



Thai Institute of Directors

Corporate Governance Report of Thai Listed Companies

การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย และการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



Thai Institute of Directors

หลักเกณฑ์ในการประเมินและแนวปฏิบัติที่ดี

หมวดย่อย

1. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (5)
2. ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย (20)
3. การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม (5)
4. การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม (10)
5. การพัฒนานวัตกรรม (2)

การขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อความยั่งยืน (1-5)

- นโยบายเกี่ยวกับการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร
- ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material topics) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร

1

บริษัทกำหนดนโยบายเกี่ยวกับ**การจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร**



หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

YES OR NO

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการ**เปิดเผยนโยบาย**เกี่ยวกับ
การจัดการด้านความยั่งยืนระดับ
องค์กร ที่อย่างน้อยครอบคลุม
ประเด็นเกี่ยวกับ **สิ่งแวดล้อม สังคม**
และการกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น

1. นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

นโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัทฯ มีนโยบายดำเนินธุรกิจปกติที่ยั่งยืนโดยคำนึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยการยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร จริยธรรมธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดทางการต่าง ๆ ประกอบการเปิดโอกาสสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกประเภท เพื่อสร้างสมดุลระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้สามารถอยู่ร่วมกันได้ เกิดดุลยภาพทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



SDGs 4 Quality education

มีการส่งเสริมเยาวชนในด้านการศึกษา และการพัฒนาความรู้ของเยาวชนให้เป็นบุคคลที่มีคุณภาพทางสังคม รวมทั้งสนับสนุนให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียม โดยบริษัทฯ มีการมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียน นักศึกษา และบุคลากรทางการศึกษาแก่เยาวชน



SDGs 6 Clean water and sanitation

มีแบบแผนปริมาณการใช้ น้ำอย่างเหมาะสม และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่าที่สุด รวมไปถึงมีการจัดการน้ำเสียอย่างมีความรับผิดชอบ โดยมีการควบคุมระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อวัดคุณภาพน้ำให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานก่อนปล่อยออกสู่ภายนอก ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001



SDGs 16 Peace justice and strong institutions

ให้ความสำคัญเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงมีการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการเพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมถึงการเคารพสิทธิความเท่าเทียมกัน และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2563 อยู่ในระดับ "ดีเลิศ"

2

บริษัทเปิดเผยลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่สะท้อนถึงกิจกรรมหลักซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ



หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของบริษัท โดยในห่วงโซ่คุณค่านั้นมีการระบุถึงกิจกรรมหลักที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจเซ็นทรัล รีเทล

เซ็นทรัล รีเทล แบ่งตามหน่วยธุรกิจสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มแฟชั่น ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับภายใต้แบรนด์สินค้าปลีกต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ซูเปอร์สปอร์ต และริมาเซนต์ (2) กลุ่มฮาร์ดไลน์ ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และสินค้าตกแต่งและปรับปรุงบ้านภายใต้แบรนด์สินค้าปลีกต่าง ๆ เช่น ไทวัสดุ และเพาเวอร์บาย (3) กลุ่มฟู้ด ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าที่มักพบได้ทั่วไปในร้านสะดวกซื้อภายใต้แบรนด์สินค้าปลีกต่าง ๆ เช่น เซ็นทรัลฟู้ด ออลล์ ก๊อปส์ และมิกซ์ / GO! เวียดนาม และ (4) กลุ่มพรีเมียมเพอร์ฟี่ ซึ่งมุ่งเน้นการให้เข้าพื้นที่สำหรับร้านค้าของกลุ่มบริษัท และร้านค้าและบริการของบุคคลภายนอก เช่น โรบินสันไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ ก๊อปส์ พลาซ่า และมิกซ์ / GO! เวียดนาม ซึ่งแต่ละกลุ่มธุรกิจมีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) แตกต่างกันไป รวมไปถึงกระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ

ปัจจัยการจัดหาแหล่งผลิต บริษัทฯ ดำเนินถึงวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่เป็นการทำลายธรรมชาติและแหล่งผลิตที่ปลอดภัยทั้งต่อลูกค้า และผู้ผลิตเอง โดยการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ผลิตท้องถิ่น และสร้างงาน รวมถึงการสนับสนุนนักเรียนและสมาชิกชุมชนที่ด้อยโอกาสลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมมากกว่า 44 จังหวัด

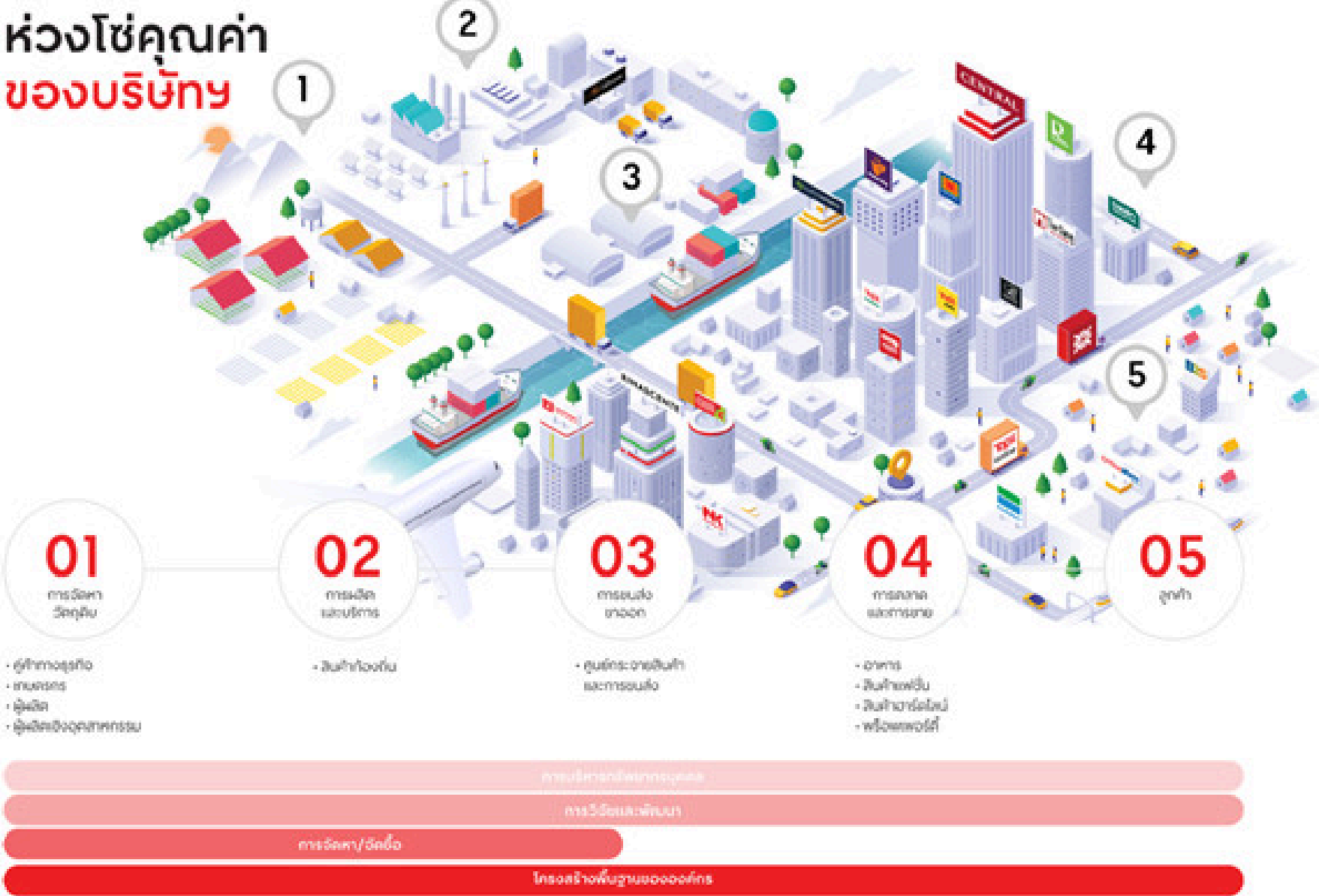
ในส่วนของการขึ้นตอนการผลิต บริษัทฯ ได้เข้าไปพัฒนาและสนับสนุน เกษตรกร ชุมชน ที่ผลิตสินค้าบริโภค เช่น พืช ผัก ผลไม้ ให้มีขั้นตอนการผลิตที่สะอาดปลอดภัย ไม่ใช้สารเคมี เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค และตัวเกษตรกรเอง ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้เข้าไปสนับสนุนกระบวนการผลิตให้กับเกษตรกร เช่น การให้ความรู้เรื่องผักปลอดภัย การใช้ปุ๋ยธรรมชาติ การบรรจุหีบห่อที่ได้มาตรฐาน การช่วยออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้สนับสนุนชุมชน มากกว่า 24,000 ครัวเรือน รวมถึงการผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานตามบริษัทของกฎหมายแรงงาน

บริษัทฯ มีระบบการกระจายสินค้าและบริการหรือโลจิสติกส์ ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีการคำนึงถึงระบบขนส่งที่ได้ประโยชน์สูงสุด และลดการสร้างรอยเท้าคาร์บอนหรือการปล่อยคาร์บอนสู่บรรยากาศ (Carbon Footprint) จัดทำระบบขนส่งให้กับเกษตรกร โดยเกษตรกรสามารถนำส่งสินค้าเข้าจำหน่ายในก๊อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยการนำส่งให้กับรถขนส่งสินค้าทางกลับหลังจากการส่งสินค้าได้จัดส่งสินค้าไปยังสาขาแล้ว นอกเหนือจากนั้น ยังมีการนำนวัตกรรมมาใช้ในเรื่องของระบบการขนส่งและระบบคลังสินค้า

บริษัทฯ มีธุรกิจหลากหลาย มีระบบการจัดซื้อส่วนกลางเพื่อจัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสม และราคายุติธรรม รวมถึงการให้ความสำคัญกับ Supplier ทั้งรายใหญ่ และรายเล็ก โดยการสนับสนุนการแบ่งปันให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ผ่านการจัดฝึกอบรม และรวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีในการเข้าถึงบริการของลูกค้า เพื่อความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า เช่น Central Application หรือการชำระสินค้าผ่านระบบต่าง ๆ เช่น E payment ระบบ POS ที่เข้าถึงง่าย อีกทั้งให้ความสำคัญ กับพนักงานทุกระดับชั้น ด้วยการจัดฝึกอบรม การสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

