การสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2568

Enterprise with Integrity.

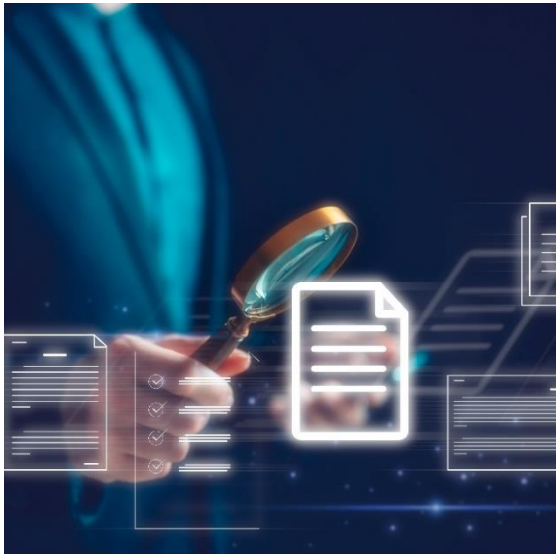
การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย และการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

หลักเกณฑ์ในการประเมินและแนวปฏิบัติที่ดี

หมวดย่อย	หมวด	จำนวนข้อ
หมวดย่อย 1	การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	5
หมวดย่อย 2	ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย	20
หมวดย่อย 3	การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม	5
หมวดย่อย 4	การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม	10
หมวดย่อย 5	การพัฒนานวัตกรรม	3
	รวม	43

หมวดย่อย 1 (ข้อ 1–5)

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



1 นโยบายเกี่ยวกับการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร

2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

3 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material topics) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.01	บริษัทกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร	บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายเกี่ยวกับการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร ที่ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น	Yes/No (EX/P)

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

นโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัทฯ มีนโยบายดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยการยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กรจริยธรรมธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดต่าง ๆ ประกอบการเปิดโอกาสสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกประเภท เพื่อสร้างสมดุลระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้สามารถอยู่ร่วมกันได้ เกิดคุณภาพทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์การพัฒนาความยั่งยืน

กลยุทธ์การพัฒนาความยั่งยืน ถูกกำหนดขึ้นเป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาจากนโยบายธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการที่ยึดหลักธรรมาภิบาล และแผนการบริหารความเสี่ยง เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าร่วมกันทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการพัฒนาความยั่งยืนนี้ ดำเนินการภายใต้การบริหารจัดการของคณะกรรมการสรรหา พิจารณาค่าตอบแทน และกำกับดูแลกิจการ ซึ่งมีหน้าที่รายงานต่อคณะกรรมการบริษัท









มิติสิ่งแวดล้อม | **มิติสังคม** | **มิติเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล**

บริษัทฯ ส่งเสริมให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม เพียงพอ และเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก โดยมีการบริหารจัดการน้ำ การอนุรักษ์พลังงาน การจัดการมลพิษ และของเสีย สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมในหัวข้อ การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม หน้า 84

บริษัทฯ ยึดถือหลักสิทธิมนุษยชนเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ จึงให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เช่น การปฏิบัติต่อพนักงานโดยเท่าเทียมกัน การพัฒนาความรู้ศักยภาพ การจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และสวัสดิการอื่นๆ รวมถึงส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ นอกจากนี้รวมไปถึงการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมอีกด้วย สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมในหัวข้อ การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม หน้า 92

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพและความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อาหาร มีการใช้ระบบเทคโนโลยีเพื่อตรวจสอบย้อนกลับจากแหล่งที่มาก่อนถึงมือผู้บริโภค เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและผู้บริโภค ว่าสินค้าเนื้อไก่แปรรูปปรุงสุกของบริษัทฯ มีคุณภาพดี มีความปลอดภัยทางด้านอาหารและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมในหัวข้อ การผลิตที่มีความรับผิดชอบ หน้า 74

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.02	บริษัทเปิดเผยลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่สะท้อนถึงกิจกรรมหลักซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ	บริษัทเปิดเผย 1. ลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของบริษัท 2. ห่วงโซ่คุณค่ามีการระบุถึงกิจกรรมหลักที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท	Level (EX/G/P)

ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ 1

ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ประกอบด้วย 5 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตและการบริการ การขนส่งและการกระจายสินค้า การตลาดและการขาย และการบริการลูกค้า



1 การจัดหาวัตถุดิบ
- คู่ค้าทางธุรกิจ
- เกษตรกร
- ผู้ผลิต
- ผู้ผลิตเชิงอุตสาหกรรม

2 การผลิตและการบริการ
- สินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ

3 การขนส่งและการกระจายสินค้า
- ศูนย์กระจายสินค้าและการขนส่ง

4 การตลาดและการขาย
- กลุ่มฟู้ด
- กลุ่มฮาร์ดไลน์
- กลุ่มแฟชั่น
- กลุ่มพร็อพเพอร์ตี้
- กลุ่มเฮลธ์ แอนด์ เวลเนส

5 การบริการลูกค้า

การบริหารทรัพยากรบุคคล

การวิจัยและพัฒนา

การจัดหา/จัดซื้อ

โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร

2

1 **การจัดหาวัตถุดิบ:** ให้ความสำคัญต่อการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบผ่านการคัดเลือกวัตถุดิบจากคู่ค้าและผู้ผลิตที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบย้อนกลับได้และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจฟู้ดที่ได้มีการจัดซื้อสินค้าจากเกษตรกรท้องถิ่นโดยตรง

2 **การผลิตและการบริการ:** ให้ความสำคัญต่อการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมสุขภาพที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการจัดตั้งกลุ่มสินค้า Healthiful ที่คัดสรรเฉพาะสินค้าอินทรีย์และสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

3 **การขนส่งและการกระจายสินค้า:** มุ่งเน้นยกระดับประสิทธิภาพการขนส่งสู่ระดับสูงสุดด้วยการลดระยะทางและเวลาในการจัดส่ง รวมถึงส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าในการขนส่งเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนสู่ชั้นบรรยากาศ (Carbon Footprint)

4 **การตลาดและการขาย:** มุ่งพัฒนาช่องทางการขายและสื่อสารในรูปแบบ Omnichannel เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงกระแสการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

5 **การบริการลูกค้า:** มีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบเรื่องนี้โดยเฉพาะ ทำหน้าที่เสมือนช่องทางสื่อสารในการนำเสนอสิทธิพิเศษต่อลูกค้า รวมถึงรับฟังข้อเสนอแนะ ตลอดจนให้บริการหลังการขาย โดยหน่วยงานนี้ยังดูแลการสร้างส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ด้วย

CRC

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.03	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียที่สัมพันธ์กับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ พร้อมแสดงให้เห็นถึงแนวทางตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม	บริษัทมีการเปิดเผย 1. ข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ 2. ระบุความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม 3. กิจกรรมที่จะตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม	Level (EX/G/P)

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงได้มีการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 7 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ผู้ถือหุ้น 2) พนักงาน 3) คู่ค้าทางธุรกิจ 4) ลูกค้า 5) เจ้าหนี้ 6) หน่วยงานภาครัฐ และ 7) ชุมชนและสังคม เนื่องจากความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน จึงต้องจัดเตรียมช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อสาร และการตอบสนองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแต่ละกลุ่มด้วย เพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญจำเป็นต่อการพัฒนากลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจขององค์กร

การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงได้มีการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 7 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ผู้ถือหุ้น 2) พนักงาน 3) คู่ค้าทางธุรกิจ 4) ลูกค้า 5) เจ้าหนี้ 6) หน่วยงานภาครัฐ และ 7) ชุมชนและสังคม เนื่องจากความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน จึงต้องจัดเตรียมช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อสาร และการตอบสนองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแต่ละกลุ่มด้วย เพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญจำเป็นต่อการพัฒนากลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจขององค์กร

1 2 3

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความหวัง	ช่องทางการสื่อสาร
ผู้ถือหุ้น	• ธุรกิจเติบโต มีผลกำไรอย่างยั่งยืน • มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี • การบริหารงานและเปิดเผยข้อมูลโปร่งใส • สามารถสร้างโอกาสท่ามกลางความท้าทาย • บริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ	• ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล • บริหารจัดการอย่างมีประสิทธิผล สร้างความเชื่อมั่นและผลตอบแทนสูงสุด • เปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วนต่อเนื่อง • ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน • ปฏิบัติตามพันธสัญญาภายใต้หลักเกณฑ์และบริบททางกฎหมาย	• ประชุมชี้แจงนักลงทุนรายไตรมาส • รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) • การเปิดเผยข้อมูลผ่านรายงานประจำปี • การแจ้งข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์ • การประชุมผู้ถือหุ้น
พนักงาน	• ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ดี • ความมั่นคงและความก้าวหน้าในอาชีพ • การพัฒนาศักยภาพ ความรู้ความสามารถ • การมีส่วนร่วมในองค์กรผ่านแสดงความคิดเห็น	• ให้ผลตอบแทนที่ดีพร้อมสวัสดิการที่เหมาะสม พิจารณาการเลื่อนขั้นและโอนย้ายพนักงาน • จัดระบบการประเมินผลงานที่เท่าเทียมและเป็นธรรม • จัดหลักสูตรฝึกอบรมที่ตรงต่อความต้องการในการดำเนินธุรกิจและทันต่อการเปลี่ยนแปลง • รับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุง	• งานประชุมประกาศวิสัยทัศน์ประจำปี • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) • ข้อแนะนำหรือข้อร้องเรียน • การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานประจำปี
คู่ค้าทางธุรกิจ	• ให้ความเสมอภาคเท่าเทียมในการดำเนินธุรกิจ • ติดต่อดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส • ร่วมพัฒนาศักยภาพเพื่อเติบโตไปด้วยกัน • บริหารงานและชำระเงินตรงตามเวลา	• แข่งขันอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส • สัญญาทางธุรกิจที่โปร่งใสและเป็นธรรม • จัดหลักสูตรอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ • มีกำหนดการชำระเงินที่ถูกต้องครบถ้วนและตรงตามเวลา • เก็บรักษาข้อมูลของคู่ค้าอย่างปลอดภัย	• จัดประชุมประจำปี • จัดฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้ให้แก่คู่ค้า และจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • ข้อแนะนำหรือข้อร้องเรียน • รายงานประจำปี/รายงานด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์)
ลูกค้า	• สินค้าและบริการดี มีคุณภาพตามมาตรฐาน • ส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามเวลาที่กำหนด • บริการหลังการขายดี มีคุณภาพ • รักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	• บริการดี มีคุณภาพ และมีความรับผิดชอบ ส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด • ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและการบริการที่เหนือความคาดหมาย • พัฒนาระบบการบริหารข้อมูลลูกค้า เพื่อจัดเก็บและรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยตามมาตรฐานสากล	• ติดต่อลูกค้าโดยตรง • ศูนย์บริการลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี • ข้อแนะนำหรือข้อร้องเรียน
เจ้าหนี้	• การกำกับดูแลกิจการที่ดี • การบริหารจัดการด้วยความโปร่งใส • กลยุทธ์การบริหารจัดการที่มีประสิทธิผล • ความสามารถในการสร้างโอกาสท่ามกลางความท้าทาย • บริหารข้อมูลทางการเงินอย่างแม่นยำถูกต้อง • การชำระเงินเต็มจำนวนและตรงเวลา	• ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล • บริหารจัดการอย่างมีประสิทธิผล สร้างความเชื่อมั่นและผลตอบแทนสูงสุด • เปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วนต่อเนื่อง • ปฏิบัติตามพันธสัญญาภายใต้หลักเกณฑ์และบริบททางกฎหมาย • ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน • ชำระหนี้ครบถ้วนตรงตามเวลา และดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกัน	• ประชุมชี้แจงนักลงทุนรายไตรมาส • รายงานความยั่งยืน (เว็บไซต์) • สื่อสังคมออนไลน์/อีเมล • ข้อแนะนำหรือข้อร้องเรียน • รายงานประจำปี

CRC

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.04	บริษัทมีการเปิดเผยประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material topics) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ	บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลดังต่อไปนี้ 1. ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material topics) เรื่อง ESG ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์/กิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท 2. ประเมินความสำคัญหรือผลกระทบต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย (Materiality Assessment)	Level (EX/G/P)

การกำหนดประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topics) และเนื้อหาการรายงาน 1

บริษัทบริหารจัดการประเด็นด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งภายในและภายนอกองค์กร อ้างอิงตามกรอบของ Global Reporting Initiative (GRI) จัดทำและเปิดเผยรายงานความยั่งยืนตามกรอบการรายงาน SET Reporting Guide ของตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมทั้งอ้างอิง GRI Standard ระดับ Core ทั้งนี้ บริษัทกำหนดกระบวนการคัดเลือกประเด็นสาระสำคัญตามขั้นตอนของ GRI Standard ดังนี้

- **การระบุประเด็นสาระสำคัญ (Identification)**

บริษัทระบุประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในองค์กร เช่น ผลการดำเนินงาน ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบทางธุรกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ร่วมกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น ความสนใจและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย สภาวะและแนวโน้มธุรกิจ ประเด็นความยั่งยืนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องซึ่งในประเทศและทั่วโลกให้ความสำคัญ โดยจะรวบรวมประเด็นต่างๆ ที่ใกล้เคียงกันมาจัดกลุ่มประเด็นสาระสำคัญ เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างเหมาะสม

- **การจัดลำดับประเด็นสาระสำคัญ (Prioritization)**

บริษัทพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญ โดยวัดความสำคัญจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียภายนอกถึงโอกาสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ทั้งผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ร่วมกับการพิจารณาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากมุมมองของบริษัทตามเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงขององค์กร

- **การสอบทวนประเด็นสาระสำคัญ (Validation)**

บริษัทพิจารณาประเด็นสาระสำคัญที่ได้จากการจัดลำดับ เพื่อกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตการนำเสนอข้อมูล รวมทั้งทบทวนความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลที่จะนำเสนอในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

- **การพัฒนารายงานอย่างต่อเนื่อง (Review)**

บริษัทพิจารณาทบทวนข้อมูลหลังจากการเผยแพร่ข้อมูลการพัฒนาอย่างยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงเนื้อหาการรายงานข้อมูลในปีต่อไป เพื่อให้มั่นใจว่าการกำหนดประเด็นสาระสำคัญของบริษัทตอบสนองต่อความคาดหวังและความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียในช่วงระยะเวลาของการจัดทำข้อมูล

ผลการจัดทำประเด็นสาระสำคัญต่อความยั่งยืน

ในรอบปีบัญชี 2565 ประเด็นสาระสำคัญต่อความยั่งยืนทั้งต่อบริษัทและต่อผู้มีส่วนได้เสีย แสดงได้ดังนี้ 2

เศรษฐกิจ

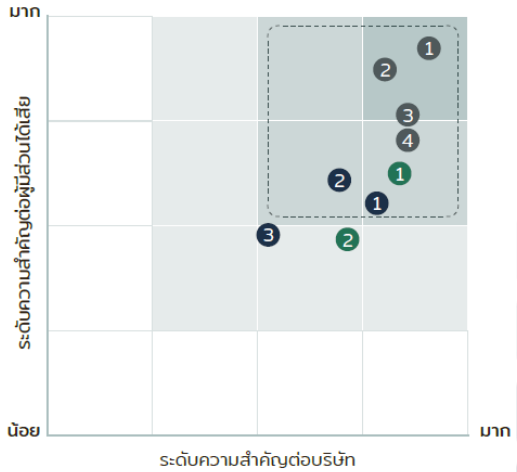
1. การเติบโตทางธุรกิจของกิจการที่เข้าลงทุน
2. การสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมและสม่ำเสมอแก่ผู้ถือหุ้น
3. การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ
4. การกำกับดูแลกิจการและบริหารความเสี่ยง

สังคม

1. การพัฒนาศักยภาพและดูแลพนักงาน
2. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในธุรกิจและต่อชุมชน
3. การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

สิ่งแวดล้อม

1. การจัดการพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
2. การจัดการทรัพยากรในกระบวนการธุรกิจ



หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.05	บริษัทเปิดเผยแนวทางการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	บริษัทมีการเปิดเผยแนวทางการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแต่ละประเด็น ที่ระบุเกี่ยวกับ 1. เป้าหมายของแต่ละประเด็น 2. แผนงานที่จะบรรลุเป้าหมายของแต่ละประเด็น	Level (EX/G/P)

การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน 1

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้ทำการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยนำประเด็นที่มีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียและธุรกิจของบริษัทฯ มาวิเคราะห์โดยคำนึงถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถสรุปการจัดลำดับความสำคัญได้ ดังนี้



1. การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

ระบุผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้ พนักงาน, ลูกค้า, คู่ค้า, ผู้ถือหุ้น, หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม



2. ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ระบุประเด็นสำคัญ โดยพิจารณาจากประเด็นที่เป็นไปตามกรอบดำเนินงานของบริษัทฯ และเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก

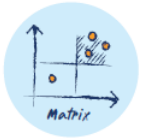


3. จัดลำดับความสำคัญด้านความยั่งยืน

ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล

รวบรวมและระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ที่มีผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย

คัดเลือกประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีความสำคัญต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย แบ่งเป็นมิติสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล



4. เปิดเผยประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในตารางวิเคราะห์ความสำคัญ (Materiality Matrix)

ตารางวิเคราะห์ความสำคัญ ได้รับการพิจารณาและตรวจสอบโดยคณะกรรมการสรรหาพิจารณาค่าตอบแทนและการกำกับดูแลกิจการ



5. การตรวจสอบและรายงาน

พัฒนาตามเป้าหมายเกี่ยวกับ ESG

มาตรฐานการรายงานตาม

1) แบบ 56-1 One Report
2) GRI Standard
3) SET-ESG Index

เมทริกซ์ประเด็นที่มีนัยสำคัญของจีเอฟพีที



มิติสิ่งแวดล้อม

E1 : การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ
E2 : การจัดการน้ำ
E3 : การจัดการของเสีย
E4 : การจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก

มิติสังคม

S1 : สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน
S2 : การดูแลและการพัฒนาศักยภาพพนักงาน
S3 : สุขภาพ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน
S4 : สุขภาพและโภชนาการ
S5 : การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน

มิติเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล

G1 : การกำกับดูแลกิจการที่ดี
G2 : การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
G3 : จริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎหมาย
G4 : หลักสวัสดิภาพสัตว์
G5 : คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า
G6 : ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม 2

ประเด็นสำคัญความยั่งยืน	รายละเอียด	ผลการดำเนินงาน ปี 2566	การสนับสนุนเป้าหมาย SDGs
E1 การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบ	→ การจัดซื้ออย่างยั่งยืน	→ สัดส่วนการใช้วัตถุดิบที่มีแหล่งที่มาไม่ตัดไม้ทำลายสิ่งแวดล้อม → ระบบตรวจสอบย้อนกลับตั้งแต่แหล่งที่มาจนถึงมือผู้บริโภค → นโยบายการจัดซื้ออย่างยั่งยืน	12
E2 การจัดการน้ำ	→ การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ	→ การบำบัดน้ำเสียให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานและกฎหมายกำหนด → กิจกรรมสนับสนุนการใช้น้ำ Reuse	6
E3 การจัดการของเสีย	→ การคัดแยกขยะ/แบ่งขยะได้ถูกต้อง	→ การคัดแยกขยะ/แบ่งประเภทขยะได้อย่างถูกต้อง 100% → โครงการขยะรีไซเคิล เพื่อส่งเสริมการลดขยะ และการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด	12
E4 การจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก	→ การปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	→ มีการกำหนดเป้าหมายแสดงเจตจำนงในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593	13

ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านสังคม

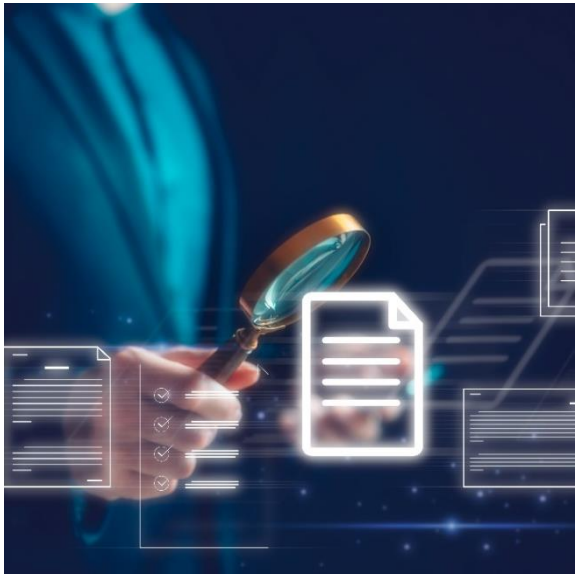
ประเด็นสำคัญความยั่งยืน	รายละเอียด	ผลการดำเนินงาน ปี 2566	การสนับสนุนเป้าหมาย SDGs
S1 สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน	→ หลักสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม → ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม และให้ความเป็นธรรมต่อพนักงาน	→ ไม่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน	4 5 8 10 16
S2 การดูแลและการพัฒนาศักยภาพพนักงาน	→ การพัฒนาความรู้ศักยภาพพนักงาน → การสร้างความพึงพอใจภายในองค์กร	→ จัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงานร้อยละ 95 ของแผนฝึกอบรมประจำปี → ผลสำรวจความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อบริษัท อยู่ในระดับ "ดี"	4 8
S3 สุขภาพ ความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน	→ นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย → การอบรมเกี่ยวกับด้านความปลอดภัย และมีสุขอนามัยในสถานที่ทำงานที่ดี	→ อัตราความถี่ของการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost-Time Injury Frequency Rate: LTIFR) 11.48 ครั้ง (ครั้งต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)	8

ประเด็นสำคัญความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล

ประเด็นสำคัญความยั่งยืน	รายละเอียด	ผลการดำเนินงาน ปี 2566	การสนับสนุนเป้าหมาย SDGs
G1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี	→ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ	→ ทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการทุก ๆ ปี → ได้รับการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการ (CGR) ในระดับ "ดีเลิศ" ประจำปี 2566	16
G3 การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	→ จริยธรรมทางธุรกิจ → การใช้ข้อมูลภายใน และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ → การต่อต้านการทุจริตและความโปร่งใส	→ ทบทวนคู่มือจริยธรรมธุรกิจทุก ๆ ปี → ได้รับการต่ออายุการรับรองเป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เป็นครั้งที่ 2 → ไม่มีกรณีการกระทำผิดเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ และไม่มีการทำผิดกฎหมาย	16
G5 คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า	→ การบริหารคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า	→ เชื่อมกระบวนการผลิต และระบบควบคุมคุณภาพแบบครบวงจร → ได้รับมาตรฐานการบริหารคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า จากหน่วยงานที่ให้การรับรองทั้งในประเทศและต่างประเทศ	2

หมวดย่อย 2 (ข้อ 6–25)

ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย



1. พนักงาน
2. ลูกค้า
3. คู่ค้า คู่แข่ง
4. เจ้าหนี้สถาบันการเงิน
5. ชุมชนและสังคม
6. ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.06	บริษัทเปิดเผยนโยบายหรือการปฏิบัติต่อพนักงาน/แรงงานอย่างเป็นธรรม	บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลนโยบายหรือการปฏิบัติต่อพนักงาน/แรงงานอย่างเป็นธรรมที่ครอบคลุมทั้ง 5 ประเด็น 1. การจ้างงาน/เลิกจ้าง อย่างเสมอภาคและเป็นธรรรม 2. การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน 3. การพัฒนาบุคลากรของบริษัท 4. ความปลอดภัยในการทำงาน 5. จัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการ หรือ มีกระบวนการให้พนักงานเสนอเกี่ยวกับสวัสดิการ	Level (EX/G/P)

พนักงาน

ไทยออยล์มุ่งมั่นในการดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างจริงจัง โดยปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับด้านแรงงานต่าง ๆ รวมทั้งยึดหลักสิทธิมนุษยชนสากล เพื่อดูแลพนักงานบนพื้นฐานของความเสมอภาค เท่าเทียมและทั่วถึง ดังแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่สำคัญ ดังนี้

>> ปฏิบัติต่อพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียตามหลักสิทธิมนุษยชนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล รวมถึงกฎหมายแรงงานและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัด โดยมีการจ้างงานภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขที่สอดคล้องกับกฎหมายท้องถิ่นหรือธรรมเนียมปฏิบัติ การกำหนดค่าจ้างที่ไม่เลือกปฏิบัติโดยมิชอบด้วยกฎหมายและปราศจากอคติ และการฝึกอบรมทักษะการทำงานที่เหมาะสม ไทยออยล์ได้ประกาศ **"นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนในสถานที่ทำงาน"** ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น การปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเสมอภาค นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน การสนับสนุนเสรีภาพของสหภาพแรงงานและการให้การรับรองของการเจรจาต่อรอง เป็นต้น และเปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนไว้ในเว็บไซต์ของไทยออยล์ หัวข้อ ความยั่งยืน/I : Our well - being/สิทธิมนุษยชน ทั้งนี้ ในปี 2566 ไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

>> **มีนโยบายในการให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม** เทียบเคียงได้กับองค์กรในธุรกิจเดียวกัน และเชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงานแต่ละคน โดยมีการทบทวนโครงสร้างค่าตอบแทนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้ค่าตอบแทนของไทยออยล์สามารถรักษาระดับสูงสุด (Top Quartile) ในอุตสาหกรรมเดียวกัน และเพื่อให้นโยบายค่าตอบแทนพนักงาน**สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของไทยออยล์ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว** ไทยออยล์กำหนดให้มีการพิจารณาปรับอัตราเงินเดือนให้ผู้บริหารและพนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยใช้ดัชนีวัดผลการดำเนินงาน (KPI) ซึ่งแบ่งออกเป็นมุมมอง 3 ด้าน ตามหลัก Balance Scorecard และให้น้ำหนักในแต่ละด้านใกล้เคียงกัน ได้แก่ 1) มุมมองด้านการดำเนินธุรกิจปกติ (Business as Usual) 2) มุมมองด้านโครงการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Initiatives) และ 3) มุมมองด้านการสนับสนุนกลยุทธ์และความยั่งยืน (Strategic Enablers & Sustainability) มาใช้ในการกำหนดดัชนีวัดผลการดำเนินงานระดับองค์กร (Corporate KPI) และถ่ายทอดมาเป็นดัชนีวัดผลการดำเนินงานของพนักงาน (Individual KPI) ซึ่งรวมถึงผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน (ระยะสั้น) และผลการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ระยะยาว ส่งผลให้ค่าตอบแทนของผู้บริหารและพนักงานสอดคล้องกับผลการดำเนินงานและกลยุทธ์ของไทยออยล์ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

โดยมีรายละเอียดการบริหารทรัพยากรบุคคลเพิ่มเติมปรากฏในหัวข้อ "ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน" หน้า 92 และเปิดเผยไว้ในเว็บไซต์ของไทยออยล์ หัวข้อ ความยั่งยืน/I : Our well - being/การพัฒนาบุคลากรและองค์กร

TOP

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.07	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการจ้างงานที่ให้โอกาสอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติที่ครอบคลุมผู้พิการและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอื่น	บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล 1. จำนวนพนักงานผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้พิการ/ผู้สูงอายุ/ผู้ยากไร้/ผู้ต้องขัง/คนไร้บ้าน เป็นต้น 2. สำหรับการจ้างงานผู้พิการ 2.1 ต้องระบุว่าจ้างงานครบตามจำนวนที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ (หากไม่ครบตามจำนวนต้องเปิดเผยว่านำส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ) 2.2 กรณีที่บริษัทมีพนักงานน้อยกว่า 100 คน หากมีการจ้างงานผู้พิการ จะพิจารณาเป็น Excellent 2.3 กรณีที่บริษัทมีพนักงานน้อยกว่า 100 คน หากไม่มีการจ้างงานผู้พิการ จะพิจารณาเป็น Not Applicable *หมายเหตุ เกณฑ์ในข้อนี้ไม่รวมถึงการจ้างงานแบบพิเศษ	Level (EX/G/P)

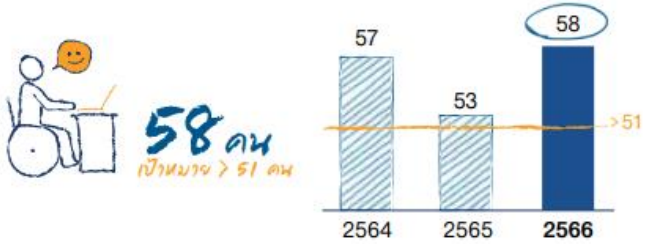
นโยบายการส่งเสริมผู้พิการ 1

บริษัทฯ ได้เห็นถึง การยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการให้ดีขึ้น และเพื่อเป็นการส่งเสริมให้คนพิการได้มีโอกาสแสดงความสามารถ สร้างรายได้ พึ่งพาตนเองได้ และลดภาระของครอบครัวและสังคมที่ต้องให้การอุปการะเลี้ยงดู รวมทั้งเป็นการส่งเสริมให้คนพิการเป็นพลังสำคัญในการเสริมสร้างทางเศรษฐกิจของครอบครัวและประเทศต่อไป โดยเฉพาะกลุ่มคนพิการที่อยู่ในกลุ่มวัยแรงงาน ทั้งนี้ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ซึ่งมีบทบัญญัติเพื่อกำหนดมาตรการสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมอาชีพและคุ้มครองการมีงานทำของคนพิการ

พ.ร.บ.ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ.2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยการจ้างงานคนพิการตามมาตรา 33 และส่งเสริมอาชีพตามมาตรา 35 มีการกำหนดให้รับผู้พิการเข้าทำงานตามอัตราส่วนระหว่างคนปกติกับคนพิการที่ 1 ต่อ 100 คน

ในปี 2566 บริษัทฯ มีการจ้างผู้พิการเข้าทำงานในแผนกต่าง ๆ และส่งเสริมอาชีพโดยการให้สัมปทานจัดสถานที่จำหน่ายสินค้า รวมจำนวน 58 คน มากกว่าอัตราส่วนที่กฎหมายกำหนด 2.1

การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ *(คน)*



จำนวนคนพิการเป็นไปตามกฎหมายการจ้างงานคนพิการประจำปี 2566 ซึ่งข้อมูลอ้างอิงจากจำนวนพนักงานที่มิใช่คนพิการ ณ 1 ตุลาคม 2565 ทำให้จำนวนผู้พิการที่ต้องรับเข้าทำงานอย่างน้อย 51 คน โดยข้อมูลจะเปลี่ยนแปลงทุกปี

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.08	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการจ่ายค่าตอบแทนของพนักงานอย่างเป็นธรรม สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ เพื่อจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มที่	บริษัทมีการเปิดเผยแนวปฏิบัติเกี่ยวกับค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน ที่ครอบคลุมทั้ง 3 ประเด็น 1. เปิดเผยถึงการปฏิบัติ เช่น รายละเอียดเกณฑ์การขึ้นเงินเดือนพนักงานเทียบกับระดับผลประเมินพนักงาน รายงานการจ่ายค่าตอบแทนตามผลการประเมินของพนักงาน รายละเอียดสวัสดิการที่ให้กับพนักงาน เช่น รถรับส่ง ชุดยูนิฟอร์ม เป็นต้น) 2.เปิดเผยตัวเลขค่าตอบแทนรวมที่จ่ายให้กับพนักงาน 3.เปิดเผยสัดส่วนค่าตอบแทนพนักงานหญิงต่อพนักงานชาย	Level (EX/G/P)

(2) การบริหารทรัพยากรบุคคล

ความสำคัญและแนวทางการบริหารจัดการ

พนักงานเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนความสำเร็จและการเติบโตขององค์กร บริษัทจึงให้ความสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยมุ่งเน้นความเป็นธรรมและอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคและเชื่อมั่นในคุณค่าของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความผูกพันกับบริษัท มีจริยและกำลังใจที่จะปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความก้าวหน้าทางอาชีพให้แก่ตนเองและสร้างการเติบโตขององค์กร โดยกำหนดแนวทางบริหารจัดการ ดังนี้

การสรรหาและคัดเลือก

- กำหนดกระบวนการที่ชัดเจน
- มีวิธีการคัดกรองในรูปแบบการทดสอบทัศนคติและความรู้ที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมขององค์กร
- กำหนดโครงสร้างการสัมภาษณ์งาน

การจ้างงาน

- ยึดมั่นในสิทธิมนุษยชนเน้นการปฏิบัติอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม
- กำหนดเงื่อนไขสัญญาจ้างที่เป็นธรรม
- ส่งเสริมและสนับสนุนการจ้างผู้พิการหรือผู้สูงอายุเข้าทำงาน รวมถึงจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการตามข้อกำหนดของกระทรวงแรงงาน
- เปิดโอกาสให้กับคนท้องถิ่นที่บริษัทขยายโครงการไปถึง

การกำหนดค่าตอบแทน

- กำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรมสูงกว่าเกณฑ์อัตราค่าจ้างขั้นต่ำตามกฎหมายแรงงาน
- จัดทำบัญชีอัตราจ้างที่สอดคล้องกับวุฒิการศึกษา ความรู้ความสามารถและตำแหน่งงาน
- สำรวจอัตราการจ้างงานในตลาดแรงงานเพื่อเป็นข้อมูลให้แน่ใจว่าโครงสร้างเงินเดือนสวัสดิการและโบนัส มีความเหมาะสมและแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- พิจารณาเงินช่วยเหลือค่าครองชีพตามสภาวะเศรษฐกิจ

คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ

สวัสดิการเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้คุณภาพชีวิตของพนักงานรวมถึงครอบครัวดีขึ้น การที่บริษัทแสดงออกถึงความใส่ใจโดยการจัดสวัสดิการที่เหมาะสมให้กับพนักงาน ย่อมทำให้พนักงานเกิดขวัญและกำลังใจในการทำงาน สามารถสร้างผลงานที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูงขึ้น สร้างความรักและความผูกพันต่อบริษัท อีกทั้งสามารถช่วยลดปัญหาและข้อขัดแย้งในบริษัท ทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น

ในปี 2566 บริษัทมีการประชุมคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการทั้งสิ้น 4 ครั้ง เพื่อหารือร่วมกันเกี่ยวกับสวัสดิการและผลประโยชน์ที่ได้รับการเสนอแนะจากพนักงาน เพื่อพิจารณาปรับปรุงให้เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่มุ่งหมายให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยประเด็นสำคัญที่มีการปรับปรุง คือ การปรับสวัสดิการเบี้ยเลี้ยงให้กับพนักงานประจำโครงการเพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจ

การจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ 1

บริษัทนำปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิตและสภาพการปฏิบัติงานมาใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้กับพนักงาน รวมถึงครอบครัวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

- เงินเดือน
- โบนัสประจำปี
- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- ประกันค่ารักษาพยาบาลกรณีผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก (กรณีผู้ป่วยในครอบคลุมถึงคู่สมรสและบุตรที่ถูกต้องตามกฎหมาย)
- ประกันชีวิตกลุ่มในวงเงินทุนประกัน 500,000 - 1,500,000 บาท
- ประกันอุบัติเหตุ
- ค่าทันตกรรมประจำปี
- เงินช่วยเหลือในโอกาสหรือวาระต่าง ๆ เช่น การสมรส การจัดงานศพของพนักงานและครอบครัว
- ของขวัญเยี่ยมพนักงานคลอดบุตร
- ทุนการศึกษาระดับปริญญาโทให้กับพนักงานที่เป็นผู้บริหาร
- ทุนการศึกษาประจำปีให้กับบุตร ธิดาของพนักงานในระดับปฏิบัติการ
- เงินสนับสนุนกิจกรรมภายในฝ่าย เช่น การท่องเที่ยวประจำปี งานเลี้ยงสังสรรค์ในวันปีใหม่
- ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าของบริษัท
- การตรวจสุขภาพประจำปีโดยใช้อายุของพนักงานเป็นเกณฑ์ในการกำหนดโปรแกรมการตรวจ
- เครื่องแบบพนักงาน
- สิทธิวันลาและวันหยุดพักผ่อนตามที่กฎหมายกำหนด
- ห้องสันทนาการ “The Skape” ณ สำนักงานใหญ่ มีบริการเครื่องดื่ม อาหารว่าง และเกม
- ห้องออกกำลังกาย โยคะ แอโรบิก (พร้อมห้องอาบน้ำ)
- ประกาศเกียรติคุณและมอบรางวัลให้กับพนักงานที่มีอายุงานครบ 10 ปี 20 ปีและ 30 ปี เพื่อแสดงความขอบคุณและยกย่องพนักงาน

5) การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

รายการ	หน่วย	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงานทั้งหมด 2	ล้านบาท	1,162	1,198	1,138
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงานชาย	ล้านบาท	612	631	736
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงานหญิง	ล้านบาท	550	567	402
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานทั้งหมด	ล้านบาท	1.22	1.19	1.29
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานชาย	ล้านบาท	1.55	1.52	1.61
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานหญิง	ล้านบาท	0.86	0.84	0.94
อัตราเงินเดือนและค่าตอบแทนของพนักงานหญิงต่อชาย (ไม่รวมผู้บริหารระดับสูง) 3	เท่า	0.90: 1	0.90: 1	0.93: 1

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.09	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมช่องทางการออมและสร้างหลักประกันทางการเงินสำหรับพนักงาน	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมและสร้างหลักประกันทางการเงินสำหรับพนักงาน ที่ครบทั้ง 2 ประเด็น 1. บริษัทมีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PVD) หรือสหกรณ์ออมทรัพย์สำหรับพนักงาน 2. จำนวนพนักงานทั้งหมดและจำนวนพนักงานที่เข้าร่วมหรือสัดส่วนการเข้าร่วมของพนักงาน (ร้อยละ)	Level (EX/G/P)

4) การจ่ายเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพส่วนของบริษัท 1

รายการ	หน่วย	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
ยอดนำเงินเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ล้านบาท	36	36	35
จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิก	คน	744	737	727
ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ร้อยละ	95	94	94
อัตราร้อยละที่บริษัทจ่ายสมทบ	ร้อยละ	5-7	5-7	5-7
อัตราร้อยละที่พนักงานเลือกสะสม	ร้อยละ	2-7	2-7	5-7

2

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.10	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการส่งเสริมความรู้และทักษะของพนักงานขององค์กร	บริษัทมีการเปิดเผย 1. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรของบริษัทโดยระบุ ชื่อหลักสูตร/โครงการ เช่น e-learning, โครงการเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring program), โครงการพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership development) เป็นต้น 2. จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน/คน/ต่อปี หรือจำนวนพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรม/ปี	Level (EX/G/P)

(3) การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

1

ความสำคัญและแนวทางการบริหารจัดการ

พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งตามทิศทางการดำเนินธุรกิจและสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องให้กับองค์กร รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน เช่น เทคโนโลยี ความรู้และทักษะใหม่ ๆ บริษัทได้เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้รับการพัฒนาศักยภาพและเรียนรู้อย่างเท่าเทียม ไม่แบ่งแยกเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา กลุ่มคนเปราะบาง และความเชื่อทางการเมือง เพื่อให้พนักงานได้เพิ่มพูนทักษะ ความรู้ที่เหมาะสมกับความจำเป็นในการปฏิบัติงาน และสามารถสร้างความก้าวหน้าทางอาชีพ โดยได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติ ดังนี้



โครงการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

บริษัทกำหนดหลักสูตรในการพัฒนาพนักงาน ดังนี้

1. หลักสูตรสำหรับพนักงานใหม่ (New Comer) มีวัตถุประสงค์ให้พนักงานรู้จักองค์กรมากขึ้น เช่น วัฒนธรรมองค์กร เป้าหมายขององค์กร รวมถึงหน้าที่ของพนักงาน เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับองค์กรได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น
2. หลักสูตรการพัฒนาตามสายงาน (Functional Skills) พนักงานทุกคนจะได้รับการอบรมตามหลักสูตรเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน เช่น หลักสูตรความรู้ทักษะเฉพาะทางสำหรับพนักงานฝ่ายโครงการ (งานขาย งานก่อสร้าง และงานบริการ)
3. หลักสูตรพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership Skills) เป็นการส่งเสริมทักษะความสามารถในการเป็นผู้นำ เช่น การบริหารจัดการคน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การปรับทัศนคติ เพื่อเพิ่มสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำของพนักงานระดับหัวหน้างานขึ้นไปในการขับเคลื่อนองค์กรตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
4. โครงการเสริมความรู้ ทักษะพิเศษ เช่น กิจกรรมกลุ่มเพื่อพัฒนาค่านิยมการทำงานเป็นทีม (Power of WE) กิจกรรมการเรียนรู้ข้ามสายงาน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และเข้าใจระหว่างพนักงานด้วยกันเอง ช่วยลดข้อขัดแย้งได้ในการทำงานร่วมกัน
5. การอบรมพื้นฐานของการสร้างสติและฝึกจิตในชีวิตประจำวัน เพื่อส่งเสริมการมีความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quoktient: EQ) ของพนักงาน ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างมากสำหรับการทำงานในยุคนี้ที่คนทำงานต้องทำงานภายใต้สภาวะความแร่งรีบและความกดดัน รวมถึงปัญหาและความท้าทายต่าง ๆ ที่ถาโถมเข้ามา ความฉลาดทางอารมณ์จึงเป็นทักษะสำคัญที่จะช่วยให้พนักงานสามารถจัดการอารมณ์ความรู้สึกของตัวเองสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังคงรักษาสุขภาพจิตที่ดีเอาไว้ได้
6. การฝึกอบรมนอกห้องเรียน เช่น การสอนงานพร้อมปฏิบัติจริง (On the job Training) การฝึกสอนให้ปฏิบัติ (Coaching) เพื่อให้พนักงานได้ทดลองทำงานจริงไปพร้อมกับการเรียนรู้ โดยใช้ประสบการณ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะ

ผลการดำเนินงาน

2

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	2564	2565	2566
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน (ต่อคนต่อปี)	ไม่น้อยกว่า 16	14	16	15
งบประมาณด้านการฝึกอบรมและพัฒนาใช้จริงต่อปี (ล้านบาท)	16	6	6	6





การจัดอบรมให้กับพนักงาน

ในปี 2566 บริษัทจัดทำหลักสูตรการพัฒนาตามสายงานร่วมกับที่ปรึกษา โดยพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรมตามตำแหน่งงาน และแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงาน โดยเริ่มจากกลุ่มพนักงานขายและกลุ่มวิศวกรโครงการ

กลุ่มพนักงาน	จำนวนรุ่นที่อบรม (รุ่น)	จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม (คน)
พนักงานขาย	2	46
วิศวกรโครงการ	1	21

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.11	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและผลการส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	บริษัทมีการเปิดเผยแนวปฏิบัติเกี่ยวกับแผนงานด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน ที่ครอบคลุมทั้ง 2 ประเด็น 1. เปิดเผยถึงกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน เช่น การอบรมหนีไฟ การอบรมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น 2. เปิดเผยสถิติการเกิดอุบัติเหตุ/อัตราการหยุดงาน/อัตราการเจ็บป่วย ที่เกิดจากการทำงาน และระบุมาตรการป้องกันและบรรเทาความเสี่ยงจากประเด็นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น อัตราความถี่การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) เป็นต้น	Level (EX/G/P)

การอบรมให้ความรู้ด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานฝ่ายก่อสร้างและผู้รับเหมาก่อสร้าง

บริษัทมีการอบรมให้ความรู้และชี้แจงนโยบายด้านความปลอดภัยฯ การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยในการทำงาน รวมถึงการส่งเสริม สนับสนุนด้านความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องให้กับพนักงานในฝ่ายก่อสร้างและผู้รับเหมา เพื่อให้เข้าใจในหลักการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยของบริษัท และสามารถนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องในทิศทางเดียวกัน เพื่อลดความเสี่ยงและการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน

การอบรมให้ความรู้ด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานใหม่

บริษัทมีการอบรมให้ความรู้ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความปลอดภัยฯ ของบริษัท รวมถึงกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อกำหนด อีกทั้งให้พนักงานทราบถึงความเสี่ยงและอันตรายในการทำงานที่เกี่ยวข้อง ความสำคัญในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและเสริมสร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยให้กับพนักงาน ในปี 2566 มีการอบรมให้กับพนักงานใหม่ทั้งหมด 52 คน

การอบรมหลักสูตรปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพ (First Aid & CPR Training)

บริษัทจัดอบรมปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพ (First Aid & CPR Training) เพื่อให้พนักงานมีความรู้เรื่องการปฐมพยาบาลและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน สามารถให้ความช่วยเหลือผู้บาดเจ็บหรือผู้ป่วยฉุกเฉินเมื่อเกิดเหตุที่ไม่คาดคิด ระหว่างรอการช่วยเหลือจากหน่วยแพทย์ฉุกเฉิน ซึ่งเป็นหนึ่งในแผนตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉินทางการแพทย์ของบริษัท และพนักงานสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ในปี 2566 มีพนักงานเข้ารับการอบรมจำนวน 61 คน







การอบรมหลักสูตรการดับเพลิงขั้นต้นและอพยพหนีไฟ

ด้วยความใส่ใจที่ต้องการให้พนักงานมีความรู้และทักษะในการดับเพลิงขั้นต้น สามารถรับมือกับเหตุเพลิงไหม้ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการอพยพหนีไฟที่ถูกต้องและปลอดภัย บริษัทจึงได้มีการจัดอบรมและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟประจำปีให้กับพนักงานที่ประจำการที่ศูนย์บริหารงานของบริษัท โดยในปี 2566 มีพนักงานที่ผ่านการอบรมทั้งหมด 41 คน

1





การตรวจสอบความปลอดภัยในพื้นที่ปฏิบัติงาน

มีการดำเนินการตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในพื้นที่โครงการก่อสร้างตามแผนงานที่กำหนดไว้ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้รับเหมามีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัยสอดคล้องกับกฎหมายและคู่มือว่าด้วยความปลอดภัยฯ รวมถึงมีการเผยแพร่ข้อมูลด้านความปลอดภัยต่าง ๆ ไปยังผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ

ผลการดำเนินงาน จากความมุ่งมั่นดำเนินงานตามแนวทางการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยฯ ในปี 2566 บริษัทมีผลการดำเนินการ ดังแสดงในตารางนี้

	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	หน่วย	ปี 2564		ปี 2565		ปี 2566	
				ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
พนักงาน	จำนวนการเกิดการเจ็บป่วยในงานจนถึงขั้นหยุดงาน	0	คน	0	0	0	0	0	0
	จำนวนการเกิดการบาดเจ็บในงานจนถึงขั้นหยุดงาน	0	คน	0	0	0	0	0	0
	จำนวนการเสียชีวิตจากการทำงาน	0	คน	0	0	0	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน (Loss Time Injury Frequency Rate: LTIFR)	0	จำนวนคนที่ได้รับบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน /200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0	0	0	0	0	0
	จำนวนชั่วโมงการทำงาน	-	ชั่วโมง	1,206,576	879,648	1,312,370	894,440	810,888	736,168
ผู้รับเหมา	จำนวนการเกิดการเจ็บป่วยในงานจนถึงขั้นหยุดงาน	0	คน	0	0	0	0	0	0
	จำนวนการเกิดการบาดเจ็บในงานจนถึงขั้นหยุดงาน	0	คน	0	0	0	0	0	0
	จำนวนการเสียชีวิตจากการทำงาน	0	คน	0	0	0	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน (Loss Time Injury Frequency Rate: LTIFR)	0	จำนวนคนที่ได้รับบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน /200,000 ชั่วโมงการทำงาน	0	0	0	0	0	0
	จำนวนชั่วโมงการทำงาน	-	ชั่วโมง	-	-	12,650,040	4,753,200	11,131,856	5,564,880

2

หมายเหตุ : การบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน (Loss Time Injury) หมายถึง การได้รับอุบัติเหตุจากการทำงานที่ทำให้ผู้บาดเจ็บจนไม่สามารถมาปฏิบัติงานตามปกติในวันทำงานถัดไป หรือในกะถัดไปได้

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.12	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและผลการส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงาน	บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลแผนงานและผลการส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงานที่ครอบคลุมทั้ง 3 ประเด็น 1. แผนงานที่จะเพิ่มความพึงพอใจหรือความผูกพันของพนักงาน เช่น กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ เป็นต้น 2. เปิดเผยอัตราการลาออกของพนักงาน (ร้อยละ) 3. ผลสำรวจความพึงพอใจหรือความผูกพันของพนักงาน (ร้อยละ)	Level (EX/G/P)

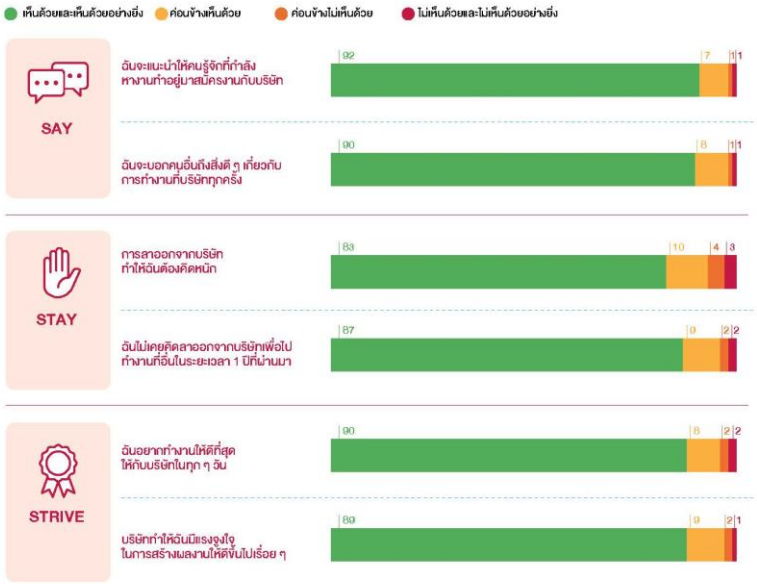
การประเมินความผูกพันของพนักงาน 1

ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรนั้นสามารถแปรผันได้ในแต่ละวัน บางวันรู้สึกผูกพัน หรือบางวันอาจจะรู้สึกไม่ผูกพัน บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกของพนักงานที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน จึงกำหนดการดำเนินการประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการดำเนินการของบริษัทใน 2 รูปแบบ ได้แก่

- แบบสำรวจฉบับเต็ม (Employee Engagement Full Surveys) ซึ่งกำหนดความถี่ในการสำรวจ 2 ปีครั้ง
- แบบสำรวจฉบับย่อ (Employee Engagement Pulse Surveys) ซึ่งกำหนดความถี่ในการสำรวจปีละ 1-2 ครั้ง คือ เดือนมีนาคมและเดือนพฤศจิกายนของทุกปี

ถึงแม้ว่ามีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 บริษัทยังคงมีการวัดความรู้สึกผูกพันของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 บริษัทใช้วิธีการวัดความผูกพันของพนักงานในรูปแบบ Pulse Surveys ระหว่างวันที่ 19-30 ตุลาคม 2563 บริษัทดำเนินการสำรวจความผูกพันของพนักงานผ่าน 6 ข้อคำถาม ตามกรอบคำถามด้านล่างนี้ และนำผลดำเนินการมาเปรียบเทียบกันในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมาวิเคราะห์และเตรียมมาตรการรองรับ เพื่อยกระดับความผูกพันและการมีส่วนร่วมของพนักงานในการสนับสนุนให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการสำรวจความผูกพันของพนักงานในครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายคือพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 4 เดือน ซึ่งทุกคนสามารถร่วมตอบแบบสำรวจความผูกพันผ่านระบบออนไลน์ได้ และมีสัดส่วนพนักงานที่ตอบแบบสำรวจความผูกพัน ร้อยละ 100 ในปี 2563 พบว่าผลการสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานมีคะแนนที่เพิ่มขึ้น อยู่ที่ร้อยละ 88 โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และบรรลุเป้าหมายประจำปีที่บริษัทตั้งไว้ที่ร้อยละ 84 3

2


เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่อนข้างเห็นด้วย
ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
SAY
ฉันจะแนะนำให้คนรู้จักที่กำลังหางานทำอยู่มาสมัครงานกับบริษัท
92
7
1
1
ฉันจะบอกคนอื่นถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับการทำงานที่บริษัททุกครั้ง
90
8
1
1
STAY
การลาออกจากบริษัททำให้ฉันต้องคิดหนัก
83
10
4
3
ฉันไม่เคยคิดลาออกจากบริษัทเพื่อไปทำงานที่อื่นในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา
87
9
2
2
STRIVE
ฉันอยากทำงานให้ดีที่สุดให้กับบริษัทในทุก ๆ วัน
90
8
2
2
บริษัททำให้ฉันมีแรงจูงใจในการสร้างผลงานให้ดีขึ้นไปเรื่อย ๆ
89
9
2
1

3


ภาพรวมผลสำรวจความผูกพันของพนักงาน
คะแนนความผูกพัน (ร้อยละ)
54
82
82
88
เป้าหมาย ปี 2563 ร้อยละ 84
2560
2561
2562
2563
ความครอบคลุม (ร้อยละของพนักงานทั้งหมดที่เข้าร่วม)
73
74
74
100
เป้าหมาย ปี 2563 ร้อยละ 100
2560
2561
2562
2563
คะแนนความผูกพัน (แยกตามเพศ)
87
88
ชาย
หญิง
ช่วงเวลา 2563

CPALL

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.13	บริษัทมีนโยบายเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้า	บริษัทเปิดเผยนโยบายเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้าที่ครอบคลุมถึง 1. การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 2. ช่องทางและกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนของลูกค้าเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล 3. จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่บริษัทถูกร้องเรียนเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า พร้อมระบุแนวทางการจัดการ (ในกรณีที่ไม่มี ต้องระบุว่า ไม่มี)	Level (EX/G/P)

การป้องกันความเป็น
ส่วนตัวของข้อมูล

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ได้ทำการจัดเก็บรวบรวม นำไปใช้เปิดเผย และการถ่ายโอนข้อมูลเพื่อใช้ในรับบริการและซื้อสินค้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการด้านการนำข้อมูลส่วนบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ในการนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงความต้องการและความเหมาะสม บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบ และให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้าทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงได้ประกาศนโยบายความเป็นส่วนตัวบนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบริษัทฯ ย่อย เพื่อแสดงความโปร่งใสในการดำเนินงาน โดยมีการบริหารงานภายใต้หน่วยงาน Data Protection ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งกรอบการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act, PDPA) นโยบายความเป็นส่วนตัวได้ครอบคลุมการใช้ข้อมูลที่หน้าร้านค้าปลีก การบริการผ่านช่องทางออนไลน์ทุกช่องทางและศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) ที่ดำเนินงานภายใต้บริษัทฯ ครอบคลุมรายละเอียดดังนี้

