

ICC
INTERNATIONAL PLC.

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน
2568



HANDLE WITH CARE : THE EARTH IS OUR ONLY HOME.

MOVING FORWARD
TO
SUSTAINABILITY



PURPOSE

“นำความมั่นใจให้ทุกชีวิต”

เพราะบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าความมั่นใจคือรากฐานของการมีชีวิตที่ดี ICC จึงมุ่งดำเนินธุรกิจเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้คนในสังคม ผ่านวิถีการทำงานที่ยึดมั่นในคุณค่าและความรับผิดชอบต่อ ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ ตลอดจนโอกาสทางธุรกิจและความร่วมมือที่เปิดกว้างให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้เติบโตไปพร้อมกัน



VISION

“มุ่งสู่การเป็นแพลตฟอร์มที่รับผิดชอบและพร้อมตอบสนอง เพื่อสร้างโอกาสให้ทุกคน”

ICC มุ่งพัฒนาบทบาทสู่การเป็นแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงผู้คน ลูกค้า คู่ค้า และพันธมิตร เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อ และความเชื่อมั่น โดยใช้ความเชี่ยวชาญและเครือข่ายทางธุรกิจในการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพและการเข้าถึงโอกาสเพื่อการเติบโตอย่างมีคุณภาพร่วมกันในระยะยาว



OUR MISSION

PLATFORM แพลตฟอร์มพาณิชย์	RESPONSIBLE ที่รับผิดชอบ	RESPONSIVE พร้อมตอบสนอง	OPPORTUNITIES โอกาสของทุกคน
พัฒนาสู่การเป็นแพลตฟอร์มการค้า omnichannel ชั้นนำที่เชื่อมโยงกันเป็นหนึ่งเดียว เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมให้แก่ลูกค้าผ่านความเป็นเลิศในการดำเนินงานและการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยข้อมูล	ปลูกฝังการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียในวัฒนธรรมองค์กรและตลอดห่วงโซ่อุปทานของเรา มุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนภายใต้แบรนด์ที่น่าเชื่อถือ เพื่อสร้างอนาคตที่ดีกว่าให้กับทุกคน	เป็นองค์กรที่พร้อมตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ด้วยประสบการณ์ที่ดีของพนักงานและระบบที่เชื่อมโยงอย่างไร้รอยต่อ รวมถึงนวัตกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาและขยายธุรกิจใหม่ให้หลากหลาย เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างตรงใจ	สร้างโอกาสในการเติบโตและประสบความสำเร็จให้กับผู้คนทั้งภายในและภายนอกองค์กรผ่านการร่วมสร้าง (co-creation) ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ การบ่มเพาะความสามารถและแนวคิดใหม่ๆ รวมถึงการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ



CORE VALUES



Collaboration

“ร่วมมือ เติบโต แบ่งปัน”



Accountability

“รับผิดชอบต่อ โปร่งใส ตรวจสอบได้”



Resilience

“ยืดหยุ่น ปรับตัว ล้ำวิกฤต”



Customer WOW

“ใส่ใจทุกครั้ง เกินคาดทุกที”



Sustainable Innovation

“สร้างคุณค่า ด้วยนวัตกรรม เพื่อความยั่งยืน”



สารบัญ

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	3
สารจากกรรมการผู้อำนวยการ และประธานกรรมการบริหาร.....	5
ความสำเร็จด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2568	6
รู้จัก ICC	8
การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ ICC	12
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	17
TRUSTED FOUNDATION FOR GROWTH - รากฐานแห่งความเชื่อมั่น	36
การกำกับดูแลกิจการ.....	37
ความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎหมาย	45
การบริหารจัดการความเสี่ยงและความต่อเนื่องของธุรกิจ	51
การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว	62
สิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน	70
I : INTEGRATED VALUE CREATION – มุ่งสร้างธุรกิจที่มีคุณค่า	79
การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	80
การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ	85
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า.....	98
C : CLIMATE AND CIRCULAR FUTURE – สู่อนาคตคาร์บอนต่ำและยั่งยืน	106
การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	107
การบริหารจัดการพลังงาน	114
การใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและการหมุนเวียน.....	119
C : CARING FOR PEOPLE AND COMMUNITIES - ดูแลผู้คนและสังคม	128
การพัฒนาและรักษาพนักงาน	129
อาสาสมัครและความปลอดภัย	142
การสร้างคุณค่าสู่ชุมชนและสังคม	149
สถิติการดำเนินงาน	159
GRI Content Index.....	169



เกี่ยวกับการรายงานฉบับนี้

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นประจำทุกปีตั้งแต่ปี 2557 เพื่อเปิดเผยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน แนวทางการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย กลยุทธ์ในการจัดการประเด็นสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนเป้าหมาย ตัวชี้วัด และผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ในทุกมิติที่มีส่วนสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: SDGs)

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2568 จัดทำขึ้นเป็นฉบับที่ 12 โดยมีระยะเวลารายงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2568 ทั้งนี้ รายงานฉบับนี้เป็นรายงานฉบับแรกที่บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลโดยอ้างอิง GRI Universal Standards 2021 และ GRI Topic Standards ที่เกี่ยวข้องขององค์กร Global Reporting Initiative (GRI)

เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลสอดคล้องกับข้อกำหนดของมาตรฐานดังกล่าว บริษัทฯ ได้ปรับปรุงวิธีการรวบรวมข้อมูล ขอบเขตข้อมูล และวิธีการคำนวณในหลายประเด็น ส่งผลให้ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่เปิดเผยในรายงานฉบับนี้แตกต่างจากรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี 2567 อย่างมีนัยสำคัญ

การปรับปรุงข้อมูลย้อนหลัง (Restatement of Information)

ในรอบการรายงานนี้ บริษัทฯ ได้ทบทวน จัดทำ และปรับปรุงข้อมูลย้อนหลังเพิ่มเติมเท่าที่สามารถดำเนินการได้ โดยยึดขอบเขต สมมติฐาน และวิธีการคำนวณเดียวกันกับที่ใช้ในปัจจุบัน เพื่อสนับสนุนความครบถ้วน ความน่าเชื่อถือ และความสามารถในการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างรอบการรายงาน

ขอบเขตของรายงาน

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้นำเสนอผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล สำหรับปี 2568 เฉพาะของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) โดยครอบคลุมกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการและจัดเก็บข้อมูลได้โดยตรง

ทั้งนี้ รายงานฉบับนี้ไม่ครอบคลุมผลการดำเนินงานของบริษัทย่อย บริษัทร่วม หรือกิจการอื่นที่บริษัทฯ มีการลงทุนทั้งทางตรงและทางอ้อม แม้ว่ากิจการดังกล่าวบางแห่งจะมีสัดส่วนการลงทุนมากกว่ากึ่งหนึ่ง หรืออยู่ภายใต้อำนาจควบคุมของบริษัทฯ หรือรวมอยู่ในงบการเงินรวมก็ตาม เนื่องจากบริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการพัฒนาาระบบและกระบวนการจัดเก็บข้อมูลด้านความยั่งยืนให้มีความครอบคลุมและครบถ้วนตามแนวทางการรายงานที่กำหนด ดังนั้น ขอบเขตการรายงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ จึงแตกต่างจากขอบเขตของงบการเงินรวมที่เปิดเผยในแบบ 56-1 One Report





การรับรองการรายงาน

เนื้อหาที่เปิดเผยในรายงานฉบับนี้ได้รับการทบทวนและตรวจสอบความถูกต้องตามลำดับจากผู้บริหารระดับสูงของแต่ละสายงาน คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัท โดยครอบคลุมทั้งประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและผลการดำเนินงานในมิติเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลเปิดเผยมีความถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และสะท้อนผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างสมดุลและเป็นธรรม

ในปัจจุบัน บริษัทฯ ยังไม่ได้ดำเนินการทวนสอบและรับรองความเชื่อมั่นต่อข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนโดยหน่วยงานภายนอกอย่างอิสระ (external assurance / third-party assurance) และยังคงอยู่ระหว่างการพิจารณาแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินการดังกล่าว โดยคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลและพิจารณาแนวทางการเปิดเผยข้อมูล และความพร้อมขององค์กรในการขอรับการรับรองจากภายนอก

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมบางรายการที่รายงานในรายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบหรือรับรองความถูกต้องโดยหน่วยงานเอกชนที่ขึ้นทะเบียนกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และความโปร่งใสของข้อมูล ทั้งนี้ การตรวจสอบดังกล่าวยังไม่ถือเป็นการรับรองความเชื่อมั่นของข้อมูลโดยหน่วยงานภายนอก

การเข้าถึงรายงานและช่องทางการติดต่อ

รายงานความยั่งยืนฉบับปัจจุบันและฉบับก่อนหน้าสามารถเข้าถึงได้ ที่เว็บไซต์ www.icc.co.th

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม หรือมีข้อซักถามและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ สามารถติดต่อได้ที่

สายงานสื่อสารองค์กร

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน)

โทร: (+66) 022939300 ต่อ 116, 126

อีเมล: pr@icc.co.th

🏠 สารจากกรรมการผู้อำนวยการ และประธานกรรมการบริหาร

ท่ามกลางโลกธุรกิจที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ ตระหนักถึงความจำเป็นในการปรับตัวอย่างต่อเนื่องและดำเนินธุรกิจด้วยความรอบคอบด้วยเหตุนี้ในปี 2568 บริษัทฯ จึงได้ทบทวนและปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจในอนาคต โดยมีจุดมุ่งหมาย “นำความมั่นใจให้ทุกชีวิต” เป็นเข็มทิศสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร พร้อมยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง และการสร้างคุณค่าในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตามเจตนารมณ์ “คนดี สินค้าดี สังคมดี”

ตลอดปีที่ผ่านมา ฝ่ายบริหารได้เร่งปรับโครงสร้างองค์กร เพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการ และเสริมประสิทธิภาพในทุกกระบวนการสำคัญ ควบคู่กับการบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ ICC “B.E.S.T.” ซึ่งครอบคลุมการเติบโตที่ยืดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การเสริมศักยภาพบุคลากรด้วยเทคโนโลยี การสร้างระบบนิเวศแห่งนวัตกรรม และการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรสมัยใหม่ที่ได้รับคามไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านนี้จะเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บริษัทฯ เติบโตได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต

ผลการดำเนินงานในปี 2568 แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของบริษัทฯ ในหลายมิติ บริษัทฯ สามารถรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ICC Shopping ได้สูงกว่าเป้าหมาย โดยมีคะแนนความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าร้อยละ 92 ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าและบริการ ควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ในด้านการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถลดการใช้พลังงานรวมลงร้อยละ 24.63 และ

ลดการใช้น้ำประปาลงร้อยละ 52.19 เมื่อเทียบกับปี 2567 อันเป็นผลจากความมุ่งมั่นในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่จะเน้นความผูกพันของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 80.72 สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานและวางแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัลและรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจรูปแบบ Omnichannel

ผมขอขอบคุณผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ที่ให้ความไว้วางใจและสนับสนุนบริษัทฯ มาโดยตลอด บริษัทฯ จะยังคงเดินหน้าพัฒนาองค์กรและดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืนที่สร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มต่อไป

ธรรมรัตน์ โชควัฒนา
กรรมการผู้อำนวยการ
และประธานกรรมการบริหาร





➤ ความสำเร็จด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนปี 2568



บริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies) ประจำปี 2568 ระดับ 5 ดาว

บริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” (ระดับ 5 ดาว) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9



บริษัทฯ ได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2568 “คะแนนเต็มร้อย ดีเยี่ยม” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6

บริษัทฯ ได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2568 จัดอยู่ในระดับ “คะแนนเต็มร้อย ดีเยี่ยม” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 จากโครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย (Thai Investors Association)



บริษัทฯ ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน ของภาคเอกชนไทย (CAC Certification) ครั้งที่ 3

จากคณะกรรมการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย



➤ สรุปผลการดำเนินงานสำคัญปี 2568

I : Integrated Value Creation – มุ่งสร้างธุรกิจที่มีคุณค่า



รายได้จากการขายและการให้บริการ
8,337.47 ล้านบาท

ได้รับการประเมินตามโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการ
บริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report: CGR)
อยู่ในระดับ **“ดีเลิศ”** (5 ดาว) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9



กำไรขั้นต้น
ร้อยละ **30.53**



กำไรสุทธิ
ร้อยละ **797.23** ล้านบาท



เงินปันผลจ่ายให้ผู้ถือหุ้น
230.00 ล้านบาท

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม
ร้อยละ **92.82**



จำนวนผลิตภัณฑ์จากวัสดุที่ยั่งยืนและ
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม **454** SKUs



จำนวนผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสะสมตั้งแต่ปี 2568
5 รายการ

C : Climate and Circular Future – สู่อนาคตคาร์บอนต่ำและยั่งยืน



เก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกครอบคลุม
กิจกรรมหลักขององค์กรได้ ร้อยละ **100**



อัตราการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้เทียบกับปีฐาน 2567
ลดลงร้อยละ **48.52**



อัตราการใช้พลังงานรวมต่อหน่วยรายได้
เทียบกับปีฐาน 2567
ลดลงร้อยละ **18.85**



เก็บข้อมูลขยะและของเสีย
ให้ครอบคลุมกิจกรรมหลักขององค์กรทั้งหมด
ร้อยละ **83.33**

C : Caring for People and Communities – ดูแลผู้คนและสังคม



คะแนนความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
ร้อยละ **80.72**



อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) ของพนักงาน
0 กรณีต่อ **1** ล้านชั่วโมงการทำงาน



จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย
14 ชั่วโมงต่อคนต่อปี



จำนวนโครงการเพื่อชุมชนและสังคม
3 โครงการ



i รู้จัก ICC

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2507 และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2521 ต่อมาบริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดในปี 2537 โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า “ICC”

บริษัทฯ เป็นบริษัทในเครือสหพัฒน์ที่ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าไลฟ์สไตล์ในประเทศไทยมายาวนานกว่า 60 ปี โดยบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของแบรนด์ต่างๆ กว่า 60 แบรนด์ ทั้งแบรนด์ที่สร้างเอง และแบรนด์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ครอบคลุมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวัน อาทิ เครื่องแต่งกายบุรุษและสตรี เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้าเด็ก เครื่องหนัง นาฬิกา สินค้าอุปโภคและบริโภค รวมถึงสินค้าแฟชั่นและสินค้าไลฟ์สไตล์อื่น ๆ โดยบริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการสินค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การคัดเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารแบรนด์ การตลาด และการบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ผ่านความร่วมมือกับผู้ผลิตและพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าและให้บริการผ่านเครือข่ายช่องทางการขายที่หลากหลาย ทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก และช่องทางอีคอมเมิร์ซและแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงพัฒนาช่องทางการขายและประสบการณ์ลูกค้าในรูปแบบ Omnichannel เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยลูกค้าหลักของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้บริโภคทั่วไปในประเทศ กลุ่มค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้า ตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าส่ง ตลอดจนพันธมิตรทางธุรกิจที่ร่วมพัฒนาและทำตลาดสินค้าในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์

ภายใต้จุดมุ่งหมายในการนำความมั่นใจให้ทุกชีวิต (Bringing confidence to people's lives) บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในความซื่อสัตย์ โปร่งใส และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม มุ่งมั่นในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ มีความมั่นใจในทุกช่วงวัยของการดำเนินชีวิตและการทำงาน ขณะเดียวกัน บริษัทฯ มุ่งพัฒนาบทบาทสู่การเป็นแพลตฟอร์มธุรกิจที่น่าเชื่อถือและสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมใช้ความเชี่ยวชาญและเครือข่ายทางธุรกิจสนับสนุนการเข้าถึงโอกาสเพื่อสร้างอนาคตที่ทุกคนสามารถเติบโตได้อย่างงดงามและยั่งยืน

ภาพรวมธุรกิจ

ชื่อบริษัท	บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่	530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 บริษัทฯ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และดำเนินธุรกิจหลักภายในประเทศไทย โดยไม่มีสำนักงานสาขาในต่างประเทศ ทั้งนี้ การดำเนินงานด้านการจัดหาและการค้าบางส่วนเกี่ยวข้องกับคู่ค้าในต่างประเทศตามลักษณะธุรกิจ
ผู้บริหารสูงสุด	นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา กรรมการผู้อำนวยการ และประธานกรรมการบริหาร
ทุนจดทะเบียน	500,000,000 บาท
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	500,000,000 บาท
มูลค่าทางการตลาด*	12,250 ล้านบาท
จำนวนพนักงานประจำ*	3,101 คน บริษัทฯ มีพนักงานกระจายปฏิบัติงานในจุดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ ภายใต้รูปแบบการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ
รายได้รวม*	9,785 ล้านบาท

*หมายเหตุ: ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568



กลุ่มธุรกิจและโครงสร้างรายได้

ร้อยละ 25.91



กลุ่มธุรกิจเครื่องแต่งกายสุภาพสตรี

- ITOKIN BOUTIQUE
- II MK
- 5 UP
- MIX - SELF
- WBG (White Black Gold)
- WACOAL
- ELLE
- KULLASTRI
- PRODUCT DEVELOPMENT & TRANDING
- B ME
- ICLAB
- LAST CALL

ร้อยละ 33.21



กลุ่มธุรกิจเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ

- ARROW
- EXCELLENCY
- DAKS
- ERAWON
- LACOSTE
- GUY LAROCHE MENS WEAR
- GUY LAROCHE INNER WEAR
- OLYMP
- MASS (ARROW LITE)
- THAI GUNZE
- BROOKS BROTHERS

ร้อยละ 16.76



กลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค

- กุ้งกิ้ง
- มีโชค
- ยิ้มแย้ม
- เจริญทอง
- CATHERINE
- HOUSEHOLD
- SHALDAN
- BSC-HI-HERB
- FRESH & SOFT
- FOODS
- RAINFLOWER DOLL
- NON ESSENCE

ร้อยละ 9.42



กลุ่มธุรกิจสินค้าเครื่องสำอางและเครื่องหอม

- BSC COSMETOLOGY
- BSC HONEI V
- SHEENE SELF SELECTION

ร้อยละ 9.08



กลุ่มธุรกิจสินค้าเด็ก

- ABSORBA
- CHIC CHIC
- ENFANT

ร้อยละ 1.81



กลุ่มธุรกิจสินค้ากีฬา

- LE COQ SPORTIF
- MIZUNO

ร้อยละ 3.52



กลุ่มธุรกิจสินค้าเครื่องหนังและรองเท้า

- BSC
- ELLE
- GUY LAROCHE
- HOW
- LOUIS FONTAINE
- NATURALIZER
- ST.ANDREWS
- BELLE&SOFA

ร้อยละ 0.29



กลุ่มธุรกิจให้เช่าสถานที่ และให้บริการคลังสินค้า

➤ ห่วงโซ่คุณค่าของ ICC

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



คู่ค้า



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 Omnichannel เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย และการเข้าถึงลูกค้า



พนักงาน



ผู้ถือหุ้น



พันธมิตรธุรกิจ



หน่วยงานภาครัฐ



คู่ค้า

DOWNSTREAM

การขยายตลาดและประสบการณ์ลูกค้า
(Market Access and Customer Experience)

เครือข่ายช่องทาง
จำหน่าย
(Retail & distribution network)

แพลตฟอร์มดิจิทัล
และอีคอมเมิร์ซ
(E-commerce & digital platforms)

การดูแลลูกค้าและ
บริหารความสัมพันธ์
ระยะยาว
(After-sales and customer engagement)

- ขยายตลาดและการเข้าถึงสินค้าทั้งช่องทางค้าปลีกและแพลตฟอร์มดิจิทัล
- สร้างประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า
- รักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าและคู่ค้าทางธุรกิจ
- สร้างความเชื่อมั่นและความภักดีต่อแบรนด์



ลูกค้า/ผู้บริโภค



คู่ค้า



พนักงาน



สื่อมวลชน



พันธมิตรธุรกิจ



คู่แข่ง



สมาชิกภาพ

	ชื่อองค์กร	ประเภทองค์กร	บทบาทของบริษัท	วัตถุประสงค์ของการเป็นสมาชิก
1	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (FTI)	องค์กรเอกชน	สมาชิก	ร่วมสนับสนุน และส่งเสริมการดำเนินงานตามนโยบายภาครัฐ ร่วมกับเอกชนอื่นๆ ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทย
2	สภาหอการค้าไทย	องค์กร	สมาชิก	ขยายฐานลูกค้าและพันธมิตรผ่านเครือข่ายหอการค้า ส่งเสริมและพัฒนาการค้า การลงทุน และเครือข่ายธุรกิจ
3	สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย	สมาคม	สมาชิก	สนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนเรียนรู้การพัฒนาองค์ความรู้กฎเกณฑ์ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับบริษัทจดทะเบียน
4	สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)	สมาคม	สมาชิก	พัฒนาความรู้และเสริมสร้างศักยภาพของกรรมการบริษัท ส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) และยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการองค์กรตามแนวปฏิบัติสากล
5	แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC)	องค์กร	สมาชิก	เป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต และขยายแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันไปยังบริษัทคู่ค้า
6	สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT)	สมาคม	สมาชิก	พัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลจากการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกและแนวทางปฏิบัติที่ดีในด้านทรัพยากรบุคคล
7	สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์	องค์กร	สมาชิก	พัฒนาความรู้และมาตรฐานวิชาชีพบัญชีเพื่อให้มั่นใจว่าทำตาม พ.ร.บ. วิชาชีพบัญชี และมาตรฐาน TFRS





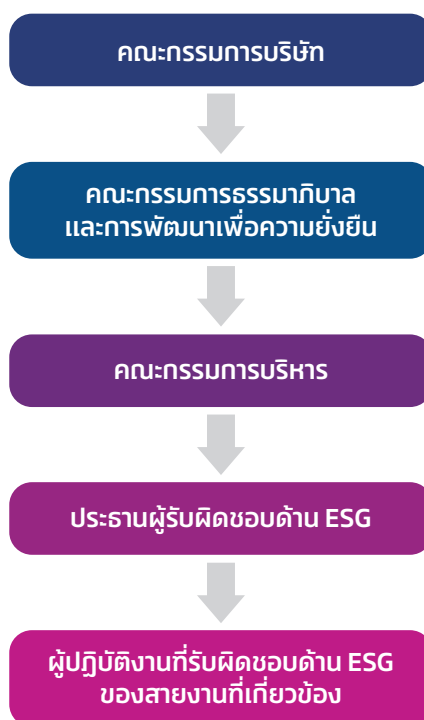
🏢 การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ ICC

บริษัทฯ ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล เป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนและการสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ท่ามกลางบริบทแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงได้พัฒนาแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ธุรกิจและการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน (business resilience) และความพร้อมในการกำกับดูแล เพื่อให้สามารถบริหารจัดการผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสจากการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสมและเป็นระบบ

การกำกับดูแลการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนาโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจ โดย ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ยังไม่ได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของ ICC อย่างเป็นทางการ และมีแผนจัดตั้งคณะทำงานดังกล่าวภายในปี 2569 เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทำหน้าที่ติดตามและกำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานการกำกับดูแลและความยั่งยืนเป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินงานในภาพรวม ร่วมกับผู้บริหารระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหารจากสายงานหลักรวม 8 คน ทำหน้าที่เสมือนคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งรายงานต่อกรรมการผู้อำนวยการและประธานกรรมการบริหาร ทำหน้าที่บริหารจัดการและขับเคลื่อนการดำเนินงานในระดับองค์กร พร้อมทั้งกำหนดให้มีตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้านทำหน้าที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้สามารถบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งมิติบรรษัทภิบาล สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้อย่างครอบคลุม รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ



* คณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนมีกำหนดจัดตั้งในปี 2569

เพื่อให้การขับเคลื่อนการดำเนินงานดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จึงกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

<p>คณะกรรมการบริษัท</p>	<p>มีบทบาทในการกำหนดทิศทางและกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างคุณค่าในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีหน้าที่สำคัญ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กำหนดนโยบาย ทิศทาง กลยุทธ์ และเป้าหมายด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี 2. กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน สถานะทางการเงิน และความสามารถในการแข่งขันของบริษัท 3. ติดตามและกำกับดูแลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด พร้อมส่งเสริมการบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าสู่การดำเนินธุรกิจและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ 4. ดูแลให้การดำเนินธุรกิจคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมธุรกิจ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 5. กำกับดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และโปร่งใส ตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
<p>คณะกรรมการ ธรรมาภิบาลและ การพัฒนา เพื่อความยั่งยืน</p>	<p>มีบทบาทในการกำกับดูแลและสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) <ul style="list-style-type: none"> • กำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์และแนวปฏิบัติสากล • กำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามนโยบายด้านจริยธรรมธุรกิจ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ • ส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม • ทบทวนและปรับปรุงกฎบัตรคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ 2. การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Development) <ul style="list-style-type: none"> • กำหนดกรอบ นโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ทิศทางธุรกิจ และบริบทขององค์กร ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม • พิจารณาและทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญ (material sustainability topics) รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับกลยุทธ์และการบริหารความเสี่ยงขององค์กร • ติดตามความคืบหน้าและผลการดำเนินงานตามแผนงานและเป้าหมายด้านความยั่งยืน พร้อมให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแก่ฝ่ายจัดการ • กำกับดูแลให้มีการบริหารจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการดำเนินธุรกิจ • สนับสนุนให้มีการบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้ากับการดำเนินธุรกิจ กระบวนการตัดสินใจ และวัฒนธรรมองค์กร



<p>คณะกรรมการ ธรรมาภิบาลและ การพัฒนา เพื่อความยั่งยืน</p>	<p>3. การเปิดเผยข้อมูลและการสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> กำกับดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนอย่างโปร่งใส ถูกต้อง ครบถ้วน และสอดคล้องกับกฎหมาย มาตรฐาน และแนวปฏิบัติสากล พิจารณาและให้ข้อเสนอแนะต่อรายงานด้านความยั่งยืนหรือการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ <p>4. การรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท</p> <ul style="list-style-type: none"> รายงานผลการดำเนินงาน ความคืบหน้า และประเด็นสำคัญด้านการกำกับดูแลและความยั่งยืนต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ เสนอแนะนโยบาย แนวทาง และมาตรการที่เกี่ยวข้องต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติและกำกับดูแลในระดับองค์กร
<p>คณะกรรมการบริหาร</p>	<p>มีบทบาทในการขับเคลื่อนและประสานการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในองค์กรให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางที่กำหนด โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> จัดทำและขับเคลื่อนแผนงาน เป้าหมาย และแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับนโยบายกลยุทธ์ และทิศทางของบริษัท ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ ทรัพยากรบุคคล สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกี่ยวข้อง บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้ากับกระบวนการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ และส่งเสริมความร่วมมือของทุกหน่วยงานในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน ติดตามความคืบหน้าและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงานและเป้าหมายด้านความยั่งยืน พร้อมเสนอแนะแนวทางปรับปรุงต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน รวบรวม วิเคราะห์ และจัดทำข้อมูลด้านความยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ การกำหนดกลยุทธ์ และการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท จัดทำและสนับสนุนการจัดทำรายงานความยั่งยืนหรือการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เป็นที่ยอมรับ รายงานผลการดำเนินงานและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ จัดให้มีการประชุมคณะทำงานตามความเหมาะสม และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
<p>ผู้ปฏิบัติงานที่ รับผิดชอบด้าน ESG ของหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>มีบทบาทในการประสานและขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในระดับปฏิบัติการของบริษัทฯ โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ดำเนินงานตามนโยบาย แนวทาง และแผนงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงาน บูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องเข้ากับกระบวนการทำงานของหน่วยงาน รวมถึงการบริหารความเสี่ยง โอกาส และผลกระทบที่เกี่ยวข้อง รวบรวมและจัดเตรียมข้อมูลด้านความยั่งยืนของหน่วยงาน เพื่อสนับสนุนการติดตามผลการดำเนินงาน การประเมินผล และการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ประสานงานและสนับสนุนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนร่วมกับคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ติดตามความคืบหน้าและรายงานผลการดำเนินงานด้าน ESG ของหน่วยงานต่อคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนตามระยะเวลาที่กำหนด สนับสนุนการสื่อสาร สร้างความตระหนัก และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในหน่วยงานต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนหรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง



นโยบายและกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืน

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



ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ทบทวนและปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมายขององค์กรให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจในอนาคตและบริบทที่เปลี่ยนแปลง และความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นแพลตฟอร์มพาณิชย์แบบบูรณาการที่สามารถส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง นอกจากการเติบโตทางธุรกิจแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค คู่ค้า และสังคม ตลอดจนการพัฒนาองค์กร บุคลากร และเครือข่ายพันธมิตรให้สามารถเติบโตไปพร้อมกันอย่างมั่นคง

การปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมายดังกล่าวแสดงถึงความตั้งใจของบริษัทฯ ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการผสานความเป็นเลิศด้านการดำเนินธุรกิจเข้ากับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าในระยะยาว พร้อมทั้งเสริมสร้างรากฐานที่มั่นคงสำหรับการพัฒนาองค์กรและสังคมร่วมกันในอนาคต

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

ศึกษานโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เพิ่มเติมได้ที่ www.icc.co.th

หรือสแกน QR Code





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 ลดและควบคุมผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมถึงการจัดการพลังงาน น้ำ และของเสียอย่างเหมาะสม ตลอดจนสนับสนุนการดำเนินงานที่มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวต่อความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



ด้านสังคมและชุมชน

ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และความปลอดภัยในการทำงาน ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การดูแลลูกค้าอย่างรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งคำนึงถึงการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม



ด้านเศรษฐกิจและธรรมาภิบาล

ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมทั้งบริหารความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมจริยธรรมทางธุรกิจและการต่อต้านการทุจริต ตลอดจนการเปิดเผยข้อมูลที่ต้องการ ครบถ้วน และตรวจสอบได้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

🌱 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

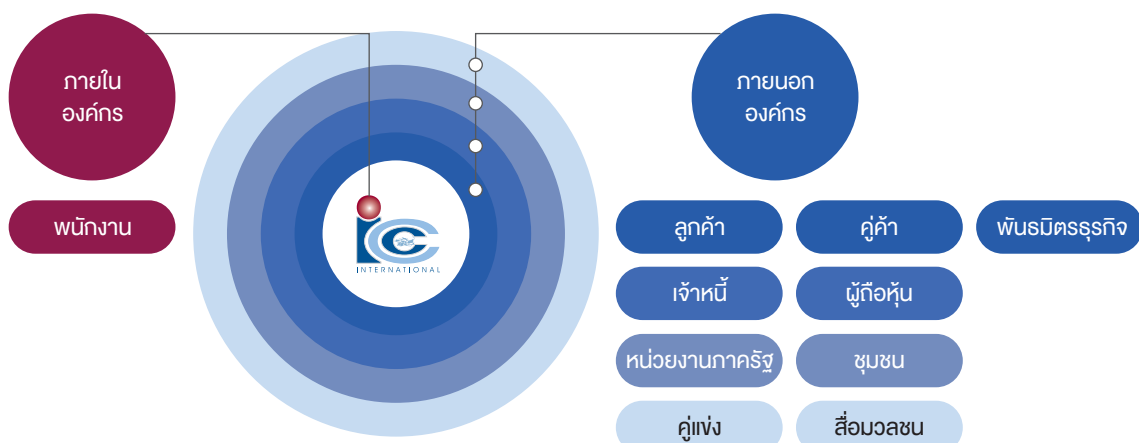
เพื่อให้การดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นในประเด็นที่มีความสำคัญอย่างแท้จริง บริษัทฯ ได้ดำเนินการระบุและประเมิน “ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน” (Materiality Assessment) อย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาจากบริบทการดำเนินงาน ธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนผลกระทบ ความเสี่ยง และโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการทรัพยากรและขับเคลื่อนการดำเนินงานในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการสร้างคุณค่าในระยะยาวและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรได้อย่างเหมาะสม โดยมีกระบวนการดำเนินงานดังนี้

- 1 การระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและจัดลำดับความสำคัญ
- 2 การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย
- 3 การจัดทำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
- 4 การบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า

ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่ามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร เนื่องจากการดำเนินงานของบริษัทฯ มีความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย ในระดับตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อาทิ คู่ค้า ผู้ผลิตสินค้า พนักงาน ลูกค้า ชุมชน และพันธมิตรธุรกิจ ซึ่งล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบจากการดำเนินธุรกิจ ในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า 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





การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียพิจารณาจากระดับผลกระทบของบริษัท ที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงสิทธิมนุษยชน ร่วมกับระดับผลกระทบหรืออิทธิพลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อบริษัท เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างการเชื่อมโยงและการมีส่วนร่วม (stakeholder engagement) ตลอดจนวางแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม



จากการประเมินพบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีทั้งระดับอิทธิพลและระดับผลกระทบสูง ได้แก่ พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และพันธมิตรธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจของ ICC บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด (Manage Closely) ผ่านการสื่อสารสองทาง การรับฟังความคิดเห็น การพัฒนาความร่วมมือทางธุรกิจ และการยกระดับประสบการณ์ของพนักงานและลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลต่อองค์กรในระดับค่อนข้างสูง แต่ได้รับผลกระทบจากบริษัทฯ ในระดับปานกลาง เช่น ผู้ถือหุ้น สื่อมวลชน และหน่วยงานภาครัฐ บริษัทฯ มุ่งเน้นการรักษาความเชื่อมั่นและความพึงพอใจ (Keep Satisfied) โดยให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา

ในขณะที่กลุ่มชุมชนและสังคมเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทในระดับที่ต้องให้ความสำคัญ แต่ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจมากนัก บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการสื่อสารและการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง (Keep Informed) ผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินงาน

ส่วนกลุ่มคู่แข่งทางการค้าและเจ้าหนี้ ซึ่งมีทั้งระดับอิทธิพลและระดับผลกระทบในระดับค่อนข้างต่ำ บริษัทฯ จะติดตามและเฝ้าระวังประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ (Monitor) เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมการแข่งขันและบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม



การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียในฐานะกลไกสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าในระยะยาว จึงมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทำหน้าที่ดูแลและประสานการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มตามบทบาทหน้าที่ของตน ภายใต้การกำกับดูแลของประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานต่าง ๆ

ผู้ประสานงานของแต่ละสายงาน ทำหน้าที่รวบรวมประเด็น ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์และใช้ประกอบการวางแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน รวมถึงการบริหารความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ โดยมีการกำหนดรูปแบบและความถี่ในการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับลักษณะของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ผลการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสียประจำปี 2568 มีดังนี้

พนักงาน

ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
<ol style="list-style-type: none"> 1. การประชุมผู้บริหาร เป็นประจำทุกเดือน 2. การประชุมพนักงาน ตามวาระ 3. การประชุมคณะกรรมการสวัสดิการทุกไตรมาส 4. การสำรวจความผูกพันของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง 5. การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อินทราเน็ตและอีเมล 6. ช่องทางร้องทุกข์และแจ้งเบาะแสข้อแนะนำ หรือข้อร้องเรียนจากพนักงาน 	ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> • สำรวจและปรับปรุงค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อหน้าที่ความรับผิดชอบ • ปรับปรุงสวัสดิการให้เหมาะสมกับสถานการณ์
	การประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม	<ul style="list-style-type: none"> • ปรับปรุงวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และโปร่งใส เชื่อมโยงกับค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม
	การอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดแผนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถของพนักงานอย่างเป็นระบบ
	การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (career path) ของตำแหน่งต่าง ๆ อย่างชัดเจน • ส่งเสริมให้พนักงานได้แสดงความสามารถ และพิจารณาคัดเลือกพนักงานอย่างเป็นธรรมเพื่อเติบโตในสายงานต่าง ๆ
	ความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตในการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน โดยการประเมินปัจจัยเสี่ยงในการทำงานตำแหน่งต่าง ๆ และกำหนดมาตรการลดความเสี่ยงตลอดจนตรวจประเมินเป็นประจำ • ปรับปรุงอุปกรณ์และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานและส่งเสริมสุขภาวะที่ดี • จัดให้มีบุคลากรทางการแพทย์ให้ความรู้และดูแลสุขภาพ
	บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	<ul style="list-style-type: none"> • จัดหาอุปกรณ์การทำงานที่เหมาะสมและเพียงพอ • ปรับปรุงพื้นที่สถานที่ทำงาน และสร้างสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน



ลูกค้า

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



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

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



พันธมิตรธุรกิจ

ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
1. การประชุมร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ 2. การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/อีเมล 3. ช่องทางร้องเรียนและแจ้งเบาะแส	จริยธรรมทางธุรกิจและความโปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ กฎหมาย และข้อตกลงระหว่างกันอย่างเคร่งครัด ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจอย่างเป็นธรรมและสุจริต
	การปฏิบัติตามสัญญาและข้อตกลงร่วมกัน	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดและทบทวนสัญญาความร่วมมืออย่างชัดเจน ปฏิบัติตามเงื่อนไขและกรอบความร่วมมือที่ตกลงร่วมกัน สื่อสารและหารือร่วมกันเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่อาจกระทบต่อการดำเนินงาน
	การรักษาความลับทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> รักษาความลับของข้อมูลทางธุรกิจและข้อมูลเชิงพาณิชย์ของพันธมิตร ใช้ข้อมูลภายใต้กรอบข้อตกลงและวัตถุประสงค์ที่กำหนด กำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ
	ความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจในด้านต่าง ๆ แลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวทางการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพร่วมกัน สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมของสินค้าและบริการ
	การสื่อสารและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีช่องทางการสื่อสารและประสานงานกับพันธมิตรธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ จัดประชุมหารือและติดตามความคืบหน้าของความร่วมมือเป็นระยะ เปิดโอกาสให้พันธมิตรเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

หน่วยงานภาครัฐ

ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
1. การประชุมร่วมกันในวาระต่าง ๆ 2. การร่วมโครงการต่าง ๆ ที่จัดขึ้นโดยภาครัฐ 3. การเปิดเผยข้อมูลหรือรายงานตามที่กำหนดหรือร้องขอ 4. การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/อีเมล	การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดของหน่วยงานภาครัฐอย่างเคร่งครัด ติดตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและข้อบังคับอย่างต่อเนื่อง
	การบริหารจัดการผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจการของบริษัทฯ	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินงานตามกฎหมายและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและแก้ไขประเด็นที่เกี่ยวข้อง
	การกำกับดูแลกิจการที่ดีและโปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและจริยธรรมธุรกิจ ปฏิบัติตามกฎหมายภาษีและข้อกำหนดทางบัญชีอย่างเคร่งครัด



หน่วยงานภาครัฐ

ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
	ความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินโครงการและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและชุมชน ปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน
	การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา	<ul style="list-style-type: none"> เปิดเผยข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงานตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่กำหนดอย่างถูกต้องครบถ้วน จัดให้มีระบบและกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนการเปิดเผย จัดทำและยื่นรายงานตามที่หน่วยงานกำหนดอย่างครบถ้วนและตรงเวลา

เจ้าหนี้

ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
<ol style="list-style-type: none"> การประชุมหรือการชี้แจงข้อมูลทางการเงินตามรอบที่กำหนด การจัดส่งรายงานทางการเงินและรายงานที่เกี่ยวข้อง การสื่อสารโดยตรงระหว่างบริษัทกับสถาบันการเงิน/เจ้าหนี้ การเปิดเผยข้อมูลผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำนักงาน ก.ล.ต. การให้ข้อมูลเพื่อการจัดอันดับความน่าเชื่อถือ (Credit Rating) การสื่อสารเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญที่อาจกระทบสถานะทางการเงิน 	<p>ความสามารถในการชำระหนี้</p> <p>ความโปร่งใสและธรรมาภิบาล</p>	<ul style="list-style-type: none"> บริหารสภาพคล่อง กระแสเงินสด และโครงสร้างเงินทุนอย่างรอบคอบ เพื่อให้สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดเวลา จัดทำประมาณการทางการเงินระยะสั้นและระยะยาวอย่างสม่ำเสมอ และเปิดเผยข้อมูลสถานะทางการเงินและอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ เช่น D/E Ratio, Interest Coverage Ratio อย่างชัดเจนในรายงานทางการเงิน ติดตามและวางแผนการชำระหนี้ให้เป็นไปตามกำหนด บริหารโครงสร้างเงินทุนให้เหมาะสมกับระดับความเสี่ยง
	การปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> ติดตามการปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาอย่างสม่ำเสมอ จัดทำรายงานหรือเอกสารตามข้อกำหนดของเจ้าหนี้และส่งมอบให้เจ้าหนี้ตามระยะเวลาที่กำหนด สื่อสารเชิงรุกเมื่อมีประเด็นที่อาจกระทบต่อเงื่อนไขสัญญา
	การบริหารความเสี่ยง	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM) อย่างเป็นระบบ โดยมีการประเมินความเสี่ยงในทุกมิติ รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบทางการเงินที่อาจเกิดขึ้น รายงานความเสี่ยงสำคัญต่อผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการบริษัท วางแผนธุรกิจและกลยุทธ์เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันระยะยาว เปิดเผยกระบวนการจัดการความเสี่ยงในรายงานประจำปี



เจ้าหน้าที่

ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
	ความมั่นคงและทิศทาง การดำเนินธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดกลยุทธ์ธุรกิจและแผนการเติบโตที่ชัดเจน พร้อมทบทวนเป็นระยะ บริหารโครงสร้างรายได้และพอร์ตธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นคงระยะยาว ติดตามผลการดำเนินงานและตัวชี้วัดทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ บริหารเงินลงทุนและโครงการใหม่อย่างรอบคอบ ภายใต้การประเมินความเสี่ยงที่เหมาะสม สื่อสารทิศทางธุรกิจและแผนการดำเนินงานต่อเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง

ผู้ถือหุ้น

ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
<ol style="list-style-type: none"> การจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น การประชุมผู้ถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม การเปิดเผยข้อมูลผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำนักงาน ก.ล.ด. การประชุมนักวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลนักลงทุนประจำไตรมาสหรือตามความจำเป็น การเปิดเผยข้อมูลในเว็บไซต์ของบริษัท การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/อีเมล ช่องทางร้องเรียนและแจ้งเบาะแส 	<p>ผลการดำเนินงานที่ดีและผลตอบแทนที่เหมาะสม</p> <p>การกำกับดูแลกิจการที่ดีและความโปร่งใส</p> <p>การบริหารความเสี่ยงและความยั่งยืนของธุรกิจ</p> <p>การเปิดเผยข้อมูลและการสื่อสารกับผู้ลงทุน</p> <p>สิทธิของผู้ถือหุ้นและการมีส่วนร่วม</p>	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามกลยุทธ์ที่มุ่งสร้างการเติบโตและผลตอบแทนอย่างยั่งยืน บริหารต้นทุนและประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง กำหนดนโยบายเงินปันผลที่เหมาะสมและสม่ำเสมอ ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมธุรกิจ จัดให้มีระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานและสถานะทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และโปร่งใสในการตรวจสอบ ดำเนินการบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM) อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน กำหนดกลยุทธ์ธุรกิจที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดบริบททางธุรกิจ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เปิดเผยข้อมูลผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ และช่องทางบริษัทตามข้อกำหนด จัดประชุมผู้ถือหุ้นและนักลงทุนสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ สื่อสารข้อมูลผลการดำเนินงานและทิศทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เคารพสิทธิของผู้ถือหุ้นตามกฎหมายและหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี จัดประชุมผู้ถือหุ้นอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสอบถามและเสนอความคิดเห็น



ชุมชน		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
<ol style="list-style-type: none"> 1. การพบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ของบริษัท 2. การสำรวจความคิดเห็นชุมชน 3. ช่องทางร้องเรียนและแจ้งเบาะแส 4. การเปิดเผยข้อมูลในเว็บไซต์ของบริษัท 	การจัดการผลกระทบต่อชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> • รับฟังข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอนะจากชุมชนผ่านช่องทางที่เหมาะสม • ประเมินระดับความรุนแรงและความถี่ของผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความคาดหวังของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย • กำหนดแนวทางลดหรือป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น • ทบทวนประสิทธิผลของมาตรการและแนวทางการจัดการอย่างสม่ำเสมอ
	การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดนโยบายในการสนับสนุนโครงการและกิจกรรมด้านการศึกษา การพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ • ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในการพัฒนาชุมชนและสังคม • ดำเนินธุรกิจหรือจัดกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและการบริโภคในประเทศ รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย
	การสื่อสารและความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง • สื่อสารข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของบริษัทผ่านช่องทางต่าง ๆ • จัดให้มีช่องทางรับฟังข้อเสนอนะและความคิดเห็นจากชุมชนและสังคม

สื่อมวลชน		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
<ol style="list-style-type: none"> 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"> • เปิดเผยข้อมูลและข่าวสารผ่านช่องทางที่เหมาะสมอย่างถูกต้องและทันเวลา • จัดให้มีผู้รับผิดชอบในการสื่อสารข้อมูลกับสื่อมวลชน • ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง
	การสื่อสารที่รวดเร็วและชัดเจน	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดช่องทางสื่อสารกับสื่อมวลชนอย่างชัดเจน • ตอบข้อซักถามของสื่อมวลชนภายในระยะเวลาที่เหมาะสม • ชี้แจงข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมาเมื่อมีประเด็นสำคัญ

คู่แข่งการค้า		
ช่องทางและวิธีการ / ความถี่	ความต้องการ / ความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนองของบริษัทฯ
<ol style="list-style-type: none"> 1. การเข้าร่วมสมาคมการค้าและสมาคมวิชาชีพในอุตสาหกรรมเดียวกัน 2. การเข้าร่วมงานสัมมนา งานแสดงสินค้า และเวทีอุตสาหกรรม 3. การแลกเปลี่ยนข้อมูลในระดับอุตสาหกรรมผ่านเวทีที่เหมาะสมและเป็นไปตามกฎหมาย 	การแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินธุรกิจตามหลักการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม • ปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง • กำหนดแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมทางธุรกิจแก่ผู้บริหารและพนักงาน
	การเคารพทรัพย์สินทางปัญญาและข้อมูลทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติตามกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น • กำหนดแนวทางการใช้ข้อมูลทางธุรกิจอย่างเหมาะสม • ส่งเสริมการค้าเป็นธรรมและมีจริยธรรมและโปร่งใส

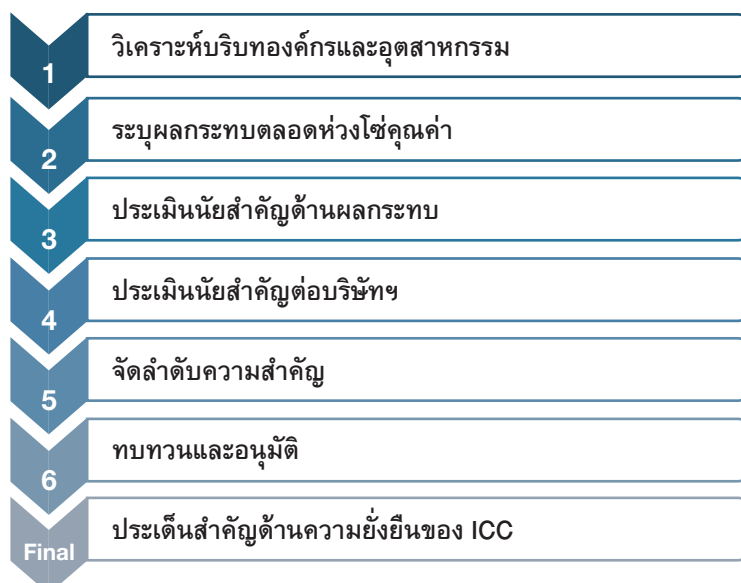


การจัดทำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการระบุและจัดทำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality) โดยอ้างอิงแนวทางของมาตรฐานสากล เพื่อพิจารณาประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อทั้งบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล พร้อมคำนึงถึงบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง อาทิ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย แนวโน้มกฎระเบียบด้านความยั่งยืนในระดับสากล รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตในระยะยาวของบริษัทฯ ดังนั้น การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในครั้งนี้ จึงเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง และการตัดสินใจเชิงธุรกิจ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การดูแลสังคม และสิ่งแวดล้อม 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 มิติผลกระทบ (Impact materiality) ซึ่งครอบคลุมผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม และมิติด้านการเงิน (Financial materiality) ซึ่งพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการสร้างคุณค่าในระยะยาวของบริษัทฯ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้



1. วิเคราะห์บริบทองค์กรและอุตสาหกรรม

บริษัทฯ วิเคราะห์ทิศทางธุรกิจ กลยุทธ์ และกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ควบคู่กับการพิจารณาปัจจัยภายนอก แนวโน้มเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชนทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับโลก เพื่อระบุประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. ระบุผลกระทบตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงและที่อาจเกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน จากการดำเนินงานของบริษัทฯ และคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ โดยใช้ข้อมูลจากการระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารและพนักงาน การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย ผลสำรวจความพึงพอใจ ข้อร้องเรียน สถิติการดำเนินงาน และความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ

3. ประเมินนัยสำคัญด้านผลกระทบ (Impact materiality)

ประเมินความรุนแรง ขอบเขต โอกาสเกิด และความสามารถในการแก้ไขเยียวยาของผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน โดยผู้บริหาร หน่วยงานภายใน และผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เพื่อจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

4. ประเมินนัยสำคัญต่อบริษัทฯ (Financial materiality)

รวบรวมและจัดกลุ่มประเด็นด้านความยั่งยืน พร้อมเทียบเคียงกับประเด็นในอุตสาหกรรมและดัชนีความยั่งยืนสากล เพื่อระบุประเด็นที่อาจมีนัยสำคัญ (likely material topics) ต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารระดับสูงร่วมกันประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว โดยพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน กระแสเงินสด ชื่อเสียงและความเชื่อมั่นขององค์กร ตลอดจนความสามารถในการสร้างคุณค่าและการเติบโตในระยะยาว

5. จัดลำดับความสำคัญและจัดทำ Materiality Matrix

กำหนดเกณฑ์การพิจารณาและจัดลำดับความสำคัญของประเด็น โดยแสดงผลในรูปแบบตาราง Materiality Matrix ที่สะท้อนทั้งมิติผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และมีมิติความสำคัญต่อบริษัทฯ

6. ทบทวนและอนุมัติ

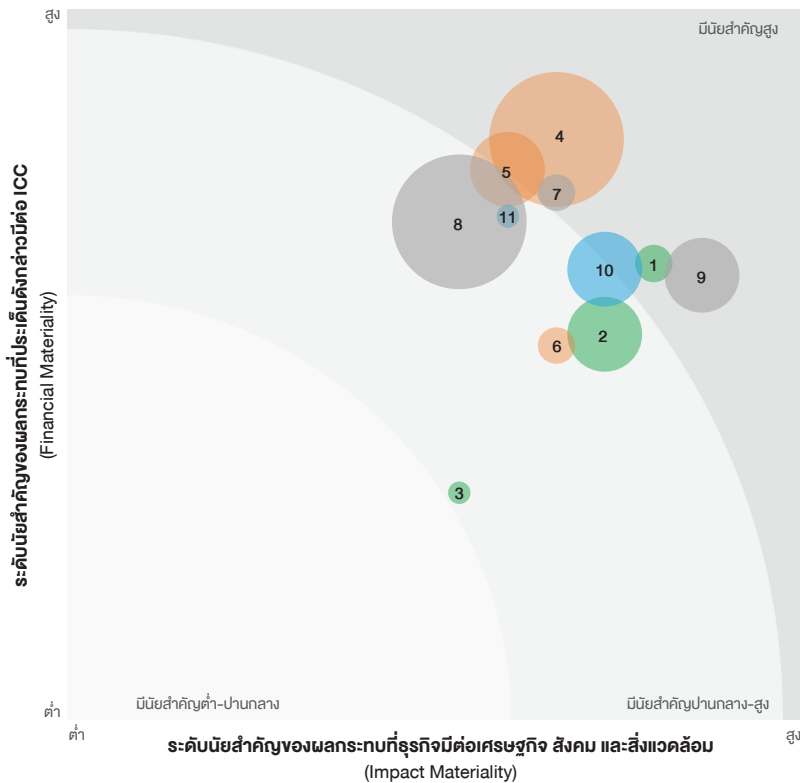
ผลการประเมินได้รับการทบทวนความครบถ้วนและความเหมาะสมโดยกรรมการผู้อำนวยการและประธานกรรมการบริหาร และคณะผู้บริหารระดับสูง ก่อนเสนอให้คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนพิจารณาอนุมัติ เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต่อไป





ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

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



1	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยมลพิษ
2	ขยะ ของเสีย และการหมุนเวียน
3	การใช้พลังงานและทรัพยากร
4	ความรับผิดชอบต่อลูกค้า
5	การพัฒนาและรักษาพนักงาน
6	การสนับสนุนและช่วยเหลือชุมชนและสังคม
7	ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
8	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความยั่งยืน
9	ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบต่อ
10	ความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎหมาย
11	ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล

ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย



บริษัทฯ พิจารณาจัดลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนตามหลักการ Double Materiality โดยประเด็นที่มีนัยสำคัญในระดับสูงพิจารณาจากระดับผลกระทบที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือผลกระทบต่อบริษัทฯ ในด้านการเงินและการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจมีนัยสำคัญในมิติใดมิติหนึ่ง หรือทั้งสองมิติร่วมกัน

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญในระดับสูงมีจำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยมลพิษ (4) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (5) การพัฒนาและรักษาพนักงาน (7) ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และ (9) ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบต่อ 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

การบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

	ประเด็นที่มีนัยสำคัญสูง
⊖	ผลกระทบเชิงลบ
⊕	ผลกระทบเชิงบวก
H	ผลกระทบ/ความเสี่ยง/โอกาส ระดับสูง
M	ผลกระทบ/ความเสี่ยง/โอกาส ระดับปานกลาง
L	ผลกระทบ/ความเสี่ยง/โอกาส ระดับต่ำ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของ ICC	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ คนในสังคม และสิ่งแวดล้อม (Outward Impact)			ผลกระทบต่อ ICC (Inward Impact)		GRI Topic Standards	GRI Topic Disclosure	บทที่รายงาน	การสนับสนุน SDGs
	ผลกระทบ	จากการดำเนินงานของ ICC	จากห่วงโซ่อุปทานของ ICC	ความเสี่ยง	โอกาส				
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยมลพิษ	⊖	M	H	M	M	GRI 102 Climate Change 2025	102-1 Transition plan for climate change mitigation 102-2 Climate change adaptation plan 102-4 GHG emissions reduction targets and progress 102-5 Scope 1 GHG emissions 102-6 Scope 2 GHG emissions 102-7 Scope 3 GHG emissions 102-8 GHG emissions intensity	• การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	7.2, 7.3, 9.4, 13.1, 13.2
ขยะ ของเสีย และการหมุนเวียน	⊖ ⊕	M	M	L	H	GRI 306 Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts 306-2 Management of significant waste-related impacts 306-3 Waste generated 306-4 Waste diverted from disposal 306-5 Waste directed to disposal	• การใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและการหมุนเวียน	8.4, 12.2, 12.4, 12.5









ประเด็นสำคัญ ด้านความยั่งยืน ของ ICC	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ คนในสังคม และสิ่งแวดล้อม (Outward Impact)			ผลกระทบต่อ ICC (Inward Impact)		GRI Topic Standards	GRI Topic Disclosure	บทที่รายงาน	การสนับสนุน SDGs
	ผลกระทบ	จากการ ดำเนินงาน ของ ICC	จากห่วงโซ่ อุปทาน ของ ICC	ความเสี่ยง	โอกาส				
การใช้พลังงานและ ทรัพยากร	-	M	M	L	L	GRI 103 Energy 2025 GRI 303 Water and Effluents 2018	103-1 Energy policies and commitments 103-2 Energy consumption and self- generation within the organization 103-4 Energy intensity 303-1 Interactions with water as a shared resource 303-2 Management of water discharge- related impacts 303-3 Water withdrawal 303-4 Water discharge 303-5 Water consumption	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการพลังงาน การใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและการหมุนเวียน 	6.4, 7.2, 7.3, 8.4, 9.4, 12.2, 13.2
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	- +	M	M	H	H	GRI 416 Customer Health and Safety 2016 GRI 417 Marketing and Labeling 2016 GRI 418 Customer Privacy 2016	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services 417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling 417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications 418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ ความรับผิดชอบต่อลูกค้า 	3.9, 12.8, 12.6, 16.10



ประเด็นสำคัญ ด้านความยั่งยืน ของ ICC	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ คนในสังคม และสิ่งแวดล้อม (Outward Impact)			ผลกระทบต่อ ICC (Inward Impact)		GRI Topic Standards	GRI Topic Disclosure	บทที่รายงาน	การสนับสนุน SDGs
	ผลกระทบ	จากการ ดำเนินงาน ของ ICC	จากห่วงโซ่ อุปทาน ของ ICC	ความเสี่ยง	โอกาส				
การพัฒนาและรักษา พนักงาน	- +	H	L	H	H	GRI 401 Employment 2016 GRI 403 Occupational Health and Safety 2018 GRI 404 Training GRI 404 Training and Education 2016 GRI 405 Diversity and Equal Opportunity 2016	401-1 New employee hires and employee turnover 401-2 Benefits provided to fulltime employees that are not provided to temporary or part-time employees 401-3 Parental leave 403-1 Occupational health and safety management system 403-5 Worker training on occupational health and safety 403-6 Promotion of worker health 403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships 403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system 403-9 Work-related injuries 403-10 Work-related ill health 404-1 Average hours of training per year per employee 404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs 404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews 405-1 Diversity of governance bodies and employees 405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาและรักษาพนักงาน อาชีพอนามัยและความปลอดภัย 	4.4, 5.1, 5.5, 8.5, 8.8, 9.2, 10.3



ประเด็นสำคัญ ด้านความยั่งยืน ของ ICC	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ คนในสังคม และสิ่งแวดล้อม (Outward Impact)			ผลกระทบต่อ ICC (Inward Impact)		GRI Topic Standards	GRI Topic Disclosure	บทที่รายงาน	การสนับสนุน SDGs
	ผลกระทบ	จากการ ดำเนินงาน ของ ICC	จากห่วงโซ่ อุปทาน ของ ICC	ความเสี่ยง	โอกาส				
การสนับสนุนและ ช่วยเหลือชุมชนและ สังคม	 	M	L	L	L	GRI 413 Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs 413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างคุณค่าสู่ชุมชนและสังคม 	1.2, 3.8, 4.4, 4.7, 8.3, 10.2, 11.4, 17.17
ประสิทธิภาพ ในการดำเนินงาน		H	M	H	H	GRI 3 Material Topics 2021	GRI 3-3 Management of material topics Entity-specific indicators	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ 	7.3, 9.4, 12.2, 13.2
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการบริการเพื่อ ความยั่งยืน		M	L	L	H	GRI 3 Material Topics 2021	GRI 3-3 Management of material topics Entity-specific indicators	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ 	8.2, 8.3, 9.4, 12.5, 13.3
ห่วงโซ่อุปทาน ที่มีความรับผิดชอบต่อ	 	M	H	M	M	GRI 204 Procurement Practices 2016 GRI 308 Supplier Environmental Assessment 2016 GRI 414 Supplier Social Assessment 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers 308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria 414-1 New suppliers that were screened using social criteria	<ul style="list-style-type: none"> การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน 	8.3, 8.7, 8.8, 12.2, 12.5, 12.6, 12.7, 13.2, 16.6, 17.16



ประเด็นสำคัญ ด้านความยั่งยืน ของ ICC	ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ คนในสังคม และสิ่งแวดล้อม (Outward Impact)			ผลกระทบต่อ ICC (Inward Impact)		GRI Topic Standards	GRI Topic Disclosure	บทที่รายงาน	การสนับสนุน SDGs
	ผลกระทบ	จากการ ดำเนินงาน ของ ICC	จากห่วงโซ่ อุปทาน ของ ICC	ความเสี่ยง	โอกาส				
ความซื่อตรงทาง ธุรกิจและการปฏิบัติ ตามกฎหมาย	- +	H	L	M	L	GRI 2 General Disclosures 2021 GRI 205 Anti-corruption 2016	2-11 Chair of the highest governance body 2-16 Communication of critical concerns 2-17 Collective knowledge of the highest governance body 2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body 2-25 Processes to remediate negative impacts 2-27 Compliance with laws and regulations 205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures 205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการ ความซื่อตรงทางธุรกิจ และการปฏิบัติตาม กฎหมาย การบริหารจัดการ ความเสี่ยงและ ความต่อเนื่องของ ธุรกิจ 	16.3, 16.5
ความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัย ของข้อมูล	-	H	L	M	L	GRI 4 18 Customer Privacy 2016	4 18-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	<ul style="list-style-type: none"> การรักษาความปลอดภัย ของข้อมูลและความ เป็นส่วนตัว 	16.10



การบูรณาการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนสู่กลยุทธ์องค์กร

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้จากการประเมิน Double Materiality ได้ถูกนำมาบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดกลยุทธ์องค์กร ICC “B.E.S.T.” และเป้าหมายองค์กรเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและวิสัยทัศน์ในการเป็นแพลตฟอร์มที่มีความรับผิดชอบต่อและพร้อมตอบสนองเพื่อสร้างโอกาสให้กับทุกคน ภายใต้กรอบกลยุทธ์ ICC “B.E.S.T.” บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินงานใน 4 ทิศทางเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน บริหารจัดการความเสี่ยง สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน และส่งเสริมความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

“Bringing confidence to people’s lives”

นำความมั่นใจให้ทุกชีวิต

“To be a responsible and responsive platform to accelerate opportunities for all”

มุ่งสู่การเป็นแพลตฟอร์มที่รับผิดชอบต่อและพร้อมตอบสนอง เพื่อสร้างโอกาสให้ทุกคน

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: แปรนด์ที่น่าเชื่อถือและยั่งยืน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้อง

- ความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์
- ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบต่อ
- การพัฒนาและรักษาพนักงาน
- การสนับสนุนและช่วยเหลือชุมชนและสังคม





กลยุทธ์ S.1 Building a Customer-Centric Growth

ขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางของการดำเนินงานในทุกมิติ โดยนำข้อมูลเชิงลึกและการวิเคราะห์ที่พฤติกรรมลูกค้ามาใช้พัฒนาประสบการณ์และโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคล เชื่อมโยงทุกช่องทางการขายและบริการอย่างไร้รอยต่อ พร้อมทั้งขยายและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาด

กลยุทธ์ S.2 Empowering People with Technology

ยกระดับศักยภาพขององค์กรและบุคลากรด้วยการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าไปในกระบวนการหลักของธุรกิจอย่างเป็นระบบ โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบที่เชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการเสริมสร้างทักษะดิจิทัลและความสามารถในการปรับตัวของพนักงาน เพื่อยกระดับคุณภาพ ความรวดเร็วในการตอบสนอง และความสามารถในการตัดสินใจบนฐานข้อมูล

กลยุทธ์ S.3 Strengthening Ecosystem for Innovation

สร้างระบบนิเวศนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยส่งเสริมความร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ สตาร์ทอัพ สถาบันการศึกษา และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการพัฒนาวัฒนธรรมและศักยภาพด้านนวัตกรรมภายในองค์กร รวมถึงการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรร่วมที่เอื้อต่อการทดลองและต่อยอดแนวคิดใหม่

กลยุทธ์ S.4 Transforming into a Modern Brand Built on Trust

มุ่งยกระดับ ICC สู่การเป็นแบรนด์สมัยใหม่ที่ได้รับ ความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย จากการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีอย่างสม่ำเสมอ ควบคู่กับการบริหารห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน โดยเสริมสร้างกลไกการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส พร้อมพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่สะท้อนตัวตนและค่านิยมของแบรนด์



TRUSTED FOUNDATION FOR GROWTH

รากฐานแห่งความเชื่อมั่น





นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ กำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล โดยยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้การกำกับดูแลกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดและทบทวน “นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี” (ฉบับปรับปรุงวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2568) “จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ” “จรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน” รวมถึงแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 และกำหนดให้มีการทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีความรับผิดชอบต่อ



ศึกษานโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี
ศึกษาจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
ศึกษาจรรยาบรรณกรรมการบริษัทผู้บริหาร และพนักงาน
เพิ่มเติมได้ที่ www.icc.co.th
หรือสแกน QR Code

บริษัทฯ มอบหมายให้คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทำหน้าที่กำกับดูแลและติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ ตลอดจนกำกับดูแลประเด็นผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมรายงานความคืบหน้าและผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

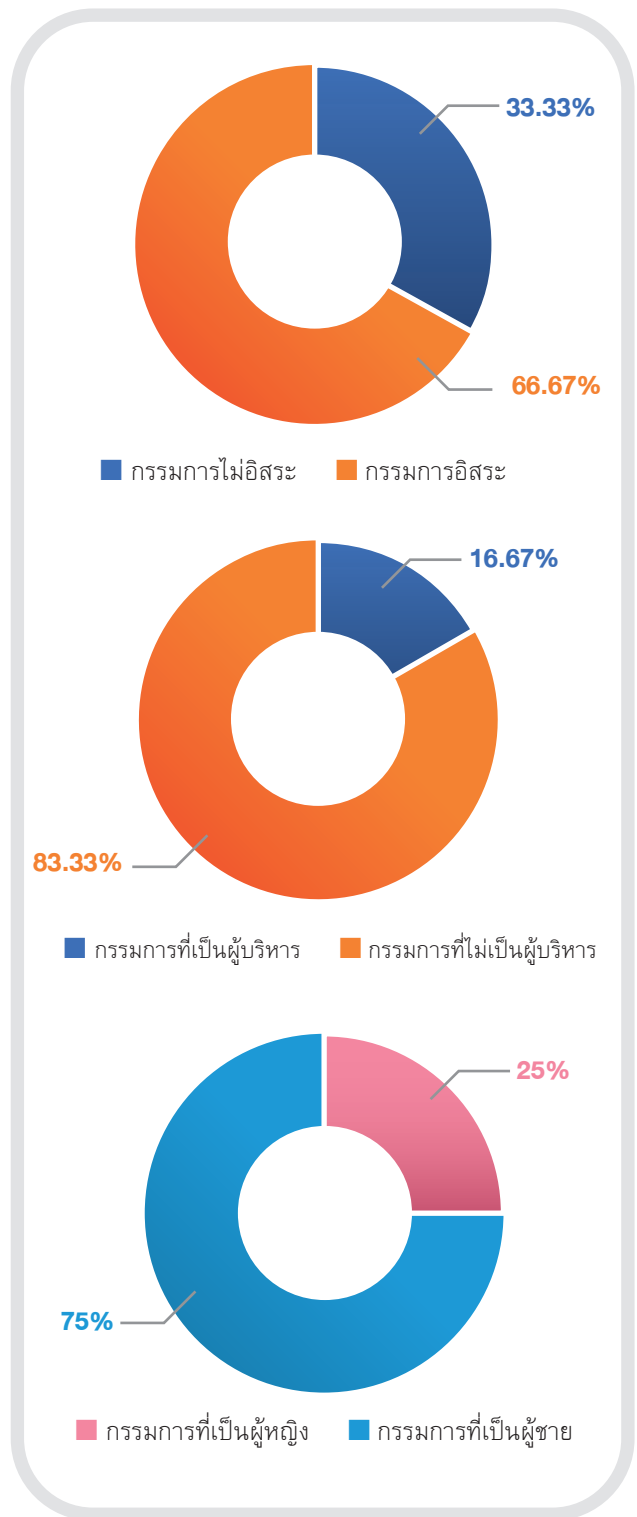
ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ รวมถึงทบทวนความเพียงพอและประสิทธิผลของกลไกกำกับดูแล เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความเสี่ยง ผลกระทบ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม



คณะกรรมการบริษัท

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความหลากหลายขององค์ประกอบคณะกรรมการ (Board Diversity) โดยกำหนดให้คณะกรรมการประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่หลากหลาย สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจและทิศทางกลยุทธ์ของบริษัทฯ พร้อมทั้งคำนึงถึงความหลากหลายในมิติต่าง ๆ โดยยึดหลักความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ อาทิ เพศ อายุ เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา หรือถิ่นกำเนิด เพื่อสนับสนุนให้คณะกรรมการสามารถปฏิบัติหน้าที่กำกับดูแลได้อย่างรอบด้านและมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีคณะกรรมการบริษัทจำนวนทั้งสิ้น 12 คน ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของกรรมการทั้งหมด กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 และกรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการชาย 9 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และกรรมการหญิง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ของกรรมการทั้งหมด นอกจากนี้ ประธานกรรมการบริษัทมิได้เป็นบุคคลเดียวกับผู้บริหารสูงสุด เพื่อเป็นการถ่วงดุลอำนาจและสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ





ตารางความหลากหลายทางทักษะของกรรมการ (Board Skill Matrix)

บริษัทฯ ได้จัดทำตารางแสดงทักษะ ประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญของกรรมการ (Board Skill Matrix) เพื่อใช้ประเมินความเพียงพอและความเหมาะสมขององค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการกำกับดูแลกิจการ การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ และการกำกับดูแลประเด็นสำคัญของบริษัท โดยครอบคลุมทักษะและความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับลักษณะธุรกิจและบริบทการดำเนินงานของบริษัท อาทิ ด้านการตลาด แพ้ชั่น พาณิชยกรรม บัญชีและการเงิน การลงทุน การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารจัดการองค์กร การตลาดดิจิทัล และกฎหมาย

บริษัทฯ ใช้ข้อมูลจาก Board Skill Matrix เป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาสรรหา พัฒนา และทบทวนองค์ประกอบคณะกรรมการ เพื่อให้คณะกรรมการมีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่เหมาะสมกับทิศทางธุรกิจและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ กำหนดให้มีกรรมการที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของบริษัท อย่างน้อย 3 คน และมีกรรมการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านบัญชีหรือการเงินอย่างน้อย 1 คน เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแล การติดตามผลการดำเนินงาน และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของคณะกรรมการบริษัท

ในปี 2568 บริษัทฯ มีกรรมการที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของบริษัท จำนวน 10 คน และมีกรรมการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านบัญชีหรือการเงินจำนวน 3 คน แสดงถึงความเพียงพอขององค์ความรู้และความเชี่ยวชาญตามเกณฑ์ที่บริษัทฯ กำหนดไว้

ตารางแสดงทักษะ- ประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญ

ชื่อ - นามสกุล	ประเภทกรรมการ			อายุ	เพศ	ทักษะ- ประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญ																						
	กรรมการอิสระ	กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร			30 - 50 ปี	51 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	ชาย	หญิง	การตลาด	พาณิชยกรรม	บัญชี	การจัดการกลยุทธ์	การจัดการองค์กร	การตลาดดิจิทัล	บัญชี	การเงิน	ตรวจสอบ	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ	การลงทุน	เศรษฐศาสตร์	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	วิศวกรรม	กฎหมาย	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	บรรษัทภิบาลและการกำกับดูแล	บริหารธุรกิจ
1. คุณบุญเกียรติ โชควัฒนา		✓				✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓															
2. ดร.ธีระพงษ์ วิจิตรเศรษฐ	✓					✓	✓		✓	✓							✓			✓								
3. คุณธรรมรัตน์ โชควัฒนา			✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓									✓
4. ดร.อนุชิต อนุชิตานุกุล	✓				✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓				✓			
5. คุณพิทักษ์ พุทธิสาริธร	✓				✓	✓	✓		✓	✓		✓				✓				✓				✓				✓
6. คุณณัฐพร จาตุศรีพิทักษ์	✓			✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓			✓	✓	✓							✓
7. คุณสมพล ชัยสิโรจน์		✓				✓	✓		✓	✓	✓																	✓
8. คุณกอบสุข แสงสวัสดิ์		✓				✓		✓													✓			✓	✓	✓		
9. คุณชัยลดา ตันติวงกุล		✓		✓				✓	✓	✓	✓	✓								✓								✓
10. คุณกรวิชญ์ ณรงค์นานุกุล		✓		✓		✓		✓		✓	✓	✓		✓										✓				
11. คุณสุธิดา จงเจนกิจ		✓		✓				✓		✓					✓	✓				✓								✓
12. คุณโยธิน สุวรรณเกษร			✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓			✓						✓								✓
รวม	4	6	2	4	4	4	9	3	10	11	7	6	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	2	2	3	7	

หมายเหตุ : กรรมการทุกท่านผ่านการอบรมหลักสูตรกรรมการของ IOD

ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ

การประชุมของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอเพื่อติดตามผลการดำเนินงานขององค์กร ทบทวนประเด็นเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ และพิจารณาความเสี่ยงของระบบและกลไกการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้การบริหารจัดการของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในปี 2568 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทรวมทั้งสิ้น 13 ครั้ง และคณะกรรมการชุดย่อยมีการประชุมและอัตราการเข้าร่วมประชุมของกรรมการ ดังนี้

	คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	คณะกรรมการสรรหา	คณะกรรมการพิจารณาคำตอบแทน	คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
จำนวนการประชุมทั้งหมด (ครั้ง)	13	13	12	5	4	4
อัตราการเข้าประชุมของกรรมการ (%)	99.36	100	98.61	100	100	100

คณะกรรมการบริษัทได้มีการประชุมในวาระเพื่อพิจารณาและรับทราบผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคณะกรรมการชุดย่อยที่เกี่ยวข้องเป็นผู้รายงานความคืบหน้าและผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาส ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทได้ทบทวนและอนุมัติการปรับปรุงนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงกฎเกณฑ์และมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง โดยการปรับปรุงดังกล่าวได้ส่งเสริมบทบาทของคณะกรรมการในการกำกับดูแลประเด็นด้านความยั่งยืน รวมทั้งการกำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน (Sustainability-related Risks and Opportunities) เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย และสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ ยังมีวาระสำคัญโดยสรุป มีดังนี้

การกำกับดูแลกิจการที่ดี	
การประชุมกรรมการบริษัท	วาระการประชุม
วาระประจำทุกเดือน	- รับทราบการถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหาร
ครั้งที่ 4/2567 วันที่ 12 กรกฎาคม 2567	- ขออนุมัติหลักการในการทำธุรกรรมที่เป็นข้อตกลงทางการค้าที่มีเงื่อนไขการค้าโดยทั่วไปกับกรรมการผู้บริหาร หรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง
ครั้งที่ 6/2567 วันที่ 13 กันยายน 2567	- พิจารณานโยบายการกำกับดูแลและการบริหารบริษัทย่อย และบริษัทร่วม
ครั้งที่ 8/2567 วันที่ 15 พฤศจิกายน 2567	- รับทราบผลประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) - ให้สิทธิผู้ถือหุ้นเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระประชุมสามัญผู้ถือหุ้น และ/หรือเสนอบุคคลเพื่อเข้ารับพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 60 ปี พ.ศ. 2568
ครั้งที่ 9/2567 วันที่ 20 ธันวาคม 2567	- ทบทวนระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับอำนาจอนุมัติ - พิจารณาแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัททั้งคณะ และรายบุคคล คณะกรรมการชุดย่อย และแบบประเมินผลงานของ CEO
ครั้งที่ 11/2567 วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2568	- พิจารณาทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน - พิจารณาปรับปรุงนโยบายความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ - พิจารณาทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และกฎบัตรคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะ - พิจารณาทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน - พิจารณาทบทวนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท - รายงานการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการตรวจสอบและการควบคุมภายใน



การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการทั้งคณะ ราชบุคคล และคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะ รวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้อำนวยการและประธานกรรมการบริหาร อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง เพื่อทบทวนประสิทธิผลในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงการกำกับดูแลผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และผู้คน ตลอดจนพิจารณาประเด็นปัญหา อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาในรอบปีที่ผ่านมา โดยบริษัทฯ นำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงแนวปฏิบัติ กระบวนการทำงาน และการพัฒนาประสิทธิภาพในการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ผลการประเมินเฉลี่ยของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อยแต่ละคณะ และประธานกรรมการบริหาร มีดังนี้

คณะกรรมการ/ผู้บริหาร	ผลการประเมิน (ร้อยละ)	เกณฑ์
คณะกรรมการบริษัททั้งคณะ	90.65	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการบริษัทราชบุคคล	88.79	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการตรวจสอบ	90.53	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทน	91.07	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการสรรหา	87.94	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	93.54	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	90.82	ดีเยี่ยม
ประธานกรรมการบริหาร	90.92	ดีเยี่ยม

หมายเหตุ: รายละเอียดข้อมูลผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการปรากฏในแบบแสดงรายงานข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2568 (แบบ 56-1 One Report) หัวข้อ การสรรหา พัฒนา และประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

การพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาความรู้และศักยภาพของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของกรรมการ ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และสถาบันวิชาชีพอื่นที่เกี่ยวข้อง ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทได้เข้าร่วมหลักสูตรสำคัญ อาทิ

- 1) Director Accreditation Program (DAP)
- 2) Director Certification Program (DCP)
- 3) Audit Committee Program (ACP)
- 4) Understanding the Fundamental of Financial Statements (UFS)
- 5) Board Nomination and Compensation Program (BNCP)
- 6) Subsidiary Governance Program (SGP)
- 7) Ethical Leadership Program (ELP)
- 8) Role of the Chairman Program (RCP)
- 9) ESG in the Boardroom: A Practical Guide for Board (ESG)
- 10) Finance for Non-Finance Director (FND)



ตลอดจนหลักสูตรระยะสั้นอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการกำกับดูแลกิจการและการบริหารงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน รายละเอียดการเข้าร่วมอบรมของกรรมการและผู้บริหารระดับสูงแสดงดังตารางต่อไปนี้

หัวข้อการอบรม	วันที่อบรม
การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านความยั่งยืน <ul style="list-style-type: none"> • กรรมการบริษัท • ผู้บริหารที่ไม่ใช่กรรมการบริษัท 	20 และ 27 มกราคม 2568 13 มกราคม และ 26 กุมภาพันธ์ 2568
บทบาทของคณะกรรมการท่ามกลางความท้าทายในการกำกับดูแลเพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและสังคม	4 กุมภาพันธ์ 2568
CG in New Normal	20 พฤษภาคม 2568
The Board's Roles in Climate Governance (BCG 4/2025)	17 กรกฎาคม 2568
ร่วมสร้างความโปร่งใส มุ่งสู่ความยั่งยืน และข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน	4 สิงหาคม 2568
TFRSs ปรับปรุงปี 2567 และ IFRS S1 + IFRS S2	6 ตุลาคม 2568
Sustainability Reporting Workshop	12 พฤศจิกายน 2568

กลไกการรับเรื่องร้องเรียนและการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและการแจ้งเบาะแสสำหรับ กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อรองรับข้อร้องเรียนหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการฝ่าฝืนนโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัท การกระทำที่อาจขัดต่อหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ จรรยาบรรณบริษัท การทุจริตคอร์รัปชัน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ตลอดจนจนพฤติกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อความโปร่งใส ความเป็นธรรม และความน่าเชื่อถือขององค์กร

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

บริษัทฯ กำหนดกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและการแจ้งเบาะแสที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม ความรอบคอบ และการรักษาความลับของผู้ร้องเรียนหรือผู้แจ้งเบาะแส พร้อมมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส เพื่อส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งข้อกังวลหรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการกำกับดูแลกิจการได้อย่างมั่นใจ ทั้งนี้ เรื่องร้องเรียนที่ได้รับจะเข้าสู่กระบวนการกลั่นกรอง ตรวจสอบ และติดตามผลตามระดับความรุนแรงและลักษณะของประเด็น โดยผลการดำเนินการจะถูกรายงานต่อผู้บริหารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และในกรณีที่มีนัยสำคัญจะมีการรายงานต่อคณะกรรมการชุดย่อยที่รับผิดชอบและคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ เพื่อให้เกิดการกำกับดูแล ติดตาม และสั่งการแก้ไขอย่างเหมาะสม จากนั้นนำข้อมูลจากข้อร้องเรียนและเบาะแสมาใช้ในการปรับปรุงกลไกการกำกับดูแล การควบคุมภายใน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง



นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดให้การแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเป็นไปโดยสุจริต หากปรากฏว่ามีการให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ หรือการกล่าวหาโดยเจตนาให้เกิดความเสียหาย บริษัทฯ จะพิจารณาดำเนินการตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ให้ความสำคัญคุ้มครองแก่ผู้ที่ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน จรรยาบรรณธุรกิจ และแนวปฏิบัติของบริษัทฯ โดยสุจริต เพื่อป้องกันการถูกกลั่นแกล้งหรือการตอบโต้จากการปฏิบัติหน้าที่

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนด้านบรรษัทภิบาลที่มีนัยสำคัญผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียนที่บริษัทฯ กำหนด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญต่อการพัฒนากลไกการกำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย

ผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ



ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับการประเมินตามโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report : CGR) อยู่ในระดับ “ดีเลิศ” (5 ดาว) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและแนวปฏิบัติที่ดีของบริษัทจดทะเบียนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความสำคัญกับความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการกำกับดูแลที่เหมาะสม



⚖️ ความซื่อตรงทางธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมาย

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

10. ความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎหมาย

- การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- จริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ
- การร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส
- การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ
- การปฏิบัติตามนโยบายสาธารณะและการสนับสนุน



16.3, 16.5

<p>ผลกระทบ</p> <p>- ● ●</p>	<p>การดำเนินธุรกิจที่ขัดต่อจริยธรรม การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของ ICC โดยเฉพาะในกระบวนการคัดเลือกคู่ค้า การจัดซื้อจัดจ้าง การคัดเลือกสินค้า และการกำกับดูแลข้อมูลคุณภาพ และความปลอดภัยของสินค้า หากการควบคุมไม่เพียงพอ อาจทำให้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ปลอดภัยถูกนำออกสู่ตลาด ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค ขณะเดียวกัน การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายด้านแรงงานหรือสิ่งแวดล้อมในห่วงโซ่อุปทานอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตแรงงาน การใช้ทรัพยากร และชุมชนที่เกี่ยวข้อง</p>
<p>ความเสี่ยง</p> <p>R ● ●</p>	<p>ความเสี่ยงจากการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ การทุจริตคอร์รัปชัน และการไม่ปฏิบัติตามนโยบายสาธารณะหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาจทำให้บริษัท เผชิญกับการตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับดูแล ค่าปรับ ความเสียหายจากคดีความหรือการชดเชยผู้ได้รับผลกระทบ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการสอบสวน แก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงาน และยกระดับระบบควบคุมภายใน นอกจากนี้ บริษัท อาจถูกระงับหรือชะลอการดำเนินธุรกิจในบางกิจกรรม ซึ่งอาจทำให้การดำเนินงานหยุดชะงัก สูญเสียโอกาสทางรายได้ และเพิ่มต้นทุนในการบริหารจัดการ</p>

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ●● สูง ●●● R ความเสี่ยง O โอกาส - ผลกระทบเชิงลบ + ผลกระทบเชิงบวก

กรณีทุจริตคอร์รัปชัน		กรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ	
เป้าหมายปี 2568: 0 กรณี	ผลการดำเนินงานปี 2568	เป้าหมายปี 2568: 0 กรณี	ผลการดำเนินงานปี 2568
เป้าหมายปี 2573: 0 กรณี	0 กรณี	เป้าหมายปี 2573: 0 กรณี	0 กรณี
จำนวนกรณีการฝ่าฝืนหรือละเมิดกฎหมายและระเบียบข้อบังคับอย่างมีนัยสำคัญ			
เป้าหมายปี 2568: 0 กรณี		ผลการดำเนินงานปี 2568	
เป้าหมายปี 2573: 0 กรณี		0 กรณี	



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ตระหนักว่าความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎหมายที่เป็นรากฐานสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว บริษัทฯ จึงมุ่งดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ ควบคู่กับการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ บริษัทฯ กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการ ดังนี้

- จัดทำนโยบาย แนวปฏิบัติ และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณธุรกิจ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเหมาะสม
- กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เพื่อให้การกำกับดูแลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- สื่อสารและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับข้อกำหนด
- ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น
- จัดให้มีกลไกรับข้อร้องเรียนและการแจ้งเบาะแสที่เหมาะสม พร้อมมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส เพื่อสนับสนุนการตรวจจับและตอบสนองต่อประเด็นที่อาจไม่สอดคล้องกับจริยธรรมและข้อกำหนด
- ทบทวนและปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย บริบทธุรกิจ และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง

เพื่อสนับสนุนการยึดมั่นในจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ได้มอบหมายให้ **หน่วยงานคณะกรรมการและการกำกับดูแล (Compliance)** ทำหน้าที่กำกับดูแลและติดตามการปฏิบัติงานด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยมีการกำหนดโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ และสายการรายงานอย่างชัดเจน พร้อมทั้งติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปตามหลักจริยธรรม หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และข้อกำหนดทางกฎหมายอย่างเคร่งครัด บทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานคณะกรรมการและการกำกับดูแล (Compliance) ประกอบด้วย

1. สนับสนุนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม
2. กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง
3. สื่อสารและสร้างความรู้ความเข้าใจแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รับทราบและปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง
4. ศึกษา ติดตาม และทบทวนกฎหมายหรือกฎระเบียบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมาปรับปรุงแนวปฏิบัติภายในให้สอดคล้องกับข้อกำหนดและบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้ประกาศจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน รับทราบและยึดถือปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปในทางเดียวกัน และดำรงตนอยู่บนความซื่อสัตย์ สุจริต ะมัดระวัง รอบคอบ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม รวมถึงการดูแลทรัพย์สินของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน รวมทั้งคู่ค้าของบริษัทฯ ใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อร่วมสร้างค่านิยม ในการดำเนินงานอย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต ตรวจสอบได้ และปราศจากการทุจริตและคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร และดำเนินการเพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานของบุคลากรได้กระทำไปบนพื้นฐานของความถูกต้อง โปร่งใส และปราศจากการคอร์รัปชันที่อาจนำมาสู่การถูกฟ้องร้องดำเนินคดีและเสียชื่อเสียงได้ ซึ่งบริษัทฯ จัดให้มีการทบทวนการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

อย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนทบทวนแนวทางการปฏิบัติและข้อกำหนดในการดำเนินการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบข้อบังคับ และข้อกำหนดของกฎหมาย เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทปราศจากการคอร์รัปชันตลอดห่วงโซ่อุปทาน มีการฝึกอบรมปฐมนิเทศพนักงานใหม่ และสื่อสารไปยังลูกค้าให้รับทราบ พร้อมทั้งเผยแพร่ให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ทุกระดับผ่านระบบ Intranet และ website ของบริษัท (www.icc.co.th) เพื่อเป็นแนวทางให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ทุกคนยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

ผลการดำเนินงานด้านจรรยาบรรณธุรกิจ และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

- 1) บริษัทได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน เป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งมีการประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและทบทวนหลักการกำกับดูแล กิจการที่ดีเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นแนวทางเดียวกันในการปฏิบัติตนในการดำเนินธุรกิจ และเป็นหลักยึดในการทำงาน และได้เผยแพร่ผ่านระบบ Intranet และ Website ของบริษัท รวมทั้งได้จัดทำเป็นสื่อวีดิทัศน์ (Animation) เพื่อให้ ผู้บริหาร และพนักงาน เข้าใจเรื่องดังกล่าวได้ง่ายขึ้น รวมทั้งได้บรรจุหัวข้อจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณ ไว้ในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ด้วย
- 2) บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร อาทิ บอร์ด ประชาสัมพันธ์ ระบบอินทราเน็ต ระบบ e-Learning รวมถึงเผยแพร่นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันบน website ของบริษัท www.icc.co.th โดยการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการในปี 2568 เป็นการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในองค์กร ให้กับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ รวมถึงแม่บ้าน และ เจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัย ภายใต้โครงการ “ICC ร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ” บริษัทฯ ได้ดำเนินการรณรงค์ภายใต้แนวคิด “รวมพลัง 3 ป. ต่อต้านคอร์รัปชันใน ICC” ผ่าน 3 คาแรกเตอร์ ได้แก่ ปลุกจิต ป้องกันและเปิดโปงเพื่อสร้าง การจดจำและเสริมสร้างความตระหนักรู้ของพนักงานต่อปัญหาคอร์รัปชัน โดยมีการติดตั้งและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กร



- 3) บริษัทฯ จัดอบรมหลักสูตร “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและข้อปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการคอร์รัปชัน” ให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน อย่างต่อเนื่อง โดยอบรมและทำแบบทดสอบผ่านระบบ ICC e-Learning มีผู้เข้ารับการอบรมและทำแบบทดสอบทั้งหมด 868 คน ประกอบด้วย กรรมการบริษัท 12 คน ผู้บริหาร 6 คน และ พนักงาน 850 คน โดยผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด (ร้อยละ 100) ผ่านการทดสอบด้วยคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 96.58
- 4) บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (The Private Sector Collective Action Against Anti-Corruption : CAC) ตั้งแต่ปี 2559 และได้ดำเนินการขอรับรองการเป็นสมาชิกอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการต่ออายุสมาชิกครั้งที่ 3 ในปี 2568 และได้รับการรับรองการต่ออายุในวันที่ 31 ธันวาคม 2568
- 5) บริษัทฯ ได้สื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านคอร์รัปชันของบริษัทฯ ไปยังลูกค้า และส่งเสริมให้ลูกค้าร่วมมือกันในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารนโยบายดังกล่าวแก่ลูกค้าจำนวน 234 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.85 ของลูกค้าทั้งหมดที่ทำธุรกิจโดยตรงกับ บริษัทฯ



- 6) บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “ขยายแนวร่วม (คู่ค้า) ต่อด้านคอร์รัปชัน สู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน” โดยจัดการอบรมให้คู่ค้าที่ทำธุรกิจโดยตรงกับบริษัทฯ ในหัวข้อ “ร่วมสร้างความโปร่งใส...เพื่อความยั่งยืนร่วมกัน” เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2568 โดยวิทยากรจากภายนอก ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการกำกับดูแลกิจการและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน มีคู่ค้าเข้าร่วมการอบรมจำนวน 39 ราย เป็นคู่ค้ารายเดิม 37 รายและคู่ค้าใหม่ 2 ราย ทั้งนี้ คู่ค้าทั้งหมดได้แสดงเจตนาสมัครเป็นแนวร่วมและลงนามในหนังสือแสดงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันของบริษัทฯ

การติดตามตรวจสอบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางในการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนที่มีความปลอดภัยให้กับพนักงานของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ในกรณีที่พบเห็นพฤติกรรมหรือการกระทำเข้าข่ายที่จะก่อให้เกิดการคอร์รัปชัน หรือการกระทำผิดใด ๆ ที่ขัดต่อกฎหมายข้อบังคับ หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน พร้อมทั้งจัดให้มีมาตรการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับและมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยจำกัดเฉพาะผู้มีหน้าที่ตรวจสอบประเด็นร้องเรียนเท่านั้นจึงจะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการเพื่อจัดการตามที่กำหนดไว้ในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ นอกจากนี้ช่องทางดังกล่าว พนักงานสามารถยื่นเรื่องร้องเรียนได้ต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง หรือในกรณีที่ไม่สามารถยื่นต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรงได้ สามารถยื่นเรื่องดังกล่าวต่อผู้บังคับชวาระดับฝ่าย หรือกรรมการบริหารได้เช่นกัน

ผู้ร้องเรียนที่ประสงค์จะไม่เปิดเผยตัวตนสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนได้โดยระบุรายละเอียดข้อเท็จจริงหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างเพียงพอ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถพิจารณาและดำเนินการตรวจสอบได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการเก็บรักษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นความลับ และให้ความสำคัญกับการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้ร้องเรียน โดยจะเปิดเผยข้อมูลเท่าที่จำเป็นตามกระบวนการตรวจสอบหรือเมื่อกฎหมายกำหนดเท่านั้น โดยผลการตรวจสอบจะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาต่อไป

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนผ่านทางช่องทางที่กำหนด และไม่พบกรณีการละเมิดที่มีนัยสำคัญด้านจริยธรรม จรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนา ทบทวน และติดตามการดำเนินงานในด้านดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการสื่อสารเพื่อเน้นย้ำความรู้ความเข้าใจแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติงานอย่างโปร่งใส มีจริยธรรม และสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล

	2565	2566	2567	2568
จำนวนข้อร้องเรียนด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณธุรกิจ (กรณี)				
• การทุจริตคอร์รัปชัน	0	0	0	0
• การใช้ข้อมูลหรือทรัพย์สินของบริษัทฯโดยมิชอบ	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
จำนวนคู่ค้าที่ลงนามแสดงเจตนาสมัคร ในเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน (ราย)	N/A	N/A	N/A	39

การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ

ด้วยบทบาทและความรับผิดชอบของบริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าผู้บริโภคและดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน 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

คณะกรรมการบริษัท 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

ฝ่ายบริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อกำหนด และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงาน แนวปฏิบัติภายใน และการสื่อสารแก่พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง โดยพนักงานทุกระดับ รวมถึงคู่ค้า มีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด โดยบริษัทฯ จัดให้มีการตรวจติดตามอย่างเหมาะสม



ผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดให้มีโครงสร้างการกำกับดูแลด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Compliance) โดยมอบหมายหน้าที่ให้คณะกรรมการชุดย่อยและหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อกำกับดูแลให้การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง โดยมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ การรายงานตามลำดับชั้น และการติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ หน่วยงานดังกล่าวมีหน้าที่สนับสนุนนโยบายและวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับนโยบายองค์กร ติดตามและทบทวนกฎหมายหรือข้อกำหนดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ รวมถึงสื่อสารและส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบและปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด

ตลอดปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบกรณีการละเมิดกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่มีนัยสำคัญในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และแรงงาน และไม่มีการถูกปรับ ถูกฟ้องร้อง 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





⚠️ การบริหารจัดการความเสี่ยง และความต่อเนื่องของธุรกิจ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

10. ความซื่อตรงทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎหมาย

- การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน



8.3



16.6

<p>ผลกระทบ</p> <p>● - ●</p>	<p>หากบริษัทฯ บริหารจัดการความเสี่ยงได้ไม่เพียงพอหรือไม่มีประสิทธิภาพ อาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานและการกระจายสินค้า ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงสินค้าที่จำเป็นได้อย่างต่อเนื่อง หรือได้รับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัย ซึ่งอาจกระทบต่อสุขภาพ ความเป็นอยู่ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค นอกจากนี้ ความบกพร่องในการควบคุมความเสี่ยงด้านการจัดเก็บและบริหารสินทรัพย์อาจทำให้เกิดของเสียจากสินค้าหมดอายุหรือเสื่อมคุณภาพ เพิ่มภาระต่อการใช้ทรัพยากรและการจัดการขยะ รวมถึงการจัดการกับสถานการณ์ฉุกเฉินโดยไม่มีแผนรองรับที่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจและความปลอดภัยของพนักงาน ชุมชนโดยรอบ และสิ่งแวดล้อมได้</p>
<p>ความเสี่ยงและโอกาส</p> <p>● R ● ● ● ● ● O ●</p>	<p>การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางความไม่แน่นอนและความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร โดยช่วยลดความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ความเสียหายต่อสินค้า ต้นทุนจากความสูญเสียที่ไม่จำเป็น และผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กร ขณะเดียวกัน ยังเปิดโอกาสให้บริษัทฯ สามารถวางแผนและตัดสินใจได้อย่างรอบคอบมากขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า เสริมสร้างความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย และเพิ่มความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน</p>

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ● ● สูง ● ● ● ● R ความเสี่ยง O โอกาส - ผลกระทบเชิงลบ + ผลกระทบเชิงบวก

ความครอบคลุมของการบริหารความเสี่ยง	
เป้าหมายปี 2568: ร้อยละ 100	ผลการดำเนินงานปี 2568 ร้อยละ:
เป้าหมายปี 2573: ร้อยละ 100	10

สัดส่วนพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญงานใหญ่	
เป้าหมายปี 2568: ร้อยละ 100	ผลการดำเนินงานปี 2568 ร้อยละ:
เป้าหมายปี 2573: ร้อยละ 100	100



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติในฐานะกลไกสำคัญในการสนับสนุนความมั่นคงทางธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขัน และการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยบริษัทฯ กำหนด “นโยบายการบริหารความเสี่ยง” อย่างเป็นระบบ โปร่งใส และสอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ เพื่อรองรับความเสี่ยงจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงความเสี่ยงด้านความยั่งยืนและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ การดำเนินงานตามนโยบายจะทำให้บริษัทฯ สามารถระบุ วิเคราะห์ ประเมิน ติดตาม และตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมและทันทั่วถึง ช่วยลดความรุนแรงของผลกระทบต่อการดำเนินงาน ผู้มีส่วนได้เสีย และความต่อเนื่องทางธุรกิจ

กระบวนการบริหารความเสี่ยงครอบคลุมการเฝ้าระวังและติดตามความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ตัวชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicators: KRI) และกลไกการรายงานที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของฝ่ายบริหารและช่วยให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่อาจพัฒนาไปสู่ภาวะวิกฤติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ บริษัทฯ ส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการการบริหารความเสี่ยงเข้ากับกระบวนการดำเนินงานประจำในทุกสายงานและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงอย่างชัดเจน โดยคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลระบบการบริหารความเสี่ยงโดยรวม และติดตามให้บริษัทฯ มีการจัดการความเสี่ยงที่สำคัญอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจและผลกระทบที่บริษัทฯ อาจก่อให้เกิดขึ้นหรือได้รับจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมีประธานเป็นกรรมการอิสระ ทำหน้าที่กำหนดกรอบและแนวทางการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร กำกับติดตามประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ และความเสี่ยงด้านความยั่งยืน พร้อมรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง

ในระดับปฏิบัติการ บริษัทฯ แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากสายงานหลัก โดยมีคุณดวงฤดี มลิทินทางกูร ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานกำกับดูแลและความยั่งยืน เป็นประธานคณะทำงาน ทำหน้าที่ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงภายในองค์กร พร้อมทั้งกำหนดกระบวนการและวิธีการระบุ วิเคราะห์ ประเมิน และติดตามความเสี่ยงของแต่ละหน่วยงาน รวมถึงกลั่นกรองประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงต่อไป โครงสร้างดังกล่าวช่วยให้การบริหารความเสี่ยงเชื่อมโยงกับการดำเนินงานจริงของแต่ละหน่วยงาน และสนับสนุนการตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมในทุกระดับขององค์กร

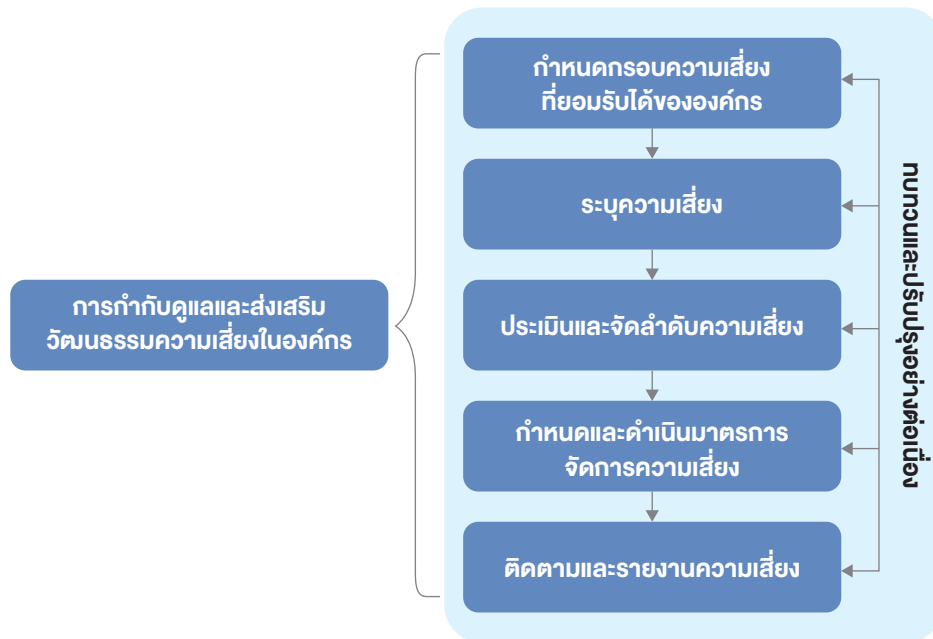
เพื่อเสริมสร้างความมีประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือของระบบการบริหารความเสี่ยง บริษัทฯ จัดให้มีการตรวจสอบประสิทธิผลและความครอบคลุมของกระบวนการบริหารความเสี่ยงโดยผู้ตรวจสอบภายใน ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระภายนอก และรายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานและวัฒนธรรมองค์กร อันเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

กระบวนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารจัดการความเสี่ยงระดับองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) โดยบูรณาการการบริหารความเสี่ยงเข้ากับการกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การวางแผนธุรกิจ และการตัดสินใจในทุกระดับขององค์กร เพื่อรองรับความไม่แน่นอนจากปัจจัยภายในและภายนอก รวมถึงความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainability-related risks) และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ อันจะช่วยสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ การรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงาน และการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในระยะยาว

บริษัทฯ กำหนดกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงระดับองค์กรโดยประยุกต์ใช้แนวทางของ COSO ERM 2017: Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance ให้เหมาะสมกับบริบทการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยครอบคลุมทุกสายงานและตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ กรอบดังกล่าวให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กร

การเชื่อมโยงความเสี่ยงกับกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ การประเมินและจัดการความเสี่ยงตามระดับนัยสำคัญ การทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการใช้ข้อมูล การสื่อสาร และการรายงานเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารและคณะกรรมการ ในการดำเนินงาน บริษัทฯ มีกระบวนการในการดำเนินงานดังนี้



- กำหนดกรอบความเสี่ยงที่ยอมรับได้ขององค์กร**
บริษัทฯ กำหนดกรอบความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และระดับความเบี่ยงเบนที่ยอมรับได้ (Risk Tolerance) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ การตั้งเป้าหมาย และการตัดสินใจทางธุรกิจ
- ระบุความเสี่ยงขององค์กร**
บริษัทฯ ระบุความเสี่ยงจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ครอบคลุมความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ การดำเนินงาน การเงิน การปฏิบัติตามกฎหมาย ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่
- วิเคราะห์ ประเมิน และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง**
บริษัทฯ วิเคราะห์และประเมินระดับความเสี่ยงโดยพิจารณาทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบ เปรียบเทียบกับกรอบความเสี่ยงที่ยอมรับได้ เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง รวมถึงพิจารณาความเชื่อมโยงของความเสี่ยงในภาพรวม ระดับองค์กรที่อาจส่งผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และผลการดำเนินงาน
- กำหนดและดำเนินมาตรการจัดการความเสี่ยง**
บริษัทฯ กำหนดแนวทางในการจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เช่น การหลีกเลี่ยง การลด การแบ่งปัน หรือการยอมรับความเสี่ยง พร้อมกำหนดผู้รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง
- ติดตาม เฝ้าระวัง และรายงานความเสี่ยง**
บริษัทฯ ติดตามและเฝ้าระวังความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องผ่านตัวชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicators: KRI) และรายงานความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้เป็นสัญญาณเตือนล่วงหน้า และสนับสนุนการตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างทันทั่วทั้ง
- ทบทวนและปรับปรุงระบบการบริหารความเสี่ยง**
บริษัทฯ ทบทวนสมมติฐาน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และประสิทธิผลของมาตรการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงระบบการบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง
- บูรณาการการบริหารความเสี่ยงสู่การดำเนินงานและวัฒนธรรมองค์กร**
บริษัทฯ ส่งเสริมให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานประจำและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ อยู่ในวัฒนธรรมองค์กรและความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ เพื่อสนับสนุนความต่อเนื่องทางธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขัน ความยืดหยุ่นขององค์กร และการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน



ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้มีการประชุมเพื่อติดตามผลการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง โดยมีสาระสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ ดังนี้

1. ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้พิจารณาทบทวนกฎบัตรเพื่อให้มั่นใจว่ากฎบัตรยังคงมีความเหมาะสม สอดคล้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนการกำกับดูแลให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. พิจารณาและให้ความเห็นต่อประเด็นและขอบเขตความเสี่ยงขององค์กร

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้พิจารณาประเด็นความเสี่ยงสำคัญที่ครอบคลุมทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก อาทิ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความเสี่ยงด้านการเงินและความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายนอกและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อาทิ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ความเสี่ยงจากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น แนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนผ่านสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

3. แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนให้การบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ ครอบคลุมทุกส่วนงานอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับกระบวนการติดตามและประเมินผลการบริหารความเสี่ยงภายในองค์กร

4. ติดตามและให้ข้อเสนอแนะแก่ฝ่ายจัดการ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงติดตามรายงานผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากปัจจัยภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร เพื่อให้สามารถปรับแนวทางการดำเนินงานได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ผลกระทบจากความเสี่ยง และเสริมสร้างความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง

5. รายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้รายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัทได้รับทราบความคืบหน้า ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ และแนวทางการจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมีการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทรวมทั้งหมด 4 ครั้ง

ความเสี่ยงระดับองค์กรที่สำคัญ ในปี 2568

1. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคสู่ช่องทางออนไลน์	ประเภทความเสี่ยง (Risk Category): ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	มิติด้านความยั่งยืน (ESG Dimension): สังคม	S
--	---	--	---

การเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มตลาด รูปแบบการแข่งขัน และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มุ่งสู่ช่องทางดิจิทัลมากขึ้น ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจและช่องทางการจำหน่ายเดิมของบริษัทเผชิญความท้าทายมากขึ้น หากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับตัวได้อย่างทันทั่วทั้งที่ อาจทำให้การเข้าถึงลูกค้าบางกลุ่มลดลง ยอดขายจากช่องทางเดิมชะลอตัว และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร นอกจากนี้ การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดออนไลน์และดิจิทัลยังอาจก่อให้เกิดแรงกดดันด้านราคา เพิ่มต้นทุนด้านการตลาด และกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ อีกทั้ง หากบริษัทฯ ไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคในด้านความสะอาด ความรวดเร็ว และประสบการณ์การซื้อที่เหมาะสมได้ อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าและภาพลักษณ์ขององค์กรในระยะยาว



มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมุ่งพัฒนาช่องทางการจำหน่าย สินค้า บริการ และการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ควบคู่กับการติดตามแนวโน้มตลาด และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

- พัฒนาและขยายช่องทางการจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งออนไลน์และออฟไลน์อย่างเหมาะสม
- ปรับปรุงสินค้า บริการ และประสบการณ์ลูกค้าให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง
- ติดตามแนวโน้มตลาด คู่แข่ง และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนและตัดสินใจ
- บริหารต้นทุนด้านการตลาดและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไร
- นำข้อมูลและประสบการณ์จากการดำเนินงานมาใช้พัฒนาแนวทางการบริหารความเสี่ยงและการประเมินผลกระทบให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น

2. ความเสี่ยงด้านความไม่พร้อมของผลิตภัณฑ์
ที่สอดคล้องกับแนวโน้มความยั่งยืนและ
ความต้องการของลูกค้า

ประเภทความเสี่ยง
(Risk Category):
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

มิติด้านความยั่งยืน
(ESG Dimension):
สิ่งแวดล้อม/บรรษัทภิบาล



ความสามารถของบริษัทฯ ในการคัดเลือก บริหาร และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาด ความคาดหวังของลูกค้า และประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โอกาสทางธุรกิจ และการเติบโตในระยะยาว การคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรของผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากขึ้นต่อธุรกิจจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าแฟชั่นหากบริษัทฯ ขาดความพร้อมในการคัดเลือกหรือจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะด้านความยั่งยืน เช่น การใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่สอดคล้องกับแนวโน้มตลาด ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง หรือความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ความเสี่ยงดังกล่าวอาจกระทบต่อความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทั้งในเชิงคุณภาพและภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม นำไปสู่ข้อจำกัดในการจัดจำหน่าย การสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง ตลอดจนส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งอาจกระทบต่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงธุรกิจเกี่ยวกับการคัดเลือกและบริหารกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความพร้อมของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดและความต้องการของลูกค้า ตลอดจนลดความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์อาจไม่สอดคล้องกับแนวโน้มด้านความยั่งยืน โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

- นำคุณลักษณะด้านความยั่งยืนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์มาใช้เป็นข้อมูลประกอบการคัดเลือกและบริหารกลุ่มผลิตภัณฑ์
- พิจารณาข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม
- ติดตามแนวโน้มตลาด ความต้องการของลูกค้า และประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง
- ใช้ข้อมูลดังกล่าวประกอบการวางแผนเพื่อเพิ่มความพร้อมของผลิตภัณฑ์และรองรับโอกาสทางธุรกิจใหม่
- สนับสนุนการตัดสินใจภายใต้กรอบการกำกับดูแลที่เหมาะสม เพื่อสะท้อนทั้งความเสี่ยงและโอกาสจากประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม
- เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาวผ่านการบริหารกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวโน้มความยั่งยืน



3. ความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อต้นทุนพลังงานและการดำเนินงาน	ประเภทความเสี่ยง (Risk Category): ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	มิติด้านความยั่งยืน (ESG Dimension): สิ่งแวดล้อม	E
--	---	--	---

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อรูปแบบต้นทุน การดำเนินงาน และความต่อเนื่องทางธุรกิจของบริษัท จากความผันผวนของต้นทุนพลังงานและการขนส่ง รวมถึงแรงกดดันจากกฎระเบียบและความคาดหวังด้านสิ่งแวดล้อมของผู้มีส่วนได้เสียที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากบริษัท ไม่สามารถประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศได้อย่างเป็นระบบ อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความสามารถในการแข่งขัน และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียได้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยมุ่งเน้นการติดตามผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินงาน ต้นทุน และความต่อเนื่องทางธุรกิจ ควบคู่กับการพัฒนาแนวทางบริหารจัดการด้านพลังงานและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวขององค์กร โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

- ระบุ ประเมิน และติดตามความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุน และความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อลดความเสี่ยงเชิงปฏิบัติการและผลกระทบจากต้นทุนที่ผันผวน
- พัฒนาและปรับปรุงการติดตามข้อมูลด้านพลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง โดยอ้างอิงหลักการของ GHG Protocol
- นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการประกอบการวิเคราะห์ความเสี่ยง การจัดลำดับความสำคัญของมาตรการบริหารจัดการ และการตัดสินใจเชิงบริหารอย่างเหมาะสม
- รวบรวม วิเคราะห์ และรายงานข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อผู้บริหารที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับบริบทด้านสภาพภูมิอากาศ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
- สนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่มีความโปร่งใส ยืดหยุ่น และพร้อมปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงในระยะยาว

4. ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัย	ประเภทความเสี่ยง (Risk Category): ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ	มิติด้านความยั่งยืน (ESG Dimension): สังคม/บรรษัทภิบาล	S G
--	--	--	--------

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีการพึ่งพาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการสนับสนุนกระบวนการทำงาน การประมวลผลข้อมูล การดำเนินธุรกรรม และการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในบริบทที่บริษัทฯ ปรับกลยุทธ์และรูปแบบธุรกิจ ช่องทางการจำหน่าย และการสื่อสารกับลูกค้าไปสู่ช่องทางออนไลน์และดิจิทัลมากขึ้น ส่งผลให้มีการพึ่งพาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อมูล และแพลตฟอร์มดิจิทัลมีความสำคัญเพิ่มขึ้น หากระบบขาดเสถียรภาพหรือเกิดเหตุด้านความมั่นคงปลอดภัย อาจส่งผลให้การดำเนินงานของบริษัทฯ หยุดชะงัก ไม่สามารถให้บริการได้ตามปกติ และกระทบต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจรวมถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม

นอกจากนี้ ความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบและข้อมูล เช่น การเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต การรั่วไหลของข้อมูล หรือการโจมตีทางไซเบอร์ อาจนำไปสู่ความเสียหายด้านข้อมูล ความสูญเสียทางการเงิน ค่าใช้จ่ายในการแก้ไขและฟื้นฟูระบบ ตลอดจนส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ด้วย

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ มุ่งเน้นการควบคุมความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและพัฒนาให้ระบบมีความเสถียร ปลอดภัย และสามารถรองรับการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้



- กำหนดมาตรการควบคุมและดูแลระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความพร้อมใช้งานและมีเสถียรภาพ
- จัดการสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลและระบบตามบทบาทหน้าที่อย่างเหมาะสม
- สำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และดูแลโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีให้สามารถรองรับการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง
- ติดตาม ตรวจสอบ และปรับปรุงระบบให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น
- ส่งเสริมการตระหนักรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศแก่พนักงาน เพื่อลดความเสี่ยงจากความผิดพลาดในการใช้งานและภัยคุกคามทางไซเบอร์
- พัฒนาการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงาน

5. ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญ

ประเภทความเสี่ยง (Risk Category):
ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

มิติด้านความยั่งยืน (ESG Dimension):
บรรษัทภิบาล



การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความเชื่อมโยงกับกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญหลายด้าน อาทิ ระบบสารสนเทศและข้อมูล การบริหารคลังสินค้า การกระจายสินค้า ตลอดจนการประสานงานกับคู่ค้าและผู้ให้บริการภายนอก หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดจากปัจจัยภายในหรือภายนอกองค์กร เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ เหตุฉุกเฉินด้านความปลอดภัย ความขัดข้องของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมดไม่สามารถดำเนินได้ตามปกติ และกระทบต่อความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจ หากบริษัทฯ ไม่มีการเตรียมความพร้อมและกลไกการบริหารจัดการที่เหมาะสมเพียงพอ อาจส่งผลให้การตอบสนองต่อเหตุการณ์ล่าช้า การฟื้นฟูการดำเนินงานไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และกระทบต่อความสามารถในการควบคุมการดำเนินงาน รายได้ และเสถียรภาพของธุรกิจ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และอยู่ระหว่างการพิจารณาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาแนวทางการเตรียมความพร้อมให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กร โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

- ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ
- ทบทวนและระบุกระบวนการดำเนินงานที่มีความสำคัญต่อองค์กร
- ประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการหยุดชะงักของกระบวนการสำคัญ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาในระดับบริหาร
- พิจารณาจัดทำและพัฒนาแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP)
- พิจารณากำหนดแนวทางตอบสนองเหตุฉุกเฉินและการฟื้นฟูการดำเนินงานอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นขององค์กรในระยะยาว
- ติดตามและทบทวนความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจผ่านกลไกการบริหารจัดการภายในอย่างต่อเนื่อง
- นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาใช้สนับสนุนการกำหนดทิศทาง การตัดสินใจเชิงบริหาร และการเตรียมความพร้อมให้สอดคล้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจและปัจจัยเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป

6. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจากการชำระสินค้าและค่าบริการรับชำระเป็นสกุลเงินต่างประเทศ

ประเภทความเสี่ยง (Risk Category):
ความเสี่ยงด้านการเงิน

มิติด้านความยั่งยืน (ESG Dimension):
-

บริษัทฯ มีการนำเข้าสินค้าและชำระค่าสินค้า รวมถึงการรับชำระเป็นสกุลเงินต่างประเทศ จึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไร ต้นทุนทางการเงิน และผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ หากบริษัทฯ ไม่สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินและความสม่ำเสมอของผลกำไรในระยะยาว



มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ กำหนดแนวทางบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างเป็นระบบ เพื่อช่วยลดความไม่แน่นอนจากการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินและบรรเทาผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

- ติดตามและประเมินความเสี่ยงเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้า การชำระค่าสินค้า และการรับชำระเงินอย่างสม่ำเสมอ
- ใช้ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนประกอบการวางแผนกระแสเงินสดและการจัดทำงบประมาณ
- พิจารณาใช้เครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางการเงิน เช่น สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract)
- วางแผนการบริหารบัญชีเงินฝากสกุลเงินตราต่างประเทศ (Foreign Currency Deposit: FCD) เพื่อช่วยลดความไม่แน่นอนจากความผันผวนของค่าเงิน
- บริหารช่วงเวลาและเงื่อนไขการชำระค่าสินค้านำเข้าและการรับชำระเงินให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

7. ความเสี่ยงด้านการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ประเภทความเสี่ยง

(Risk Category):

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ

มิติด้านความยั่งยืน

(ESG Dimension):

สังคม/บรรษัทภิบาล

S

G

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความเกี่ยวข้องกับการแสดงข้อมูลสินค้า ฉลาก ราคา การโฆษณา คุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งต้องเป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค หากบริษัทฯ ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน อาจนำไปสู่การร้องเรียนจากผู้บริโภค การตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับดูแล การแก้ไขหรือระงับการจำหน่ายสินค้าเป็นการชั่วคราว ตลอดจนการเรียกคืนสินค้า ค่าปรับหรือความเสียหายทางกฎหมาย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อตรงต่อยอดขาย ต้นทุน และความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้หากบริษัทฯ ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลสินค้าและการโฆษณาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และเป็นธรรม อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อแบรนด์ ทำให้ความภักดีของลูกค้าลดลง และกระทบต่อความสัมพันธ์กับคู่ค้าและแพลตฟอร์มจำหน่าย อันอาจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างซื่อสัตย์และปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นธรรม รวมถึงเพื่อควบคุมความเสี่ยงจากการร้องเรียน การระงับการจำหน่ายสินค้า และผลกระทบด้านชื่อเสียง โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

- ตรวจสอบข้อมูลสินค้า ฉลาก ราคา บรรจุภัณฑ์ และสื่อโฆษณาก่อนนำออกสู่ตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านการแสดงข้อมูล คุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของสินค้า
- ทบทวนและปรับปรุงข้อมูลสินค้าและสื่อการขายเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสินค้า เงื่อนไขทางการตลาด หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
- ประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายขาย การตลาด และหน่วยงานที่ดูแลสินค้า เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลไปยังผู้บริโภคเป็นไปอย่างถูกต้องและสอดคล้องกัน
- ติดตามข้อกำหนดและการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานได้อย่างทันท่วงที
- เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและลดความคลาดเคลื่อนในการดำเนินงาน



<p>8. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในห่วงโซ่คุณค่า</p>	<p>ประเภทความเสี่ยง (Risk Category): ความเสี่ยงเกิดใหม่ (Emerging Risk) / ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์</p>	<p>มิติด้านความยั่งยืน (ESG Dimension): สังคม/บรรษัทภิบาล</p>	<p>S G</p>
---	---	---	------------------------------

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในห่วงโซ่คุณค่าเป็นความเสี่ยงเกิดใหม่ที่อาจไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญในปัจจุบัน แต่มีแนวโน้มเพิ่มความสำคัญต่อธุรกิจในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า อุตสาหกรรมผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าแฟชั่นมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ตลอดห่วงโซ่คุณค่าอย่างแพร่หลาย ทั้งในการพยากรณ์ความต้องการสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การวางแผนโลจิสติกส์ การตั้งราคา และการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างคู่ค้า ซึ่งมีแนวโน้มจะกลายเป็นแนวปฏิบัติมาตรฐานของอุตสาหกรรมในอนาคต

หากบริษัทฯ ไม่สามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบดิจิทัล การใช้ข้อมูล และความพร้อมของบุคลากรให้สอดคล้องกับทิศทางดังกล่าว อาจส่งผลให้การดำเนินงานขาดความคล่องตัว การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดล่าช้า และไม่สามารถรองรับรูปแบบความร่วมมือใหม่ ๆ ในห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวยังอาจก่อให้เกิดความท้าทายในมิติด้านสังคม โดยเฉพาะความพร้อมของพนักงานในการปรับตัวต่อรูปแบบการทำงานใหม่ การพัฒนาทักษะที่จำเป็น และความสามารถในการทำงานร่วมกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่มีความคาดหวังต่อการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีมากขึ้น

นอกจากนี้ หากบริษัทฯ ไม่มีการกำกับดูแลการใช้ข้อมูล ระบบดิจิทัล และ AI อย่างเหมาะสมเพียงพอ อาจทำให้การตัดสินใจเชิงธุรกิจขาดประสิทธิภาพ การใช้ข้อมูลไม่สอดคล้องกัน หรือไม่สามารรองรับความคาดหวังด้านความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการทำงานร่วมกันในห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างเหมาะสม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ความสัมพันธ์กับคู่ค้า และโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากข้อมูลที่บริษัทฯ มีอยู่

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ติดตามและประเมินแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ AI ในห่วงโซ่คุณค่าอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการเตรียมความพร้อมและการตัดสินใจในระดับบริหาร โดยมีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

- ติดตามแนวโน้มอุตสาหกรรมและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและ AI ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
- ทบทวนกระบวนการทำงานที่ใช้ข้อมูลเป็นฐาน เพื่อประเมินโอกาสและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล
- พัฒนาและจัดระเบียบข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการใช้งานข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะพื้นฐานของบุคลากรด้านดิจิทัลและ AI ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน
- รายงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลในระดับบริหาร เพื่อสนับสนุนการกำหนดทิศทางและการเตรียมความพร้อมขององค์กร
- เพิ่มความพร้อมของบริษัทฯ ในการเชื่อมโยง สนับสนุน และตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การส่งเสริมวัฒนธรรมความเสี่ยงในองค์กร

1. การอบรมและเสริมสร้างความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักด้านการบริหารความเสี่ยงแก่กรรมการผู้บริหาร และพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากการพัฒนาองค์ความรู้ในระดับผู้บริหาร เพื่อวางรากฐานด้านกรอบความคิดและสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง



- **หลักสูตร Governance, Risk Management and Compliance (GRC Training)**

ในปี 2568 บริษัทได้จัดการอบรมให้ความรู้เบื้องต้นด้านการบริหารความเสี่ยง จำนวน 1 ครั้ง ในหัวข้อ Governance, Risk Management and Compliance (GRC Training) เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2568 โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก ผู้เข้าร่วมอบรมรวม 57 คน ประกอบด้วยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารส่วนงาน และคณะทำงานด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน โดยมีเนื้อหาการอบรมครอบคลุมแนวคิดด้านธรรมาภิบาล บทบาทและความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร และความเชื่อมโยงระหว่างการบริหารความเสี่ยงกับระบบการกำกับดูแลกิจการและการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในภาพรวมของกรอบ GRC และสนับสนุนการนำประเด็นความเสี่ยงไปใช้ประกอบการพิจารณาและการตัดสินใจเชิงบริหาร การอบรมดังกล่าวนับเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงในระดับผู้นำองค์กร และเป็นพื้นฐานสำหรับการพิจารณาขยายการอบรม การสื่อสาร และการสร้างความตระหนักรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงไปสู่บุคลากรในระดับอื่นต่อไป



- **หลักสูตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์**

ความเสี่ยงด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยเป็นความเสี่ยงสำคัญในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรู้และความตระหนักรู้ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดหลักสูตรอบรมและการทดสอบความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ควบคู่กับการอบรมด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้แก่บุคลากรทุกระดับขององค์กร รวมทั้งสิ้น 801 คน ครอบคลุมตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับส่วนงาน ผู้บริหารระดับแผนก หัวหน้าทีม จนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการ



การอบรมดังกล่าวจัดขึ้นทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยมุ่งเน้นให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง เนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่ความสำคัญของข้อมูลแต่ละประเภท แนวทางการจัดการและดูแลข้อมูลให้ถูกต้องตามกฎหมาย วิธีการป้องกันตนเองจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ ตลอดจนขั้นตอนการรับมือเมื่อเกิดเหตุข้อมูลรั่วไหลหรือเหตุด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดเกณฑ์การผ่านหลักสูตรโดยผู้เข้ารับการอบรมต้องทำแบบทดสอบวัดความเข้าใจได้คะแนนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

ผลการดำเนินงานในปี 2568 พบว่าบุคลากรของบริษัทฯ ทุกระดับซึ่งครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด สามารถผ่านการอบรมและการทดสอบด้านพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ได้ครบถ้วนตามเกณฑ์ที่กำหนด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการรั่วไหลของข้อมูลและภัยคุกคามทางไซเบอร์อย่างทั่วถึง เป็นระบบ และสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล

2. การบูรณาการการบริหารความเสี่ยงในกระบวนการทำงาน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายให้การบริหารจัดการความเสี่ยงครอบคลุมทุกสายงานขององค์กรร้อยละ 100 เพื่อผลักดันให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานประจำและการตัดสินใจในทุกๆระดับ อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา ยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ โดยมีความครอบคลุมอยู่ที่ร้อยละ 10 ของสายงานทั้งหมด เนื่องจากแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ดำเนินการมาในอดีต ได้ให้ความสำคัญกับการประเมินและติดตามความเสี่ยงในระดับองค์กรเป็นหลัก และขณะนี้อยู่ระหว่างการพัฒนาแนวทางในการขยายกระบวนการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมไปถึงระดับหน่วยงานอย่างเป็นระบบ

บริษัทฯ ได้เริ่มบูรณาการการบริหารความเสี่ยงระดับสายงานในสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นลำดับแรก ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญต่อความถูกต้องของข้อมูล ความพร้อมใช้งานของระบบ และความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ การเริ่มต้นในสายงานดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาแนวทาง รูปแบบ และกลไกการดำเนินงานที่ชัดเจน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และใช้เป็นต้นแบบสำหรับการขยายผลไปยังสายงานอื่นในระยะต่อไป

ทั้งนี้ การดำเนินงานในระยะเริ่มต้นช่วยให้บริษัทฯ ได้เรียนรู้แนวทางการเชื่อมโยงประเด็นความเสี่ยงเข้ากับกระบวนการทำงานในระดับหน่วยงานมากขึ้น ทั้งในด้านการระบุความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของแต่ละสายงาน การกำหนดผู้รับผิดชอบ การติดตามสถานะความเสี่ยง และการพิจารณามาตรการจัดการที่เหมาะสม ซึ่งนับเป็นก้าวสำคัญในการเปลี่ยนผ่านจากการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กรไปสู่การปฏิบัติที่สอดคล้องกับบริบทการดำเนินงานจริงของบริษัทฯ

สำหรับปีถัดไป บริษัทฯ มีแผนขยายการบูรณาการการบริหารความเสี่ยงไปยังสายงานอื่นอย่างเป็นระบบ โดยจะจัดทำทะเบียนความเสี่ยง (Risk Register) ในระดับหน่วยงาน กำหนดผู้รับผิดชอบความเสี่ยง (Risk Owner) สำหรับแต่ละประเด็นความเสี่ยง และพัฒนาตัวชี้วัดความเสี่ยงที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของแต่ละสายงาน พร้อมทั้งเชื่อมโยงการติดตามความเสี่ยงเข้ากับกระบวนการติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานประจำวัน และสามารถใช้นับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้อย่างต่อเนื่อง

3. การมีส่วนร่วมของพนักงานผ่านตัวแทนด้านการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการบริหารความเสี่ยงผ่านการทำงานในคณะทำงานด้านการบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำหน้าที่เป็นกลไกสนับสนุนการสื่อสาร การประสานงาน และการสะท้อนประเด็นความเสี่ยงจากระดับหน่วยงานสู่ระดับองค์กรอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ คณะทำงานดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการระบุ ติดตาม และแลกเปลี่ยนข้อมูลความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ ตลอดจนช่วยถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ และแนวทางการบริหารความเสี่ยงภายในหน่วยงานของตน เพื่อเชื่อมโยงการบริหารความเสี่ยงจากระดับนโยบายสู่การปฏิบัติงานประจำวัน และส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงบทบาทของตนในการบริหารความเสี่ยงร่วมกันทั่วทั้งองค์กร

4. การติดตามและกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ

บริษัทฯ ดำเนินการติดตามและกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงผ่านกลไกการบริหารจัดการภายในและการประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการรวบรวม วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านความเสี่ยงกับผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการรับรู้และการพิจารณาเชิงบริหารในภาพรวม กระบวนการดังกล่าวช่วยให้บริษัทฯ สามารถประเมินความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ ติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยง และพิจารณาความเหมาะสมของแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ใช้อยู่ในปัจจุบันได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการติดตามยังถูกนำมาใช้ประกอบการกำหนดทิศทาง ปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการ และยกระดับระบบบริหารความเสี่ยงขององค์กรให้สอดคล้องกับบริบทการดำเนินธุรกิจและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม



🔒 การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และความเป็นส่วนตัว

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

11. ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยข้อมูล

- ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้มีส่วนได้เสีย
- การรักษาความลับทางธุรกิจ
- ความปลอดภัยของข้อมูล
- ความปลอดภัยทางไซเบอร์



16.10

<p>ผลกระทบ</p> <p>● ● ● ● ●</p> <p>● ● ● ● ●</p> <p>● ● ● ● ●</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>บริษัท มีการจัดเก็บ ใช้ และแลกเปลี่ยนข้อมูลของลูกค้า พนักงาน และคู่ค้าในกระบวนการสำคัญ เช่น การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และอีคอมเมิร์ซ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การทำการตลาด การให้บริการหลังการขาย และการประสานงานกับคู่ค้า หากการควบคุมความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลไม่เพียงพอ อาจนำไปสู่การเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต การรั่วไหล หรือการใช้ข้อมูลไม่เหมาะสม ซึ่งอาจกระทบต่อสิทธิความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยของข้อมูล และความเชื่อมั่นต่อบริษัท และแบรนด์</p>
<p>ความเสี่ยง</p> <p>● ● ● ● ●</p> <p>● ● ● ● ●</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>หากบริษัท ไม่สามารถรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน การเงิน กฎหมาย และชื่อเสียง เช่น การหยุดชะงักของระบบสนับสนุนการขายและบริการ ความล่าช้าในการดำเนินงาน การสูญเสียข้อมูลสำคัญ และค่าใช้จ่ายในการแก้ไขหรือฟื้นฟูระบบ รวมถึงความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อบริษัท ทั้งด้านการเงินและความน่าเชื่อถือได้</p>

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ● ● สูง ● ● ● ● ● **R** ความเสี่ยง **O** โอกาส **-** ผลกระทบเชิงลบ **+** ผลกระทบเชิงบวก

เหตุการณ์รั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลสำคัญขององค์กรหรือการเข้าถึงโดยมิชอบ

เป้าหมายปี 2568: 0 กรณี

เป้าหมายปี 2573: 0 กรณี

ผลการดำเนินงานปี 2568

0
กรณี

เหตุการณ์ด้าน Cybersecurity ที่กระทบต่อข้อมูลหรือระบบสารสนเทศ

เป้าหมายปี 2568: 0 กรณี

เป้าหมายปี 2573: 0 กรณี

ผลการดำเนินงานปี 2568

0
กรณี

ข้อร้องเรียนด้านความเป็นส่วนตัวจากลูกค้าและพนักงาน

เป้าหมายปี 2568: 0 กรณี

เป้าหมายปี 2573: 0 กรณี

ผลการดำเนินงานปี 2568

0
กรณี

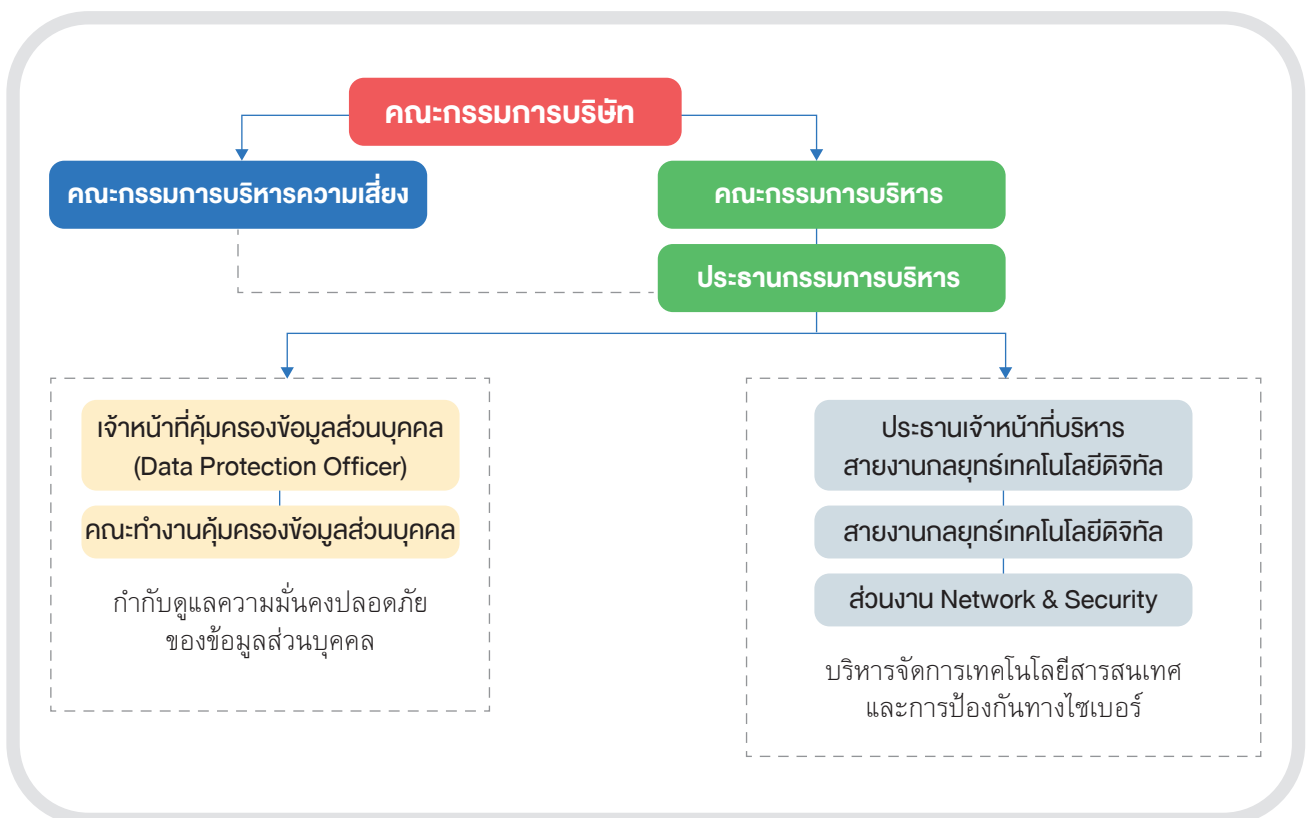
บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคหลากหลายประเภท ผ่านช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า และช่องทางออนไลน์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลของลูกค้า พนักงาน คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ในหลายกระบวนการสำคัญขององค์กร บริษัทฯ จึงตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย คุ้มครองสิทธิของเจ้าของข้อมูล และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

ท่ามกลางบริบทการดำเนินธุรกิจที่พึ่งพาระบบดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศ และการเชื่อมโยงข้อมูลมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลข้อมูลและความเป็นส่วนตัวอย่างเหมาะสม ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ เพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อบุคคล องค์กร และความต่อเนื่องทางธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการสื่อสารแนวปฏิบัติภายใน การอบรม และการส่งเสริมวัฒนธรรมการใช้ข้อมูลอย่างรับผิดชอบต่อ ช่วยลดความเสี่ยงจากความผิดพลาดของบุคลากร การเข้าถึงข้อมูลโดยไม่เหมาะสม หรือการใช้ข้อมูลไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด

โครงสร้างการกำกับดูแล

บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยไซเบอร์ โดยอ้างอิงแนวทางของ NIST Cybersecurity Framework (NIST CSF) เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านไซเบอร์อย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล โดยมอบหมายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานกลยุทธ์เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งกำกับดูแลสายงานกลยุทธ์เทคโนโลยีดิจิทัลและส่วนงาน Network & Security เป็นผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ การป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการเฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศผ่านกระบวนการติดตามและวิเคราะห์บันทึกเหตุการณ์ของระบบ (log monitoring) อย่างต่อเนื่อง พร้อมรายงานผลต่อคณะกรรมการความเสี่ยงเป็นประจำทุกเดือน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีคณะทำงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) ทำหน้าที่กำกับดูแล ให้คำแนะนำ และติดตามการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 รวมถึงประสานงานกับหน่วยงานภายในและหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนให้การบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทฯ เป็นไปอย่างเหมาะสม ปลอดภัย โปร่งใส และสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย





แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลและความเป็นส่วนตัวภายใต้หลักการกำกับดูแลข้อมูลที่ดี (Data Governance) ครอบคลุมการจัดเก็บ การเข้าถึง การใช้ การเปิดเผย การส่งต่อ และการเก็บรักษาข้อมูลอย่างเหมาะสมตลอดการใช้ข้อมูล โดยยึดมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) เพื่อให้การบริหารจัดการข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูล

บริษัทฯ ได้กำหนด นโยบายด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นกรอบในการกำกับดูแลและขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กร โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ปฏิบัติตามแนวทางการเก็บรักษา การเข้าถึง และการใช้ข้อมูลอย่างเหมาะสมและถูกต้อง โดยเฉพาะข้อมูลที่มีความอ่อนไหวต่อบริษัทฯ หรือผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมครอบคลุมมาตรการสำคัญ เช่น การควบคุมสิทธิ์ การเข้าถึงข้อมูล การป้องกันการเข้าถึงโดยมิชอบ การเตรียมความพร้อมในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัย และการวางแผนสำรองเพื่อสนับสนุนความต่อเนื่องทางธุรกิจ ตลอดจนการประเมินความเสี่ยงร่วมกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน และการส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์แก่บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทฯ มีการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกปี ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ปรับปรุงและประกาศใช้นโยบายความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีสารสนเทศ ฉบับใหม่ เพื่อให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับโครงสร้างธุรกิจปัจจุบัน และเพื่อรองรับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เป็นการเปลี่ยนผ่านจาก การป้องกันภัยไซเบอร์พื้นฐาน ไปสู่ การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศเชิงรุก

บริษัทฯ มุ่งยกระดับการปกป้องข้อมูลในทุกมิติ โดยยึดแนวคิด CIA ซึ่งครอบคลุมหลักการการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องครบถ้วน (Integrity) และความพร้อมใช้งานของระบบและข้อมูล (Availability) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลสำคัญขององค์กรสามารถเข้าถึงได้เฉพาะผู้ที่มีสิทธิ์ มีความถูกต้อง และพร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่อง แนวคิดนี้ครอบคลุมการบริหารจัดการสินทรัพย์ดิจิทัล ระบบคลาวด์ และโซเชี่ยลมีเดีย รวมถึงการคัดกรองบุคลากรและคู่ค้าผู้ใช้ข้อมูลอย่างเป็นระบบ

C

CONFIDENTIALITY – การรักษาความลับ

การปกป้องข้อมูลหรือระบบให้สามารถเข้าถึงได้เฉพาะผู้ที่มีสิทธิ์เท่านั้น เช่น การใช้การเข้ารหัส (Encryption) การควบคุมการเข้าถึง (Access Control) เพื่อป้องกันข้อมูลจากการถูกเปิดเผยหรือเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต

I

INTEGRITY – ความถูกต้องครบถ้วน

การป้องกันไม่ให้ข้อมูลหรือระบบถูกดัดแปลงแก้ไขโดยไม่ได้รับอนุญาต และการตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อมูลที่เก็บไว้หรือส่งต่อยังคงความถูกต้องและครบถ้วนเสมอ เช่น การใช้แฮช (Hashing) การสำรองข้อมูล (Backup) และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Data Validation)

A

AVAILABILITY – ความพร้อมใช้งานของระบบและข้อมูล

ข้อมูลหรือระบบสามารถเข้าถึงและใช้งานได้เมื่อผู้ใช้ต้องการ เช่น การมีระบบสำรองไฟฟ้า (UPS) การป้องกัน DDoS (Distributed Denial of Service) และการมีแผนการกู้คืนระบบ (Disaster Recovery Plan)

บริษัทฯ บริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัวโดยยึดแนวทางการบริหารความเสี่ยง (Risk-based Approach) ควบคู่กับหลักธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) เพื่อคุ้มครองข้อมูลสำคัญขององค์กรและข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า พนักงาน และคู่ค้าอย่างเหมาะสมตลอดวงจรชีวิตของข้อมูล ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่พึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อมูล และโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลมากยิ่งขึ้น จึงอาจเผชิญความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ ความขัดข้องของระบบ เหตุขัดข้องด้านโครงสร้างพื้นฐาน หรือเหตุการณ์ไม่คาดคิดอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน การให้บริการ และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จึงอ้างอิงกรอบ NIST Cybersecurity Framework (CSF) เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนามาตรการควบคุมด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเตรียมความพร้อมในการป้องกัน รับมือ และฟื้นฟูการดำเนินงานจากเหตุการณ์ดังกล่าว

บริษัทฯ กำหนดกระบวนการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งครอบคลุมการวิเคราะห์ผลกระทบต่อธุรกิจและสถานการณ์เสี่ยง การกำหนดวิธีปฏิบัติเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา การทดสอบและประเมินผล และการนำไปปฏิบัติ เพื่อสนับสนุนให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์หยุดชะงักได้อย่างเหมาะสม ลดผลกระทบต่อการทำงาน และฟื้นฟูระบบหรือบริการที่สำคัญได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสนับสนุนการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กระบวนการแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (BCP Process)



ช่องทางการติดต่อสอบถามหรือร้องเรียนเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล

เพื่อคุ้มครองสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางสำหรับการติดต่อสอบถาม แจ้งข้อกังวล และยื่นคำร้องที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล โดยข้อร้องเรียนที่ได้รับจะได้รับการพิจารณา จัดการ และดำเนินการเยียวยาตามกระบวนการที่กำหนดไว้ในนโยบายการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนของบริษัทฯ และตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

ที่อยู่: 530 ซ. สาธุประดิษฐ์ 58 แขวง บางโพงพาง เขต ยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์: 02-491-4999 เวลาทำการ จ.- ศ. เวลา 08.00 - 17.00 น.

อีเมล: service@icc.co.th



ขั้นตอนปฏิบัติงานกรณีเกิดข้อร้องเรียน การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล



ผลการดำเนินงาน

ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

บริษัทฯ มุ่งยกระดับการบริหารจัดการจากการป้องกันภัยไซเบอร์พื้นฐานไปสู่การบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศเชิงรุก เพื่อรองรับความเสี่ยงจากภัยคุกคามที่มีความซับซ้อนมากขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยนำเทคโนโลยีและมาตรการที่เหมาะสมมาใช้ในการป้องกัน ฝ้าระวัง และตอบสนองต่อภัยคุกคาม เช่น ระบบป้องกันเครือข่าย (Firewall) โปรแกรมป้องกันไวรัส (Anti-Virus) ระบบป้องกันการบุกรุก (Intrusion Prevention System: IPS) และระบบติดตามบันทึกเหตุการณ์ (Log Monitoring) ตลอดจนขยายขอบเขตการควบคุมให้ครอบคลุมอุปกรณ์ส่วนบุคคลที่ใช้ในการทำงาน (BYOD) บริการคลาวด์ และสื่อสังคมออนไลน์

บริษัทฯ ยังพัฒนาแนวทางบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดระดับความเสี่ยงไว้ 5 ระดับ ได้แก่ วิกฤติ สูง ปานกลาง ต่ำ และต่ำมาก เพื่อใช้ประกอบการกำหนดมาตรการตอบสนองที่เหมาะสมกับระดับภัยคุกคามในแต่ละกรณี ควบคู่กับการกำหนดแนวทางรับมือความเสี่ยงทั้งในเชิงป้องกัน การแก้ไข และการกู้คืนระบบ รวมถึงการจัดทำระบบสำรองและแผนความต่อเนื่องด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Backup Recovery and IT Continuity Plan Policy) และการทดสอบแผนกู้คืนระบบ (Disaster Recovery Plan) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้สนับสนุนการตรวจจับพฤติกรรมผิดปกติและคัดกรองอีเมลที่อาจเป็นภัยคุกคาม เพื่อเสริมประสิทธิภาพการป้องกันเชิงรุก และสนับสนุนการฝ้าระวังความปลอดภัยของระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัยของข้อมูล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล โดยนำมาตรการควบคุมมาใช้ทั้งในด้านกระบวนการทำงาน เทคโนโลยี และการพัฒนาบุคลากร เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการเข้าถึง ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลตามบทบาทหน้าที่ของพนักงาน (Role-based Access Control) และใช้ระบบบันทึกการใช้งานเพื่อตรวจสอบการเข้าถึงและการใช้งานระบบสารสนเทศอย่างเหมาะสม

ในด้านการคุ้มครองข้อมูล บริษัทฯ ใช้มาตรการสำคัญ เช่น การจัดชั้นความลับของข้อมูล 5 ระดับเพื่อควบคุมสิทธิ์การเข้าถึง การเข้ารหัสข้อมูล (Encryption) สำหรับการจัดเก็บและส่งผ่านข้อมูลสำคัญ การควบคุมความปลอดภัยทางกายภาพในพื้นที่สำคัญ เช่น ห้อง Data Center และห้อง Generator ตลอดจนกำหนดกระบวนการแจ้งเหตุละเมิดข้อมูลภายใน 72 ชั่วโมง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างทันท่วงทีและสอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังมุ่งยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อมูลผ่านการพัฒนากระบวนการ workflow เพื่อบูรณาการข้อมูลและลดช่องว่างในการดำเนินงาน พร้อมทั้งส่งเสริมความรู้และความตระหนักรู้ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัยไซเบอร์แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพนักงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลูกค้า ข้อมูลคู่ค้า และข้อมูลที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการใช้และดูแลข้อมูลอย่างรับผิดชอบ

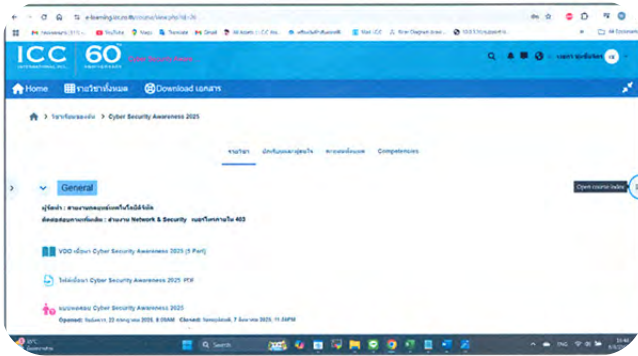
การฝึกอบรมและสร้างความตระหนักรู้

1. การอบรม PDPA และภัยไซเบอร์

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



การอบรมออนไลน์ ผ่านระบบ E-learning



การอบรมแบบออฟไลน์



ระดับตำแหน่ง	จำนวนพนักงานทั้งหมด (คน)	จำนวนผู้เข้าทดสอบ (คน)	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
รวมทั้งหมด	866	866	100

2. การสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

บริษัทฯ สื่อสารถึงความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และการปกป้องความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานเกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลเหล่านี้ โดยใช้วิธีการสื่อสารทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

ออนไลน์: เป็นการสื่อสารนโยบายและข้อมูลจากฝ่าย IT ผ่านทางหน้า Login เข้า Webmail ของบริษัท และ ทางหน้าจอแอปพลิเคชัน ICCHR

ออฟไลน์: บอร์ดประกาศประชาสัมพันธ์ ตามจุดต่างๆ ภายในบริษัท เช่น แคนทีน





3. การทดสอบ Phishing Simulation และการเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการทดสอบ Phishing Simulation เพื่อประเมินพฤติกรรมความเสี่ยงของพนักงานที่มีสิทธิ์รับ-ส่งอีเมลภายนอก โดยครอบคลุมพนักงานกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 866 คน หรือร้อยละ 100 ของกลุ่มดังกล่าว จากการทดสอบพบว่าพนักงานจำนวน 57 คนที่ตกเป็นเหยื่อของอีเมลฟิชซิง (คลิกลิงก์และกรอกข้อมูล Username/Password) บริษัทฯ จึงได้จัดอบรมเฉพาะกลุ่มในหลักสูตร “สร้างเกราะป้องกันและรับมือกับ Phishing Mail” เพื่อเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการสังเกตอีเมลหลอกลวง แนวทางการป้องกัน และกระบวนการรายงานเหตุ โดยจัดอบรมเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2568 ตามแนวทางที่กำหนด โดยคณะกรรมการความเสี่ยงให้มีการทดสอบและพัฒนาความรู้ด้านนี้อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

บริษัทฯ นำผลจากการทดสอบมาใช้ในกระบวนการประเมินและปรับปรุง (Assess → Improve) เพื่อระบุช่องว่างด้านความรู้ของพนักงานและพัฒนามาตรการอบรมหรือการสื่อสารเชิงรุกเพิ่มเติม พร้อมทั้งติดตามความครบถ้วนของการอบรมและผลการทดสอบอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศทั่วทั้งองค์กร และลดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อข้อมูลและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ



ในปี 2568 บริษัทฯ สามารถดำเนินมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยไม่พบเหตุการณ์การรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลหรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ที่มีนัยสำคัญ และไม่พบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลจากผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้ จากการประเมินภาพรวมด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัทฯ พบว่าสถานะความเสี่ยงยังคงอยู่ในระดับต่ำและมีเสถียรภาพ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงดำเนินการเฝ้าระวังและติดตามความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว





สิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

9. ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบ

- การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน



5.1



8.7, 8.8



10.3

<p>ผลกระทบ</p> <p>● - ● + ● ●</p>	<p>การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดการ การผลิต การขนส่ง การจำหน่าย ไปจนถึงการให้บริการแก่ลูกค้า อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียในหลายกลุ่ม ทั้งพนักงานของบริษัทฯ แรงงานของลูกค้าและผู้รับจ้าง ชุมชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนลูกค้าและผู้บริโภค หากมีการกำกับดูแลที่เหมาะสม จะช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้มีส่วนได้เสีย ขณะที่การละเมิดสิทธิหรือการขาดการควบคุมที่เหมาะสมอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ ความปลอดภัย รายได้ ความเป็นอยู่ ความเชื่อมั่น และสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคลที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน</p>
<p>ความเสี่ยง</p> <p>● R ● ●</p>	<p>หากบริษัทฯ ไม่มีระบบตรวจสอบและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสมตลอดห่วงโซ่อุปทาน อาจนำไปสู่ความเสี่ยงด้านกฎหมาย การเงิน การดำเนินงาน และชื่อเสียงองค์กร เช่น การร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิแรงงานและสิทธิของผู้บริโภค การยกเลิกความร่วมมือทางธุรกิจ การหยุดชะงักของการจัดหาหรือส่งมอบสินค้า ตลอดจนการสูญเสียความเชื่อมั่นจากลูกค้า นักลงทุน และพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ ต้นทุน และความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ</p>

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ● ● สูง ● ● ● ● R ความเสี่ยง O โอกาส - ผลกระทบเชิงลบ + ผลกระทบเชิงบวก

กรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่มีนัยสำคัญ

เป้าหมายปี 2568: 0 กรณี

เป้าหมายปี 2573: 0 กรณี

ผลการดำเนินงานปี 2568

0

กรณี

กรณีแรงงานเด็กและแรงงานบังคับ

เป้าหมายปี 2568: 0 กรณี

เป้าหมายปี 2573: 0 กรณี

ผลการดำเนินงานปี 2568

0

กรณี



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 แต่ยังคงตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นผ่านคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจในช่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการระบุ ประเมิน และบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติต่อแรงงานและผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม ลดโอกาสการละเมิดสิทธิ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อห่วงโซ่อุปทาน

โครงสร้างการกำกับดูแล

บริษัทฯ ได้กำหนดโครงสร้างความรับผิดชอบต่อด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนในช่วงโซ่อุปทานให้เชื่อมโยงกับระบบการกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยงที่มีอยู่เดิมจากปี 2567 โดยคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลในเชิงนโยบายและกำหนดทิศทางการทำงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และมอบหมายให้คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนติดตามผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของฝ่ายบริหารตามบทบาทหน้าที่ดังนี้

- **สายงานทรัพยากรบุคคล** รับผิดชอบต่อการดูแลประเด็นด้านสิทธิแรงงานภายในองค์กร โดยครอบคลุมการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ตลอดจนการส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และความเท่าเทียม
- **ส่วนงานจัดซื้อจัดจ้าง** รับผิดชอบต่อการบูรณาการประเด็นด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนเข้าสู่กระบวนการคัดเลือก ประเมิน และติดตามคู่ค้า โดยต่อยอดจากแนวทางจริยธรรมทางธุรกิจและข้อกำหนดสำหรับคู่ค้าที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ตั้งแต่ปี 2567
- **คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและสายงานกำกับดูแลและความยั่งยืน** มีบทบาทในการรวบรวม วิเคราะห์ และรายงานประเด็นความเสี่ยงด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบาย การกำหนดมาตรการที่เหมาะสม และการทบทวนแนวทางการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- **สายงานสื่อสารองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** ทำหน้าที่สนับสนุนการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติ การสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนการจัดเก็บข้อมูลและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ

นโยบายด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนในช่วงโซ่อุปทาน

จากผลการดำเนินงานในปี 2567 บริษัทฯ ได้วางรากฐานด้านการเคารพสิทธิมนุษยชนผ่านนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจ นโยบายอาชีพอนามัยและความปลอดภัย และแนวทางการบริหารจัดการคู่ค้า ซึ่งในปี 2568 บริษัทฯ ได้ยกระดับจากการดำเนินงานตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่มีอยู่ในปี 2567 สู่การกำหนดกรอบนโยบายและโครงสร้างความรับผิดชอบต่อที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อรองรับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียและลดความเสี่ยงเชิงระบบที่อาจเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดซื้อจัดหา การดำเนินงานภายในองค์กร ไปจนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค

ส่งผลให้นโยบายที่ปรับปรุงใหม่ในปี 2568 มุ่งเน้นหลักการสำคัญ ได้แก่ การไม่เลือกปฏิบัติ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการป้องกันการใช้แรงงานเด็กและแรงงานบังคับในช่วงโซ่อุปทาน



นอกจากนี้ 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

กำหนดนโยบายและคำมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักการสากล เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจและการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

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

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มวางรากฐานการบริหารความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน โดยทบทวนประเด็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมประเมินความเหมาะสมของระบบควบคุมที่มีอยู่ ทั้งด้านการดูแลแรงงาน กลไกข้อร้องเรียน และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ ได้ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่คุณค่า โดยพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ทั้งพนักงาน ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า และแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

การระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ	วิธีการระบุความเสี่ยง	ผู้รับผิดชอบ
พนักงาน	ทบทวนแนวปฏิบัติด้านการจ้างงาน สวัสดิการ ชั่วโมงการทำงาน ความปลอดภัยในการทำงาน และการคุ้มครองข้อมูลพนักงาน	สายงานทรัพยากรบุคคล / สายงานกลยุทธ์เทคโนโลยีดิจิทัล / DPO
ชุมชน	ประเมินข้อร้องเรียนและประเด็นผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชนจากการดำเนินงานและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	สายงานกำกับดูแลและความยั่งยืน / สายงานสื่อสารองค์กร
ลูกค้า / ผู้บริโภค	ทบทวนมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าและบริการ ความถูกต้องของข้อมูลสินค้า และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	สายงานการตลาด / สายงานกลยุทธ์เทคโนโลยีดิจิทัล / DPO
คู่ค้า	ทบทวนการปฏิบัติต่อคู่ค้า เงื่อนไขทางการค้า และการคุ้มครองข้อมูลของคู่ค้า	ส่วนงานจัดซื้อจัดจ้าง / ฝ่ายกฎหมาย / DPO
แรงงานของคู่ค้า	ทบทวนวิธีการคัดกรองและประเมินความเสี่ยงด้านแรงงานเด็ก แรงงานบังคับ และความปลอดภัยของแรงงานของคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน	ส่วนงานจัดซื้อจัดจ้าง / คณะทำงานบริหารความเสี่ยง / สายงานกำกับดูแลและความยั่งยืน

ประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

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



การจัดการประเด็นความเสี่ยง มาตรการป้องกัน และมาตรการเยียวยา

บริษัทฯ ได้นำประเด็นดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการบริหารจัดการเพื่อป้องกันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ดังแสดงในตารางการจัดการประเด็นความเสี่ยง มาตรการป้องกัน และมาตรการเยียวยา

ขอบเขต	ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง	ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ	การดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อป้องกัน แก้ไข และเยียวยา
การดำเนินงานของบริษัทฯ	สิทธิแรงงาน		
	การเลือกปฏิบัติในการจ้างงานหรือการปฏิบัติต่อพนักงาน	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดแนวทางและกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ยืดหยุ่น ความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ ในการสรรหา การจ้างงาน การเลื่อนตำแหน่ง และการประเมินผล สื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการไม่เลือกปฏิบัติให้พนักงานและผู้บังคับบัญชาทุกระดับรับทราบ จัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนที่เป็นความลับ พร้อมกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเป็นธรรม ดำเนินการแก้ไขและเยียวยาตามข้อเท็จจริง พร้อมติดตามผลเพื่อป้องกันการเกิดเหตุซ้ำ
	ชั่วโมงการทำงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการของพนักงาน ไม่สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดแนวปฏิบัติด้านการจ้างงาน ค่าจ้าง และสวัสดิการให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงานและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง จัดให้มีระบบบันทึกเวลาการทำงานและการจ่ายค่าตอบแทนที่สามารถตรวจสอบได้ ติดตามและทบทวนการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามข้อกำหนด จัดให้มีช่องทางให้พนักงานสามารถสอบถามหรือร้องเรียนเกี่ยวกับสิทธิแรงงานได้
การดำเนินงานของบริษัทฯ	สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานในสำนักงานและหน้าร้าน	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีแนวทางและมาตรการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่เหมาะสมกับลักษณะงาน ตรวจสอบสภาพแวดล้อมและความพร้อมของสถานที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ สื่อสารแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยให้พนักงานรับทราบ และส่งเสริมการปฏิบัติตามอย่างปลอดภัย จัดให้มีช่องทางแจ้งเหตุหรือรายงานความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
	การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดแนวทางและขั้นตอนการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานในกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลตามหน้าที่ความรับผิดชอบ และควบคุมการใช้ข้อมูลอย่างเหมาะสม ใช้มาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศเพื่อป้องกันการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลโดยมิชอบ สื่อสารแนวปฏิบัติให้พนักงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ และจัดให้มีช่องทางร้องเรียน พร้อมกระบวนการตรวจสอบ แก้ไข และติดตามผล



ขอบเขต	ประเด็นสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง	ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ	การดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อป้องกัน แก้ไข และเยียวยา
การดำเนินงานของบริษัทฯ	สิทธิชุมชน		
	ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานที่อาจกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชน	ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง • ควบคุมและลดผลกระทบจากการใช้พลังงาน การจัดการของเสีย และการใช้ทรัพยากร • ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ • จัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียนจากชุมชน และดำเนินการตรวจสอบ แก้ไข และติดตามผลอย่างเหมาะสม
	สิทธิของลูกค้า		
	สุขภาพและความปลอดภัยในการใช้สินค้าและบริการ	ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง • ตรวจสอบคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานก่อนการจำหน่าย • จัดให้มีระบบรับเรื่องร้องเรียนและการจัดการกรณีสินค้ามีปัญหา
	ข้อมูลสินค้าและบริการที่ไม่ถูกต้องหรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด		<ul style="list-style-type: none"> • ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสินค้า ฉลาก และการสื่อสารทางการตลาด • กำหนดแนวปฏิบัติด้านการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดอย่างรับผิดชอบ
	การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า		<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) • กำหนดมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและควบคุมการเข้าถึงข้อมูล
	สิทธิของคู่ค้า		
การปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างไม่เป็นธรรม หรือการใช้เงื่อนไขทางการค้าที่ไม่เหมาะสม	คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส และไม่เลือกปฏิบัติ ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกจนถึงการดำเนินธุรกิจร่วมกัน • กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขทางการค้าและการชำระเงินที่เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ • ดำเนินกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส และหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ • จัดให้มีช่องทางที่คู่ค้าสามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือข้อกังวลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บริษัทดำเนินการตรวจสอบ แก้ไข และติดตามผลอย่างเหมาะสม 	
การละเมิดข้อมูลทางธุรกิจหรือข้อมูลส่วนบุคคลของคู่ค้า	คู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> • จัดการและใช้ข้อมูลทางธุรกิจและข้อมูลส่วนบุคคลของคู่ค้าให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) • กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลตามหน้าที่ความรับผิดชอบ และควบคุมการใช้ข้อมูลอย่างเหมาะสม • ใช้มาตรการด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศเพื่อป้องกันการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลโดยมิชอบ • จัดให้มีช่องทางที่คู่ค้าสามารถแจ้งเหตุหรือร้องเรียนเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูล เพื่อให้บริษัทดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขอย่างเหมาะสม 	



ขอบเขต	ประเด็นสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง	ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ	การดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อป้องกัน แก้ไข และเยียวยา
การดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทาน	สิทธิแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน		
	การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับในกิจการของคู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> แรงงานในกิจการของคู่ค้า คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าโดยยึดหลักไม่สนับสนุนการใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ พิจารณาประเด็นด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนหนึ่งของการคัดเลือกและประเมินคู่ค้า สื่อสารแนวปฏิบัติและความคาดหวังด้านสิทธิมนุษยชนให้คู่ค้ารับทราบ จัดให้มีช่องทางที่สามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริษัทตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสม
	สุขภาพและความปลอดภัยของแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> แรงงานในกิจการของคู่ค้า คู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าโดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน พิจารณาประเด็นด้านสุขภาพและความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้า ส่งเสริมให้คู่ค้าดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงานและมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง จัดให้มีช่องทางที่สามารถแจ้งเหตุหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของแรงงาน เพื่อให้บริษัทตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขตามความเหมาะสม

ผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

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

การสื่อสารและการจัดฝึกอบรมด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานทางความคิด (Mindset) และการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน โดยกำหนด กลยุทธ์การสื่อสารและการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานของ ICC ดังนี้

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

การส่งเสริมความหลากหลาย ความเสมอภาค และการมีส่วนร่วม (DEI)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความหลากหลาย ความเสมอภาค และการรวมอยู่เป็นส่วนหนึ่ง (Diversity, Equity and Inclusion: DEI) ของพนักงานในองค์กร โดยมุ่งสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดกว้าง เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ ครอบคลุมความแตกต่างของพนักงานในด้านเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา ความพิการ และความคิดเห็นส่วนบุคคล เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างเหมาะสม สามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่ และมีความสุขในการทำงาน รวมถึงได้รับโอกาสในการพัฒนาและเติบโตตามความสามารถอย่างเท่าเทียม

บริษัทฯ มีแนวทางปฏิบัติที่สำคัญดังนี้

- กระบวนการที่เป็นธรรม ครอบคลุมตั้งแต่การสรรหาว่าจ้างที่ไม่ระบุเพศสภาพ การพิจารณาค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม ตลอดจนการสร้างโอกาสในการเติบโตทางอาชีพโดยพิจารณาจากศักยภาพและผลงานเป็นสำคัญ
- อิสระในการแสดงออก ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการแต่งกายตามเพศสภาพและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และความสามารถในเวทีสำคัญระดับองค์กร เช่น การประกวดโครงการนวัตกรรมเครือข่าย
- สร้างพื้นที่ปลอดภัย เช่น ห้องน้ำที่ไม่ระบุเพศสภาพ เพื่อให้พนักงานที่มีความหลากหลาย สามารถเลือกได้อย่างสบายใจและปลอดภัย
- สร้างวัฒนธรรมการยอมรับ เชิดชูเกียรติและยกย่องพนักงานที่เป็นแบบอย่างในการสร้างสรรค์คุณค่าให้แก่ส่วนรวม โดยไม่นำปัจจัยด้านเพศสภาพมาเป็นข้อจำกัด หรือกีดกันอย่างไม่เป็นธรรม

โครงการ BNBM (Be Normal No More)

นับตั้งแต่ในปี 2564 บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าความแตกต่าง คือ พลังแห่งการสร้างสรรค์ จึงได้ริเริ่มสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้าง ผ่านการจัดตั้งกลุ่ม BNBM (Be Normal No More) หรือ Big-Data New Business Model ขึ้นภายในบริษัทฯ ภายใต้การสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเสรีภาพในการสมาคม และเป็นพื้นที่สำหรับพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศในการนำเสนอแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ทางการตลาด

ปัจจุบันกลุ่ม BNBM มีสมาชิกซึ่งมาจากสายงานต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 11 คน และตัวแทนจากบริษัทในเครือฯ เช่น บริษัท ไหมทอง จำกัด จำนวน 1 คน และ บริษัท เบสท์แฟคตอรี เอ้าท์เล็ต จำกัด จำนวน 1 คน โดยมีวาระการประชุมเป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนสมาชิกอย่างต่อเนื่อง เพื่อวางรากฐานการทำงานที่สะท้อนถึงความเท่าเทียมและวัฒนธรรมที่เปิดกว้างขององค์กร

สำหรับพนักงานกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ เฉพาะที่สมัครใจเปิดเผย ในปี 2568 มีจำนวนทั้งสิ้น 41 คน ประกอบด้วย

- | | | | |
|----------------------|-------|----|----|
| • ผู้บริหารระดับสูง | จำนวน | 2 | คน |
| • ผู้บริหารระดับกลาง | จำนวน | 5 | คน |
| • ผู้บริหารระดับต้น | จำนวน | 8 | คน |
| • ระดับปฏิบัติการ | จำนวน | 26 | คน |





กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและการเยียวยา

บริษัทฯ ได้วางระบบการรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการเยียวยาที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อเป็นกลไกในการคุ้มครองและแก้ไขผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ กำหนดขั้นตอนการจัดการข้อร้องเรียนที่เป็นมาตรฐานสากล 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



ขั้นตอนที่ 1: การรับเรื่องร้องเรียน (Whistleblowing & Intake)

เปิดช่องทางแจ้งเบาะแสที่เข้าถึงง่ายสำหรับพนักงาน คู่ค้า และชุมชน เช่น กล่องรับความคิดเห็น อีเมลสายตรงถึงคณะกรรมการตรวจสอบ และระบบออนไลน์ พร้อมนโยบายคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (Non-Retaliation Policy) เพื่อรักษาความลับสูงสุด

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

ขั้นตอนที่ 2: การตรวจสอบข้อเท็จจริง (Investigation & Assessment)

ดำเนินการตรวจสอบโดยคณะทำงานที่เป็นกลาง มีกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน และรักษาความลับของผู้เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อคัดกรองระดับความรุนแรงของประเด็น

ขั้นตอนที่ 3: การพิจารณาเยียวยาและปรับปรุง (Remediation & Improvement)

หากพบการละเมิดจริง บริษัทฯ จะดำเนินการเยียวยาตามความเหมาะสม (เช่น การชดเชยค่าเสียหาย การกล่าวคำขอโทษ หรือการคืนสิทธิ) พร้อมกำหนดมาตรการเชิงรุกเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานป้องกันการเกิดซ้ำ

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

ในปี 2569 บริษัทฯ มีแผนยกระดับการบริหารจัดการประเด็นดังกล่าว โดยบูรณาการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเข้าสู่กระบวนการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กรอย่างเป็นระบบ ผ่านการจัดทำ Risk Register การกำหนดผู้รับผิดชอบความเสี่ยง (Risk Owner) และมาตรการควบคุมที่ชัดเจน พร้อมทั้งพัฒนากระบวนการประเมินคู่ค้าในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน โดยกำหนดเกณฑ์คัดกรองตามระดับความเสี่ยง ครอบคลุมผู้ผลิต ผู้รับจ้างผลิต ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และคู่ค้าวัตถุดิบสำคัญ และดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้ากลุ่มเสี่ยงสูงทั้งในรูปแบบการตรวจสอบเอกสารและการลงพื้นที่ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ

INTEGRATED VALUE CREATION

มุ่งสร้างธุรกิจที่มีคุณค่า

“ICC ไม่ได้มุ่งหวังเพียงการเติบโตทางธุรกิจ หากยังมุ่งสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้คนที่ผ่านสินค้าและบริการที่เชื่อถือได้และตอบโจทย์ความต้องการ เราจึงให้ความสำคัญกับการบริหารห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีความรับผิดชอบและมีประสิทธิภาพ การพัฒนาและคิดสรรสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตลอดจนการดูแลลูกค้าด้วยความใส่ใจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในระยะยาว”





🔗 การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

9. ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบ

- การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน
- การจัดหาอย่างมีความรับผิดชอบ
- การตรวจสอบประเมินในห่วงโซ่อุปทาน
- ความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทานและการตรวจสอบย้อนกลับ
- คุณภาพและการพัฒนาคู่ค้า



8.3, 8.7, 8.8

12.2, 12.5,
12.6, 12.7

13.2



16.6



17.16

ผลกระทบ 	<p>การดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ ของคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของบริษัท ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และคุณภาพของสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้า การดำเนินงานดังกล่าวอาจช่วยสร้างงาน กระจายรายได้ และสนับสนุนการเข้าถึงสินค้าและบริการของคนในสังคม แต่หากการดำเนินงานของคู่ค้าที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานที่ไม่เป็นธรรม การละเมิดสิทธิแรงงาน การก่อมลพิษ และความเสี่ยงด้านคุณภาพหรือความปลอดภัยของสินค้าได้</p>
ความเสี่ยง 	<p>การดำเนินธุรกิจของบริษัท ต้องพึ่งพาเครือข่ายคู่ค้าและผู้ผลิตจำนวนมากในกระบวนการจัดการ การผลิต การขนส่ง และการกระจายสินค้า หากคู่ค้าไม่มีการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค การหยุดชะงักของการจัดหาหรือส่งมอบสินค้า ต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนความเสี่ยงจากการไม่สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อกำหนดของลูกค้าองค์กร หรือมาตรฐานของตลาดสากล ซึ่งอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของบริษัท</p>
โอกาส 	<p>การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนเปิดโอกาสให้บริษัท คัดเลือกและพัฒนาความร่วมมือกับผู้ผลิต และคู่ค้าที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลที่ชัดเจน ตลอดจนขยายพอร์ตสินค้าในกลุ่มที่ตอบโจทย์ตลาดและผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น เช่น สินค้าที่ใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตซึ่งผ่านการรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง แนวทางดังกล่าวอาจช่วยเพิ่มมูลค่าให้สินค้า เสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ สนับสนุนการเข้าถึงโอกาสทางการค้าใหม่ และสร้างความแตกต่างในการแข่งขันให้แก่บริษัท</p>

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ●● สูง ●●● **R** ความเสี่ยง **O** โอกาส **-** ผลกระทบเชิงลบ **+** ผลกระทบเชิงบวก

กระบวนการและเครื่องมือประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้า

เป้าหมายปี 2568:
จัดทำให้แล้วเสร็จผลการดำเนินงาน ปี 2568
อยู่ในระหว่างการจัดทำ

กระบวนการและเครื่องมือการตรวจสอบประเมินคู่ค้าตามระดับความเสี่ยง

เป้าหมายปี 2568:
จัดทำให้แล้วเสร็จผลการดำเนินงาน ปี 2568
อยู่ในระหว่างการจัดทำ

จรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า

เป้าหมายปี 2568: จัดทำให้แล้วเสร็จ

ผลการดำเนินงาน ปี 2568 จัดทำเสร็จแล้ว

โครงสร้างการกำกับดูแล

บริษัทฯ กำหนดให้การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนอยู่ภายใต้โครงสร้างการกำกับดูแลของคณะกรรมการธรรมาภิบาล และการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ทำหน้าที่กำกับติดตามในเชิงนโยบาย และผลักดันการบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล เข้าสู่กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทฯ โดยมอบหมายให้หน่วยงานจัดซื้อและบริหารคู่ค้าเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการพัฒนาแนวทางปฏิบัติในการบริหารจัดการคู่ค้าอย่างเป็นระบบ ร่วมกับหน่วยงานจัดซื้อของแต่ละแบรนด์ เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะสินค้าและบริบทการค้าเน้นธุรกิจของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์

แนวทางการบริหารจัดการ

ในปี 2568 บริษัทฯ อยู่ในระยะเริ่มต้นของการพัฒนากรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยเริ่มดำเนินการจากส่วนงานจัดซื้อกลาง เพื่อวางระบบพื้นฐานสำหรับการกำกับดูแลและประเมินคู่ค้าอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการจัดทำนโยบาย และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาระบบการ เครื่องมือ และเกณฑ์สำหรับการประเมินคู่ค้า ตลอดจนการรวบรวมและจัดการข้อมูลคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนขยายการดำเนินงานและนำกรอบการบริหารจัดการดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในระดับที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นในปี 2569 รวมถึงขยายผลไปยังส่วนงานจัดซื้อของแบรนด์ต่าง ๆ เพื่อยกระดับการบริหารคู่ค้าให้ มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับมาตรฐานการจัดซื้อจัดจ้าง ลดความเสี่ยงด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล และสร้างความร่วมมือระยะยาวกับคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อ ดังนั้น

เป้าหมายที่ 1: ยกระดับคู่ค้าให้ปฏิบัติตามหลัก ESG และจรรยาบรรณธุรกิจ

ภายในปี 2569 คู่ค้าปัจจุบันทั้งหมด (ร้อยละ 100) ลงนามในจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และจัดทำแบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืน (ESG Self-Assessment) ครบถ้วน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถประเมินสถานะ ของคู่ค้าที่ทำธุรกิจโดยตรงกับบริษัทฯ ได้

เป้าหมายที่ 2: ส่งเสริมกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าใหม่ให้มีเกณฑ์มาตรฐานด้านความยั่งยืน

ตั้งแต่ปี 2569 เป็นต้นไป คู่ค้ารายใหม่ทั้งหมด (ร้อยละ 100) ต้องผ่านการประเมินตนเองด้านความยั่งยืน และการประเมิน คุณสมบัติเบื้องต้น (Pre-Qualification: PQ Scorecard) ก่อนเริ่มดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทฯ รวมถึงต้องลงนามในจรรยาบรรณ ธุรกิจสำหรับคู่ค้า และคำประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชันของ ICC

เป้าหมายที่ 3: ลดความเสี่ยงของคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในระดับสูง

ภายในปี 2570 บริษัทฯ จะดำเนินการประเมินระดับความเสี่ยงคู่ค้า และจัดทำแผนติดตามหรือแผนปรับปรุงสำหรับคู่ค้า ที่อยู่ในกลุ่มผ่านแบบมีเงื่อนไข (Conditional Pass) เพื่อให้คู่ค้าปรับสถานะเป็นระดับผ่าน (Pass) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การจัดทำนโยบายและจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน เพื่อกำหนดกรอบการคัดเลือก ประเมิน และติดตามผล การดำเนินงานของคู่ค้าในระดับกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อย ซึ่งครอบคลุมเกณฑ์การพิจารณาทั้งด้านคุณภาพ ราคา ประสิทธิภาพ ในการดำเนินงาน รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เพื่อส่งเสริมให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำ จรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อกำหนดมาตรฐาน การดำเนินงานสำหรับคู่ค้าที่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ แรงงานและสิทธิมนุษยชน ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย การจัดการสิ่งแวดล้อม ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยบริษัทฯ กำหนด ให้คู่ค้ารับทราบและยอมรับแนวปฏิบัติดังกล่าวก่อนเริ่มความร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทฯ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดทำจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้าเสร็จเรียบร้อยแล้ว พร้อมสำหรับการสื่อสารและจัดส่ง ให้คู่ค้าปัจจุบันที่ทำธุรกิจโดยตรงกับบริษัทฯ และใช้ในกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าใหม่ในปี 2569



การคัดเลือกคู่ค้าใหม่

บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้ารายใหม่ต้องผ่านกระบวนการประเมินก่อนผ่านเข้าสู่บัญชีรายชื่อคู่ค้าที่ได้รับการอนุมัติ (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)

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

นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าที่ผ่านการประเมินต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) รวมถึงร่วมประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อยืนยันความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบต่อตลอดห่วงโซ่อุปทาน

การวิเคราะห์และจัดกลุ่มคู่ค้าสำคัญ (Critical Supplier)

บริษัทฯ กำหนดให้มีการวิเคราะห์และระบุคู่ค้าสำคัญ (Critical Suppliers) ที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยครอบคลุมทั้ง คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier-1 Suppliers) และคู่ค้าสำคัญในห่วงโซ่อุปทานที่ไม่ได้ส่งมอบสินค้าหรือบริการให้บริษัทโดยตรง (Critical Non-Tier-1 Suppliers) เพื่อให้สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงและกำกับดูแลคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างเหมาะสม

บริษัทฯ กำหนดเกณฑ์การพิจารณาคู่ค้าสำคัญ ได้แก่ คู่ค้าที่มีมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างอยู่ในกลุ่มร้อยละ 80 แรกของมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างรวม หรือ คู่ค้าที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินธุรกิจ หรือคู่ค้าที่มีจำนวนผู้ขายในตลาดจำกัดและไม่สามารถหาสินค้าหรือบริการทดแทนได้โดยง่าย ทั้งนี้ หากคู่ค้ารายใดเข้าเกณฑ์ตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง บริษัทฯ จะจัดให้คู่ค้าดังกล่าวเป็นคู่ค้าสำคัญ (Critical Suppliers) เพื่อให้สามารถติดตามและกำกับดูแลการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างใกล้ชิด

ในปี 2568 บริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการประเมินและพัฒนาฐานข้อมูลคู่ค้า (Supplier Database) อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้บริษัทฯ ยังไม่สามารถเปิดเผยผลการวิเคราะห์กลุ่มคู่ค้าสำคัญดังกล่าวได้อย่างครบถ้วนในรอบการรายงานนี้ และจะเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวในรายงานปีถัดไป

การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า

บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ของคู่ค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อระบุและจัดลำดับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของคู่ค้า ทั้งในด้านการจัดการผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติต่อแรงงานและสิทธิมนุษยชน ตลอดจนจริยธรรมทางธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยผลการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการบริหารจัดการคู่ค้า การกำหนดมาตรการลดความเสี่ยง การพัฒนาคู่ค้า และการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่

- การใช้แบบประเมินตนเองด้าน ESG (ESG Self-Assessment Questionnaire) ซึ่งมีหัวข้อการประเมินที่สอดคล้องกับข้อกำหนดในจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)
- การประเมินระดับความเสี่ยงคู่ค้า (Supplier Risk Assessment) เพื่อจัดกลุ่มคู่ค้าตามระดับความเสี่ยง และกำหนดมาตรการติดตามหรือควบคุมที่เหมาะสม



บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการและติดตามคู่ค้าตามระดับความเสี่ยง เพื่อให้สามารถกำกับดูแลการดำเนินงานของคู่ค้าได้อย่างเหมาะสม โดยกำหนดระดับความเสี่ยง คะแนนประเมิน และแนวทางการตรวจประเมิน ดังนี้

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

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้า โดยกำหนดหลักเกณฑ์การจัดกลุ่มระดับความเสี่ยงของคู่ค้าและเตรียมแผนการติดตามคู่ค้าที่อยู่ในสถานะผ่านแบบมีเงื่อนไข (Conditional Pass) เพื่อรองรับการดำเนินงานอย่างเป็นระบบในช่วงปี 2569 - 2573 นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาแบบประเมินตนเองด้าน ESG สำหรับคู่ค้า (Supplier ESG Self-Assessment Questionnaire) เพื่อใช้จัดส่งให้กับคู่ค้าปัจจุบันและนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าใหม่ในปี 2569 ทั้งนี้ การสรุปผลการประเมินตามระดับความเสี่ยงและการตรวจประเมินคู่ค้าตามเกณฑ์ ESG Audit ยังอยู่ระหว่างการคัดกรองและรวบรวมข้อมูล เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินงานอย่างเป็นทางการและครอบคลุมมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ปี 2569 เป็นต้นไป

การจัดหาวัตถุดิบอย่างรับผิดชอบ

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

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



แนวทางความร่วมมือดังกล่าวช่วยเสริมสร้างศักยภาพของคู่ค้าให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่านการคัดเลือกวัสดุ เทคโนโลยี และกระบวนการผลิตที่เหมาะสม เพิ่มความแม่นยำด้านคุณภาพ ลดความเสี่ยงด้านต้นทุนหรือ ข้อบกพร่องในการผลิต ตลอดจนเปิดโอกาสให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ผ่านกระบวนการพัฒนาร่วมกัน (Co-development) ระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้า ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในบทการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ

ระยะเวลาเฉลี่ยในการจ่ายเงินให้กับคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่เป็นธรรมและยั่งยืนกับคู่ค้า โดยกำหนดแนวทางการบริหารจัดการการชำระเงินให้แก่คู่ค้าอย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนสภาพคล่องทางการเงินและเสริมสร้างความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ มีการกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินที่ชัดเจนและติดตามระยะเวลาเฉลี่ยในการจ่ายเงินให้แก่คู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การชำระเงินเป็นไปตามข้อตกลงและอยู่ในระยะเวลาที่เหมาะสม แนวทางดังกล่าวช่วยลดภาระด้านกระแสเงินสดของคู่ค้า สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าให้มีความต่อเนื่องเพื่อเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ ในระยะยาว

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





การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

7. ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

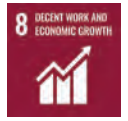
- ผลิตภาพและประสิทธิภาพของพนักงานและกระบวนการทำงาน
- การปรับปรุงกระบวนการ
- การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลเป็นหลัก
- การจัดการคุณภาพ
- เทคโนโลยีในการดำเนินงาน
- การแปลงข้อมูลเป็นดิจิทัลและการจัดการข้อมูล
- การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

8. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อความยั่งยืน

- การออกแบบผลิตภัณฑ์
- การออกแบบที่ครอบคลุมและเข้าถึงได้
- นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์
- การเลือกใช้วัสดุ
- การสร้างแบรนด์และการบริหารจัดการแบรนด์
- การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา



7.3



8.2, 8.3



9.4



12.2, 12.5



13.2, 13.3

ผลกระทบ



การยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและการประยุกต์ใช้นวัตกรรมมีผลต่อพนักงาน ลูกค้า และสิ่งแวดล้อม โดยอาจช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน ลดความซ้ำซ้อน และสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน ระบบดิจิทัลหรือรูปแบบสินค้าและบริการ อาจทำให้พนักงานบางกลุ่มต้องปรับตัว ทักษะเดิมบางส่วนอาจไม่สอดคล้องกับลักษณะงานที่เปลี่ยนไป และอาจเกิดความกังวลหรือความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงโอกาสพัฒนาทักษะ ลูกค้าบางกลุ่มโดยเฉพาะผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี เข้าถึงสินค้าและบริการได้ยากขึ้น หรือก่อให้เกิดผลกระทบด้านทรัพยากรและของเสียเพิ่มเติม หากนำวัสดุ เทคโนโลยี หรือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่มาใช้โดยไม่ได้นำถึงผลกระทบต่ออย่างรอบด้าน

ความเสี่ยง



หากบริษัท ไม่สามารถพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานและประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลงเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่มีสินค้าใหม่ บริการที่ตอบโจทย์มากกว่า หรือช่องทางดิจิทัลที่เข้าถึงลูกค้าได้มีประสิทธิภาพกว่า นอกจากนี้ การดำเนินงานที่ขาดประสิทธิภาพอาจก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้น รวมถึงความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการสินค้า เช่น การวางแผนสต็อกที่ไม่แม่นยำ ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาสินค้าล้นคลังหรือสินค้าขาดตลาด และส่งผลกระทบต่อรายได้ ต้นทุนการเก็บรักษา และโอกาสในการขาย

โอกาส



การยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานควบคู่กับการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้บริษัท เพิ่มมูลค่าและความแตกต่างของสินค้าและบริการได้มากขึ้น ทั้งในด้านการคัดเลือกสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ วัสดุ และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนการใช้ข้อมูลและเครื่องมือดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปรับกลยุทธ์ได้อย่างแม่นยำมากขึ้น แนวทางดังกล่าวยังสนับสนุนการต่อยอดบริการด้านการจัดจำหน่ายและช่องทาง omnichannel การขยายฐานลูกค้า การสร้างรายได้ใหม่ และการเสริมความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว



จำนวนผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสะสม ตั้งแต่ปี 2568

เป้าหมายปี 2568: อย่างน้อย 5 รายการ

เป้าหมายปี 2573: อย่างน้อย 10 รายการ

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

5

รายการ

จำนวนผลิตภัณฑ์จากวัสดุที่ยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายปี 2568: อย่างน้อย 300 SKU

เป้าหมายปี 2573: อย่างน้อย 1,500 SKU

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

454

SKUs

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาสินค้า บริการ และกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ด้วยลักษณะธุรกิจของบริษัทฯ ที่ดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายคู่ค้าและแบรนด์ที่หลากหลาย บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการคัดเลือก นำมาประยุกต์ใช้ และต่อยอดนวัตกรรมร่วมกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ คล่องตัว และรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ดียิ่งขึ้น แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการเติบโตโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เสริมศักยภาพการทำงานด้วยเทคโนโลยี และสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างแท้จริง

นอกจากนี้ บริษัทฯ นำค่านิยมด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (New Creation) มาเป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานที่เปิดรับแนวคิด วิธีการ และเครื่องมือใหม่อย่างเหมาะสม พร้อมเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงศักยภาพและมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางการทำงานอย่างสร้างสรรค์ ควบคู่กับการนำข้อมูลมาใช้ประกอบการตัดสินใจ การเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงาน และการทบทวนวิธีปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวมากขึ้น ลดความซ้ำซ้อน และรองรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม อันเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรในระยะยาว

โครงสร้างการกำกับดูแล

เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเป็นไปอย่างมีระบบ บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) ซึ่งทำหน้าที่กำหนดทิศทาง อนุมัติแผนงาน และติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ โดยพิจารณาทั้งความเสี่ยง โอกาสทางธุรกิจ และทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงของตลาด และมอบหมายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบริหารการตลาด และประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานขายและบริหารแบรนด์ ทำหน้าที่กำกับทิศทางการดำเนินงานในภาพรวม วางแผนและติดตามความก้าวหน้าของโครงการ ตลอดจนประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน พร้อมรายงานผลต่อที่ประชุมคณะผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและการพัฒนาแนวทางดำเนินงานในระยะถัดไป

สายงานบริหารแบรนด์และการตลาดเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยผู้บริหารส่วนงานบริหารแบรนด์ (Brand Management Director) รับผิดชอบกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ ความต้องการของตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงศึกษา วิเคราะห์ และติดตามแนวโน้มตลาด ข้อมูลการแข่งขัน และข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเป็นระบบ รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการวิจัย การออกแบบ และเทคโนโลยี เพื่อเสริมความครบถ้วน ทันท่วงที และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานจะถูกรายงานต่อผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคให้แก่ผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้านอายุ เพศ สรีระ และความต้องการที่แตกต่างกัน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ ควบคู่กับการคำนึงถึงคุณภาพ ความปลอดภัยของผู้บริโภค และแนวคิดการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้า สร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ

กลยุทธ์การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนานวัตกรรมภายใต้กรอบ การบริหารจัดการนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Innovation Management) ที่เชื่อมโยงและสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรตลอดห่วงโซ่คุณค่า (End-to-End Value Chain) โดยแบ่งรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ **นวัตกรรมแบบปิด (Closed Innovation)** ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ภายในองค์กร ผ่านการทำงานร่วมกันของทีมงานข้ามสายงาน อาทิ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายการตลาด โรงงาน และฝ่ายจัดซื้อ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในอนาคต ควบคู่กับการสร้างโอกาสในการขยายตลาดใหม่ และ**นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation)** โดยร่วมมือกับองค์กรภายนอก ได้แก่ พันธมิตรธุรกิจและคู่ค้า เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึก องค์กรความรู้ เทคโนโลยี และทรัพยากรที่ช่วยเร่งการพัฒนานวัตกรรม

โดยนวัตกรรมทั้ง 2 รูปแบบนี้ มีกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 3 ประการ ได้แก่

1. พัฒนาและวิจัยข้อมูลเชิงลึก

บริษัทฯ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าและผู้บริโภค (Customer & Consumer Insights) รวมถึงแนวโน้มตลาดและอุตสาหกรรม เทคโนโลยี และปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน เพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงลึกและคัดเลือกแนวคิดที่มีศักยภาพ ก่อนพัฒนาเป็นโครงการนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยมีการนำ Digital & AI Enablement มาช่วยสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า (Data & Customer Analytics) เพื่อใช้ในการคาดการณ์แนวโน้มและความต้องการในอนาคต เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านฟังก์ชันการใช้งาน รูปลักษณ์ ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่า

2. วิเคราะห์และสร้างโอกาสสู่ตลาดใหม่

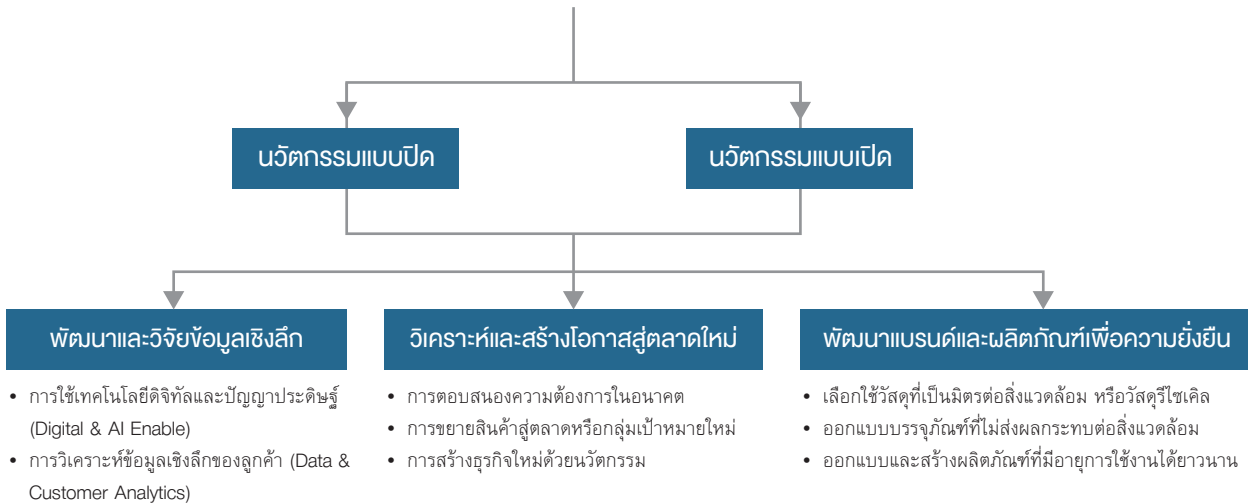
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต โดยใช้แนวคิดการพัฒนานวัตกรรมที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางและมุ่งตอบโจทยอนาคต (Customer-centric & Future-oriented Innovation) เป็นแกนหลัก ตั้งแต่การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototyping) การทดสอบและประเมินผล ไปจนถึงการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่เชิงพาณิชย์ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มาตรฐาน และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการมุ่งสร้างโอกาสในการขยายตลาดและต่อยอดธุรกิจใหม่ด้วยนวัตกรรม เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่และสนับสนุนการเติบโตทางการเงิน

3. พัฒนาแบรนด์และผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ มองเห็นแนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจจากการพัฒนาแบรนด์และผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดด้าน ESG และความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวครอบคลุมการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและวัสดุทางเลือกที่ช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การลดปริมาณและเพิ่มประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการใช้วัสดุรีไซเคิล ตลอดจนการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิด Eco-design เพื่อยืดอายุการใช้งานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว



กลยุทธ์การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ



นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในปี 2568

บริษัทฯ ได้พัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจำนวนทั้งสิ้น 5 รายการในปี 2568 ซึ่งมากกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ได้แก่ ชุดเด็กอองฟองต์ กระดาษเช็ดหน้าอองฟองต์ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง BSC Authentiq Collection ชุดชั้นใน BSC LINGERIES และโครงการ I C LAB การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เพียงช่วยสร้างรายได้ให้แก่บริษัทฯ แต่ยังส่งเสริมความตระหนักรู้ของผู้บริโภคในด้านการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Sustainable Product) โดยปรับกระบวนการผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน Green Label จำนวน 454 SKU ในกลุ่มเสื้อผ้า ซึ่งสามารถทำได้มากกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ และมีแผนขยายการพัฒนาไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นเพิ่มเติมในระยะ 5 ปีข้างหน้า

บริษัทฯ จำแนกการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั่วไป และ 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านความยั่งยืน ตัวอย่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในปี 2568 มีดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั่วไป

• ชุดเด็กอองฟองต์ Cotton Aloe Vera & Vitamin E

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



- กระดาษเช็ดหน้าอองฟองต์ (ENFANT Extra Soft Moisture Facial Tissue)

ผลิตภัณฑ์ กระดาษเช็ดหน้า 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

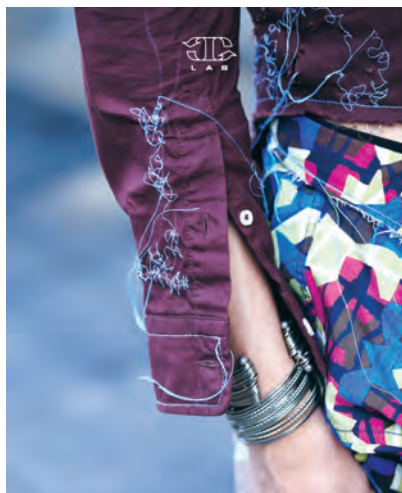


2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านความยั่งยืน

- โครงการ “งานทดลอง” I C LAB

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

เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว I C LAB ได้นำสินค้าคงคลังประเภทเสื้อผ้าที่มีอายุประมาณ 4 ปี เข้าสู่กระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative Redesign) ซึ่งแนวคิดหลักไม่ใช่การรีไซเคิลหรือการนำเสื้อผ้าที่ไม่ได้ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำในรูปแบบเดิม แต่เป็นการออกแบบใหม่ ภายใต้มาตรฐานการผลิตที่สูงขึ้นเพื่อเป็นการยกระดับคุณค่าและอัตลักษณ์ของสินค้าเดิม เพิ่มมิติด้านศิลปะงานกราฟต์ และความร่วมมือ ปี 2568 เป็นปีแรกของโครงการความร่วมมือระหว่างแบรนด์ I C LAB และ บริษัท ไหมทอง จำกัด โดย I C LAB ทำหน้าที่เป็นแบรนด์หลักในการกำหนดแนวคิดการออกแบบ การพัฒนาคอลเลคชั่น และการควบคุมคุณภาพสินค้า ขณะที่บริษัท ไหมทอง จำกัด ซึ่งเป็นคู่ค้าของบริษัทฯ ด้านการตัดเย็บและกระบวนการผลิต ได้ใช้ความเชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและการผลิตเสื้อผ้า ร่วมกันพัฒนาสินค้าให้สามารถนำวัสดุเหลือใช้และวัสดุรีไซเคิลมาประยุกต์ใช้และผสมผสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสียจากกระบวนการผลิต และเพิ่มอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์



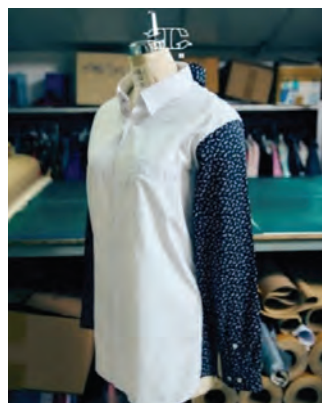


I C LAB ใช้ความร่วมมือระหว่างทีมออกแบบภายในและภายนอกองค์กรในการพัฒนาแนวคิดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำองค์ประกอบและแนวคิดจากแบรนด์ต่าง ๆ ของบริษัทฯ มาผสมผสานและพัฒนาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ Capsule Collection ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่เป็นงานทำมือจึงมีรายละเอียดที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละชิ้นงาน นอกจากนี้ I C LAB ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดการออกแบบอเนกประสงค์เพื่อลดการเกิดขยะและของเสีย เช่น การออกแบบไม้แขวนเสื้อที่สามารถพับและนำกลับมาใช้เป็นกล่องบรรจุสินค้า เพื่อลดการใช้วัสดุเพิ่มเติมและลดการเกิดขยะจากบรรจุภัณฑ์ และเลือกใช้วัสดุจากกระดาษรีไซเคิลและวัสดุจากไม้ที่คำนึงถึงความยั่งยืน



การดำเนินโครงการ I C LAB แสดงถึงแนวทางของบริษัทฯ ในการต่อยอดทรัพยากรเดิมผ่านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มควบคู่กับการส่งเสริมความยั่งยืน โดยผลลัพธ์ของโครงการไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เท่านั้น แต่ยังนำไปสู่ประโยชน์ในหลายมิติทั้งต่อบริษัทฯ คู่ค้า ลูกค้า และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

<p>ประโยชน์ที่เกิดขึ้น ต่อบริษัทฯ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ช่วยบริหารจัดการสินค้าคงค้างและวัสดุคงเหลือให้เกิดประโยชน์และมูลค่าที่มากขึ้น ด้วยการนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ และสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากขึ้น • เสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ให้มีความทันสมัย เปิดรับนวัตกรรม และเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์เข้ากับคามยั่งยืน • เป็นต้นแบบของการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงจากภายในองค์กร ผ่านการบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนเข้ากับการออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริหารทรัพยากร • ช่วยเสริมสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ของแบรนด์ในฐานะผู้ขับเคลื่อนแฟชั่นนวัตกรรมและแฟชั่นยั่งยืนในภูมิภาคเอเชีย • สร้างโอกาสในการต่อยอดองค์ความรู้และรูปแบบการทำงานใหม่ร่วมกันระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า
<p>ประโยชน์ที่เกิดขึ้น ต่อลูกค้าและพนักงาน ของลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างรายได้เพิ่มให้แก่บริษัท ไทยทอง จำกัด ประมาณ 170,645 บาท ภายในระยะเวลา 3 เดือน • สร้างรายได้เพิ่มเติมให้พนักงานประมาณร้อยละ 8-12 ต่อเดือนจากรายได้ประจำ ระหว่างการดำเนินโครงการ • ส่งเสริมการพัฒนาทักษะและศักยภาพของพนักงานบริษัท ไทยทอง จำกัด จำนวน 15 คน ให้มีการยกระดับทักษะฝีมือ (Upskill) และเพิ่มขีดความสามารถ (Reskill) เพื่อรองรับการผลิตเชิงคุณภาพ อาทิ พัฒนาทักษะด้านการตัดเย็บในลักษณะงานห้องเสื้อชั้นสูง (Haute Couture) ที่ต้องอาศัยความประณีตและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน • เปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบและการทำแพทเทิร์นจากดีไซเนอร์ของ I C LAB • พัฒนาทักษะของทีมงานและช่างตัดเย็บในการทำงานกับวัสดุทางเลือกและวัสดุเหลือใช้ ช่วยยกระดับความเชี่ยวชาญและรองรับรูปแบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต
<p>ประโยชน์ที่เกิดขึ้น ต่อลูกค้า / ผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มทางเลือกของสินค้าคุณภาพที่ผสานความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดความยั่งยืนเข้าด้วยกันอย่างมีเอกลักษณ์ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและจับต้องได้ผ่านตัวสินค้า • ส่งเสริมการรับรู้เรื่องการบริโภคอย่างรับผิดชอบ และสนับสนุนการเติบโตของตลาดแฟชั่นยั่งยืนในระยะยาว
<p>ประโยชน์ที่เกิดขึ้น ต่อสิ่งแวดล้อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ลดการใช้วัสดุดิบใหม่และลดปริมาณขยะจากอุตสาหกรรมแฟชั่น ด้วยการนำวัสดุและสินค้าคงค้างกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ สนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) • ลดการใช้ทรัพยากรจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการเลือกใช้วัสดุจากกระดาษรีไซเคิลและวัสดุจากไม้ที่คำนึงถึงความยั่งยืน รวมถึงการนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้หลังการใช้งาน • สนับสนุนการบริหารจัดการการใช้น้ำและสารเคมีอย่างมีประสิทธิภาพ





- ชุดชั้นในจากเส้นใยรีไซเคิล - BSC LINGERIE “ECO Embrace – Sustainable Sexy”

แบรนด์ BSC LINGERIE ได้ร่วมมือกับ บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งเป็นคู่ค้าผู้ผลิตสินค้าในการพัฒนาคอลเลกชัน “ECO Embrace – Sustainable Sexy” ที่ผสานแนวคิดแฟชั่นยั่งยืนเข้ากับกรออกแบบผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือดังกล่าว บริษัทฯ มีบทบาทในการกำหนดแนวคิดด้านสินค้าและกลยุทธ์การตลาด ขณะที่บริษัท ภัทยาอุตสาหกรรม จำกัด รับผิดชอบด้านการออกแบบทางเทคนิคและการคิดสรรวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำเส้นใยรีไซเคิล (Recycled Nylon) ที่แปรรูปจากเศษตัดเย็บเหลือใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า

ส่วนผสมเส้นใยประกอบด้วย Recycled Post-Consumer Polyamide (Nylon) ร้อยละ 32 Elastane (Spandex) ร้อยละ 10 และ Polyester ร้อยละ 5 โดยวัสดุรีไซเคิลที่ใช้ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน Global Recycled Standard (GRS) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ใช้ตรวจสอบและติดตามวัสดุรีไซเคิลตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมกำหนดข้อกำหนดด้านการตรวจสอบย้อนกลับ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการควบคุมการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต มาตรฐานดังกล่าวจึงช่วยยืนยันได้ว่าวัสดุรีไซเคิลที่นำมาใช้มีแหล่งที่มาที่สามารถตรวจสอบได้ และผ่านกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อคนและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น



คอลเลกชัน “ECO Embrace – Sustainable Sexy” ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยประยุกต์ใช้แนวคิด Sustainable Fashion Innovation ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเรียบหรู ทันสมัย และสื่อคุณค่าที่เชื่อมโยงกับความยั่งยืน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y (อายุ 27-45 ปี) ซึ่งให้ความสำคัญกับไลฟ์สไตล์ คุณภาพของสินค้า และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงเลือกใช้เส้นใยรีไซเคิลที่แปรรูปจากเศษตัดเย็บเหลือใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ผ่านกระบวนการคัดแยกและปั่นใหม่เป็นเส้นใยคุณภาพ ก่อนนำมาถักทอเป็นผ้าลูกไม้สำหรับการผลิตสินค้า โดยยังคงคุณสมบัติด้านความนุ่ม น้ำหนักเบา และความยืดหยุ่น ทั้งนี้ คอลเลกชันดังกล่าวสามารถสร้างผลตอบแทนเชิงพาณิชย์ได้ และสะท้อนถึงศักยภาพของการพัฒนาสินค้าที่ผสานแนวคิดด้านความยั่งยืน เข้ากับการออกแบบให้สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

<p>ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อบริษัทฯ</p>	<ul style="list-style-type: none"> สร้างรายได้จากคอลเลกชัน โดยมียอดขายคิดเป็นร้อยละ 2.27 ของยอดขายรวมในปี 2568 หรือประมาณ 2.2 ล้านบาท จากยอดขายรวม 88.8 ล้านบาท เสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ในการพัฒนาสินค้าโดยใช้นวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับแนวคิดด้านความยั่งยืน สนับสนุนการขายพอร์ตสินค้าที่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าใหม่
<p>ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับรายได้จากการมีส่วนร่วมในโครงการ และมีโอกาสต่อยอดสู่การพัฒนาสินค้าในกลุ่มแพชั่นนวัตกรรมและแฟชั่นยั่งยืนมากขึ้น ได้แสดงศักยภาพด้านพัฒนาวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีมาตรฐานระดับสากล
<p>ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อลูกค้า / ผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าที่เชื่อมโยงกับแนวคิดความยั่งยืน สนับสนุนการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคอย่างรับผิดชอบผ่านตัวสินค้า
<p>ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ด้วยการเลือกใช้วัสดุรีไซเคิล ลดขยะ ของเสีย และผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้าแบบเดิม

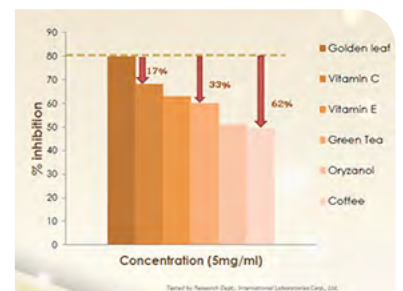
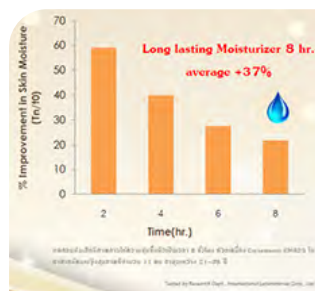
• นวัตกรรมเครื่องสำอาง “BSC Authentiq Collection”

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

เทคโนโลยีดังกล่าวถูกนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์กลุ่ม BSC Authentiq Collection ซึ่งมีสารสำคัญ Golden Liana BG สกัดจากพืช “ย่านดาไอ้ะ” (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 โดยผลการทดสอบพบว่าสามารถเพิ่มระดับความชุ่มชื้นของผิวได้เฉลี่ยประมาณร้อยละ 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 ได้รับ รางวัลยอดเยี่ยม, ควอลิตี้ อวอร์ด ประจำปี พ.ศ. 2568 สาขาผลิตภัณฑ์สุขภาพดีเด่นประเภทนวัตกรรม จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ





การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยนวัตกรรม

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ รองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด และสนับสนุนการเติบโตในระยะยาว โดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และแนวทางการทำงานที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มความคล่องตัว ความแม่นยำ และความสำเร็จของกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงสนับสนุนการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่มีคุณภาพ นอกจากนี้แนวทางดังกล่าวยังสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสม

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายระยะยาวภายในปี 2573 ในการลดต้นทุนการดำเนินงานจากกระบวนการที่ซ้ำซ้อนลงอย่างน้อยร้อยละ 10 และลดระยะเวลาการดำเนินงานในกระบวนการหลักลงร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของกระบวนการในปีฐาน 2568 เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวม

ปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ในระหว่างการรวบรวมข้อมูลกระบวนการทั้งหมดภายในองค์กรและพัฒนาแนวทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้มีความชัดเจนและเป็นระบบมากขึ้น บริษัทฯ มอบหมายให้หน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และหน่วยงานด้านทรัพยากรบุคคลเป็นกลไกสนับสนุนสำคัญที่เชื่อมโยงการดำเนินงานกับทุกหน่วยงานทั่วทั้งองค์กร และมีบทบาทโดยตรงในการผลักดันการปรับปรุงประสิทธิภาพภายในอย่างต่อเนื่อง

- **หน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** มีบทบาทในการสนับสนุนและพัฒนาระบบสารสนเทศ เครื่องมือดิจิทัล และเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน และสนับสนุนการเข้าถึงข้อมูลเพื่อใช้ในการดำเนินงานและการตัดสินใจของหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงดูแลด้านความมั่นคงปลอดภัยของเครือข่ายและเทคโนโลยีสารสนเทศ
- **หน่วยงานด้านทรัพยากรบุคคล** มีบทบาทในการพัฒนาทักษะและสมรรถนะของพนักงานให้สอดคล้องกับแนวทางการทำงานที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ด้วยการฝึกอบรม การพัฒนาองค์ความรู้ และการส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การปรับตัว และการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามสายการบังคับบัญชา ผ่านกลไกการบริหารจัดการภายใน เช่น การรายงานผลการดำเนินงานของหน่วยงาน การประชุมติดตามความคืบหน้า และการทบทวนผลการดำเนินงานตามรอบระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการประกอบการปรับปรุงกระบวนการทำงาน แก้ไขประเด็นที่พบ และยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการพัฒนาในทุกมิติเพื่อยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์กรในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ดังนี้

1. ยกระดับกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ

ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน และรองรับการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาอย่างเป็นระบบ การลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และการปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานให้เชื่อมโยงกันมากขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพของผลลัพธ์ในการดำเนินงาน

2. เสริมความแม่นยำในการบริหารผลิตภัณฑ์และบริการ

พัฒนากระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือก วางแผน และบริหารผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความเหมาะสมและแม่นยำยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ลักษณะของสินค้า และบริบทของแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อสนับสนุนการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ลดความคลาดเคลื่อนในการวางแผน และช่วยให้การบริหารจัดการในกระบวนการที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. พัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

พัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยี และช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยมุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาศักยภาพในการทำงาน และการสร้างความพร้อมของบุคลากรในทุกกระดับ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรและรองรับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม

4. ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีและข้อมูล

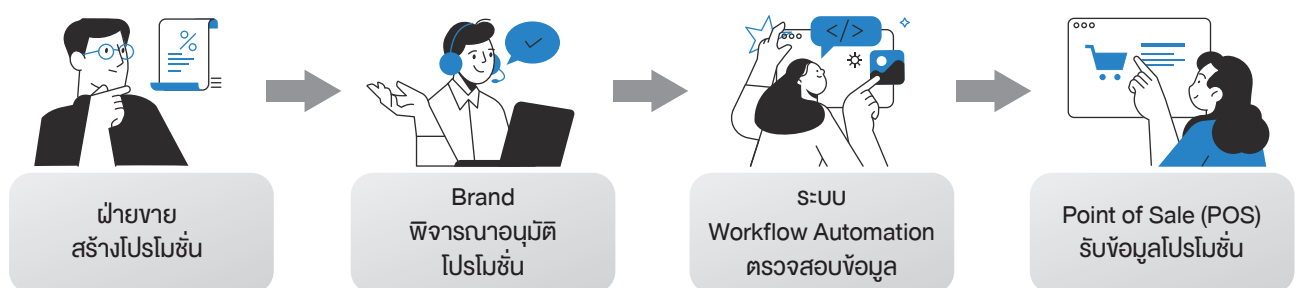
นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการบริหารจัดการข้อมูลมาใช้เป็นกลไกสนับสนุนการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความรวดเร็ว ความถูกต้อง แม่นยำ และความต่อเนื่องของกระบวนการทำงาน ตลอดจนการเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในองค์กรและระหว่างหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า คู่ค้า และพันธมิตรธุรกิจ เพื่อประโยชน์ในการวางแผน การติดตามผล และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบอัตโนมัติ และนวัตกรรมดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน เพิ่มความรวดเร็วและความถูกต้องของข้อมูล ตลอดจนบริหารการใช้ทรัพยากรบุคคลอย่างเหมาะสม แนวทางดังกล่าวครอบคลุมทั้งกระบวนการที่ต้องอาศัยการประสานงานระหว่างหลายหน่วยงาน งานที่มีลักษณะทำซ้ำ และกระบวนการจัดการข้อมูลภายในระบบขององค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการควบคุมต้นทุน ตัวอย่างความสำเร็จในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานมีดังนี้

- ระบบ Workflow Automation

บริษัทฯ ได้นำระบบ Workflow Automation มาใช้เพื่อเชื่อมโยงระบบงานที่เกี่ยวข้องและปรับกระบวนการทำงานบางส่วนให้เป็นอัตโนมัติ โดยเฉพาะกระบวนการส่งข้อมูลไปรษณีย์จากสำนักงานใหญ่ไปยังระบบจุดขายหน้าร้าน (POS) ซึ่งเดิมต้องดำเนินการด้วยเจ้าหน้าที่ผ่านการคลิกสั่งงาน และมีความเสี่ยงต่อความล่าช้าและและความผิดพลาดจากการจัดการข้อมูลด้วยมือ ระบบดังกล่าวช่วยจัดลำดับขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบตั้งแต่การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจนถึงการส่งข้อมูลเข้าสู่ระบบ POS โดยอัตโนมัติ ส่งผลให้ระยะเวลาการดำเนินงานลดลงจากประมาณ 5 นาที เหลือ 1 นาที พร้อมทั้งลดการพึ่งพาการดำเนินงานด้วยคน และรองรับการทำงานอย่างต่อเนื่องได้ตลอด 24 ชั่วโมง การนำระบบอัตโนมัติมาใช้อีกช่วยเพิ่มความต่อเนื่องของกระบวนการทำงาน ความถูกต้องและความสม่ำเสมอของข้อมูล ความสามารถในการตรวจสอบย้อนหลัง ตลอดจนสนับสนุนการจัดสรรทรัพยากรบุคคลไปสู่ภารกิจที่มีมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

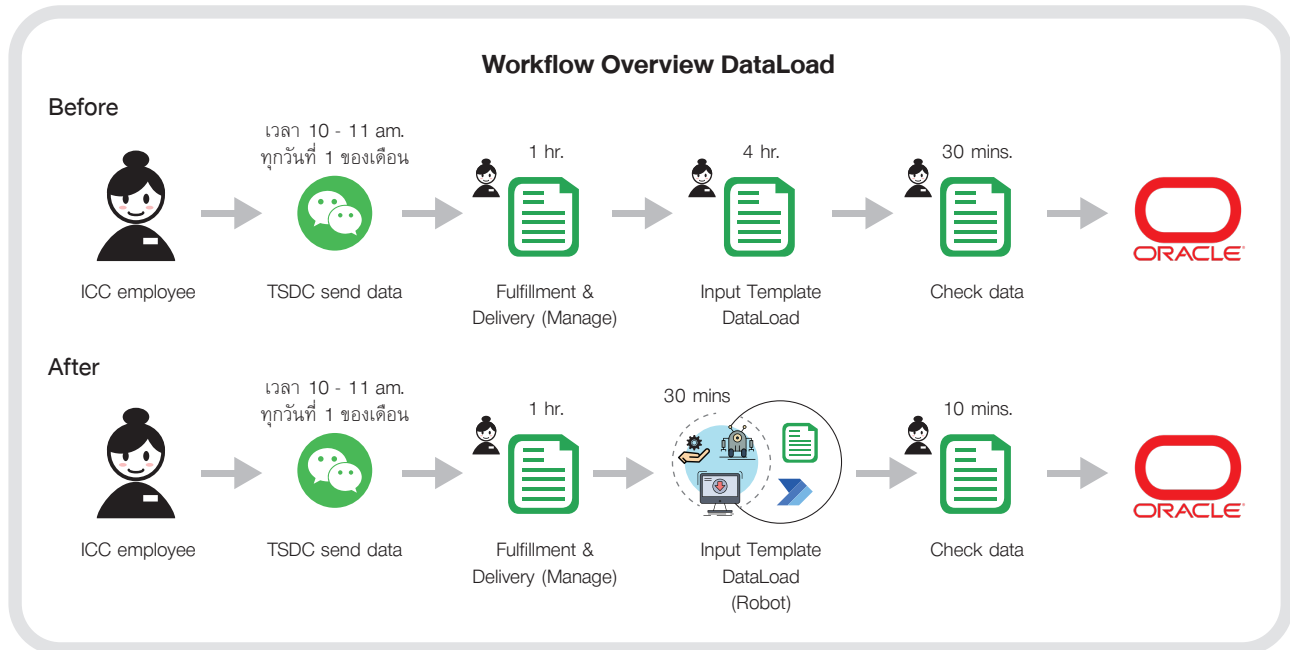


- เทคโนโลยี RPA (Robotic Process Automation)

บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยี RPA (Robotic Process Automation) ร่วมกับ AI มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการนำเข้าข้อมูล (Data Load) เข้าสู่ระบบ Oracle ซึ่งเดิมเป็นขั้นตอนที่ต้องอาศัยการดำเนินงานด้วยบุคลากรจำนวน 1 คน สำหรับการจัดเตรียมและบันทึกข้อมูลผ่าน Input Template Data Load และใช้เวลาค่อนข้างมากในการดำเนินงาน การนำระบบอัตโนมัติมาช่วยลดระยะเวลาการทำงานจากประมาณ 5 ชั่วโมงต่อครั้ง เหลือประมาณ 40 นาทีต่อครั้ง พร้อมทั้งลดการพึ่งพาการดำเนินงานด้วยคนในขั้นตอนดังกล่าวลงสู่รูปแบบอัตโนมัติที่สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง



การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยเพิ่มความเร็ว ความแม่นยำ และความสม่ำเสมอของข้อมูล ลดความเสี่ยงจากข้อผิดพลาดที่อาจเกิดจากการปฏิบัติงานด้วยคน และสนับสนุนให้กระบวนการแล้วเสร็จตามกรอบเวลาที่กำหนดได้อย่างสม่ำเสมอ ขณะเดียวกันยังช่วยให้พนักงานสามารถนำเวลาไปใช้กับงานที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เช่น การตรวจสอบ วิเคราะห์ข้อมูล และการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ซึ่งมีส่วนสนับสนุนการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวม



จากการปรับปรุงกระบวนการดังกล่าว บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนด้านแรงงานที่เกี่ยวข้องกับงานเชิงธุรการและงานซ้ำซ้อนได้เฉลี่ยประมาณ 30,000–70,000 บาทต่อเดือน อันเป็นผลจากการลดการใช้กำลังคนและชั่วโมงการทำงานในกระบวนการหลัก โดยระบบที่นำมาใช้สามารถลดภาระงานได้ในระดับใกล้เคียงกับการใช้กำลังคนเต็มเวลา 1 อัตรา ทั้งนี้ ตัวเลขดังกล่าวเป็นการประมาณการเชิงบริหาร ซึ่งพิจารณาจากภาระงานและชั่วโมงการทำงานก่อนและหลังการนำระบบอัตโนมัติมาใช้ ประกอบกับอัตราต้นทุนแรงงานเฉลี่ยต่อพนักงาน รวมถึงการลดงานซ้ำซ้อนและค่าใช้จ่ายแฝงที่เกี่ยวข้อง โดยมีได้หมายรวมถึงการปรับลดอัตราค่าจ้างพนักงาน และยังไม่วมผลประหยัดจากต้นทุนทางอ้อมในด้านอื่น

การสร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมภายในองค์กร

บริษัทฯ มุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานในฐานะผู้มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรและการสร้างคุณค่าในระยะยาว แนวทางดังกล่าวครอบคลุมการสนับสนุนให้พนักงานได้เรียนรู้ พัฒนาแนวคิด เปิดพื้นที่ให้แสดงศักยภาพ และต่อยอดความรู้ด้านนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงการทำงานและพัฒนาผลงานได้อย่างเหมาะสม ในปี 2568 บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานดังนี้

- CHAIRMAN AWARD 2025





บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานส่งผลงานนวัตกรรมเข้าร่วมประกวดบนเวที CHAIRMAN AWARD 2025 ในการประกวดนวัตกรรมหรือสหพัฒน์ ประจำปี 2568 ครั้งที่ 21 ซึ่งจัดขึ้นภายในงานสทริปแฟร์ ครั้งที่ 29 โดยการพิจารณารางวัลครอบคลุมประโยชน์ของนวัตกรรมในหลายมิติ ได้แก่ ประโยชน์ต่อบริษัทเจ้าของผลงาน ประโยชน์ต่อบริษัทในเครือ และประโยชน์ต่อสังคม ทั้งนี้ แบนด์ BSC Cosmetology ได้รับรางวัลชนะเลิศด้านนวัตกรรมในสาขา Sales and Marketing จากผลงาน “Fandom Power: พลิกเกมการตลาดด้วยพลังแฟนคลับ” จากการพัฒนากลยุทธ์การตลาด ภายใต้ชื่อ “Freedom Marketing” (การตลาดแห่งอิสระภาพ)

กลยุทธ์ดังกล่าวได้ออกแบบมาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในชุมชน (Community) และวัฒนธรรมแห่งอิสระภาพ (Freedom Culture) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากกว่าการสื่อสารการตลาดในรูปแบบดั้งเดิม โดยแบรนด์ได้นำแนวคิดการสร้างเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้บริโภค (Emotional Connection) ผสานกับการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Marketing) มาใช้ในการวางกลยุทธ์และออกแบบกิจกรรมทางการตลาด

แบรนด์มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้าผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น การพบปะเฉพาะกลุ่มสำหรับสมาชิกหรือแฟนคลับ การจัดกิจกรรมชั่วคราว (Pop-Up Event) และการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนจากการรับรู้หรือความสนใจไปสู่การตัดสินใจซื้อจริง ขณะเดียวกันยังช่วยลดต้นทุนด้านการโฆษณาผ่านการใช้น้ำหนักที่ผู้บริโภคสร้างขึ้นเอง เช่น การรีวิวสินค้าและการเผยแพร่ประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการใช้บุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย (Key Opinion Leader: KOL) ควบคู่กับการสร้างประสบการณ์ที่ส่งเสริมความผูกพันและความภักดีต่อแบรนด์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์อย่างแท้จริง

• โครงการ “งานใหม่ใกล้ฉัน”

บริษัทฯ ส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านนวัตกรรมโดยเปิดโอกาสให้พนักงานจากทุกสายงานได้มีส่วนร่วมในการทดลองแนวคิดใหม่และเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง ผ่านโครงการ “งานใหม่ใกล้ฉัน” ซึ่งมุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ การสื่อสารกับผู้บริโภค และการนำเสนอสินค้าในรูปแบบใหม่ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ของตนเอง แนวทางดังกล่าวช่วยเปิดพื้นที่ให้พนักงานได้พัฒนาแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ ทักษะด้านการตลาดดิจิทัล และความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทของช่องทางการขายสมัยใหม่

ในปี 2568 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 7.42 ของพนักงานทั้งหมด และในจำนวนนี้สามารถพัฒนาต่อยอดเป็น Affiliate ได้ 21 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.13 ของผู้เข้าร่วมโครงการ โดยกลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ กลุ่มเครื่องสำอาง สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าแฟชั่น ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม ถึง 10 ธันวาคม 2568 โครงการสามารถสร้างยอดขายรวม (GMV) จากการไลฟ์สดได้ทั้งสิ้น 546,084 บาท ขณะที่พนักงานที่เข้าร่วมโครงการได้รับค่าคอมมิชชั่นในอัตราเฉลี่ยตามมาตรฐานของแพลตฟอร์ม TikTok

เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างแรงจูงใจในการทดลองแนวทางใหม่ บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรม ICC Live Challenge 2025 เพื่อยกย่องผู้เข้าร่วมโครงการที่มีผลงานโดดเด่นทั้งด้านยอดขายและการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยมีผู้ได้รับรางวัลรวม 5 รางวัล ซึ่งได้รับเงินรางวัล ผลิตรายการสินค้า และโล่รางวัล ทั้งนี้ ผลจากโครงการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของการพัฒนาบุคลากรภายในสู่การขาย นักสื่อสาร และผู้สร้างคอนเทนต์ในรูปแบบใหม่ ซึ่งนอกจากจะช่วยสนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจแล้ว ยังเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดพื้นที่ให้เกิดการเรียนรู้ การทดลอง และการต่อยอดแนวคิดใหม่จากภายในองค์กร



👤 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

4. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

- ความปลอดภัยของลูกค้า
- ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
- คุณภาพสินค้าและบริการ
- การบริการความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การตลาดและการสื่อสารอย่างมีความรับผิดชอบ



3.9



12.8, 12.6



16.10

<p>ผลกระทบ</p> <p>● - ● + ● ● ●</p>	<p>การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในด้านการคัดเลือกและจำหน่ายสินค้า การควบคุมคุณภาพ การสื่อสารข้อมูลสินค้า การให้บริการผ่านหน้าร้าน อีคอมเมิร์ซ และช่องทางดิจิทัล ตลอดจนการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียน และบริการหลังการขาย ล้วนส่งผลโดยตรงต่อความปลอดภัย ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อของลูกค้า หากสินค้าไม่มีคุณภาพหรือไม่ปลอดภัย ข้อมูลไม่ครบถ้วน หรือการสื่อสารทางการตลาดอาจก่อให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน ย่อมส่งผลกระทบต่อสิทธิ ความปลอดภัย และประสบการณ์ของลูกค้าได้ นอกจากนี้มาตรฐานการให้บริการยังส่งผลต่อพนักงานขาย คู่ค้า ผู้ให้บริการ และแบรนด์พันธมิตรที่ร่วมส่งมอบสินค้าและบริการตลอดห่วงโซ่คุณค่าอีกด้วย</p>
<p>ความเสี่ยง</p> <p>● R ● ● ●</p>	<p>หากบริษัทฯ ไม่สามารถบริหารจัดการประเด็นที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทั้งด้านชื่อเสียง การดำเนินงาน และการปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งอาจนำไปสู่ข้อร้องเรียน การเรียกคืนสินค้า การสูญเสียความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ต้นทุนในการแก้ไขปัญหา และความเสี่ยงด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของสินค้า การคุ้มครองผู้บริโภค การโฆษณา และข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ประเด็นดังกล่าวสามารถขยายผลได้อย่างรวดเร็วและกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ ส่วนแบ่งตลาด และการเติบโตในระยะยาว</p>
<p>โอกาส</p> <p>● O ● ● ●</p>	<p>บริษัทฯ มีโอกาสในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน รักษาฐานลูกค้าเดิม ขยายฐานลูกค้าใหม่ และเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ โดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสื่อสารข้อมูลอย่างโปร่งใส ควบคู่กับการพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าแบบ omnichannel ซึ่งช่วยต่อยอดสินค้า บริการ และรูปแบบการขายใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้และการเติบโตในระยะยาว</p>

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ● ● สูง ● ● ● R ความเสี่ยง O โอกาส - ผลกระทบเชิงลบ + ผลกระทบเชิงบวก

คะแนนความพึงพอใจโดยรวม

เป้าหมายปี 2568: ร้อยละ 85

เป้าหมายปี 2573: ร้อยละ 90

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ร้อยละ

92.82



การกำกับดูแลการดำเนินงานกับลูกค้า

บริษัทฯ กำหนดให้นโยบายคุณภาพเป็นกรอบการกำกับดูแลการดำเนินงานด้านลูกค้าและคุณภาพสินค้า โดยมุ่งสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้าผ่านการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค ครอบคลุมตั้งแต่การคัดเลือกและควบคุมคุณภาพสินค้า ความปลอดภัยของสินค้า การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใส ตลอดจนการให้บริการ การจัดการข้อร้องเรียน และการดูแลหลังการขาย บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความแม่นยำของข้อมูลและกระบวนการทำงาน ความรวดเร็วในการให้บริการ และความสม่ำเสมอของมาตรฐานการดำเนินงาน เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่เชื่อถือได้ และสามารถคาดหวังคุณภาพและประสบการณ์การให้บริการในมาตรฐานเดียวกันในทุกช่องทาง

ทั้งนี้ การกำกับดูแลและการดำเนินงานตามนโยบายคุณภาพยึดถือการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

บริษัทฯ มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารกำกับดูแลและติดตามการดำเนินงานด้านลูกค้าและคุณภาพสินค้าในระดับนโยบาย ให้เป็นไปตามนโยบายคุณภาพ มาตรฐานการให้บริการ และข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยรับรายงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และรายงานประเด็นสำคัญต่อคณะกรรมการบริหารตามความเหมาะสม

บริษัทฯ มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลลูกค้าและการให้บริการในระดับปฏิบัติการ ได้แก่ หน่วยงานศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ ภายใต้สายงานสื่อสารองค์กร และหน่วยงานฝ่ายขาย ภายใต้สายงานบริหารงานขาย รับผิดชอบการดำเนินงานในเชิงปฏิบัติ ครอบคลุมการให้บริการลูกค้า การสื่อสารข้อมูล การรับและจัดการข้อร้องเรียน ตลอดจนการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดตามและปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ ภายใต้การกำกับดูแลของประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อนำผลไปใช้ติดตาม ทบทวน และพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและประสบการณ์ที่ดีของลูกค้าในทุกขั้นตอน ตั้งแต่คุณภาพสินค้า การให้บริการ ไปจนถึงการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว โดยเฉพาะในธุรกิจแพชั่นและไลฟ์สไตล์ที่มีการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงมุ่งพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าในทุกช่องทางการให้บริการ (Omnichannel Experience) พร้อมใช้ข้อมูลเชิงลึกจากลูกค้ามาปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำ ลดข้อร้องเรียน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร



กลยุทธ์ในการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า

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

คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

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

แนวทางการดำเนินงานด้านคุณภาพแบบครบวงจร

บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดให้สินค้าที่นำมาจำหน่ายต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องตามประเภทสินค้า อาทิ มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความมั่นใจในด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าแก่ผู้บริโภค ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าอย่างต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มความแม่นยำ ลดข้อผิดพลาด และยกระดับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ



เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายคุณภาพ บริษัทฯ จึงกำหนดแนวทางการบริหารจัดการคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ดังนี้

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 และมีกระบวนการตรวจสอบและแก้ไขปัญหาอย่างโปร่งใสเป็นธรรม พร้อมนำข้อมูลข้อร้องเรียนมาปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการตรวจสอบสินค้าเมื่อรับเข้าร้าน

บริษัทฯ กำหนดกระบวนการตรวจสอบสินค้าเมื่อรับเข้าร้านอย่างเป็นระบบ เพื่อควบคุมความถูกต้องของการจัดส่งและคุณภาพสินค้าก่อนวางจำหน่าย โดยเจ้าหน้าที่ประจำร้านจะตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลการจัดส่ง จำนวนและรายการสินค้า รวมถึงสภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นให้สอดคล้องกับเอกสารประกอบการจัดส่ง พร้อมบันทึกข้อมูลเข้าระบบตามขั้นตอนที่กำหนด

ในกรณีที่พบความคลาดเคลื่อนของข้อมูล สินค้าขาดหรือเกิน สินค้าไม่พร้อมจำหน่าย หรือเอกสารไม่ครบถ้วน บริษัทฯ จะดำเนินการแยกสินค้าออกจากสินค้าปกติ ติดป้ายแสดงสถานะ และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการแก้ไขตามกระบวนการที่กำหนด ทั้งนี้ เพื่อให้การรับสินค้าเป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสนับสนุนการควบคุมคุณภาพสินค้าก่อนถึงมือลูกค้า

แนวทางการบริหารจัดการสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานและการเรียกคืนสินค้า

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานและการเรียกคืนสินค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อควบคุมคุณภาพสินค้า ค้ำครองผู้บริโภค และลดความเสี่ยงจากการจำหน่ายสินค้าที่อาจไม่เหมาะสมต่อการจำหน่ายหรืออาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า โดยครอบคลุมกรณีสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน สินค้าเสื่อมสภาพ หมดยุ ล้าสมัย สินค้าชำรุดเสียหายจากการจัดแสดงหรือการใช้งาน ตลอดจนสินค้าที่อยู่ในพื้นที่ขายไม่เหมาะสมหรือมีเงื่อนไขที่ต้องจัดการเป็นกรณีพิเศษตามลักษณะของสินค้า



1) การเฝ้าระวังและประเมินปัญหาสินค้า

บริษัทฯ ดำเนินการตรวจติดตามและประเมินปัญหาสินค้าจากหลายช่องทาง ได้แก่ การออกสำรวจร้านค้า การติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลการขายหรือข้อมูลสินค้าคงเหลือ การสังเกตสภาพสินค้า ณ จุดจำหน่าย และการรับข้อร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อให้สามารถระบุเหตุการณ์ได้อย่างรวดเร็วและกำหนดแนวทางจัดการที่เหมาะสมตามประเภทและระดับความรุนแรงของปัญหา

2) การควบคุมและจัดการสินค้าไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

เมื่อพบสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน บริษัทฯ จะดำเนินการแยกสินค้าออกจากการจำหน่ายหรือระงับการขายโดยทันทีตามความเหมาะสม พร้อมกำหนดสถานะของสินค้าและสื่อสารแนวทางปฏิบัติให้ผู้เกี่ยวข้องดำเนินการอย่างสอดคล้องกัน ทั้งนี้ บริษัทฯ อาจดำเนินการรับคืนสินค้าจากจุดจำหน่าย หรือเรียกคืนสินค้าจากตลาดตามลักษณะและระดับความรุนแรงของปัญหา โดยแนวทางการจัดการอาจครอบคลุมการโอนย้ายสินค้า การรับคืนเข้าสู่คลังสินค้า การเปลี่ยนสินค้าให้ลูกค้า การจำหน่ายภายใต้เงื่อนไขเฉพาะ หรือการตัดจำหน่ายและทำลายสินค้า ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพสินค้าและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้บริโภคและภาพรวมของธุรกิจ

3) การดูแลลูกค้าและการประสานงานที่เกี่ยวข้อง

ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลและแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสมและทันท่วงที เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้บริโภคและรักษาความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการของบริษัทฯ ควบคู่กับการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานของบริษัทฯ

4) การติดตามผลและการป้องกันการเกิดซ้ำ

บริษัทฯ นำข้อมูลจากเหตุการณ์สินค้าไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ชำรุดเสียหาย และการเรียกคืนสินค้ามาวิเคราะห์หาสาเหตุและบททวนกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปปรับปรุงการคัดเลือกสินค้า การควบคุมคุณภาพ การจัดสรรสินค้า การจัดแสดงสินค้า การติดตามสินค้าคงเหลือ และการบริหารจัดการ ณ จุดขาย ตลอดจนลดโอกาสการเกิดเหตุซ้ำและยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านคุณภาพอย่างครบวงจร

ผลการดำเนินงานด้านคุณภาพและความปลอดภัย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการประเมินผลกระทบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของกลุ่มสินค้าที่มีนัยสำคัญและมีความเสี่ยงต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องสำอางและน้ำหอม สินค้าเด็ก และสินค้าบางประเภทในกลุ่มเครื่องกีฬา เครื่องแต่งกาย และ เครื่องหนังและรองเท้า ตามลักษณะการใช้งานและระดับความเสี่ยงของสินค้า ในปี 2568 กลุ่มสินค้าดังกล่าวที่ได้รับการประเมินผลกระทบด้านสุขภาพและความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มสินค้าที่มีนัยสำคัญทั้งหมด

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) จากปัญหาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในปีที่รายงาน และบริษัทฯ ไม่พบเหตุการณ์ที่สินค้าและบริการของบริษัทฯ ก่อให้เกิดอันตรายอย่างมีนัยสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า และไม่พบกรณีละเมิดกฎหมาย ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง หรือมาตรฐานด้านความปลอดภัยของสินค้าและบริการที่ส่งผลให้เกิดค่าปรับ บทลงโทษ หรือหนังสือเตือน

การให้ข้อมูลสินค้าและการติดตาม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลสินค้าอย่างถูกต้อง ชัดเจน โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมาย ข้อกำหนด และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจซื้ออย่างเหมาะสมของผู้บริโภค และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้สินค้าอย่างไม่ถูกต้องหรือการเข้าใจข้อมูลคลาดเคลื่อน ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดแนวปฏิบัติด้านการให้ข้อมูลสินค้าและการติดตามสำหรับสินค้าที่นำมาจำหน่าย โดยครอบคลุมข้อมูลสำคัญที่จำเป็นต่อผู้บริโภคตามลักษณะและประเภทของสินค้า เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบหรือวัตถุดิบ ข้อมูลเนื้อหาสาระสำคัญหรือสารที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อม หรือสังคม วิธีใช้สินค้าอย่างปลอดภัย ข้อควรระวัง การเก็บรักษา วันผลิตหรือวันหมดอายุ ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำจัดหรือจัดการภายหลังการใช้งานตามความเหมาะสม

สำหรับสินค้าบางประเภท บริษัทฯ กำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมตามข้อกำหนดเฉพาะของสินค้าและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า เลขที่ใบอนุญาตหรือเครื่องหมายรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ค่าเตือนเฉพาะด้าน วิธีดูแลรักษา หรือข้อมูลที่เป็นต่อการใช้งานอย่างปลอดภัย โดยบริษัทฯ สื่อสารข้อมูลดังกล่าวผ่านฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ เอกสารประกอบสินค้า สื่อส่งเสริมการขาย ณ จุดจำหน่าย รวมถึงช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเหมาะสมในทุกช่องทางการขาย

บริษัทฯ มีการติดตามตรวจสอบว่าการให้ข้อมูลสินค้าและรายละเอียดบนฉลากเป็นไปตามแนวปฏิบัติที่กำหนดสำหรับกลุ่มสินค้าที่มีนัยสำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่สื่อสารแก่ลูกค้าเป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัทฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการจัดเก็บและทบทวนข้อมูลให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการกำกับดูแลข้อมูลสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 สินค้าร้อยละ 100 ของกลุ่มสินค้าที่มีนัยสำคัญ มีการเปิดเผยข้อมูลสินค้าและการติดตามเป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือแนวทางปฏิบัติที่บริษัทฯ กำหนด

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่พบกรณีการละเมิดหรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสินค้าและการติดตาม รวมถึงการสื่อสารการตลาด การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการเป็นสปอนเซอร์ ที่ส่งผลให้เกิดค่าปรับ บทลงโทษ หรือหนังสือเตือน

คุณภาพการบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานขายซึ่งเป็นบุคลากรด่านหน้าในการให้บริการลูกค้า เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดอบรมหลักสูตร “3 ทักษะเพื่อความเร็จด้านงานขายและการบริการ” เพื่อเสริมสร้างทักษะการสื่อสารและการบริการ การขายเชิงรุก รวมถึงการนำเสนอสินค้าอย่างมืออาชีพ โดยจัดการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ที่ประกอบด้วยสื่อการเรียนรู้ วิดีโอการสอน และแบบทดสอบวัดผลหลังเรียน

พนักงานขายทุกคนต้องศึกษาครบทุก Module และทำแบบทดสอบผ่านระบบด้วยคะแนนไม่น้อยกว่า 80 คะแนน จากคะแนนเต็ม 100 จึงจะถือว่าจบหลักสูตร กรณีที่พนักงานได้คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์ ระบบจะไม่อนุมัติให้ผ่านหลักสูตร พนักงานต้องทบทวนเนื้อหาและทำแบบทดสอบใหม่ โดยมีการติดตามผลจากผู้บังคับบัญชา แนวทางดังกล่าว ช่วยรักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการในระดับเดียวกันทั้งองค์กร

ในปี 2568 มีจำนวนพนักงานขายเป้าหมาย 1,774 คน ผ่านการอบรมและจบหลักสูตรแล้ว 1,730 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 24 ตุลาคม 2568) คิดเป็นร้อยละ 97.52 โดยมีคะแนนเฉลี่ยของผู้เข้าอบรมที่ 95.85 คะแนน ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ผ่านอย่างมีนัยสำคัญ ผลลัพธ์สะท้อนถึงประสิทธิภาพของระบบการเรียนรู้แบบออนไลน์ที่สามารถควบคุมคุณภาพได้ พร้อมทั้งสร้างมาตรฐานความรู้และทักษะการบริการในระดับองค์กร

บริษัทฯ จะดำเนินการติดตามพนักงานส่วนที่ยังไม่ผ่านให้เข้ารับการอบรมให้ครบถ้วน พร้อมทั้งประเมินผลการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริงต่อไป



การบริหารจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางในการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย และกำหนดกระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ข้อร้องเรียนได้รับการพิจารณา แก้ไข และติดตามผลภายในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า 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 โดยแยกประเภทข้อร้องเรียนเป็น 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

ผลการดำเนินงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้ารวมทั้งสิ้น 4 รายการ จำแนกเป็นข้อร้องเรียนด้านผลิตภัณฑ์จำนวน 2 รายการ และด้านการบริการ 2 รายการ ซึ่งในจำนวนนี้ บริษัทฯ สามารถตอบสนองและดำเนินการปิดข้อร้องเรียนได้ในระยะเวลาที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 100 ของข้อร้องเรียนทั้งหมด

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

ความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการติดตามและประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อรับทราบความคิดเห็น ประสบการณ์การใช้งาน และข้อเสนอแนะของลูกค้า ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และมีการติดตามความคิดเห็นของลูกค้าจากข้อมูลการใช้งาน ข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประเมินคุณภาพการให้บริการและพัฒนาประสบการณ์ลูกค้า โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอย่างเป็นระบบในแพลตฟอร์มออนไลน์ ICC Shopping ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางการให้บริการหลักของบริษัทฯ โดยมีเป้าหมายดังนี้

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

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

ทั้งนี้ ผลการประเมินดังกล่าวครอบคลุมเฉพาะลูกค้าที่ใช้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยบริษัทฯ มีแผนพัฒนาเครื่องมือและกระบวนการติดตามความพึงพอใจของลูกค้าในช่องทางการขายอื่นเพิ่มเติมในอนาคต เพื่อให้สามารถสะท้อนประสบการณ์ของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง



C CLIMATE AND CIRCULAR FUTURE

สู่อนาคตคาร์บอนต่ำและยั่งยืน

“ICC ไม่ได้มุ่งหวังเพียงการเติบโตทางธุรกิจ หากยังมุ่งสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้คนผ่านการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและอนาคตที่ยั่งยืนเพื่อส่วนรวม เราจึงให้ความสำคัญกับการจัดการผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและหมุนเวียน เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและการเติบโตที่เป็นมิตรต่อโลกใบนี้”





☀️ การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยมลพิษ

- การปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศ
- ความเสี่ยงทางกายภาพของสภาพภูมิอากาศ
- ความเสี่ยงในการเปลี่ยนผ่านสภาพภูมิอากาศ
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การปล่อยมลพิษทางอากาศ



7.2, 7.3



9.4



12.2



13.1, 13.2

<p>ผลกระทบ</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความถี่ของภัยธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม โดยเฉพาะพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน จากเหตุการณ์น้ำท่วม พายุ คลื่นความร้อน หรือสภาพอากาศแปรปรวนรุนแรง ซึ่งอาจกระทบต่อความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน ความต่อเนื่องในการดำเนินงานของร้านค้า ศูนย์กระจายสินค้า และระบบโลจิสติกส์ ตลอดจนความสามารถของคู่ค้าในการผลิตและจัดส่งสินค้าได้ตามปกติ อันอาจนำไปสู่ความล่าช้าในการจำหน่ายสินค้า และกระทบต่อประสบการณ์ของลูกค้า ขณะเดียวกัน การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เช่น การใช้พลังงาน การขนส่ง และกิจกรรมด้านการจัดหาและกระจายสินค้า อาจมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเชื่อมโยงกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ</p>
<p>ความเสี่ยง</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งจากความเสี่ยงทางกายภาพและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ อาจส่งผลกระทบต่อการค้าและธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยอาจก่อให้เกิดการหยุดชะงักในห่วงโซ่อุปทาน ความไม่แน่นอนด้านต้นทุนจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและกฎระเบียบ ตลอดจนผลกระทบต่อมูลค่าสินทรัพย์ มูลค่าธุรกิจ และความปลอดภัยของพนักงาน รวมถึงความเสี่ยงด้านต้นทุนสินค้าและค่าขนส่งที่อาจเพิ่มขึ้น ความต่อเนื่องของการจัดหาสินค้า ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์</p>
<p>โอกาส</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเปิดโอกาสให้บริษัทฯ ปรับรูปแบบการค้าและธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวโน้มเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ โดยเฉพาะการคัดเลือกและนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมแนวทางความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ยกกระดับความแตกต่างทางการแข่งขัน เสริมความยืดหยุ่นของธุรกิจและความสามารถในการแข่งขัน</p>

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ● ● สูง ● ● ● ● ● **R** ความเสี่ยง **O** โอกาส **-** ผลกระทบเชิงลบ **+** ผลกระทบเชิงบวก



ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality)

เฉพาะการปล่อยในขอบเขตที่ 1 และ 2
ภายในปี 2573

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions)

เฉพาะการปล่อยในขอบเขตที่ 1 และ 2
ภายในปี 2593

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในปี 2573

เฉพาะการปล่อยในขอบเขตที่ 1 และ 2

ร้อยละ **25**

เมื่อเทียบกับปีฐาน 2567

เป้าหมายปี 2568:
เก็บข้อมูลครอบคลุมกิจกรรม
หลักขององค์กรได้

ร้อยละ **100**

ผลการดำเนินงาน
ปี 2568
เก็บข้อมูลเสร็จสมบูรณ์

การกำกับดูแลการจัดการสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดทำนโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีแผนประกาศใช้อย่างเป็นทางการในปี 2569 เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางและแนวทางการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ บริษัทฯ มอบหมายให้คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทำหน้าที่กำกับดูแลในภาพรวม และอยู่ระหว่างการจัดตั้งทีมงานผู้รับผิดชอบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการดำเนินงาน การติดตามข้อมูล การประเมินความเสี่ยงและโอกาส ตลอดจนการผลักดันมาตรการที่เกี่ยวข้อง โดยรายงานความคืบหน้าต่อคณะกรรมการฯ ตามความเหมาะสม

แนวทางการบริหารจัดการ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มพิจารณาระบุและประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจมีต่อธุรกิจ ฐานะการเงิน และผลการดำเนินงาน และอยู่ระหว่างการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานและกำหนดมาตรการจัดการที่เหมาะสม รวมถึงการบูรณาการประเด็นด้านสภาพภูมิอากาศเข้าสู่กระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำและการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

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

เป้าหมายสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

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

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



ในปี 2568 บริษัทฯ จังยังไม่ได้กำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักขององค์กรให้ครอบคลุมร้อยละ 100 ตามแนวทาง Operational Control ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมที่บริษัทฯ มีอำนาจในการควบคุมการดำเนินงานและการใช้พลังงานทั้งหมด และใช้วิธีการคำนวณแบบ Location-based สำหรับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้ไฟฟ้า (Scope 2) ซึ่งอ้างอิงค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ยจากระบบสายส่งไฟฟ้าของประเทศ เพื่อสะท้อนการใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ที่บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม เพื่อจัดทำฐานข้อมูลที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ และมีแผนการพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อรองรับการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลในอนาคต

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

บริษัทฯ จัดทำข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) เป็นประจำทุกปี โดยเริ่มรายงานครั้งแรกในปี 2566 ตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรที่กำหนดโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. ในระยะแรก ขอบเขตการรายงานครอบคลุมเฉพาะสำนักงานใหญ่ภายใต้การควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ และได้ขยายขอบเขตให้ครอบคลุมสำนักงาน คลังสินค้า และร้านค้าภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทฯ 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

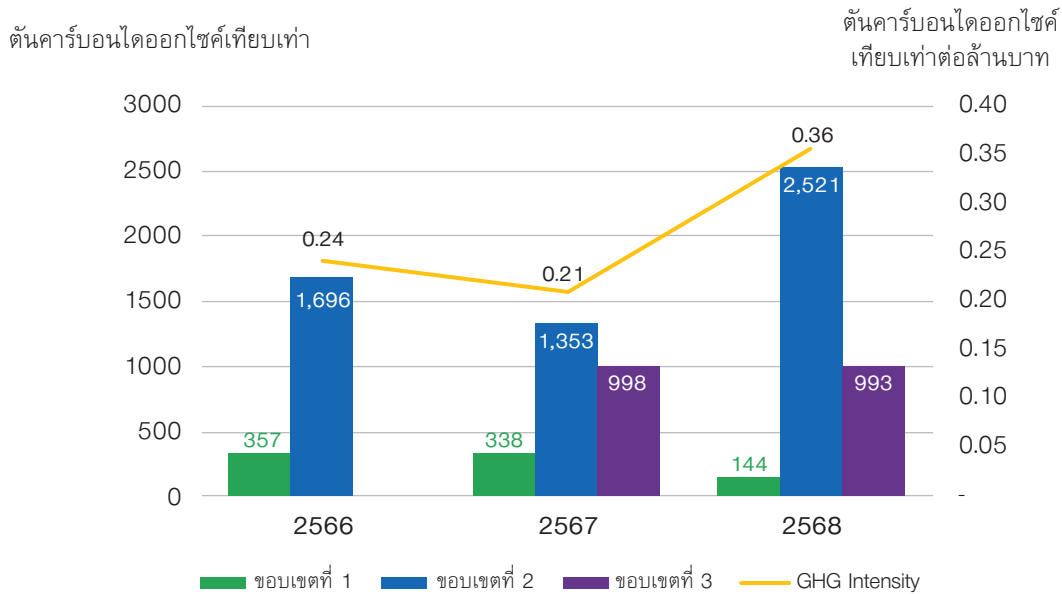
บริษัทฯ ได้พิจารณาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (ขอบเขตที่ 3) ตามแนวทางของ GHG Protocol โดยจากลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งเป็นธุรกิจพาณิชย์และการจัดจำหน่ายสินค้า พบว่าประเภทที่มีความเกี่ยวข้อง ได้แก่ Category 1: สินค้าและบริการที่จัดซื้อ (Purchased Goods and Services), Category 3: กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน (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 จึงยังไม่สามารถคำนวณและเปิดเผยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (ขอบเขตที่ 3) สำหรับประเภทดังกล่าวได้ในปีรายงานนี้ และบริษัทฯ มีแผนการพัฒนากิจการดำเนินงานกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน 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 รวมถึงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่ส่งผลต่อรายได้ของบริษัทฯ 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

บริษัทได้กำหนดแนวทางการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการติดตั้งเครื่องควบคุมการเปิด-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 แฟชั่น และเวชสำอาง การคัดเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์จึงพิจารณาทั้งประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน เพื่อสนับสนุนการลดการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการขนส่งสินค้าในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ใช้บริการของบริษัท ไทยเกอร์ ดิสทริบิวชั่น แอนด์ โลจิสติกส์ จำกัด ในการบริหารจัดการศูนย์กระจายสินค้า คลังสินค้า และการขนส่งสินค้าภายในประเทศจากคลังสินค้าไปยังลูกค้า โดยผู้ให้บริการได้ดำเนินการวางแผนและปรับเส้นทางขนส่งเพื่อลดระยะทางการเดินทาง การรวบรวมการจัดส่งเพื่อลดจำนวนเที่ยวรถ และการบริหารจัดการการใช้ยานพาหนะอย่างมีประสิทธิภาพก่อนส่งต่อการขนส่งให้แก่เครือข่ายคู่ค้าด้านการขนส่งที่เกี่ยวข้อง 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 ซึ่งมีมีส่วนช่วยลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากกิจกรรมการขนส่งและกระจายสินค้า

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



การสื่อสารและการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารและการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการณรงค์สร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

1. จุดบริการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด



บริษัทฯ ได้ติดตั้งจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle Charging Station) ภายในพื้นที่ของบริษัทฯ ทั้งหมด 2 จุด มีจำนวน 4 หัวชาร์จ ในระบบ AC Charging ได้แก่ จุดที่ 1 ตั้งอยู่ที่หน้า HIS & HER OUTLET และจุดที่ 2 ตั้งอยู่ที่ บริเวณลานจอดรถด้านหน้าบริษัท เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียในการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งช่วยลดการพึ่งพาการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากฟอสซิล และมีส่วนสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเดินทางในชีวิตประจำวัน



2. การณรงค์และสื่อสารเพื่อส่งเสริมการประหยัดพลังงาน

บริษัทฯ จัดทำและติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเพื่อรณรงค์การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด โดยเน้นการสร้างความรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานของพนักงาน เช่น การปิดไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน การปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม การถอดปลั๊กอุปกรณ์ไฟฟ้าหลังใช้งาน การตั้งค่าพักหน้าจอหรือปิดคอมพิวเตอร์เมื่อไม่ใช้งาน รวมถึงการส่งเสริมให้ใช้บันไดแทนลิฟต์ในกรณีที่ขึ้นลงเพียงชั้นเดียว เพื่อร่วมกันลดการใช้พลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานขององค์กร

การปรับตัวต่อความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศควบคู่กับกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยครอบคลุมทั้งความเสี่ยงทางกายภาพจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านด้านนโยบาย เศรษฐกิจ และตลาด ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้มีความเป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดทิศทางและแนวทางการเตรียมความพร้อมขององค์กรในระยะต่อไป ผลการประเมินความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมีดังนี้



ความเสี่ยงด้านกายภาพ จากสภาพภูมิอากาศ	ผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ	มาตรการในการจัดการความเสี่ยง ของบริษัทฯ
คลื่นความร้อนรุนแรงและ อุทกภัยที่เพิ่มขึ้น	ต้นทุนพลังงานในการจัดเก็บสินค้าและสำนักงาน เพิ่มขึ้น สินค้าบางประเภทมีความเสี่ยงต่อ การเสื่อมสภาพจากอุทกภัยที่สูงขึ้น	ทบทวนมาตรฐานการจัดเก็บสินค้าและการ ควบคุมอุทกภัย ปรับปรุงระบบทำความเย็นให้ เหมาะสม และติดตามการใช้พลังงานอย่างใกล้ชิด
น้ำท่วมและพายุรุนแรง	คลังสินค้าและสินค้าคงคลังอาจได้รับความเสียหาย การขนส่งและการกระจายสินค้าเกิดความล่าช้า ส่ง ผลต่อการส่งมอบสินค้าและรายได้	ประเมินความเสี่ยงของพื้นที่จัดเก็บสินค้า เตรียม แผนสำรองด้านโลจิสติกส์ และจัดเตรียมมาตรการ รองรับเหตุฉุกเฉินเพื่อรักษาความต่อเนื่องของการ ดำเนินธุรกิจ
สภาพอากาศแปรปรวน ต่อเนื่อง	ความไม่แน่นอนในการวางแผนสต็อกสินค้าและต้น ทุนโลจิสติกส์เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการบริหารต้นทุน และการวางแผนธุรกิจ	เพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารสินค้าคงคลังและ การจัดส่งสินค้า พร้อมติดตามข้อมูลสภาพอากาศ เพื่อประกอบการวางแผน

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน ที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ	ผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ	มาตรการในการจัดการความเสี่ยง ของบริษัทฯ
การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและ นโยบายด้านสภาพภูมิอากาศ เช่น ภาษีคาร์บอน และข้อกำหนด ด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม	ต้นทุนการดำเนินงานและต้นทุนโลจิสติกส์มี แนวโน้มเพิ่มขึ้นจากข้อกำหนดใหม่ อาจส่งผลต่อ อัตรากำไร และต้องจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติม เพื่อรองรับการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ	ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและ นโยบายที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด นำประเด็น ด้านสภาพภูมิอากาศมาพิจารณาในการ วางแผนธุรกิจ และเตรียมความพร้อมในการ ปรับตัวให้สอดคล้องกับข้อกำหนด
ความเสี่ยงจากความไม่พร้อม ของคู่ค้าต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ	คู่ค้าบางรายอาจยังไม่สามารถปรับกระบวนการ ผลิต การใช้พลังงาน หรือการจัดการบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อความต่อเนื่องของ การจัดหาสินค้า ต้นทุนจัดหาที่เพิ่มขึ้นจาก การเปลี่ยนแหล่งจัดหา รวมถึงความเสี่ยงด้าน ชื่อเสียงของบริษัทฯ	บริษัทฯ กำหนดหลักเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม ในการคัดเลือกและตรวจประเมินคู่ค้า ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพคู่ค้าในการลดการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก และติดตามประเมินผล การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของคู่ค้า อย่างต่อเนื่อง
ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภคสู่การเลือก สินค้าและแบรนด์คาร์บอนต่ำ	ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลกระทบด้าน สิ่งแวดล้อมของสินค้า แหล่งที่มา และบรรจุภัณฑ์ มากขึ้น หากสินค้าของบริษัทฯ ไม่สามารถสะท้อน แนวคิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อย่างชัดเจน อาจทำให้ความต้องการสินค้า และส่วนแบ่งตลาดลดลง และกระทบต่อความ สามารถในการแข่งขันและความเชื่อมั่นใน แบรนด์ในระยะยาว	บริษัทฯ ติดตามแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค อย่างต่อเนื่อง และนำข้อมูลมาประกอบการ คัดเลือกและพัฒนาสินค้าที่มีผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมต่ำ ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมสื่อสารข้อมูลด้าน สิ่งแวดล้อมของสินค้าอย่างโปร่งใสและเหมาะสม
ความเสี่ยงจากต้นทุนการขนส่ง และโลจิสติกส์ที่ปล่อยคาร์บอนสูง	การพึ่งพาระบบขนส่งที่ใช้พลังงานฟอสซิลเป็น หลัก อาจทำให้ต้นทุนโลจิสติกส์เพิ่มขึ้นจาก มาตรการด้านคาร์บอน และส่งผลให้ระดับการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ อยู่ในระดับ สูง ซึ่งอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ต้นทุนการดำเนินงาน และการบรรลุเป้าหมาย ด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร	บริษัทฯ ปรับปรุงประสิทธิภาพเส้นทาง การขนส่ง เพิ่มการใช้ระบบโลจิสติกส์ที่ประหยัด พลังงาน และพิจารณาความร่วมมือกับผู้ให้ บริการขนส่งที่มีแนวทางลดการปล่อยก๊าซ เรือนกระจก เพื่อลดต้นทุนและความเสี่ยงใน ระยะยาว



🔥 การบริหารจัดการพลังงาน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

3. การใช้พลังงานและทรัพยากร

- ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
- พลังงานทดแทน
- การแทนที่เชื้อเพลิงฟอสซิลด้วยพลังงานไฟฟ้า



7.2, 7.3



8.4



9.4



12.2



13.2

ผลกระทบ



การใช้พลังงานไฟฟ้าในสำนักงาน ร้านค้า และคลังสินค้า รวมถึงการใช้เชื้อเพลิงในกิจกรรมขนส่งและกระจายสินค้า เป็นแหล่งสำคัญของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ การดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และการขนส่งสินค้ายังอาจก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศและการใช้ทรัพยากรพลังงานในปริมาณสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพอากาศและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางขนส่ง ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่ชุมชนโดยรอบ

ความเสี่ยงและโอกาส



การพึ่งพาพลังงานไฟฟ้าและเชื้อเพลิงในกระบวนการดำเนินธุรกิจทำให้บริษัท เผชิญความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาพลังงานและต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร นอกจากนี้ แนวโน้มกฎระเบียบและมาตรการด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เข้มงวดขึ้น อาจเพิ่มภาระด้านการรายงาน การติดตามการใช้พลังงาน และการลงทุนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพพลังงานขององค์กร

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ●● สูง ●●● ● **R** ความเสี่ยง **O** โอกาส **-** ผลกระทบเชิงลบ **+** ผลกระทบเชิงบวก

อัตราการใช้พลังงานรวมต่อหน่วยรายได้เทียบกับปีฐาน 2567

เป้าหมายปี 2568: N/A

ผลการดำเนินงาน ปี 2568
ลดลงร้อยละ:เป้าหมายปี 2573: ลดลงร้อยละ **25****18.85**

สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนต่อพลังงานทั้งหมด

เป้าหมายปี 2568: N/A

ผลการดำเนินงาน ปี 2568
ร้อยละ:เป้าหมายปี 2573: ร้อยละ **25****3.07**

ลดการใช้พลังงานรวมเทียบกับปี 2567

เป้าหมายปี 2568: ลดลงร้อยละ **3**ผลการดำเนินงาน ปี 2568
ลดลงร้อยละ:

เป้าหมายปี 2573: N/A

24.63

การกำกับดูแลด้านพลังงาน

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการพลังงานไว้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เป็นกรอบในการบริหารจัดการการใช้พลังงานในองค์กร และลดผลกระทบจากการใช้พลังงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ครอบคลุมการดำเนินงานภายในองค์กร และความร่วมมือกับคู่ค้าที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมที่มีนัยสำคัญต่อการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การสนับสนุนพลังงานสะอาด และการปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลด้านพลังงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่อนุมัติและทบทวนนโยบาย รวมถึงแนวทางการบริหารจัดการด้านพลังงานให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดที่สำคัญอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง พร้อมทั้งกำกับดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และข้อกำหนดด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