ท้ายสุดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยเฉพาะลูกค้า บริษัทฯ ได้ร่วมกับกลุ่มบริษัทในเครือที่ดูแลเรื่องการบริหารจัดการลูกค้า The1 ในการดำเนินการเรื่องลูกค้าสัมพันธ์ โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงลูกค้า เพื่อเสนอสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้ลูกค้า รวมถึงการวัดความพึงพอใจหลังการขาย

ห่วงโซ่คุณค่า
ของบริษัทฯ



กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผย Value Chain
แต่ไม่ระบุ กิจกรรมที่สร้างคุณค่า
ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำขององค์กร

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ**ผู้มีส่วนได้เสีย**ที่สัมพันธ์กับ**กิจกรรม** ใน**ห่วงโซ่คุณค่า**ของธุรกิจ พร้อมแสดงให้เห็นถึง**แนวทาง**ตอบสนอง ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม



หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผย

1. **ข้อมูลผู้มีส่วนได้เสีย**ที่สำคัญในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
2. **ระบุความคาดหวัง**ของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม
3. **กิจกรรมที่จะตอบสนอง**ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ภายใต้บริบทการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญต่าง ๆ ได้แก่ วัสดุภัณฑ์ของบริษัทฯ ค่านิยมนองค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจ กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ปัจจัยเหล่านี้ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเข้าใจถึงความต้องการของทุกฝ่าย รวมถึงบริษัทฯ นำมาเป็นแนวทาง ในการสร้างคุณค่าร่วม เป็นที่มาของการกำหนดประเด็นสาระสำคัญ

พื้นฐานของการพัฒนาเป็นกลยุทธ์ 5 ปี ในด้านการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 4 ประการสอดคล้องกับพันธกิจของบริษัทฯ โดยการพัฒนาชีวิตและความเป็นอยู่ของพนักงานและชุมชน การรับผิดชอบต่อสังคม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน การพัฒนาสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคม การสร้างคุณค่าร่วมและความสัมพันธ์

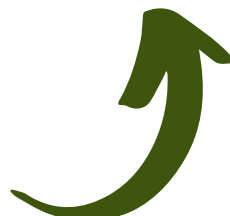
ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ จึงจัดให้มีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านช่องทางอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจถึง บริบท และประเด็นของธุรกิจ รวมถึงรับข้อคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียมาบูรณาการเข้ากับการบริหารการตัดสินใจและวางแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งภายในและภายนอก โดยคำนึงถึง การมีส่วนร่วม ผลกระทบต่อการดำเนินงาน รวมไปถึงผลประโยชน์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย จึงทำการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ออกเป็น 7 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ผู้ถือหุ้น 2) พนักงาน 3) คู่ค้าทางธุรกิจ 4) ลูกค้า 5) เจ้าหนี้ 6) หน่วยงานภาครัฐ และ 7) ชุมชน และสังคม โดยรูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียจะแตกต่างกัน

ในแต่ละกลุ่ม เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี รายงานประจำปี การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนหรือคำแนะนำของบริษัทฯ การประชุมคู่ค้าและลูกค้า การจัดทำศูนย์บริการลูกค้า การพัฒนาระบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและคู่ค้า การจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับทุกภาคส่วน การให้ความร่วมมือ รวมถึงการเข้าร่วมเครือข่ายกับภาครัฐ และการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และระบบออนไลน์ทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ เป็นต้น และได้ทำการวิเคราะห์ในส่วนของความคาดหวังของแต่ละผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการตอบรับของบริษัทฯ และช่องทางการติดต่อสื่อสารตามตารางด้านล่าง

บริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งภายในและภายนอก โดยคำนึงถึง การมีส่วนร่วม ผลกระทบต่อการดำเนินงาน รวมไปถึงผลประโยชน์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย จึงทำการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ออกเป็น 7 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ผู้ถือหุ้น 2) พนักงาน 3) คู่ค้าทางธุรกิจ 4) ลูกค้า 5) เจ้าหนี้ 6) หน่วยงานภาครัฐ และ 7) ชุมชน และสังคม โดยรูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียจะแตกต่างกัน

ในแต่ละกลุ่ม เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี



กรณีระดับคะแนน 'Good':
ระบุข้อมูล ไม่ครบ
ตามแนวปฏิบัติ (1) (2) และ (3)

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบรับจากบริษัท	ช่องทางการติดต่อ
กลุ่มผู้ถือหุ้น	- ธุรกิจเติบโต มีผลกำไร อย่างยั่งยืน - การทำกับคู่แเลกิจการที่ดี - การบริหารจัดการด้วยความโปร่งใส - ความสามารถสร้างโอกาสในความท้าทาย - การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ	- การดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล - การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นและผลตอบแทนสูงสุด - การเปิดเผยข้อมูลโปร่งใสครบถ้วนและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง - ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน - ปฏิบัติตามพันธสัญญา ภายใต้หลักเกณฑ์และบริบททางกฎหมาย	- ประชุมชี้แจงกับลงทุนรายไตรมาส - รายงานการพัฒนาด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์) - การเปิดเผยข้อมูลผ่านรายงานประจำปี - การแจ้งข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์ - การประชุมผู้ถือหุ้น
พนักงาน	- ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ดี - ความมั่นคงและความก้าวหน้าในอาชีพ - การพัฒนาศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ - การมีส่วนร่วมในองค์กรในการแสดงความคิดเห็น	- จัดสรรผลตอบแทนที่ดี สวัสดิการที่เหมาะสมพิจารณาการเลื่อนขั้น การโอนย้าย - จัดระบบการประเมินผลงานที่เท่าเทียมและเป็นธรรม - จัดหลักสูตร ฝึกอบรมตรงต่อความต้องการดำเนินธุรกิจ และทันต่อการเปลี่ยนแปลง - รับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุง	- การประชุม ประกาศวิสัยทัศน์ประจำปี - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล - รายงานประจำปี / รายงานการพัฒนาด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์) - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน - การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร (ปีละครั้ง)
คู่ค้าทางธุรกิจ	- ความเสมอภาคเท่าเทียมในการดำเนินธุรกิจ - การดำเนินธุรกิจต่อกันด้วยความโปร่งใส - การร่วมพัฒนาศักยภาพเติบโตไปด้วยกัน - การบริหารและการชำระเงินที่ตรงตามเวลา	- การแข่งขันที่เป็นธรรม และโปร่งใส - สัญญาทางธุรกิจที่โปร่งใส และเป็นธรรม - จัดหลักสูตรอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ - กำหนดการชำระเงินที่ถูกต้องครบถ้วนและตรงตามเวลา - เก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า	- จัดประชุมประจำปี - จัดฝึกอบรมเพิ่มความรู้แก่คู่ค้า และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทและเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน - รายงานประจำปี / รายงานการพัฒนาด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์)
ลูกค้า	- สินค้าและบริการ ดีมีคุณภาพ ตามมาตรฐาน - ส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามเวลาที่กำหนด - การบริการหลังการขายที่ดี มีคุณภาพ - การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว	- การบริการที่ดีมีคุณภาพ และมีความรับผิดชอบ - การส่งมอบสินค้าคุณภาพดีตรงตามเวลา - ส่งมอบประสบการณ์ที่ดี และการบริการที่เหนือความคาดหมาย - พัฒนาระบบการบริหารข้อมูลลูกค้า เพื่อเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานสากล	- การติดต่อลูกค้าโดยตรง - ศูนย์บริการลูกค้า - สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า รายปี - ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน

บริษัทเปิดเผยกลยุทธ์องค์กรที่สอดคล้องกับประเด็นสำคัญ ด้านความยั่งยืน (Material Topics ด้าน ESG)



หมวดย่อย 1

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยประเด็นที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Material topics) ที่เกี่ยวกับ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อม ความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย การแข่งขันทางธุรกิจ และดัชนีผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เป็นต้น

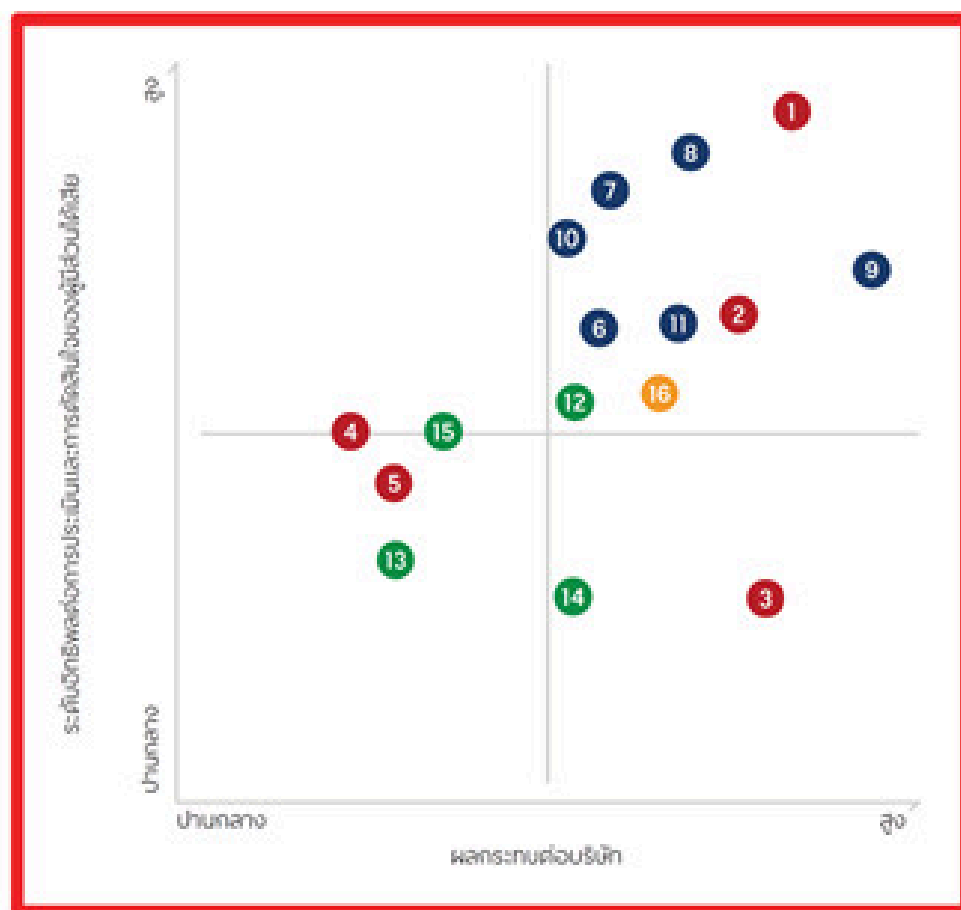
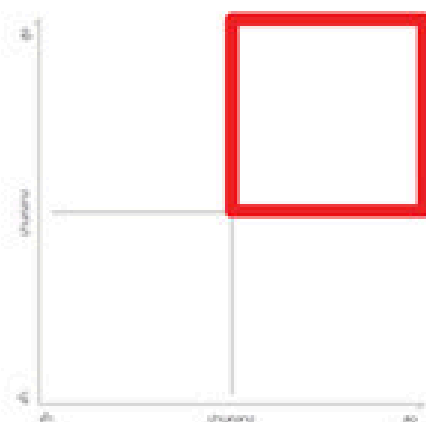


