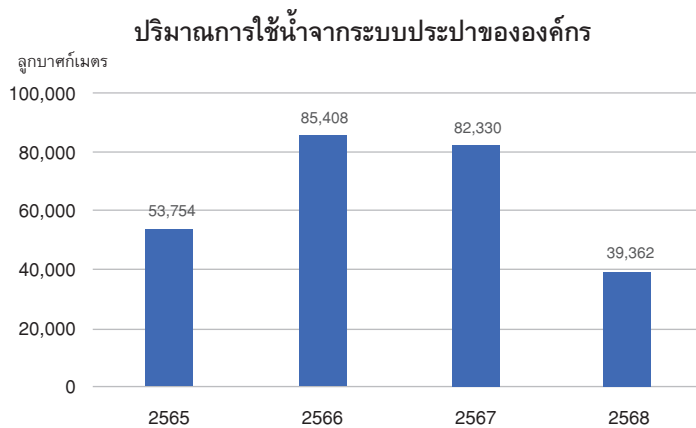
นอกจากนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาระบบและออกแบบเพื่อปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสีย (System Upgrade) โดยมุ่งยกระดับเทคโนโลยีการบำบัดให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าน้ำที่ผ่านการบำบัดจะมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานครบทุกพารามิเตอร์ และสามารถนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภคได้ เช่น การทำความสะอาดพื้นที่และการรดน้ำต้นไม้ในพื้นที่ส่วนกลาง

บริษัทฯ จึงได้ตั้งเป้าหมายระยะยาวในการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่อย่างน้อยร้อยละ 10 ภายในปี 2573 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรน้ำ ลดการพึ่งพาน้ำประปาจากแหล่งภายนอก และลดการปล่อยน้ำทิ้งสู่สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืนทั้งในระดับองค์กรและสังคมโดยรวม

ปริมาณการดึงน้ำมาใช้ (Water Withdrawal) ที่เปิดเผยในรายงานฉบับนี้เป็นข้อมูลรวมของทั้งอาคาร ซึ่งครอบคลุมการใช้น้ำของบริษัทฯ และผู้เช่าทั้งหมด เนื่องจากในปัจจุบันบริษัทฯ ยังไม่มีระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำของผู้เช่า การเปิดเผยข้อมูลในรอบการรายงานนี้จึงเป็นการแสดงภาพรวมการใช้น้ำในระดับอาคาร ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการจัดเก็บข้อมูล เพื่อให้สามารถรายงานข้อมูลภายใต้ขอบเขตการควบคุมการดำเนินงาน (Operational Control) ได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ในปี 2568 บริษัทฯ มีปริมาณการดึงน้ำมาใช้จากระบบประปาภายนอกเพื่อสนับสนุนการใช้น้ำของบริษัทฯ และผู้เช่า รวมทั้งสิ้น 39,362 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งปริมาณน้ำประปาที่ไหลลงอย่างมีนัยสำคัญจากปี 2567 ถึง 42,968 ลูกบาศก์เมตร หรือร้อยละ 52.19 ส่งผลให้สามารถลดค่าใช้จ่ายด้านน้ำประปาได้ประมาณ 695,139.85 บาท การลดลงของปริมาณการใช้น้ำดังกล่าวเป็นผลจากการปรับปรุงระบบท่อส่งน้ำและการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำภายในองค์กร รวมถึงการติดตาม ตรวจสอบ และควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปริมาณการใช้น้ำกลับสู่ระดับที่สอดคล้องกับการใช้งานจริงมากขึ้น ภายหลังจากแก้ไขปัญหาการสูญเสียในระบบ

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงกำหนดให้ปี 2568 เป็นปีฐานด้านการบริหารจัดการน้ำขององค์กร และใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นสำหรับการกำหนดเป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและการลดการใช้น้ำในระยะต่อไป



#### 4. การจัดการขยะและของเสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการขยะและของเสียอย่างมีความรับผิดชอบต่อตลอดกระบวนการดำเนินงาน โดยลักษณะการประกอบธุรกิจเป็นการจัดจำหน่ายสินค้า เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง และสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งไม่ได้ก่อให้เกิดของเสียจากกระบวนการผลิตโดยตรง อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานด้านคลังสินค้า การกระจายสินค้า และกิจกรรมสำนักงาน อาจก่อให้เกิดของเสียประเภทบรรจุภัณฑ์ กระดาษ พลาสติก เศษวัสดุหีบห่อ ตลอดจนสินค้าที่ชำรุด เสื่อมสภาพ หรือหมดอายุ

บริษัทฯ บริหารจัดการขยะและของเสียในองค์กรภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยใช้กลยุทธ์ 3R Reduce Reuse Recycle เพื่อลดการเกิดของเสีย (Reduce) และเพิ่มการนำกลับมาใช้ประโยชน์ด้วยการใช้ซ้ำ (Reuse) หรือการรีไซเคิล (Recycle) โดยในปี 2568 บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายให้ดำเนินการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะและของเสียจากกิจกรรมหลักของบริษัทฯ ได้ครบถ้วนร้อยละ 100 เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์และจัดทำเป้าหมาย ตลอดจนพัฒนาแผนงานในการลดปริมาณของเสียและเพิ่มการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์อย่างเป็นระบบในระยะต่อไป ทั้งนี้ การจัดเก็บ ขนส่ง และกำจัดของเสีย ดำเนินการโดยผู้ให้บริการที่ได้รับอนุญาต และเป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ได้ดำเนินการครอบคลุมทั้งกิจกรรมภายในองค์กร การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และความร่วมมือกับผู้บริโภคและพันธมิตรธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัด และสร้างคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมควบคู่กับคุณค่าทางสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1. การจัดการของเสียจากการดำเนินงานภายในองค์กร

###### 1.1 การลดการเกิดของเสีย (Reduce)

- โครงการ Digital Workflow และองค์กรไร้กระดาษ (Paperless Organization)

บริษัทฯ ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภายในองค์กรสู่ระบบ Digital Workflow โดยนำระบบอนุมัติเอกสารออนไลน์มาใช้แทนการลงนามในเอกสารกระดาษในกระบวนการสำคัญทั้งหมด (ร้อยละ 100) เช่น ใบลา ใบเบิกค่าใช้จ่าย และการอนุมัติจัดซื้อ พร้อมทั้งจัดทำฐานข้อมูลกลางเพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงและใช้ข้อมูลร่วมกันได้โดยไม่ต้องพิมพ์เอกสารซ้ำ

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ (Reskill) แก่พนักงาน ส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยพนักงานสามารถติดตามสถานะการอนุมัติได้แบบ Real-time ลดขั้นตอนการเดินทางเอกสาร และลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น



ภายหลังการดำเนินโครงการอย่างเต็มรูปแบบในปี 2568 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษลงได้ร้อยละ 12.40 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า หรือคิดเป็นการประหยัดกระดาษกว่า 395 ริมตอปี พร้อมทั้งลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อกระดาษ หมึกพิมพ์ และการบำรุงรักษาอุปกรณ์สำนักงานอย่างมีนัยสำคัญ

- โครงการลดขยะจากกระดาษที่ขจัดในท้องถิ่น

จากการประเมินองค์ประกอบของขยะภายในอาคารสำนักงาน พบว่ากระดาษที่ขจัดแล้วเป็นของเสียที่มีปริมาณสูงและไม่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ โดยส่วนใหญ่ถูกส่งไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบหรือเผาทำลาย

บริษัทฯ จึงดำเนินการติดตั้งเครื่องเป่ามือไฟฟ้าในห้องน้ำ พร้อมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผลการดำเนินงานในปี 2568 พบว่าสามารถลดปริมาณขยะที่ขจัดได้ตามเป้าหมายที่กำหนด และช่วยลดงบประมาณการจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลือง แม้จะมีค่าใช้จ่ายด้านพลังงานเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่เมื่อพิจารณาในระยะยาวพบว่ามีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์และสิ่งแวดล้อมมากกว่า

## 1.2 การนำกลับมาใช้ประโยชน์ (Recycle/Recovery)

- การคัดแยกขยะภายในองค์กร

บริษัทฯ จัดตั้งจุดคัดแยกขยะ 4 ประเภท ได้แก่ ขยะทั่วไป ขวดพลาสติก กระดาษ และขยะอิเล็กทรอนิกส์ ในพื้นที่ที่มีการเกิดขยะจำนวนมาก พร้อมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะรีไซเคิลเพื่อส่งกลับสู่กระบวนการแปรรูป

- การใช้กระดาษหน้าเดียวซ้ำ

บริษัทฯ สนับสนุนการนำกระดาษที่ใช้แล้วหนึ่งหน้ากลับมาใช้สำหรับงานร่างเอกสารหรือบันทึกภายใน ช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่และลดปริมาณของเสีย

- การจัดการขยะอินทรีย์จากการดูแลภูมิทัศน์

กิ่งไม้และเศษใบไม้จากการดูแลพื้นที่ถูกนำเข้าสู่กระบวนการบดและแปรรูปเป็นปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อนำกลับมาใช้ในการบำรุงรักษาพื้นที่สีเขียวภายในองค์กร ลดปริมาณของเสียที่ต้องส่งไปกำจัดภายนอก และลดผลกระทบจากการขนส่ง

- การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ (E-Waste)

บริษัทฯ จัดให้มีการตรวจสอบและรวบรวมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ชำรุดเป็นประจำ และส่งต่อให้ผู้รับกำจัดที่ได้รับอนุญาตและมีเทคโนโลยีเฉพาะทาง เพื่อควบคุมความเสี่ยงด้านการรั่วไหลของสารอันตรายและเป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย

## 2. การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการเกิดขยะและของเสีย

- บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Sustainable Packaging) — BSC AUTHENTIQ

บริษัทฯ สนับสนุนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ลดการใช้ทรัพยากรตั้งแต่ต้นทาง โดยผลิตภัณฑ์ BSC AUTHENTIQ BIO PERFECT SKIN FOUNDATION POWDER ใช้พลาสติกรีไซเคิลหลังการบริโภค (Post-Consumer Recycled: PCR) ในสัดส่วนร้อยละ 30 ของวัสดุพลาสติกในถลับแป้ง ช่วยลดการใช้พลาสติกใหม่ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุภัณฑ์ กล่องบรรจุภัณฑ์ใช้กระดาษที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน FSC และหมึกพิมพ์จากวัสดุธรรมชาติที่ย่อยสลายง่าย เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ งานอะลูมิเนียมในถลับแป้งได้รับการออกแบบให้สามารถถอดแยกและส่งต่อเข้าสู่กระบวนการหลอมใหม่ เพื่อใช้ผลิตอุปกรณ์ช่วยเหลือทางการแพทย์ ช่วยลดของเสียและสร้างคุณค่าทางสังคมควบคู่กัน

- ผลิตภัณฑ์ “รักลูก รักโลก” — Enfant

แบรนด์ Enfant ลดของเสียจากกระบวนการผลิตโดยนำเศษผ้าที่เหลือจากการผลิตไปใช้ต่อเป็นวัสดุในผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ใช้เป็นเส้นใยบรรจุในตุ๊กตาที่เป็นผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขาย หรือออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่สามารถย่อยสลายได้ ช่วยลดปริมาณของเสียสิ่งทอและสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

- ชุดชั้นในจากเส้นใยรีไซเคิล - BSC LINGERIE

บริษัทฯ ส่งเสริมแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการลดของเสียตั้งแต่ขั้นตอนการพัฒนาสินค้า โดยแบรนด์ BSC LINGERIE ร่วมกับบริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด พัฒนาคอลเลกชัน “ECO Embrace — Sustainable Sexy” ซึ่งนำแนวคิด Sustainable Fashion Innovation มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบชุดชั้นใน โดยเลือกใช้เส้นใยรีไซเคิล (Recycled Nylon) ที่แปรรูปจากเศษด้ายเหลือใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ผ่านกระบวนการคัดแยกและปั่นใหม่เป็นเส้นใยคุณภาพสูง ก่อนนำมาถักทอเป็นผ้าลูกไม้สำหรับการผลิตสินค้า วัสดุหลักของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย Recycled Post-Consumer Polyamide (Nylon) ร้อยละ 32 Elastane (Spandex) ร้อยละ 10 และ Polyester ร้อยละ 5 ซึ่งเป็นวัสดุที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน GRS โดยแนวทางดังกล่าวช่วยลดการใช้วัตถุดิบใหม่จากทรัพยากรธรรมชาติ และลดปริมาณของเสียจากกระบวนการผลิตสิ่งทอ พร้อมทั้งยังคงคุณสมบัติด้านความนุ่ม เเบา และความยืดหยุ่นของผลิตภัณฑ์

## 3. ความร่วมมือกับผู้บริโภคและพันธมิตรธุรกิจ

บริษัทฯ ใช้เครือข่ายร้านค้าทั่วประเทศเป็นกลไกในการส่งเสริมการจัดการของเสียอย่างรับผิดชอบร่วมกับผู้บริโภคและพันธมิตรธุรกิจ

- โครงการ “วาโก้บราเดย์ บราเก่าเราขอ”

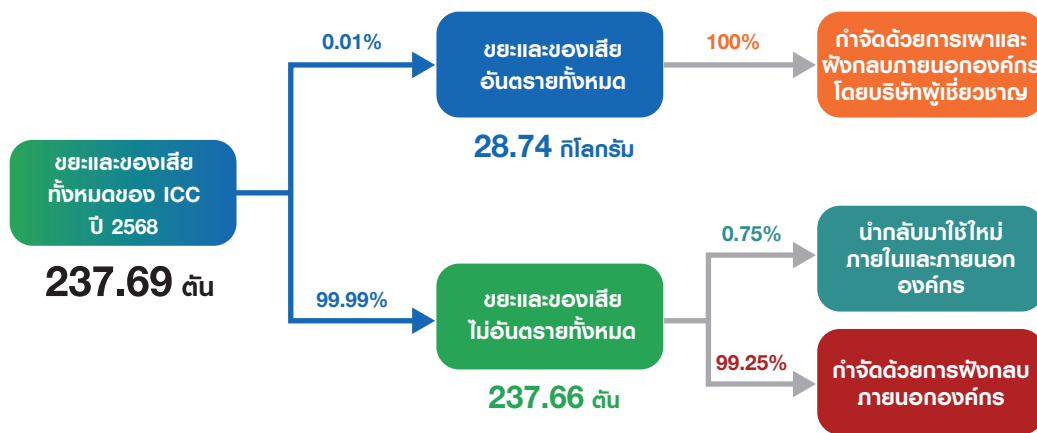
บริษัทฯ สนับสนุนโครงการ “วาโก้บราเดย์ บราเก่าเราขอ” โดยเปิดพื้นที่ร้านค้าในเครือทั่วประเทศจำนวน 208 สาขา เป็นจุดรับบริจาคชุดชั้นในเก่าทุกแบรนด์ เพื่อส่งเสริมการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางและลดปริมาณขยะสิ่งทอที่ต้องนำไปฝังกลบ ชุดชั้นในที่ได้รับบริจาคจะถูกรวบรวมและส่งต่อเข้าสู่กระบวนการกำจัดแบบระบบปิดเพื่อแปรเป็นพลังงานทดแทน (Waste-to-Energy) ช่วยลดการใช้พลังงานฟอสซิลและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในปี 2568 บริษัทฯ สามารถรวบรวมได้ 229,800 ตัว คิดเป็นน้ำหนักรวม 22.98 ตัน ซึ่งเทียบเท่ากับการลดปริมาณขยะชุมชนในปริมาณดังกล่าว ผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อมจากโครงการสามารถเทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้จำนวน 12,447 ต้น (ตามเกณฑ์การคำนวณของโครงการ)



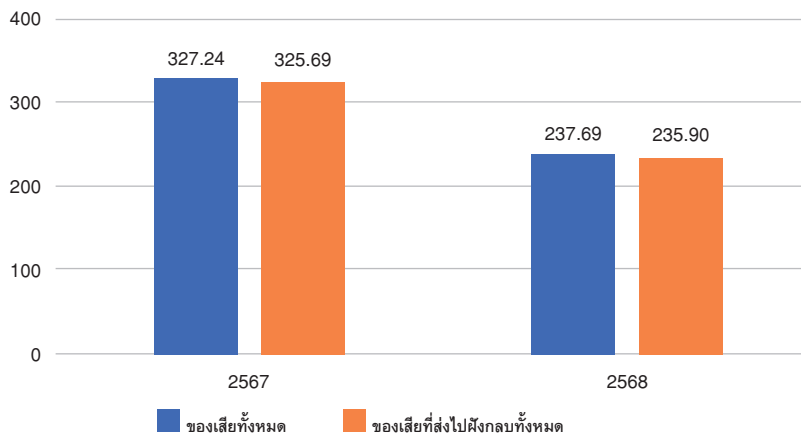
- โครงการส่งต่อขวดพลาสติกเพื่อแปรรูป (วัดจากแดง)  
บริษัท รวบรวมขวดพลาสติกจากการบริโภคของพนักงานและส่งต่อเพื่อเข้าสู่กระบวนการ Upcycling เป็นเส้นใยสังเคราะห์และทอเป็นจีวรพระชุดอาสามัคร และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในปี 2568 บริษัท สามารถรวบรวมขวดพลาสติกได้ 658 กิโลกรัม ซึ่งสามารถผลิตผ้าไตรจีวรได้มากกว่า 300 ชุด
- โครงการรับบริจาคปฏิทินตั้งโต๊ะเพื่อคนตาบอด  
บริษัท รับบริจาคปฏิทินเก่าจากพนักงานและบริษัทในเครือ เพื่อนำไปผลิตสื่ออักษรเบรลล์สำหรับผู้พิการทางสายตา ในปี 2568 ได้รับบริจาคจำนวน 294 ฉบับ (73.5 กิโลกรัม) ช่วยลดปริมาณขยะและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตวัสดุใหม่
- “จากรุ่นสู่รุ่นไม่เคยเปลี่ยน” — **Enfant**  
แบรนด์ Enfant ส่งเสริมการส่งต่อเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กจากรุ่นสู่รุ่น ภายในครอบครัวและสังคม โดยรวบรวมและส่งมอบให้ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก โรงพยาบาล และมูลนิธิต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ช่วยยืดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์และลดปริมาณขยะสิ่งทอ

จากการดำเนินงานตามมาตรการและกิจกรรมทั้งหมด ในปี 2568 บริษัท มีปริมาณขยะและของเสียจากการดำเนินธุรกิจรวมทั้งสิ้น 237.69 ตัน ซึ่งยังไม่ได้รวมสินค้าตัดจำหน่ายที่นำไปกำจัดจำนวน 26,835 ชิ้น เนื่องจากบริษัท ยังไม่มีระบบการบันทึกน้ำหนักของเสียจากสินค้าดังกล่าว จึงไม่สามารถรายงานปริมาณของเสียในหน่วยน้ำหนักตามมาตรฐานการรายงานสากลได้ในรอบการรายงานนี้ โดยบริษัท อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการเก็บข้อมูลเพื่อให้สามารถรายงานปริมาณของเสียในหน่วยน้ำหนักได้ในอนาคต