ประเภทข้อมูลส่วนบุคคล	วัตถุประสงค์การเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูล	หน่วยงานหรือบุคคลที่ บริษัทฯ อาจเปิดเผยข้อมูลให้
การโอนข้อมูลไปต่างประเทศ	ระยะเวลาในการเก็บ ข้อมูลส่วนบุคคล	ความปลอดภัยของข้อมูล
นโยบายคุกกี้	สิทธิในการเป็นเจ้าของ ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางบริการสำหรับติดต่อ เกี่ยวกับสิทธิข้อมูลส่วนบุคคล

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.14	บริษัทพัฒนาสินค้าและบริการที่ปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัยของลูกค้า/ผู้บริโภค	บริษัทเปิดเผยนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าและบริการที่ปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัยของลูกค้าที่ครอบคลุมถึง 1. แนวทางการพัฒนาสินค้า/บริการที่ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยของลูกค้า/ผู้บริโภค เช่น การออกแบบ การจัดหาวัตถุดิบ การขนส่ง การให้บริการ เป็นต้น 2. การดำเนินงาน/โครงการที่แสดงถึงการให้ความสำคัญต่อความปลอดภัย สุขภาพอนามัยของลูกค้า/ผู้บริโภค เช่น การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การปรับปรุงหรือพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าที่มีความปลอดภัย การควบคุมดูแล Cyber security เป็นต้น	Level (EX/G/P)

มุ่งมั่นพัฒนา สรรหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ 1

บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

01 สินค้าอาหารที่ผ่านการรับรอง หรือผ่านหลักเกณฑ์ของ “ทางเลือกสุขภาพ” หรือ Thai Healthier Logo ที่ให้การรับรองโดยสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

02 อาหารที่มีการเพิ่ม หรือลด หรือปราศจากสารอาหารตามที่กฎหมายหรือมาตรฐานที่ยอมรับ เช่น ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541

03 ผักและผลไม้สด หรืออาหารที่คงสภาพสารอาหารที่เป็นประโยชน์ทางธรรมชาติ หรือผ่านการแปรรูปน้อยหรืออาหารที่รับประทานแล้วได้โภชนาการครบถ้วนและพลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ

04 อาหารทางการแพทย์ Functional Food หรือ Food Supplement ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 238) พ.ศ. 2544 และตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่วางจำหน่ายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ชื่อสินค้า

ถั่วลายเสือต้ม



คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ถั่วลิสง พันธุ์ถั่วลายเสือ โดยเพาะปลูกจากเกษตรกร แหล่งเพาะปลูกจากทางภาคเหนือ ลักษณะของถั่วมีลายคล้ายลายเสือโคร่งสวย และมีการคัดสรรฝักถั่วที่รูปร่างสมบูรณ์ เต็มเมล็ด ถั่วมีรสชาติโดดเด่นที่ความหวาน เนื้อมัน กรอบนุ่ม เคี้ยวเพลิน

ประโยชน์ต่อสุขภาพ

- มีวิตามินบี ช่วยบำรุงระบบประสาท สมอง และบำรุงสายตา
- มีโปรตีนสูง และมีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกาย
- มีใยอาหาร ช่วยให้อิ่มท้องได้นาน ช่วยในเรื่องระบบขับถ่าย
- มีแมกนีเซียมสูง ช่วยรักษาสมดุลของฮอร์โมนเพศ และช่วยการทำงานของเอนไซม์ต่าง ๆ ได้ดีขึ้น

วันที่วางจำหน่าย

16 ตุลาคม 2563

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
แนวทางการจัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

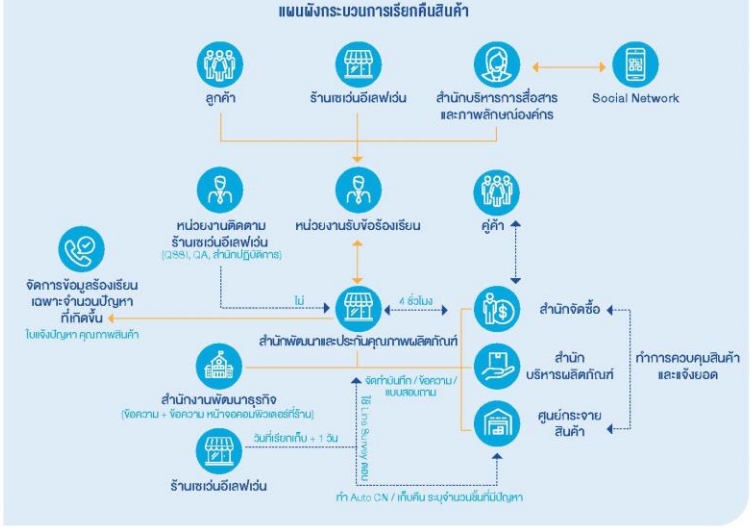
2

บริษัทมีนโยบายให้ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น มุ่งสู่ “ร้านอิ่มสะดวก” ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยมุ่งเน้นความสำคัญของความสะอาด การรักษาสุขลักษณะ ตลอดจนความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องความปลอดภัยของอาหาร เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าจะมีความปลอดภัยและเชื่อถือได้ ไม่เพียงเท่านั้น บริษัทยังกำหนดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและมาตรฐานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ดังนี้

- หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI)
  - ทำหน้าที่ตรวจสอบการจัดการด้านบริการและคุณภาพสินค้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกเดือน
- หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า (QA) ภายใต้สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (PDQA)
  - ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานการปรับปรุงคุณภาพสินค้า การบริการจัดการคุณภาพร้านเซเว่นอีเลฟเว่นโดยการสุ่มเข้าตรวจสอบมาตรฐาน พิจารณาจากปัจจัยการร้องเรียน การสุ่มตรวจ ระเบียบข้อบังคับ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการเรียกคืนสินค้า

เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ หน่วยงานประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (QA) ร่วมกับ Contact Center จึงได้มีการดูแลและตรวจสอบข้อร้องเรียนอย่างรอบด้าน โดยแจ้งต่อร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และกำหนดให้มีการรายงานสืบบายังหน่วยงานตลอดจนจัดให้มีการตรวจสอบจากหน่วยงานอื่น ๆ ตามชนิดของผลิตภัณฑ์ และตรวจสอบไปยังคู่ค้าที่เกี่ยวข้องด้วย



ข้อร้องเรียนทั้งหมดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ไม่ได้มาตรฐานในปี 2563

9,160 รายการ

ผลิตภัณฑ์ที่มีการเรียกคืนหลังตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้ว
116 รายการ

การเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานก่อนมีการร้องเรียน
23 รายการ

สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าด้วย SAVEQC

บริษัทดำเนินการภายใต้หลักการ Service, Assortment, Value, Environment, Quality, Cleanliness หรือ SAVEQC เพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ โดยมีการสื่อสารหลักการดังกล่าวไปยังหน่วยงานและกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับร้านเซเว่นอีเลฟเว่น



หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.15	บริษัทเปิดเผยความรับผิดชอบต่อการให้ข้อมูลของสินค้าและบริการต่อลูกค้า/ผู้บริโภคอย่างถูกต้อง	บริษัทเปิดเผยความรับผิดชอบต่อการให้ข้อมูลของสินค้าและบริการโดย 1. จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจที่ระบุถึงแนวปฏิบัติต่อลูกค้าเกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน 2. เปิดเผยวิธีการสื่อสารข้อมูลสินค้า/บริการที่ระบุรายละเอียดที่สำคัญ เช่น ฉลากสินค้า เอกสารแสดงคุณสมบัติของสินค้า/บริการ เอกสารประกอบการใช้งาน การจัดทำโฆษณาที่ตรงตามลักษณะ/คุณสมบัติของสินค้า/บริการ เป็นต้น	Level (EX/G/P)

2. กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

1

2.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (รวมทั้งที่แก้ไขเพิ่มเติม) (“**พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ**”) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสิทธิของผู้บริโภคและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ เพื่อรักษาความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคซึ่งภายใต้พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์เพื่อรักษาสิทธิของผู้บริโภค เช่น

(1) การกำหนดช่องทางเพิ่มเติมสำหรับผู้บริโภคในการร้องเรียนปัญหาต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีที่มีกฎหมายอื่นกำหนดในเรื่องการร้องเรียนใด ๆ ไว้เฉพาะและปรากฏว่าเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายดังกล่าวยังมิได้ดำเนินการภายใน 90 วันนับจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งตามกฎหมายนั้น ๆ หรือในกรณีที่มีความจำเป็นเร่งด่วนอันมิอาจปล่อยให้เนิ่นช้าออกไปได้ เป็นต้น

(2) การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านโฆษณา โดยการโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น ข้อความที่เกินความจริงและข้อความที่ทำให้เกิดการเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

2

(3) การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลาก โดยกำหนดลักษณะของฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากจะต้องใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า รวมถึงระบุชื่อของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า ข้อความที่แสดงประเภทสินค้า รวมถึงราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำและข้อความจำเป็นอื่น ๆ

2

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.16	บริษัทเปิดเผยข้อมูลแผนบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และมีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า	บริษัทเปิดเผย 1. แผนการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า 2. การกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า 3. ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า (ร้อยละ)	Level (EX/G/P)

ช่องทางออนไลน์เพื่อลูกค้าในสถานการณ์ COVID-19

SDGs 3 8 9

เป้าหมายและผลงาน

2&3 ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าจากการสำรวจผ่านช่องทาง SCG Contact Center เท่ากับ

100%

ปี 2563

100%

เอสซีจีเดินหน้าพัฒนาร้านค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ตอบสนองพฤติกรรมลูกค้าในช่วงโควิด 19 1

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในปี 2563 กลายเป็นปัจจัยเร่งให้การดำเนินชีวิตของคนไทยหันมาใช้การติดต่อและทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เอสซีจีจึงมุ่งพัฒนาการซื้อขายสินค้า บริการและโซลูชันต่าง ๆ ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อให้แข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังคงมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า



SCG HOME

สถานการณ์โควิด 19 ทำให้คนต้องทำงานอยู่กับบ้านมากขึ้น และเกิดความต้องการปรับปรุงบ้านให้น่าอยู่ เอสซีจีจึงพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับบ้านและที่อยู่อาศัยแบบ Active OMNI-Channel ภายใต้ชื่อ SCG HOME (เว็บไซต์ scghome.com เพจเฟซบุ๊ก SCGHomeOfficial และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ) รวบรวมสินค้า บริการ และโซลูชันต่าง ๆ เกี่ยวกับบ้านและอุปกรณ์ก่อสร้าง ตอบสนองลูกค้าตั้งแต่การสร้างบ้านใหม่ การซ่อมแซม ปรับปรุง หรือตกแต่งบ้าน รวมถึงโซลูชันการทำบ้านแบบครบวงจร

SCG HOME ยังเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์ม Design Connext และ Q-Chang สำหรับค้นหานักออกแบบและช่างผู้เชี่ยวชาญที่ให้บริการ รวมทั้ง SCG EXPERIENCE VIRTUAL STORE (www.scgexperience360.com) ให้เข้าชมสินค้าและโซลูชันของเอสซีจีแบบ Virtual 360 องศา แทนการไปชมสถานที่จริง

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.17	บริษัทเปิดเผยแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ	บริษัทเปิดเผยแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ที่ระบุหลักเกณฑ์ในการจัดซื้อจัดจ้าง เช่น แนวทางในการคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จัดซื้อสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน ส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามเวลา ไม่มีการทำผิดกฎหมายด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน เป็นต้น	Yes/No (EX/P)

3. คู่ค้า

บริษัทฯ มีกระบวนการในการคัดเลือกคู่ค้าโดยการให้คู่ค้าแข่งขันบนข้อมูลที่เท่าเทียมกัน และคัดเลือกคู่ค้าด้วยความยุติธรรมภายใต้หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำรูปแบบสัญญาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่สัญญาทุกฝ่าย และจัดให้มีระบบติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างครบถ้วน และป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดหา โดยบริษัทฯ ซื้อสินค้าจากคู่ค้าตามเงื่อนไขทางการค้า ตลอดจนปฏิบัติตามสัญญาต่อคู่ค้าอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งเก็บรักษาข้อมูลของคู่ค้า และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์โดยมิชอบ

1.2.4 การจัดหาสินค้าสินค้าคงเหลือและการกระจายสินค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีเครือข่ายซัพพลายเออร์มากกว่า 15,000 ราย ซึ่งซัพพลายเออร์ 20 รายแรกของกลุ่มบริษัทฯ จัดหาสินค้าให้แก่ทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งทำให้สินค้ามีความหลากหลายเพียงพอและเป็นการลดความเสี่ยงจากการกระจุกตัวในการจัดหาสินค้า ทั้งนี้ สำหรับงวดปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ไม่มีซัพพลายเออร์รายใดที่จำหน่ายสินค้าให้กลุ่มบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วนเกินร้อยละ 10 ของมูลค่ายอดซื้อรวมของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่ากลุ่มบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีและมั่นคงกับซัพพลายเออร์เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับซัพพลายเออร์ทุกรายและกลุ่มบริษัทฯ เชื่อว่ากลุ่มบริษัทฯ เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่เชื่อถือได้ มีความยุติธรรม และมีเหตุผล ทำให้ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ มีระยะเวลายาวนานกว่า 15 ปี

(1) การคัดเลือกและความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

กลุ่มบริษัทฯ เข้มงวดกับการคัดเลือกซัพพลายเออร์ และปกติกลุ่มบริษัทฯ มักได้รับข้อเสนอจากซัพพลายเออร์และแบรนด์ต่าง ๆ เกินกว่าความต้องการของกลุ่มบริษัทฯ ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ กลุ่มบริษัทฯ จะพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ อย่างถี่ถ้วน เช่น คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และปริมาณการขายสินค้า ตลอดจนปัจจัยเสริมอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการพิจารณาว่าแบรนด์ดังกล่าวเหมาะกับรสนิยมและอยู่ในระดับราคาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มบริษัทฯ หรือไม่การพิจารณาสถานะทางการเงินและวิธีการดำเนินงานของซัพพลายเออร์ดังกล่าว และการสนับสนุนสินค้าโอทอปและธุรกิจเอสเอ็มอีก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กลุ่มบริษัทฯ ใช้ในการพิจารณาซัพพลายเออร์ โดยกลุ่มบริษัทฯ มักจะได้รับการประกันการชดใช้ค่าสินไหมทดแทนสำหรับการซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐาน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังกำหนดให้ซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่ปฏิบัติตามข้อตกลงมาตรฐานในการซื้อ-ขายสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ คาดหวังว่าซัพพลายเออร์ผู้จัดหาสินค้าจะเข้าใจแนวทางในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ และมีความมุ่งมั่นที่จะเติบโตไปพร้อมกับกลุ่มบริษัทฯ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะบริหารความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ในระดับหน่วยธุรกิจ และเนื่องจากธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ มีขนาดใหญ่ ทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ เช่น ในกรณีที่สินค้าประเภทเดียวกันวางขายในร้านค้าของสองหน่วยธุรกิจขึ้นไป กลุ่มบริษัทฯ จะเจรจาให้ได้ราคาข้อตกลง และเงื่อนไขในการซื้อสินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น เป็นต้น

ซัพพลายเออร์ทุกรายที่จัดหาสินค้าในกลุ่มฟู้ดจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กลุ่มบริษัทฯ กำหนดในเรื่องต้นทุน การกำหนดคุณภาพและคุณลักษณะของสินค้าแผนการตลาดกำลังการผลิต การเติมสินค้า และการจัดส่งสินค้า อีกทั้ง ต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ตลอดจนมาตรฐานความปลอดภัยอาหารของกลุ่มบริษัทฯ และตามที่กฎหมายหรือกฎเกณฑ์กำหนด นอกจากนี้ ซัพพลายเออร์ทุกรายของกลุ่มบริษัทฯ จะต้องรับผิดต่อลูกค้าโดยตรงในบางกรณีโดยเป็นไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.18	ใบริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้า	บริษัทเปิดเผย 1. นโยบายหรือการปฏิบัติเกี่ยวกับการส่งเสริม ศักยภาพและความสามารถของคู่ค้า เช่น การร่วมมือ พัฒนาสินค้า บริการ และ/หรือนวัตกรรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทและ คู่ค้า เป็นต้น 2. แผนงานที่จะพัฒนาและยกระดับศักยภาพคู่ค้า เช่น การจัดอบรม/สัมมนา เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของคู่ค้า การร่วมมือพัฒนาสินค้า บริการ และ/หรือนวัตกรรม เป็นต้น 3. ผลการดำเนินงานจากการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้าที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการที่พัฒนาร่วมกับคู่ค้าซึ่งอาจเป็นผลลัพธ์ในเชิงปริมาณหรือคุณภาพ	Level (Bonus/No Action)

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.19	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement)	บริษัทมีการเปิดเผย 1. กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างโดยละเอียด 2. การจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทเป็นไปตามแนวทางที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซื้อสินค้าจากบริษัทที่ได้รับ ISO:14001 หรือมีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างตามหลักการ Green Procurement เป็นต้น	Level (EX/G/P)

การจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ตลาดหลักทรัพย์ฯ กำหนดแนวปฏิบัติการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายสิ่งแวดล้อม โดยจัดทำคู่มือการจัดหาสีเขียว (Green Procurement Guidelines) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดหาของตลาดหลักทรัพย์ฯ ในปี 2563 ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มมูลค่าการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเท่ากับ 70% โดยมีการดำเนินงาน ดังนี้