2. การจัดลำดับความสำคัญ

บริษัทฯ จัดกรองประเด็นที่ถูกรวบรวมข้างต้นผ่านกระบวนการจากที่ปรึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ แล้วจึงจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็นสำคัญโดยการสำรวจความคิดเห็นของคณะกรรมการบริษัทจากการประชุม และของผู้มีส่วน

ได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรจำนวน 645 คน โดยการประเมินความสำคัญในระดับ สูง กลาง และต่ำเป็นมีเกณฑ์ คือ ผลกระทบต่อธุรกิจ ในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และ อิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย

ผลการประเมิน และขอบเขตประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Assessment)



ความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คน

- 1 สินค้าที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค
- 2 การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
- 3 การดึงดูดและการดูแลรักษาพนักงาน
- 4 อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
- 5 การปฏิบัติต่อแรงงานและการเคารพสิทธิมนุษยชน

การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

- 6 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- 7 การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ
- 8 ความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า
- 9 นวัตกรรม
- 10 การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และแบรนด์
- 11 การบริหารจัดการและความสามารถในการรับมือต่อความเสี่ยงและวิกฤต

คุณภาพสิ่งแวดล้อม

- 12 การบริหารจัดการด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 13 การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน
- 14 เศรษฐกิจหมุนเวียน
- 15 การจัดการขยะมูลฝอย

ความสงบสุข ศิลปวัฒนธรรม และความร่วมมือ

- 16 การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

กรณีระดับคะแนน 'Good':
จัดทำกลยุทธ์ไม่สอดคล้อง
กับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
ของบริษัท

บริษัทเปิดเผยแนวทางการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน



แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยแนวทางการจัดการ
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแต่ละ
ประเด็น ที่อย่างน้อยระบุเกี่ยวกับ

1. เป้าหมายของแต่ละประเด็น
2. การดำเนินการในปัจจุบันของแต่ละ
ประเด็น
3. แผนงานที่จะบรรลุเป้าหมายของ
แต่ละประเด็น

เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยหลักสำคัญเหล่านี้ มีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความ
 ยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้

01  การระบุประเด็นสำคัญ คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร ได้ทำการรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาประเด็นเป็นไปตามกรอบดำเนินงานของบริษัทและเกี่ยวข้องกับ การดำเนินธุรกิจขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ แนวทางสากลของ Global Reporting Initiative (GRI) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) แนวโน้มของโลก (Global Trend) ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs) และคณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board : SASB) รวมถึงประเด็นอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งบริษัทให้ความสำคัญ อาทิ กลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงธุรกิจด้านการศึกษา	02  การจัดลำดับประเด็น ด้านความยั่งยืนที่สำคัญ บริษัทนำประเด็นความยั่งยืนที่รวบรวมมาผ่านกระบวนการ คัดกรองเบื้องต้น โดยผ่านกระบวนการทบทวนจากที่ปรึกษา ที่มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งบริษัทยังดำเนินการออกแบบ สอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น ความคาดหวังของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และกระบวนการทบทวนประเด็น ด้านความยั่งยืนที่สำคัญจากอุตสาหกรรมเดียวกัน หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เพื่อรับทราบถึง ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ทั้งนี้ในปี 2563 ได้มีการ พิจารณาประเด็นการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด-19 (โควิด-19) เพิ่มเติม เนื่องจากเป็นประเด็น สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยมีผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทเข้าร่วม ให้ความเห็นกว่า 3,117 ราย	03  การตรวจสอบความถูกต้องของ ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ และทบทวน เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประเด็นด้านความยั่งยืนสำคัญจะถูกพิจารณาโดยตัวแทน ผู้บริหารระดับสูง ผ่านการรับรองและจัดลำดับความสำคัญ โดยคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มี นัยต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หลังจากนั้นบริษัทดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ของการประเมินและการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืน ที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวัง มุมมอง และ ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความ ยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอก โดยรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดการ ประชุมภายในบริษัทเพื่อทบทวนข้อมูลประกอบการประเมิน ประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ อีกทั้งคณะกรรมการ บริหารขององค์กรได้ทำการทบทวนกระบวนการประเมิน ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการเปิดเผยข้อมูล ในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านความเห็นชอบ กับผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญประจำ ปี 2563 ซึ่งแสดงในเมทริกซ์ประเด็นด้านความยั่งยืน ที่สำคัญด้านล่าง
---	--	---

กรณิระดับคะแนน 'Good':
 ระบุข้อมูล ไม่ครบ
 ตามแนวปฏิบัติ (1) (2) และ (3)

เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยหลักสำคัญเหล่านี้ มีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้

01

การระบุประเด็นสำคัญ

คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร ได้ทำการรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาประเด็นที่เป็นไปตามกรอบดำเนินงานของบริษัทและเกี่ยวข้องกับ การดำเนินธุรกิจขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ แนวทางสากลของ Global Reporting Initiative (GRI) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) แนวโน้มของโลก (Global Trend) ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs) และคณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board : SASB) รวมทั้งประเด็นอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งบริษัทให้ความสำคัญ อาทิ กลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งธุรกิจด้านการศึกษา

02

การจัดลำดับประเด็น ด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

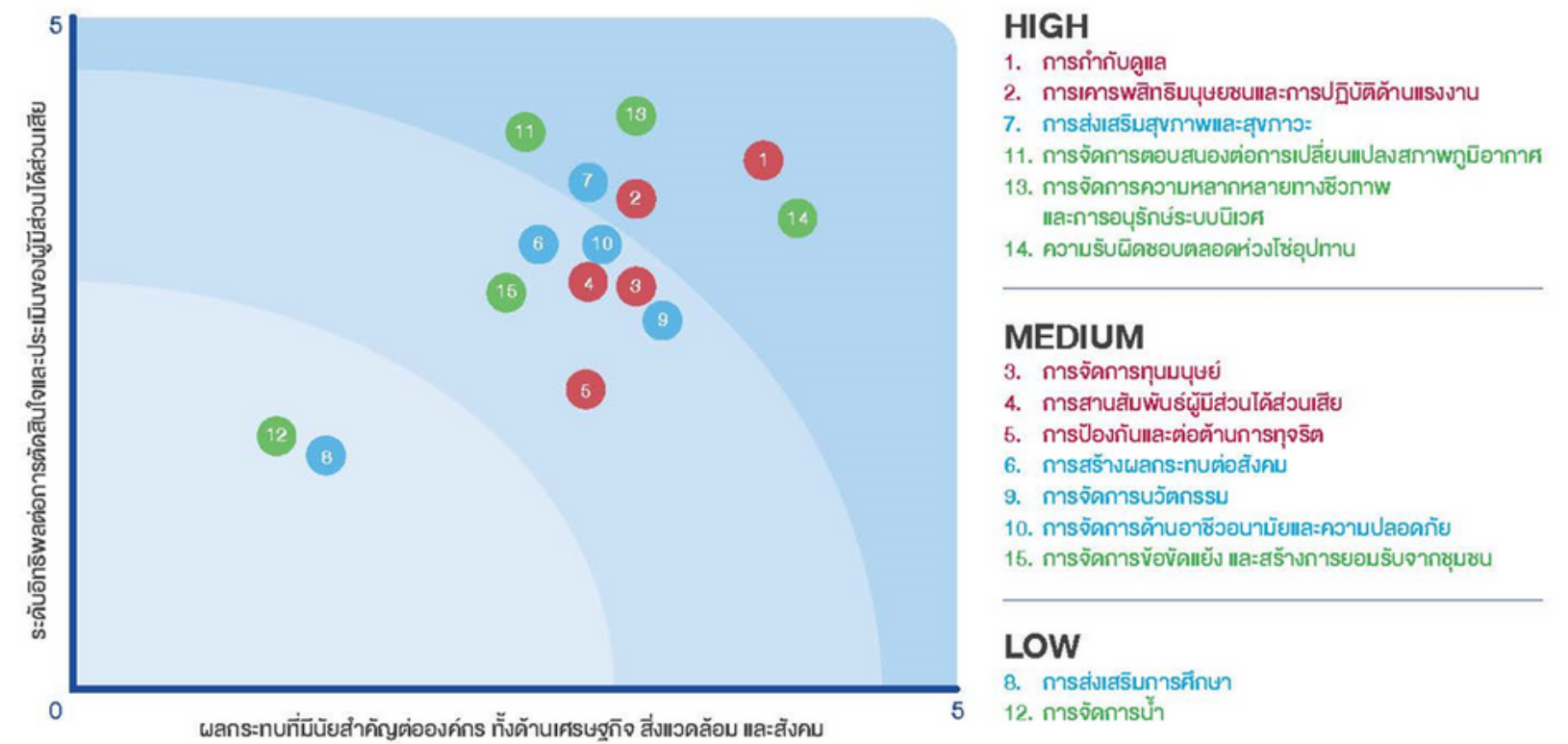
บริษัทนำประเด็นความยั่งยืนที่รวบรวมมาผ่านกระบวนการ คัดกรองเบื้องต้น โดยผ่านกระบวนการทบทวนจากที่ปรึกษา ที่มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งบริษัทยังดำเนินการออกแบบ สอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และกระบวนการทบทวนประเด็น ด้านความยั่งยืนที่สำคัญจากอุตสาหกรรมเดียวกัน หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เพื่อรับทราบถึง ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ทั้งนี้ ในปี 2563 ได้มีการ พิจารณาประเด็นการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด-19 (โควิด-19) เพิ่มเติม เนื่องจากเป็นประเด็น สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทเข้าร่วม ให้ความเห็นกว่า 3,117 ราย