ของเสียที่เกิดขึ้นในปี 2568 สามารถจำแนกตามประเภทของเสียและการจัดการของเสียได้ดังนี้



ของเสียในองค์กรและการกำจัดด้วยวิธีฝังกลบ



ในปี 2568 บริษัท ได้ดำเนินการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะและของเสียจากกิจกรรมหลักของบริษัท โดยสามารถจัดเก็บข้อมูลได้ครอบคลุมร้อยละ 83.33 ของปริมาณขยะและของเสียทั้งหมด แม้จะยังไม่ครบตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 100 เนื่องจากยังอยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานและขยายขอบเขตการรายงานให้ครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมด เพื่อให้สามารถจัดเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนและนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดเป้าหมายและแผนการลดของเสียในระยะต่อไป

ในปี 2568 บริษัท มีปริมาณของเสียรวมทั้งสิ้น 237.69 ตัน ลดลงจากปี 2567 ร้อยละ 27.36 แสดงถึงประสิทธิภาพที่ดีขึ้นในการควบคุมและลดการเกิดของเสียจากการดำเนินงานขององค์กร ขณะเดียวกัน บริษัท สามารถเพิ่มปริมาณของเสียที่นำกลับมาใช้ประโยชน์ได้เป็น 1.79 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.91 จากปี 2567 แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการด้านการคัดแยกและการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างหมุนเวียน

สำหรับของเสียที่ส่งไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบในปี 2568 มีจำนวน 235.90 ตัน ลดลงร้อยละ 27.57 จากปี 2567 ทั้งนี้ สัดส่วนของเสียที่ส่งไปฝังกลบต่อปริมาณของเสียทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 99.25 ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 0.28 บริษัท จะส่งเสริมให้พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการลดการเกิดของเสียตั้งแต่ต้นทาง และเพิ่มสัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น เพื่อลดสัดส่วนของเสียที่ส่งไปฝังกลบต่อปริมาณของเสียทั้งหมดให้น้อยลงในปีต่อไป



### 3.4 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม

#### 3.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

บริษัทฯ ยึดมั่นในเจตนารมณ์ “คนดี สินค้าดี สังคมดี (Good People, Good Products, Good Society)” และปรัชญาของ ดร.เทียม โชควัฒนา ที่เชื่อมั่นว่าการสร้าง “คนดีและคนเก่ง” จะนำไปสู่การสร้างคุณค่าและประโยชน์แก่สังคม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ตลอดจนการส่งเสริมความเท่าเทียม ความหลากหลาย และการไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าร่วมกับองค์กรและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ เชื่อว่าการมีบุคลากรที่มีศักยภาพ มีความผูกพันกับองค์กร และมีค่านิยมที่สอดคล้องกับหลักความรับผิดชอบต่อสังคม จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมยกระดับประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) ผ่านการบริการที่จริงใจ มีคุณภาพ และเป็นมืออาชีพ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย การจ้างงานและสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชน ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน คู่ค้า และพันธมิตรธุรกิจเพื่อร่วมกันพัฒนาสังคมให้เข้มแข็งและเติบโตอย่างสมดุล

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ พร้อมเปิดรับฟังความคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเป็นกรอบในการกำกับดูแลและดำเนินงานด้านสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- นโยบายการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย
- นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน
- นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- นโยบายคุณภาพ
- นโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน








บริษัทฯ ดำเนินการภายใต้นโยบายดังกล่าว โดยมีเป้าหมายด้านสังคมและแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

ด้านสังคม	SDG Targets	แนวทางการดำเนินงาน	เป้าหมายระยะยาวปี 2573	เป้าหมายปี 2568
สิทธิมนุษยชน ในห่วงโซ่อุปทาน	5.1 8.7, 8.8 10.3	ดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักการเคารพสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน กำหนดจรรยาบรรณคู่ค้าและแนวปฏิบัติด้านแรงงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อป้องกันการจ้างแรงงานเด็ก แรงงานบังคับ และการเลือกปฏิบัติ พร้อมส่งเสริมสภาพการทำงานที่เป็นธรรมและปลอดภัยในห่วงโซ่อุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ไม่มีกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่มึนัยสำคัญ</li> <li>• ไม่มีกรณีแรงงานเด็กและแรงงานบังคับ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ไม่มีกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่มึนัยสำคัญ</li> <li>• ไม่มีกรณีแรงงานเด็กและแรงงานบังคับ</li> <li>• พัฒนารอบติดตามข้อมูลด้านแรงงานของคู่ค้าครอบคลุมคู่ค้าร้อยละ 100</li> <li>• คู่ค้าเข้าร่วมอบรมด้านสิทธิมนุษยชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>
การพัฒนาและรักษาพนักงาน	4.4 5.1, 5.5 8.5, 8.8 9.2 10.3	พัฒนาศักยภาพบุคลากรผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความผูกพัน ความก้าวหน้าในสายอาชีพ และโอกาสที่เท่าเทียม เพื่อรักษาบุคลากรคุณภาพและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ย 24 ชม./คน/ปี</li> <li>• สัดส่วนพนักงานที่ได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน ร้อยละ 100</li> <li>• คะแนนความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรมากกว่าร้อยละ 80</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ย 14 ชม./คน/ปี</li> <li>• สัดส่วนพนักงานที่ได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงาน ร้อยละ 100</li> <li>• คะแนนความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรมากกว่าร้อยละ 75</li> </ul>



ด้านสังคม	SDG Targets	แนวทางการดำเนินงาน	เป้าหมายระยะยาวปี 2573	เป้าหมายปี 2568
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	8.8, 3.9	ดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานในสำนักงาน คลังสินค้า และร้านค้าทั่วประเทศ โดยกำหนดมาตรการป้องกันอุบัติเหตุและความเสี่ยงด้านสุขภาพอย่างเป็นระบบ พร้อมส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยและการมีส่วนร่วมของพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงานเท่ากับ 0</li> <li>พนักงานที่ได้รับอุบัติเหตุแต่ไม่ถึงขั้นหยุดงานเท่ากับ 0</li> <li>อัตราการเสียชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเท่ากับ 0</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงานเท่ากับ 0</li> <li>พนักงานที่ได้รับอุบัติเหตุแต่ไม่ถึงขั้นหยุดงานเท่ากับ 0</li> <li>อัตราการเสียชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเท่ากับ 0</li> </ul>
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	3.9 12.8, 12.6 16.10	สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าผ่านการคัดสรรสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและความปลอดภัย การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องโปร่งใส การบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอย่างเหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> <li>คะแนนความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าร้อยละ 90</li> <li>คะแนนความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้ามากกว่าร้อยละ 90</li> <li>คะแนนความพึงพอใจในระยะเวลาการจัดส่งมากกว่าร้อยละ 90</li> <li>คะแนนความพึงพอใจขั้นตอนการสั่งซื้อ มากกว่าร้อยละ 90</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>คะแนนความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าร้อยละ 85</li> <li>คะแนนความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้ามากกว่าร้อยละ 85</li> <li>คะแนนความพึงพอใจในระยะเวลาการจัดส่งมากกว่าร้อยละ 85</li> <li>คะแนนความพึงพอใจขั้นตอนการสั่งซื้อ มากกว่าร้อยละ 85</li> </ul>
การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ	7.3 8.2, 8.3 9.4 12.2, 12.5 13.2, 13.3	พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มความยั่งยืน โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้า บรรจุภัณฑ์ และประสบการณ์การให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าและความพึงพอใจในระยะยาว	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอย่างน้อย 10 รายการ</li> <li>จำนวนผลิตภัณฑ์จากวัสดุที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างน้อย 1,500 SKU</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอย่างน้อย 5 รายการ</li> <li>จำนวนผลิตภัณฑ์จากวัสดุที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างน้อย 300 SKU</li> </ul>
การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	8.3, 8.7, 8.8 12.2, 12.5, 12.6, 12.7 13.2 16.6 17.16	ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างอย่างรับผิดชอบต่อผู้ขาย โดยบูรณาการเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ในการคัดเลือกและประเมินคู่ค้า พร้อมสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าเพื่อยกระดับมาตรฐานความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>คู่ค้าทั้งหมด (ร้อยละ 100) ผ่านการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG</li> <li>คู่ค้าทั้งหมด (ร้อยละ 100) ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)</li> <li>คู่ค้าทั้งหมดในกลุ่มเสี่ยงสูงได้รับการตรวจติดตามครบร้อยละ 100</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดทำกระบวนการและเครื่องมือประเมินความเสี่ยงด้านของคู่ค้าด้าน ESG</li> <li>จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)</li> <li>วางแผนระบบการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าและแนวทางติดตามผล</li> </ul>



ด้านสังคม	SDG Targets	แนวทางการดำเนินงาน	เป้าหมายระยะยาวปี 2573	เป้าหมายปี 2568
การสร้างคุณค่าสู่ชุมชนและสังคม	 1.2  3.8  4.4, 4.7  8.3  10.2  11.4  17.17	ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ โดยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น การศึกษา และคุณภาพชีวิตของชุมชน รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ในการทำกิจกรรมจิตอาสาและการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้คนอย่างน้อย 5 โครงการต่อปี</li> <li>ข้อร้องเรียนจากชุมชนได้รับการแก้ไขครบ (ร้อยละ 100) ในเวลาที่กำหนด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้คนอย่างน้อย 3 โครงการต่อปี</li> <li>ข้อร้องเรียนจากชุมชนได้รับการแก้ไขครบ (ร้อยละ 100) ในเวลาที่กำหนด</li> </ul>
การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว	 16.10	คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวคนปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยพัฒนาระบบและมาตรการควบคุมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	<ul style="list-style-type: none"> <li>ไม่มีเหตุการณ์รั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลสำคัญขององค์กรหรือการเข้าถึงโดยมิชอบ</li> <li>ไม่มีเหตุการณ์ด้าน Cybersecurity ที่กระทบต่อข้อมูลหรือระบบสารสนเทศ</li> <li>ไม่มีข้อร้องเรียนด้านความเป็นส่วนตัวจากลูกค้าและพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ไม่มีเหตุการณ์รั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลสำคัญขององค์กรหรือการเข้าถึงโดยมิชอบ</li> <li>ไม่มีเหตุการณ์ด้าน Cybersecurity ที่กระทบต่อข้อมูลหรือระบบสารสนเทศ</li> <li>ไม่มีข้อร้องเรียนด้านความเป็นส่วนตัวจากลูกค้าและพนักงาน</li> </ul>

### 3.4.2 ผลการดำเนินงานด้านสังคม

#### 1. สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักการสากล โดยอ้างอิง United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs) ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) และหลักการแรงงานพื้นฐานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO Core Conventions) บริษัทฯ ยึดถือหลักการไม่เลือกปฏิบัติ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนการป้องกันการใช้แรงงานเด็กและแรงงานบังคับตลอดห่วงโซ่อุปทาน

แม้ว่าบริษัทฯ จะไม่ได้ดำเนินการผลิตโดยตรงในบางกระบวนการ แต่ยังคงตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นผ่านคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้พัฒนาแนวทางการบริหารจัดการจากการมุ่งเน้นการปฏิบัติตามข้อกำหนด (compliance-based approach) ไปสู่การบริหารจัดการเชิงป้องกันและเชิงความเสี่ยง (preventive and risk-based approach) โดยนำกระบวนการตรวจสอบสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) มาใช้เป็นกรอบในการระบุ ประเมิน และบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อแรงงาน ผู้มีส่วนได้เสีย และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ดังนี้



## 1. การกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

กำหนดนโยบายและค่านิยมในการเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักการสากล เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจและการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน

## 2. การระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ระบุประเด็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินงานของบริษัท คู่ค้า และการใช้สินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาลักษณะธุรกิจ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และบริบทของห่วงโซ่อุปทาน

## 3. การประเมินความเสี่ยงและผลกระทบ

ประเมินระดับความเสี่ยงและความรุนแรงของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีนัยสำคัญเพื่อกำหนดแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสม

## 4. การกำหนดมาตรการป้องกันและลดผลกระทบ

กำหนดมาตรการควบคุม แนวทางป้องกัน และการแก้ไขปัญหา เพื่อลดหรือป้องกันผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน รวมถึงกำหนดผู้รับผิดชอบในการดำเนินงาน

## 5. การติดตาม ตรวจสอบ รับเรื่องร้องเรียน และการเยียวยา

ติดตามผลการดำเนินงานของมาตรการที่กำหนดไว้ พร้อมจัดให้มีกลไกการรับเรื่องร้องเรียนที่เข้าถึงได้โปร่งใส และเป็นธรรม เพื่อให้ผู้ได้รับผลกระทบสามารถแจ้งข้อร้องเรียนได้ และบริษัทฯ สามารถดำเนินการสอบสวน แก้ไข และเยียวยาผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันเวลาที่

## 6. การทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ทบทวนผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการ มาตรการควบคุม และการยกระดับการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง

### ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ได้ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทาน โดยพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ทั้งพนักงาน ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า และแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

สิทธิแรงงาน	สิทธิชุมชน	สิทธิของลูกค้า	สิทธิของคู่ค้า	ในห่วงโซ่อุปทาน
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การเลือกปฏิบัติในการจ้างงานหรือการปฏิบัติต่อพนักงาน</li> <li>• ชั่วโมงการทำงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการของพนักงานไม่สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน</li> <li>• สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานในสำนักงานและหน้าร้าน</li> <li>• การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุขภาพและความปลอดภัยในการใช้สินค้าและบริการ</li> <li>• ข้อมูลสินค้าและบริการที่ไม่ถูกต้องหรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด</li> <li>• การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างไม่เป็นธรรม หรือการใช้เงื่อนไขทางการค้าที่ไม่เหมาะสม</li> <li>• การละเมิดข้อมูลทางธุรกิจหรือข้อมูลส่วนบุคคลของคู่ค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับในกิจการของคู่ค้า</li> <li>• สุขภาพและความปลอดภัยของแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน</li> </ul>



บริษัทฯ ได้นำประเด็นดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการบริหารจัดการเพื่อป้องกันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ดังแสดงในตารางการจัดการประเด็นความเสี่ยง มาตรการป้องกัน และมาตรการเยียวยา

ขอบเขต	ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง	ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ	การดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อป้องกัน แก้ไข และเยียวยา
การดำเนินงานของบริษัทฯ	<b>สิทธิแรงงาน</b>		
	การเลือกปฏิบัติในการจ้างงานหรือการปฏิบัติต่อพนักงาน	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดแนวทางและกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ยึดหลักความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ ในการสรรหา การจ้างงาน การเลื่อนตำแหน่ง และการประเมินผล</li> <li>สื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการไม่เลือกปฏิบัติให้พนักงานและผู้บังคับบัญชาทุกระดับรับทราบ</li> <li>จัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนที่เป็นความลับ พร้อมกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเป็นธรรม</li> <li>ดำเนินการแก้ไขและเยียวยาตามข้อเท็จจริง พร้อมติดตามผลเพื่อป้องกันการเกิดเหตุซ้ำ</li> </ul>
	ชั่วโมงการทำงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการของพนักงานไม่สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดแนวปฏิบัติด้านการจ้างงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงานและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง</li> <li>จัดให้มีระบบบันทึกเวลาการทำงานและการจ่ายค่าตอบแทนที่สามารถตรวจสอบได้</li> <li>ติดตามและทบทวนการปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามข้อกำหนด</li> <li>จัดให้มีช่องทางให้พนักงานสามารถสอบถามหรือร้องเรียนเกี่ยวกับสิทธิแรงงานได้</li> </ul>
	สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานในสำนักงานและหน้าร้าน	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดให้มีแนวทางและมาตรการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่เหมาะสมกับลักษณะงาน</li> <li>ตรวจสอบสภาพแวดล้อมและความพร้อมของสถานที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>สื่อสารแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยให้พนักงานรับทราบ และส่งเสริมการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย</li> <li>จัดให้มีช่องทางแจ้งเหตุหรือรายงานความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน</li> </ul>
	การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดแนวทาง และขั้นตอนการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานในกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้อง</li> <li>กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลตามหน้าที่ความรับผิดชอบ และควบคุมการใช้ข้อมูลอย่างเหมาะสม</li> <li>ใช้มาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศเพื่อป้องกันการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลโดยมิชอบ</li> <li>สื่อสารแนวปฏิบัติให้พนักงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ และจัดให้มีช่องทางร้องเรียนพร้อมกระบวนการตรวจสอบ แก้ไข และติดตามผล</li> </ul>
<b>สิทธิชุมชน</b>			
ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานที่อาจกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชน	ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง</li> <li>ควบคุมและลดผลกระทบจากการใช้พลังงาน การจัดการของเสีย และการใช้ทรัพยากร</li> <li>ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>จัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนจากชุมชน และดำเนินการตรวจสอบ แก้ไข และติดตามผลอย่างเหมาะสม</li> </ul>	



ขอบเขต	ประเด็นสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง	ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ	การดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อป้องกัน แก้ไข และเยียวยา
การดำเนินงานของบริษัทฯ	<b>สิทธิของลูกค้า</b>		
	สุขภาพและความปลอดภัยในการใช้สินค้าและบริการ	ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง</li> <li>ตรวจสอบคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานก่อนการจำหน่าย</li> <li>จัดให้มีระบบรับเรื่องร้องเรียนและการจัดการกรณีสินค้ามีปัญหา</li> </ul>
	ข้อมูลสินค้าและบริการที่ไม่ถูกต้องหรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด		<ul style="list-style-type: none"> <li>ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสินค้า ผลิต และ การสื่อสารทางการตลาด</li> <li>กำหนดแนวปฏิบัติด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดอย่างรับผิดชอบ</li> </ul>
	การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า		<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)</li> <li>กำหนดมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและควบคุมการเข้าถึงข้อมูล</li> </ul>
	<b>สิทธิของคู่ค้า</b>		
การปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างไม่เป็นธรรม หรือการใช้เงื่อนไขทางการค้าที่ไม่เหมาะสม	คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส และไม่เลือกปฏิบัติ ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกจนถึงการดำเนินธุรกิจร่วมกัน</li> <li>กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขทางการค้าและการชำระเงินที่ชัดเจน เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้</li> <li>ดำเนินกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส และหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์</li> <li>จัดให้มีช่องทางที่คู่ค้าสามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือข้อกังวลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บริษัทดำเนินการตรวจสอบ แก้ไข และติดตามผลอย่างเหมาะสม</li> </ul>	
การละเมิดข้อมูลทางธุรกิจหรือข้อมูลส่วนบุคคลของคู่ค้า	คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดการและใช้ข้อมูลทางธุรกิจและข้อมูลส่วนบุคคลของคู่ค้าให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)</li> <li>กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลตามหน้าที่ความรับผิดชอบ และควบคุมการใช้ข้อมูลอย่างเหมาะสม</li> <li>ใช้มาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศเพื่อป้องกันการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลโดยมิชอบ</li> <li>จัดให้มีช่องทางที่คู่ค้าสามารถแจ้งเหตุหรือร้องเรียนเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูล เพื่อให้บริษัทดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขอย่างเหมาะสม</li> </ul>	
ขอบเขต	ประเด็นสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง	ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ	การดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อป้องกัน แก้ไข และเยียวยา
การดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน	<b>สิทธิแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน</b>		
	การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับในกิจการของคู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>แรงงานในกิจการของคู่ค้า</li> <li>คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าโดยยึดหลักไม่สนับสนุนการใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ</li> <li>พิจารณาประเด็นด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนหนึ่งของการคัดเลือกและประเมินคู่ค้า</li> <li>สื่อสารแนวปฏิบัติและความคาดหวังด้านสิทธิมนุษยชนให้คู่ค้ารับทราบ</li> <li>จัดให้มีช่องทางที่สามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริษัทตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม</li> </ul>
	สุขภาพและความปลอดภัยของแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>แรงงานในกิจการของคู่ค้า</li> <li>คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าโดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน</li> <li>พิจารณาประเด็นด้านสุขภาพและความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้า</li> <li>ส่งเสริมให้คู่ค้าดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงานและมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง</li> <li>จัดให้มีช่องทางที่สามารถแจ้งเหตุหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของแรงงาน เพื่อให้บริษัทตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขตามความเหมาะสม</li> </ul>