บริษัทฯ มอบหมายให้แผนกธุรการและบริหารทรัพย์สิน สายงานทรัพยากรบุคคล เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านพลังงาน การผลักดันแผนงาน เสนอแผนงบประมาณ ควบคุมการดำเนินโครงการ ติดตามผลการใช้พลังงาน และผลักดันมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในพื้นที่ดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งนี้ มีการรวบรวมข้อมูล และรายงานผลการดำเนินงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานทรัพยากรบุคคล คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัทตามวาระการประชุม เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

- **เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานภายในองค์กร**
ปรับปรุงระบบสนับสนุนและสภาพแวดล้อมการทำงาน เพื่อลดการใช้ไฟฟ้าโดยตรงและส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่ามากที่สุด
- **เปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาด**
ส่งเสริมการจัดหาและติดตั้งระบบพลังงานหมุนเวียนภายในพื้นที่ของบริษัทฯ เพื่อลดการพึ่งพาไฟฟ้าจากระบบสายส่งหลัก และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน
- **ติดตามและควบคุมการใช้พลังงาน**
จัดให้มีการรวบรวมและติดตามข้อมูลการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ ประเมินประสิทธิภาพ และกำหนดแนวทางปรับปรุงการใช้พลังงานในพื้นที่ดำเนินงาน
- **ส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์พลังงาน**
สร้างความรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานในการใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายด้านพลังงานของบริษัทฯ

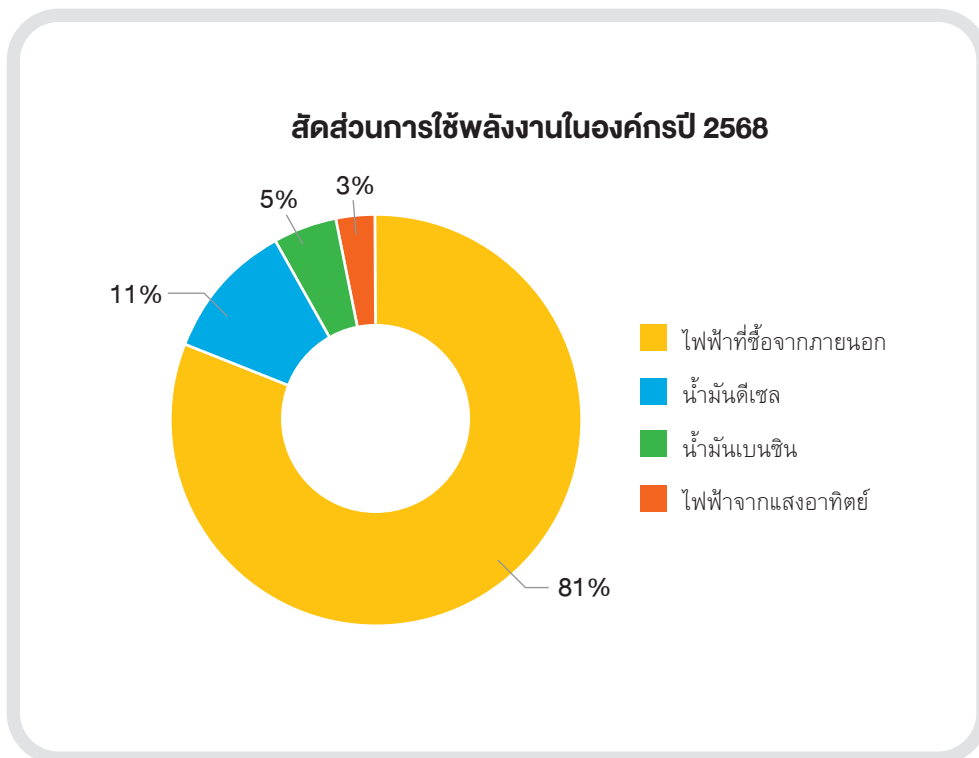
บริษัทฯ มุ่งพัฒนาการบริหารจัดการพลังงานอย่างเป็นระบบ โดยตั้งเป้าลดการใช้พลังงานควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียน ในปี 2568 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานด้านประสิทธิภาพพลังงาน (Energy Efficiency) เป็นลำดับแรก เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าส่วนเกินภายในอาคารสำนักงานและคลังสินค้า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

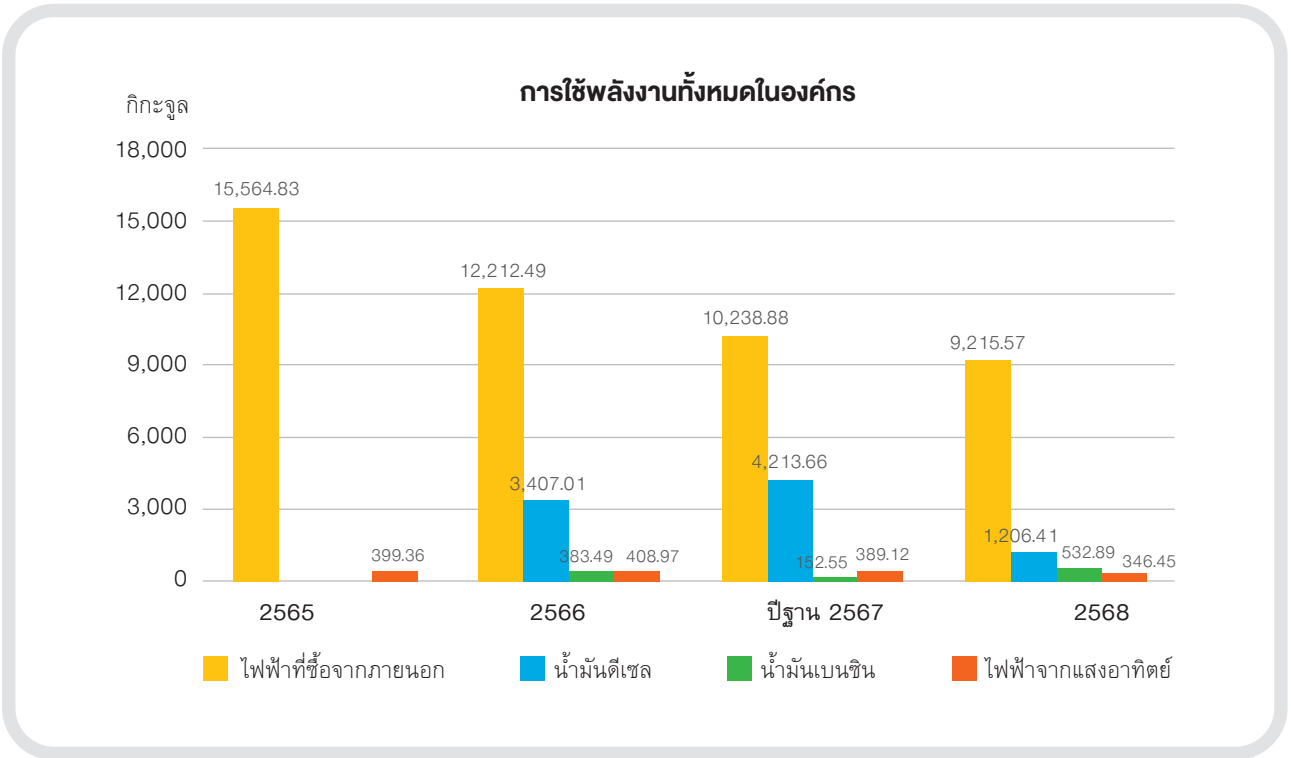


บริษัทฯ มีกิจกรรมที่ใช้พลังงานประเภทต่างๆ ในองค์กรดังนี้

กิจกรรมหลักของ ICC	แหล่งพลังงานไม่หมุนเวียน			แหล่งพลังงานหมุนเวียน
	เบนซิน	ดีเซล	ไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	แสงอาทิตย์
ระบบไฟส่องสว่าง			✓	
ระบบไฟฟ้าในสำนักงาน	✓	✓	✓	✓
การใช้ไฟฟ้าในอาคารคลังสินค้า	-	-	✓	-
การซ่อมบำรุง	-	-	✓	-
การรับส่งพนักงานในการทำงาน	✓	✓	-	-
ระบบการบำบัดน้ำเสีย	-	-	✓	-
การปรับปรุงภูมิทัศน์	✓	-	-	-
ปริมาณที่ใช้ทั้งหมดในปี 2568	16,927.75 ลิตร	33,124.99 ลิตร	2,559,879.43 กิโลวัตต์-ชั่วโมง	96,236.10 กิโลวัตต์-ชั่วโมง

ในปี 2568 บริษัทฯ มีการใช้พลังงานรูปแบบต่างๆ รวมทั้งสิ้น 11,301.31 กิกะจูล ลดลงจากปี 2567 ร้อยละ 24.63 เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด มีอัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ในปี 2568 เท่ากับ 1.51 กิกะจูลต่อล้านบาท ลดลงจากปี 2567 ร้อยละ 18.8 การใช้พลังงานในองค์กรทั้งหมดจำแนกเป็นการใช้พลังงานที่ไม่หมุนเวียนซึ่งมาจากไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก การใช้ น้ำมันเบนซินและน้ำมันดีเซลรวม 10,954.86 กิกะจูล และการใช้พลังงานหมุนเวียนจากไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์จำนวน 346.45 กิกะจูล





การใช้พลังงานเชื้อเพลิง

บริษัทฯ มีการใช้พลังงานเชื้อเพลิงที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากปี 2567 ถึงร้อยละ 60.16 เนื่องจากการปรับโครงสร้างการดำเนินงาน ซึ่งได้โอนย้ายทีมขายสินค้า Modern Trade และ Traditional Trade ไปดำเนินการภายใต้บริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เพนส์ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด ส่งผลให้การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากการเดินทางของพนักงานในที่มงานดังกล่าวไม่รวมอยู่ในขอบเขตการรายงานของบริษัทฯ ในปี 2568

การใช้พลังงานไฟฟ้า

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าที่รายงานครอบคลุมเฉพาะการใช้ไฟฟ้าในกิจกรรมที่อยู่ภายใต้การควบคุมการดำเนินงาน (Operational Control) ของบริษัทฯ เท่านั้น ทั้งนี้ สำหรับพื้นที่ให้เช่าภายในอาคารซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้ชำระค่าไฟฟ้าส่วนรวมและเรียกเก็บคืนจากผู้เช่าตามปริมาณการใช้งานจริง (Sub-metering) บริษัทฯ ได้หักปริมาณการใช้ไฟฟ้างวดออกจากผลการรายงาน เนื่องจากบริษัทฯ ไม่มีอำนาจควบคุมพฤติกรรมการใช้พลังงานของผู้เช่า เพื่อให้การรายงานการใช้พลังงานสะท้อนการดำเนินงานและประสิทธิภาพการบริหารจัดการพลังงานขององค์กรได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับแนวทางการกำหนดขอบเขตองค์กรตามหลัก Operational Control

ในปี 2568 บริษัทฯ 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 เป็นผลจากการที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามมาตรการการเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในองค์กร ดังนี้

- การรณรงค์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานของพนักงาน
 - รณรงค์ปิดเครื่องปรับอากาศและปิดไฟในช่วงเวลาพักกลางวันเป็นเวลา 1 ชั่วโมง เพื่อลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น
 - ส่งเสริมให้พนักงานใช้บันไดแทนการใช้ลิฟต์ในกรณีที่ขึ้นลงเพียงชั้นเดียว
 - รณรงค์ให้ปิดหน้าจอคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ไฟฟ้าเมื่อไม่มีการใช้งาน



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
- ปรับเปลี่ยนระบบส่องสว่างในพื้นที่ลานจอดรถและพื้นที่ใช้งานต่างๆ จากหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอด LED เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
- กำหนดให้การเปลี่ยนหลอดไฟฟ้าในอนาคตใช้หลอด LED เป็นมาตรฐานทดแทนหลอดไฟเดิมที่ชำรุด

การใช้พลังงานหมุนเวียน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดและลดการพึ่งพาไฟฟ้าจากระบบสายส่งหลัก โดยติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนพื้นที่รวมประมาณ 1,230 ตารางเมตร จำนวน 276 แผง ขนาด 315 วัตต์ฟีกต่อแผง คิดเป็นกำลังการผลิตติดตั้งรวม 86.94 กิโลวัตต์ฟีก ในปี 2568 ระบบดังกล่าวสามารถผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้ภายในองค์กรได้รวม 96,236.10 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.62 ของปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั้งหมดของบริษัทฯ ส่งผลให้สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 481,180 บาทต่อปี หรือเฉลี่ยประมาณ 40,098 บาทต่อเดือน

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีการใช้พลังงานหมุนเวียนภายในองค์กรคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3.07 ของปริมาณพลังงานที่ใช้ทั้งหมด โดยมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 25 ของการใช้พลังงานรวม เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่การใช้พลังงานสะอาดและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน

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



การใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบ และการหมุนเวียน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

2. ชยะ และของเสีย และการหมุนเวียน

- ชยะและของเสียในกระบวนการทำงาน
- ชยะและของเสียในสำนักงาน
- ของเสียอันตราย
- ชยะพลาสติก
- ชยะหลังการใช้งานของผู้บริโภค
- เศรษฐกิจหมุนเวียน
- การหมุนเวียนของวัสดุ
- ความตระหนักรู้ด้านของเสีย

3. การใช้พลังงานและทรัพยากร

- การอนุรักษ์น้ำและแหล่งน้ำ



6.3, 6.4



8.4



12.2, 12.4, 12.5

ผลกระทบ



ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง และสินค้าอุปโภคบริโภคของบริษัท เชื่อมโยงกับการใช้ทรัพยากรและการเกิดของเสียในหลายช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ตั้งแต่การผลิตของคู่ค้า การจัดเก็บสินค้าในคลัง การขนส่ง การจำหน่าย ไปจนถึงการจัดการสินค้าที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ โดยการดำเนินงานของคลังสินค้า ร้านค้า และสำนักงานของบริษัท อาจก่อให้เกิดของเสีย บรรจุภัณฑ์ใช้แล้ว และสินค้าคงเหลือที่ต้องจัดการอย่างเหมาะสม ขณะเดียวกัน ในต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะการผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่ม อาจมีการใช้น้ำและเกิดน้ำเสียจากกระบวนการผลิต หากบริหารจัดการไม่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อการใช้ทรัพยากร ปริมาณของเสีย และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและในห่วงโซ่อุปทาน

ความเสี่ยงและโอกาส



บริษัท อาจมีต้นทุนเพิ่มจากการกำจัดของเสีย การจัดการสินค้าคงเหลือ และการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม รวมถึงความเสี่ยงจากกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้นและความคาดหวังของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบ แต่การบริหารจัดการทรัพยากรและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพเปิดโอกาสให้บริษัท พัฒนาสินค้า บรรจุภัณฑ์ และรูปแบบการดำเนินงานที่ตอบโจทย์ตลาดได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มมูลค่าจากสินค้าคงเหลือหรือวัสดุเหลือใช้ผ่านแนวทางการใช้ซ้ำ การรีไซเคิล หรือการต่อยอดผลิตภัณฑ์ แนวทางดังกล่าวไม่เพียงช่วยลดภาระต้นทุนและความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมบางส่วน แต่ยังช่วยสร้างความแตกต่างของแบรนด์ เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจได้

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ●● สูง ●●● **R** ความเสี่ยง **O** โอกาส **-** ผลกระทบเชิงลบ **+** ผลกระทบเชิงบวก



ระบบท่อน้ำที่ได้รับการตรวจสอบและปรับปรุง

เป้าหมายปี 2568: ร้อยละ 100

เป้าหมายปี 2573: -

ผลการดำเนินงาน ปี 2568
ร้อยละ**100**

เก็บข้อมูลขยะและของเสียให้ครอบคลุมกิจกรรมหลักขององค์กรทั้งหมด

เป้าหมายปี 2568: ร้อยละ 100

เป้าหมายปี 2573: ร้อยละ 100

ผลการดำเนินงาน ปี 2568
ร้อยละ**83.33**

อัตราการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้

เป้าหมายปี 2568: N/A

เป้าหมายปี 2573: ลดลงร้อยละ 25
เทียบกับปีฐาน 2568ผลการดำเนินงาน ปี 2568
ลดลงร้อยละ**48.52**

เทียบกับปี 2567

การกำกับดูแลด้านการจัดการของเสียและน้ำ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและการหมุนเวียนทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจมีความเชื่อมโยงกับการใช้น้ำ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และการเกิดขยะและของเสียในหลายขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า บริษัทฯ จึงนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน ควบคุมหลักการลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการให้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติให้คุ้มค่าสูงสุด พร้อมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานขององค์กร

ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ และการจัดการขยะและของเสีย เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดการเกิดของเสียตั้งแต่ต้นทาง การคัดแยกและจัดการของเสียอย่างเหมาะสม การส่งเสริมการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำและใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการสนับสนุนแนวทางที่ช่วยให้ทรัพยากรสามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น

บริษัทฯ ยึดถือการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ขยะ และของเสีย เป็นไปอย่างโปร่งใส เหมาะสม และตรวจสอบได้ โดยคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลและทบทวนนโยบายให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ ความเสี่ยง และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ บริษัทฯ มอบหมายให้แผนกธุรการและบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการจัดการน้ำและการจัดการของเสียในองค์กร รวมถึงการจัดทำแผนงาน เสนอแผนงบประมาณ ควบคุมการดำเนินโครงการ และติดตามผลการบริหารจัดการ ทั้งนี้ มีการรวบรวมข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานทรัพยากรบุคคล คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการบริษัทตามวาระการประชุม เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้



แนวทางการบริหารจัดการด้านน้ำ

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

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

จากการติดตามข้อมูลการใช้น้ำในช่วงที่ผ่านมา พบว่าปริมาณการใช้น้ำประปามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีความผิดปกติในบางช่วงเวลา แม้ว่าบริษัทฯ จะได้ดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขเบื้องต้นอย่างสม่ำเสมอ แต่ยังคงพบการสูญเสียน้ำจากการรั่วไหลในระบบท่อและอุปกรณ์ใช้น้ำภายในอาคาร

ในปี 2568 บริษัทฯ จึงกำหนดเป้าหมายในการตรวจสอบและแก้ไขความผิดปกติของระบบท่อและอุปกรณ์ใช้น้ำทั้งหมด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและลดการสูญเสียโดยไม่จำเป็นให้ได้มากที่สุด ควบคู่กับการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้น้ำอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการกำหนดเป้าหมายการลดการใช้น้ำในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังพัฒนาระบบติดตามข้อมูลการใช้น้ำและส่งเสริมความตระหนักรู้แก่พนักงานในการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ดำเนินการตามมาตรการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นการลดการใช้น้ำ (Reduce) การเพิ่มประสิทธิภาพระบบ และการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำและใช้ใหม่ (Reuse / Recycle) โดยมีการดำเนินงานดังนี้

1. การลดการใช้น้ำ (Reduce)

• การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและลดการสูญเสียในระบบ

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

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบ ปรับปรุง และเปลี่ยนระบบท่อส่งน้ำใหม่ทั้งหมด (ร้อยละ 100) เพื่อแก้ไขปัญหาการรั่วไหลของระบบท่อใต้ดิน โดยมีการติดตามการใช้น้ำอย่างใกล้ชิด บริษัทฯ มอบหมายให้ช่างอาคารและผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ตรวจสอบความผิดปกติของระบบท่อและอุปกรณ์ใช้น้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อระบุจุดรั่วไหลและดำเนินการแจ้งซ่อมบำรุงโดยทันทีเมื่อพบความผิดปกติ มาตรการดังกล่าวช่วยลดการสูญเสียโดยไม่จำเป็น เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ และสนับสนุนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

• การรณรงค์ลดการใช้น้ำในองค์กร

บริษัทฯ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรใช้น้ำภายในองค์กรเพื่อร่วมกันประหยัดน้ำ โดยสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรน้ำและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังการสูญเสียทรัพยากรที่ไม่จำเป็น บริษัทฯ ได้ดำเนินการสื่อสารและรณรงค์ผ่านช่องทางที่เข้าถึงพนักงานโดยตรง เช่น การติดตั้งป้ายนิเทศและสติ๊กเกอร์รณรงค์ในจุดใช้น้ำหลัก อาทิ ห้องน้ำและพื้นที่ส่วนกลาง พร้อมข้อความที่เข้าใจง่ายและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เช่น การปิดน้ำให้สนิทหลังการใช้งาน การใช้น้ำอย่างเหมาะสม และการแจ้งซ่อมทันทีเมื่อพบอุปกรณ์ชำรุด เพื่อกระตุ้นเตือนและสร้างพฤติกรรมกรใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพในชีวิตประจำวันของพนักงาน



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

ในระยะต่อไป บริษัทฯ มีแผนขยายการสื่อสารและการรณรงค์ไปยังพื้นที่อื่น ๆ ที่มีการใช้น้ำเพิ่มเติม เช่น พื้นที่แคนท์กิน และพื้นที่พักผ่อนของพนักงาน เพื่อให้ครอบคลุมทุกจุดการใช้น้ำภายในองค์กร และเสริมสร้างวัฒนธรรมการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



2. การนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำและใช้ใหม่ (Reuse/Recycle)

ปัจจุบันน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วจากระบบบำบัดน้ำเสียจะถูกปล่อยออกสู่ระบบระบายน้ำสาธารณะตามเกณฑ์มาตรฐานที่กฎหมายกำหนด โดยยังไม่มี การนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ภายในองค์กร อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรน้ำและการลดการปล่อยน้ำทิ้งสู่สิ่งแวดล้อม 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 การสูบลากตะกอนออกจากบ่อบำบัด การซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องเติมอากาศ และการตรวจสอบการทำงานของอุปกรณ์ในระบบควบคุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบำบัดน้ำเสียและควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

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

บริษัทฯ จึงได้ตั้งเป้าหมายระยะยาวในการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่อย่างน้อยร้อยละ 10 ภายในปี 2573 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรน้ำ ลดการพึ่งพาน้ำประปาจากแหล่งภายนอก และลดการปล่อยน้ำทิ้งสู่สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืนทั้งในระดับองค์กรและสังคมโดยรวม

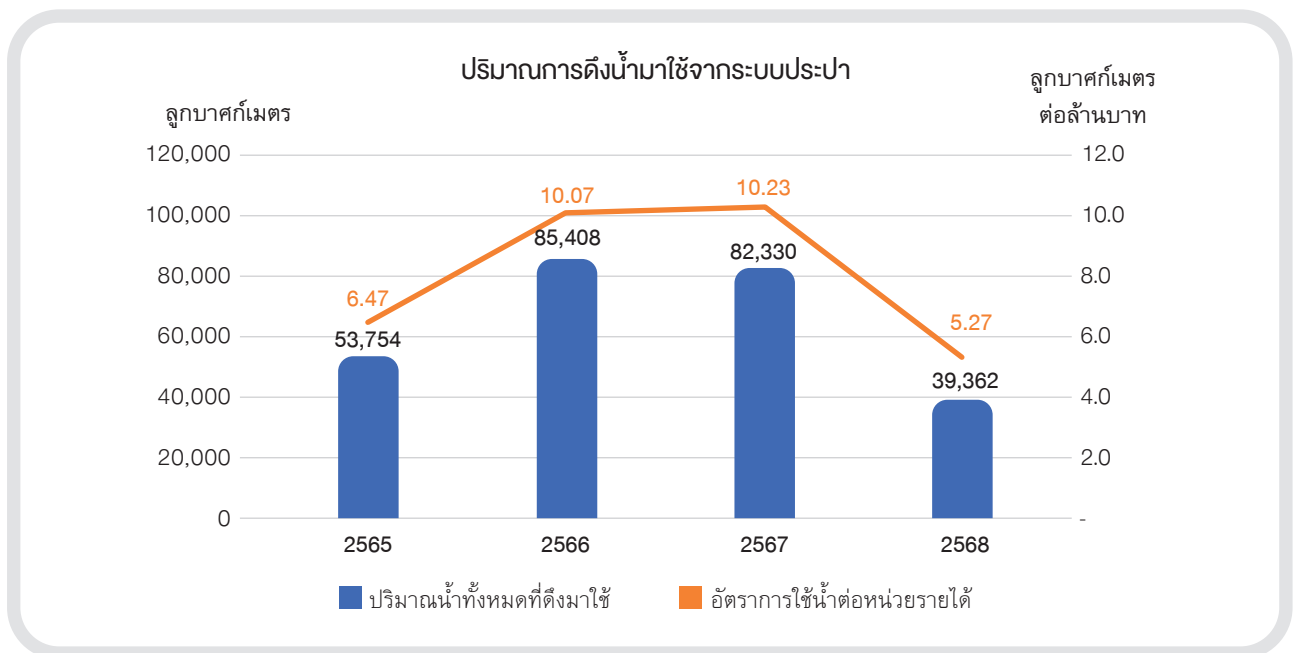


ผลการดำเนินงานด้านน้ำ

ปริมาณการดึงน้ำมาใช้ (Water Withdrawal) ที่เปิดเผยในรายงานฉบับนี้เป็นข้อมูลรวมของทั้งอาคาร ซึ่งครอบคลุมการใช้น้ำของบริษัท และผู้เช่าทั้งหมด เนื่องจากในปัจจุบันบริษัทฯ ยังไม่มีระบบจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำของผู้เช่า การเปิดเผยข้อมูลในรอบการรายงานนี้จึงเป็นการแสดงภาพรวมการใช้น้ำในระดับอาคาร ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการจัดเก็บข้อมูลเพื่อให้สามารถรายงานข้อมูลภายใต้ขอบเขตการควบคุมการดำเนินงาน (Operational Control) ได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ในปี 2568 บริษัทฯ มีปริมาณการดึงน้ำมาใช้จากระบบประปาภายนอกเพื่อสนับสนุนการใช้น้ำของบริษัทฯ และผู้เช่ารวมทั้งสิ้น 39,362 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งปริมาณน้ำประปาที่ใช้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากปี 2567 ถึง 42,968 ลูกบาศก์เมตร หรือร้อยละ 52.19 ส่งผลให้สามารถลดค่าใช้จ่ายด้านน้ำประปาได้ประมาณ 695,139.85 บาท การลดลงของปริมาณการใช้น้ำดังกล่าวเป็นผลจากการปรับปรุงระบบท่อส่งน้ำและการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการน้ำภายในองค์กร รวมถึงการติดตาม ตรวจสอบ และควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปริมาณการใช้น้ำกลับสู่ระดับที่สอดคล้องกับการใช้งานจริงมากขึ้น ภายหลังจากแก้ไขปัญหาการสูญเสียน้ำในระบบ อัตราการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ในปี 2568 เท่ากับ 5.27 ลูกบาศก์เมตรต่อล้านบาท ลดลงจากปี 2567 ถึงร้อยละ 48.52

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงกำหนดให้ปี 2568 เป็นปีฐานด้านการบริหารจัดการน้ำขององค์กร และใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นสำหรับการกำหนดเป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและการลดการใช้น้ำในระยะต่อไป



แนวทางการบริหารจัดการขยะและของเสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการขยะและของเสียอย่างมีความรับผิดชอบต่อตลอดกระบวนการดำเนินธุรกิจ 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 ดำเนินการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะและของเสียจากกิจกรรมหลักของบริษัทฯ ได้ครบถ้วนร้อยละ 100 เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์และจัดทำเป้าหมาย ตลอดจนพัฒนาแผนงานในการลดปริมาณของเสียและเพิ่มการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์อย่างเป็นระบบในระยะต่อไป



ทั้งนี้ ของเสียที่บริษัทฯ ไม่ได้จัดการเอง บริษัทฯ ส่งมอบให้กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในพื้นที่เป็นผู้ดำเนินการจัดเก็บ ขนส่ง และกำจัด และของเสียอันตรายทั้งหมดถูกส่งไปกำจัดโดยผู้ให้บริการที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายเช่นกัน โดยบริษัทฯ ใช้สถานะตามกฎหมายของหน่วยงานดังกล่าวเป็นเกณฑ์สำคัญในการพิจารณาว่าการจัดการของเสียเป็นไปตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งดำเนินการคัดแยกและส่งมอบของเสียตามแนวทางที่กำหนด

บริษัทฯ ได้ดำเนินการด้านการจัดการขยะและของเสียครอบคลุมทั้งกิจกรรมภายในองค์กร การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และความร่วมมือกับผู้บริโภคและพันธมิตรธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัด และสร้างคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมควบคู่กับคุณค่าทางสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

การจัดการของเสียจากการดำเนินงานภายในองค์กร

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 ลดขั้นตอนการเดินเอกสาร และลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น

ภายหลังการดำเนินโครงการอย่างเต็มรูปแบบในปี 2568 บริษัทฯ สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษลงได้ร้อยละ 12.40 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า หรือคิดเป็นการประหยัดกระดาษกว่า 395 ริมต่อปี พร้อมทั้งลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อกระดาษหมึกพิมพ์ และการบำรุงรักษาอุปกรณ์สำนักงานอย่างมีนัยสำคัญ

- โครงการลดขยะจากกระดาษทิชชูในห้องน้ำ

จากการประเมินองค์ประกอบของขยะภายในอาคารสำนักงาน พบว่ากระดาษทิชชูใช้แล้วเป็นของเสียที่มีปริมาณสูงและไม่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ โดยส่วนใหญ่ถูกส่งไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบหรือเผาทำลาย

บริษัทฯ จึงดำเนินการติดตั้งเครื่องเป่ามือไฟฟ้าในห้องน้ำ พร้อมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ผลการดำเนินงานในปี 2568 พบว่าสามารถลดปริมาณขยะทิชชูได้ตามเป้าหมายที่กำหนด และช่วยลดงบประมาณการจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลือง แม้จะมีค่าใช้จ่ายด้านพลังงานเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่เมื่อพิจารณาในระยะยาวพบว่ามีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์และสิ่งแวดล้อมมากกว่า

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 และส่งต่อให้ผู้รับกำจัดที่ได้รับอนุญาต และมีเทคโนโลยีเฉพาะทาง เพื่อควบคุมความเสี่ยงด้านการรั่วไหลของสารอันตรายและเป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย

การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการเกิดขยะและของเสีย

- **บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Sustainable Packaging) – BSC AUTHENTIQ**

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



- **ผลิตภัณฑ์ “รักลูก รักโลก” - Enfant**

แบรนด์ Enfant ลดของเสียจากกระบวนการผลิตโดยนำเศษผ้าที่เหลือจากการผลิตไปใช้ต่อเป็นวัสดุในผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ใช้เป็นเส้นใยบรรจุในตุ๊กตาที่เป็นผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขาย หรือออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการใช้วัสดุที่สามารย่อยสลายได้ ช่วยลดปริมาณของเสียสิ่งทอและสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า



ความร่วมมือกับผู้บริโภคและพันธมิตรธุรกิจ

บริษัทฯ ใช้เครือข่ายร้านค้าทั่วประเทศเป็นกลไกในการส่งเสริมการจัดการของเสียอย่างรับผิดชอบร่วมกับผู้บริโภคและพันธมิตรธุรกิจ

- **โครงการ “วาโก้บราเดย์ บราเก่าเราขอ”**

บริษัทฯ สนับสนุนโครงการ “วาโก้บราเดย์ บราเก่าเราขอ” โดยเปิดพื้นที่ร้านค้าในเครือข่ายทั่วประเทศจำนวน 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 เป็นเส้นใยสังเคราะห์และทอเป็นจีวรพระ ชุดอาวาสัมคร และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในปี 2568 บริษัท สามารถรวบรวมขวดพลาสติกได้ 658 กิโลกรัม ซึ่งสามารถผลิตผ้าไตรจีวรได้มากกว่า 300 ชุด

- **โครงการรับบริจาคปฏิทินตั้งโต๊ะเพื่อคนตาบอด**
บริษัท รับบริจาคปฏิทินเก่าจากพนักงานและบริษัทในเครือเพื่อนำไปผลิตสื่ออักษรเบรลล์สำหรับผู้พิการทางสายตา ในปี 2568 ได้รับบริจาคจำนวน 294 ฉบับ (73.5 กิโลกรัม) ช่วยลดปริมาณขยะและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตวัสดุใหม่



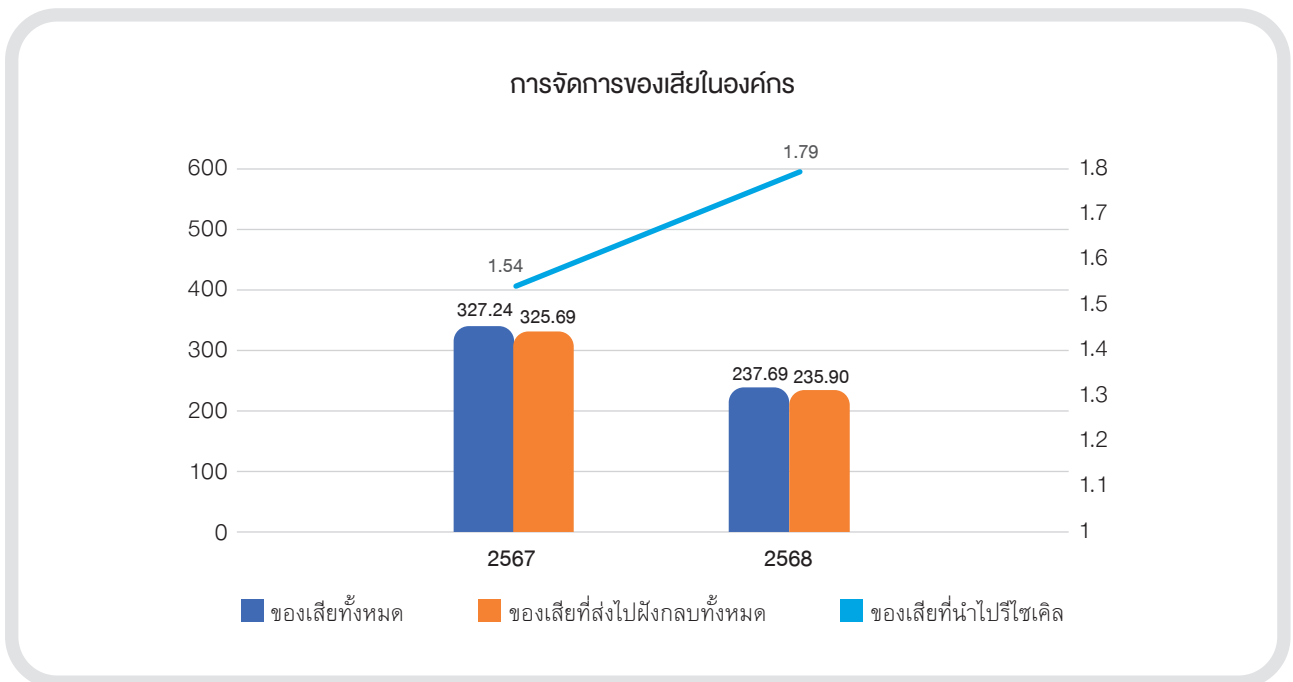
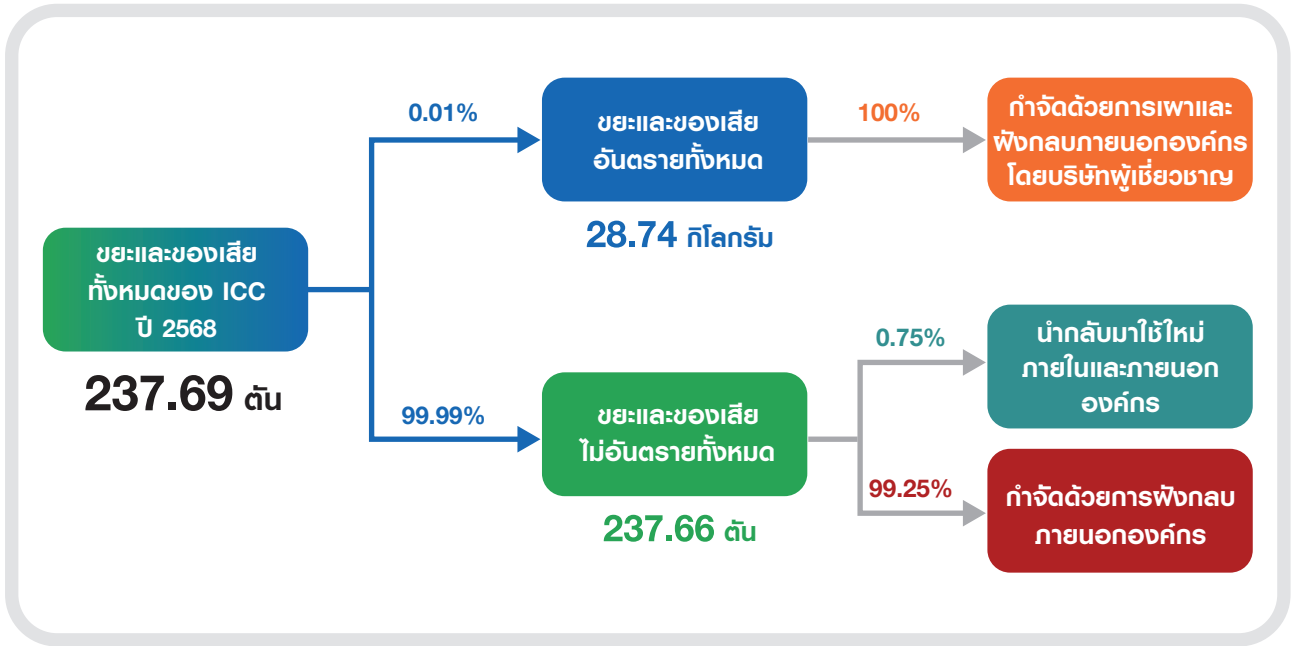
- **“จากรุ่นสู่รุ่นไม่เคยเปลี่ยน” – Enfant**
แบรนด์ Enfant ส่งเสริมการส่งต่อเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กจากรุ่นสู่รุ่น ภายในครอบครัวและสังคม โดยรวบรวมและส่งมอบให้ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก โรงพยาบาล และมูลนิธิต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ช่วยยืดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์และลดปริมาณขยะสิ่งทอ

ผลการดำเนินงานด้านขยะและของเสีย

ในปี 2568 บริษัท ได้ดำเนินการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะและของเสียจากกิจกรรมหลักของบริษัท โดยสามารถจัดเก็บข้อมูลได้ครอบคลุมร้อยละ 83.33 ของปริมาณขยะและของเสียทั้งหมด ซึ่งไม่รวมสินค้าตัดจำหน่ายที่นำไปกำจัดจำนวน 26,835 ชิ้น เนื่องจากบริษัท ยังไม่มีระบบการบันทึกน้ำหนักของเสียจากสินค้าดังกล่าว จึงไม่สามารถรายงานปริมาณของเสียในหน่วยน้ำหนักตามมาตรฐานการรายงานสากลได้ในรอบการรายงานนี้ บริษัท มีแผนในการพัฒนาระบบการรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมและขยายขอบเขตการรายงานให้ครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมด (ร้อยละ 100) เพื่อให้สามารถจัดเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนและนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดเป้าหมายและแผนการลดของเสียในระยะต่อไป



ของเสียที่เกิดขึ้นในปี 2568 สามารถจำแนกตามประเภทของเสียและการจัดการของเสียได้ดังนี้



จากการดำเนินงานตามมาตรการและกิจกรรมทั้งหมด ในปี 2568 บริษัทฯ มีปริมาณของเสียรวมทั้งสิ้น 237.69 ตัน ลดลงจากปี 2567 ร้อยละ 27.36 แสดงถึงประสิทธิภาพที่ดีขึ้นในการควบคุมและลดการเกิดของเสียจากการดำเนินงานขององค์กร ขณะเดียวกัน บริษัทฯ 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 บริษัทฯ จึงกำหนดเป็นเป้าหมายในการพัฒนาแนวทางลดการเกิดของเสียตั้งแต่ต้นทาง และเพิ่มสัดส่วนการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น เพื่อลดสัดส่วนของเสียที่ส่งไปฝังกลบต่อปริมาณของเสียทั้งหมดให้น้อยลงในปีต่อไป

C

CARING FOR PEOPLE AND COMMUNITIES

ดูแลผู้คนและสังคม

“ICC ไม่ได้มุ่งหวังเพียงการเติบโตทางธุรกิจ หากยังมุ่งสร้างคุณค่าแก่ผู้คนและสังคม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เราจึงให้ความสำคัญกับการดูแลและพัฒนาพนักงานอย่างใส่ใจ การส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน และการมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าต่อชุมชนและสังคม เพื่อเกื้อหนุนความเชื่อมั่น ความผูกพัน และการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน”



↑ การพัฒนาและรักษาพนักงาน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

5. การพัฒนาและรักษาพนักงาน

- ความหลากหลาย ความเสมอภาค และการไม่แบ่งแยกของพนักงาน
- ค่าตอบแทนและสวัสดิการ
- สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน
- การดึงดูดและการรักษาผู้มีความสามารถ
- การพัฒนาพนักงาน
- การมีส่วนร่วมของพนักงาน
- การจัดการองค์ความรู้



4.4



5.1, 5.5



8.5, 8.8,



9.2



10.3

ผลกระทบ



พนักงานเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัท โดยเฉพาะในธุรกิจค้าปลีกและสินค้าแฟชั่น ที่คุณภาพการให้บริการของพนักงานมีผลโดยตรงต่อประสบการณ์ของลูกค้าและภาพลักษณ์ของแบรนด์ หากบริษัท ไม่ได้ดูแลรักษาหรือพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อพนักงาน ทั้งในด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร โอกาสในการพัฒนาทักษะและความก้าวหน้า ในสายอาชีพ โดยเฉพาะเมื่อรูปแบบธุรกิจเปลี่ยนสู่ Omnichannel และต้องการทักษะใหม่มากขึ้น ซึ่งอาจทำให้พนักงานไม่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและเผชิญความกดดันในการทำงาน ขณะเดียวกัน ประเด็นดังกล่าวอาจส่งผลต่อลูกค้าในด้านคุณภาพการบริการและประสบการณ์ที่ได้รับ รวมถึงกระทบต่อประสิทธิภาพการประสานงานกับคู่ค้าและการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรด้วย

ความเสี่ยง



หากบริษัท ไม่มีระบบการดูแลและพัฒนาพนักงานที่มีประสิทธิภาพ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์สำคัญขององค์กร ส่งผลให้เกิดต้นทุนในการสรรหาคัดเลือก และพัฒนาพนักงานใหม่เพิ่มขึ้น ตลอดจนกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินงานและประสิทธิภาพของทีมงาน นอกจากนี้ ในธุรกิจที่พนักงานมีบทบาทสำคัญในการให้บริการ ความไม่พร้อมของบุคลากรหรือการมีอัตราการลาออกสูงอาจส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ประสบการณ์ของลูกค้า และภาพลักษณ์ของแบรนด์ ซึ่งอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ในระยะยาว

โอกาส



การมีบุคลากรที่มีทักษะสอดคล้องกับทิศทางธุรกิจและพร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง เปิดโอกาสให้บริษัท สามารถยกระดับการขายและบริการในรูปแบบ Omnichannel ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาประสบการณ์ลูกค้าให้ตอบโจทย์มากยิ่งขึ้น ต่อยอดการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีในการดำเนินงาน รวมถึงเร่งการพัฒนารูปแบบการทำงานและรูปแบบธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างรายได้เพิ่ม ซึ่งช่วยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ ลดต้นทุน และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ●● สูง ●●● **R** ความเสี่ยง **O** โอกาส **-** ผลกระทบเชิงลบ **+** ผลกระทบเชิงบวก

จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย

เป้าหมายปี 2568:
14 ชม./คน/ปี

เป้าหมายปี 2573:
24 ชม./คน/ปี

ผลการดำเนินงาน
ปี 2568

14
ชม./คน/ปี

คะแนนความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

เป้าหมายปี 2568:
ร้อยละ 75

เป้าหมายปี 2573:
ร้อยละ 80

ผลการดำเนินงาน
ปี 2568

ร้อยละ
80.72



ทรัพยากรบุคคลเป็นหัวใจสำคัญและรากฐานแห่งความสำเร็จในการขับเคลื่อนบริษัทฯ สู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้เจตนารมณ์ “Good People, Good Products, Good Society” และปณิธานของ ดร.เทียม โชควัฒนา ในการสร้าง “คนดีและคนเก่ง” ควบคู่กับการบริหารงานที่โปร่งใส เป็นธรรม และคำนึงถึงคุณค่าของคนในองค์กรในระยะยาว บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าพนักงานมิได้เป็นเพียงทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจ หากแต่เป็นพลังสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ขับเคลื่อนนวัตกรรม และส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า สังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์ธุรกิจสู่ยุค Omnichannel และความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นต่อคุณภาพชีวิตและสมดุลระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัว บริษัทฯ จึงยกระดับการพัฒนาและรักษาพนักงานให้เป็นวาระเชิงกลยุทธ์ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นต่ออนาคต โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัล ทักษะการขายยุคใหม่ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องควบคู่กับการดูแลสวัสดิการ การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม และการสนับสนุนความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการลงทุนในทรัพยากรบุคคลในมิติที่กว้างกว่าประสิทธิภาพทางธุรกิจ โดยมุ่งสร้าง “คนดีและคนเก่ง” ที่มีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง เป็นพลเมืองที่ดีที่มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม และมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บุคลากรของบริษัทฯ เป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าให้แก่ทั้งธุรกิจและสังคมโดยรวม

โครงสร้างการกำกับดูแล

บริษัทฯ มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารเป็นผู้กำหนดทิศทางและนโยบายระดับยุทธศาสตร์ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล และกำหนดให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานทรัพยากรบุคคล และสายงานทรัพยากรบุคคล เป็นผู้รับผิดชอบการปฏิบัติงานทั้งในด้านการสรรหา การดูแล การพัฒนา และการสร้างความผูกพันของพนักงาน โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานผ่านตัวชี้วัดสำคัญ (KPIs) พร้อมรายงานผลต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารเป็นประจำทุกเดือน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ดำเนินการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยยึดหลักการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ครอบคลุมพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตลอดจนพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 รวมถึงยึดถือหลักสิทธิมนุษยชนสากลตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) และหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) เป็นกรอบในการดำเนินงาน โดยบริษัทฯ มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย ระเบียบ และแนวปฏิบัติภายในให้สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เปลี่ยนแปลง สื่อสารและสร้างความเข้าใจแก่พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนกำหนดกลไกการกำกับดูแล การติดตาม และการตรวจสอบการปฏิบัติตาม เพื่อให้การบริหารจัดการด้านแรงงาน ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส เป็นธรรม และลดความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีแนวทางการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ ดังนี้

- การบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ ยึดมั่นในการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ (non-discrimination) พร้อมทั้งเคารพความหลากหลายของบุคลากร โดยกำหนดแนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับจรรยาบรรณธุรกิจและกฎหมายแรงงาน เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคและความเป็นธรรมในการทำงาน

- การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพพนักงาน

บริษัทฯ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อยกระดับทักษะและศักยภาพของพนักงาน ผ่านการพัฒนาทักษะใหม่และการเสริมทักษะที่จำเป็น (Upskill/Reskill) เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจในยุคดิจิทัล



- **อาชีพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเหมาะสมตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง อาทิ พระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พร้อมทั้งส่งเสริมการดูแลสุขภาพกายและใจของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

- **การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเป็นธรรม**

บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ

การสรรหาและการจ้างงาน

บริษัทฯ ยกระดับบทบาทการสรรหาและการจ้างงานจากการดำเนินงานเชิงรับ (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

บริษัทฯ ดำเนินงานด้านการสรรหาและการจ้างงาน โดยขับเคลื่อนผ่าน 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่

- 1) **การสรรหาตามค่านิยมองค์กร (Value-Based Recruitment)**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกคนที่ “ทัศนคติ (Attitude)” เป็นอันดับแรก ตามปรัชญาของ ดร.เทียม โชควัฒนา ที่มุ่งสร้าง “คนดี” โดยกระบวนการคัดเลือกไม่ได้พิจารณาเพียงแค่ทักษะวิชาชีพ (Hard Skills) แต่เน้นการประเมินความสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร (Cultural Fit) และความซื่อสัตย์ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานใหม่จะมี DNA ของความเป็นเจ้าของและพร้อมเติบโตไปกับองค์กรในระยะยาว

- 2) **การสรรหาเชิงรุกเพื่อรองรับทักษะอนาคต (Proactive Recruitment for Future Skills)**

เพื่อรองรับการปรับตัวสู่ธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ (Omnichannel) และการขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven) บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การสรรหาเชิงรุกโดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีทักษะด้านดิจิทัล (Digital Talent) และนวัตกรรม โดยการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำ (University Partnership) และโครงการฝึกงาน (Internship Program) เพื่อสร้าง Talent Pipeline ตั้งแต่ต้นน้ำ ลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในทักษะที่ตลาดต้องการสูง

- 3) **การให้โอกาสคนในก่อนคนนอก (Internal Mobility First)**

บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมให้พนักงานปัจจุบันเติบโตในสายอาชีพ โดยเมื่อมีตำแหน่งงานว่างจะพิจารณาคัดเลือกจากบุคลากรภายใน (Internal Recruitment) เป็นลำดับแรก ผ่านโครงการ "ICC Internal Job Posting" เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้หมุนเวียนงาน (Job Rotation) หรือเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งกลยุทธ์นี้จะช่วยรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ (Retention) และลดความเสี่ยงในการจ้างงานใหม่



4) การจ้างงานที่ยืดหยุ่นและหลากหลาย (Inclusive & Flexible Employment)

เพื่อรับมือกับสังคมสูงวัย (Aging Society) และสร้างความเท่าเทียม บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การจ้างงานที่หลากหลาย ได้แก่:

- โครงการจ้างงานหลังเกษียณ (Post-Retirement Employment): จ้างงานพนักงานเกษียณอายุที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้ทำงานต่อในรูปแบบสัญญาจ้างพิเศษ เพื่อรักษารฐานลูกค้าและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่รุ่นน้อง
- การจ้างงานกลุ่มเปราะบาง: ส่งเสริมการจ้างงานผู้พิการและแรงงานในท้องถิ่น เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและลดความเหลื่อมล้ำตามเจตนารมณ์ Good Society

การดำเนินงานในปี 2568

1. การสรรหาเชิงรุกเพื่อรองรับทักษะอนาคต

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินโครงการ University Partnership โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยชั้นนำ 12 แห่ง เปิดรับนิสิตนักศึกษาฝึกงานที่มีทักษะตรงกับความต้องการของธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเข้าสู่ Talent Pipeline เป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากรล่วงหน้าก่อนเข้าสู่การจ้างงานจริง โดยมีรายละเอียดดังนี้:

- จำนวนนักศึกษาในโครงการ: รวมทั้งสิ้น 33 คน
- การจำแนกตามกลุ่มทักษะ:
 - กลุ่มดิจิทัลและนวัตกรรม (9 คน): เช่น วิศวกรรมคอมพิวเตอร์, นวัตกรรมดิจิทัล, Digital Business
 - กลุ่มบริหารธุรกิจและการตลาด (18 คน): เช่น BBA, การตลาด, การค้าระหว่างประเทศ
 - กลุ่มทักษะเฉพาะทาง (6 คน): เช่น วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง, แพชั่นและสิ่งทอ, การสื่อสาร
- แนวทางการบริหารจัดการ Talent Pipeline: บริษัทฯ ได้จัดทำฐานข้อมูลนักศึกษาฝึกงาน (Candidate Pool) ทั้ง 33 คน โดยจัดเก็บผลการประเมินการปฏิบัติงานและทัศนคติต่อองค์กรไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นรายชื่อสำรองที่มีศักยภาพ (Talent Pipeline)
- เป้าหมายถัดไป: ในปี 2569 เมื่อมีตำแหน่งงานว่าง บริษัทฯ จะพิจารณาคัดเลือกบุคคลจากกลุ่มนักศึกษาฝึกงานที่มีผลประเมินในระดับดีเยี่ยมเป็นลำดับแรก เพื่อให้ได้พนักงานที่คุ้นเคยกับวัฒนธรรมองค์กรและพร้อมเริ่มงานได้ทันที ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาและต้นทุนในการสรรหาพนักงานใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. โครงการจ้างงานหลังเกษียณ (Post-Retirement Employment)