03

การตรวจสอบความถูกต้องของ ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ และทบทวน เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นด้านความยั่งยืนสำคัญจะถูกพิจารณาโดยตัวแทน ผู้บริหารระดับสูง ผ่านการรับรองและจัดลำดับความสำคัญ โดยคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มี นัยต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หลังจากนั้นบริษัทดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ของการประเมินและการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืน ที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวัง บุ่มบอง และ ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความ ยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอก โดยรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดการ ประชุมภายในบริษัทเพื่อทบทวนข้อมูลประกอบการประเมิน ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ อีกทั้งคณะกรรมการ บริหารขององค์กรได้ทำการทบทวนกระบวนการประเมิน ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการเปิดเผยข้อมูล ในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านความเห็นชอบ กับผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญประจำ ปี 2563 ซึ่งแสดงในเมทริกซ์ประเด็นด้านความยั่งยืน ที่สำคัญด้านล่าง

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญปี 2563



ความก้าวหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนปี 2563

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และแผนยุทธศาสตร์ ปี 2559-2563 ที่กำหนดไว้ โดยสรุปความคืบหน้าของการดำเนินการได้ดังนี้ เกินกว่าค่าเป้าหมาย 5 เป้าหมาย บรรลุเป้าหมาย 7 เป้าหมาย และไม่บรรลุเป้าหมาย 3 เป้าหมาย

Heart

Living Right

1. การกำกับดูแลกิจการ

ทุกกลุ่มธุรกิจเปิดเผยผลการดำเนินงานผ่านรายงานความยั่งยืน

● เป้าหมาย

ร้อยละ 100

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

2. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน

ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐาน UNGP-BHR ครบทุกหน่วยธุรกิจหลัก

● เป้าหมาย

ร้อยละ 100

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

3. การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล

ผู้นำและพนักงานผ่านการอบรมพัฒนาความรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืน

● เป้าหมาย

ร้อยละ 100

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

4. ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทุกกลุ่มธุรกิจมีกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

● เป้าหมาย

ร้อยละ 100

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

5. การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

ร้อยละของอัตราการจัดซื้อจัดจ้างตามสัญญา

● เป้าหมาย

ร้อยละ 0

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 0.032

Health

Living Well

6. คุณค่าทางสังคม

ส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิตเกษตรกรผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มประาบาง

● เป้าหมาย

10,000 ราย

● ผลการดำเนินงาน

150,556 ราย

7. สุขภาพและสุขภาวะที่ดี

ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขอนามัยการดูแลสุขภาพและสุขภาวะที่ดี

● เป้าหมาย

ร้อยละ 10

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 19.6

8. การศึกษา

สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น

● เป้าหมาย

100,000 ราย

● ผลการดำเนินงาน

375,970 ราย

9. การบริหารจัดการนวัตกรรม

มูลค่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการเพิ่มขึ้นเทียบกับปีฐาน 2559

● เป้าหมาย

ร้อยละ 150

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 160

10. การดูแลความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

พื้นที่ดำเนินการประยุกต์ใช้มาตรฐานสากล ISO 45001:2018

● เป้าหมาย

ร้อยละ 100

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 29

Home

Living Together

11. การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ลดลงเทียบกับปีฐาน 2558

● เป้าหมาย

ร้อยละ 10

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 10.59

12. การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ

ปริมาณน้ำนำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ลดลงเทียบกับปีฐาน 2558

● เป้าหมาย

ร้อยละ 10

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 1.02

13. การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

การประเมินการจัดการจากแหล่งที่รับผิดชอบ

● เป้าหมาย

ร้อยละ 100

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

14. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ

คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน

● เป้าหมาย

ร้อยละ 100

● ผลการดำเนินงาน

ร้อยละ 100

15. การจัดการข้อขัดแย้งและสร้างการยอมรับจากชุมชน

ไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งที่สำคัญในทุกพื้นที่แหล่งดำเนินการของธุรกิจ

● เป้าหมาย

ไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งที่สำคัญ

● ผลการดำเนินงาน

ไม่มีข้อขัดแย้งที่สำคัญ

ความรับผิดชอบต่อ ผู้มีส่วนได้เสีย

(6-25)

- พนักงาน
- ลูกค้า
- คู่ค้า คู่แข่ง
- เจ้าหนี้สถาบันการเงิน
- ชุมชนและสังคม
- ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน



6

บริษัทกำหนดนโยบายและ
แนวปฏิบัติต่อพนักงาน/แรงงาน
อย่างเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติ
และให้โอกาสที่เท่าเทียมกัน



แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลนโยบายและ
แนวปฏิบัติต่อพนักงาน/แรงงานอย่างเป็น
ธรรมที่ครอบคลุมทั้ง 5 ประเด็น

1. การจ้างงาน/เลิกจ้าง
2. การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ
3. การพัฒนาพนักงาน
4. การดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและ
มีความปลอดภัยในการทำงาน
5. จัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการ หรือมี
กระบวนการให้พนักงานเสนอเกี่ยวกับ
สวัสดิการ



ประเด็นที่ 1

การจ้างงาน

GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 102-41

บริษัทฯ มีนโยบายการจ้างงานที่มุ่งเน้นการให้ความเท่าเทียมกัน ไม่จำกัดหรือกีดกันในเรื่องของเพศ เชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม ในปี 2563 บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) มีพนักงานทั้งหมด จำนวน 5,027 คน โดยมีช่วงอายุ เพศ ระดับการศึกษา และลักษณะการปฏิบัติงานที่หลากหลาย

ประเด็นที่ 2

การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม รวมถึงสร้างความมั่นคงในสายอาชีพและมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพอย่างเป็นธรรม และจัดให้มีสวัสดิการด้านต่างๆ สำหรับพนักงานของบริษัทฯ ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ประกันสังคม และนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด เช่น มีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้แก่นักงานชาย พนักงานสารสนเทศ รวมทั้งพนักงานที่ปฏิบัติงานต่างจังหวัด ให้การช่วยเหลือสำหรับชุดฟอร์มพนักงาน รวมทั้งเงินช่วยเหลือประเภทต่างๆ เช่น เงินช่วยเหลือพนักงานสำหรับค่าพิธีฌาปนกิจบิดามารดาที่เสียชีวิตของพนักงานทุนการศึกษาสำหรับบุตรพนักงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ การคำนึงเรื่องความเป็นอยู่ของพนักงาน นอกเหนือเวลาการปฏิบัติงาน ก็เป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ตระหนักถึง โดยบริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการช่วยเหลือที่พักอาศัยบริเวณใกล้เคียงที่ทำงานจำนวนรวม 3 โครงการ 22 อาคาร ประกอบด้วยห้องพักมากกว่า 1,750 ห้องพัก พร้อมด้วยความสะดวก ปลอดภัย และสาธารณูปโภคต่างๆ อย่างครบครัน รวมถึงได้จัดให้มีสถานรับเลี้ยงเด็ก ที่มีมาตรฐานได้รับใบอนุญาตจัดตั้งสถานรับเลี้ยงเด็ก เพื่อรองรับบุตรหลานของพนักงาน ในขณะที่พนักงานปฏิบัติงานด้วย

ประเด็นที่ 3

การพัฒนาความรู้ศักยภาพของพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร โดยสนับสนุนให้พนักงานมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ศักยภาพ มีทัศนคติที่ดี มีคุณธรรมและจริยธรรม และการทำงานเป็นทีม โดยผ่านกระบวนการฝึกอบรม การสัมมนา การดูงาน เพื่อให้พนักงานได้รับการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง บริษัทฯ เน้นการเลื่อนตำแหน่งจากภายใน และมีการประเมินผลการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคงและแข็งแกร่ง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนการพัฒนาวงศ์กรและทรัพยากรบุคคล โดยเน้นกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดบทบาทหน้าที่ของพนักงานให้ชัดเจน การกำหนดผลตอบแทนที่เหมาะสมและปรับปรุงโครงสร้างเงินเดือนให้ทันสมัยอยู่เสมอ การพัฒนาระบบการประเมินและเพิ่มสมรรถนะการทำงานของพนักงานที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้จัดการฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ อาทิ ปฐมนิเทศ พนักงานใหม่ ภาวะผู้นำลัทธิกลุ่ม หลักสูตรระบบบริหารคุณภาพ เป็นต้น

ประเด็นที่ 4 นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 403-1

บริษัทฯ กำหนดนโยบายที่สนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย และมีสุขอนามัยในสถานที่ทำงานที่ดี บริษัทฯ มุ่งเน้นการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเต็มความสามารถ และจะเสริมสร้างให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านความปลอดภัย อีกทั้งมีการให้ความรู้ผ่านการฝึกอบรม และส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี (และไม่ทำการใดที่เป็นผลร้ายต่อสุขภาพ อนามัยแก่ลูกค้า) รวมถึง ดูแลสถานที่ทำงานให้ถูกสุขลักษณะ และมีความปลอดภัยอยู่เสมอ