### การติดตามความเสี่ยงและประสิทธิผลของมาตรการ

บริษัทฯ ดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่องผ่านกลไกภายในและคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการยอมรับความแตกต่าง (DEI) ภายใต้แนวคิด "Everyone is us" ที่ไม่จำกัดความแตกต่างด้านร่างกาย เพศ เชื้อชาติ ศาสนา หรือความคิดเห็นทางการเมือง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้กำหนดตัวชี้วัดเพื่อติดตามประสิทธิภาพของมาตรการบรรเทาผลกระทบ และเปิดช่องทางรับเรื่องร้องเรียน (Whistleblowing) เพื่อจัดการความเสี่ยง ดังสรุปผลการดำเนินงานตามตารางด้านล่างนี้

ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2568	ผลการดำเนินการ ปี 2568
สิทธิแรงงาน (DEI)	สัดส่วนพนักงานในแต่ละระดับตำแหน่งที่ได้รับการพัฒนาทักษะและการฝึกอบรม	ดำเนินการตามแผนพัฒนาบุคลากร	เป็นไปตามแผน
	จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน	0 ข้อร้องเรียน	0
สิทธิแรงงาน	จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ	0 กรณี	0
การจัดการข้อร้องเรียน	มีช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน (Whistleblowing) ที่ใช้งานได้จริง	มีช่องทางครบถ้วน	เปิดใช้งานตลอดทั้งปี
สิทธิผู้บริโภค/ ลูกค้า	จำนวนกรณีการละเมิดสิทธิผู้บริโภคหรือข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญ	0 กรณี	0
การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวนเหตุการณ์การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่มีนัยสำคัญ	0 เหตุการณ์	0

### กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและการเยียวยา

บริษัทฯ ได้วางระบบการรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการเยียวยาที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อเป็นกลไกในการคุ้มครองและแก้ไขผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ กำหนดขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนที่เป็นมาตรฐานสากล 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



#### ขั้นตอนที่ 1: การรับเรื่องร้องเรียน (Whistleblowing & Intake)

เปิดช่องทางแจ้งเบาะแสที่เข้าถึงง่ายสำหรับพนักงาน คู่ค้า และชุมชน เช่น กล่องรับความคิดเห็น, อีเมลสายตรงถึงคณะกรรมการตรวจสอบและระบบออนไลน์ พร้อมนโยบายคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (Non-Retaliation Policy) เพื่อรักษาความลับสูงสุด

##### ช่องทางการแจ้งเบาะแส

- คณะกรรมการตรวจสอบทาง E-mail : iccauditcommittee@icc.co.th
- ร้องเรียนได้โดยตรงด้วยวาจา หรือทำเป็นหนังสือถึงผู้รับข้อร้องเรียน
  - “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” โทร.0-2294-4999 E-mail : service@icc.co.th
  - เลขานุการบริษัท โทร. 0-2295-0688
  - จดหมายธุรกิจตอบรับ
- ผ่านทางไปรษณีย์ ตู้ ปณ. 22 ปณ. ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

#### ขั้นตอนที่ 2: การตรวจสอบข้อเท็จจริง (Investigation & Assessment)

ดำเนินการตรวจสอบโดยคณะทำงานที่เป็นกลาง มีกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน และรักษาความลับของผู้เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อคัดกรองระดับความรุนแรงของประเด็น

#### ขั้นตอนที่ 3: การพิจารณาเยียวยาและปรับปรุง (Remediation & Improvement)

หากพบการละเมิดจริง บริษัทฯ จะดำเนินการเยียวยาตามความเหมาะสม (เช่น การชดเชยค่าเสียหาย การกล่าวคำขอโทษ หรือการคืนสิทธิ) พร้อมกำหนดมาตรการเชิงรุกเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานป้องกันการเกิดซ้ำ



## การสื่อสารและการจัดฝึกอบรมด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานทางความคิด (Mindset) และการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน โดยกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารและการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานของ ICC ดังนี้

- การประเมินองค์ความรู้ (Knowledge Mapping) บริษัทฯ อยู่ในระหว่างการสำรวจความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชนของบุคลากรแต่ละกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลมาออกแบบเนื้อหาหลักสูตรที่เหมาะสมกับพนักงาน (Tailor-made Content)
- การเตรียมความพร้อมวิทยากรภายใน (Train the Trainer) ส่งเสริมให้หน่วยงานสนับสนุน เช่น ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและฝ่ายตรวจสอบภายใน ศึกษาหลักการชี้แนะของสหประชาชาติ (UNGPs) เพื่อเตรียมความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้สู่พนักงานระดับปฏิบัติการ

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่มีนัยสำคัญ ทั้งในส่วนของการทำงานของบริษัทฯ และในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังไม่พบข้อร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่นผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชน และดำเนินการติดตาม เฝ้าระวัง และทบทวนแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

## 2. การดูแล การพัฒนา และการรักษาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ตระหนักว่าการดูแลและพัฒนาพนักงานอย่างเหมาะสมจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพองค์กร ลดความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และรักษาความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจค้าปลีกและแฟชั่นที่คุณภาพการบริการของพนักงานมีบทบาทต่อประสบการณ์ของลูกค้าและภาพลักษณ์ของแบรนด์

บริษัทฯ จึงกำหนดให้การพัฒนาและการรักษาพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคในรูปแบบ Omni-channel และแนวโน้มสังคมสูงวัย โดยมีแนวทางการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ ดังนี้

- **การบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นธรรม**  
บริษัทฯ ยึดมั่นในการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ (Non-discrimination) พร้อมทั้งเคารพความหลากหลายของบุคลากร โดยกำหนดแนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับจรรยาบรรณธุรกิจและกฎหมายแรงงาน เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคและเป็นธรรมในการทำงาน
- **การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพพนักงาน**  
บริษัทฯ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อยกระดับทักษะและศักยภาพของพนักงาน ผ่านการพัฒนาทักษะใหม่และการเสริมทักษะที่จำเป็น (Upskill/Reskill) เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจในยุคดิจิทัล
- **อาชีพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน**  
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเหมาะสมตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง อาทิ พระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พร้อมทั้งส่งเสริมการดูแลสุขภาพกายและใจของพนักงานอย่างต่อเนื่อง
- **การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเป็นธรรม**  
บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ

## การสรรหาและการจ้างงาน

เป้าหมายด้านการสรรหาและการจ้างงาน	เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงานปี 2568
ระยะเวลาเฉลี่ยในการสรรหาพนักงาน (Time-to-fill)		
- ระดับ Manager ขึ้นไป	ภายใน 60 วัน	52 วัน
- ระดับ Team และพนักงานประจำ	ภายใน 45 วัน	40 วัน

บริษัทฯ ยกระดับบทบาทการสรรหาและจ้างงานจากการดำเนินงานเชิงรับ (Reactive) สู่การเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Partner) เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีศักยภาพและทัศนคติที่สอดคล้องกับค่านิยมขององค์กร (Right People) ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ โดยกลยุทธ์การสรรหามุ่งเน้นการดึงดูดและพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะที่ตอบโจทย์อนาคต ควบคู่กับการเปิดโอกาสให้พนักงานภายในได้เติบโตในสายอาชีพก่อนการสรรหาจากภายนอก ตลอดจนส่งเสริมรูปแบบการจ้างงานที่ยืดหยุ่นและเคารพความหลากหลาย เพื่อสร้างองค์กรที่เปิดกว้างและเอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างเต็มที่



กระบวนการสรรหาและจ้างงานของบริษัทฯ ดำเนินการบนหลักความเป็นธรรม ความเสมอภาค ความโปร่งใส และการไม่เลือกปฏิบัติ โดยพิจารณาคัดเลือกผู้สมัครจากความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความสอดคล้องกับค่านิยมองค์กร ผ่านกระบวนการประเมินที่ครอบคลุมทั้งด้านทักษะทางวิชาชีพและพฤติกรรมการทำงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมการเข้าถึงโอกาสการทำงานอย่างเท่าเทียม ผ่านช่องทางการสรรหาที่หลากหลาย ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและเครือข่ายพันธมิตร รวมถึงการสนับสนุนการจ้างงานในชุมชนและการจ้างงานผู้พิการ เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างทั่วถึง พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายด้านประสิทธิภาพการสรรหา

ในปี 2568 บริษัทฯ สามารถดำเนินการสรรหาพนักงานได้ภายในระยะเวลาเฉลี่ยที่ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด ทั้งในระดับผู้บริหารและพนักงานทั่วไป โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยในการสรรหาพนักงานระดับ Manager ขึ้นไปที่ 52 วัน ระดับ Team และพนักงานประจำที่ 40 วัน

• **โครงการจ้างงานหลังเกษียณ**

เริ่มตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นมา บริษัทฯ มีโครงการจ้างงานพนักงานเกษียณอายุที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ทำงานต่อในรูปแบบสัญญาจ้างพิเศษเพื่อรักษาลูกค้าและถ่ายทอดองค์ความรู้รุ่นน้อง โดยมีนโยบายการทำงานที่ยืดหยุ่น เพื่อให้พนักงานที่เกษียณอายุสามารถเลือกวัน และเวลาทำงานได้อย่างเหมาะสมกับศักยภาพและประสิทธิภาพของตนเอง ในปี 2568 มีพนักงานเกษียณอายุที่สมัครใจทำงานต่อจำนวน 24 ราย จากจำนวนผู้เกษียณอายุทั้งหมด 88 ราย รวมจำนวนพนักงานเกษียณอายุที่สมัครใจทำงานต่อ ณ สิ้นปี 2568 ทั้งสิ้น 41 ราย

• **การจ้างงานกลุ่มเปราะบาง**

บริษัทฯ ยึดมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนและส่งเสริมโอกาสการจ้างงานอย่างเท่าเทียม โดยให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและการมีส่วนร่วมของผู้พิการในสังคม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสนับสนุนสังคมที่ครอบคลุมและเป็นธรรม สอดคล้องกับเจตนารมณ์ “Good Society” ขององค์กร บริษัทฯ จึงมุ่งพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานของผู้พิการ พร้อมส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนด้วยความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ ในการสนับสนุนการจ้างงานและการประกอบอาชีพของผู้พิการ บริษัทฯ ดำเนินการผ่านสองแนวทางหลัก ได้แก่

- 1) การจ้างงานโดยตรง เปิดโอกาสให้ผู้พิการที่มีความประสงค์เข้าทำงานกับบริษัทฯ ได้เป็นพนักงาน พร้อมจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม เช่น ทางลาดและห้องน้ำสำหรับผู้พิการ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
- 2) การสนับสนุนการประกอบอาชีพ สำหรับผู้พิการที่ยังไม่ประสงค์เข้าทำงานประจำ บริษัทฯ ได้จัดสรรพื้นที่และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างโอกาสในการสร้างรายได้และประกอบอาชีพอย่างยั่งยืน อันเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

ในปี 2568 บริษัทฯ มีพนักงานที่เป็นผู้พิการปฏิบัติงานที่บริษัทฯ จำนวน 17 คน เป็นชาย 3 คน และหญิง 14 คน และได้จัดสรรสัมปทานสินค้าให้ผู้พิการได้นำไปจัดจำหน่าย จำนวน 14 คน รวมจำนวนผู้พิการที่บริษัทฯ ให้การดูแลทั้งสิ้น 31 คน

**การดูแลพนักงาน**

เพื่อให้พนักงานมีความสุข ผูกพัน และพร้อมเติบโตไปกับองค์กรในระยะยาว บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์การดูแลพนักงานภายใต้แนวคิด “Happy Workplace & Fair Rewards” โดยมุ่งสร้างสมดุลระหว่างผลตอบแทนที่เป็นธรรมกับคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีแรงจูงใจในการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการผ่านกลยุทธ์หลักและมีผลการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1) **การบริหารค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน**

บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การจ่ายค่าตอบแทนที่แข่งขันได้และเป็นธรรม โดยเชื่อมโยงการประเมินผลการปฏิบัติงานเข้ากับระบบการให้รางวัลตามผลงาน (Pay for Performance) อย่างเป็นระบบ ด้วยการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและโปร่งใส ทั้งนี้ การกำหนดค่าตอบแทนยึดหลักความเท่าเทียมและเป็นธรรม โดยพิจารณาตามค่างาน ความรับผิดชอบ และผลงานของพนักงาน โดยไม่เลือกปฏิบัติด้านเพศหรือปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ๆ

**สัดส่วนค่าตอบแทนต่อพนักงาน**  
หญิง : ชาย = 0.71 : 1

2) **การบริหารสวัสดิการที่ครอบคลุมและเหมาะสม**

บริษัทฯ จัดสรรสวัสดิการที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับความต้องการของบุคลากรในแต่ละช่วงของการทำงาน พร้อมทั้งให้สิทธิและสวัสดิการมากกว่าที่กฎหมายกำหนด โดยได้กำหนดโครงสร้างสวัสดิการออกเป็นสองส่วนตามสถานะการจ้างงาน ดังนี้

- **สวัสดิการพื้นฐาน (Core Benefits)** บริษัทฯ จัดสวัสดิการพื้นฐานให้แก่พนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม ครอบคลุมพนักงานรายเดือน พนักงานรายวัน และพนักงานสัญญาจ้าง เพื่อคุ้มครองสุขภาพ ความปลอดภัย และสวัสดิภาพในการทำงาน อาทิ ประกันสังคม การตรวจสุขภาพประจำปี รถทันตกรรมเคลื่อนที่ ห้องพยาบาล ชุดยูนิตฟอรัม การประกันภัยกลุ่มด้านอุบัติเหตุและสุขภาพ ซึ่งครอบคลุมค่ารักษาพยาบาลทั้งกรณีผู้ป่วยนอก ผู้ป่วยใน หรืออุบัติเหตุ และให้เงินช่วยเหลือกรณีประสบภัยหรือเสียชีวิต เพื่อสร้างหลักประกันพื้นฐานด้านสุขภาพและความปลอดภัยให้แก่พนักงานและครอบครัว
- **สวัสดิการเพื่อความมั่นคงระยะยาว (Long-term Security Benefits)** บริษัทฯ จัดสวัสดิการเพิ่มเติมสำหรับพนักงานประจำ เพื่อสนับสนุนการออมและความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว อาทิ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 2 กองทุน ซึ่งมีพนักงานเป็นสมาชิกรวม 2,559 คน สหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อพนักงานเครือข่ายพัฒนา ซึ่งมีสมาชิกพนักงาน 2,110 คน สวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย และเงินรางวัลตามอายุงาน (Long Service Award) เพื่อยกย่องพนักงานที่มีความทุ่มเทและร่วมเติบโตกับองค์กรในระยะยาว



### 3) การส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสมดุลการทำงาน

บริษัทฯ ส่งเสริมการดูแลสุขภาพของพนักงานในมิติองค์รวม ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว บริษัทฯ จึงดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดูแลสุขภาพ การผ่อนคลายจากการทำงาน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ดังนี้

- **การดูแลสุขภาพกายและใจ**

บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ จึงจัดให้มีพื้นที่และอุปกรณ์ออกกำลังกายที่เหมาะสมเพื่อให้พนักงานได้ออกกำลังกายตามความสนใจ ตลอดจนสนับสนุนการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน เช่น การฉีดวัคซีนป้องกันโรคตามฤดูกาล และการจัดพื้นที่พักผ่อนภายในสำนักงาน

- **การสร้างสมดุลชีวิต**

บริหารจัดการเวลาทำงานอย่างเหมาะสมผ่านนโยบายการทำงานที่ยืดหยุ่นในบางสายงาน พร้อมทั้งสนับสนุนกิจกรรมนันทนาการและกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ภายในทีมงานและองค์กร (Team Building) เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือ ลดความตึงเครียดจากการทำงาน และสร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่นและเกื้อกูลกัน

### อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน

ตัวชี้วัดสำหรับเป้าหมาย	เป้าหมายระยะยาวปี 2573	เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงานปี 2568
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) ของพนักงาน ต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน	0	0	0

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน จึงได้กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อป้องกันอุบัติเหตุและลดความเสี่ยงจากการทำงาน บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยให้เกิดขึ้นในทุกระดับขององค์กร ส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความปลอดภัยของตนเอง เพื่อนร่วมงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พร้อมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เครื่องมือ อุปกรณ์ กระบวนการทำงาน และเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับสภาพแวดล้อมและสถานที่ทำงานให้เหมาะสมและปลอดภัย โดยมีเป้าหมายที่อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) เป็นศูนย์

เพื่อสนับสนุนเป้าหมายดังกล่าว บริษัทฯ ดำเนินมาตรการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และการส่งเสริมสุขภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยครอบคลุมการป้องกันและเฝ้าระวังความเสี่ยงจากการทำงาน การตรวจประเมินและปรับปรุงสถานที่ อุปกรณ์ และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน มีความปลอดภัยและเหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมการดับเพลิงเบื้องต้น ตลอดจนการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ เป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน และเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นในการระงับอัคคีภัยเบื้องต้น การปฏิบัติตนอย่างถูกต้องเพื่อความปลอดภัยขณะเกิดเหตุเพลิงไหม้ และมีการบันทึกข้อมูลขณะฝึกซ้อม การประเมินผลด้วยระยะเวลาในการอพยพ และประสิทธิภาพการสื่อสารขณะเกิดเหตุ ตลอดจนการสรุปผลการฝึกซ้อมให้พนักงานที่เข้าร่วมได้รับทราบ

ผลการดำเนินงานในปี 2568 การซ้อมแผนอพยพหนีไฟภายในบริษัท สามารถดำเนินการได้ภายในเวลา 4 นาที ซึ่งเร็วกว่าค่ามาตรฐาน (7 นาที) ของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.)