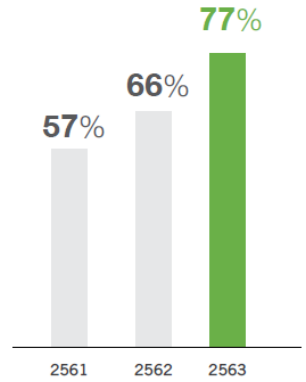
- เพิ่มจำนวนคู่ค้าและรายการสินค้า / บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงฐานข้อมูลสินค้าและบริการสีเขียวเพื่อเป็นทางเลือกในการจัดหาของพนักงาน
- ทบทวนแนวปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในข้อกำหนดการว่าจ้าง (TOR) ของกลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คู่ค้าตระหนักและคำนึงถึงการเลือกใช้วัสดุและการให้บริการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การงดใช้วัสดุตกแต่งที่ทำจากโฟมและพลาสติก การเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติ หรือใช้วัสดุรีไซเคิล การกำหนดให้วัสดุที่ใช้ให้สามารถต่อยอดโดยการนำไปใช้ซ้ำ (Reuse) หรือสร้างประโยชน์ต่อสังคมหลังการให้บริการ
- สื่อสารแนวทางการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบอย่างต่อเนื่อง

1

2

ปี 2563 ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีมูลค่าการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเท่ากับ 77% (เป้าหมายที่กำหนดคือ 70%) โดยเพิ่มขึ้น 10.85% จากปี 2562 และมีรายชื่อคู่ค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวม 129 ราย เพิ่มขึ้น 4 รายจากปี 2562 ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะเพิ่มมูลค่าการจัดหากลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สัดส่วนมูลค่าการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.20	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อเจ้าหนี้อย่างมีความรับผิดชอบ	บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล 1. นโยบายเกี่ยวกับการปฏิบัติที่เป็นธรรมและรับผิดชอบต่อเจ้าหนี้ โดยเฉพาะเรื่องเงื่อนไขค้ำประกัน การบริหารเงินทุน และมาตรการป้องกันการผิดนัดชำระหนี้ เป็นต้น 2. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับเจ้าหนี้ เช่น การปฏิบัติตามเงื่อนไขการชำระคืนเงินกู้ เงื่อนไขค้ำประกัน การบริหารเงินทุน และกรณีที่เกิดการผิดนัดชำระหนี้ เป็นต้น	Level (EX/G/P)

นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับเจ้าหนี้ 1

คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ด้วยความรับผิดชอบ โปร่งใส และเป็นธรรม ดังนี้

2

- ปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ทั้งเจ้าหนี้ทางการค้าหรือเจ้าหนี้สถาบันการเงินอย่างเสมอภาค เป็นธรรม และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย โดยชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนดเวลา เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของกลุ่มบริษัทต่อคู่ค้าและสถาบันการเงินผู้เป็นเจ้าหนี้
- ปฏิบัติตามสัญญาหรือเงื่อนไขต่างๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะกับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน ทั้งในเรื่องวัตถุประสงค์การใช้เงิน การชำระเงินต้นและดอกเบี้ย เงื่อนไขการค้ำประกัน โดยบริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารเงินทุน เพื่อรักษาความมั่นคงแข็งแกร่งของฐานะการเงิน และให้มีสภาพคล่องพอเพียงในการชำระหนี้แก่เจ้าหนี้ได้ตามกำหนดเวลา อีกทั้งบริษัทจะรายงานฐานะและข้อมูลทางการเงินแก่เจ้าหนี้ตามเงื่อนไขที่ตกลงกันด้วยความถูกต้องและโปร่งใสอย่างสม่ำเสมอ
- กรณีที่ไม่สามารถดำรงสถานะหรือปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ด้วยเหตุผลใดจนอาจเป็นเหตุของการผิดสัญญา กลุ่มบริษัทจะแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบโดยทันที เพื่อหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน

UV

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.21	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างรับผิดชอบ	บริษัทเปิดเผย 1. นโยบายหรือการปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างรับผิดชอบ เช่น การไม่ทำข้อตกลงกับคู่แข่งหรือผู้ประกอบธุรกิจอื่นที่เป็นการผูกขาดหรือลดการแข่งขันในตลาด การไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็น ความลับของคู่แข่งด้วยวิธีที่ไม่สุจริต เป็นต้น 2. รายงานการปฏิบัติในปีที่ผ่านมา เช่น ระบุว่าไม่มีข้อพิพาทกับคู่แข่ง เป็นต้น	Level (EX/G/P)

นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคู่แข่งทางการค้า 1

คณะกรรมการบริษัทสนับสนุนการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม ตามกรอบกฎหมายและกติกาการแข่งขันที่ดี รวมถึงหลีกเลี่ยงวิธีการไม่สุจริตเพื่อทำลายคู่แข่ง โดยมีแนวปฏิบัติต่อคู่แข่งดังนี้

- ดำเนินธุรกิจและปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า ภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม
- ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม
- ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย

ทั้งนี้ ในรอบปีบัญชี 2566 กลุ่มบริษัทไม่มีข้อพิพาทกับคู่แข่งทางการค้า และไม่มีการทำข้อตกลงกับคู่แข่งหรือผู้ประกอบธุรกิจอื่นที่เป็นการผูกขาดหรือลดการแข่งขันในตลาด 2

UV

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.22	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนส่งเสริมการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนและสังคม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	บริษัทเปิดเผย บริษัทเปิดเผย 1. นโยบาย (Policy) เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน และสังคม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ 2. แผนงาน (Guideline) ในการพัฒนาให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนหรือแก้ไขปัญหาของสังคม	Level (EX/G/P)

8. ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม	บริษัทใส่ใจและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของผู้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทและส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างและรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่

(Code of conduct)

3.4.2 ผลการดำเนินงานด้านสังคม

(One Report)

กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนให้มีความแข็งแกร่ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และต่อยอดการเป็นคู่ค้าทางธุรกิจในการสรรหาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัทฯ อีกทั้ง ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ อีกทั้งเพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ในระยะยาว

กลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน

บริษัทฯ ตระหนักถึงข้อจำกัดด้านองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ และด้านปัจจัยการผลิตของชุมชนในหลายพื้นที่ กลยุทธ์ของการดำเนินงานจึงเน้นที่การพัฒนาขีดความสามารถของคนในชุมชนผ่านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะ การสนับสนุนด้านอุปกรณ์และโครงสร้างพื้นฐาน ช่องทางการจำหน่าย และด้านการตลาด และได้นำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) มาร่วมเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้วย

การพัฒนาชุมชนจะต้องอยู่บนความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่ จึงได้มีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจความต้องการและความคาดหวังจากชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมทั้งประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และนำข้อคิดเห็นของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียมาพัฒนาเป็นแนวทางในการดำเนินการ

บริษัทฯ ดำเนินงานด้านการรับผิดชอบต่อสังคมผ่าน "โครงการ เซ็บทรัลทำ" ซึ่งเป็นโครงการที่พนักงานทุกระดับในเครือเซ็นทรัลมีส่วนร่วม ภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Values: CSV) เพื่อให้ชุมชนและบริษัทฯ สามารถเติบโตไปพร้อมกัน ทั้งนี้ ในปีนี้ โครงการที่โดดเด่นที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน ได้แก่ โครงการชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีชีวิตแม่ทา และโครงการวิสาหกิจชุมชนเมล่อนหมู่ใหญ่ร่วมใจพัฒนา เป็นต้น

1. โครงการชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีชีวิตแม่ทา (Mae Tha Organic Living and Sustainable Tourism) บริษัทฯ ร่วมมือกับมูลนิธิสายใยแผ่นดิน และภาคส่วนอื่น ๆ ดำเนินโครงการชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีชีวิตแม่ทา ต.แม่ทา อ.แม่ออน จ.เชียงใหม่ เพื่อส่งเสริมพัฒนาโครงการต้นแบบในการเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์อย่างครบวงจร และใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความต้องการของคนในชุมชน ซึ่งโครงการนี้ได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทฯ 3,319,650 บาท สำหรับการก่อสร้างและปรับปรุงห้องคัดแยกเมล็ดพันธุ์อินทรีย์ อาคารสำหรับการฝึกอบรม ปรับปรุงอาคารคัดบรรจุผลผลิต และติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ซึ่งได้ช่วยให้โครงการดำเนินการอย่างมีมาตรฐานและเป็นระบบมากขึ้น นอกจากนี้ โครงการนี้ยังส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่รักชุมชนบ้านเกิดมากขึ้นอีกด้วย

2

เชียงใหม่
ท่องเที่ยววิถีชุมชน
แม่ทาออร์แกนิค

จำนวนสมาชิก
60
คน

สร้างรายได้
5
ล้านบาท



ผลการดำเนินงาน

- เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 60 ครัวเรือน
- ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร ปี 2020 เปิดดำเนินการในช่วงไตรมาสสุดท้าย ซึ่งมีผู้อบรม 129 คน
- สร้างรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนในชุมชนจำนวน 150,000 บาทต่อปี
- สร้างรายได้ให้กับชุมชน มูลค่า 5 ล้านบาท ในปี 2563
- บริษัทฯ ได้คัดสรรผลผลิตอินทรีย์เพื่อมาจำหน่ายให้กับลูกค้าผ่านทางท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตจำนวน 7 สาขาในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และลำปาง

2. วิสาหกิจชุมชนเมล่อนหมู่ใหญ่ร่วมใจพัฒนา

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงศักยภาพของเกษตรกรของวิสาหกิจชุมชนเมล่อนหมู่ใหญ่ร่วมใจพัฒนาในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของตลาด ดังนั้น บริษัทฯ จึงสนับสนุนปัจจัยการผลิตให้กับวิสาหกิจชุมชนเมล่อนหมู่ใหญ่ร่วมใจพัฒนา ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ใน อ.ลาดบัวหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา โครงการนี้ได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทฯ 4,205,128 บาท สำหรับการสร้างโรงคัดแยกบรรจุสินค้า และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยจัดสร้างห้องการฝึกอบรมการปลูกเมล่อนในโรงเรือน ให้เป็น Learning Center นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังปรับปรุงภูมิทัศน์ จัดการด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างคาเฟ่ เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมด้านการตลาดและช่องทางการขาย โดยบริษัทฯ ได้นำเมล่อนจากวิสาหกิจชุมชนเมล่อนหมู่ใหญ่ร่วมใจพัฒนา มาจำหน่ายที่ร้าน ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ภายใต้แบรนด์ "Smile Melon" ซึ่งเป็นการกระจายรายได้กลับคืนสู่ชุมชนและได้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่รับประทานสินค้าที่มีคุณภาพดี

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.23	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการ ที่บริษัทเป็นผู้ดำเนินการเองหรือร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรในการพัฒนาชุมชนและสังคม	บริษัทเปิดเผย 1. กิจกรรม/โครงการที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนในปีที่ผ่านมา 2. ผลการดำเนินงานที่ชุมชน/สังคมและบริษัทจะได้รับจากการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาชุมชนและสังคม	Level (EX/G/P)

ส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี

บริษัทมุ่งดำเนินงานการส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี ให้กับเกษตรกรมาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การส่งมอบองค์ความรู้ในการพัฒนา บริหาร และเพิ่มประสิทธิภาพในที่ดินทำกิน การส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีการเกษตร พร้อมทั้งสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ในปี 2563 มีการสนับสนุนเกษตรกรผ่านโครงการต่าง ๆ ภายใต้โครงการ 7-11 เคียงข้างเกษตรกรไทย ซึ่งต่อยอดความสำเร็จจากโครงการกล้วยหอมทอง ขยายผลมายังกลุ่มสินค้าทางการเกษตรอื่น ๆ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผลไม้ตามฤดูกาล กลุ่มผลไม้ตัดแต่ง กลุ่มผักพร้อมปรุง และกลุ่มสลัดผัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สินค้าทางการเกษตรมีมูลค่าสูงขึ้น มีตลาดที่แน่นอน ตลอดจนการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

2

นอกจากนี้ การดำเนินงานด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ยังสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 1 ที่มุ่งดำเนินงานเพื่อลดความยากจนทั้งทางเศรษฐกิจ และมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป้าหมายที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพทางการเกษตร และรายได้ของผู้ผลิตเพื่อมุ่งขจัดความหิวโหย และเป้าหมายที่ 10 ที่มุ่งสนับสนุนการเติบโตของรายได้ประชากร เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านความเป็นอยู่ของเกษตรกร

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ โครงการ 7-11 เคียงข้างเกษตรกรไทย

สร้างรายได้และความมั่นคงให้กับครอบครัวเกษตรกร และ SMEs

- รวม 1,367 ราย
  พื้นที่เพาะปลูก 35,283 ไร่
- กลุ่มกล้วย 1,215 ราย
  พื้นที่เพาะปลูก 21,247 ไร่
- กลุ่มผลไม้ตามฤดูกาล 70 ราย
  พื้นที่เพาะปลูก 1,420 ไร่
- กลุ่มผลไม้ตัดแต่ง 37 ราย
  พื้นที่เพาะปลูก 12,341 ไร่
- กลุ่มผักสด สลัดผัก 45 ราย
  พื้นที่เพาะปลูก 275 ไร่

โครงการกล้วยหอมทอง

โครงการกล้วยหอมทอง เป็นโครงการที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 โดยดำเนินการสนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ตั้งแต่การทำสื่อการสอนให้ความรู้แก่เกษตรกร ส่งเสริมการปลูกอย่างมีมาตรฐาน สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา การแปรรูป ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่น



1

โครงการกล้วยหอมทองประสบความสำเร็จตามแนวทางและเป้าหมายของบริษัท ซึ่งไม่เพียงแต่จะทำให้รายได้ของเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยเพิ่มขึ้น หากแต่ยังช่วยให้เกิดการจ้างงานในชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2563 โครงการกล้วยหอมทองดำเนินการครอบคลุมพื้นที่การเกษตรกว่า 19,056 ไร่ ใน 41 จังหวัดทั่วประเทศไทย ทั้งนี้ จากการประเมินผลกระทบจากดำเนินงานในปีที่ผ่านมา พบว่าโครงการกล้วยหอมทองก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ 42 เท่า

- รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นของ SMEs และเกษตรกร เพิ่มขึ้น 776,282 บาท หรือ เพิ่มขึ้น 3.61 เท่า (เปรียบเทียบก่อนเข้าร่วมโครงการ)
- จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการลดลงร้อยละ 7.8 (เปรียบเทียบจากปี 2562) พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.5 (เปรียบเทียบจากปี 2562)
- ผลผลิตกล้วยหอมทองเข้าสู่ตลาดกว่า 275,000 ลูกต่อวัน หรือมากกว่า 100 ล้านลูกต่อปี คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ 865 ล้านบาท

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

- สร้างรายได้ที่มั่นคง
- เพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตร
- พัฒนามาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตร

ผลกระทบด้านสังคม

- สร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกกล้วย
- สร้างอาชีพถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น
- การพึ่งพาตนเองแบบยั่งยืนของชุมชน เกิดเป็นกลุ่มเกษตรกรที่แข็งแกร่ง มีความสามารถในการแข่งขัน
- สุขภาพที่ดีขึ้นของคนในชุมชน อันเนื่องมาจากการลดการใช้สารเคมี

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

- ลดการใช้สารเคมี เพิ่มการใช้สารชีวภาพ
- ลดการปนเปื้อนและตกค้างของสารเคมีในพื้นที่การเกษตร
- ลดการใช้น้ำหรือทรัพยากรอื่น ๆ ลง และใช้ให้คุ้มค่าตามหลัก GAP
- คุณภาพดินได้รับการรักษาตามหลัก GAP

คุณค่าทางเศรษฐกิจ

- เกษตรกร และ SMEs เข้าร่วมโครงการ 1,125 ราย
- พื้นที่เพาะปลูกรวม 19,056 ไร่
- รายได้ของผู้ร่วมโครงการเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 776,282 บาทต่อรายต่อปี
- ผลผลิตกล้วยหอมทองเข้าสู่ตลาดกว่า 275,000 ลูกต่อวัน หรือมากกว่า 100 ล้านลูกต่อปี คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ 865 ล้านบาท

คุณค่าทางสังคม

- สร้างงาน และสร้างอาชีพให้กับชุมชน โดยส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ เป็นการกระจายรายได้และอาชีพไปยังชุมชน
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสามารถขยายโรงคัดบรรจุกระดาษลูกกล้วยทั่วประเทศ เพื่อส่งกล้วยหอมทองให้กับร้านเซเว่นอีเลฟเว่นกว่า 12,432 สาขา คิดเป็นมูลค่า 865 ล้านบาท

คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม

- การใช้สารเคมีที่เหมาะสมในปริมาณที่ปลอดภัย ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยชีวภาพและชีวภัณฑ์ ทำให้การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมีลดลงกว่าร้อยละ 50 ลดต้นทุนให้กับเกษตรกร 600 บาทต่อไร่
- ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากขึ้น
- ช่วยรักษาคุณภาพดิน

การประเมินและวัดผลกระทบทางธุรกิจ

ด้านเศรษฐกิจ (ล้านบาท)	ด้านสังคม (ล้านบาท)	ด้านสิ่งแวดล้อม (ล้านบาท)
(Total Annual Additional Net Revenue Generated for Farmer)	(Total Annual Socials Impact from Plastic Procustion)	(Total Annual Downstream Insect from Plastic Waste)
Upstream Impact		Downstream Impact
130.9	1.2	1.9

โครงการกล้วยหอมทองก่อให้เกิด ผลกระทบเชิงบวก > ผลกระทบเชิงลบ 42 เท่า

CPALL

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.24	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแส การจัดการข้อร้องเรียน ช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน และการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส	บริษัทเปิดเผย 1. นโยบายการแจ้งเบาะแส/ข้อร้องเรียน ของบริษัท 2. ช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน เช่น ไปรษณีย์ / อีเมล์ / โทรศัพท์ / เว็บไซต์ 3. กระบวนการในการจัดการกับเรื่องที่ได้รับการแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน 4. แนวทางในการปกป้อง/คุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส/ร้องเรียน 5. มีการรายงานเรื่องที่มีการร้องเรียนให้กรรมการอิสระรับทราบ	Yes/No (EX/P)

กระบวนการร้องเรียนของบริษัท

ผู้แจ้งเบาะแส	 สำนักตรวจสอบภายใน	 คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียน	 คณะกรรมการตรวจสอบ
รายงานเบาะแสการกระทำผิดผ่านช่องทางการร้องเรียน รายงานการประพฤติมิชอบผ่านทางเว็บไซต์ของ AWC website หัวข้อการแจ้งเบาะแสและการรับเรื่องร้องเรียน	รวบรวม คัดกรอง ตรวจสอบข้อร้องเรียนหรือเบาะแสที่ได้รับ พิจารณาความชัดแจ้งเพียงพอของพยานหลักฐานในเบื้องต้น และหากมีข้อมูลความจริงจะรวบรวมหลักฐานส่งเรื่องให้แก่คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียน ภายใน 15 วันทำการนับแต่ได้รับเรื่องร้องเรียน	พิจารณาข้อเท็จจริง หลักฐาน และรายงานไปยังคณะกรรมการตรวจสอบ ภายใน 30 วันทำการ	พิจารณาดำเนินการโดยใช้มาตรการที่เหมาะสม