ประเด็นที่ 5 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ มีนโยบายและข้อปฏิบัติต่อพนักงานโดยเท่าเทียมกันโดยไม่มีข้อยกเว้น และให้เป็นธรรมต่อพนักงานทุกระดับทั้งในเรื่องของการกำหนดค่าตอบแทน การโอนและการโยกย้ายพนักงาน การฝึกอบรม การพัฒนาฝีมือแรงงาน สุขภาพอาชีวอนามัย ความปลอดภัย ความก้าวหน้าทางการงาน รวมถึงการคุ้มครองแรงงาน และจัดให้มีฝ่ายแรงงานสัมพันธ์ ซึ่งจะรับผิดชอบในการจัดทำแผนการดำเนินงาน ดูแล ควบคุม ประเมินผล การจัดกิจกรรมแรงงานสัมพันธ์ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยนโยบาย หรือการปฏิบัติ
ต่อพนักงาน/แรงงานอย่างเป็น
ธรรม ไม่ครบทั้ง 5 ประเด็น

7

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการจ้างงานที่ให้โอกาสอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติครอบคลุมผู้พิการและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอื่น



แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล

1. จำนวนพนักงานผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้พิการ/ผู้สูงอายุ/ผู้ยากไร้/ผู้ต้องขัง/คนไร้บ้าน เป็นต้น
2. สำหรับการจ้างงานผู้พิการ
 - 2.1 ระบุว่าจ้างงานครบตามจำนวนที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ (หากไม่ครบตามจำนวนต้องเปิดเผยว่านำส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต คนพิการ)
 - 2.2 **Not Applicable:** กรณีที่ บริษัทมีพนักงานน้อยกว่า 100 คน หากไม่มีการจ้างงานผู้พิการ
 - 2.2 กรณีที่ บริษัทมีพนักงานน้อยกว่า 100 คน หากมีการจ้างงานผู้พิการ จะพิจารณาเป็น Excellent

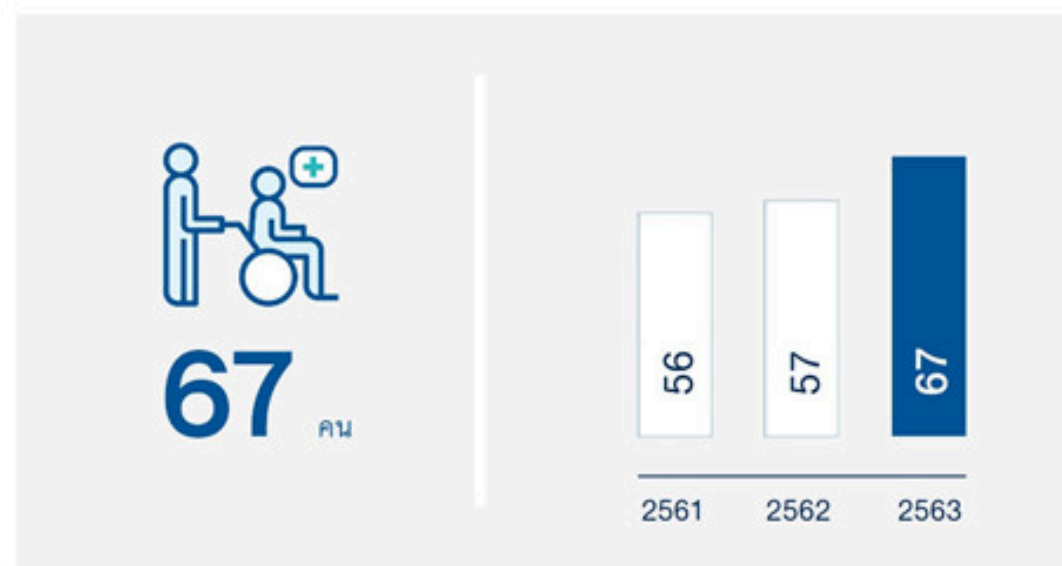
นโยบายการส่งเสริมผู้พิการ

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 403-9

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

ในปี 2563 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ.2550 มาตรา 33 และมาตรา 35 โดยมีการรับผู้พิการเข้าทำงานในแผนกต่างๆ ร่วมกับการให้สัมปทานจัดสถานที่จำหน่ายสินค้า จ้างเหมาบริการล่ามภาษามือ และผู้ดูแลคนพิการ รวมจำนวน 67 คน โดยมีการรับผู้พิการเข้าทำงานมากกว่าอัตราส่วนระหว่างคนปกติกับคนพิการที่ 1 ต่อ 100 คน ตามที่กฎหมายกำหนด

การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (คน)



กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยข้อมูล การจ้างงานผู้ด้อยโอกาส แต่ไม่ระบุจำนวน

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
แนวทาง**การจ่ายค่าตอบแทนของ
พนักงาน**อย่างเป็นธรรม
สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ
เพื่อจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงาน
อย่างเต็มที่

บริษัทมีการเปิดเผยแนวปฏิบัติเกี่ยวกับค่า
ตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน ที่
ครอบคลุมทั้ง 3 ประเด็น

1. **เปิดเผยถึงการปฏิบัติ** เช่น รายละเอียดเกณฑ์
การขึ้นเงินเดือนพนักงานเทียบกับระดับผล
ประเมินพนักงาน รายงานการจ่ายค่า
ตอบแทนตามผลการประเมินของพนักงาน
รายละเอียดสวัสดิการที่ให้กับพนักงาน เช่น
รถรับส่ง ชุดยูนิฟอร์ม เป็นต้น)
2. **เปิดเผยตัวเลขค่าตอบแทนรวม**ที่จ่ายให้กับ
พนักงาน
3. **เปิดเผยสัดส่วนค่าตอบแทน**พนักงานหญิงต่อ
พนักงานชาย



4. การกำหนดค่าตอบแทน

กำหนดผลตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม สูงกว่าเกณฑ์อัตราค่าจ้างขั้นต่ำตามกฎหมายแรงงาน โดยมีการจัดทำบัญชีอัตราจ้างพนักงานเข้าใหม่ทุกตำแหน่งงาน ซึ่งพิจารณาจากระดับวุฒิการศึกษา ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ให้สอดคล้องกับระดับหน้าที่ความรับผิดชอบในตำแหน่งงาน โดยในการจัดทำบัญชีอัตราจ้างผนวกกับสวัสดิการและโบนัสที่จัดสรรให้กับพนักงาน มีการสำรวจอัตราการจ้างงานในตลาดแรงงานมาเป็นส่วนประกอบ เพื่อให้แน่ใจว่าโครงสร้างเงินเดือนของบริษัทมีความเหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงการพิจารณาเงินช่วยเหลือค่าครองชีพพิเศษตามสถานะเศรษฐกิจ

5. การปฏิบัติต่อพนักงาน

ดูแลให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี มุ่งสร้างเสริมสุขภาพร่างกาย สุขอนามัย และความปลอดภัยในการทำงาน โดยจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความเหมาะสม ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย รวมถึงการประกันสุขภาพสำหรับพนักงานที่ครอบคลุมไปยังครอบครัวของพนักงานด้วย

1.3) การจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์

บริษัทจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับพนักงานและครอบครัว โดยคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิตและสภาพการปฏิบัติงาน มาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ซึ่งบริษัทมีการจัดสรรผลตอบแทนให้กับพนักงานในรูปแบบที่ชัดเจน เช่น

- เงินเดือน
- โบนัสประจำปี
- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- ประกันค่ารักษาพยาบาลกรณีผู้ป่วยใน (IPD) และผู้ป่วยนอก (OPD)
- คู่สมรสและบุตรพนักงานที่รับรองถูกต้องตามกฎหมายได้รับความคุ้มครองคนไข้ใน (IPD) เช่นเดียวกับพนักงาน
- การตรวจสุขภาพประจำปี ใช้อายุพนักงานเป็นเกณฑ์กำหนดโปรแกรมการตรวจสุขภาพ
- ประกันชีวิตกลุ่มให้กับพนักงานในวงเงินทุนประกัน 500,000-1,500,000 บาท
- ประกันอุบัติเหตุ
- ค่าทันตกรรมประจำปี
- เครื่องแบบพนักงานหญิงและชาย
- เงินช่วยเหลือในโอกาสหรือวาระต่าง ๆ เช่น พิธีมงคลสมรสและเป็นเจ้าภาพงานศพของพนักงานและครอบครัว
- ความช่วยเหลือพนักงานตามความเหมาะสมและสถานการณ์
- ของขวัญเยี่ยมพนักงานคลอดบุตร

- ทุนการศึกษาระดับปริญญาโทให้กับผู้บริหาร เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาให้มีศักยภาพสูงสุด
- ทุนการศึกษาให้กับบุตร / ธิดา ของพนักงานในระดับปฏิบัติการเป็นประจำทุกปี
- สิทธิการลาต่าง ๆ : ลาป่วย ลากิจ ลาพักผ่อน ลาบวช ลาคลอด ฯลฯ
- ส่วนลดพิเศษจากการซื้อสินค้าของบริษัท
- เงินสนับสนุนกิจกรรมภายในแต่ละฝ่าย เช่น การท่องเที่ยวประจำปี, งานเลี้ยงสังสรรค์ในวาระขึ้นปีใหม่
- วันหยุดพักผ่อนเพิ่มเติมจากที่กฎหมายกำหนด
- ห้องสันทนาการ “The Skape” ณ สำนักงานใหญ่ บริการเครื่องดื่ม อาหารว่าง และเกมส์ สำหรับพนักงาน
- ห้องออกกำลังกาย โยคะ แอโรบิค (พร้อมห้องอาบน้ำ)
- จัดหาชุดตรวจ ATK หน้ากากอนามัยและเจลล้างมือให้แก่พนักงานทุกคน
- การมอบใบประกาศเกียรติคุณและมอบทองเป็นรางวัล ให้พนักงานที่มีอายุงานครบ 10 ปี 20 ปี และ 30 ปี เป็นประจำทุกปี เพื่อขอบคุณและยกย่องพนักงานที่ได้อุทิศร่างกายและแรงใจให้แก่บริษัทมาโดยตลอด

ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทได้จ่ายเงินช่วยเหลือค่าครองชีพแก่พนักงานทุกคนตั้งแต่ระดับปฏิบัติการถึงผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย/ฝ่ายโครงการจำนวน 10,000 บาทต่อคน ในสถานะเศรษฐกิจที่ค่าเงินเฟ้อและค่าครองชีพปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