ในปี 2568 บริษัทฯ มีอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด (Total Recordable Injury Rate: TRIR) เท่ากับ 0.78 ต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน ขณะที่อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) เท่ากับ 0 ต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน และไม่พบกรณีพนักงานเสียชีวิตจากการทำงาน



การพัฒนาพนักงาน

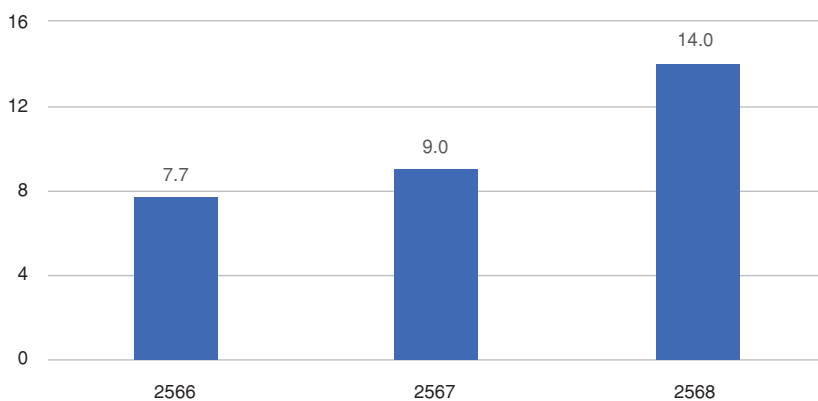
เป้าหมายการพัฒนาพนักงาน	เป้าหมายระยะยาว ปี 2573	เป้าหมาย ปี 2568	ผลการดำเนินงาน ปี 2568
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี (ชั่วโมง/คนปี)	24	14	14

บริษัท มุ่งมั่นพัฒนาสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรตามแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมที่เชื่อมโยงความต้องการทางธุรกิจกับเป้าหมายการพัฒนาพนักงานรายบุคคล บริษัทฯ จึงดำเนินกระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาจากช่องว่างสมรรถนะของพนักงานทั้งด้านทักษะเฉพาะทางและสมรรถนะหลักขององค์กร ควบคู่กับผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำมาจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) สำหรับพนักงานรายเดือนและแผนพัฒนารายกลุ่ม (Group Development Plan: GDP) สำหรับพนักงานชาย (PC) ทั้งนี้ บริษัทฯ ใช้โมเดลการเรียนรู้แบบ 70:20:10 ซึ่งเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง ร้อยละ 70 การเรียนรู้ผ่านการสอนงานและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร้อยละ 20 และการอบรมในห้องเรียนร้อยละ 10 เพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานและการเติบโตในสายอาชีพ

บริษัทฯ ได้กำหนดโครงสร้างหลักสูตรการพัฒนาให้สอดคล้องกับระดับตำแหน่งงาน ตั้งแต่พนักงานใหม่ พนักงานระดับปฏิบัติการและพนักงานชาย (PC) ไปจนถึงระดับหัวหน้างานและผู้จัดการ โดยมุ่งพัฒนาทั้งทักษะด้านวิชาชีพและทักษะในอนาคตที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล เช่น ทักษะด้านดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และภาวะผู้นำ รวมถึงหลักสูตรเฉพาะด้าน เช่น การอบรมด้าน Social Commerce สำหรับพนักงานชาย เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวต่อรูปแบบธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ปรับรูปแบบการเรียนรู้ โดยใช้เทคโนโลยี E-learning ผ่านระบบ Digital Learning Platform และ Micro-learning เพื่อให้พนักงานเข้าถึงได้ง่ายขึ้น รวมถึงการออกแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของพนักงาน ทำให้มีชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย 14 ชั่วโมงต่อปีต่อคน เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

กลุ่มพนักงาน	จำนวนหลักสูตร (หลักสูตร)	ชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคน (ชั่วโมง)	จำนวนพนักงาน (คน)
ผู้บริหารระดับสูง	14	39	38
ผู้บริหารระดับกลาง	16	12	100
ผู้บริหารระดับต้น	15	9	140
พนักงานสำนักงาน	16	7	415
พนักงานชาย	6	15	2,118
หลักสูตรอบรมออนไลน์ (พนักงานสำนักงานและพนักงานชาย)	3	-	2,634
<b>ชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยต่อคน</b>	<b>14 ชั่วโมงต่อคนต่อปี</b>		
<b>ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมทั้งหมด</b>	<b>1,284,000 บาท</b>		

ชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี





## การสร้างความผูกพันของพนักงาน

เป้าหมายการสร้างความผูกพันของพนักงาน	เป้าหมายระยะยาวปี 2573	เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงานปี 2568
คะแนนความพึงพอใจด้านคุณภาพชีวิต	มากกว่าหรือเท่ากับ 80%	มากกว่าหรือเท่ากับ 80%	78%
คะแนนความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร	มากกว่า 85%	มากกว่า 75 %	80.72%
อัตราการลาออกจากงานของพนักงานโดยสมัครใจ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ ร้อยละ 5	น้อยกว่าหรือเท่ากับ ร้อยละ 10	ร้อยละ 12.06

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement) เป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการเติบโตของพนักงาน ควบคู่กับการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และพร้อมเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ ในระยะยาว บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์การสร้างความผูกพันของพนักงานในสองมิติหลัก ได้แก่

1. มิติด้านความก้าวหน้าและการเติบโตในสายอาชีพ โดยกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน พร้อมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะผ่านนโยบายการหมุนเวียนงาน (Job Rotation) เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์และเตรียมความพร้อมสำหรับบทบาทที่สูงขึ้นในอนาคต
2. มิติด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร ผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของพนักงาน เช่น กิจกรรมสร้างทีม (Team Building) และกิจกรรมจิตอาสา เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีและความไว้วางใจระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน และการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เกื้อกูลกัน รวมทั้งโครงการเชิดชูเกียรติแก่พนักงานที่มีผลงานโดดเด่นและพนักงานที่มีอายุงานยาวนาน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจแก่พนักงาน



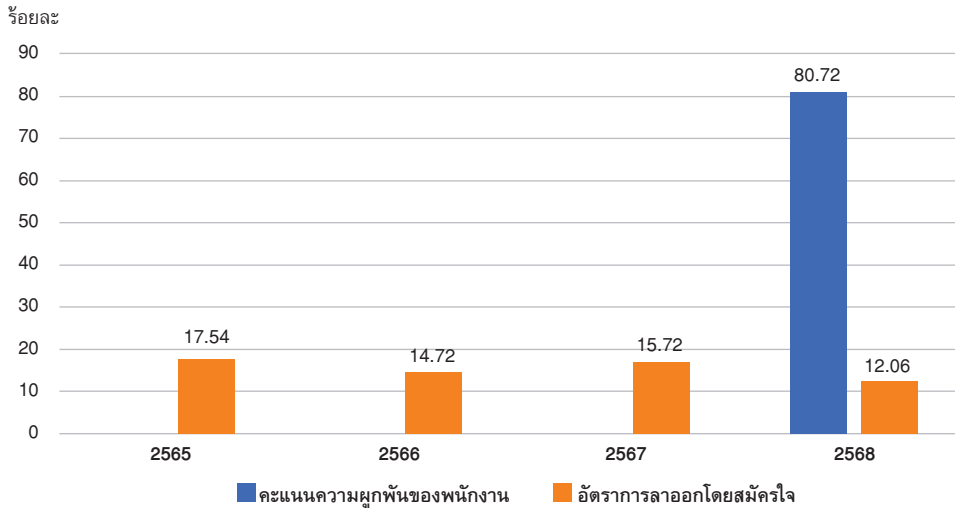
นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังรับฟังความคิดเห็นและเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสวัสดิการและสภาพแวดล้อมในการทำงานผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ ซึ่งมาจากการเลือกตั้งตัวแทนพนักงานในปี 2568 ประกอบด้วยผู้แทนฝ่ายนายจ้างและผู้แทนพนักงานรวมจำนวน 12 คน ทำหน้าที่เป็นเวทีในการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และความต้องการของพนักงาน เพื่อนำมาร่วมหารือ พิจารณา และพัฒนาการดูแลและสวัสดิการให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานอย่างเหมาะสม โดยในปี 2568 ได้มีการประชุมร่วมกัน 4 ครั้ง และนำไปสู่การดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม ดังนี้

ประเด็นจากการหารือร่วมกับพนักงาน	การตอบสนองและการดำเนินงานของบริษัทฯ
ความมั่นคงทางสุขภาพและอุบัติเหตุ	ขยายสวัสดิการประกันสุขภาพ (พนักงานสำนักงาน) และประกันอุบัติเหตุ (พนักงานขาย PC ทั้งหมด)
การพัฒนาทักษะดิจิทัลเพื่อสร้างรายได้	จัดอบรม Live Commerce (TikTok) สอนการติดตะกร้าสินค้า เพื่อช่วยให้พนักงานขายปรับตัวเข้าสู่ยุคออนไลน์
การยกระดับความเป็นมืออาชีพ	หลักสูตร Project Manager, One Page Communication และ PMAT HR Fundamental
สุขภาพจากการปฏิบัติงาน	โครงการปรับเปลี่ยนเก้าอี้ที่นั่งทำงานตามหลักสรีรศาสตร์ (Ergonomics) เพื่อป้องกันออฟฟิศซินโดรม



บริษัทฯ จัดให้มีการสำรวจความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) ในปี 2568 เป็นปีแรก ครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ ความพึงพอใจในการทำงาน ความเชื่อมั่นต่อผู้บริหาร ความสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันภายในทีม รวมถึงความเหมาะสมของสวัสดิการและสภาพแวดล้อมในการทำงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินการสำรวจความคิดเห็นระยะสั้น (Pulse Survey) ในระหว่างปี เพื่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงานในประเด็นเฉพาะหรือประเด็นเร่งด่วน และติดตามระดับความผูกพันของพนักงานอย่างใกล้ชิด

คะแนนความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Score) ในปี 2568 เท่ากับ 80.72% สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 75% โดยผลการสำรวจถูกนำมาวิเคราะห์และรายงานต่อผู้บริหาร เพื่อใช้ประกอบการกำหนดแผนงานและมาตรการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลต่อไป



บริษัทฯ มีอัตราการลาออกโดยสมัครใจของพนักงานในปี 2568 เท่ากับร้อยละ 12.06 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ไม่เกินร้อยละ 10 แต่ลดลงจากปี 2567 ที่มีอัตราการลาออกโดยสมัครใจเท่ากับร้อยละ 15.72 โดยสาเหตุหลักมาจากภาระงานที่เพิ่มขึ้นในบางหน่วยงานในช่วงที่ธุรกิจมีการขยายตัว ประกอบกับข้อจำกัดด้านรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นเมื่อเทียบกับแนวปฏิบัติของตลาดแรงงานในปัจจุบัน ส่งผลให้พนักงานบางส่วนตัดสินใจเปลี่ยนงานเพื่อแสวงหาโอกาสและรูปแบบการทำงานที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเองมากขึ้น

บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการปรับปรุงการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง โดยเร่งทบทวนโครงสร้างกำลังคนเพื่อกระจายภาระงานให้เหมาะสมกับศักยภาพของพนักงานในแต่ละตำแหน่ง ควบคู่กับการปรับปรุง สวัสดิการให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของพนักงาน รวมถึงเสริมสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งหวังว่ามาตรการดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความผูกพันของพนักงาน และสนับสนุนการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพไว้กับองค์กรในระยะยาว

### 3. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าในทุกขั้นตอน ตั้งแต่คุณภาพสินค้า การให้บริการ ไปจนถึงการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว โดยเฉพาะในธุรกิจแพชั่นและไลฟ์สไตล์ที่มีการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงมุ่งพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าในทุกช่องทางให้บริการ (Omni-channel Experience) พร้อมใช้ข้อมูลเชิงลึกจากลูกค้ามาปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำ ลดข้อร้องเรียน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

บริษัทฯ จึงกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ดังนี้

ดูแลความปลอดภัย	บริษัทฯ ควบคุมดูแลความปลอดภัยของสินค้าและบริการอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การคัดเลือกสินค้า การจัดเก็บ และการกระจายสินค้า โดยมีการติดตามและเฝ้าระวังประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ผ่านการรับข้อร้องเรียนและการทบทวนกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันที่และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น
ใส่ใจคุณภาพ	บริษัทฯ รักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการให้มีความสม่ำเสมอและเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร ครอบคลุมการคัดเลือกสินค้า การจัดการสินค้า การให้บริการ และการส่งมอบสินค้า โดยมีการติดตามผลการให้บริการและระดับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ในการ ปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการทำงาน เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า
โปร่งใสและเป็นธรรม	บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจบนหลักความโปร่งใสและเป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ราคา และเงื่อนไขการให้บริการอย่างถูกต้องและชัดเจน พร้อมเปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียน และบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรมและตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า



## คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานปลอดภัย และเชื่อถือได้ โดยดำเนินการภายใต้นโยบายคุณภาพครอบคลุมตั้งแต่ การคัดเลือกและประเมินผู้ขายที่มีมาตรฐานการผลิตและระบบควบคุมคุณภาพที่เชื่อถือได้ มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนนำเข้าสู่ระบบจำหน่าย รวมถึงควบคุมคุณภาพในการจัดเก็บ ขนส่ง และจำหน่าย เพื่อให้สินค้าเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส การติดตามและตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ ไปจนถึงการบริการหลังการขายและการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม โดยสอดคล้องกับกฎหมาย มาตรฐานอุตสาหกรรม และแนวโน้มผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและประสบการณ์แบบไร้รอยต่อผ่านทุกช่องทาง

### การคัดเลือกและประเมินผู้ขาย

คัดเลือกผู้ขายที่มีมาตรฐานการผลิตและระบบควบคุมคุณภาพที่เชื่อถือได้ พร้อมกำหนดข้อตกลงด้านคุณภาพและเอกสารรับรองคุณภาพสินค้า เช่น Certificate of Analysis (COA)

### การควบคุมคุณภาพสินค้า

ตรวจสอบคุณภาพสินค้าและเอกสารก่อนนำเข้าสู่ระบบจำหน่าย พร้อมควบคุมมาตรฐานในการจัดเก็บ ขนส่ง และจำหน่าย เพื่อให้สินค้าเป็นไปตามข้อกำหนดด้านกฎหมายและมาตรฐานอุตสาหกรรม

### การติดตามและตรวจสอบคุณภาพ

ดำเนินการตรวจสอบภายในและการประเมินคุณภาพการให้บริการ เช่น Internal Audit และ Mystery Shopping เพื่อติดตามความสอดคล้องกับมาตรฐานและปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

### การจัดการสินค้าและการเรียกคืนสินค้า (Product Recall)

มีกระบวนการบริหารจัดการสินค้าไม่เป็นไปตามมาตรฐานอย่างเป็นระบบ โดยสามารถแยก ระบุ และนำสินค้าออกจากระบบจำหน่ายได้อย่างรวดเร็ว พร้อมดำเนินการแก้ไขหรือเรียกคืนสินค้าเมื่อจำเป็น

### การดูแลลูกค้าและการจัดการข้อร้องเรียน

จัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนจากลูกค้าหลากหลายช่องทาง และมีกระบวนการตรวจสอบและแก้ไขปัญหาอย่างโปร่งใส เป็นธรรม พร้อมนำข้อมูลข้อร้องเรียนมาปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียนด้านคุณภาพสินค้าจำนวน 2 กรณี ซึ่งทุกกรณีได้รับการตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขตามกระบวนการของบริษัทฯ บริษัทฯ ไม่มีการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) จากปัญหาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในปีที่รายงานและ ไม่พบเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ และยังคงพัฒนามาตรการควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพและความเชื่อมั่นของลูกค้าในระยะยาว

## นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้านอายุ เพศ สรีระ และความต้องการที่แตกต่างกัน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ ควบคู่กับการคำนึงถึงคุณภาพ ปลอดภัยของผู้บริโภค และแนวคิดการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้า สร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ บริษัทฯ มีการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั่วไป และ 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านความยั่งยืน ตัวอย่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในปี 2568 มีดังนี้

### 1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั่วไป

#### • ชุดเด็กอองฟองด์ Cotton Aloe Vera & Vitamin E

แบรนด์อองฟองด์ (ENFANT) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดเด็กนวัตกรรมใหม่ โดยนำเทคโนโลยี Encapsulated Micro Capsule มาประยุกต์ใช้ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการห่อหุ้มสารสำคัญในระดับไมโครแคปซูล เพื่อช่วยปกป้องและคงประสิทธิภาพของสารบำรุงและสารสกัดต่าง ๆ เช่น Aloe Vera และ Vitamin E ไม่ให้เสื่อมสภาพง่ายและคงอยู่ในเส้นใยธรรมชาติชนิดฝ้าย (Cotton 100%) ได้อย่างยาวนานมากยิ่งขึ้น และยังมีคุณสมบัติช่วยดูดซับความชื้นระบายอากาศได้ดี รองรับการเคลื่อนไหวไม่ก่อให้เกิดการเสียดสี ลดการระคายเคือง อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มแม่และเด็กที่ให้ความสำคัญและมีความกังวลต่อเครื่องนุ่งห่มที่อาจทำให้ระคายเคืองผิวหนังของเด็กทารก โดยเฉพาะในช่วงอายุ 0-6 ปี ซึ่งเป็นวัยที่มีความบอบบางและมีโอกาสเกิดอาการผื่นแพ้ได้ง่าย

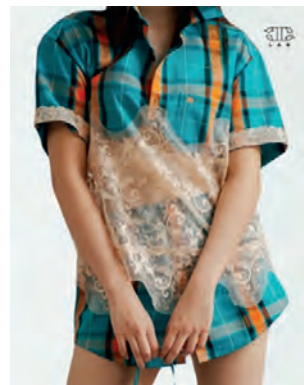
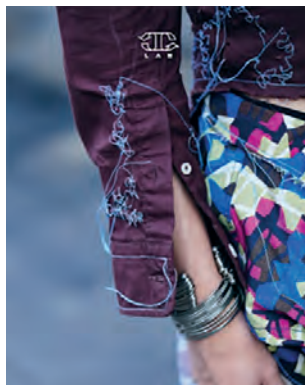