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.25	บริษัทเปิดเผยผลการติดตามการแจ้งเบาะแสและกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนในรอบปีที่ผ่านมา	บริษัทเปิดเผย 1. สถิติกรณีการแจ้งเบาะแสและการจัดการข้อร้องเรียนในรอบปีที่ผ่านมาโดย (1.1) นำเสนอข้อมูลความคืบหน้าการจัดการกรณีการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนในปีที่ผ่านมา (1.2) กระบวนการในการปรับปรุงเพื่อไม่ให้เกิดเหตุซ้ำ หรือรายละเอียดการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ หรือ 2. ในกรณีที่ไม่มีการแจ้งเบาะแส ต้องระบุว่า ไม่มี โดยอ้างอิงมาตรการหรือแนวทางที่บริษัทใช้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดกรณีนั้นๆ	Level (EX/G/P)

การแจ้งเบาะแส

บริษัทได้เปิดช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถแจ้งเบาะแสและร้องเรียนผ่านช่องทางที่บริษัทกำหนดไว้ โดยการส่งไปรษณีย์ หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของกรรมการแต่ละท่าน เลขานุการบริษัท และสำนักตรวจสอบภายใน รวมทั้งการแจ้งผ่าน Call Center (1749) หรือแจ้งผ่านช่องทาง Application "SC IN ONE" ซึ่งเป็น Application ที่บริษัทจัดทำขึ้นให้พนักงานของบริษัทใช้เท่านั้น

1

โดยในปี 2563 ที่ผ่านมา บริษัทได้รับการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนทั้งสิ้น 3 กรณี โดยทั้ง 3 กรณีดังกล่าวเป็นการละเมิดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และนโยบายและมาตรการต่อต้านการคอรัปชั่นของบริษัท ดังนี้

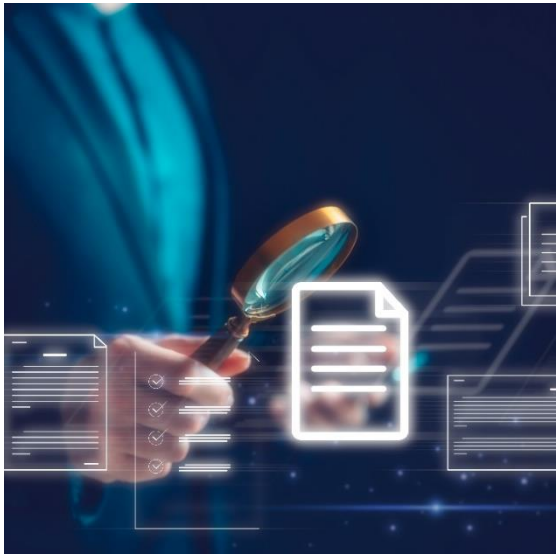
1.1&1.2

เรื่องที่	ประเด็น	ช่องทางในการแจ้งเบาะแส	การดำเนินการ / แนวทางแก้ไข
1	พนักงานในบริษัทย่อยได้มีการขอเงินสนับสนุนจากผู้รับเหมา โดยไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่นโยบายของบริษัทกำหนด	สำนักตรวจสอบภายใน	1. บริษัทได้ตั้งคณะกรรมการสอบสวน ข้อเท็จจริง เพื่อรับทราบข้อมูล และให้ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย 2. บริษัทพิจารณาการกระทำผิดของแต่ละคน และได้มีการลงโทษผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ตามระเบียบการบริหารงานบุคคล เป็นรายบุคคล 3. เพื่อป้องกันไม่ให้มีการกระทำผิดขึ้นอีก บริษัทได้มีการแจ้งให้ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยรับทราบว่า ไม่สามารถขอรับเงินสนับสนุนจากผู้รับเหมา เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือพวกพ้องได้ 4. บริษัทได้แจ้งต่อผู้รับเหมาของบริษัททุกรายว่าบริษัทไม่มีนโยบายเรียกรับเงินสนับสนุนเพื่อจัดกิจกรรมภายในบริษัท หากมีพนักงานของบริษัทได้กระทำการดังกล่าว สามารถร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสได้ตามช่องทางที่บริษัทกำหนด
2	พนักงานของบริษัทรับงานออกแบบและต่อเติมบ้านจากลูกค้าโดยตรง	Call Center (1749)	1. บริษัทได้ตั้งคณะกรรมการสอบสวน ข้อเท็จจริง เพื่อรับทราบข้อมูล และให้ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย และลงโทษกับพนักงานรายดังกล่าว ด้วยการให้พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานบริษัท 2. เพื่อป้องกันไม่ให้มีการกระทำผิดขึ้นอีก บริษัทได้สื่อสารให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับรับทราบว่า การรับงานใดๆ เพื่อประโยชน์ส่วนตนจากลูกค้าโดยตรง เป็นการกระทำผิดฝ่าฝืนนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ซึ่งหากมีการฝ่าฝืนจะมีบทลงโทษ
3	พนักงานของบริษัทให้ข้อมูลผู้ประมูลรายหนึ่ง แก่ผู้ร่วมประมูลอีกรายหนึ่ง รวมทั้งมีการเรียกรับเงินจากผู้ชนะการประมูลราคา	ผู้บังคับบัญชาของพนักงานรายดังกล่าว	1. บริษัทได้ตั้งคณะกรรมการสอบสวน ข้อเท็จจริง เพื่อรับทราบข้อมูล และให้ความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย และลงโทษกับพนักงานท่านนั้น ตามระเบียบการบริหารงานบุคคล 2. สื่อสารให้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรรับทราบว่า การเปิดเผยความลับของคู่ค้าให้บุคคลภายนอก ถือเป็นการกระทำผิดต่อจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ และนโยบายการกำกับดูแลกิจการซึ่งหากมีการฝ่าฝืนจะมีบทลงโทษ และให้ความรู้เรื่องแนวทางการดำเนินงานไม่ให้ขัดหรือฝ่าฝืนนโยบายและมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชั่นของบริษัท 3. บริษัทได้แจ้งต่อผู้รับเหมาของบริษัท ผู้ชนะการประมูลราคาว่า บริษัทไม่มีนโยบายเรียกรับเงินและการการกระทำดังกล่าวถือเป็นการฝ่าฝืนนโยบายของบริษัท หากมีพนักงานของบริษัทได้กระทำการดังกล่าว สามารถแจ้งเบาะแสได้ตามช่องทางที่บริษัทกำหนด

SC

หมวดย่อย 3 (ข้อ 26–30)

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม



1 **การเคารพสิทธิมนุษยชน**

2 **การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น**

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.26	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินธุรกิจ	มีการเปิดเผยนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น ไม่ใช้แรงงานเด็ก การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยก เพศ เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม เป็นต้น	Level (EX/G/P)

แนวทางการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงานของบริษัทเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจากการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยบริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับแนวทางสากลตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights : UNGP) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization : ILO) รวมถึงกฎหมายแรงงานของแต่ละประเทศที่บริษัทประกอบธุรกิจ ในปี 2563 บริษัทมุ่งดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence : HRDD) ในทุกกิจกรรมทางธุรกิจ และทุกพื้นที่ดำเนินการบริษัท รวมถึงส่งเสริมให้พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 มีการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ผ่านการเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพ และการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล ตลอดจนดำเนินการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Impact Assessment : HRIA) กับหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสำคัญขององค์กร พร้อมทั้งทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร (Human Rights Risk Assessment) นอกจากนี้ บริษัทมุ่งส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญและมีความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชนและสามารถปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนได้อย่างถูกต้อง โดยได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตร "สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ" ให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงสำคัญขององค์กร

กระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

ความมุ่งมั่น ▶ ปลูกฝังในองค์กร ▶ ประเมินผลกระทบ ▶ การบูรณาการ ▶ ติดตามประสิทธิผล ▶ การสื่อสาร ▶ มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ▶ การเยียวยาและรับข้อร้องเรียน

ความมุ่งมั่น
นโยบายสิทธิมนุษยชน

ปลูกฝังในองค์กร
- ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและอาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต
- ระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อาจจะได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงพิจารณาสถานะของผู้ที่อยู่ในกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้หญิงและเด็ก แรงงานอพยพ บุคคลทุพพลภาพและผู้สูงอายุ
- การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Risk Assessment)
- การประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Impact Assessment : HRIA)

การบูรณาการ
- ออกแบบมาตรการป้องกันและลดผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
- นำมาตรการในเบื้องต้นไปปฏิบัติใช้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามผลและทบทวนกระบวนการ

มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เช่น พนักงาน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคประชาสังคม เพื่อสื่อสารผลลัพธ์การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัท

การเยียวยาและรับข้อร้องเรียน
- การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- การจัดตั้งกลไกรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

เคารพสิทธิมนุษยชน ยึดมั่นหลักการสากล ร่วมสร้างสังคมสันติสุข



หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.27	บริษัทเปิดเผยผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Right Due Diligence) ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ **(Bonus)**	บริษัทมีการเปิดเผย 1.เปิดเผยการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เช่น ประเด็นความเสี่ยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ระดับความรุนแรงของผลกระทบและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น เป็นต้น 2. การบรรเทาความเสี่ยงและวางกลไกป้องกัน เช่น กลไกควบคุมภายในและภายนอก เพื่อให้มั่นใจว่าผลกระทบอยู่ในระดับต่ำหรืออยู่ในระดับที่ยอมรับได้ 3. การติดตามและทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน เช่น ความเสี่ยงที่จะติดตามวิธีการ/ขั้นตอนการติดตามและการรายงาน เป็นต้น 4. เปิดเผยสถิติกรณีมีเหตุการณ์ที่บริษัทถูกร้องเรียน หรือถูกฟ้องร้องว่ามีการละเมิดสิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา (ในกรณีที่ไม่มี ต้องระบุว่าไม่มี) 5. รายละเอียดความคืบหน้าการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนในปีที่ผ่านมา กรณีมีเหตุการณ์ที่บริษัทถูกร้องเรียนหรือถูกฟ้องร้องว่ามีการละเมิดสิทธิมนุษยชนในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ให้ระบุแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันด้วย	Yes/No (Bonus/No Action)

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.28	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	บริษัทเปิดเผย 1. นโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน 2. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (รวมถึงห้ามจ่ายสินบน) 3. มีการสอบทานและรายงานผลไว้ใน รายงานของคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำทุกปี	Level (EX/G/P)

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.29	เปิดเผยกระบวนการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันและผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	1. บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน 2. เปิดเผยกระบวนการในการจัดการความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน 3. เปิดเผยสถิติการเกิดกรณีการทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท (ในกรณีที่ไม่มี ต้องระบุว่า ไม่มี)	Level (EX/G/P)

1 อีกทั้งบริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตภายในบริษัทฯ รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน บริษัทฯ เชื่อว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทุจริต คอร์รัปชัน สามารถควบคุมได้ด้วยระบบการควบคุมภายในที่ดี มีการจัดการกระบวนการทำงาน การแบ่งแยกหน้าที่และโครงสร้างหน่วยงานที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อนจนทำให้เกิดปัญหารอยต่อการทำงาน มีการส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องจิตสำนึกการปฏิบัติตามมาตรฐานทางคุณธรรม จริยธรรม มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ความกล้าแสดงออกในการปฏิเสธเรื่องทุจริต คอร์รัปชัน สร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการเฝ้าระวัง มีการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ช่องทางศูนย์รับเรื่องร้องเรียน รวมถึงมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับของผู้ร้องเรียน มีกระบวนการตรวจสอบ ติดตาม ควบคุม 2 เพื่อเป็นการส่งสัญญาณการเฝ้าระวังปัญหาทุจริต คอร์รัปชันของบริษัทฯ อย่างจริงจัง มีกระบวนการสืบสวน สอบสวนที่โปร่งใส น่าเชื่อถือและมีความยุติธรรม มีการกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน และเข้มงวดต่อคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับที่กระทำการทุจริต คอร์รัปชัน โดยบริษัทฯ จะถือปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

3 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงได้รับการรับรองเป็นสมาชิกโครงการ Collective Action Coalition: CAC ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต อีกทั้ง บริษัทฯ ไม่พบประเด็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินคดีที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการแข่งขัน การทำลายความน่าเชื่อถือ การผูกขาดทางการค้า เหตุการณ์เลือกปฏิบัติ เหตุทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนไม่มีค่าปรับหรือการถูกลงโทษที่ไม่ใช่การปรับ อันเนื่องจากการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับกฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง และการละเมิดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด

GFPT

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.30	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการส่งเสริมความรู้แก่พนักงานในเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	บริษัทเปิดเผย 1. การให้ความรู้แก่พนักงาน (เช่น การจัดอบรม การเผยแพร่ผ่าน Intranet การลงนามรับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย เป็นต้น) 2. ข้อมูลเชิงปริมาณและรายละเอียดการให้ความรู้ (เช่น จำนวนคนที่ได้รับการอบรม จำนวนพนักงานที่ลงนามรับทราบ เป็นต้น)	Level (EX/G/P)

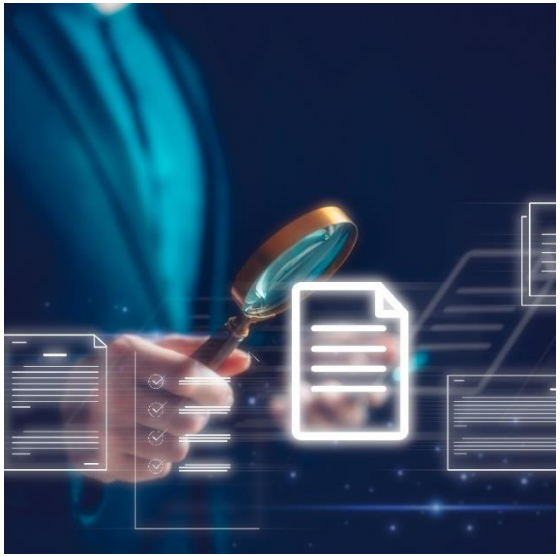
1 สื่อสารนโยบายและมาตรการการต่อต้านการคอร์รัปชั่น รวมถึงกฎหมาย หรือกฎ ระเบียบอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจ และปลูกฝังจิตสำนึกให้ละเว้นการทุจริตคอร์รัปชั่น และตระหนักถึงโทษภัยของการกระทำดังกล่าว ตลอดจนเพื่อให้พนักงานทุกคนทราบถึงรูปแบบต่างๆ ของการทุจริตคอร์รัปชั่น ผลกระทบ ความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการทุจริตคอร์รัปชั่น วิธีการปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงและควบคุมไม่ให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชั่น บทลงโทษกรณีการฝ่าฝืนข้อบังคับของนโยบายและมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชั่นของบริษัท ตลอดจนขั้นตอนการร้องเรียน รายงาน แจ้งเบาะแส เมื่อพบเห็นหรือสงสัยว่ามีการทุจริตคอร์รัปชั่น และเป็นการปลูกฝังให้พนักงานเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นวัฒนธรรมองค์กรของบริษัท และให้ตระหนักถึงภัยของการทุจริตที่มีผลกระทบต่อตนเอง ครอบครัว และสังคม

ในปี 2563 บริษัทได้จัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น ผ่านทางระบบ Application “SC IN ONE” โดยกำหนดให้พนักงานทุกคนต้องอบรมและทดสอบความรู้ ความเข้าใจเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นตามนโยบายและมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชั่นของบริษัท โดยหัวข้อดังกล่าวเป็นหนึ่งในหัวข้อสำหรับการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ทุกคน ซึ่งจะต้องได้รับการอบรก่อนเริ่มงาน ณ ปัจจุบัน

2 พนักงานของบริษัทได้ผ่านการอบรมแล้วในอัตราร้อยละ 100 และได้สื่อสารผ่านทาง E-mail แก่พนักงานทุกคนให้ทราบถึงความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชั่น รวมทั้งแนวทางทางการดำเนินงานเพื่อป้องกันมิให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชั่น เช่น การแจ้งแนวปฏิบัติเรื่อง No Gift Policy ในช่วงเทศกาลสำคัญ และช่องทางแจ้งเบาะแส (SC Whistleblowing System) ผ่านระบบ Application “SC IN ONE” เป็นต้น

หมวดย่อย 4 (ข้อ 31–40)

การจัดการด้านความยั่งยืนมิติสิ่งแวดล้อม



1. การจัดการเรื่องพลังงาน
2. การจัดการเรื่องน้ำ
3. การจัดการเรื่องขยะ ของเสีย หรือมลพิษ
4. การจัดการเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจก

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.31	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ	บริษัทเปิดเผยข้อมูล 1. นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ (เช่น การใช้พลังงาน การใช้น้ำ การจัดการขยะ ของเสียมลพิษ และการจัดการก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น) 2. ข้อมูลการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท	Level (EX/G/P)

3. การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม



นโยบายสิ่งแวดล้อม 1

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะปฏิบัติเพื่อให้บรรลุถึงปรัชญา บริษัทฯ มุ่งเน้นผลิตและบริการอย่างมีคุณภาพ ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้บริบทของบริษัทฯ จึงแสดงเจตจำนงที่จะบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมไว้ ดังนี้

“ลดการใช้ทรัพยากร ปกป้องสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามข้อผูกมัดบังคับ ร่วมสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสังคม”

สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์บริษัทฯ https://www.gfpt.co.th ภายใต้หัวข้อ นโยบายสิ่งแวดล้อม

ทรัพยากรน้ำ GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 303-1, GRI 303-3

ทรัพยากรน้ำเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการผลิตเนื้อไก่แปรรูป บริษัทฯ ได้มีแบบแผนการกำหนดปริมาณการใช้น้ำอย่างเหมาะสมในทุกขั้นตอนการผลิต มีระบบการจัดเก็บข้อมูลปริมาณการใช้น้ำเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิต ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาวิธีการ ระบบ หรือเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ หรือเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่ามากที่สุด