	หน่วย	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน				
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	ล้านบาท	1,114	1,162	1,198
ยอดเงินนำส่งเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ล้านบาท	35	36	36
ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ร้อยละ	95	89	94
อัตราเงินเดือนและค่าตอบแทนของพนักงานหญิงต่อชาย (ไม่รวมผู้บริหารระดับสูง)	เท่า	0.89:1	0.90:1	0.90:1
การพัฒนาพนักงาน				
จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน	ชม./คน/ปี	16	14	16
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม/เพื่อการพัฒนาพนักงาน	ล้านบาท	5.8	6	6

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยแนวปฏิบัติเกี่ยวกับค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน ไม่ครบทั้ง 3 ประเด็น

9

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
แนวทาง**ส่งเสริมช่องทางออม**
และสร้างหลักประกันทางการเงิน
สำหรับพนักงาน



แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการ
ออมและสร้างหลักประกันทางการเงินสำหรับ
พนักงาน ที่ครบทั้ง 2 ประเด็น

1. บริษัทมีการจัดตั้ง**กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ**
หรือ สหกรณ์ออมทรัพย์สำหรับพนักงาน
2. จำนวนพนักงานทั้งหมดและ**จำนวน**
พนักงานที่เข้าร่วม หรือ**สัดส่วนการเข้าร่วม**
ของพนักงาน (ร้อยละ)



บุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีพนักงานรวมทั้งสิ้น 1,268 คน แบ่งตามโครงสร้างองค์กร ดังต่อไปนี้

สังกัด	จำนวนพนักงาน (คน)
ผู้บริหาร (Executive)	7
ฝ่ายสื่อสารองค์กร (Corporate Communication Dept.)	5
ฝ่ายจัดหาผลิตภัณฑ์ (Procurement Dept.)	8
ฝ่ายขายและการตลาด (Sales & Marketing Dept.)	109
ฝ่ายโลจิสติกส์ (Logistics Dept.)	481
ฝ่ายโรงงาน (Plant Dept.)	540
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (Human Resources Dept.)	76
ฝ่ายการเงินและบัญชี (Finance & Accounting Dept.)	42
รวม	1,268

ในจำนวน 1,268 คน แบ่งออกเป็นเพศชาย 879 คน เพศหญิง 389 คน

ในปี 2563 บริษัทจ่ายค่าตอบแทนสำหรับบุคลากรดังกล่าว (ไม่รวมผู้บริหาร) ซึ่งประกอบไปด้วย เงินเดือน ค่าแรง ค่าล่วงเวลา โบนัส และเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยไม่รวมค่าใช้จ่ายพนักงานด้านอื่นๆ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 344,675,971.42 ล้านบาท โดยในปี 2563 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเมื่อเทียบกับจำนวนพนักงานทั้งหมด ดังนี้

บริษัท	จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (คน)	สัดส่วนพนักงานเข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ/พนักงานทั้งหมด (%)
บริษัท ทีเอ็มที สตีล จำกัด (มหาชน)	685	68.09%

กรณีระดับคะแนน 'Good':
จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หรือสหกรณ์ออมทรัพย์ แต่ไม่ระบุจำนวนพนักงานที่เข้าร่วม

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผล**การส่งเสริมความรู้และทักษะ**ของพนักงานขององค์กร

บริษัทมีการ**เปิดเผย**

1. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรของบริษัทโดย **ระบุ ชื่อหลักสูตร/โครงการ** เช่น e-learning, โครงการเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring program), โครงการพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership development) เป็นต้น
2. **จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม**เฉลี่ยของพนักงาน/คน/ต่อปี หรือ**จำนวนพนักงาน**ที่ผ่านการฝึกอบรม/ปี



ในปี 2563 บริษัทฯ จัดทำกลยุทธ์สำหรับการยกระดับความสามารถของพนักงานให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งในการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง การพัฒนาพนักงานด้านการเป็นผู้นำ และ Omnichannel Development โดยบริษัทฯ จัดการฝึกอบรมผ่านหลายรูปแบบ ได้แก่ สัมมนา (Workshop) ห้องเรียนออนไลน์ (Virtual Classroom) บทเรียนออนไลน์ (E-Learning) และการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ เป็นต้น

กลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในปี 2563



01 อาชีพการงาน

องค์กรที่มีความหลากหลายทางกลุ่มธุรกิจไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น ฟู้ด ฮาร์ดไลน์ และแบรนด์ชั้นนำ



02 โอกาส

องค์กรที่เต็มไปด้วยโอกาส ที่จะเรียนรู้ หาประสบการณ์ใหม่ ๆ ในสายงานไม่ว่าจะเป็นในประเทศหรือต่างประเทศ



03 ความท้าทาย

ความท้าทายในการร่วมผลักดันธุรกิจที่อยู่ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง เต็มโตอย่างรวดเร็ว และไม่หยุดนิ่ง



04 ความก้าวหน้า

องค์กรที่ไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง



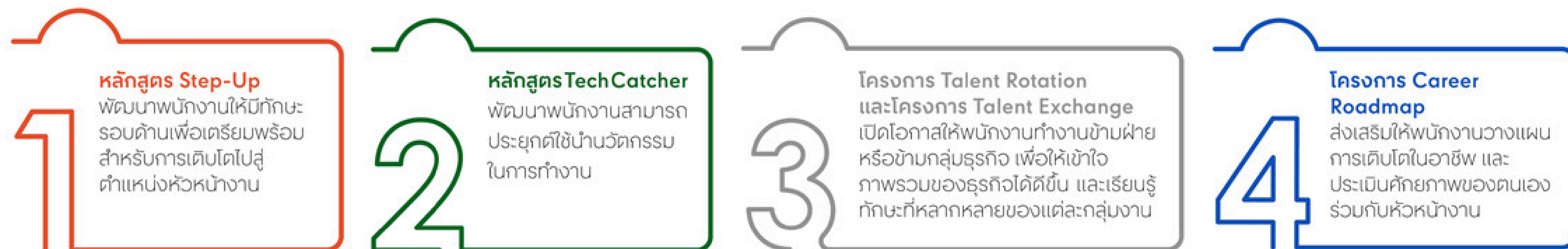
05 สภาพแวดล้อม

องค์กรที่เต็มไปด้วยพนักงานผู้มากประสบการณ์และมีความสามารถ ไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือต่างชาติที่อยู่ในทุกสายอาชีพ

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยข้อมูล แนวปฏิบัติการพัฒนาบุคลากร โดยไม่มีข้อมูลรายละเอียดการดำเนินการ

ผลการดำเนินโครงการในปี 2563

- ผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 84 คน (2 รุ่น)
- นอกเหนือจากโครงการดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ ยังมีหลักสูตรการฝึกอบรมและโครงการพัฒนาทักษะของพนักงานที่หลากหลาย ดังต่อไปนี้



ในปี 2563 บริษัทฯ จัดหลักสูตรอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะและศักยภาพในการทำงานแก่พนักงานจำนวนรวมกว่า 280 หลักสูตร โดยมีจำนวนชั่วโมงอบรมหรือกิจกรรมพัฒนาความรู้เฉลี่ยของพนักงานมากถึง 9.36 ชั่วโมงต่อคนต่อปี รวมถึงการจัดอบรมพนักงาน ให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ระดับผู้บริหารถึงพนักงานทั่วไป



บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
แผนงานและผลการส่งเสริมความ
ปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพ
แวดล้อมในการทำงาน

บริษัทมีการเปิดเผยแนวปฏิบัติเกี่ยวกับแผนงานด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน ที่ครอบคลุมทั้ง 2 ประเด็น

- 1.เปิดเผยถึง**กิจกรรมที่ส่งเสริม**ด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน เช่น การอบรมหนีไฟ การอบรมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น
2. **เปิดเผยสถิติ**การเกิดอุบัติเหตุ/อัตราการหยุดงาน/อัตราการเจ็บป่วย ที่เกิดจากการทำงาน และระบุมาตรการป้องกันและบรรเทาความเสี่ยงจากประเด็นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น อัตราความถี่การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) เป็นต้น
- 3.ในกรณีที่เกิดโรคระบาด บริษัทควรมีมาตรการที่ดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน

3.4.1.3 อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน (Occupational Health and Safety)

บริษัทฯ เล็งเห็นว่าการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยภายในองค์กร การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกในขณะปฏิบัติงาน รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงานมีสุขอนามัยที่ดี จะช่วยสร้างความสุขและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานรวมถึงผู้รับเหมา นอกจากนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี 2563 ถือเป็นอีกความท้าทายหนึ่งที่สร้างความกังวลต่อการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมา เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกต้องติดต่อกับลูกค้าเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ จึงตระหนักถึงความสำคัญของยุทธศาสตร์ในการรับมือและป้องกันการระบาดของไวรัสในสถานที่ทำงาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่พนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ซึ่งเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหาร พนักงานสำนักงาน พนักงานหน้าร้าน รวมถึงผู้รับเหมาที่ปฏิบัติงานให้บริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจโดยไม่ให้เกิดเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเสียหายต่อพนักงานและผู้รับเหมา โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะลดการเกิดอุบัติเหตุจากการปฏิบัติงานให้เป็นศูนย์ โดยได้แต่งตั้งหน่วยงาน Loss of Prevention (LP) ของแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อวางกรอบนโยบายและกำกับดูแลการบริหารอย่างครอบคลุมและเท่าเทียมต่อพนักงานทุกระดับ นอกจากนี้ ในปี 2563 บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ISO45001 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



	 สถิติการเจ็บป่วย เนื่องจาก การปฏิบัติงาน	 สถิติอุบัติเหตุ ไม่ร้ายแรง*	 สถิติอุบัติเหตุ ร้ายแรง ถึงแก่ชีวิต
เซ็นทรัล รีเทล สำนักงานใหญ่	0	3	0
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล	0	27	0
ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน	0	11	0
ซูเปอร์สปอร์ต	0	13	0
เพาเวอร์บาย	0	4	0
เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล**	0	24	0
เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป	0	6	0
โทว์สดูและบ้าน แอนด์ บียอนด์	0	45	0
รวม	0	133	0