- กระดาษเช็ดหน้าอองฟองต์ (ENFANT Extra Soft Moisture Facial Tissue) ผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้า ENFANT Extra Soft Moisture Facial Tissue ได้รับการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยเฉพาะทารกและผู้ที่มีผิวแพ้ง่าย ด้วยการนำนวัตกรรม Ultra Soft & Moisture Protection Technology มาใช้ในการพัฒนาเนื้อกระดาษให้มีความอ่อนนุ่มและลดการเสียดสีต่อผิว กระดาษผลิตจากเยื่อไม้ธรรมชาติ (Wood Pulp Paper) ประกอบด้วยเส้นใยเซลลูโลสที่ได้จากกระบวนการย่อยสลายไม้ และทำให้เนื้อกระดาษมีความอ่อนนุ่มเป็นพิเศษด้วยส่วนผสมของ Moisture Lotion เพื่อช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับเนื้อกระดาษและช่วยลดการระคายเคืองผิว และสามารถคงความชุ่มชื้นได้ยาวนานกว่า 80% ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ผลิตโดย Guangdong Dosoft Technology Co., Ltd. ซึ่งเป็นโรงงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001, ISO 14001 และ GMP (Good Manufacturing Practice) เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์นี้ช่วยเพิ่มรายได้ในกลุ่มสินค้ากระดาษเช็ดหน้ากว่าร้อยละ 14

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านความยั่งยืน

- โปรเจกต์ “งานทดลอง” I C LAB



โปรเจกต์ “งานทดลอง” หรือ I C LAB เกิดขึ้นภายใต้แนวคิดที่สนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการลดของเสียจากอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยมีจุดเริ่มต้นจากปัญหาสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่คงเหลืออยู่ในคลังสินค้าเป็นระยะเวลานาน ซึ่งหากไม่ได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม อาจก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจและกลายเป็นของเสียจากอุตสาหกรรมสิ่งทอในอนาคต

เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว I C LAB ได้นำสินค้าคงคลังประเภทเสื้อผ้าที่มีอายุประมาณ 4 ปี เข้าสู่กระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Redesign) ซึ่งแนวคิดหลักไม่ใช่การรีไซเคิลหรือการนำเสื้อผ้าที่ไม่ได้ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำในรูปแบบเดิม แต่เป็นการออกแบบใหม่ ภายใต้มาตรฐานการผลิตที่สูงขึ้นเพื่อเป็นการยกระดับคุณค่าและอัตลักษณ์ของสินค้าเดิม เพิ่มมิติด้านศิลปะ งานกราฟิก และความร่วมสมัย ทั้งนี้ บริษัท มีการออกแบบและวางแผนการใช้วัสดุอย่างรอบคอบ เพื่อใช้ทรัพยากรเดิมให้เกิดประโยชน์สูงสุดและลดการเกิดของเสียเกิดใหม่จากกระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์

การดำเนินงานของ I C LAB ใช้ความร่วมมือระหว่างทีมออกแบบภายในและภายนอกองค์กรในการพัฒนาแนวคิดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำองค์ประกอบและแนวคิดจากแบรนด์ต่าง ๆ ของบริษัทมาผสมผสานและพัฒนาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ Capsule Collection ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่เป็นงานทำมือจึงมีรายละเอียดที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละชิ้นงาน นอกจากนี้ I C LAB ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดการออกแบบบอเนกประสงค์เพื่อลดการเกิดขยะและของเสีย เช่น การออกแบบไม้แขวนเสื้อที่สามารถพับและนำกลับมาใช้เป็นกล่องบรรจุสินค้า เพื่อลดการใช้วัสดุเพิ่มเติมและลดการเกิดขยะจากบรรจุภัณฑ์ และเลือกใช้วัสดุจากกระดาษรีไซเคิลและวัสดุจากไม้ที่คำนึงถึงความยั่งยืน





**ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์**

• **ธุรกิจเครื่องแต่งกาย**

ปี 2568 เป็นปีแรกของโครงการความร่วมมือระหว่างแบรนด์ I C LAB และ บริษัท ไหมทอง จำกัด โดย I C LAB ทำหน้าที่เป็นแบรนด์หลักในการกำหนดแนวคิดการออกแบบ การพัฒนาคอลเลกชัน และการควบคุมคุณภาพสินค้า ขณะที่บริษัท ไหมทอง จำกัด เป็นคู่ค้าด้านการตัดเย็บและกระบวนการผลิต โดยใช้ความเชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและการผลิตเสื้อผ้า เพื่อร่วมกันพัฒนาสินค้าให้สามารถนำวัสดุเหลือใช้และวัสดุรีไซเคิลมาประยุกต์ใช้และผสมผสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสียจากกระบวนการผลิต และเพิ่มอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

ผลจากการดำเนินงานดังกล่าวช่วยยกระดับทักษะฝีมือ (Upskill) และเพิ่มขีดความสามารถ (Reskill) ให้แก่พนักงานของบริษัท ไหมทอง จำกัด โดยมีพนักงาน จำนวน 15 คน ได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบและการทำแพทเทิร์นจากดีไซน์เนอร์ ของ I C LAB ซึ่งมีรูปแบบแนวคิดที่แตกต่างจากกระบวนการทำงานปกติ ตลอดจนยังได้รับการพัฒนาทักษะด้านการตัดเย็บในลักษณะงานห้องเสื้อชั้นสูง (Haute Couture) ที่เน้นความประณีต ความละเอียด และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ส่งผลให้พนักงานได้ต่อยอดทักษะสู่การผลิตเชิงคุณภาพ



นอกจาก โปรเจกต์ “งานทดลอง” หรือ I C LAB ช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและปริมาณขยะจากอุตสาหกรรมแฟชั่นแล้ว โครงการดังกล่าวยังสร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อมิติทางสังคม ด้วยการสร้างรายได้ให้กับคู่ค้าที่มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต ส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น และสร้างรายได้แก่แรงงานของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังช่วยสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคอย่างรับผิดชอบ และสนับสนุนการเติบโตของตลาดแฟชั่นที่ยั่งยืนในระยะยาว

นอกจากนี้ แบรนด์ BSC LINGERIE ได้ร่วมมือกับ บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งเป็นคู่ค้าผู้ผลิตสินค้าในการพัฒนาคอลเลกชัน “ECO Embrace — Sustainable Sexy” ที่สานแนวคิดแฟชั่นที่ยั่งยืนเข้ากับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือดังกล่าว บริษัทฯ มีบทบาทในการกำหนดแนวคิดด้านสินค้าและกลยุทธ์การตลาด ขณะที่บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด รับผิดชอบด้านการออกแบบทางเทคนิคและการตัดสรรวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำเส้นใยรีไซเคิล (Recycled Nylon) ที่แปรรูปจากเศษด้ายเหลือใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า

ความร่วมมือกับคู่ค้าดังกล่าวยังช่วยเสริมศักยภาพด้านนวัตกรรมของบริษัทฯ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ พร้อมสร้างคุณค่าทางธุรกิจควบคู่กับการส่งเสริมแนวคิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการบริโภคอย่างรับผิดชอบ

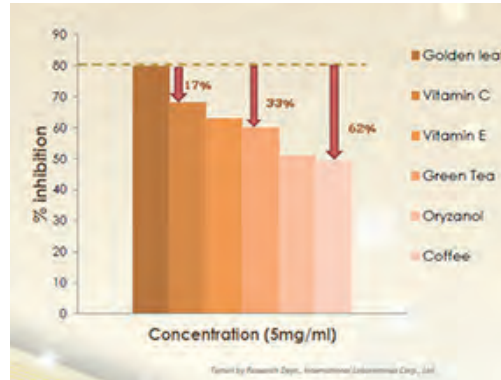
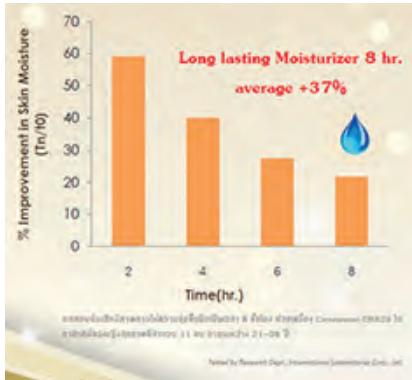
• **ธุรกิจเครื่องสำอาง**

แบรนด์ BSC COSMETOLOGY ร่วมมือกับบริษัท International Laboratories CORP., LTD. (ILC) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง โดยผสานองค์ความรู้จากศาสตร์ธรรมชาติเข้ากับเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์เครื่องสำอางสมัยใหม่ หนึ่งในเทคโนโลยีที่นำมาใช้คือ Molecular Inclusion Technology ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการกักเก็บสารสำคัญ (Encapsulation) ที่ช่วยเพิ่มความเสถียรของสารออกฤทธิ์และเพิ่มประสิทธิภาพในการนำพาสารสำคัญเข้าสู่ผิว

เทคโนโลยีดังกล่าวถูกนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์กลุ่ม BSC Authenticq Collection ซึ่งมีสารสำคัญ Golden Liana BG สกัดจากพืช “ย่านดาโอ๊ะ” (Bauhinia aureifolia K. & S.S. Larsen) ซึ่งพบในพื้นที่จังหวัดปัตตานี นราธิวาส และยะลา โดยสารสกัดดังกล่าวได้รับการวิจัยและพัฒนาโดยทีม Research & Development ของบริษัท ILC และจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศไทย จากการทดสอบทางวิทยาศาสตร์ด้วยวิธี DPPH assay พบว่าสารสกัด



Golden Liana BG มีคุณสมบัติด้านการต้านอนุมูลอิสระในระดับสูง รวมถึงมีศักยภาพในการยับยั้งการทำงานของเอนไซม์ไทโรซิเนส ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเกิดเม็ดสีผิว นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติในการช่วยคงความชุ่มชื้นของผิวต่อเนื่อง โดยผลการทดสอบพบว่าสามารถเพิ่มระดับความชุ่มชื้นของผิวได้เฉลี่ยประมาณ 37% ภายในระยะเวลา 8 ชั่วโมง



ผลิตภัณฑ์สำคัญของไลน์นี้ ได้แก่ BSC Authentiq Bio Glow Fluid Foundation SPF 50 PA++++ ซึ่งพัฒนาด้วย Ultimate Blurring Technology ร่วมกับอนุภาค Micro Powder และ Film Former เพื่อช่วยปรับสภาพผิวให้เรียบเนียน พร้อมเพิ่มความเปล่งประกายของผิวอย่างเป็นธรรมชาติ



จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว กลุ่มผลิตภัณฑ์ BSC Authentiq Collection ได้รับรางวัล อย. คอวลิตี้ อวอร์ด ประจำปี พ.ศ. 2568 สาขาผลิตภัณฑ์สุขภาพดีเด่นประเภทนวัตกรรม จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

### คุณภาพการบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานขายซึ่งเป็นบุคลากรด่านหน้าในการให้บริการลูกค้า เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดอบรมหลักสูตร “3 ทักษะเพื่อความสำเร็จด้านงานขายและการบริการ” เพื่อเสริมสร้างทักษะการสื่อสารและการบริการ การขายเชิงรุก รวมถึงการนำเสนอสินค้าอย่างมืออาชีพ โดยจัดการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ที่ประกอบด้วย สื่อการเรียนรู้ วีดิโอการสอน และแบบทดสอบวัดผลหลังเรียน

พนักงานขายทุกคนต้องผ่านการเรียนครบทุกหัวข้อและทำแบบทดสอบได้คะแนนไม่น้อยกว่า 80 คะแนนจาก 100 คะแนน จึงจะถือว่าผ่านหลักสูตร โดยมีการติดตามผลจากผู้บังคับบัญชาเพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานได้รับความรู้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง

ในปี 2568 บริษัทฯ มีพนักงานขายเป้าหมายจำนวน 1,774 คน โดยมีผู้ผ่านการอบรมและจบหลักสูตรแล้ว 1,730 คน คิดเป็นร้อยละ 97.52 และมีคะแนนเฉลี่ย 95.85 คะแนน ทั้งนี้ บริษัทฯ จะติดตามพนักงานที่ยังไม่ผ่านการอบรมให้เข้ารับการพัฒนาเพิ่มเติม พร้อมประเมินผลการนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานหลังการอบรมต่อไป

### การบริหารจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางในการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย และกำหนดกระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ข้อร้องเรียนได้รับการพิจารณา แก้ไข และติดตามผลภายในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยมุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า รวมถึงการนำข้อมูลข้อร้องเรียนมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

#### ช่องทางการสื่อสาร

ลูกค้าสามารถแจ้งข้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

โทรศัพท์: 02-294-4999, 02-491-4999 และ 02-293-9000

Facebook Page: ICC International PLC

Email: service@icc.co.th



**ระบบบันทึกข้อร้องเรียน**

- ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์กลางเป็นผู้รับเรื่องจากทุกช่องทาง และบันทึกรายละเอียดข้อร้องเรียนลงใน ระบบ K2
- แยกประเภทข้อร้องเรียนเป็น สินค้า / การบริการ / อื่น ๆ
- จัดระดับความเร่งด่วนของข้อร้องเรียน
- กำหนดระยะเวลาการตอบสนองและการดำเนินการตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด

**กระบวนการแก้ไขข้อร้องเรียน และการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคกรณีเกิดปัญหาสินค้า**

1. ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์กลางส่งเรื่องให้หน่วยงานและสายงานที่เกี่ยวข้องตามประเภทข้อร้องเรียน
2. ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของสายงานวิเคราะห์เรื่องร้องเรียน ระบุผู้รับผิดชอบและผู้อนุมัติของสายงาน
3. ผู้รับผิดชอบงานดำเนินการวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริง โดยอาจติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมจากลูกค้า พร้อมขอโทษลูกค้าในเบื้องต้น
  - กรณีการบริการ: รวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้อง
  - กรณีคุณภาพสินค้า: ประสานโรงงานเพื่อตรวจสอบหรือทดสอบสินค้า
4. ดำเนินการแก้ไขภายใต้ข้อกำหนดของบริษัท เช่น การซ่อมแซม เปลี่ยนสินค้า หรือปรับปรุงการให้บริการ
5. บันทึกผลการดำเนินงานและสาเหตุของปัญหาลงในระบบ K2 พร้อมแจ้งสถานะให้ลูกค้าทราบ

**การติดตามผลและการรายงาน**

บริษัทฯ กำหนดมาตรฐานระยะเวลาการตอบสนองเรื่องร้องเรียน และการปิดข้อร้องเรียนเป็น 2 กรณีคือ

- กรณีเร่งด่วน: ตอบสนองภายใน 24 ชั่วโมง และดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนภายใน 7 วัน
- กรณีปกติ: ตอบสนองภายใน 48 ชั่วโมง และดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนภายใน 15 วัน

หากข้อร้องเรียนยังไม่ได้รับการแก้ไขหรือลูกค้ายังไม่พึงพอใจ จะมีการเปิดเรื่องใหม่ในระบบ K2 เพื่อดำเนินการตามกระบวนการอีกครั้ง ทั้งนี้ ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์กลางจะสรุปผลและแนวโน้มข้อร้องเรียน เพื่อนำเสนอผู้บริหารและที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อใช้ในการติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้ารวมทั้งสิ้น 4 รายการ จำแนกเป็นข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์จำนวน 2 รายการ และด้านการบริการ 2 รายการ ซึ่งในจำนวนนี้บริษัทฯ สามารถตอบสนองและดำเนินการปิดข้อร้องเรียนได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 100 ของข้อร้องเรียนทั้งหมด

บริษัทฯ มีอัตราการแก้ไขข้อร้องเรียนสำเร็จตั้งแต่การติดต่อครั้งแรก (First Contact Resolution: FCR) ประมาณ ร้อยละ 90 ของข้อร้องเรียนทั้งหมด ขณะที่ข้อร้องเรียนที่เหลือประมาณร้อยละ 10 ต้องเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบเพิ่มเติม โดยส่งสินค้าไปยังโรงงานเพื่อดำเนินการวิเคราะห์และตรวจสอบคุณภาพก่อนดำเนินการแก้ไขและแจ้งผลให้ลูกค้าทราบ

**ความพึงพอใจของลูกค้า**

เป้าหมายด้านความพึงพอใจของลูกค้า	เป้าหมายระยะยาว ปี 2573	เป้าหมาย ปี 2568	ผลการดำเนินงาน ปี 2568
คะแนนความพึงพอใจโดยรวม	90%	85%	92.82%
คะแนนความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้า	90%	85%	93.92%
คะแนนความพึงพอใจในระยะเวลาการจัดส่ง	90%	85%	93.61%
คะแนนความพึงพอใจขั้นตอนการสั่งซื้อ	90%	85%	92.55%

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการติดตามและประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อรับทราบความคิดเห็น ประสิทธิภาพการใช้งาน และข้อเสนอแนะของลูกค้า ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันบริษัทฯ มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอย่างเป็นระบบในแพลตฟอร์มออนไลน์ ICC Shopping ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางการให้บริการหลักของบริษัทฯ

บริษัทฯ ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และมีการติดตามความคิดเห็นของลูกค้าจากข้อมูลการใช้งานข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะผ่านช่องทางดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประเมินคุณภาพการให้บริการและพัฒนาประสิทธิภาพลูกค้า

ในปี 2568 ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อแพลตฟอร์มออนไลน์ ICC Shopping อยู่ที่ 92.82% ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่บริษัทฯ กำหนดไว้ สะท้อนถึงประสิทธิภาพของระบบ ความสะดวกในการใช้งาน และคุณภาพการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัลที่สามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ ผลการประเมินดังกล่าวครอบคลุมเฉพาะลูกค้าที่ใช้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยบริษัทฯ มีแผนพัฒนาเครื่องมือและกระบวนการติดตามความพึงพอใจของลูกค้าในช่องทางการขายอื่นเพิ่มเติมในอนาคต เพื่อให้สามารถสะท้อนประสิทธิภาพของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง



#### 4. การบริหารจัดการคู่ค้า

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนเป็นประเด็นสำคัญสำหรับบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทดำเนินธุรกิจผ่านเครือข่ายคู่ค้าและผู้ผลิตจำนวนมาก ครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตสินค้า การขนส่ง ไปจนถึงการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค การดำเนินงานของคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานจึงมีบทบาทสำคัญต่อการรักษาคุณภาพสินค้า มาตรฐานการผลิต และความต่อเนื่องของธุรกิจ หากคู่ค้าไม่มีการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อบริษัท เช่น ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค การหยุดชะงักของการดำเนินงาน รวมถึงความไม่สอดคล้องกับกฎหมายหรือข้อกำหนดของตลาดสากล

ในขณะเดียวกัน การพัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนยังเป็นโอกาสสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานของคู่ค้า โดยช่วยส่งเสริมให้คู่ค้าดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โปร่งใส และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับคู่ค้าที่มีศักยภาพ ซึ่งช่วยเสริมความมั่นคงและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว

ในปี 2568 บริษัทฯ อยู่ในระยะเริ่มต้นของการพัฒนากรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการวางระบบพื้นฐาน ได้แก่ การจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง การพัฒนากระบวนการ เครื่องมือ และเกณฑ์สำหรับการประเมินคู่ค้า รวมถึงการรวบรวมและจัดการข้อมูลคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลและติดตามผลอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนขยายการดำเนินงานและนำกรอบการบริหารจัดการดังกล่าวไปใช้ในระดับที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นในปี 2569

เป้าหมายด้านการบริหารจัดการคู่ค้า	เป้าหมายระยะยาว ปี 2573	เป้าหมาย ปี 2568	ผลการดำเนินงาน ปี 2568
สัดส่วนคู่ค้าที่ผ่านการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG	ร้อยละ 100	จัดทำกระบวนการและเครื่องมือประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้าให้แล้วเสร็จ	อยู่ในระหว่างการจัดทำ
สัดส่วนคู่ค้าที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)	ร้อยละ 100	จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า	จัดทำเสร็จแล้ว
สัดส่วนคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูงด้าน ESG ที่ได้รับการตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการ	ร้อยละ 100	จัดทำกระบวนการและเครื่องมือการตรวจประเมินคู่ค้าตามระดับความเสี่ยง	อยู่ในระหว่างการจัดทำ

#### การจัดทำนโยบายและจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน เพื่อกำหนดกรอบการคัดเลือก ประเมิน และติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าในระดับกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อย ซึ่งครอบคลุมเกณฑ์การพิจารณาทั้งด้านคุณภาพ ราคา ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เพื่อส่งเสริมให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำ จรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานสำหรับคู่ค้าที่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ แรงงานและสิทธิมนุษยชน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การจัดการสิ่งแวดล้อม ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยบริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้ารับทราบและยอมรับแนวปฏิบัติดังกล่าวก่อนเริ่มความร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทฯ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดทำจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้าเสร็จเรียบร้อยแล้ว พร้อมสำหรับการสื่อสารและจัดส่งให้คู่ค้าปัจจุบันที่ทำธุรกิจโดยตรงกับบริษัทฯ และใช้ในกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าใหม่ในปี 2569

#### การคัดเลือกคู่ค้าใหม่

บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้ารายใหม่ต้องผ่านกระบวนการประเมินก่อนผ่านเข้าสู่บัญชีรายชื่คู่ค้าที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Vendor List: AVL) โดยบริษัทฯ พิจารณาคัดเลือกคู่ค้าใหม่ ด้วยหลักเกณฑ์ทั้งด้านราคา คุณภาพ ความสามารถในการดำเนินงาน และเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) โดยใช้วิธีการประเมินต่างๆ ได้แก่

- แบบประเมินตนเองด้าน ESG (ESG Self-Assessment Questionnaire)
- การประเมินคุณสมบัติเบื้องต้นก่อนขึ้นทะเบียน (Pre-Qualification: PQ Scorecard)
- การประเมินระดับความเสี่ยงของคู่ค้า (Supplier Risk Assessment)

คู่ค้าจะได้รับการพิจารณาตามผลการประเมินด้าน ESG โดยแบ่งระดับผลการประเมินเป็น ผ่าน ผ่านแบบมีเงื่อนไข หรือไม่ผ่าน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์ Red Flag สำหรับประเด็นความเสี่ยงร้ายแรงที่อาจส่งผลให้คู่ค้าไม่ผ่านการประเมินทันที เช่น การใช้แรงงานเด็ก การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการละเมิดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าที่ผ่านการประเมินต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) รวมถึงร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อยืนยันความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน



### การวิเคราะห์และจัดกลุ่มผู้ค้าสำคัญ (Critical Supplier)

บริษัทฯ กำหนดให้มีการวิเคราะห์และระบุผู้ค้าสำคัญ (Critical Suppliers) ที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยครอบคลุมทั้งผู้ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier-1 Suppliers) และ ผู้ค้าสำคัญในห่วงโซ่อุปทานที่ไม่ได้ส่งมอบสินค้าหรือบริการให้บริษัทโดยตรง (Critical Non-Tier-1 Suppliers) เพื่อให้สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงและกำกับดูแลผู้ค้าในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างเหมาะสม

บริษัทฯ กำหนดเกณฑ์การพิจารณาผู้ค้าสำคัญ ได้แก่ ผู้ค้าที่มีมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างอยู่ในกลุ่มร้อยละ 80 แรกของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างรวม หรือผู้ค้าที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินธุรกิจ หรือผู้ค้าที่มีจำนวนผู้ขายในตลาดจำกัดและไม่สามารถหาสินค้าหรือบริการทดแทนได้ง่าย ทั้งนี้ หากผู้ค้ารายใดเข้าเกณฑ์ตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง บริษัทฯ จะจัดให้ผู้ค้าดังกล่าวเป็นผู้ค้าสำคัญ (Critical Suppliers) เพื่อให้สามารถติดตามและกำกับดูแลการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างใกล้ชิด

ในปี 2568 บริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการประเมินและพัฒนาฐานข้อมูลผู้ค้า (Supplier Database) อย่างเป็นทางการ ส่งผลให้บริษัทฯ ยังไม่สามารถเปิดเผยผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้ค้าสำคัญดังกล่าวได้อย่างครบถ้วนในขอบการรายงานนี้ และจะเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวในรายงานปีถัดไป

### การประเมินความเสี่ยงของผู้ค้า

บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ของผู้ค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อระบุและจัดลำดับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของผู้ค้า ทั้งในด้านการจัดการผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติต่อแรงงานและสิทธิมนุษยชน ตลอดจนจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยผลการประเมินความเสี่ยงของผู้ค้าดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการบริหารจัดการผู้ค้า การกำหนดมาตรการลดความเสี่ยง การพัฒนาผู้ค้า และการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการประเมินความเสี่ยงของผู้ค้าด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่

- การใช้แบบประเมินตนเองด้าน ESG (ESG Self-Assessment Questionnaire) ซึ่งมีหัวข้อการประเมินที่สอดคล้องกับข้อกำหนดในจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับผู้ค้า (Supplier Code of Conduct)
- การประเมินระดับความเสี่ยงผู้ค้า (Supplier Risk Assessment) เพื่อจัดกลุ่มผู้ค้าตามระดับความเสี่ยง และกำหนดมาตรการติดตามหรือควบคุมที่เหมาะสม

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการและติดตามผู้ค้าตามระดับความเสี่ยง เพื่อให้สามารถกำกับดูแลการดำเนินงานของผู้ค้าได้อย่างเหมาะสม โดยกำหนดระดับความเสี่ยง คะแนนประเมิน และแนวทางการตรวจประเมิน ดังนี้

ระดับความเสี่ยง	คะแนนประเมิน	แนวทางการตรวจประเมินและการติดตาม
ความเสี่ยงต่ำ (Low Risk)	มากกว่า 80%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตรวจประเมินโดยการทบทวนเอกสารหรือแบบประเมินตนเองของผู้ค้า (Self-Assessment Questionnaire)</li> <li>• ติดตามและทบทวนผลการประเมินอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง</li> </ul>
ความเสี่ยงปานกลาง (Medium Risk)	60–79%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตรวจประเมินโดยการทบทวนเอกสารร่วมกับการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) ตามความเหมาะสม</li> <li>• ติดตามและทบทวนผลการประเมินอย่างน้อย ทุก 2 ปี</li> </ul>
ความเสี่ยงสูง (High Risk)	น้อยกว่า 60%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตรวจประเมินโดยการทบทวนเอกสารและการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) โดยเร่งด่วน</li> <li>• กำหนดให้ผู้ค้าจัดทำ แผนการแก้ไขปรับปรุง (Corrective Action Plan: CAP) ภายในระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>• บริษัทฯ ติดตามผลการดำเนินการแก้ไขอย่างใกล้ชิด และอาจพิจารณา มาตรการเพิ่มเติม เช่น การระงับหรือยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจ หากไม่สามารถปรับปรุงได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด</li> </ul>

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงด้าน ESG ของผู้ค้า โดยกำหนดหลักเกณฑ์การจัดกลุ่มระดับความเสี่ยงของผู้ค้าและเตรียมแผนการติดตามผู้ค้าที่อยู่ในสถานะผ่านแบบมีเงื่อนไข (Conditional Pass) เพื่อรองรับการดำเนินงานอย่างเป็นระบบในช่วงปี 2569 - 2573 นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาแบบประเมินตนเองด้าน ESG สำหรับผู้ค้า (Supplier ESG Self-Assessment Questionnaire) เพื่อใช้จัดส่งให้กับผู้ค้าปัจจุบันและนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคัดเลือกผู้ค้าใหม่ในปี 2569 ทั้งนี้ การสรุปผลการประเมินตามระดับความเสี่ยงและการตรวจประเมินผู้ค้าตามเกณฑ์ ESG Audit ยังอยู่ระหว่างการคัดกรองและรวบรวมข้อมูล เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินงานอย่างเป็นทางการและครอบคลุมมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ปี 2569 เป็นต้นไป

### การจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ

บริษัทฯ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยให้ความสำคัญกับการคัดเลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การนำวัสดุรีไซเคิลหรือวัสดุทางเลือกมาใช้ การเลือกวัสดุคาร์บอนต่ำ การลดปริมาณบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้วัสดุน้อยลงเพื่อลดของเสียจากกระบวนการผลิต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับความร่วมมือกับผู้ค้าในการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ผ่านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และการทดลองร่วมกัน เพื่อให้สามารถจัดหาวัตถุดิบที่ตอบโจทย์ทั้งด้านคุณภาพ การใช้งาน และความยั่งยืนในระยะยาว



### การสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าและผู้ผลิต เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและเสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองต่อแนวโน้มตลาดและประเด็นด้านความยั่งยืน โดยบริษัทฯ มีบทบาทในการร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์และกำหนดคุณลักษณะของสินค้า (Product Specification) ร่วมกับคู่ค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่กำหนดและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

บริษัทฯ ดำเนินการประสานความร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาวัสดุ รูปแบบสินค้า และแนวทางการผลิตที่เหมาะสม โดยมีการทดลองและประเมินผลร่วมกันก่อนนำไปใช้จริงในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเยี่ยมชมโรงงาน การทดสอบวัสดุ การประชุมหารือด้านเทคนิค และการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระดับต้นแบบ เพื่อรวบรวมข้อมูลและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อนนำออกสู่ตลาด

แนวทางการร่วมมือดังกล่าวช่วยเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้าให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่านการคัดเลือกวัสดุ เทคโนโลยี และกระบวนการผลิตที่เหมาะสม เพิ่มความแม่นยำด้านคุณภาพ ลดความเสี่ยงด้านต้นทุนหรือข้อบกพร่องในการผลิต ตลอดจนเปิดโอกาสให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ผ่านกระบวนการพัฒนาร่วมกัน (Co-development) ระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้า

### ระยะเวลาเฉลี่ยในการจ่ายเงินให้กับคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่เป็นธรรมและยั่งยืนกับคู่ค้า โดยกำหนดแนวทางการบริหารจัดการการชำระเงินให้แก่คู่ค้าอย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนสภาพคล่องทางการเงินและเสริมสร้างความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ มีการกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินที่ชัดเจนและติดตามระยะเวลาเฉลี่ยในการจ่ายเงินให้แก่คู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การชำระเงินเป็นไปตามข้อตกลงและอยู่ในระยะเวลาที่เหมาะสม แนวทางดังกล่าวช่วยลดภาระด้านกระแสเงินสดของคู่ค้า สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าให้มีความต่อเนื่องเพื่อเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ ในระยะยาว

	2565	2566	2567	2568
ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ให้แก่คู่ค้า (Credit Term) (วัน)	60	60	60	60
ระยะเวลาเฉลี่ยการชำระจริงให้แก่คู่ค้า (AP) (วัน)	62.16	60.75	59.87	51.50

## 5. การสร้างคุณค่าสู่ชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคและสังคม ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กับการสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ “คนดี สินค้าดี สังคมดี” แม้ว่า การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จะไม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนในระดับสูงเหมือนภาคการผลิต แต่บริษัทฯ ยังคงสำรวจและแก้ไขผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนโดยรอบสถานประกอบการ และสร้างคุณค่าเชิงบวกต่อสังคมผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์อย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกของการเป็น “ผู้ให้” และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมจิตอาสา การช่วยเหลือชุมชนและกิจกรรมการกุศลต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของผู้คนในวงกว้าง การมีส่วนร่วมดังกล่าวไม่เพียงช่วยสร้างคุณค่าต่อสังคม แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย	เป้าหมายระยะยาวปี 2573	เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงานปี 2568
จำนวนโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้คน	5	3	3
ข้อร้องเรียนจากชุมชนได้รับการแก้ไขครบในเวลาที่กำหนด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

### การจัดการผลกระทบที่มีต่อชุมชน

บริษัทฯ ตั้งสำนักงานใหญ่บนพื้นที่ประมาณ 93 ไร่ ในเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ชุมชนเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น โดยบริษัทฯ กำหนดขอบเขตการดูแลและการมีส่วนร่วมกับชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงสำนักงานใหญ่เป็นหลัก ได้แก่ ชุมชนซอยพัฒนาการ 1 ซึ่งมีประมาณ 75 ครัวเรือน รวมถึงสถานที่สำคัญในพื้นที่ เช่น โรงเรียน ศูนย์กีฬา และวัด โดยใช้ข้อมูลจากสำนักงานเขตยานนาวาเป็นฐานข้อมูลประกอบการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชน

จากการรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนของชุมชนในปี 2568 บริษัทฯ พบว่าประเด็นที่ชุมชนให้ความกังวลคือความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนบริเวณโดยรอบสำนักงานใหญ่ เนื่องจากมีปริมาณรถเข้าออกพื้นที่เฉลี่ยประมาณ 1,000 คันต่อวัน และเพิ่มสูงขึ้นในช่วงการจัดงานขนาดใหญ่ เช่น งาน ไอ.ซี.ซี. แฟร์ ซึ่งจัดต่อเนื่อง 3 วัน โดยมีปริมาณรถเฉลี่ยประมาณ 4,000 คันต่อวัน และมีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 15,000 คนต่อวัน ส่งผลให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับความหนาแน่นของการจราจรในช่วงเวลาดังกล่าว แม้อย่างนี้ไม่พบการเกิดอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ได้พิจารณาแนวทางการจัดการเพื่อลดผลกระทบเชิงลบอย่างเป็นระบบ โดยดำเนินการบริหารจัดการจราจรทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วงการจัดงาน ไอ.ซี.ซี. แฟร์ เช่น การเพิ่มช่องทางเข้าออกพื้นที่ การจัดพื้นที่จอดรถเพิ่มเติม และการจัดบริการรถรับส่งเพื่อลดการสะสมของปริมาณรถ

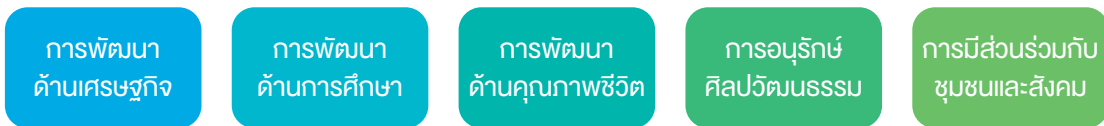


พร้อมทั้งจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรบริเวณจุดเข้าออกหลัก และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดูแลความปลอดภัยของผู้ใช้ถนน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินการสื่อสารเชิงรุกกับชุมชนโดยติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันก่อนการจัดงาน และเปิดช่องทางให้ชุมชนสามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือปัญหาได้ตลอดช่วงการจัดกิจกรรม เพื่อให้บริษัทสามารถตอบสนองและแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังเพิ่มความถี่ในการลงพื้นที่เยี่ยมเยียนชุมชน และพัฒนาช่องทางรับฟังความคิดเห็นออนไลน์เพื่อให้การบริหารจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปแบบเรียลไทม์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงเตรียมพัฒนาโครงการการมีส่วนร่วมกับชุมชนในปี 2569 เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและลดความกังวลของชุมชนจากประเด็นด้านการจราจรอย่างต่อเนื่อง

### การพัฒนาชุมชนและการสร้างคุณค่าต่อสังคม

จากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์บริบทของชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินงาน บริษัทฯ ได้พิจารณาทั้งลักษณะประชากร โครงสร้างทางสังคม ความต้องการของชุมชน และโอกาสในการสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจกับสังคม เพื่อนำมาใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชนและการมีส่วนร่วมกับสังคมอย่างเหมาะสมกับลักษณะธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินกิจกรรมที่สามารถสร้างประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง ควบคู่กับการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนในพื้นที่ โดยได้กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านชุมชนและสังคมออกเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่



#### 1. การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

##### • การจัดงาน ICC FAIR

บริษัทฯ มีแนวคิดในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ จึงได้ริเริ่มจัดงาน ไอ.ซี.ซี. แฟร์ (ICC Fair) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเปิดพื้นที่ให้บริษัทในเครือ ผู้ประกอบการท้องถิ่น และชุมชนในเขตยานนาวาและพื้นที่ใกล้เคียงเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายงานดังกล่าวไม่เพียงเป็นเวทีสร้างรายได้ให้แก่ผู้ค้ารายย่อย แต่ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภค ขยายช่องทางทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ และส่งเสริมการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในพื้นที่จากการจับจ่ายใช้สอยของผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก โดยรูปแบบของงานเป็นมหกรรมจำหน่ายสินค้าลดราคาประจำปีของบริษัทฯ ที่รวบรวมสินค้าจากแบรนด์ชั้นนำในเครือมาจำหน่ายในราคาพิเศษสูงสุดถึงร้อยละ 80 ครอบคลุมสินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง ของใช้สำหรับเด็ก สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าอื่น ๆ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดงาน ICC Fair & Fest ครั้งที่ 26 ระหว่างวันที่ 28–30 พฤศจิกายน 2568 ณ สำนักงานใหญ่ ถนนสาธุประดิษฐ์ 58 โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าทั้งสิ้น 83 ราย ครอบคลุมกลุ่มสินค้าแฟชั่น อุปโภคบริโภค อาหาร เครื่องใช้ภายในบ้าน และผลิตภัณฑ์จากชุมชน ขณะเดียวกันมีประชาชนให้ความสนใจเข้าร่วมงานประมาณ 15,000 คนต่อวัน สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของงานในการดึงดูดผู้บริโภคและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยประโยชน์ที่ชุมชนและบริษัทฯ ได้รับจากการจัดงานสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ร้าน	จำนวน (บริษัท/ร้าน)	ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการได้รับ (ล้านบาท)	ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ (บาท)
บูธขายของ บริษัทในเครือ	44	27.50	1,026,410
บูธขายของ บริษัทอื่นนอกเครือ	8	8.84	219,265
ผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่	31	2.18	74,500
<b>รวม</b>	<b>83</b>	<b>38.52</b>	<b>1,320,175</b>