โดยในการใช้น้ำเพื่อการผลิตและการอุปโภคของบริษัทฯ มีการใช้น้ำทั้งจากน้ำประปาและน้ำบาดาล โดยบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตใช้น้ำบาดาลจากสำนักควบคุมกิจการน้ำบาดาล กรมทรัพยากรน้ำบาดาล เพื่อประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ในปริมาณรวมวันละไม่เกิน 3,500 ลูกบาศก์เมตร

ในปี 2563 บริษัทฯ มีปริมาณการใช้น้ำจำนวน 1.875 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งลดลง 9.76% เมื่อเทียบกับปี 2562 ซึ่งถือว่าในปีนี้ บริษัทฯ มีการวางแผนการใช้น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

พลังงาน GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 302-1, GRI 302-4

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการอนุรักษ์พลังงานมาอย่างต่อเนื่องมีระบบการจัดเก็บข้อมูลการใช้พลังงานของกระบวนการผลิตเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนการควบคุมการใช้พลังงาน ขณะเดียวกันยังได้ออกแบบเครื่องจักรอุปกรณ์และกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและใช้พลังงานน้อยที่สุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รณรงค์และส่งเสริมการประหยัดพลังงานทางอ้อม อาทิ การใช้หลอด LED ที่ประหยัดพลังงาน, การใช้ระบบประชุมทางไกลทางจอภาพ (VDO Conference), มีการควบคุมปริมาณการใช้ไฟฟ้าในกระบวนการผลิต โดยการลดค่าไฟฟ้าในโรงงาน และมีมาตรการในการเปลี่ยน Bare Compressor แทนเครื่องเดิม ซึ่งช่วยทำให้ประหยัดพลังงานไฟฟ้าและค่าใช้จ่าย รวมถึงลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ในปี 2563 บริษัทฯ มีปริมาณการใช้ไฟฟ้าจำนวน 58.19 ล้านกิโลวัตต์ ลดลง 7.80% จากปีก่อน ซึ่งปริมาณการใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่ 69% ใช้ในระบบทำความเย็น เพื่อเก็บรักษาสินค้า และ 19% ใช้ในกระบวนการผลิต

มลพิษทางน้ำ GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 303-3, GRI 306-1

บริษัทฯ มีการควบคุมระบบบำบัดน้ำเสียให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานของกฎหมายกำหนด รวมถึงมีเทคโนโลยีที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงในการบำบัดน้ำเสีย และมีการติดตามและวัดผลคุณภาพน้ำทิ้งก่อนปล่อยออกสู่ภายนอก โดยมีการใช้ระบบการบำบัดน้ำเสีย คือ Upflow Anaerobic Sludge Blanket (UASB) และ Activated Sludge (AS) เพื่อให้ได้คุณภาพน้ำทิ้งที่เป็นไปตามกฎหมายกำหนดและไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศโดยรวม นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ แต่เนื่องด้วยมีกฎหมายเกี่ยวกับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร และข้อกำหนดของลูกค้า จึงทำให้มีข้อจำกัดในการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ โดยปริมาณน้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต และการอุปโภคบริโภคต่อวันเฉลี่ยอยู่ที่ 5,000 ลูกบาศก์เมตร / วัน ซึ่งระบบบำบัดน้ำเสียที่บริษัทฯ มีอยู่มีความสามารถรองรับน้ำเสียที่เกิดขึ้นต่อวันได้ถึง 7,000 ลูกบาศก์เมตร / วัน โดยปริมาณน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดและผ่านเกณฑ์มาตรฐานน้ำทิ้งจะถูกปล่อยออกเป็นปริมาณเฉลี่ย 3,500 ลูกบาศก์เมตร / วัน และปริมาณน้ำทิ้งที่นำกลับมาใช้ใหม่เฉลี่ย 300 ลูกบาศก์เมตร / วัน

ของเสีย GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 306-2, GRI 306-3

บริษัทฯ มีการจัดการของเสียแยกตามประเภทของเสียตามที่กฎหมายกำหนด และมีระบบป้องกันการปนเปื้อนสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัด อีกทั้งมีระบบบริหารจัดการของเสียอันตราย การคัดแยกของเสียในแต่ละประเภท ซึ่งรวมถึงการจัดทำระบบการจัดการภายใน บัญชีปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือน การรวบรวมจัดเก็บอย่างถูกวิธี การส่งไปกำจัดโดยผู้ที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งระบบงาน อาทิ

- **ขยะอันตราย**
  ได้แก่ Solvent ใช้แล้ว, หลอดไฟเสื่อมสภาพ, ภาชนะปนเปื้อนและน้ำมันหล่อลื่นใช้แล้ว ส่งกำจัดกับบริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย โดยวิธีการกำจัดจะมีทั้งนำมารีไซเคิล และฝังกลบ

- **ขยะทั่วไป (ไม่อันตราย)**
  เช่น ถุงพลาสติก, กระดาษ, เศษเหล็ก และเศษสแตนเลส ส่งกำจัดกับบริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย เพื่อนำไปรีไซเคิลทั้งการคัดแยกเพื่อจำหน่ายต่อ

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.32	บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการส่งเสริมความรู้แก่พนักงานที่สอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท	บริษัทเปิดเผย 1. การให้ความรู้แก่พนักงาน (เช่น การจัดอบรม การเผยแพร่ผ่าน Intranet การลงนามรับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย เป็นต้น) 2. ข้อมูลเชิงปริมาณและรายละเอียดการให้ความรู้ (เช่น จำนวนคนที่ได้รับการอบรมจำนวนพนักงานที่ลงนามรับทราบ เป็นต้น)	Level (EX/G/P)

การฝึกอบรม GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 403-5, GRI 404-1

1

บริษัทฯ ได้ออกแบบและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมาย และทิศทางขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ของบุคลากร ให้มีความรู้เฉพาะทาง ความรู้ด้านเทคนิค ความรู้ด้านบริหาร และความรู้เพื่อรองรับธุรกิจใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกเหนือจากนั้น บริษัทฯ ได้มีการจัดอบรมให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2551 (ฉบับปรับปรุงใหม่) มาตรา 11/1 การเปลี่ยนแผนนโยบาย กฎหมายแรงงานให้แก่พนักงาน ตลอดจนสนับสนุนให้มีการสัมมนา ดูงาน เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับองค์กรอื่น ๆ และนำมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาองค์กร

2

ในปี 2563 บริษัทฯ มีจำนวนชั่วโมงการอบรมพนักงานทั้งหมด 656,183 ชั่วโมง ซึ่งคิดเป็นชั่วโมงการอบรมพนักงานเฉลี่ยอยู่ที่ 131 ชั่วโมงต่อคนต่อปี หลักสูตรอบรมที่มีความหลากหลายครอบคลุมทักษะที่จำเป็น เช่น นโยบายการต่อต้านการทุจริตและการคอร์รัปชัน, การอบรมความปลอดภัยเบื้องต้น, การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน, ระเบียบปฏิบัติงานการจัดการข้อกำหนดกฎหมายด้านแรงงาน, การประเมินความเสี่ยงในกระบวนการผลิตสินค้า, ความปลอดภัยชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และพื้นฐานด้านความยั่งยืนของธุรกิจ เป็นต้น

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.33	บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการด้านพลังงาน	บริษัทมีการเปิดข้อมูลที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ ด้านการใช้พลังงาน (เช่น ปริมาณร้อยละของปริมาณไฟฟ้า/พลังงานที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดการใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น)	Yes/No (EX/P)

เป้าหมาย : 1.ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วยผลิต MVA แปรผันเพิ่มขึ้นไม่เกิน 5% จากปีฐาน 2562

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ได้ตามเป้าหมาย ลดลง 8.23%

เป้าหมาย : 2.ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซลเพื่อการขนส่งต่อยอดผลิต MVA แปรผันเพิ่มขึ้นไม่เกิน 5% จากปีฐาน 2562

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ได้ตามเป้าหมาย ลดลง 0.01%

QTC

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.34	บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการจัดการพลังงาน	บริษัทเปิดเผย 1. แผนงานด้านการจัดการพลังงาน (เช่น การลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง การใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น) 2. ผลลัพธ์จากการจัดการพลังงาน (เช่น ร้อยละการลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละการใช้พลังงานทดแทน หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือเปรียบเทียบรายปี เป็นต้น)	Level (EX/G/P)

พลังงาน GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 302-1, GRI 302-4

1

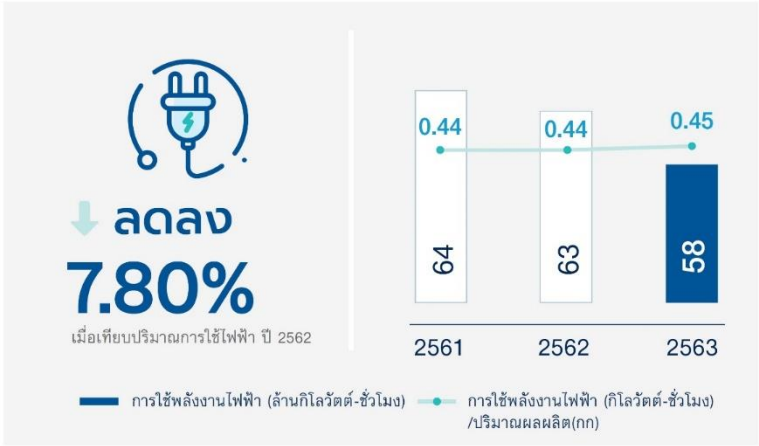
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการอนุรักษ์พลังงานมาอย่างต่อเนื่องมีระบบการจัดเก็บข้อมูลการใช้พลังงานของกระบวนการผลิตเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนการควบคุมการใช้พลังงาน ขณะเดียวกันยังได้ออกแบบเครื่องจักร อุปกรณ์และกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและใช้พลังงานน้อยที่สุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รณรงค์และส่งเสริมการประหยัดพลังงานทางอ้อม อาทิ การใช้หลอด LED ที่ประหยัดพลังงาน, การใช้ระบบประชุมทางไกลทางจอภาพ (VDO Conference), มีการควบคุมปริมาณการใช้ไฟฟ้าในกระบวนการผลิต โดยการลดค่าไฟฟ้าในโรงงาน และมีมาตรการในการเปลี่ยน Bare Compressor แทนเครื่องเดิม ซึ่งช่วยทำให้ประหยัดพลังงานไฟฟ้าและค่าใช้จ่าย รวมถึงลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ในปี 2563 บริษัทฯ มีปริมาณการใช้ไฟฟ้าจำนวน 58.19 ล้านกิโลวัตต์ ลดลง 7.80% จากปีก่อน ซึ่งปริมาณการใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่ 69% ใช้ในระบบทำความเย็น เพื่อเก็บรักษาสินค้า และ 19% ใช้ในกระบวนการผลิต

2

การใช้พลังงานไฟฟ้า



หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.35	บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการเรื่องทรัพยากรน้ำ	บริษัทมีการเปิดข้อมูลที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ ด้านการจัดการทรัพยากรน้ำ (เช่น ปริมาณการใช้น้ำที่ต้องการลด ร้อยละของปริมาณการใช้น้ำที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น)	Yes/No (EX/P)

เป้าหมาย : 3.ปริมาณการใช้น้ำประปาและบาดาลทุกพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่ลดลง 5% จากปีฐาน 2562

ผลลัพธ์ : ปี 2563 มีผลการดำเนินดังนี้

ปริมาณการใช้น้ำประปานครหลวงของสำนักงานกรุงเทพในปี 2563 เพิ่มขึ้น 3.41%ไม่ได้เป้าหมาย

ปริมาณการใช้น้ำบาดาล โรงงานจังหวัดระยองในปี 2563 ลดลง 8.79%
ได้ตามเป้าหมาย

ปริมาณการใช้น้ำบาดาล โรงไฟฟ้า Q Solar 1 ในปี 2563 ลดลง 4.19%
ไม่ได้ตามเป้าหมาย

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.36	บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการจัดการทรัพยากรน้ำ	บริษัทเปิดเผย 1. แผนงานด้านการจัดการทรัพยากรน้ำ (เช่น การลดการใช้น้ำ การลดการสูญเสียน้ำ การนำน้ำเสียมาบำบัดและนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น) 2. ผลลัพธ์จากการจัดการทรัพยากรน้ำ (เช่น ร้อยละการลดการใช้น้ำ ร้อยละการนำน้ำเสียมาบำบัดและนำกลับมาใช้ ร้อยละของน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดก่อนทิ้ง หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือเปรียบเทียบรายปี เป็นต้น)	Level (EX/G/P)

ทรัพยากรน้ำ GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 303-1, GRI 303-3

1

ทรัพยากรน้ำเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการผลิตเนื้อไก่แปรรูป บริษัทฯ ได้มีแบบแผนการกำหนดปริมาณการใช้น้ำอย่างเหมาะสมในทุกขั้นตอนการผลิต มีระบบการจัดเก็บข้อมูลปริมาณการใช้น้ำเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิต ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาวิธีการ ระบบ หรือเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ หรือเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่ามากที่สุด

โดยในการใช้น้ำเพื่อการผลิตและการอุปโภคของบริษัทฯ มีการใช้น้ำทั้งจากน้ำประปาและน้ำบาดาล โดยบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตใช้น้ำบาดาลจากสำนักควบคุมกิจการน้ำบาดาล กรมทรัพยากรน้ำบาดาล เพื่อประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ในปริมาณรวมวันละไม่เกิน 3,500 ลูกบาศก์เมตร

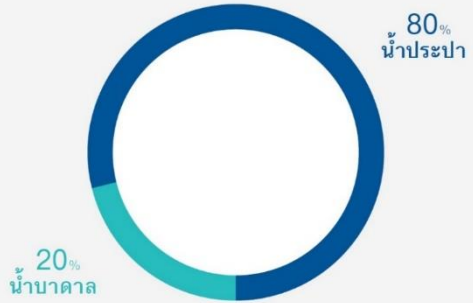
ในปี 2563 บริษัทฯ มีปริมาณการใช้น้ำจำนวน 1.875 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งลดลง 9.76% เมื่อเทียบกับปี 2562 ซึ่งถือว่าในปีนี้ บริษัทฯ มีการวางแผนการใช้น้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปริมาณการใช้น้ำ

2



สัดส่วนการใช้น้ำจากแหล่งน้ำต่างๆ และปริมาณการใช้น้ำประปา และน้ำบาดาล ในปี 2563



หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.37	บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ	บริษัทมีการเปิดข้อมูลที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ ด้านขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ (เช่น การป้องกันและลดการเกิดของเสียทั่วไปหรือของเสียไม่อันตราย ร้อยละของ ขยะ ของเสีย หรือมลพิษจากการผลิตที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดขยะ ของเสีย หรือมลพิษจากการผลิตการต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น)	Yes/No (EX/P)

เป้าหมาย : 1.สัดส่วนปริมาณขยะที่ส่งกำจัด,บำบัดต่อหน่วยผลิต kVA ไม่เกินปีฐาน 61 ± 10%
(ไม่เกิน 0.048Kg/kVA)

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ไม่ได้ตามเป้าหมาย มีขยะเพิ่มคิดต่อหน่วยผลิตคิดเป็น 18.18% (0.052Kg./kVA)

เป้าหมาย : 2. สร้างวัฒนธรรมสีเขียว คัดแยกขยะ สู่เป้าหมาย Zero waste to Landfill

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ได้ตามเป้าหมาย

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.38	บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการจัดการขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ	บริษัทเปิดเผย 1. แผนงานด้านการจัดการขยะ ของเสีย และ/หรือการลด มลพิษ (เช่น การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ การบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษ เป็นต้น) 2. ผลลัพธ์จากการจัดการขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ (เช่น ร้อยละ การลดการเกิด ขยะ ของเสียจากการผลิต ร้อยละการนำขยะ ของเสียจากการผลิตนำกลับมาใช้ใหม่จำนวนครั้งการบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษ หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการหรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น)	Level (EX/G/P)

มลพิษทางอากาศ GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 305-7

1

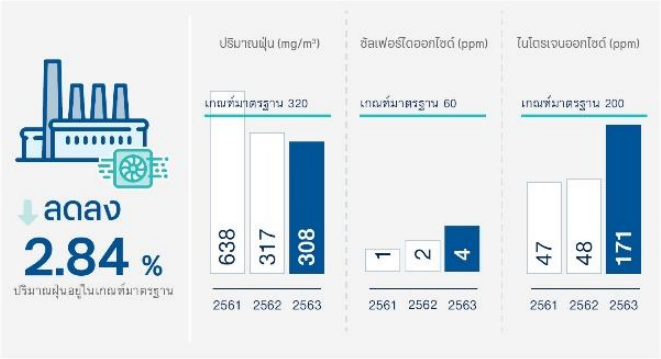
บริษัทฯ มีระบบกำจัดมลพิษก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกโรงงานและมีการติดตามเฝ้าระวังผลการตรวจวัดค่าที่ปล่อยออกสู่ภายนอกให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยผู้ที่รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมจะทำการตรวจวัดปีละ 2 ครั้ง โดยในปี 2563 ผลการตรวจวัดปริมาณการปล่อยสารเจือปนในอากาศทั้งปริมาณฝุ่น ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และไนโตรเจนออกไซด์ พบว่าระบบกำจัดมลพิษทางอากาศของโรงงานมีประสิทธิภาพ ทำให้ปริมาณมลพิษที่ปล่อยออกสู่ภายนอกอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