หมายเหตุ: * อุบัติเหตุไม่ร้ายแรง เช่น ตกบันได, สลัด และชนประตู เป็นต้น
**ตัวเลขของเซ็นทรัล ฟู้ด รีเทลนี้รวมแพคเกจมาร์เก็ตด้วย

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยข้อมูลกิจกรรมที่ส่งเสริม ด้าน
ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย
หรือ ข้อมูลสิทธิ อย่างใดอย่างหนึ่ง

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
แผนงานและผลการส่งเสริม
ความผูกพันและการรักษาพนักงาน

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลแผนงานและผลการ
ส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงานที่
ครอบคลุมทั้ง 3 ประเด็น

1. **แผนงานที่จะเพิ่มความพึงพอใจ**หรือความ
ผูกพันของพนักงาน เช่น กิจกรรมพนักงาน
สัมพันธ์ เป็นต้น
2. **เปิดเผยอัตราการลาออก**ของพนักงาน
(ร้อยละ)
3. **สัดส่วนความพึงพอใจ**หรือความผูกพันของ
พนักงาน (ร้อยละ)



- สำหรับการประเมินความพึงพอใจของพนักงานภายในสถานประกอบ ในปี 2564 บริษัทมีการประเมินจากสถิติของพนักงานที่ลาออกและการสำรวจเหตุผลที่พนักงานลาออก เพื่อประเมินถึงจำนวนพนักงานที่ไม่พึงพอใจในการร่วมงานกับบริษัท โดย มีสถิติ ดังนี้

ข้อมูลสำหรับปี 2564					
สถานประกอบการ	สำนักงานใหญ่	ช่องสาริกา	ห้วยป่าหวาย	พระพุทธรบาท	รวม
จำนวนพนักงานทั้งสิ้น	25	158	13	52	248
จำนวนพนักงานที่ลาออกระหว่างปี	2	36	-	6	44
จำนวนพนักงานที่ลาออกเนื่องจากไม่พึงพอใจ	-	1	-	-	1
อัตราความไม่พึงพอใจจากการสำรวจโดยการสัมภาษณ์จากพนักงานที่ลาออกคิดเป็น					0.4 %
จำนวนพนักงานที่ลาออกจากสาเหตุความจำเป็นอื่น ๆ	2	35	-	6	43
อัตราการลาออกของพนักงานคิดเป็น					17%

กรณีระดับคะแนน 'Good':
 เปิดเผยแผนงานและผลการส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงาน ไม่ครบทั้ง 3 ประเด็น

บริษัทมีนโยบายเกี่ยวกับการเก็บ
รักษาข้อมูลความลับของลูกค้า

บริษัทเปิดเผยนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่อง
การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่
ครอบคลุมถึง

1. การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าตาม
พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
2. ช่องทางและกระบวนการจัดการเรื่องร้อง
เรียนของลูกค้าเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล



การป้องกันความเป็น ส่วนตัวของข้อมูล

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ได้ทำการจัดเก็บรวบรวม นำไปใช้เปิดเผย และการถ่ายโอนข้อมูลเพื่อใช้ในการให้บริการและซื้อสินค้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการด้านการนำข้อมูลส่วนบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ในการนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงความต้องการและความเหมาะสม บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบ และให้ความสำคัญคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย 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	วัตถุประสงค์การเก็บรวบรวมการใช้ และการเปิดเผยข้อมูล	หน่วยงานหรือบุคคลที่บริษัทฯ อาจเปิดเผยข้อมูลให้
การโอนข้อมูลไปต่างประเทศ	ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล	ความปลอดภัยของข้อมูล
นโยบายคุกกี้	สิทธิในการเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางบริการสำหรับติดต่อเกี่ยวกับสิทธิข้อมูลส่วนบุคคล

CRC

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยนโยบาย หรือช่องทางและกระบวนการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า อย่างใดอย่างหนึ่ง

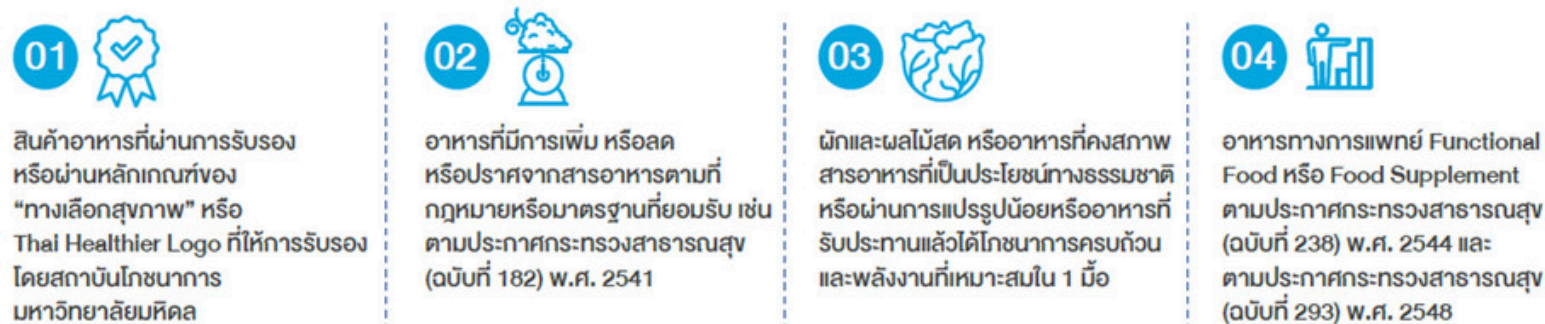
บริษัทพัฒนาสินค้าและบริการที่
ปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัยของ
ลูกค้า/ ผู้บริโภค

1. บริษัทเปิดเผยข้อมูลการให้ความสำคัญต่อความปลอดภัย สุขภาพอนามัยของลูกค้าและ/หรือผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น ครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบ การจัดหาวัตถุดิบ การขนส่ง การให้บริการ เป็นต้น
2. ผลการดำเนินงาน/ โครงการที่แสดงถึงการให้ความสำคัญต่อความปลอดภัย สุขภาพอนามัยของลูกค้าและ/หรือผู้บริโภค เช่น การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การปรับปรุงหรือพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าที่มีความปลอดภัย เป็นต้น



มุ่งมันพัฒนา สรรหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่วางจำหน่ายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ชื่อสินค้า

กล้วยเสื้อม



 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ทิวลิสน์ พันธุ์กล้วยเสื่อ โดยเฉพาะปลูกจากเกษตรกร แหล่งเพาะปลูกจากทางภาคเหนือ ลักษณะของต้นมีอายุกล้วยเสื่อโครงสร้าง
และมีการคัดสรรฝึกทั่วทั้งปรางสมบูรณ์ เต็มเมล็ด ทิวลิสน์ชาติโคเคนที่ความหวาน เน้นมัน กรอบนุ่ม เคี้ยวเพลิน

 ประโยชน์ต่อสุขภาพ

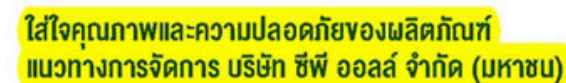
- มีวิตามินบี ช่วยบำรุงระบบประสาท สมอง และบำรุงสายตา
- มีโปรตีนสูง และมีการคละมีในไก่ทั้งที่เป็นตัวอ่อนตัวโต
- มีใยอาหาร ช่วยให้ท้องไม่ผูก ช่วยในเรื่องระบบขับถ่าย
- มีแบคทีเรียสูง ช่วยรักษาสมดุลของออร์โบบิโอฟ และช่วยการทำงานของเอนไซม์ต่าง ๆ ได้ดีขึ้น

 วันที่วางจำหน่าย

16 ตุลาคม 2563

 จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ



บริษัทมีนโยบายให้ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น มุ่งสู่ “ร้านอิมเมตค” ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยมุ่งเน้นความสำคัญของความสะอาด การรักษาสวัสดิ์ขณะ ตลอดจนความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องความปลอดภัยของอาหาร เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า จะมีความปลอดภัยและเชื่อถือได้ ไม่เพียงเท่านั้น บริษัทยังกำหนดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและมาตรฐานร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ดังนี้

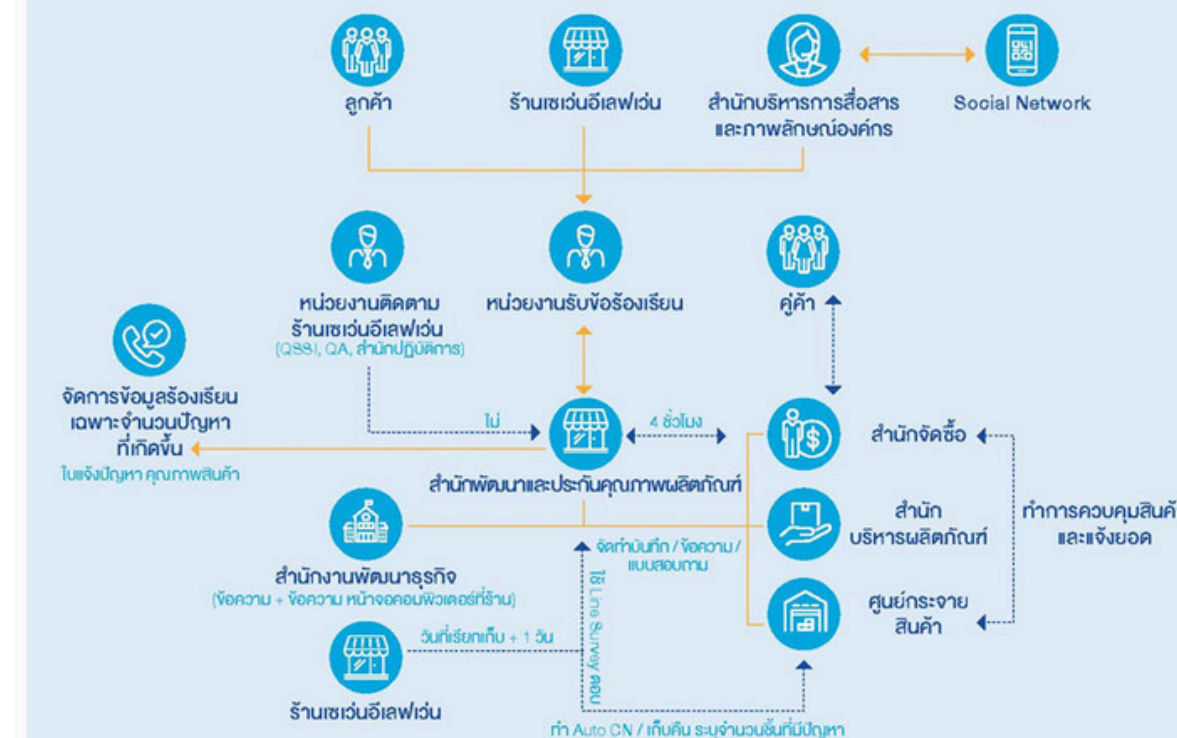
- หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานระบบร้านคุณภาพ (QSSI)
 - ทำหน้าที่ตรวจสอบการจัดการด้านบริการและคุณภาพสินค้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบเป็นประจำทุกเดือน
- หน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้า (QA) ภายใต้สำนักพัฒนาและประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (PDQA)
 - ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานการปรับปรุงคุณภาพสินค้า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