เริ่มตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นมา บริษัทฯ มีโครงการจ้างงานพนักงานเกษียณอายุที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้ทำงานต่อในรูปแบบสัญญาจ้างพิเศษเพื่อรักษารฐานลูกค้าและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่รุ่นน้อง โดยมีนโยบายการทำงานที่ยืดหยุ่น เพื่อให้พนักงานที่เกษียณอายุสามารถเลือกวันและเวลาทำงานได้อย่างเหมาะสมกับศักยภาพและประสิทธิภาพของตนเอง ในปี 2568 มีพนักงานเกษียณอายุที่สมัครใจทำงานต่อจำนวน 24 ราย จากจำนวนผู้เกษียณอายุทั้งหมด 88 ราย รวมจำนวนพนักงานเกษียณอายุที่สมัครใจทำงานต่อ ณ สิ้นปี 2568 ทั้งสิ้น 41 ราย

ปี	พนักงานที่เกษียณอายุ (คน)	พนักงานที่เกษียณอายุที่สมัครใจทำงานต่อ	
		จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
2566	51	19	37.25
2567	83	16	19.28
2568	88	24	27.27

(ตารางแสดงการยืดอายุเกษียณปี 2566 - 2568 ของพนักงาน บมจ. โอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล)



3. 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 ได้จัดสรรพื้นที่และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างรายได้และประกอบอาชีพอย่างยั่งยืน อันเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

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

ผลการดำเนินงานด้านการสรรหาและการจ้างงาน

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

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

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



ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ว่าจ้าง บริษัท เมอร์เซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคลระดับสากล เข้ามาดำเนินการประเมินค่างาน (Job Evaluation) และเปรียบเทียบระดับค่าตอบแทนในตลาดแรงงาน ผ่านฐานข้อมูลค่าตอบแทนมาตรฐานของเมอร์เซอร์ ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างและระดับการจ่ายค่าตอบแทนของบริษัทฯ อยู่ในระดับที่เทียบเคียงได้กับตลาด ทั้งด้านความเหมาะสม ความเป็นธรรม และความสามารถในการแข่งขันของระบบผลตอบแทนรวม (Total Rewards) ที่บริษัทฯ ใช้ในการดูแลรักษาพนักงาน

สัดส่วนค่าตอบแทนต่อพนักงาน

หญิง : ชาย = 0.71 : 1

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการยกระดับระบบบริหารผลการปฏิบัติงานของพนักงานภายใต้โครงการ Digital HR & Performance Transformation อย่างมีนัยสำคัญ จากเดิมที่การประเมินผลอาศัยดุลยพินิจของผู้บังคับบัญชาเป็นหลัก สู่ระบบการประเมินผลที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมผ่านกระบวนการประเมินตนเอง (Self-Assessment) บนระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่บริษัทฯ พัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทการทำงานขององค์กรที่มีทั้งพนักงานสำนักงานและพนักงานในพื้นที่ปฏิบัติงานทั่วประเทศ โดยในปี 2568 พนักงานร้อยละ 93.39 ได้รับการประเมินผลตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทฯ กำหนด ซึ่งครอบคลุมทั้งผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดหลัก (Key Performance Indicators: KPI) และพฤติกรรมการทำงานที่สอดคล้องกับค่านิยมหลักขององค์กร (Core Values)

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ เพิ่มความถูกต้อง ความโปร่งใสเป็นธรรม และความเป็นระบบของข้อมูล ตลอดจนเสริมประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูลผลการปฏิบัติงานและบริหารค่าตอบแทนในระดับองค์กร ขณะเดียวกัน ยังช่วยส่งเสริมความตระหนักรู้ของพนักงานในบทบาท เป้าหมาย และความรับผิดชอบของตนเอง พร้อมทั้งสนับสนุนการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ระหว่างพนักงานกับผู้บังคับบัญชาด้วย

2) การบริหารสวัสดิการที่ครอบคลุมและเหมาะสม

บริษัทฯ จัดสรรสวัสดิการที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับความต้องการของบุคลากรในแต่ละช่วงของการทำงาน พร้อมทั้งให้สิทธิและสวัสดิการมากกว่าที่กฎหมายกำหนด โดยได้กำหนดโครงสร้างสวัสดิการออกเป็นสองส่วนตามสถานะการจ้างงาน ดังนี้

• สวัสดิการพื้นฐาน (Core Benefits)

บริษัทฯ จัดสวัสดิการพื้นฐานให้แก่พนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม ครอบคลุมพนักงานรายเดือน พนักงานรายวัน และพนักงานสัญญาจ้าง เพื่อคุ้มครองสุขภาพ ความปลอดภัย และสวัสดิภาพในการทำงาน อาทิ ประกันสังคม การตรวจสุขภาพประจำปี รถทันตกรรมเคลื่อนที่ ห้องพยาบาล ชุดยูนิฟอร์ม 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) เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือลดความตึงเครียดจากการทำงาน และสร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่นและเกื้อกูลกัน

- **ห้องอิมมู่น**

บริษัทฯ ได้จัดให้มีห้องนมแม่สำหรับพนักงานหญิง โดยจัดเตรียมพื้นที่ที่เป็นส่วนตัว สะอาด ปลอดภัย และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็น เพื่อสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างต่อเนื่องหลังกลับมาปฏิบัติงาน เป็นการส่งเสริมความสมดุลระหว่างครอบครัวกับการทำงาน

- **I.C.C. DAY CARE**

บริษัทฯ ได้จัดให้มีบริการดูแลบุตรของพนักงานในช่วงเวลาทำงาน โดยจัดเตรียมพื้นที่ที่ปลอดภัย มีอุปกรณ์การเรียนรู้และดูแลที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมั่นใจโดยไม่กังวลเรื่องการดูแลบุตร

การพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรตามแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวม (Holistic Development) ที่เชื่อมโยงความต้องการทางธุรกิจเข้ากับเป้าหมายการพัฒนาพนักงานรายบุคคล บริษัทฯ จึงดำเนินกระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมและวางแผนการพัฒนาพนักงานเป็นรายบุคคลและรายกลุ่ม พร้อมทั้งออกแบบโครงสร้างหลักสูตรการพัฒนาให้สอดคล้องกับระดับตำแหน่งงาน ดังนี้

- 1) **การวิเคราะห์ความจำเป็นและการวางแผนพัฒนา (Training Needs Analysis & Design)**

บริษัทฯ ดำเนินการวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาจาก 3 แหล่งข้อมูลหลัก ได้แก่

- การวิเคราะห์ช่องว่างสมรรถนะ (Competency Gap Analysis): โดยเปรียบเทียบทักษะปัจจุบันของพนักงานกับมาตรฐานตำแหน่งงาน (Job Competency) ทั้งด้านทักษะเฉพาะทาง (Functional) และสมรรถนะหลักขององค์กร (Core Competency)
- ผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal): นำจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุงจากการประเมินผลประจำปีมาระบุเป็นหัวข้อการพัฒนา
- ทิศทางธุรกิจ (Business Direction): วิเคราะห์ทักษะใหม่ที่เป็นต่อการทำธุรกิจยุคใหม่ (Future Skills) เช่น Digital & Data

ข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาออกแบบเป็น แผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) สำหรับพนักงานรายเดือน และแผนพัฒนารายกลุ่ม (Group Development Plan: GDP) สำหรับพนักงานชาย (PC) ทั้งนี้ บริษัทฯ ใช้โมเดลการเรียนรู้แบบ 70:20:10 ซึ่งเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงร้อยละ 70 การเรียนรู้ผ่านการสอนงานและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร้อยละ 20 และการอบรมในห้องเรียนร้อยละ 10 เพื่อเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานและการเติบโตในสายอาชีพ

- 2) **โครงสร้างหลักสูตรและเป้าหมายการพัฒนา (Development Roadmap & Targets)**

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย ไม่น้อยกว่า 14 ชั่วโมงต่อคนต่อปี โดยแบ่งโครงสร้างหลักสูตรการพัฒนาให้สอดคล้องกับระดับพนักงาน ดังนี้

- พนักงานใหม่ (Onboarding): เน้นความรู้พื้นฐานธุรกิจ DNA องค์กร และปรัชญา ดร.เทียม โชควัฒนา
- พนักงานปฏิบัติการและพนักงานขาย: เน้นทักษะการขาย การบริการ (Service Excellence) และความรู้ผลิตภัณฑ์
- หัวหน้างานและผู้จัดการ: เน้นทักษะการบริหารทีม (People Management), ภาวะผู้นำ และการคิดเชิงกลยุทธ์
- ทักษะอนาคต (Future Skills): เสริมทักษะที่จำเป็นสำหรับทุกคน เช่น Data Analytics เบื้องต้น, Growth Mindset



หลักสูตรเพื่อพัฒนาพนักงานประจำปี 2568

หลักสูตร/โครงการ	วัตถุประสงค์	กลุ่มผู้เข้าอบรม	รูปแบบการอบรม
หลักสูตรการบัญชี			
Accounting for non-Accountant	ให้ความรู้ความเข้าใจด้านบัญชีและการจัดทำรายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ แก่ผู้บริหารที่ไม่ได้ทำงานสายการบัญชีการเงินโดยตรง	ผู้บริหารระดับ Director จำนวน 23 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีการเงิน
การประเมินยอดขายและค่าใช้จ่ายการจัดรายการ	พัฒนาทักษะของทีมบริหารงานขายในการวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมสามารถวิเคราะห์ต้นทุน กำไร และประเมินยอดขายได้อย่างถูกต้อง โดยใช้หลักการและเครื่องมือเชิงวิเคราะห์ ผู้เข้าอบรมสามารถประเมินผลความคุ้มค่าของกิจกรรมส่งเสริมการขาย และนำผลลัพธ์ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงแผนงานในอนาคต	พนักงานสำนักงาน KAM/Event จำนวน 13 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัท
หลักสูตรการวางแผน กลยุทธ์ และความเป็นผู้นำ			
Execution Training: Strategy Execution Workshop	พัฒนาทักษะการกำหนดกลยุทธ์องค์กร และการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ พัฒนาทักษะการสื่อสาร ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมออกแบบแผนสนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์องค์กรและประเมินความสำเร็จอย่างยั่งยืน	ผู้บริหารระดับ Director ขึ้นไป จำนวน 54 คน	อบรมโดยวิทยากรภายนอก จากบริษัท อิกนิไฟเออร์ จำกัด
Project Management Essentials	พัฒนาทักษะการบริหารโครงการ และสามารถใช้เครื่องมือต่างๆ ในการบริหารทรัพยากรคน และเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ	พนักงานสำนักงาน จำนวน 34 คน	อบรมโดยวิทยากรภายนอก จากสถาบัน Skooldio
หลักสูตรการขายและการตลาด			
BigxShow Affiliate	พัฒนาทักษะการสร้าง content เพื่อขายสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม BigxShow เพื่อให้พนักงานมีช่องทางเพิ่มรายได้และสร้างยอดขายให้บริษัทฯ	พนักงานขาย จำนวน 76 คน	อบรมโดยวิทยากรภายนอก จาก Shop Sure Academy
อัปเดตสินค้าใหม่ให้ปัง ขายเป็น BIGxShow ให้ปัง!	อัปเดตความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าใหม่ และเพิ่มพูนทักษะการขายผ่านช่องทางออนไลน์	พนักงานขาย จำนวน 2,110 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัท จากสายงานแบรนด์ และแผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล
Work Smart with Smile	พัฒนาการสร้างความสัมพันธ์ การปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่น สร้างทัศนคติเชิงบวกทั้งต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อองค์กร รวมถึงการสร้าง ความภาคภูมิใจต่องานและองค์กร	พนักงานขาย จำนวน 83 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัท จากแผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล
3 Keys to Sales Success for AM&CSG SUPERVISOR	พัฒนาทักษะการให้บริการลูกค้า และการใช้เครื่องมือออนไลน์ในการขายสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขาย	พนักงาน AM&CSG SUPERVISOR จำนวน 130 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัท จากแผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล



หลักสูตร/โครงการ	วัตถุประสงค์	กลุ่มผู้เข้าร่วม	รูปแบบการอบรม
3 ทักษะเพื่อความสำเร็จด้านงานขายและการบริการ	พัฒนาทักษะการบริการลูกค้า และการใช้เครื่องมือออนไลน์ในการขายสินค้า เพื่อเพิ่มยอดขายให้องค์กร	พนักงานขาย จำนวน 1,730 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัทฯ แผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล ในรูปแบบ e-learning
ICC TikTok Seller Affiliate	พัฒนาทักษะการเป็น Creator สร้าง content ขายสินค้าออนไลน์บน Application TikTok เพื่อสร้างรายได้ให้พนักงานและเพิ่มยอดขายของบริษัทฯ	พนักงานที่สำนักงาน ใหญ่จำนวน 375 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัทฯ จากทีม e-business Channel
Merchandise in Action	พัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่บริหารสินค้า (Merchandiser) และสามารถจัดการหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จ โดยให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดในการประเมินผลการทำงาน	พนักงานสำนักงาน Merchandiser จำนวน 62 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัทฯ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีการเงิน และประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบริหารแบรนด์และการตลาด
ภาษาต่างประเทศสำหรับการขาย	พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและจีนกับลูกค้าต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ	พนักงานขาย จำนวน 171 คน	อบรมโดยวิทยากรภายนอก ผู้เชี่ยวชาญภาษาอังกฤษและภาษาจีน
ICC Retail Forum	อัปเดตความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าใหม่	พนักงานขาย จำนวน 2,118 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัทฯ จากสายงานแบรนด์และแผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล
DAKS HERITAGE REDEFINED	พัฒนาภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของพนักงานขายให้สอดคล้องกับแบรนด์ พัฒนาทักษะด้านการบริการด้วย Service Mind ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าแบรนด์	พนักงานขาย จำนวน 26 คน	อบรมโดยวิทยากรภายนอก จากโรงเรียนสอนแต่งหน้า MTI
Communication Skills for Clarity & Impact	พัฒนาทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทั้งการฟัง พูด เขียน ฝึกการคิด วิเคราะห์ และสรุปประเด็นสำคัญเพื่อนำเสนอได้อย่างเป็นระบบและสื่อความได้อย่างชัดเจน ตรงประเด็น	พนักงานสำนักงาน จำนวน 95 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัทฯ แผนกพัฒนาทรัพยากรบุคคล ในรูปแบบ e-learning
หลักสูตรสกอโมบายล์และการบริหารจัดการข้อมูล			
AI Copywriting & AI for Image, VDO and Branding	พัฒนาทักษะการสร้างข้อความการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ AI ร่วมกับหลักการ Copywriting เพื่อช่วยให้ทีมงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างตรงจุด ลดเวลาในการเขียนและตอบแชท พร้อมทั้งสร้างระบบงานขายที่สามารถนำกลับมาใช้ได้อย่างต่อเนื่อง	พนักงานสำนักงาน จำนวน 59 คน	อบรมโดยวิทยากรภายนอก จากบริษัท ALPHAMIND จำกัด และบริษัท Benzio จำกัด
Cyber Security Awareness 2025	ให้ความรู้ความเข้าใจถึงภัยคุกคามทางไซเบอร์ วิธีป้องกันความเสี่ยงจากภัยไซเบอร์ และขั้นตอนการรับมือเมื่อเกิดเหตุการณ์ข้อมูลรั่วไหล	พนักงานในสำนักงาน กรุงเทพและต่างจังหวัด จำนวน 866 คน	อบรมโดยวิทยากรภายในบริษัทฯ จากแผนก Network & Security ในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์



หลักสูตร/โครงการ	วัตถุประสงค์	กลุ่มผู้เข้าอบรม	รูปแบบการอบรม
หลักสูตรความปลอดภัย			
การป้องกันอัคคีภัย และการอพยพหนีไฟ	พัฒนาทักษะความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน ทักษะที่จำเป็นในการระงับอัคคีภัยเบื้องต้น การปฏิบัติตนอย่างถูกต้องเพื่อความปลอดภัย ขณะเกิดเหตุเพลิงไหม้	พนักงานในสำนักงาน กรุงเทพฯ จำนวน 26 คน	อบรมโดยวิทยากรจากภายนอก
หลักสูตรธรรมาภิบาล จริยธรรมธุรกิจ และการกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์			
หลักการกำกับกิจการที่ดี และ ข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้าน การคอร์รัปชัน	ส่งเสริมการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส และเป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัทฯ	พนักงานในสำนักงาน กรุงเทพฯ จำนวน 868 คน	อบรมโดยวิทยากรจากภายนอก



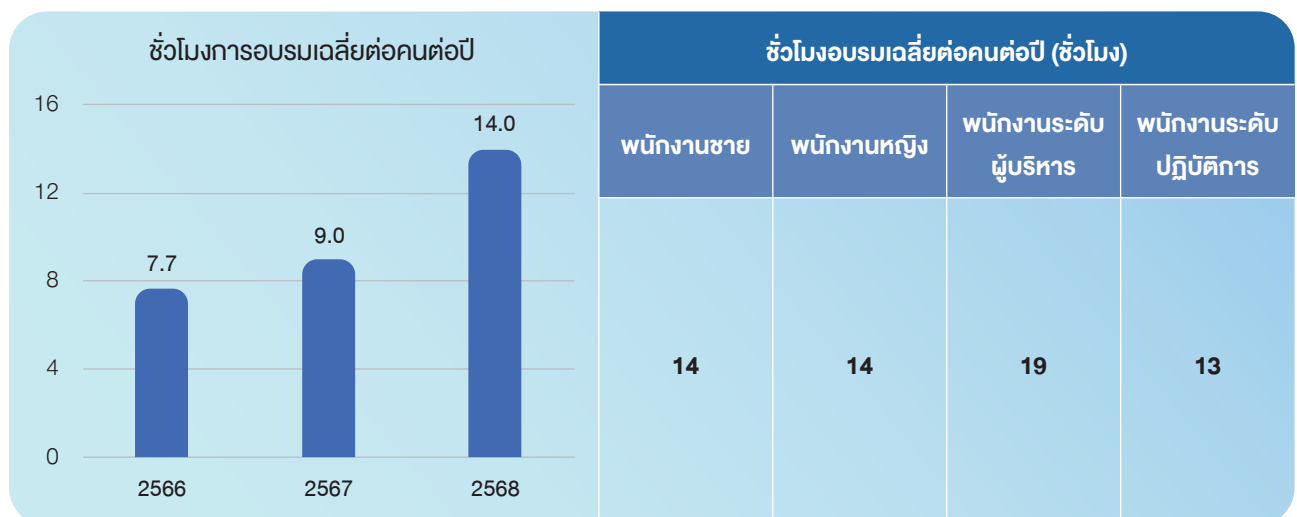


ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาพนักงาน

เป้าหมายการพัฒนาพนักงาน	เป้าหมายระยะยาว ปี 2573	เป้าหมายปี 2568	ผลการดำเนินงาน ปี 2568
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี (ชั่วโมง/คน/ปี)	24	14	14

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

กลุ่มพนักงาน	จำนวนหลักสูตร (หลักสูตร)	ชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนต่อปี (ชั่วโมง)	จำนวนพนักงาน (คน)
ผู้บริหารระดับสูง	14	39	38
ผู้บริหารระดับกลาง	16	12	100
ผู้บริหารระดับต้น	15	9	140
พนักงานสำนักงาน	16	7	415
พนักงานขาย	6	15	2,118
หลักสูตรอบรมออนไลน์ (พนักงานสำนักงานและพนักงานขาย)	3	-	2,634
ชั่วโมงการอบรมเฉลี่ยต่อคน	14 ชั่วโมงต่อคนต่อปี		
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมทั้งหมด	1,284,000 บาท		





การสร้างความผูกพันของพนักงาน

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

1. **มิติด้านความก้าวหน้าและการเติบโตในสายอาชีพ** โดยกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน พร้อมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะผ่านนโยบายการหมุนเวียนงาน (Job Rotation) เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ และเตรียมความพร้อมสำหรับบทบาทที่สูงขึ้นในอนาคต

2. **มิติด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร** ผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของพนักงาน เช่น กิจกรรมสร้างทีม (Team Building) และกิจกรรมจิตอาสา เพื่อเสริมสร้างความสามัคคีและความไว้วางใจระหว่างเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน และการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เกื้อกูลกัน รวมทั้งโครงการเชิดชูเกียรติแก่พนักงานที่มีผลงานโดดเด่นและพนักงานที่มีอายุงานยาวนาน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจแก่พนักงาน



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังรับฟังความคิดเห็นและเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสวัสดิการและสภาพแวดล้อมในการทำงานผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ ซึ่งมาจากการเลือกตั้งตัวแทนพนักงานในปี 2568 ประกอบด้วย ผู้แทนฝ่ายนายจ้างและผู้แทนพนักงานรวมจำนวน 12 คน ทำหน้าที่เป็นเวทีในการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และความต้องการของพนักงาน เพื่อนำมาหารือหรือ 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	โครงการปรับเปลี่ยนเก้าอี้นั่งทำงานตามหลักสรีรศาสตร์ (Ergonomics) เพื่อป้องกันออฟฟิศซินโดรม

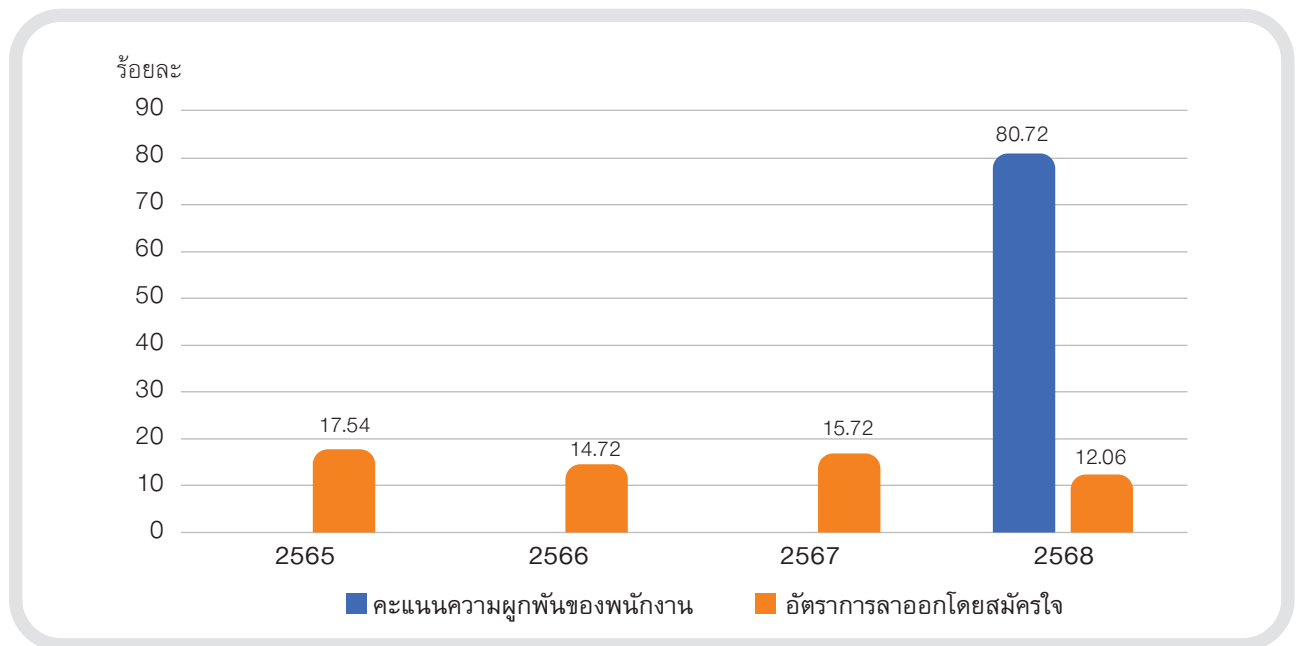


ผลการดำเนินงานด้านความผูกพันของพนักงาน

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 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% สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้ไม่น้อยกว่า 75% โดยผลการสำรวจถูกนำมาวิเคราะห์และรายงานต่อผู้บริหาร เพื่อใช้ประกอบการกำหนดแผนงานและมาตรการพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลต่อไป



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

บริษัทฯ ได้ดำเนินการมาตรการปรับปรุงการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง โดยเร่งทบทวนโครงสร้างกำลังคนเพื่อกระจายภาระงานให้เหมาะสมกับศักยภาพของพนักงานในแต่ละตำแหน่ง ควบคู่กับการปรับปรุง สวัสดิการให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของพนักงาน รวมถึงเสริมสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งหวังว่ามาตรการดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความผูกพันของพนักงาน และสนับสนุนการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพไว้กับองค์กรในระยะยาว



เพื่อสนับสนุนเป้าหมายดังกล่าว บริษัทฯ ดำเนินมาตรการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และการส่งเสริมสุขภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยครอบคลุมการป้องกันและเฝ้าระวังความเสี่ยงจากการทำงาน การตรวจประเมินและปรับปรุงสถานที่ อุปกรณ์ และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน มีความปลอดภัยและเหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน

บริษัทฯ มอบหมายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานทรัพยากรบุคคล เป็นผู้กำกับดูแลและติดตามการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหารอย่างสม่ำเสมอ โดยมีแผนกธุรการเป็นผู้รับผิดชอบและดำเนินการในด้านอาคารสถานที่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความปลอดภัย และความสะอาดสบายในการปฏิบัติงาน รวมถึงการดำรงชีวิตในสถานประกอบการ และแผนกสวัสดิการทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนเงินทดแทน กรณีเจ็บป่วยด้านการทำงาน ตลอดจนสวัสดิการต่างๆ ของพนักงานทั้งหมด

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มุ่งสร้าง “วัฒนธรรมความปลอดภัย” ให้เกิดขึ้นในทุกระดับขององค์กร โดยส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงความปลอดภัยของตนเอง เพื่อนร่วมงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พร้อมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เครื่องมือ อุปกรณ์ กระบวนการทำงานและเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกัน บรรเทา และลดโอกาสการเกิดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ หรือการเจ็บป่วยจากการทำงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ดำเนินงานโดยยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด อาทิ พระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และกฎกระทรวง ประกาศ และข้อกำหนดที่ออกตามกฎหมายดังกล่าว รวมถึงข้อกำหนดด้านความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของคู่ค้าและผู้รับเหมา เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างปลอดภัย เป็นระบบ และสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย โดยมีแนวทางดำเนินงานในการสร้างความปลอดภัยในการทำงาน ทั้งสำหรับพนักงาน แรงงานของคู่ค้าและผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัทฯ ดังนี้

1. การป้องกันและเฝ้าระวังความเสี่ยงจากการทำงาน

บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดทำและพัฒนากระบวนการประเมินความเสี่ยงในด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ครอบคลุม กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงาน สถานที่ทำงาน และสภาพแวดล้อมของบริษัทฯ ทั้งหมด โดยมีแผนดำเนินการประเมินความเสี่ยงและกำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ รวมถึงการจัดตั้งคณะทำงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานในปี 2569

2. การเสริมสร้างความรู้และวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กร

บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้ความรู้และเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในการทำงานแก่พนักงาน รวมถึงแรงงานของคู่ค้าและผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัทฯ โดยให้ได้รับการสื่อสาร ชี้แจง และฝึกอบรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยตามความเหมาะสมของลักษณะงาน พร้อมส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการรายงานอันตราย สถานการณ์เสี่ยง เหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ และข้อเสนอแนะด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องตลอดรอบปี เพื่อยกระดับความตระหนักรู้และพฤติกรรมด้านความปลอดภัยในองค์กร

3. การยกระดับสภาพแวดล้อมและสถานที่ทำงานให้ปลอดภัย

บริษัทฯ ดำเนินการสำรวจ ตรวจสอบ และประเมินความเสี่ยงในสถานที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ ครอบคลุมพื้นที่ปฏิบัติงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ และระบบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ไม่น้อยกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด พร้อมดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องที่พบภายในระยะเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดให้ผู้ปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงต้องจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (Personal Protective Equipment: PPE) ที่เหมาะสมและเพียงพอกับลักษณะความเสี่ยงของงาน พร้อมกำกับดูแลให้มีการใช้อย่างถูกต้อง เพื่อช่วยลดโอกาสการเกิดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และการเจ็บป่วยจากการทำงาน



ผลการดำเนินงาน

การเสริมสร้างความรู้และวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กร

บริษัทฯ ดำเนินการเสริมสร้างความรู้และสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กร ผ่านการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูล และการฝึกอบรมเกี่ยวกับความปลอดภัยให้กับพนักงานของบริษัทฯ รวมถึงพนักงานของลูกค้า ผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท อย่างสม่ำเสมอ ดังนี้

- การอบรมการดับเพลิงเบื้องต้นและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมการดับเพลิงเบื้องต้น ตลอดจนการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ เป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน และเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นในการระงับอัคคีภัยเบื้องต้น การปฏิบัติตนอย่างถูกต้องเพื่อความปลอดภัยขณะเกิดเหตุเพลิงไหม้ และมีการบันทึกข้อมูลขณะฝึกซ้อม การประเมินผลด้วยระยะเวลาในการอพยพ และประสิทธิภาพการสื่อสารขณะเกิดเหตุ ตลอดจนการสรุปผลการฝึกซ้อมให้พนักงานที่เข้าร่วมได้รับทราบ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดให้มีหลักสูตรการฝึกปฏิบัติการป้องกันอัคคีภัย และซักซ้อมแผนการอพยพหนีไฟ ระหว่างวันที่ 20-24 ตุลาคม 2568 โดยสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร ผลการซ้อมแผนอพยพหนีไฟภายในบริษัทฯ สามารถดำเนินการได้ภายในเวลา 4 นาที ซึ่งเร็วกว่าค่ามาตรฐาน (ค่ามาตรฐาน 7 นาที) ของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.)



- การป้องกันอัคคีภัยและรับมือแผ่นดินไหว

บริษัทฯ กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานมีการทบทวนความรู้และทำแบบทดสอบแบบออนไลน์ ผ่านระบบ e-Learning เรื่องการป้องกันอัคคีภัยและรับมือแผ่นดินไหว โดยในปี 2568 พนักงานที่สำนักงานใหญ่จำนวน 860 คน ได้เข้ารับการทดสอบ ในวันที่ 20 ตุลาคม 2568 และผ่านการประเมินครบถ้วนทุกคนคิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานที่เข้ารับการทดสอบทั้งหมด

- การสื่อสารด้านความปลอดภัย

บริษัทฯ ได้ดำเนินการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลด้านความปลอดภัยแก่พนักงาน ลูกค้า และผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงาน ภายในพื้นที่ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง โดยลูกค้าและผู้รับเหมาได้ลงนามรับทราบข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัย โดยมีสาระสำคัญดังนี้ ผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบอุบัติเหตุ ความเสียหาย หรืออันตรายใด ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานของผู้รับจ้าง รวมถึงการกระทำของตัวแทนหรือบุคลากรของผู้รับจ้างเอง นอกจากนี้ ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันอุบัติเหตุ พร้อมทั้งกำหนดวิธีการและแผนการทำงานที่เหมาะสม เพื่อควบคุมและลดผลกระทบจากฝุ่นละอองที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน รวมทั้งต้องดำเนินการป้องกันและควบคุมเสียงรบกวนให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม ทั้งนี้ผู้รับจ้างต้องดูแลรักษาพื้นที่ก่อสร้าง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงานให้อยู่ในสภาพที่ปลอดภัยตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน และเมื่อการก่อสร้างแล้วเสร็จ ผู้รับจ้างต้องดำเนินการขนย้ายเครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุ และเศษวัสดุก่อสร้างออกจากพื้นที่ พร้อมทั้งทำความสะอาดพื้นที่ให้มีสภาพเรียบร้อย สามารถกลับมาใช้งานได้ทันทีตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

- การควบคุมพื้นที่เสียงและแจ้งเตือนเพื่อความปลอดภัย

การติดตั้งป้ายนิเทศเพื่อแจ้งให้ทราบว่าพื้นที่ดังกล่าวอยู่ระหว่างเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน อาทิ การตรวจสอบหรือซ่อมบำรุง ลิฟท์โดยสาร และมีอุปกรณ์ป้องกัน อย่างกรวยสีเหลือง และเทปกั้นอาณาเขต เพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ได้เกี่ยวข้องเข้าไปในพื้นที่ดังกล่าว รวมถึงมีป้ายแจ้งแนะนำลิฟท์ตัวสำรองที่สามารถใช้ทดแทนได้ในระหว่างดำเนินการ รวมไปถึง การตั้งกรวยเตือนสำหรับพื้นที่ที่กำลังทำความสะอาดหรือพื้นที่ก่อสร้าง เพื่อให้พนักงานและบุคคลภายนอกหลีกเลี่ยงพื้นที่ดังกล่าว ลดความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ และสร้างความปลอดภัยในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ



การยกระดับสภาพแวดล้อมและสถานที่ทำงานให้ปลอดภัย

1. การจัดอุปกรณ์ป้องกันที่มีมาตรฐานและเพียงพอ

การจัดหาอุปกรณ์ป้องกันและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานและเพียงพอ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมอาชีพอนามัยและความปลอดภัยภายในองค์กร เพื่อช่วยป้องกันอุบัติเหตุ ลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน และคุ้มครองชีวิต สุขภาพ และความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานอย่างรอบด้าน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินไว้ ดังนี้

- เครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ (AED) ติดตั้งไว้ที่เคาน์เตอร์กลางของอาคารซึ่งได้รับการตรวจสอบความพร้อมใช้งานอย่างสม่ำเสมอทุก 6 เดือน
- อุปกรณ์ดับเพลิง อยู่ในทุกชั้นของอาคาร ชั้นละ 3 จุด (หลังลิฟท์ทั้ง 2 ฝั่ง ซ้าย-ขวาและตรงกลางของอาคาร) โดยมีการตรวจเช็คค่ามาตรฐานของอุปกรณ์เป็นประจำทุกเดือน
- รถดับเพลิง จำนวน 1 คัน ตั้งอยู่บริเวณด้านข้างของบริษัทฯ

2. การปรับปรุงสถานที่ทำงานและสภาพแวดล้อมให้มีความปลอดภัย

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เหมาะสม และเอื้อต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้พัฒนาและปรับปรุงสถานที่ทำงาน ระบบ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ตลอดจนสนับสนุนให้การทำงานเป็นไปอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ตรวจสอบและบำรุงรักษาลิฟต์ อย่างสม่ำเสมอทุกเดือน ตามมาตรฐานความปลอดภัยของกรมสวัสดิการและความปลอดภัยในการทำงาน โดยครอบคลุมทั้งการตรวจระบบกลไก ความสมบูรณ์ของประตูและสายเคเบิล ระบบไฟฟ้า และการทำงานของอุปกรณ์ฉุกเฉิน
- จัดทำทางลาดและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับการขนย้ายสิ่งของทั้งภายในและภายนอกอาคาร เพื่อลดความเสี่ยงจากการบาดเจ็บ และสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่สะดวกสบายและมีประสิทธิภาพ
- บริษัทฯ ปรับปรุงระบบแสงสว่างภายในอาคาร โดยติดตั้งและปรับตำแหน่งหลอดไฟให้เหมาะสมกับมาตรฐานความสว่างของแต่ละพื้นที่ ครอบคลุมพื้นที่ทำงาน โต๊ะทำงาน ทางเดิน สำนักงาน ร้านค้า และพื้นที่คลังสินค้า เพื่อให้มีระดับความสว่างที่เหมาะสม ไม่สว่างจ้าหรือมืดสลัวเกินไป ช่วยลดความเสี่ยงต่ออุบัติเหตุและส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
- บำรุงรักษาและตรวจสอบระบบไฟฟ้า โดยมีการเปลี่ยนหลอดไฟที่หมดอายุหรือแสงอ่อนอยู่สม่ำเสมอ มีการตรวจสอบระบบสายไฟและอุปกรณ์แสงสว่างอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แสงสว่างทำงานเต็มประสิทธิภาพ
- การทำความสะอาดบริเวณจุดสัมผัสต่าง ๆ ในห้องประชุมทั้งก่อนและหลังการประชุมทุกครั้ง ด้วยแอลกอฮอล์และน้ำยาฆ่าเชื้อโรค รวมถึงการทำความสะอาดพื้นที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่สะอาด ปลอดภัย และลดความเสี่ยงด้านสุขภาพจากการแพร่เชื้อ
- ติดตั้งป้ายแจ้งเส้นทางอพยพฉุกเฉิน บริเวณหน้าลิฟท์ทุกชั้น เพื่อแจ้งเส้นทางให้แก่ พนักงาน คู่ค้า ผู้รับเหมา ที่อยู่ในอาคารให้อพยพออกจากพื้นที่เสี่ยงได้อย่างเป็นระเบียบ ลดความสับสน ความตื่นตระหนก และลดโอกาสเกิดอุบัติเหตุหรือบาดเจ็บจากการอพยพ และสนับสนุนการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาคารและข้อกำหนดกฎหมายด้านอัคคีภัย

3. โครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน

- ให้คำแนะนำการใช้อุปกรณ์สำนักงานอย่างถูกวิธี โดยประสานผู้แทนจากบริษัทคู่ค้าในการแนะนำการใช้งานอุปกรณ์สำนักงาน เช่น เครื่องพิมพ์ (Printer) เพื่อให้พนักงานสามารถใช้งานเครื่องมือและอุปกรณ์ใหม่ได้อย่างปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ อันช่วยลดความเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ ความเสียหายของอุปกรณ์ และสนับสนุนให้การทำงานภายในสำนักงานเป็นไปอย่างราบรื่น



- จัดระเบียบสายไฟภายในพื้นที่ทำงานอย่างเหมาะสม โดยรวบรวมสายไฟให้เป็นหมวดหมู่ ใช้อุปกรณ์ยึดหรือรางเก็บสายไฟเพื่อป้องกันการกระจัดกระจาย และจัดวางสายไฟให้อยู่ในตำแหน่งที่ไม่กีดขวางทางสัญจร เพื่อลดความเสี่ยงต่อการสะดุดล้ม การเกิดไฟฟ้าลัดวงจร และความเสียหายต่ออุปกรณ์ไฟฟ้า
- จัดระเบียบการจราจรและเส้นทางการขยับเขยื้อนภายในพื้นที่บริษัท เนื่องจากเส้นทางภายในพื้นที่ของบริษัท มีหลายจุดเข้า-ออกและเชื่อมต่อกับชุมชนโดยรอบ บริษัทฯ จึงได้กำหนดและจัดระเบียบพื้นที่จอดรถสำหรับพนักงานทั้งแบบเดินทางไป-กลับและจอดค้างคืน พร้อมกำหนดเส้นทางการขยับเขยื้อนพาหนะอย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานและผู้ใช้พื้นที่สามารถสัญจรและปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย ลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ และสอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยของบริษัทฯ

4. การให้บริการด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพของพนักงานทั้งในด้านการป้องกันและการรักษา เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย จึงได้จัดให้มีบริการด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการทำงานอย่างครอบคลุม ได้แก่

- การตรวจสุขภาพประจำปี และการตรวจสุขภาพตามช่วงอายุวัย เพื่อเป็นการสนับสนุนการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน และเฝ้าระวังความเสี่ยงจากการทำงานสำหรับพนักงานทุกระดับ พร้อมให้คำแนะนำด้านสุขภาพรายบุคคล กิจกรรมนี้ช่วยให้พนักงานเข้าถึงบริการทางการแพทย์อย่างสะดวก ลดความเสี่ยงโรคเรื้อรัง และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีในระยะยาวภายใต้สวัสดิการของบริษัทฯ ซึ่งในปี 2568 มีพนักงานสะดวกเข้าตรวจสุขภาพที่กรุงเทพฯ จำนวน 648 คน สำหรับพนักงานในต่างจังหวัดที่ไม่สะดวกเดินทางเข้ารับการตรวจสุขภาพกับบริษัทฯ สามารถเข้ารับการตรวจสุขภาพได้ที่ ณ โรงพยาบาลตามสิทธิประกันสังคมของตน
- การจัดห้องพยาบาลภายในบริษัทฯ เพื่อรองรับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น การดูแลอาการเจ็บป่วยฉุกเฉิน และการให้คำแนะนำด้านสุขภาพแก่พนักงาน โดยมีแพทย์และพยาบาลวิชาชีพประจำตลอดเวลาทำงาน พร้อมอุปกรณ์ทางการแพทย์พื้นฐานที่ได้มาตรฐาน
- การประกันภัยอุบัติเหตุและสุขภาพกลุ่ม ให้แก่พนักงานทุกระดับจำนวน 3,101 คน ในปี 2568 เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ครอบคลุมค่ารักษาพยาบาลกรณีผู้ป่วยนอก ผู้ป่วยใน อุบัติเหตุ และความคุ้มครองเพิ่มเติมตามแผนประกันที่บริษัทฯ กำหนด
- การฉีดวัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ (Quadrivalent Influenza Vaccine) สำหรับพนักงานทุกระดับ ในปี 2568 ซึ่งมีพนักงานสะดวกเข้ารับการฉีดวัคซีน จำนวน 785 คน โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
- จัดรถทันตกรรมเคลื่อนที่ (Mobile Dental Clinic) เข้ามาให้บริการกับพนักงานภายในบริษัทฯ มีพนักงานเข้ารับบริการด้านทันตกรรมในปี 2568 จำนวน 40 คน

5. โครงการ/กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดีของพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน โดยสนับสนุนและเชิญชวนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมการออกกำลังกาย ณ โอ.ซี.ซี. สปอร์ตคลับ อาทิตี แบดมินตัน สนามเทนนิส วายน้ำ และฟิตเนส ด้วยการลดอัตราค่าบริการ 70% สิทธิพิเศษเฉพาะพนักงาน และลด 20% สำหรับครอบครัวพนักงาน ซึ่งอัตราค่าบริการสำหรับบุคคลทั่วไป 500 บาท ต่อปี กิจกรรมดังกล่าวมีพนักงานเข้าร่วมอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 35 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.38 ของจำนวนพนักงานทั้งหมดที่กรุงเทพฯ



โครงการยกระดับสุขภาวะในการทำงานตามหลักสรีรศาสตร์ (Ergonomic Workplace)

บริษัทฯ ตระหนักว่าการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมตามหลักสรีรศาสตร์เป็นปัจจัยสำคัญต่อสุขภาพ คุณภาพชีวิต และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องปฏิบัติงานในลักษณะนั่งทำงาน ต่อเนื่องเป็นเวลานานบริเวณโต๊ะทำงานและหน้าจอคอมพิวเตอร์ ซึ่งอาจมีความเสี่ยงต่อความเมื่อยล้า อาการปวดคอ ปวดหลัง และความไม่สบายจากท่าทางการทำงานที่ไม่เหมาะสม

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงริเริ่ม โครงการยกระดับสุขภาวะในการทำงานตามหลักสรีรศาสตร์ เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อม การทำงานที่ปลอดภัย เหมาะสม และเอื้อต่อสุขภาวะของพนักงาน โดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนเก้าอี้สำนักงานให้เป็นเก้าอี้ ที่ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์ (Ergonomic Chair) ซึ่งสามารถปรับระดับให้เหมาะสมกับสรีระของผู้ใช้งาน ช่วยรองรับ สรีระในการนั่งทำงาน และลดแรงกดทับที่อาจเกิดขึ้นจากการนั่งทำงานเป็นเวลานาน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเปลี่ยนเก้าอี้สำนักงานให้แก่พนักงานประมาณร้อยละ 50 ของสำนักงานใหญ่ หรือราว 430 คน จากพนักงานทั้งหมด 860 คน และมีแผนทยอยขยายการดำเนินงานให้ครอบคลุมพนักงานกลุ่มอื่น เพิ่มเติมในอนาคต ควบคู่กับการให้คำแนะนำเกี่ยวกับท่านั่งทำงานที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการใช้งานอุปกรณ์สำนักงาน อย่างถูกต้องและเกิดประโยชน์สูงสุด

การดำเนินโครงการดังกล่าวช่วยส่งเสริมความสบายในการทำงาน ลดความเมื่อยล้าจากการนั่งทำงานต่อเนื่อง และเอื้อต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกัน ยังสะท้อนถึงความใส่ใจของบริษัทฯ ต่อสุขภาพและ ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ซึ่งบริษัทฯ คาดหวังว่าจะมีส่วนช่วยสนับสนุนคุณภาพการทำงาน ลดการหยุดงานเนื่องจาก ปัญหาสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับสภาพการทำงาน และเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรต่อสุขภาวะในระยะยาว

โครงการนี้จึงไม่ใช่เพียงการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์สำนักงาน แต่เป็นส่วนหนึ่งของการลงทุนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ของพนักงาน และสนับสนุนแนวทางการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพราะบริษัทฯ เชื่อมั่นว่า การดูแลคนทำงานอย่างเหมาะสม คือรากฐานสำคัญขององค์กรที่เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยที่เปิดเผยในรายงานฉบับนี้ ครอบคลุมเฉพาะพนักงานของ บริษัทฯ เท่านั้น เนื่องจากบริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการพัฒนาาระบบและแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูลของแรงงานคู่ค้าและผู้รับเหมาที่ เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่ของบริษัทฯ ให้มีความครบถ้วน ถูกต้อง และสอดคล้องกับขอบเขตการกำกับดูแลมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายในการยกระดับการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้สามารถเปิดเผยข้อมูลได้อย่างครอบคลุมในรอบการรายงานถัดไป ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังไม่มีข้อมูลการเจ็บป่วยจากการทำงานที่รวบรวมและจำแนกได้อย่างเป็นระบบในรอบปีรายงานนี้ จึงยังไม่สามารถ เปิดเผยจำนวนกรณีและประเภทของการเจ็บป่วยจากการทำงานได้

	2565	2566	2567	2568
จำนวนผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดที่อยู่ภายใต้ระบบความปลอดภัย และอาชีวอนามัย (คน)	3,376	3,180	2,774	3,101
จำนวนการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด (กรณี)	3	2	3	5
อัตราการถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) (กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)	0.43	0.30	0.63	0
อัตราการเสียชีวิตหรือทุพพลภาพจากอุบัติเหตุจากการทำงาน (Major Accident) (กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)	0	0	0	0
อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงาน (OIFR)(29) (กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)	0	0	0	0



จากการติดตามและบันทึกสถิติอุบัติเหตุในพื้นที่ปฏิบัติงาน ในปี 2568 พบว่าไม่มีกรณีการบาดเจ็บจากการทำงานที่ส่งผลให้พนักงานต้องหยุดงาน แต่มีกรณีอุบัติเหตุจากการทำงานแต่ไม่ถึงขั้นหยุดงาน จำนวน 5 คน มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะอุบัติเหตุ	มาตรการแก้ไขและป้องกัน
พนักงานชายจำนวน 3 คน (ชาย 1 คน หญิง 2 คน) ประสบอุบัติเหตุระหว่างการตรวจเช็คสต็อกและจัดเรียงสินค้าภายในเคาน์เตอร์ของห้างสรรพสินค้า โดยมีสาเหตุจากการตกจากที่สูงและกล่องสินค้าหล่นใส่ ส่งผลให้ได้รับบาดเจ็บบริเวณศีรษะ ต้นคอ แขน หลัง มือ แขน และขา	บริษัทฯ กำหนดให้มีการตรวจสอบสภาพบันไดก่อนใช้งานทุกครั้ง ยกระดับมาตรฐานการจัดเรียงและซ้อนกล่องสินค้าให้มีความมั่นคงแข็งแรงและไม่สูงเกินกว่าที่กำหนด จัดหาอุปกรณ์ช่วยยกหรือทุ่นแรงสำหรับการเคลื่อนย้ายสินค้า และกำหนดให้มีผู้ควบคุมระหว่างการปฏิบัติงานตามความเหมาะสม
พนักงานสำนักงานชายจำนวน 1 คน ได้รับบาดเจ็บบริเวณเท้าจากการเหยียบตะปูในบริเวณโกดังสินค้า	บริษัทฯ กำหนดให้มีการสวมรองเท้านิรภัยที่สามารถป้องกันการแทงทะลุจากวัสดุแหลมคม พร้อมจัดเก็บอุปกรณ์ เฟอร์นิเจอร์ และวัสดุเหลือใช้ให้เป็นระเบียบ รวมทั้งทำความสะอาดพื้นที่โกดังอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันไม่ให้มีเศษตะปูหรือสิ่งแปลกปลอมตกค้าง
พนักงานสำนักงานหญิงจำนวน 1 คน ประสบอุบัติเหตุล้มกระแทกพื้นจากการสะดุดรางสายไฟของกระดานไวท์บอร์ดระหว่างการประชุม ส่งผลให้ได้รับบาดเจ็บในลักษณะถลอก ฟกช้ำ และฟื่นหัก	บริษัทฯ ได้ดำเนินการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและนำส่งสถานพยาบาลเพื่อรับการรักษาอย่างทันท่วงที พร้อมดูแลค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลตามสิทธิและสวัสดิการที่พนักงานพึงได้รับ ติดตามอาการของพนักงานอย่างต่อเนื่อง และได้ดำเนินการป้องกันแก้ไขโดยจัดเก็บสายไฟให้เป็นระเบียบ





👥 การสร้างคุณค่าสู่ชุมชนและสังคม

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน:

6. การสนับสนุนและช่วยเหลือชุมชนและสังคม

- การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น
- การจ้างงานในท้องถิ่น
- การสนับสนุนชุมชน
- การสนับสนุนทางสังคมและการกุศล



ผลกระทบ 	แม้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จะไม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบในระดับสูง แต่การดำเนินงานของสถานประกอบการยังอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนได้ในบางกรณี เช่น เสี่ยงรบกวนการจราจร ความไม่สะดวกในการใช้พื้นที่สาธารณะ ตลอดจนผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ หากขาดการดูแล การสื่อสาร และการรับฟังข้อกังวลของชุมชนอย่างเหมาะสม อาจนำไปสู่ความไม่พอใจ ความขัดแย้ง หรือการร้องเรียนจากชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
ความเสี่ยงและโอกาส 	การร้องเรียนและการต่อต้านจากชุมชน หรือความเชื่อมั่นที่ลดลงจากผู้มีส่วนได้เสีย อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร ตลอดจนทำให้การขยายสถานประกอบการหรือการดำเนินงานบางส่วนเกิดความล่าช้า ส่งผลให้ต้นทุนโครงการเพิ่มขึ้นและสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ ในทางกลับกัน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน การตอบสนองต่อข้อกังวลอย่างเหมาะสม และการสร้างคุณค่าร่วมผ่านกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ย่อมช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย สนับสนุนความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ และเอื้อต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ในระยะยาว

ระดับต่ำ ● ปานกลาง ●● สูง ●●● **R** ความเสี่ยง **O** โอกาส **-** ผลกระทบเชิงลบ **+** ผลกระทบเชิงบวก

จำนวนโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้คน	
เป้าหมายปี 2568: อย่างน้อย 3 โครงการ	ผลการดำเนินงาน ปี 2568 3 โครงการ
เป้าหมายปี 2573: อย่างน้อย 5 โครงการ	

ข้อร้องเรียนจากชุมชนได้รับการแก้ไขครบในเวลาที่กำหนด	
เป้าหมายปี 2568: แก้ไขครบ (ร้อยละ 100)	ผลการดำเนินงาน ปี 2568 ร้อยละ 100
เป้าหมายปี 2573: แก้ไขครบ (ร้อยละ 100)	

โครงสร้างการกำกับดูแล

บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเป็นผู้กำกับดูแลนโยบายและทิศทางการสร้างคุณค่าแก่ชุมชนและสังคม โดยมอบหมายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานสื่อสารองค์กร และหน่วยงานสื่อสารองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบการขับเคลื่อนการดำเนินงาน ติดตามผล และรายงานความก้าวหน้าตามสายการบังคับบัญชาเป็นรายไตรมาส และรายปี เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานกับชุมชนและสังคมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร และสนับสนุนการสร้างคุณค่าร่วมแก่ชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน



แนวทางการสร้างคุณค่าแก่ชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ในฐานะผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคชั้นนำ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อควบคู่กับการสร้างคุณค่าร่วมแก่ผู้มีส่วนได้เสีย ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน “คนดี ลินค้ำดี สังคมดี” บริษัทฯ จึงมุ่งบริหารจัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานอย่างเหมาะสม ควบคู่กับการสนับสนุนกิจกรรมและโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และสาธารณประโยชน์ตามบริบทของธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทฯ เห็นว่าการดำเนินงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย สนับสนุนภาพลักษณ์องค์กร และเอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

ในการบริหารจัดการด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม บริษัทฯ ยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคม โปร่งใส และความเป็นธรรม โดยให้ความสำคัญกับการประเมินและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน การสื่อสารและรับฟังข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่และเป้าหมายขององค์กร บริษัทฯ กำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ โดยหลีกเลี่ยงการดำเนินงานที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนและสังคม หรือเป็นการละเมิดสิทธิของบุคคลที่อยู่ร่วมกันในสังคม
2. ปฏิบัติงานด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมให้แก่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์แก่ส่วนรวม
3. กำหนดมาตรการป้องกัน ติดตาม และแก้ไขผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชนและสังคมจากการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างเหมาะสม
4. ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และวิถีชีวิตอันดีงามของท้องถิ่นในพื้นที่ที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินงานหรือมีส่วนร่วม
5. ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และภาคส่วนต่างๆ ในการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างสร้างสรรค์
6. สนับสนุนกิจกรรมและโครงการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะและยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคม
7. ส่งเสริมการสร้างรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน ผ่านการสนับสนุนการจ้างงานและการใช้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มาจากชุมชนตามความเหมาะสม
8. สร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและสังคมบนพื้นฐานของความถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรม และการเคารพซึ่งกันและกัน

รายละเอียดชุมชนโดยรอบที่ตั้งของบริษัท

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

การจัดการผลกระทบที่มีต่อชุมชน

จากการรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนของชุมชนในปี 2568 บริษัทฯ พบว่าประเด็นที่ชุมชนให้ความกังวลคือความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนบริเวณโดยรอบสำนักงานใหญ่ เนื่องจากมีปริมาณรถเข้า-ออกพื้นที่เฉลี่ยประมาณ 1,000 คันต่อวัน และเพิ่มสูงขึ้นในช่วงการจัดงานขนาดใหญ่ เช่น งานไอ.ซี.ซี. แฟร์ ซึ่งจัดต่อเนื่อง 3 วัน โดยมีปริมาณรถเฉลี่ยประมาณ 4,000 คันต่อวัน และมีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 15,000 คนต่อวัน ส่งผลให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับความหนาแน่นของการจราจรในช่วงเวลาดังกล่าว แม้วางยังไม่พบการเกิดอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้อง



บริษัทฯ ได้พิจารณาแนวทางจัดการเพื่อลดผลกระทบเชิงลบอย่างเป็นระบบ โดยดำเนินมาตรการบริหารจัดการจราจรทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วงการจัดงานไอ.ซี.ซี. แฟร์ เช่น การเพิ่มช่องทางเข้าออกพื้นที่ การจัดพื้นที่จอดรถเพิ่มเติม และการจัดบริการรถรับ-ส่งเพื่อลดการสะสมของปริมาณรถ พร้อมทั้งจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรบริเวณจุดเข้า-ออกหลัก และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดูแลความปลอดภัยของผู้ใช้ถนน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินการสื่อสารเชิงรุกกับชุมชน โดยติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันก่อนการจัดงาน และเปิดช่องทางให้ชุมชนสามารถแจ้งข้อร้องเรียนหรือปัญหาได้ตลอดช่วงการจัดกิจกรรม เพื่อให้บริษัทสามารถตอบสนองและแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างทันที่

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังเพิ่มความถี่ในการลงพื้นที่เยี่ยมเยียนชุมชน และพัฒนาช่องทางรับฟังความคิดเห็นออนไลน์เพื่อให้บริการบริหารจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปแบบเรียลไทม์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงเตรียมพัฒนาโครงการการมีส่วนร่วมกับชุมชนในปี 2569 เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและลดความกังวลของชุมชนจากประเด็นด้านการจราจรอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาชุมชนและสร้างคุณค่าต่อสังคม

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

การพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ	การพัฒนา ด้านการศึกษา	การพัฒนา ด้านคุณภาพชีวิต	การอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม	การมีส่วนร่วม กับชุมชนและสังคม
--------------------------	--------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------------

1. การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

- การจัดงาน ICC FAIR

บริษัทฯ มีแนวคิดในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ จึงได้ริเริ่มจัดงาน ไอ.ซี.ซี. แฟร์ (ICC Fair) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเปิดพื้นที่ให้บริษัทในเครือ ผู้ประกอบการท้องถิ่น และชุมชนในเขตยานนาวาและพื้นที่ใกล้เคียง เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย งานดังกล่าวไม่เพียงเป็นเวทีสร้างรายได้ให้แก่ผู้ค้ารายย่อย 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 อุปกรณ์บริโภค อาหาร เครื่องใช้ภายในบ้าน และผลิตภัณฑ์จากชุมชน ขณะเดียวกันมีประชาชนให้ความสนใจเข้าร่วมงานประมาณ 15,000 คนต่อวัน สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของงานในการดึงดูดผู้บริโภคและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง 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
รวม	83	38.52	1,320,175

2. การพัฒนาด้านคุณภาพชีวิต

- โครงการจัดหาและสนับสนุนรถเข็นและอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการสำหรับเด็กและคนพิการ (RICD Wheelchair Project)

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

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

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





สรุปผลการดำเนินงานโดย RICD Wheelchair project ร่วมกับ I.C.C International
เพื่อมอบรถเข็นคนพิการในพื้นที่ต่าง ๆ ประจำปี 2568

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

• โครงการ Enfant SOS : Save Our Sea Turtles Project

แบรนด์ Enfant (อองฟองต์) ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและอ่อนโยนต่อเด็กและครอบครัว ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะกลุ่มที่ขาดโอกาสและต้องการการดูแลเป็นพิเศษ หนึ่งในโครงการสำคัญคือ Enfant SOS : Save Our Sea Turtles Project ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2567 เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเล ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ในห้องเรียนร่วมกับเยาวชน 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 บาท ให้แก่ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กองทัพเรือ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการกิจด้านอนุรักษ์อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ อองฟองต์ยังให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือเด็กและเยาวชนในสถานสงเคราะห์ โรงเรียน และองค์กรสาธารณกุศลที่มีข้อจำกัดด้านงบประมาณ โดยสนับสนุนผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และของใช้จำเป็นที่ปลอดภัยและของใช้จำเป็นที่มีความอ่อนโยนและปลอดภัย ให้แก่สถานสงเคราะห์ โรงเรียน และมูลนิธิต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เด็กสามารถเข้าถึงสุขอนามัยที่ได้อย่างเท่าเทียม และช่วยให้หน่วยงานผู้รับสามารถนำงบประมาณไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านอื่นได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนองค์กรและโครงการต่าง 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 สู้รอยยิ้มเด็กไทย” บริษัท เนชั่นทีวี จำกัด สำหรับช่วยเหลือโรงเรียนที่ขาดแคลนทั่วประเทศ ผลิตภัณฑ์มูลค่า 247,715.84 บาท
- โรงเรียนบ้านนาดี อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ ผลิตภัณฑ์มูลค่า 739,430.47 บาท สำหรับนักเรียน และเด็ก ๆ ในบริเวณชุมชนใกล้เคียง

• การสร้างโอกาสทางอาชีพให้ผู้พิการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้พิการในสังคม โดยดำเนินการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2540 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งกำหนดให้สถานประกอบการจ้างงานคนพิการในอัตราส่วน 100 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 สนับสนุนการพัฒนาการศึกษาและการเตรียมความพร้อมของเยาวชนให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในโลกธุรกิจจริง 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 ร่วมมือกับ มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการกระจายทรัพยากรด้านการศึกษาไปยังชุมชนและสถานศึกษาในพื้นที่ต่าง ๆ

ภายใต้โครงการดังกล่าว บริษัทฯ ได้รวบรวมหนังสือจากห้องสมุดส่วนกลางและจากการร่วมบริจาคของพนักงาน โดยคัดเลือกหนังสือที่อยู่ในสภาพดีและเหมาะสมกับการเรียนรู้ของเด็ก เช่น วรรณกรรมเยาวชน หนังสือความรู้รอบตัว และหนังสือพัฒนา



ทักษะ รวมกว่า 2,000 เล่ม พร้อมทั้งสนับสนุน ตู้และชั้นหนังสือจำนวน 26 ชั้น เพื่อให้สามารถจัดเก็บและใช้ประโยชน์จากหนังสือได้อย่างเหมาะสม

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

4. การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

• โครงการประกวดดนตรีไทย มหาวิทยาลัยบูรพา

บริษัทฯ ได้สนับสนุนคณะกรรมการและกรรมการแสดง มหาวิทยาลัยบูรพา ในการจัดงานประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ต่อเนื่องมายาวนานกว่า 40 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนอนุรักษ์ดนตรีไทย กระตุ้นให้มีการฝึกหัด และสืบสานดนตรีไทย โดยในปี 2568 สนับสนุนเงินจำนวน 200,000 บาท มีผู้เข้าประกวดทั้งสิ้น 980 คน จากโรงเรียนทั่วภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การประกวดดนตรีไทยระดับนักเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นโครงการที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องมาเป็นประจำทุกปี จึงไม่เพียงแต่เพียงการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมเท่านั้น ยังสร้างความสัมพันธ์ และส่งเสริมความสามัคคี กระตุ้นให้เยาวชนตื่นตัวในคุณค่าของศิลปะดนตรีไทย อันเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมอันดีงามของชาติสืบไป



• การถวายพระ “ปางเปิดโลก” เพื่อไปประดิษฐาน ณ วัดดอกไม้ เขตยานนาวา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและการสนับสนุนศาสนสถานในชุมชนมาโดยตลอด โดยมีความผูกพันกับวัดดอกไม้ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับสำนักงานใหญ่บนถนนสาธุประดิษฐ์ (ซอย 58) ในเขตยานนาวา วัดแห่งนี้ถือเป็นศูนย์รวมจิตใจ



ของพนักงานและผู้บริหาร และเป็นสถานที่ที่บริษัทฯ มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางศาสนาสำคัญหลายครั้ง ด้วยความเลื่อมใสและความตั้งใจในการสืบสานพระพุทธศาสนา เนื่องในโอกาสครบรอบ 61 ปีของการก่อตั้งบริษัทฯ จึงอัญเชิญพระพุทธรูป วิมุตติโคตรมะจักวาร์รัง ปางเปิดโลก ความสูงประมาณ 2.7 เมตร นำไปประดิษฐาน ณ วัดดอกไม้ เพื่อให้พุทธศาสนิกชนและประชาชนทั่วไปได้สักการะบูชา รวมทั้งเป็นการสนับสนุนการสืบทอดคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและศาสนาให้คงอยู่คู่กับชุมชน



5. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม

• “ให้ชีวิต” ด้วยการบริจาคโลหิต

บริษัทฯ ส่งเสริมพนักงานให้รู้จัก “การให้” แก่ผู้อื่น ผ่านกิจกรรมบริจาคโลหิตกับ สภากาชาดไทย ภายใต้แนวคิด “ให้โลหิต ให้ชีวิต ให้ประจำ” โดยดำเนินการต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ปีละ 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 แม้กระนั้นกิจกรรมยังคงได้รับความร่วมมืออย่างดีจากพนักงานและเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนโลหิตสำรองให้กับ สภากาชาดไทยอย่างต่อเนื่อง



	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 ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนกว่า 3.5 ล้านคน บริษัทฯ จึงได้เร่งสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และผลิตภัณฑ์ดูแลสุขอนามัย จากหลายแบรนด์ในเครือ เพื่อนำไปช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประสบภัยในช่วงเวลาที่มีการเข้าถึงสิ่งของจำเป็นและน้ำสะอาดมีข้อจำกัด

ความช่วยเหลือดังกล่าวถูกส่งมอบผ่านหน่วยงานพันธมิตร ได้แก่ กองทัพอากาศ มูลนิธิแสง-ซึกี้ เหนตระกุล เติลินวิธส์ และ เพลอจิ้น เพื่อกระจายต่อไปยังพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบอย่างเร่งด่วน โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้สนับสนุนสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยรวมมูลค่ากว่า 1,215,164 บาท





• การสนับสนุนทหารและผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบ

จากสถานการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชายแดน ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและส่งเสริมกำลังใจแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและประชาชนที่ได้รับผลกระทบ โดยจัดกิจกรรม “รวมน้ำใจ มอบความห่วงใยแก่เหล่าทหารในเขตชายแดน” ผ่านการรวบรวมสิ่งของจำเป็น อาทิ เสื้อผ้า ชุดชั้นในชาย-หญิง ถุงเท้า และชุด PPE จากแบรนด์ ARROW, ELLE



HOMME, ARROW LITE และ KULLASTRI เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงานประจำวันและช่วยบรรเทาความเดือดร้อน โดยสิ่งของทั้งหมดได้ถูกส่งมอบไปยังพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบผ่านกรมกิจการพลเรือนทหารบก สถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD และเนชั่นทีวี ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการกระจายความช่วยเหลือไปยังพื้นที่ที่ต้องการอย่างทั่วถึงที่ รวมมูลค่าการสนับสนุนทั้งสิ้นกว่า 715,243 บาท

• การสนับสนุนโครงการเพื่อสาธารณประโยชน์และประโยชน์ต่อชุมชน

บริษัทฯ สนับสนุนเงินจำนวน 1,000,000 บาท เพื่อร่วมซ่อมแซมอาคารเทียม-สายพิณ โชควัฒนา โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ซึ่งถือเป็นการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณสุขในรูปแบบเงินบริจาค โดยการสนับสนุนดังกล่าวคาดว่าจะช่วยเสริมความพร้อมของสถานพยาบาลในการให้บริการแก่ประชาชน และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมในวงกว้าง พัฒนาสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการเข้าถึงบริการทางการแพทย์อย่างเหมาะสม



ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานกับชุมชนและสังคม

ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม	2565	2566	2567	2568
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุนชุมชนและสังคม (ล้านบาท)	3.26	7.83	4.37	4.72
เงินบริจาค (ล้านบาท)	2.93	17.16	67.63	3.45



การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถรับทราบความคาดหวัง ข้อกังวล และประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบได้อย่างเหมาะสม บริษัทฯ มีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนผ่านการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงอย่างสม่ำเสมอ โดยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง พร้อมทั้งใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายในการประสานงานและเผยแพร่ข้อมูลกิจกรรมของบริษัท เช่น การประสานงานผ่านสำนักงานเขตยานนาวา การดำเนินกิจกรรมร่วมกับสถานศึกษาและวัดในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประกาศ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของบริษัท เพื่อให้ชุมชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียน การสอบถามข้อมูล และการให้ข้อเสนอแนะจากประชาชน เพื่อให้สามารถรับฟังความคิดเห็นของชุมชนและนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการพิจารณาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ช่องทางที่ประชาชนสามารถติดต่อบริษัทฯ ได้ ได้แก่

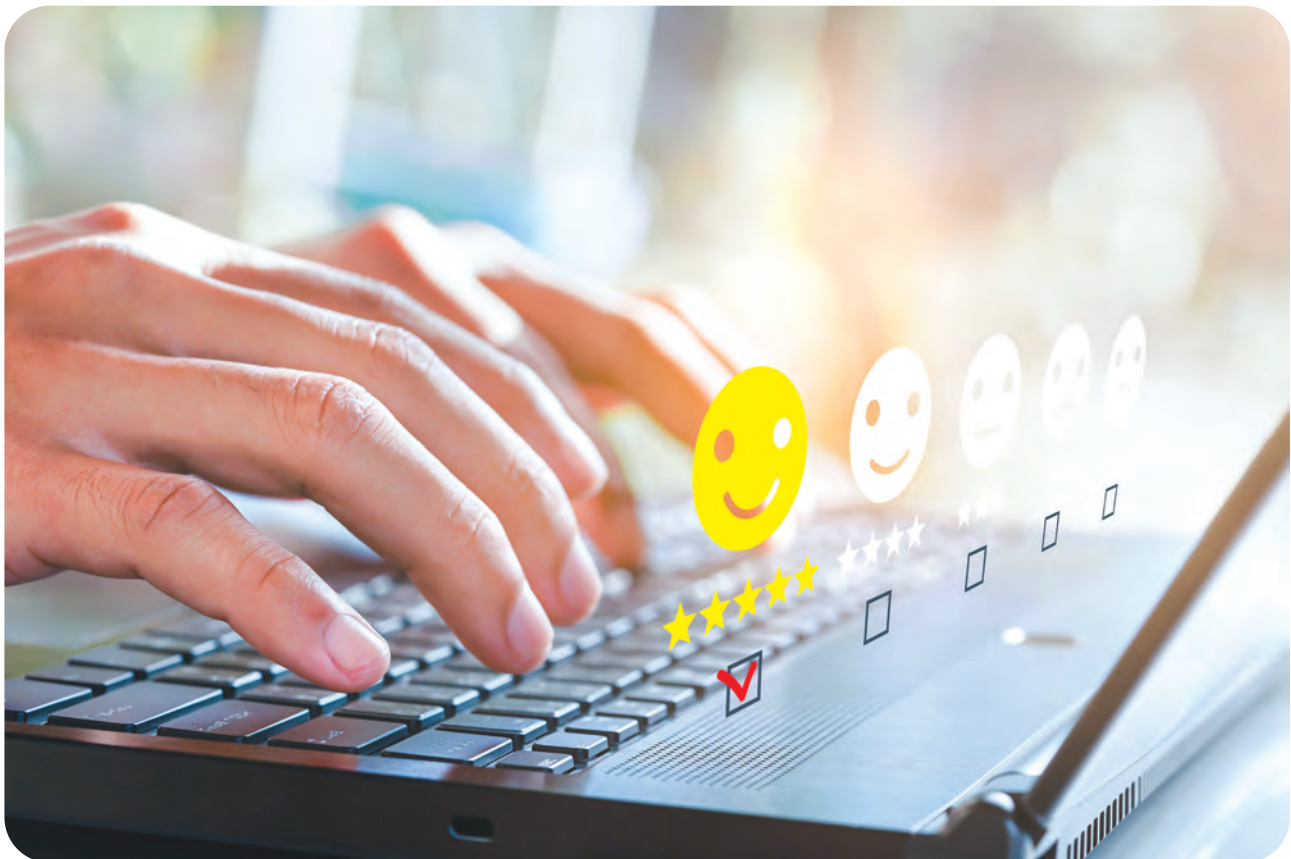
โทรศัพท์ สายตรง 02-2939000, 02-2939300

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





➤ สถิติการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

1. ผลการดำเนินงานจากงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม	2565	2566	2567	2568
ข้อมูลเกี่ยวกับหุ้นสามัญ (บาท)				
ราคาพาร์ต่อหุ้น	1.00	1.00	1.00	1.00
มูลค่าหุ้นทางบัญชีต่อหุ้น	98.06	100.40	80.65	58.96
กำไรต่อหุ้น	2.13	2.45	1.97	1.59
เงินปันผลต่อหุ้น	0.35	1.04	0.92	0.49
ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ (ล้านบาท)				
รายได้จากการขาย	8,479.12	8,842.68	8,734.92	8,337.47
รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการหลักของบริษัทฯ ไม่รวมรายได้อื่นๆ	8,302.00	8,485.00	8,046.00	7,473.00
รายได้รวม	9,456.08	10,031.96	10,449.00	9,823.98
กำไรสุทธิ	612.10	899.45	994.77	797.23
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่	618.82	894.22	982.95	795.70
ข้อมูลเกี่ยวกับงบแสดงฐานะการเงิน (ล้านบาท)				
สินทรัพย์หมุนเวียน	7,501.12	6,762.43	6,890.11	6,680.78
สินทรัพย์รวม	34,254.93	34,816.31	35,522.32	34,814.54
หนี้สินหมุนเวียน	1,962.73	1,880.32	1,953.81	1,507.37
หนี้สินรวม	5,678.34	5,564.74	5,793.58	5,063.19
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	290.63	290.63	365.00	500.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น	28,576.59	29,251.58	29,728.74	29,751.35
อัตราส่วนทางการเงิน				
ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	2.20	3.10	3.35	2.70
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	1.83	2.59	2.79	2.26
กำไรขั้นต้น (%)	30.10	28.79	27.30	30.53
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	3.82	3.60	3.53	4.43
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรวม (เท่า)	0.20	0.19	0.20	0.17
การกระจายมูลค่าสู่ผู้มีส่วนได้เสีย (ล้านบาท)				
การจัดซื้อจัดจ้างในประเทศ ⁽¹⁾	NA	NA	NA	5,565.47
ภาษีที่จ่ายให้รัฐบาลและหน่วยงานท้องถิ่น ⁽¹⁾	NA	NA	NA	12.08
อัตราภาษีที่จ่ายจริง (Effective Tax Rate) (%) ⁽²⁾	NA	NA	NA	1.61%
ต้นทุนทางการเงิน ⁽¹⁾	11.48	16.07	20.54	23.92
เงินปันผลแก่ผู้ถือหุ้น	101.72	290.63	332.52	230.00
ค่าตอบแทนพนักงาน ⁽³⁾	1,040.96	1,080.89	1,059.64	1,099.26
ค่าตอบแทนกรรมการ	70.81	76.74	82.43	93.36
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุนชุมชนและสังคม	3.26	7.83	4.37	4.72
เงินบริจาค	2.93	17.16	67.63	3.45

NA = Not Available

⁽¹⁾ เฉพาะการจัดซื้อวัตถุดิบและสินค้าในประเทศไทย ไม่รวมการว่าจ้างบริการ ข้อมูลอ้างอิงจากงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน) ปี 2568

⁽²⁾ ในปี 2568 บริษัทไม่มีภาระภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ต้องชำระ เนื่องจากบริษัทมีผลขาดทุนสะสมทางภาษีจากปีก่อนหน้า ซึ่งสามารถนำมาใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อหักปรนในการคำนวณกำไรสุทธิเพื่อเสียภาษีได้ตามกฎหมาย (Tax Loss Carryforward) จึงมีเพียงภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างได้ชำระให้แก่รัฐบาล ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามระเบียบและข้อกำหนดของกรมสรรพากรอย่างครบถ้วนโดยข้อมูลอ้างอิงจากงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ต จำกัด (มหาชน) ปี 2568

⁽³⁾ ประกอบด้วย เงินเดือน โบนัส ค่าจ้าง สวัสดิการ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันสังคม ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาบุคลากร



2.จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	2565	2566	2567	2568
จำนวนข้อร้องเรียนจากการละเมิดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจสู่ระบบร้องเรียนของบริษัท (กรณี)	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> • การทุจริตคอร์รัปชัน • การใช้ข้อมูลบริษัท • การให้และรับสินบน • สิทธิมนุษยชน • การเสียภาษี • กรณีอื่น ๆ ที่ขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท 	0	0	0	0
กรณีการละเมิดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจที่ตรวจสอบแล้วเป็นความจริง (กรณี)	0	0	0	0
สัดส่วนลูกค้าที่ได้รับการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านคอร์รัปชัน (ร้อยละ)	N/A	N/A	N/A	29.85
จำนวนลูกค้าที่ลงนามแสดงเจตนากรณี ในเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชัน (ราย)	N/A	N/A	N/A	39
3.การปฏิบัติตามกฎหมายด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม	2565	2566	2567	2568
เหตุการณ์การละเมิดตามกฎหมายและข้อบังคับอย่างมีนัยสำคัญ (กรณี)	0	0	0	0
เหตุการณ์การละเมิดตามกฎหมายและข้อบังคับอย่างมีนัยสำคัญที่มีการถูกปรับ (กรณี)	0	0	0	0
เหตุการณ์การละเมิดตามกฎหมายและข้อบังคับอย่างมีนัยสำคัญที่มีการถูกลงโทษที่ไม่เกี่ยวข้องกับเงิน (กรณี)	0	0	0	0
มูลค่าการถูกปรับอย่างมีนัยสำคัญ กรณีละเมิดกฎหมายและข้อบังคับด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (บาท)	0	0	0	0
4.ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล	2565	2566	2567	2568
จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล /การรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสีย (กรณี)	0	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรั่วไหลของข้อมูลความลับของบริษัทฯ (กรณี)	0	0	0	0
5. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	2565	2566	2567	2568
สัดส่วนการจัดซื้อสินค้าและบริการภายในท้องถิ่น ⁽⁴⁾	N/A	N/A	N/A	84%
จำนวนลูกค้าทั้งหมดที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (tier-1 suppliers)	809	976	917	784
จำนวนลูกค้าที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจของลูกค้า	N/A	N/A	N/A	0
จำนวนลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (critical tier-1 suppliers)	N/A	N/A	N/A	N/A
จำนวนลูกค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (critical non-tier 1 suppliers)	N/A	N/A	N/A	N/A
จำนวนลูกค้าใหม่ทั้งหมด	266	249	260	234
สัดส่วนลูกค้าที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)				
<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (critical tier-1 suppliers) • ลูกค้าใหม่ 	N/A	N/A	N/A	0%
จำนวนลูกค้าที่มีความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ในระดับสูงและสูงมาก				
<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (critical tier-1 suppliers) • ลูกค้าใหม่ 	N/A	N/A	N/A	N/A
จำนวนลูกค้าทั้งหมดที่ต้องได้รับการตรวจประเมิน ณ สถานประกอบการ (On-site Audit) ตามเกณฑ์ที่กำหนด				
<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (critical tier-1 suppliers) • สัดส่วนลูกค้าสำคัญที่ได้รับการตรวจประเมินเสร็จสิ้นในรอบปี • ลูกค้าใหม่ 	N/A	N/A	N/A	0%
	N/A	N/A	N/A	0

⁽⁴⁾ เป็นการจัดซื้อเฉพาะวัตถุดิบและสินค้าภายในประเทศไทย ไม่รวมการจ้างบริการ



ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

6. พลังงาน	หน่วย	2565	2566	2567	2568
การใช้พลังงานรวมสุทธิ ที่ใช้ในองค์กร	กิกะจูล	15,964.19	16,411.96	14,994.21	11,301.31
การใช้พลังงานที่ไม่หมุนเวียน	กิกะจูล	15,564.83	16,002.99	14,605.09	10,954.86
• เชื้อเพลิงฟอสซิล	กิกะจูล	N/A	3,790.50	4,366.21	1,739.30
• ไฟฟ้าที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	15,564.83	12,212.49	10,238.88	9,215.57
การใช้พลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	399.36	408.97	389.12	346.45
• ไฟฟ้าสะอาดที่ซื้อจากภายนอก	กิกะจูล	0	0	0	0
• ไฟฟ้าสะอาดที่ผลิตใช้เองในองค์กร	กิกะจูล	399.36	408.97	389.12	346.45
การจำหน่ายพลังงานไม่หมุนเวียน	กิกะจูล	0	0	0	0
การจำหน่ายพลังงานหมุนเวียน	กิกะจูล	0	0	0	0
อัตราการใช้พลังงานต่อหน่วยรายได้ (Energy Intensity) ⁽⁵⁾	กิกะจูลต่อล้านบาท	1.92	1.93	1.86	1.51

⁽⁵⁾ คำนวณด้วยรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการหลักของบริษัทฯ ไม่รวมรายได้อื่น ๆ

7. น้ำและน้ำทิ้ง	หน่วย	2565	2566	2567	2568
ปริมาณน้ำที่ดึงมาใช้ทั้งหมด	ลบ.ม.	53,754.00	85,408.00	82,330.00	39,362.00
ปริมาณน้ำทั้งหมดที่ดึงมาใช้ แยกตามแหล่งน้ำ					
1) น้ำผิวดิน ⁽⁶⁾	ลบ.ม.	0	0	0	0
• น้ำจืด (Freshwater) ที่มี Total Dissolved Solids ≤1,000 mg/L	ลบ.ม.	0	0	0	0
• น้ำอื่นๆ ที่มี Total Dissolved Solids > 1,000 mg/L	ลบ.ม.	0	0	0	0
2) น้ำใต้ดิน	ลบ.ม.	0	0	0	0
3) น้ำจากกระบวนการผลิต ⁽⁷⁾	ลบ.ม.	0	0	0	0
4) น้ำจากผู้ผลิตภายนอก (Third party) ⁽⁸⁾	ลบ.ม.	53,754.00	85,408.00	82,330.00	39,362.00
ปริมาณน้ำทั้งหมดที่ดึงมาจากแหล่งน้ำในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงขาดแคลนน้ำ (water stress area)					
• น้ำจืด (Freshwater) ที่มี Total Dissolved Solids ≤1,000 mg/L	ลบ.ม.	0	0	0	0
• น้ำอื่นๆ ที่มี Total Dissolved Solids > 1,000 mg/L	ลบ.ม.	0	0	0	0
ปริมาณน้ำทั้งหมด	ลบ.ม.	10,950.00	10,950.00	10,950.00	39,362.00
ปริมาณน้ำทั้งหมดที่ปล่อยออกสู่ทุกพื้นที่ แยกตามปลายทาง					
1) น้ำผิวดิน	ลบ.ม.	0	0	0	0
2) น้ำใต้ดิน	ลบ.ม.	0	0	0	0
3) ทะเล	ลบ.ม.	0	0	0	0
4) ระบบบำบัดน้ำเสียรวมของ กทม.	ลบ.ม.	10,950.00	10,950.00	10,950.00	39,362.00
ปริมาณน้ำทั้งหมดที่ปล่อยออกสู่ทุกพื้นที่ แบ่งตามคุณภาพ					
• น้ำจืด (Freshwater) ที่มี Total Dissolved Solids ≤1,000 mg/L	ลบ.ม.	10,950.00	10,950.00	10,950.00	39,362.00
• น้ำอื่นๆ ที่มี Total Dissolved Solids > 1,000 mg/L	ลบ.ม.	0	0	0	0
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ	ลบ.ม.	42,804.00	74,458.00	71,380.00	0
อัตราการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ (Water Intensity) ⁽⁹⁾	ลบ.ม.ต่อล้านบาท	6.47	10.07	10.23	5.27

⁽⁶⁾ น้ำผิวดิน ได้แก่ แหล่งน้ำตามธรรมชาติ เช่น บึงน้ำ ลำธาร แม่น้ำ

⁽⁷⁾ น้ำจากกระบวนการผลิต ได้แก่ น้ำที่เกิดจากกระบวนการสกัดหรือกลั่นหรือใช้วัตถุดิบ ที่บริษัทฯ ต้องนำไปจัดการต่อไป

⁽⁸⁾ น้ำจากผู้ผลิตภายนอก ได้แก่ น้ำจากกระบวนการประปานครหลวง

⁽⁹⁾ บริษัทฯ คำนวณอัตราการใช้น้ำต่อหน่วยรายได้ (Water Intensity) โดยอ้างอิงจาก ปริมาณการดึงน้ำมาใช้ทั้งหมด (Total Water Withdrawal) เนื่องจากลักษณะการดำเนินงานหลักของบริษัทฯ เป็นอาคารสำนักงานและสถานที่เก็บสินค้า ซึ่งน้ำส่วนใหญ่ถูกใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคและระบบสนับสนุนอาคาร โดยไม่มีกระบวนการผลิตที่ทำให้เกิดการสูญเสียน้ำในปริมาณที่สำคัญ (Water Consumption) ปริมาณการดึงน้ำเข้าจึงเป็นตัวแทน (Proxy) ที่สะท้อนผลกระทบด้านทรัพยากรน้ำที่แม่นยำและตรวจสอบได้มากที่สุดจากหลักฐานการจัดซื้อน้ำประปา



8. การปล่อยก๊าซเรือนกระจก	หน่วย	2565	2566	2567	2568 ⁽¹¹⁾
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยทั้งหมด ⁽¹⁰⁾	tons CO ₂ e	N/A	2,053	2,689	3,658
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1)	tons CO ₂ e	N/A	357	338	144
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)	tons CO ₂ e	N/A	1,696	1,353	2,521
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 & 2)	tons CO ₂ e	N/A	2,053	1,691	2,665
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (Scope 3)	tons CO ₂ e	N/A	N/A	998	993
อัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1&2) ต่อหน่วยรายได้ (GHG emission intensity) ⁽¹²⁾	tons CO ₂ e ต่อล้านบาท	N/A	0.24	0.21	0.36

(10) รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยใช้วิธีการคำนวณตามแนวทางการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และ Emission Factor จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

(11) บริษัท ขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้นในปี 2568 โดยครอบคลุมสำนักงาน คลังสินค้า และร้านค้าภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทฯ รวม 166 แห่งทั่วประเทศ

(12) คำนวณด้วยรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการหลักของบริษัทฯ ไม่รวมรายได้อื่น ๆ

9. ของเสีย	หน่วย	2565	2566	2567	2568
ปริมาณของเสียที่เกิดขึ้น	ตัน	N/A	N/A	327.24	237.69
• ของเสียอันตราย	ตัน	N/A	N/A	0.01	0.03
• ของเสียไม่อันตราย	ตัน	N/A	N/A	327.23	237.67
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่นำกลับมาใช้ใหม่	ตัน	N/A	N/A	1.54	1.79
• ของเสียอันตราย	ตัน	N/A	N/A	0	0
o ใช้ซ้ำ (Reuse)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
o นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
• ของเสียไม่อันตราย	ตัน	N/A	N/A	1.54	1.79
o ใช้ซ้ำ (Reuse)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
o นำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)	ตัน	N/A	N/A	1.54	1.79
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	1.54	1.79
ปริมาณของเสียทั้งหมดที่ส่งไปกำจัด	ตัน	N/A	N/A	325.70	235.91
• ของเสียอันตราย	ตัน	N/A	N/A	0.01	0.03
o เผาทำลาย แบบไม่ผลิตพลังงาน	ตัน	N/A	N/A	0.01	0.01
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	0.01	0.01
o เผาทำลาย แบบผลิตพลังงาน	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
o ฝังกลบ	ตัน	N/A	N/A	0	0.02
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0.02



9. ขงเสย	หน่วย	2565	2566	2567	2568
• ขงเสยไม้อันตราย	ตัน	N/A	N/A	325.69	235.88
o เผททำลย แบบไมผลิตพลังงาน	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
o เผททำลย แบบผลิตพลังงาน	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
o ผังกลม	ตัน	N/A	N/A	325.69	235.88
- จัดการในพื้นที่ (onsite)	ตัน	N/A	N/A	0	0
- จัดการนอกพื้นที่ (offsite)	ตัน	N/A	N/A	325.69	235.88

NA = Not Available

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



ผลการดำเนินงานด้านสังคม

11.การจ้างงาน	2565		2566		2567		2568	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม	3,376	100.00%	3,180	100.00%	2,774	100.00%	3,101	100.00%
จำนวนพนักงานจำแนกตามเพศ								
- ชาย	444	13.15%	427	13.43%	346	12.47%	327	10.54%
- หญิง	2,932	86.85%	2,753	86.57%	2,428	87.53%	2,774	89.46%
จำนวนพนักงานแยกตามระดับ								
ผู้บริหารระดับสูง	26	0.77%	28	0.88%	76	2.74%	42	1.35%
- ชาย	13	50.00%	14	50.00%	53	69.74%	24	57.14%
- หญิง	13	50.00%	14	50.00%	23	30.26%	18	42.86%
ผู้บริหารระดับกลาง	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	95	3.06%
- ชาย	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	27	28.42%
- หญิง	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	68	71.58%
ผู้บริหารระดับต้น	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	167	5.39%
- ชาย	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	37	22.16%
- หญิง	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	130	77.84%
ระดับปฏิบัติการ	3,169	93.87%	2,874	90.38%	2,475	89.22%	2,797	90.20%
- ชาย	392	12.37%	358	12.46%	272	10.99%	239	8.54%
- หญิง	2,777	87.63%	2,516	87.54%	2,203	89.01%	2,558	91.46%
จำนวนพนักงานแยกตามอายุ								
อายุต่ำกว่า 30 ปี	592	17.54%	444	13.96%	426	15.36%	377	12.16%
- ชาย	90	15.20%	45	10.14%	80	18.78%	58	15.38%
- หญิง	502	84.80%	399	89.86%	346	81.22%	319	84.62%
อายุระหว่าง 30-50 ปี	2,356	69.79%	2,243	70.53%	1,885	67.95%	2,284	73.65%
- ชาย	308	13.07%	295	13.15%	224	11.88%	233	10.20%
- หญิง	2,048	86.93%	1,948	86.85%	1,661	88.12%	2,051	89.80%
อายุมากกว่า 50 ปี	428	12.68%	493	15.50%	463	16.69%	440	14.19%
- ชาย	46	10.75%	87	17.65%	42	9.07%	36	8.18%
- หญิง	382	89.25%	406	82.35%	421	90.93%	404	91.82%
จำนวนพนักงานแยกตามประเภทสัญญาจ้าง								
พนักงานประจำ	3,376	100.00%	3,180	100.00%	2,774	100.00%	3,101	100.00%
- ชาย	444	13.00%	427	13.43%	346	12.47%	327	10.55%
- หญิง	2,932	87.00%	2,753	86.57%	2,428	87.53%	2,774	89.45%
พนักงานสัญญาจ้างรายปี	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
พนักงานชั่วคราว (outsorce)	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
จำนวนพนักงานแยกตามประเภทการว่าจ้าง								
จ้างเต็มเวลา (full-time)	3,376	100.00%	3,180	100.00%	2,774	100.00%	3,101	100.00%
- ชาย	444	13.15%	427	13.43%	346	12.47%	327	10.54%
- หญิง	2,932	86.85%	2,753	86.57%	2,428	87.53%	2,774	89.46%
จ้างไม่เต็มเวลา (part-time)	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%



11. การจ้างงาน	2565		2566		2567		2568	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานแยกตามพื้นที่								
สำนักงานกรุงเทพฯ	1,992	59.00%	1,865	58.65%	1,596	57.53%	1,709	55.11%
- พนักงานประจำ	1,992	100.00%	1,865	100.00%	1,596	100.00%	1,709	100.00%
สาขาต่างจังหวัด	1,384	41.00%	1,315	41.35%	1,178	42.47%	1,392	44.89%
- พนักงานประจำ	1,384	100.00%	1,315	100.00%	1,178	100.00%	1,392	100.00%
จำนวนพนักงานแยกตามเชื้อชาติ								
- ไทย	3,376	100.00%	3,180	100.00%	2,774	100.00%	3,101	100.00%
จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ								
- ชาย	3	16.67%	3	15.79%	3	17.65%	3	17.65%
- หญิง	15	83.33%	16	84.21%	14	82.35%	14	82.35%

12. พนักงานใหม่	2565		2566		2567		2568	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานเข้าใหม่								
	235	6.96%	211	6.64%	246	8.87%	170	5.48%
จำแนกตามเพศ								
- ชาย	29	12.34%	28	13.27%	32	13.01%	36	21.18%
- หญิง	206	87.66%	183	86.73%	214	86.99%	134	78.82%
จำแนกตามอายุ								
- อายุต่ำกว่า 30 ปี	70	29.79%	60	28.44%	90	36.59%	63	37.06%
- อายุระหว่าง 30-50 ปี	159	67.66%	146	69.19%	151	61.38%	107	62.94%
- อายุมากกว่า 50 ปี	6	2.55%	5	2.37%	5	2.03%	0	0.00%
จำแนกตามตำแหน่ง								
- ผู้บริหารระดับสูง	1	0.43%	3	1.42%	4	1.63%	8	4.71%
- ผู้บริหารระดับกลาง	4	1.70%	5	2.37%	10	4.07%	22	12.94%
- ผู้บริหารระดับต้น	11	4.68%	15	7.11%	8	3.25%	20	11.76%
- ระดับปฏิบัติการ	219	93.19%	188	89.10%	224	91.06%	120	70.59%



13. พนักงานพ้นสภาพ	2565		2566		2567		2568	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อัตราการพ้นสภาพของพนักงาน ⁽¹³⁾	728	21.56%	558	17.55%	614	22.13%	466	15.03%
จำแนกตามเพศ								
- ชาย	120	16.48%	87	15.59%	110	17.92%	70	15.02%
- หญิง	608	83.52%	471	84.41%	504	82.08%	396	84.98%
จำแนกตามอายุ								
- อายุต่ำกว่า 30 ปี	292	40.11%	178	31.90%	132	21.50%	109	23.39%
- อายุระหว่าง 30-50 ปี	403	55.36%	338	60.57%	377	61.40%	279	59.87%
- อายุมากกว่า 50 ปี	33	4.53%	42	7.53%	105	17.10%	78	16.74%
อัตราการลาออกจากการงานของพนักงานโดยสมัครใจ	592	17.54%	468	14.72%	436	15.72%	374	12.06%
จำแนกตามเพศ								
- ชาย	97	16.39%	78	16.67%	82	18.81%	61	16.31%
- หญิง	495	83.61%	390	83.33%	354	81.19%	313	83.69%
จำแนกตามอายุ								
- อายุต่ำกว่า 30 ปี	240	40.54%	159	33.97%	111	25.46%	102	27.27%
- อายุระหว่าง 30-50 ปี	350	59.12%	297	63.46%	299	68.58%	263	70.32%
- อายุมากกว่า 50 ปี	2	0.34%	12	2.56%	26	5.96%	9	2.41%
จำแนกตามตำแหน่ง								
- ผู้บริหารระดับสูง	0	0.00%	12	2.56%	5	1.15%	7	1.87%
- ผู้บริหารระดับกลาง	11	1.86%	10	2.14%	15	3.44%	12	3.21%
- ผู้บริหารระดับต้น	23	3.89%	21	4.49%	79	18.12%	17	4.55%
- ระดับปฏิบัติการ	558	94.26%	425	90.81%	337	77.29%	338	90.37%

(13) การพ้นสภาพของพนักงานหมายถึง การลาออก การไล่ออก การเกษียณอายุ และการเสียชีวิต

14. การลาคลอดบุตร	2565		2566		2567		2568	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอดบุตร	71	2.10%	58	1.82%	40	1.44%	47	1.52%
พนักงานที่กลับมาทำงานหลังใช้สิทธิลาคลอดบุตร	68	95.77%	54	93.10%	40	100.00%	43	91.49%

15. การพัฒนาพนักงาน	2565	2566	2567	2568
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมรวมทั้งบริษัท (ชั่วโมง)	N/A	379	387	636
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย (ชั่วโมงต่อคนต่อปี)	N/A	7.70	9.00	14.00
จำแนกตามเพศ				
- ชาย	N/A	N/A	N/A	14.00
- หญิง	N/A	N/A	N/A	14.00
จำแนกตามระดับ				
- ระดับผู้บริหาร	2.60	40.26	1.97	19.00
- ระดับปฏิบัติการ	0.27	7.11	0.17	13.00



16. การจ่ายค่าตอบแทน	2565	2566	2567	2568
ค่าตอบแทนของพนักงาน จำแนกตามเพศ (หน่วย : บาท)				
- จำนวนค่าตอบแทนรวม	1,010,888,278.00	1,035,959,112.00	1,014,933,146.00	1,048,865,107.00
- จำนวนค่าตอบแทน พนักงานชาย	157,037,428.00	165,378,639.00	157,930,248.00	148,988,806.00
- จำนวนค่าตอบแทน พนักงานหญิง	853,850,850.00	870,580,473.00	857,002,898.00	899,876,301.00
สัดส่วนค่าตอบแทนต่อพนักงาน (หญิง:ชาย)	0.82:1	0.82:1	0.77:1	0.71:1
ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน				
- จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (คน)	2,643	2,582	2,285	2,559
- จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)	8,012,057.00	16,028,114.00	15,933,189.00	23,231,857.00

17. ความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน	2565	2566	2567	2568
จำนวนข้อร้องเรียนด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน (เรื่อง)	0	0	0	0
ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ (กรณี)	0	0	0	0
คะแนนความผูกพันของพนักงาน (ร้อยละ)	N/A	N/A	N/A	80.72

18. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	2565		2566		2567		2568	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดที่อยู่ภายใต้ระบบความปลอดภัยและอาชีวอนามัย (คน)								
- พนักงานทั้งหมด	3,376		3,180		2,774		3,101	
	444	2,932	427	2,753	346	2,428	327	2,774
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
จำนวนผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดที่อยู่ภายใต้ระบบความปลอดภัยและอาชีวอนามัย (ร้อยละ)								
- พนักงานทั้งหมด	100		100		100		100	
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
ชั่วโมงการทำงาน (ชั่วโมง)								
- พนักงานทั้งหมด	7,022,080.00		6,614,400.00		4,729,920.00		6,450,080.00	
	923,520	6,09,560	888,160	5,726,240	719,680	5,050,240	680,160	5,769,920
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
จำนวนการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต (กรณี)								
- พนักงานทั้งหมด	0		0		0		0	
	0	0	0	0	0	0	0	0
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต (กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)								
- พนักงานทั้งหมด	0		0		0		0	
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	



18.ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	2565		2566		2567		2568	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงานถึงขั้นต้องหยุดงาน (กรณี)								
- พนักงานทั้งหมด	3		2		3		0	
	0	3	0	2	1	2	0	0
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงานถึงขั้นต้องหยุดงาน (กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)								
- พนักงานทั้งหมด	0.43		0.30		0.63		0.00	
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
จำนวนการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด (กรณี)								
- พนักงานทั้งหมด	3		2		3		5	
	0	3	0	2	1	2	2	3
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด (กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)								
- พนักงานทั้งหมด	0.43		0.30		0.63		0.78	
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
อัตราความถี่ของการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)								
- พนักงานทั้งหมด	0.43		0.30		0.63		0.00	
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
จำนวนการเจ็บป่วยจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต (กรณี)								
- พนักงานทั้งหมด	0		0		0		0	
	0	0	0	0	0	0	0	0
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
จำนวนการเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมด (กรณี)								
- พนักงานทั้งหมด	0		0		0		0	
	0	0	0	0	0	0	0	0
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	
	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงาน (OIFR) (กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)								
- พนักงานทั้งหมด	0		0		0		0	
- ผู้รับเหมา	N/A		N/A		N/A		N/A	

NA = Not Available

GRI Content Index

STATEMENT OF USE	I.C.C. International Public Company Limited has reported in accordance with the GRI Standards for the period January 1, 2025 to December 31, 2025.
GRI 1 USED	GRI 1: Foundation 2021
APPLICABLE GRI SECTOR STANDARD(S)	Not applicable

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION		
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
GENERAL DISCLOSURES					
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	Sustainability Report p. 8			
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	Sustainability Report p. 3			
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	Sustainability Report p. 3-4			
	2-4 Restatements of information	Sustainability Report p. 3			
	2-5 External assurance	Sustainability Report p. 4			
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	Sustainability Report p. 8-10			
	2-7 Employees	Sustainability Report p. 164-166			
	2-8 Workers who are not employees	Sustainability Report p. 164			
	2-9 Governance structure and composition	Form 56-1 One Report p.138-142			
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	Form 56-1 One Report p. 143, 307			
	2-11 Chair of the highest governance body	Form 56-1 One Report p.142			
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	Sustainability Report p. 12-13, 41			
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	Sustainability Report p. 12-14			
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	Sustainability Report p. 4, 13-14			
	2-15 Conflicts of interest	Form 56-1 One Report p.146-147, 286-296			
	2-16 Communication of critical concerns	Sustainability Report p. 43-44, 78, 104			
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	Sustainability Report p. 42-43			



GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION		
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	Sustainability Report p. 42 Form 56-1 One Report p.165			
	2-19 Remuneration policies	Form 56-1 One Report p.148, 168-169 Good Corporate Governance Code p.7, 11 on website: https://investor.icc.co.th/wp-content/uploads/2025/03/CG-Code_EN_.pdf			
	2-20 Process to determine remuneration	Form 56-1 One Report p.148, 308			
	2-21 Annual total compensation ratio	Omitted	2-21(a) to 2-21(c)	Confidentiality constraints	ICC considers this information confidential because it involves personal data and commercially sensitive details that could impact competitiveness. Disclosure may compromise employee privacy and the Company's strategic position.
	2-22 Statement on sustainable development strategy	Sustainability Report p. 5			
	2-23 Policy commitments	Sustainability Report p. 15-16, 38, 46-49, 71-72 Website: https://investor.icc.co.th/index.php/en/home-en-2/#			
	2-24 Embedding policy commitments	Sustainability Report p. 38, 47-48, 72, 77			
	2-25 Processes to remediate negative impacts	Sustainability Report p. 72, 78, 104			
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Sustainability Report p. 43-44, 78, 104			
	2-27 Compliance with laws and regulations	Sustainability Report p. 49-50, 160			
	2-28 Membership associations	Sustainability Report p. 11			
	2-29 Approach to stakeholder engagement	Sustainability Report p. 17-25			



GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION		
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
	2-30 Collective bargaining agreements	Sustainability Report p. 140, 164 ICC has no labour union during the reporting period. Therefore, 0% of total employees were covered by collective bargaining agreements.			
MATERIAL TOPICS					
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	Sustainability Report p. 26-27			
	3-2 List of material topics	Sustainability Report p. 28			
Climate and Emissions					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Sustainability Report p. 107-113			
GRI 102: Climate Change 2025	102-1 Transition plan for climate change mitigation	Sustainability Report p. 108-113			
	102-2 Climate change adaptation plan	Sustainability Report p. 113			
	102-3 Just Transition	Omitted	102-3 (a)-(j)	Information unavailable / incomplete	ICC has not yet formalized a Just Transition strategy or assessed the social impacts of its climate transition plan.
	102-4 GHG emissions reduction targets and progress	Sustainability Report p. 108-111, 162			
	102-5 Scope 1 GHG emissions	Sustainability Report p. 110, 162			
	102-6 Scope 2 GHG emissions	Sustainability Report p. 110, 162			
	102-7 Scope 3 GHG emissions	Sustainability Report p. 109-110, 162			
	102-8 GHG emissions intensity	Sustainability Report p. 110, 162			
Energy and Resource Consumption					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Sustainability Report p. 114-118			
GRI 103: Energy 2025	103-1 Energy policies and commitments	Sustainability Report p. 114-115			
	103-2 Energy consumption and self-generation within the organization	Sustainability Report p. 116-117, 161			





GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION		
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
	103-3 Upstream and downstream energy consumption	Partial Disclosure. See Section "Climate Change Management."- Sustainability Report p.109-110	103-3 (a)	Information unavailable/incomplete	Data is currently limited to Scope 3 Categories 3 and 5. Data for Categories 1, 4, and 9 is currently unavailable as the collection system is under development. ICC currently track energy consumption for value chain activities where primary data is available. We are committed to increasing our data coverage and plan to include these significant categories in future reporting cycles as our management systems mature.
	103-4 Energy intensity	Sustainability Report p. 116, 161			
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	Sustainability Report p. 120-123			
	303-2 Management of water discharge-related impacts	Sustainability Report p. 120-123			
	303-3 Water withdrawal	Sustainability Report p. 123, 161			
	303-4 Water discharge	Sustainability Report p. 123, 161			
	303-5 Water consumption	Sustainability Report p. 123, 161			
Waste and Circularity					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Sustainability Report p. 119-127			
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	Sustainability Report p. 119, 123-127, 162			
	306-2 Management of significant waste-related impacts	Sustainability Report p. 123-127, 162-163			
	306-3 Waste generated	Sustainability Report p. 126-127, 162			
	306-4 Waste diverted from disposal	Sustainability Report p. 127, 162			
	306-5 Waste directed to disposal	Sustainability Report p. 127, 162-163			
Operational Efficiency					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Sustainability Report p. 85-86			

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION		
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION
Integrity and Compliance					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Sustainability Report p. 45-50			
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	Sustainability Report p. 47-48, 160			
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	Sustainability Report p. 48, 160			
Data Privacy and Security					
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	Sustainability Report p. 62-69			
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Sustainability Report p. 62, 69, 160			



PURPOSE

“

BRINGING
CONFIDENCE
TO PEOPLE'S
LIVES”

นำความมั่นใจให้ทุกชีวิต



บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

530 ซอยสาธุประดิษฐ์ 58 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : (662) 293-9000, (662) 293-9300

เว็บไซต์ : <http://www.icc.co.th> อีเมล : webmaster@icc.co.th

นายทะเบียนบริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ (662) 009-9000