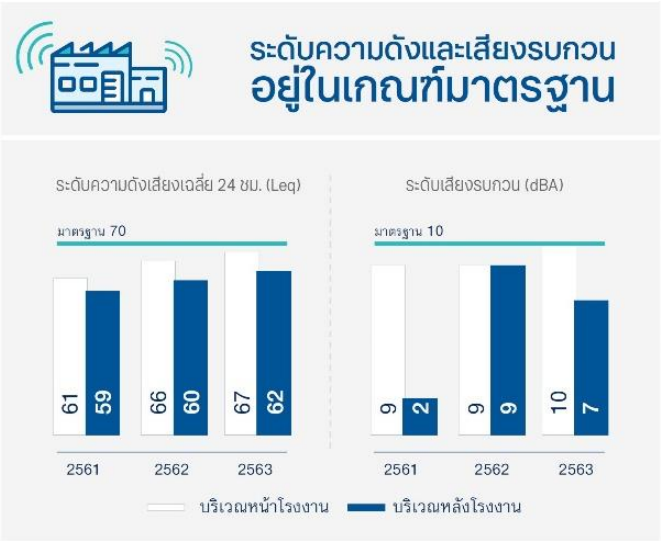
มลพิษทางเสียง

บริษัทฯ มีการตรวจวัดคุณภาพเสียงในบรรยากาศ (Ambient noise measurement) เพื่อวัดระดับความดังเสียงจากโรงงานเฉลี่ย 24 ชั่วโมง และวัดระดับเสียงรบกวน โดยระดับความดังเสียงที่ปล่อยออกสู่ภายนอกให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ดำเนินการตรวจวัดโดยผู้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยในปี 2563 ผลการตรวจวัดระดับความดังเสียงจากโรงงานเฉลี่ย 24 ชั่วโมง และระดับเสียงรบกวน พบว่าทุกจุดตรวจวัดมีค่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กฎหมายกำหนดไว้ทั้งหมด

ผลการตรวจวัดปริมาณการปล่อยสารเจือปนในอากาศ

2





ของเสีย GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 306-2, GRI 306-3

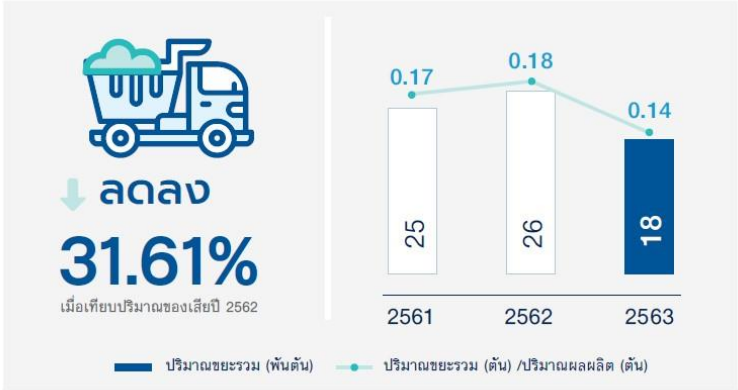
1

บริษัทฯ มีการจัดการของเสียแยกตามประเภทของเสียตามที่กฎหมายกำหนด และมีระบบป้องกันการปนเปื้อนสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัด อีกทั้งมีระบบบริหารจัดการของเสียอันตราย การคัดแยกของเสียในแต่ละประเภท ซึ่งรวมถึงการจัดทำระบบการจัดการภายใน บัญชีปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือน การรวบรวมจัดเก็บอย่างถูกวิธี การส่งไปกำจัดโดยผู้ที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งระบบงาน อาทิ

- **ขยะอันตราย**
  ได้แก่ Solvent ใช้แล้ว, หลอดไฟเสื่อมสภาพ, ภาชนะปนเปื้อน และน้ำมันหล่อลื่นใช้แล้ว ส่งกำจัดกับบริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย โดยวิธีการกำจัดจะมีทั้งนำมารีไซเคิล และฝังกลบ
- **ขยะทั่วไป (ไม่อันตราย)**
  เช่น ถุงพลาสติก, กระดาษ, เศษเหล็ก และเศษสแตนเลส ส่งกำจัดกับบริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย เพื่อนำไปรีไซเคิล ทั้งการคัดแยกเพื่อจำหน่ายต่อ

สรุปปริมาณของเสีย

2



จำนวนขยะถุงพลาสติกต่อปริมาณผลผลิตสินค้า*(พันใบ/ตัน)*



หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.39	บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ	บริษัทมีการเปิดข้อมูลที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ ด้านการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก (เช่น ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ต้องการลด ร้อยละของก๊าซเรือนกระจกที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น)	Yes/No (EX/P)

เป้าหมาย : 1.ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม 3 ประเภทลดลงจากปีฐาน 5%

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3.41% ไม่ได้ตามเป้าหมาย

เป้าหมาย : 2.ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประเภทที่ 1 และ 2 ต่อหน่วยผลิต MVA ลดลง 5% จากปีฐาน

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ลดลง 7.86% จากปีฐาน ได้ตามเป้าหมาย

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.40	บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ	บริษัทเปิดเผย 1. แผนงานด้านการจัดการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก (เช่น โครงการหรือกิจกรรมที่ดำเนินการป้องกันและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากอุปกรณ์หรือกระบวนการหรือขั้นตอนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท เป็นต้น) 2. ผลลัพธ์จากการจัดการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก (เช่น ร้อยละการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ จำนวนครั้ง การบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจก หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น)	Level (EX/G/P)

โดยกลุ่ม ปตท. ได้กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (Security Safety Health and Environment: SSHE) เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายการจัดการด้านความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมขององค์กรยิ่งขึ้น

ตัวชี้วัด	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ปี 2563
• ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur Dioxide: SO_2) • ก๊าซออกไซด์ของไนโตรเจน ซึ่งคำนวณในรูปของก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ (Oxides of Nitrogen: NOx) • ปริมาณการระบายสารอินทรีย์ระเหย (Volatile Organic Compounds: VOCs)	อัตราการเพิ่มการระบายมลพิษทางอากาศเป็นศูนย์
ปริมาณของเสียอันตรายที่กำจัดโดยวิธีการฝังกลบ	ปริมาณของเสียอุตสาหกรรมที่กำจัดโดยวิธีการฝังกลบเป็นศูนย์* ภายในปี 2563
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม 1	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ กลุ่ม ปตท. จากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 27 เทียบกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานตามปกติ ภายในปี 2573

หมายเหตุ: หมายเหตุ:*ไม่รวมของเสียอุตสาหกรรมจากการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. กรณีกรมโรงงานอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานราชการไม่อนุญาตให้ส่งของเสียอุตสาหกรรมกำจัดด้วยวิธีอื่น
2. กรณีไม่สามารถนำของเสียอุตสาหกรรมกลับมาใช้ประโยชน์ได้เนื่องจากไม่มีเทคโนโลยีในประเทศรองรับ

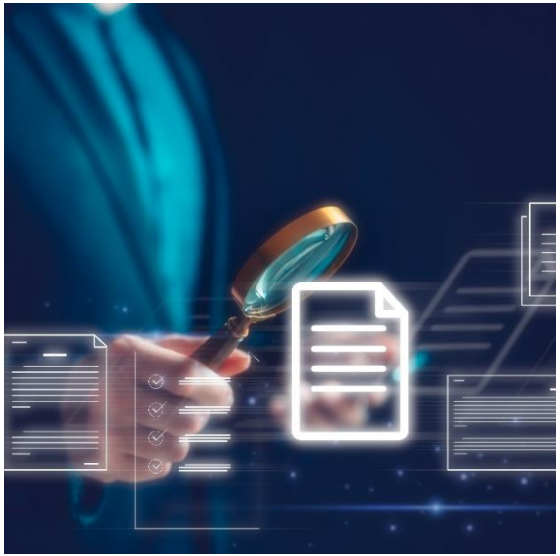
ทั้งนี้สอดคล้องกับเกณฑ์รางวัลการใช้ประโยชน์ของเสียได้ทั้งหมด (Zero Waste to Landfill Achievement Award) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม

ในส่วนของการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ได้มีการติดตามและประเมินผลกระทบ ครอบคลุมทั้งความเสี่ยงและโอกาสในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยมุ่งมั่นยกระดับการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายใต้กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กลุ่ม ปตท. หรือ PTT Group Clean & Green Strategy ผ่านการควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สะอาด และการพัฒนาธุรกิจใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกในระยะยาวของประเทศไทย (Nationally Determined Contribution: NDC) รวมถึงการตอบสนองการมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

2 ในปี 2563 ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งที่เกินกว่ามาตรฐานและกฎหมายกำหนด นอกจากนี้ ปตท. ไม่มีการจ่ายเงินค่าปรับหรือถูกลงโทษด้านสิ่งแวดล้อมใดๆ

หมวดย่อย 5 (ข้อ 41–43)

การพัฒนานวัตกรรม



1 นโยบายและแนวทางส่งเสริม

2 ผลการพัฒนานวัตกรรม

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.41	บริษัทเปิดเผยนโยบายและแนวทางส่งเสริมนวัตกรรมของบริษัทที่อาจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยี กระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ	บริษัทเปิดเผย 1. นโยบายหรือการปฏิบัติที่ส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจและสังคมให้เกิดขึ้นภายในบริษัทที่เกี่ยวกับ กระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ 2. กระบวนการหรือแผนงานที่ส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นหรือพัฒนาด้านนวัตกรรม	Level (EX/G/P)

(1) การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี 1

ความสำคัญและแนวทางการบริหารจัดการ

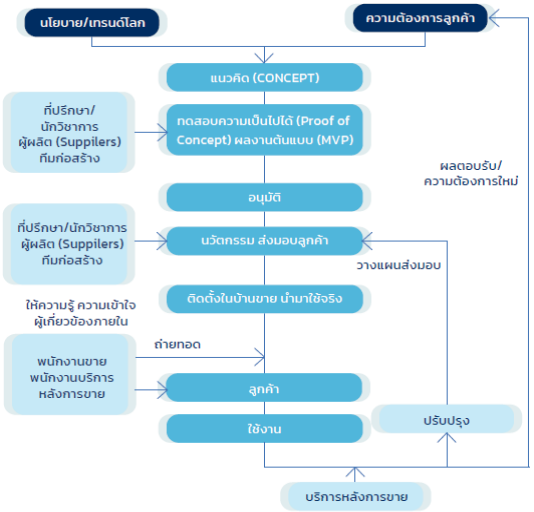
บริษัทให้ความสำคัญต่อคุณภาพสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า เพราะสิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแค่ยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับลูกค้า แต่ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในระยาว การเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและบริการเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญ ด้วยเหตุนี้จึงได้มีการคิดค้นพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ที่ส่งเสริมให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมาอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมและเทคโนโลยีเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคเพื่อชีวิตที่ดีกว่า ตามเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นของบริษัท ในส่วนของการบริหารจัดการ บริษัทมีหน่วยงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อคิดค้นออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ “LH Smart” ที่ตอบสนองความต้องการในการอยู่อาศัยได้ครบทุกด้าน นอกจากนี้ บริษัทเปิดโอกาสและส่งเสริมให้พนักงานได้นำความรู้ความสามารถมาคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ พร้อมทั้งขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโต และร่วมสร้างประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม

กระบวนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี 2

แนวคิดในกระบวนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของบริษัทเริ่มต้นจาก

1. ทำความเข้าใจลูกค้าในเชิงลึก (Customer Insight) เพื่อทราบถึงความต้องการ แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้รับทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพมาศึกษาแนวทางแก้ปัญหา เพื่อให้สามารถออกแบบบ้านที่ตรงกับวิถีการใช้ชีวิตของลูกค้ามากขึ้น โดยในกระบวนการนี้พนักงานของบริษัทจะมีส่วนร่วมในการศึกษาและรับฟังความคิดเห็นต่าง ๆ จากลูกค้าหลังจากที่ได้มีการใช้งาน เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงต่อไป
2. ติดตามแนวโน้มต่าง ๆ ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ร่วมกับการสนับสนุนจากผู้บริหารที่ส่งเสริมให้เกิดการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในสิ่งใหม่เพื่อประโยชน์ของลูกค้า สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

จากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการทดสอบความเป็นไปได้ (Proof of Concept) สร้างต้นแบบ และทำการทดลอง ภายใต้ความรู้ความสามารถ ซึ่งการทำงานในส่วนนี้จะเป็นการระดมความคิดประสบการณ์จากทีมก่อสร้างร่วมกับนักวิชาการและพันธมิตรคู่ค้าให้สามารถพัฒนาเป็นผลงานต้นแบบในลักษณะ MVP (Minimal Viable Product) ของนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่ได้อาจอยู่ในรูปแบบของอุปกรณ์ที่ติดตั้งสำหรับภายในบ้านหรือภายในพื้นที่ส่วนกลาง หรือเป็นโปรแกรมและแอปพลิเคชันสำหรับการใช้งาน หลังจากนั้น ทีมงานจะนำเสนอผลงานต่อทีมผู้บริหารเพื่อขออนุมัติต่อไป โดยเมื่อได้รับการอนุมัติ ทีมงานจะวางแผนสำหรับการใช้งานจริง และจะมีการจัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานนวัตกรรมดังกล่าวแก่พนักงานในส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และมั่นใจว่าสามารถสื่อสารกับลูกค้า และบุคคลภายนอก รวมถึงทำการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้อง ไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือความผิดพลาดจากการใช้งาน ทั้งนี้ ทีมงานของบริษัทจะยังติดตามและตรวจสอบนวัตกรรมนั้น ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อการพัฒนาและต่อยอดต่อไป



หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.42	บริษัทเปิดเผยรายละเอียดและผลลัพธ์จากการพัฒนานวัตกรรมที่อาจเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีกระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ	บริษัทเปิดเผย 1. รายละเอียดการคิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจและสังคมให้เกิดขึ้นภายในบริษัท (เช่น โครงการด้านนวัตกรรม การปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดความคิด/สินค้า/บริการ/กระบวนการทำงาน จนเกิดการพัฒนาเป็นนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม เป็นต้น) 2. ผลลัพธ์จากการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจและสังคมของบริษัท (เช่น ต้นทุนที่ลดลง ยอดขายสินค้า/บริการที่เพิ่มขึ้น มูลค่าทางธุรกิจ คุณค่าทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เป็นต้น)	Level (EX/G/P)

ผลการดำเนินงาน 1

บริษัทส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนานวัตกรรมและการออกแบบเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยอยู่สบาย ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ พร้อมทั้งขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโต และสร้างประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ในปี 2566 บริษัทใช้งบประมาณในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทั้งหมด 4,433,386 บาท โดยมีนวัตกรรมที่โดดเด่น ดังนี้

นวัตกรรมทางสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า

เทคโนโลยี "AirPlus² (AirPlus Square)" 2

ด้วยความมุ่งมั่นของบริษัทที่ต้องการให้ลูกบ้านมีความสุขในทุก ๆ วินาทีเพื่อการใช้ชีวิตที่ดีกว่า บริษัทจึงให้ความสำคัญกับคุณภาพอากาศภายในบ้าน ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของการมีคุณภาพชีวิตที่ดี นวัตกรรม "AirPlus2 (AirPlus Square)" เป็นการพัฒนาและต่อยอดมาจากเทคโนโลยี AirPlus เดิม โดยการพัฒนานี้ ระบบจะสามารถเติมอากาศใหม่เข้าไปในบ้าน อากาศภายในบ้านจึงเกิดการถ่ายเทและหมุนเวียน รวมทั้งมีการกรองฝุ่น ด้วยแผ่นกรองอากาศ HEPA Filter (High Efficiency Particulate air Filter) ซึ่งสามารถกรองฝุ่นที่มีอนุภาคเล็กได้ถึง 0.3 ไมครอน และฝุ่น PM2.5 โดยระบบจะทำงานอัตโนมัติเมื่อพบว่าปริมาณฝุ่นในอากาศสูงขึ้นในระดับที่ได้ตั้งค่าไว้

นอกจากนี้ AirPlus² ยังมีพัดลมที่ช่วยถ่ายเทอากาศเก่าออกไปโดยการควบคุมของเซ็นเซอร์สำหรับตรวจวัดปริมาณฝุ่นจากทั้งภายในและภายนอกตัวบ้าน การถ่ายเทของอากาศจึงมีความสอดคล้องกับสภาพอากาศในแต่ละช่วงเวลา ทำให้อากาศภายในบ้านเป็นอากาศที่ใหม่อยู่เสมอ อีกทั้งช่วยลดการสะสมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ลดความชื้น ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการเกิดกลิ่นอับและเชื้อราภายในบ้าน ลดสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย (TVOC) และส่งผลให้อุณหภูมิภายในตัวบ้านลดลงได้สูงสุด 2 องศา ลูกบ้านจึงสามารถมั่นใจได้ในคุณภาพอากาศที่ดีสำหรับทุกคนในครอบครัว ทั้งยังช่วยประหยัดพลังงานจากการเปิดเครื่องปรับอากาศและลดค่าใช้จ่ายจากการใช้พลังงานอีกด้วย ในขณะเดียวกัน บริษัทสามารถสร้างโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจต่อไปจากการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ให้เกิดเป็นการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าและผู้บริโภค

หมวด 2: การคำนึงถึงบทบาทผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เกณฑ์	หลักเกณฑ์	แนวพิจารณา	Scoring
B.43	ในปีที่ผ่านมา กรณีที่บริษัทมีการจัดประชุมผู้ถือหุ้นกู้ บริษัทไม่มีการให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นกู้ในลักษณะที่เป็นการจูงใจให้ลงคะแนนทางใดทางหนึ่งเป็นการเฉพาะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบเงิน สิ่งของ หรือประโยชน์อื่นใด ให้แก่ผู้ถือหุ้นกู้เฉพาะรายที่ได้มีการออกเสียงลงคะแนนตามแนวทางที่บริษัทได้มีการจูงใจดังกล่าว Scoring **(Penalty)**	บริษัทไม่มีการให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นกู้ในลักษณะที่เป็นการจูงใจให้ลงคะแนนทางใดทางหนึ่งเป็นการเฉพาะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบเงิน สิ่งของ หรือประโยชน์อื่นใด ให้แก่ผู้ถือหุ้นกู้เฉพาะรายที่ได้มีการออกเสียงลงคะแนนตามแนวทางที่บริษัทได้มีการจูงใจดังกล่าว *หมายเหตุ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงการชดเชยความเสี่ยงให้กับผู้ถือหุ้นกู้โดยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยให้แก่ผู้ถือหุ้นกู้ทุกราย	Yes/No (Penalty/ No Action)

Note: บริษัทจดทะเบียนควรปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นกู้ (bondholder) ทุกรายอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ซึ่งการจ่าย consent fee อาจทำให้ผู้ถือหุ้นกู้ตัดสินใจลงคะแนนไปตามแนวทางที่บริษัทจูงใจเพื่อรับผลประโยชน์ตอบแทน



Enterprise with Integrity.

THANK YOU

This text can be replaced with your own text

hailODFan Thai Institute of Directors (IOD) Thai Institute of Directors LINE @ThailOD