#### 2. การพัฒนาด้านคุณภาพชีวิต

##### • โครงการจัดหาและสนับสนุนรถเข็นและอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการสำหรับเด็กและคนพิการ (RICD Wheelchair Project)

บริษัทฯ มุ่งสร้างคุณค่าทางสังคมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางที่ยังขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต การสนับสนุนอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการ เช่น รถเข็น จึงเป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการใช้ชีวิตประจำวัน เปิดโอกาสให้ผู้พิการและผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงการรักษาพยาบาล การทำกิจกรรมในสังคม และการดำรงชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรี แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับความมุ่งหมายของบริษัทฯ ในการส่งมอบ “ความมั่นใจ” ให้ผู้คนสามารถใช้ชีวิตได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมทั้งมีส่วนร่วมสนับสนุนการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG 10)

บริษัทฯ ได้ร่วมสนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งและพิธีการศุลกากรสำหรับรถเข็นและอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการที่ได้รับบริจาคจากทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แก่ สถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นโครงการในพระราชูปถัมภ์ ในพระนามาภิไธย สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน โดยบริษัทฯ ได้สนับสนุนงบประมาณรวมกว่า 17 ล้านบาท เพื่อให้สถาบันสามารถดำเนินการคัดแยก ซ่อมแซม และปรับแต่งอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับผู้พิการแต่ละรายก่อนส่งมอบให้ผู้รับประโยชน์ทั่วประเทศ รวมแล้วมากกว่า 50,000 ราย



ในปี 2568 บริษัทฯ ได้สนับสนุนงบประมาณจำนวน 600,000 บาท สำหรับการนำเข้ารถเข็นจำนวน 1,205 คัน และอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้พิการอื่น ๆ จำนวน 332 ชิ้น รวมทั้งสิ้น 1,537 รายการ ซึ่งได้ส่งมอบให้แก่ผู้พิการในหลายจังหวัดทั่วประเทศ โครงการดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการช่วยเปลี่ยนข้อจำกัดให้เป็นโอกาส และส่งต่อความมั่นใจให้ผู้คนสามารถกลับมาใช้ชีวิตและมีส่วนร่วมกับสังคมได้อย่างเต็มศักยภาพ

สรุปผลการดำเนินงานโดย RICD Wheelchair project ร่วมกับ ICC International  
เพื่อมอบรถเข็นคนพิการในพื้นที่ต่างๆ ประจำปี 2568

เดือน	จังหวัด	จำนวนรถเข็น (คัน)	จำนวนอุปกรณ์อื่นๆ (ชิ้น)	รวม
มกราคม	เพชรบุรี	94	42	136
กุมภาพันธ์	อุดรธานี	144	21	165
พฤษภาคม	สุพรรณบุรี ชัยนาท	81	36	117
		67	4	71
สิงหาคม	ร้อยเอ็ด	171	29	200
กันยายน	กำแพงเพชร อุทัยธานี	60	-	60
		95	16	111
ตุลาคม	อุดรธานี	159	30	189
ธันวาคม	ศรีสะเกษ ลำปาง ลำพูน	97	34	131
		83	28	111
		34	53	87
<b>รวม</b>		<b>1,085</b>	<b>293</b>	<b>1,378</b>

• โครงการ Infant SOS : Save Our Sea Turtles Project

แบรนด์ Infant (อองฟองต์) ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและอ่อนโยนต่อเด็กและครอบครัว ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะกลุ่มที่ขาดโอกาสและต้องการการดูแลเป็นพิเศษ หนึ่งในโครงการสำคัญคือ Infant SOS : Save Our Sea Turtles Project ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2567 เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเล ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้นอกห้องเรียนร่วมกับเยาวชน ณ ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี พร้อมทั้งพัฒนา Art Toy SOS Collection รุ่นพิเศษเพื่อนำรายได้ส่วนหนึ่งสนับสนุนภารกิจอนุบาลและฟื้นฟูเต่าทะเลของศูนย์ฯ

ในปี 2568 อองฟองต์ยังได้ขยายการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และคุณภาพชีวิตของเด็กพิเศษ ณ ศูนย์การศึกษาพิเศษ จังหวัดระยอง โดยมอบผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับเด็ก มูลค่า 762,118.99 บาท เพื่อส่งเสริมสุขอนามัยและการดูแลสุขภาพของเด็กที่เข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้งสนับสนุนงบประมาณจำนวน 100,000 บาทให้แก่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการกิจด้านอนุรักษ์อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ อองฟองต์ยังให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์ โรงเรียน และองค์กรสาธารณกุศลที่มีข้อจำกัดด้านงบประมาณ โดยสนับสนุนผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และของใช้จำเป็นที่ปลอดภัยและอ่อนโยนต่อเด็ก เพื่อช่วยให้เด็กสามารถเข้าถึงสุขอนามัยที่ดีและการดูแลที่เหมาะสมได้อย่างเท่าเทียม ในปี 2568 อองฟองต์ได้สนับสนุนผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และของใช้จำเป็นที่มีความอ่อนโยนและปลอดภัย ให้แก่สถานสงเคราะห์ โรงเรียน และมูลนิธิต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เด็กสามารถเข้าถึงสุขอนามัยที่ดีอย่างเท่าเทียม และช่วยให้หน่วยงานผู้รับสามารถนำงบประมาณไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านอื่นได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนองค์กร และโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลเด็กด้อยโอกาส ดังนี้

- สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลิตภัณฑ์มูลค่า 400,787.01 บาท
- บ้านเด็กอ่อนพญาไท กรุงเทพมหานคร ผลิตภัณฑ์มูลค่า 365,407.84 บาท
- มูลนิธิกระจกเงา กรุงเทพมหานคร ผลิตภัณฑ์มูลค่า 305,841.58 บาท
- โครงการ “แบ่งปันน้ำใจ สूरอยยิ้มเด็กไทย” บริษัท เนชั่นทีวี จำกัด สำหรับช่วยเหลือโรงเรียนที่ขาดแคลนทั่วประเทศ ผลิตภัณฑ์มูลค่า 247,715.84 บาท
- โรงเรียนบ้านนาดี อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ ผลิตภัณฑ์มูลค่า 739,430.47 บาท สำหรับนักเรียน และเด็กฯ ในบริเวณชุมชนใกล้เคียง

• การสร้างโอกาสทางอาชีพให้ผู้พิการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้พิการในสังคม โดยดำเนินการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2540 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งกำหนดให้สถานประกอบการจ้างงานคนพิการในอัตราส่วน 1 ต่อ 1 ในปี 2568 บริษัทฯ มีพนักงานรวม 2,939 คน จึงมีหน้าที่สนับสนุนคนพิการจำนวน 30 คน และได้ดำเนินการสนับสนุนจริงรวม 31 คน ผ่านรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจและศักยภาพของผู้พิการ



บริษัทฯ ดำเนินการสนับสนุนผู้พิการผ่าน 2 แนวทางหลัก ได้แก่ 1) การจ้างงานโดยตรงตามมาตรา 33 จำนวน 17 คน ซึ่งปฏิบัติงานในฐานะพนักงานของบริษัทและได้รับเงินเดือน สวัสดิการ และโอกาสในการพัฒนาทักษะเช่นเดียวกับพนักงานทั่วไป เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมในการทำงาน และ 2) การสนับสนุนตามมาตรา 35 จำนวน 14 คน ผ่านการให้สิทธิสัมปทานสินค้า โดยบริษัทฯ จัดสรรสินค้าให้เป็นทุนสำหรับนำไปจำหน่าย เพื่อให้ผู้พิการสามารถประกอบอาชีพและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับผู้ที่ไม่สะดวกเดินทางมาปฏิบัติงานประจำที่สำนักงาน

ภายใต้โครงการดังกล่าว บริษัทฯ สนับสนุนสินค้ามูลค่าเฉลี่ย 330 บาทต่อวัน หรือประมาณ 120,450 บาทต่อคนต่อปี ซึ่งช่วยให้ผู้พิการมีรายได้ที่มั่นคง สามารถพึ่งพาตนเองได้ ลดภาระของครอบครัว และเสริมสร้างทักษะด้านการประกอบอาชีพ การบริหารจัดการสินค้า และการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม แนวทางดังกล่าวมีส่วนช่วยเพิ่มความมั่นใจในตนเองของผู้พิการ และสนับสนุนให้พวกเขาสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีศักดิ์ศรีในสังคม

### 3. การพัฒนาด้านการศึกษา

#### • ICC x BUSEM MARKETING PLAN CONTEST

บริษัทฯ สนับสนุนการพัฒนาการศึกษาและการเตรียมความพร้อมของเยาวชนให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในโลกรธุรกิจจริง จึงได้ร่วมมือกับคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ (BUSEM) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในรายวิชา Entrepreneurial Marketing จัดโครงการ ICC x BUSEM Marketing Plan Contest เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้ผ่านกรณีศึกษาทางธุรกิจจริงของบริษัทฯ และฝึกฝนทักษะด้านการวิเคราะห์ การวางแผนกลยุทธ์ และการพัฒนานวัตกรรมทางการตลาด

ภายใต้โครงการดังกล่าว บริษัทฯ มีส่วนร่วมในการถ่ายทอดประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญในภาคธุรกิจผ่านกิจกรรม Guest Speaker การกำหนดโจทย์ธุรกิจจากผลิตภัณฑ์จริงของบริษัท (Real Business Case) และการให้คำปรึกษาและประเมินผลงานของนักศึกษาโดยทีมผู้บริหาร (Mentorship & Judging) ซึ่งช่วยให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการคิดเชิงกลยุทธ์และการประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางการตลาดกับสถานการณ์จริงอย่างเป็นรูปธรรม

ในปี 2568 มีนักศึกษาเข้าร่วมและได้รับประโยชน์จากโครงการประมาณ 350 คน โดยผลการเรียนรู้สะท้อนว่านักศึกษาสามารถพัฒนาทักษะการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ และการสร้างสรรค์แนวคิดผลิตภัณฑ์หรือแคมเปญการตลาดที่ตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษาและภาคธุรกิจดังกล่าวจึงมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของเยาวชน และเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการและบุคลากรคุณภาพของสังคมในอนาคต

#### • การบริจาคหนังสือเพื่อการเรียนรู้ให้กับ มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก

บริษัทฯ เชื่อว่าหนังสือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเปิดโอกาสในการเรียนรู้ พัฒนาความคิด จินตนาการ และทักษะชีวิต ของเยาวชนได้เป็นอย่างดี โครงการ "บริจาคหนังสือเพื่อการเรียนรู้" จึงเกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งความรู้ของเด็กและกลุ่มเปราะบางในสังคม โดยบริษัทฯ ร่วมมือกับมูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการกระจายทรัพยากรด้านการศึกษาไปยังชุมชนและสถานศึกษาในพื้นที่ต่าง ๆ

ภายใต้โครงการดังกล่าว บริษัทฯ ได้รวบรวมหนังสือจากห้องสมุดส่วนกลางและจากการร่วมบริจาคของพนักงาน โดยคัดเลือกหนังสือที่อยู่ในสภาพดีและเหมาะสมกับการเรียนรู้ของเด็ก เช่น วรรณกรรมเยาวชน หนังสือความรู้รอบตัว และหนังสือพัฒนาทักษะ รวมกว่า 2,000 เล่ม พร้อมทั้งสนับสนุน ตู้และชั้นหนังสือจำนวน 26 ชั้น เพื่อให้สามารถจัดเก็บและใช้ประโยชน์จากหนังสือได้อย่างเหมาะสม

หนังสือและอุปกรณ์ที่บริษัทฯ สนับสนุนถูกส่งต่อผ่านเครือข่ายของมูลนิธิไปยังโรงเรียน ศูนย์การเรียนรู้ หน่วยงานพัฒนาสังคม สถานสงเคราะห์เด็ก ตลอดจนสถานที่ที่ดูแลกลุ่มเปราะบางในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ จำนวนรวม 20 แห่ง เพื่อช่วยขยายโอกาสในการเข้าถึงความรู้และส่งเสริมวัฒนธรรมการอ่านอย่างต่อเนื่อง โครงการดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสนับสนุนการพัฒนาการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้คนในสังคม

### 4. การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

#### • โครงการประกวดดนตรีไทย มหาวิทยาลัยบูรพา

บริษัทฯ ได้สนับสนุนคณะดนตรีและการแสดงมหาวิทยาลัยบูรพา ในการจัดงานประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออก เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ต่อเนื่องมายาวนานกว่า 40 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนอนุรักษ์ดนตรีไทยกระตุ้นให้มีการฝึกหัด และสืบสานดนตรีไทย โดยในปี 2568 สนับสนุนเงินจำนวน 200,000 บาท มีผู้เข้าประกวดทั้งสิ้น 980 คนจากโรงเรียนทั่วภาคตะวันออก

การประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออก เป็นโครงการที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันมาเป็นประจำทุกปี จึงไม่เพียงแต่เพียงการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมเท่านั้น ยังสร้างความสัมพันธ์และส่งเสริมความสามัคคี กระตุ้นให้เยาวชนตื่นตัวในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทย อันเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมอันดีงามของชาติสืบไป

#### • การถวายพระ "ปางเปิดโลก" เพื่อไปประดิษฐาน ณ วัดดอกไม้ เขตยานนาวา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและการสนับสนุนศาสนสถานในชุมชนมาโดยตลอด โดยมีความผูกพันกับวัดดอกไม้ ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับสำนักงานใหญ่บนถนนสาธุประดิษฐ์ (ซอย 58) ในเขตยานนาวา วัดแห่งนี้ถือเป็นศูนย์รวมจิตใจของพนักงานและผู้บริหาร และเป็นสถานที่ที่บริษัทฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางศาสนาสำคัญหลายครั้ง ด้วยความเลื่อมใสและความตั้งใจในการสืบสานพระพุทธศาสนา เนื่องในโอกาสครบรอบ 61 ปีของการก่อตั้งบริษัทฯ จึงอัญเชิญพระพุทธรูป รมิตติโคตรมะจักรวารี (ปางเปิดโลก) ความสูงประมาณ 2.7 เมตร นำไปประดิษฐาน ณ วัดดอกไม้ เพื่อให้พุทธศาสนิกชนและประชาชนทั่วไปได้สักการะบูชา รวมทั้งเป็นการสนับสนุนการสืบทอดคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและศาสนาให้คงอยู่คู่กับชุมชน



5. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม

• “ให้ชีวิต” ด้วยการบริจาคโลหิต

บริษัทฯ ส่งเสริมพนักงานให้รู้จัก “การให้” แก่ผู้อื่น ผ่านกิจกรรมบริจาคโลหิตกับสภาอากาศไทย ภายใต้แนวคิด “ให้โลหิต ให้ชีวิต ให้ประจำ” โดยดำเนินการต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ละ 4 ครั้ง หรือทุก ๆ 3 เดือน ตั้งแต่ปี 2537 รวมระยะเวลามากกว่า 31 ปี และสะสมปริมาณโลหิตบริจาคได้รวม 9,762 ยูนิท หรือเท่ากับ 3,904,400 ซีซี โดยมีแนวโน้มจำนวนการบริจาคเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนพนักงานในแต่ละปี ในปี 2568 มีพนักงานลงทะเบียนเข้าร่วม 332 คน และสามารถบริจาคโลหิตได้ 287 ยูนิท หรือ 114,800 ซีซี ซึ่งลดลงจากปี 2567 เนื่องจากจำนวนพนักงานลดลง ส่งผลให้ปริมาณโลหิตที่บริจาคได้ลดลงตามไปด้วย แม้กระนั้นกิจกรรมยังคงได้รับความร่วมมืออย่างดีจากพนักงานและเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนโลหิตสำรองให้กับสภาอากาศไทยอย่างต่อเนื่อง

	2566	2567	2568
จำนวนผู้บริจาค (คน)	351	351	332
จำนวนยูนิทโลหิตที่ได้รับบริจาค	351	351	287

• โครงการ “ไอ.ซี.ซี. ร่วมใจ ช่วยผู้ประสบภัยน้ำท่วม”

บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “ไอ.ซี.ซี. ร่วมใจ ช่วยผู้ประสบภัยน้ำท่วม” อย่างต่อเนื่องตั้งแต่เหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ในปี 2554 โดยมีแนวทางสำคัญในการระดมความช่วยเหลือจากภายในองค์กรผ่านการจัดตั้งจุดรับบริจาคสิ่งของ และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ประสบภัยในพื้นที่ต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายหน่วยงานภาคีที่ทำหน้าที่กระจายความช่วยเหลืออย่างทั่วถึง

ในปี 2568 เกิดเหตุอุทกภัยครั้งใหญ่ในพื้นที่ภาคใต้ช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน ส่งผลกระทบต่อหลายจังหวัด ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สตูล สงขลา บัตตานี ยะลา และนราธิวาส ทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนกว่า 3.5 ล้านคน บริษัทฯ จึงได้เร่งสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และผลิตภัณฑ์ดูแลสุขอนามัยจากหลายแบรนด์ในเครือ เพื่อนำไปช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประสบภัยในช่วงเวลาที่มีการเข้าถึงสิ่งของจำเป็นและน้ำสะอาดมีข้อจำกัด

ความช่วยเหลือดังกล่าวถูกส่งมอบผ่านหน่วยงานพันธมิตร ได้แก่ กองทัพอากาศ มูลนิธิแสง-ไข่มุก เติระกูล เติลินวิธ และเพอจีจัน เพื่อกระจายต่อไปยังพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบอย่างเร่งด่วน โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้สนับสนุนสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยรวมมูลค่ากว่า 1,215,164 บาท

• การสนับสนุนทหารและผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบ

จากสถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชายแดน ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและส่งมอบกำลังใจแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและประชาชนที่ได้รับผลกระทบ โดยจัดกิจกรรม “รวมน้ำใจ มอบความห่วงใยแก่เหล่าทหารในเขตชายแดน” ผ่านการรวบรวมสิ่งของจำเป็น อาทิ เสื้อผ้า ชุดชั้นในชาย-หญิง ถุงเท้า และชุด PPE จากแบรนด์ ARROW, ELLE HOMME, ARROW LITE และ KULLASTRI เพื่อนำไปใช้ในภารกิจประจำวันและช่วยบรรเทาความเดือดร้อน โดยสิ่งของทั้งหมดได้ถูกส่งมอบไปยังพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบผ่านกรมกิจการพลเรือนทหารบก สถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD และเนชั่นทีวี ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการกระจายความช่วยเหลือไปยังพื้นที่ที่ต้องการอย่างทันที่ทันที่ รวมมูลค่าการสนับสนุนทั้งสิ้นกว่า 715,243 บาท

การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถรับทราบความคาดหวัง ข้อกังวล และประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบได้อย่างเหมาะสม บริษัทฯ มีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนผ่านการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงอย่างสม่ำเสมอ โดยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง พร้อมทั้งใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายในการประสานงาน และเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมของบริษัทฯ เช่น การประสานงานผ่านสำนักงานเขตยานนาวา การดำเนินกิจกรรมร่วมกับสถานศึกษาและวัดในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประกาศ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของบริษัทฯ เพื่อให้ชุมชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียน การสอบถามข้อมูล และการให้ข้อเสนอแนะจากประชาชน เพื่อให้สามารถรับฟังความคิดเห็นของชุมชนและนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการพิจารณาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ช่องทางที่ประชาชนสามารถติดต่อบริษัทฯ ได้แก่

โทรศัพท์ สายตรง 02-2939000, 02-2939300  
 ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ เบอร์โทรศัพท์ 02-2944999  
 email service@icc.co.th  
 www.icc.co.th

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียนจากชุมชนผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 1 เรื่อง โดยเป็นประเด็นเกี่ยวกับความกังวลด้านความปลอดภัยและปัญหาการจราจรหนาแน่นในช่วงการจัดงานแฟร์ ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขแล้ว และไม่มีข้อร้องเรียนที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจหรือความสัมพันธ์กับชุมชน ทั้งนี้ ข้อมูลข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะที่ได้รับจะถูกนำมาวิเคราะห์และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาแนวทางการมีส่วนร่วมกับชุมชนและกิจกรรมด้านสังคมให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และความต้องการของชุมชนมากยิ่งขึ้นในอนาคต



## 6. ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคหลากหลายประเภท ครอบคลุมสินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง สินค้าเด็ก และสินค้าเพื่อการดำรงชีวิตประจำวัน ผ่านช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า และช่องทางออนไลน์ การดำเนินธุรกิจดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลของลูกค้า พนักงาน คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจจำนวนมาก บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและความเป็นส่วนตัวโดยยึดหลักการกำกับดูแลข้อมูลที่ดี (Data Governance) และการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) โดยบริษัทฯ ได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) เพื่อกำกับดูแลการจัดเก็บ ใช้งาน และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งเสริมสร้างระบบการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ เพื่อปกป้องข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และข้อมูลลูกค้าที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการขายสินค้า โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลอย่างเหมาะสม การบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างความตระหนักรู้ด้านการคุ้มครองข้อมูลภายในองค์กร

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและความเป็นส่วนตัวโดยยึดหลักการกำกับดูแลข้อมูลที่ดี (Data Governance) และการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พร้อมกำหนดเป้าหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลขององค์กร ดังนี้

เป้าหมายด้านความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว	เป้าหมายระยะยาวปี 2573	เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงานปี 2568
เหตุการณ์รั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลสำคัญขององค์กรหรือการเข้าถึงโดยมิชอบ	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์ด้าน Cybersecurity ที่กระทบต่อข้อมูลหรือระบบสารสนเทศ	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนด้านความเป็นส่วนตัวจากลูกค้าและพนักงาน	0	0	0

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ปรับปรุงและประกาศใช้นโยบายความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศฉบับใหม่ เพื่อให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับโครงสร้างธุรกิจปัจจุบัน และเพื่อรองรับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เป็นการเปลี่ยนผ่านจากการป้องกันภัยไซเบอร์พื้นฐาน ไปสู่การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศเชิงรุก มีการติดตั้งระบบป้องกันเครือข่าย (Firewall) โปรแกรมแอนตี้ไวรัส และระบบป้องกันการบุกรุก (Intrusion Prevention System: IPS) การขยายขอบเขตการควบคุมให้ครอบคลุมอุปกรณ์ส่วนบุคคลที่นำมาใช้งาน บริการคลาวด์ (Cloud) และสื่อสังคมออนไลน์ การใช้มาตรฐานการเข้ารหัสข้อมูล (Encryption) และระบบ Log Monitoring สำหรับการจัดเก็บและส่งผ่านข้อมูลสำคัญ รวมทั้งมีการบริหารความเสี่ยงโดยจัดระดับความเสี่ยงทางเทคโนโลยีสารสนเทศเป็น 5 ระดับ (วิกฤติ สูง ปานกลาง ต่ำ และ ต่ำมาก) เพื่อให้สามารถเลือกมาตรการตอบสนองที่เหมาะสมกับระดับภัยคุกคามในแต่ละช่วงเวลา

บริษัทฯ ได้นำมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลมาใช้ทั้งในด้านกระบวนการทำงาน เทคโนโลยี และการพัฒนาบุคลากร เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลตามบทบาทหน้าที่ของพนักงาน (Role-based Access Control) และมีระบบบันทึกการใช้งาน (Log Monitoring) เพื่อใช้ในการตรวจสอบการใช้งานระบบสารสนเทศ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการพัฒนากระบวนการ workflow เพื่อบูรณาการข้อมูล ลดช่องว่างในการดำเนินงาน และกำหนดแนวทางตอบสนองต่อความเสี่ยงทั้งในเชิงป้องกัน การแก้ไข และการกู้คืนระบบ ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในการตรวจจับพฤติกรรมผิดปกติและคัดกรองอีเมลที่อาจเป็นภัยคุกคาม เพื่อยกระดับการป้องกันเชิงรุก และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศอย่างยั่งยืน

ในด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร บริษัทฯ จัดอบรมและสื่อสารความรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลลูกค้า ข้อมูลคู่ค้า และข้อมูลการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินการด้านเทคโนโลยี เช่น การเข้ารหัสข้อมูล การสำรองข้อมูล และการตรวจสอบความปลอดภัยของระบบ เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านข้อมูลและเพิ่มความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศขององค์กร

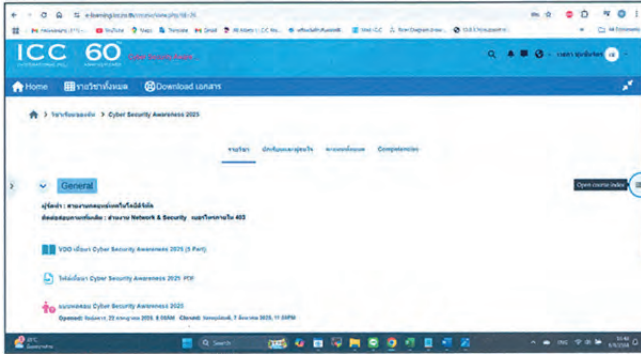
### การฝึกอบรมและสร้างความตระหนักรู้

- การอบรม PDPA และภัยไซเบอร์

ในปี 2568 บริษัทฯ จัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้แก่พนักงานทุกคนในองค์กร ผ่านรูปแบบการเรียนรู้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เนื้อหาครอบคลุมความสำคัญของข้อมูลประเภทต่าง ๆ แนวทางการจัดการข้อมูลตามกฎหมาย วิธีป้องกันความเสี่ยงจากภัยไซเบอร์ และขั้นตอนการรับมือเมื่อเกิดเหตุการณ์รั่วไหล ทั้งนี้ พนักงานต้องผ่านการทดสอบความเข้าใจด้วยคะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 จึงถือว่าผ่านการอบรม โดยพนักงานของบริษัทฯ ร้อยละ 100 สามารถผ่านการอบรมและการทดสอบตามเกณฑ์ที่กำหนด



### การอบรมออนไลน์ ผ่านระบบ E-learning



### การอบรมแบบออฟไลน์



ระดับตำแหน่ง	จำนวนพนักงานทั้งหมด (ท่าน)	จำนวนผู้เข้าทดสอบ (ท่าน)	ร้อยละของพนักงานที่ผ่านการทดสอบ
ผู้บริหารระดับสูง (Chief Officer)	11	11	100
ผู้บริหารระดับสายงาน (Director)	23	23	100
ผู้บริหารระดับแผนก (Manager)	93	93	100
หัวหน้าแผนก (Team Leader)	163	163	100
พนักงาน (Staff)	510	510	100
ที่ปรึกษา	66	66	100
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>866</b>	<b>866</b>	<b>100</b>

• การสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล บริษัท สื่อสารถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานเกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลเหล่านี้ โดยใช้วิธีการสื่อสารทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

• **ออนไลน์:** เป็นการสื่อสารนโยบายและข้อมูลจากฝ่าย IT ผ่านทางหน้า Login เข้า Webmail ของบริษัท และ ทางหน้าจอ HRApps



• **ออฟไลน์:** บอร์ดประกาศประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ ภายในบริษัท เช่น แคนทีน



ในปี 2568 บริษัท สามารถดำเนินมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยไม่พบเหตุการณ์การรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลหรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ที่มีนัยสำคัญ และไม่พบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลจากผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้ จากการประเมินภาพรวมด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัท พบว่าสถานะความเสี่ยงยังคงอยู่ใน ระดับต่ำและมีเสถียรภาพ อย่างไรก็ตาม บริษัท ยังคงดำเนินการเฝ้าระวังและติดตามความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว



## 3.5 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติบรรษัทภิบาล

### 3.5.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านบรรษัทภิบาล

#### การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ

ด้วยบทบาทและความรับผิดชอบของบริษัทในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้าผู้บริโภค และดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อคุ้มครองสิทธิและความปลอดภัยของผู้บริโภค ตลอดจนรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทฯ กำหนดให้การปฏิบัติตามกฎหมายเป็นหลักการพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ และเป็นแนวทางสำคัญในการกำหนดนโยบาย ระเบียบ และแนวปฏิบัติของบริษัทฯ ในทุกด้าน เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานขององค์กรสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ ครอบคลุมการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค การบริหารแบรนด์ การดำเนินธุรกิจค้าปลีก และการให้บริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง จึงเกี่ยวข้องกับกฎหมายและข้อกำหนดในหลายด้าน อาทิ กฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) หลักบรรษัทภิบาลและการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย กฎหมายแรงงานและการจ้างงาน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะกรรมการบริษัทฯ ทำหน้าที่กำกับดูแลภาพรวมของการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง โดยมอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง มีหน้าที่กำกับติดตามความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในระดับองค์กร รวมถึงพิจารณาประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญและติดตามมาตรการจัดการความเสี่ยงตามกรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับโดยบูรณาการเข้ากับระบบการกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อให้สามารถติดตาม ประเมิน และจัดการความเสี่ยงด้านการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ โดยมีขั้นตอนสำคัญดังนี้

1. การทบทวนและระบุประเด็นความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่มีนัยสำคัญ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อกำหนด และแนวโน้มมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ
2. การกำหนดและดำเนินมาตรการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม รวมถึงการทบทวนกระบวนการทำงาน การกำหนดแนวปฏิบัติและการควบคุมภายใน ตลอดจนสื่อสารให้พนักงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามกฎหมายอย่างต่อเนื่อง
3. ติดตามการดำเนินมาตรการจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องตามกรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ในส่วนของการกำกับดูแลพนักงานและคู่ค้า บริษัทฯ กำหนดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด โดยมีการคัดเลือก ประเมิน และติดตามคู่ค้าอย่างเหมาะสม รวมถึงการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงานและคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย
4. การรายงานและกำกับติดตามความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญผ่านการประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และการประชุมคณะทำงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA Committee) เพื่อรายงานผลการดำเนินงานและปรับปรุงแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

#### จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้ประกาศจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อให้กรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร และพนักงาน รับทราบและยึดถือปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปในทางเดียวกัน และดำรงตนอยู่บนความซื่อสัตย์ สุจริต รั้งมัตระวัง รอบคอบ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม รวมถึงการดูแลทรัพย์สินของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับกรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน รวมทั้งคู่ค้าของบริษัทฯ ใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อร่วมสร้างค่านิยม ในการดำเนินงานอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต ตรวจสอบได้ และปราศจากการทุจริตและคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร และดำเนินการเพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานของบุคลากรได้กระทำไปบนพื้นฐานของความถูกต้อง โปร่งใส และปราศจากการคอร์รัปชันที่อาจนำมาสู่การถูกฟ้องร้องดำเนินคดีและเสียชื่อเสียงได้ ซึ่งบริษัทฯ จัดให้มีการทบทวนการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนทบทวนแนวทางการปฏิบัติและข้อกำหนดในการดำเนินการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบข้อบังคับ และข้อกำหนดของกฎหมาย เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ ปราศจากการคอร์รัปชันตลอดห่วงโซ่อุปทาน มีการฝึกอบรมปฐมนิเทศพนักงานใหม่ และสื่อสารไปยังคู่ค้าให้รับทราบ พร้อมทั้งเผยแพร่ให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับผ่านระบบ Intranet และ website ของบริษัท (www.icc.co.th) เพื่อเป็นแนวทางให้กรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด



### 3.5.2 ผลการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาล

#### ผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ

บริษัทฯ ได้จัดให้มีโครงสร้างการกำกับดูแลด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Compliance) ผ่านคณะกรรมการและหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อกำกับดูแลให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง โดยมีกำหนดบทบาทหน้าที่ การรายงานตามลำดับชั้น และการติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ หน่วยงานดังกล่าวมีหน้าที่สนับสนุนนโยบายและวัตถุประสงค์ของบริษัท กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับนโยบายองค์กร ติดตามและทบทวนกฎหมายหรือข้อกำหนดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ รวมถึงสื่อสารและส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบและปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด

ตลอดปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบกรณีการละเมิดกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่มีนัยสำคัญในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และแรงงาน และไม่มีเหตุการณ์ถูกฟ้องร้อง หรือมีค่าปรับและค่าชดเชยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้าน ESG อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงทบทวนแนวปฏิบัติและการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	2565	2566	2567	2568
เหตุการณ์/กรณีละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อม (ครั้ง)	0	0	0	0
มูลค่าการถูกปรับอย่างมีนัยสำคัญ กรณีละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อม (บาท)	0	0	0	0

การปฏิบัติตามกฎหมายด้านเศรษฐกิจและสังคม	2565	2566	2567	2568
เหตุการณ์/กรณีละเมิดกฎหมายแรงงาน (กรณี)	0	0	0	0
มูลค่าการถูกปรับอย่างมีนัยสำคัญ กรณีละเมิดกฎหมายด้านเศรษฐกิจและสังคม (บาท)	0	0	0	0

#### ผลการดำเนินงานด้านจรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

- 1) บริษัทได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน เป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งมีการประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและทบทวนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นแนวทางเดียวกันในการปฏิบัติตนในการดำเนินธุรกิจ และเป็นหลักยึดในการทำงาน และได้เผยแพร่ผ่านระบบ Intranet และ Website ของบริษัท รวมทั้งได้จัดทำเป็นสื่อวีดิทัศน์ (Animation) เพื่อให้ผู้บริหาร และพนักงาน เข้าใจเรื่องดังกล่าวได้ง่ายขึ้น รวมทั้งได้บรรจุหัวข้อจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณไว้ในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ด้วย
- 2) บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร อาทิ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ระบบอินทราเน็ต ระบบ e-Learning รวมถึงเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันบน website ของบริษัท www.icc.co.th โดยการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการในปี 2568 เป็นการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในองค์กร ให้กับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ รวมถึงแม่บ้าน และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ภายใต้โครงการ “ICC ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ”
- 3) บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “ขยายแนวร่วม (คู่ค้า) ต่อต้านคอร์รัปชัน สู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน” เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าร่วมมือกันในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยในปี 2568 บริษัทสามารถขยายแนวร่วมคู่ค้า โดยส่งเสริมให้คู่ค้าลงนามในหนังสือแสดงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันของบริษัท จำนวน 39 ราย
- 4) บริษัทฯ จัดอบรมหลักสูตร “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและข้อปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน” ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน อย่างต่อเนื่อง โดยอบรมและทำแบบทดสอบผ่านระบบ ICC e-Learning มีผู้เข้ารับการอบรมและทำแบบทดสอบทั้งหมด 868 คน ประกอบด้วย กรรมการบริษัท 12 คน ผู้บริหาร 6 คน และพนักงาน 850 คน โดยผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด (ร้อยละ 100) ผ่านการทดสอบด้วยคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 96.58
- 5) บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (The Private Sector Collective Action Against Anti-Corruption : CAC) ตั้งแต่ปี 2559 และได้ดำเนินการขอรับรองการเป็นสมาชิกอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการต่ออายุสมาชิกครั้งที่ 3 ในปี 2568 และได้รับการรับรองการต่ออายุในวันที่ 31 ธันวาคม 2568

#### การติดตามตรวจสอบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางในการแจ้งเบาะแส และข้อร้องเรียนที่มีความปลอดภัยให้กับพนักงานของบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ในกรณีที่พบเห็นพฤติกรรมหรือการกระทำเข้าข่ายที่จะก่อให้เกิดการคอร์รัปชัน หรือการกระทำผิดใดๆ ที่ขัดต่อกฎหมาย ข้อบังคับ หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน พร้อมทั้งจัดให้มีมาตรการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับและมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยจำกัดเฉพาะผู้มีหน้าที่ตรวจสอบประเด็นร้องเรียนเท่านั้นจึงจะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการเพื่อจัดการตามที่กำหนดไว้ในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ



### ช่องทางการแจ้งเบาะแส

1. คณะกรรมการตรวจสอบทาง E-mail : iccauditcommittee@icc.co.th
2. ร้องเรียนได้โดยตรงด้วยวาจา หรือทำเป็นหนังสือถึงผู้รับข้อร้องเรียน
  - “ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์” โทร.0-2294-4999 E-mail : service@icc.co.th
  - เลขานุการบริษัท โทร. 0-2295-0688
  - จดหมายธุรกิจตอบรับ
3. ผ่านทางไปรษณีย์ ตู้ ปณ. 22 ปณ. ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนและไม่พบกรณีการละเมิดที่มีนัยสำคัญเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท หรือการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด บริษัทฯ ได้ดำเนินการสื่อสารเกี่ยวกับจรรยาบรรณสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันให้แก่บุคลากรในองค์กรอย่างทั่วถึง โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทได้รับการสื่อสารในประเด็นดังกล่าวครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนบุคลากรทั้งหมดในองค์กร

	2565	2566	2567	2568
จำนวนข้อร้องเรียนด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณธุรกิจ (กรณี)				
• การทุจริตคอร์รัปชัน	0	0	0	0
• การใช้ข้อมูลหรือทรัพย์สินของบริษัทโดยมิชอบ	0	0	0	0
• การให้และรับสินบน	0	0	0	0
• การละเมิดสิทธิมนุษยชน	0	0	0	0
• การกระทำผิดทางภาษี	0	0	0	0
• กรณีอื่นๆ ที่ขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ	0	0	0	0
กรณีการละเมิดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจที่ตรวจสอบแล้วเป็นความจริง (กรณี)	0	0	0	0
จำนวนคู่ค้าที่ลงนามแสดงเจตนาธรรมณ์ ในเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน (ราย)	N/A	N/A	N/A	39