กระบวนการเรียกคืนสินค้า



เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ หน่วยงานประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (QA) ร่วมกับ Contact Center จึงได้มีการดูแลและตรวจสอบหรือประเมินอย่างรอบด้าน โดยเจ้าหน้าที่ระบบอีเมลฟีดแบ็ก และเจ้าหน้าที่ทำการรายงานกลับมายังหน่วยงาน ตลอดจนจัดทำมีการตรวจสอบจากหน่วยงานอื่น ๆ ตามชนิดของผลิตภัณฑ์ และตรวจสอบไปยังร้านค้าที่เกี่ยวข้องด้วย

แผนผังกระบวนการเรียกคืนสินค้า



กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยแนวทาง หรือผลการพัฒนาสินค้า หรือบริการที่ปลอดภัยต่อลูกค้า อย่างใดอย่างหนึ่ง

3.4.5 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการออกแบบสินค้าที่มุ่งเน้นคุณภาพชีวิต

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการออกแบบ พัฒนาและควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งการให้บริการหลังการขาย ที่สามารถส่งมอบคุณค่าด้านคุณภาพชีวิตได้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่น และเกิดความพึงพอใจสูงสุด จึงได้กำหนดแนวปฏิบัติด้านการพัฒนาสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นคุณภาพชีวิต ดังนี้

- 1. ศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค รับรู้และเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค ตลอดจนการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคและสมาชิกในครอบครัว เพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบสินค้าให้มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต (Lifestyle) ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตของกลุ่มเป้าหมาย เช่น บ้านที่ออกแบบให้เข้ากับวิถี New Normal และบ้านที่ออกแบบเพื่อรองรับความต้องการหลากหลายของสมาชิกในบ้าน
- 2. จัดหาวัสดุและวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีการกำหนดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าที่ครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การปฏิบัติทางธุรกิจต่อกันอย่างเป็นธรรม
- 3. ออกแบบสินค้าและบริหารจัดการตรวจสอบสินค้าที่แหล่งผลิต วัสดุก่อนการผลิต Mass Product ตามแนวคิด Convenience, Security and Safety โดยมีขั้นตอนการตรวจสอบการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และให้สินค้าที่ส่งมอบต่อลูกค้ามีคุณภาพดีที่สุด ตั้งแต่การตรวจแบบการผลิต วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต การดำเนินการผลิต และการตรวจสอบหลังผลิต ให้สมบูรณ์ จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่รับผิดชอบร่วมกัน

เทคโนโลยี AirPlus Square

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะสร้างชีวิตที่ดีกว่าให้กับลูกบ้าน บริษัทจึงให้ความสำคัญกับคุณภาพอากาศภายในบ้านซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า นวัตกรรม AirPlus Squire (PM2.5 Control) เป็นการพัฒนาและต่อยอดมาจากเทคโนโลยี AirPlus เดิม โดยการพัฒนาี้ระบบจะสามารถเติมอากาศใหม่เข้าไปในบ้าน อากาศภายในบ้านจึงเกิดการถ่ายเทและหมุนเวียน รวมทั้งมีการกรองฝุ่นด้วยแผ่นกรองอากาศ HEPA Filter (High Efficiency Particulate air Filter) ซึ่งสามารถกรองฝุ่นที่มีอนุภาคเล็กได้ถึง 0.3 ไมครอน และฝุ่น PM2.5 โดยระบบอัตโนมัติจะทำงานเมื่อพบว่าปริมาณฝุ่นในอากาศสูงขึ้นตามที่ได้ตั้งค่าไว้

นอกจากนี้ AirPlus Square ยังมีพัดลมที่ช่วยถ่ายเทอากาศเก่าออกไป โดยการควบคุมของเซ็นเซอร์สำหรับตรวจวัดปริมาณฝุ่นจากทั้งภายใน

และภายนอกตัวบ้าน การถ่ายเทของอากาศจึงมีความสอดคล้องกับสภาพอากาศในแต่ละช่วงเวลา อากาศภายในบ้านสดและใหม่อยู่เสมอ ช่วยลดการสะสมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ภายในบ้าน ระบายความชื้น กลิ่นอับ และสารอินทรีย์ระเหยง่าย (TVOC) และส่งผลให้อุณหภูมิภายในตัวบ้านลดลงอย่างน้อย 1-2 องศา ลูกบ้านจึงสามารถมั่นใจได้ถึงคุณภาพอากาศที่ดีสำหรับทุกคนในครอบครัว ทั้งยังช่วยประหยัดพลังงานจากการเปิดเครื่องปรับอากาศ ต่อเนื่องถึงการลดค่าใช้จ่ายจากการใช้พลังงานอีกด้วย ในขณะเดียวกัน บริษัทสามารถสร้างโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจต่อไปจากการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทให้เกิดเป็นการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าและผู้บริโภค

ความรับผิดชอบต่อลูกค้า

1) ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นคุณภาพชีวิต

รายการ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
สัดส่วนของข้อร้องเรียนที่ได้รับการจัดการ (ร้อยละ)	99.11	99.65	99.44

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยแนวทาง หรือผลการพัฒนาสินค้า หรือบริการที่ปลอดภัยต่อลูกค้า อย่างใดอย่างหนึ่ง

บริษัทให้ข้อมูลรายละเอียดของ
สินค้าและบริการอย่างถูกต้อง
ครบถ้วน

บริษัทเปิดเผยความรับผิดชอบต่อการให้ข้อมูล
ของสินค้าและบริการครอบคลุมทั้ง 2 ประเด็น

1. **แนวปฏิบัติเรื่องการสื่อสารข้อมูล**ของสินค้า/
บริการไปถึงลูกค้า/ผู้บริโภค เช่น การจัดทำจรรยา
บรรณ ในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น
2. **วิธีการสื่อสารข้อมูล**สินค้า/บริการที่ระบุรายละเอียด
ที่สำคัญ เช่น จลาคสินค้า เอกสารแสดง
คุณสมบัติของสินค้า/บริการ เอกสารประกอบการ
ใช้งาน การจัดทำโฆษณาที่ตรงตามลักษณะ/
คุณสมบัติของสินค้า/บริการ เป็นต้น



2. กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

2.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (รวมถึงที่แก้ไขเพิ่มเติม) (“พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค”) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสิทธิของผู้บริโภคและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ เพื่อรักษาความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคซึ่งภายใต้พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค ได้กำหนดหลักเกณฑ์เพื่อรักษาสิทธิของผู้บริโภค เช่น

(1) การกำหนดช่องทางเพิ่มเติมสำหรับผู้บริโภคในการร้องเรียนปัญหาต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีที่มีกฎหมายอื่นกำหนดในเรื่องการร้องเรียนใด ๆ ไว้เฉพาะและปรากฏว่าเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายดังกล่าวยังมีได้ดำเนินการภายใน 90 วันนับจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งตามกฎหมายนั้นๆ หรือในกรณีที่มีความจำเป็นเร่งด่วนอันมีอาจปล่อยให้เนิ่นช้าออกไปได้ เป็นต้น

(2) การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านโฆษณา โดยการโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น ข้อความที่เกินความจริง และข้อความที่ทำให้เกิดการเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

(3) การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลาก โดยกำหนดลักษณะของฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากจะต้องใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น รวมถึงระบุชื่อของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าสถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า ข้อความที่แสดงประเภทสินค้า รวมถึงราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำและข้อความจำเป็นอื่น ๆ

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยแนวปฏิบัติเรื่องการสื่อสารข้อมูล
หรือวิธีการสื่อสารข้อมูลสินค้า/บริการ
อย่างใดอย่างหนึ่ง

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ**แผน
บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า**
และมีการประเมินผลความพึง
พอใจของลูกค้า

บริษัทเปิดเผย

1. **แผนการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า**
2. การกำหนด**เป้าหมายเชิงปริมาณ**ในการ
พัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า
3. **ผลประเมินความพึงพอใจ**ของลูกค้า (ร้อยละ)



การบริหารจัดการข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน

เพื่อยกระดับการให้บริการ ธนาคารได้กำหนดช่องทางที่หลากหลายในการรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และการให้บริการของธนาคาร เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคทางการเงิน อีกทั้งได้กำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา จัดการเรื่องร้องเรียน และการชดเชยเยียวยาที่มีความชัดเจน รวดเร็ว เป็นอิสระมีประสิทธิภาพ ยุติธรรม โดยมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์รับผิดชอบดูแล ทำหน้าที่ประสานงานแก้ไขปัญหา ติดตามความคืบหน้า ตลอดจนเยียวยาชดเชยอย่างเป็นธรรม ในกรณีที่ลูกค้าแจ้งเข้ามาว่าไม่พึงพอใจต่อการบริการในบางช่องทาง ธนาคารจะทำการ

ติดต่อกลับเพื่อขอรายละเอียดเพิ่มเติมและนำกลับมาปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป นอกจากนี้ ธนาคารมีการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ วิเคราะห์ บันทึกสาเหตุของปัญหา เพื่อนำผลร้องเรียนไปปรับปรุงแก้ไข พัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ รวมถึงติดตามความคืบหน้าในการแก้ไข
ต่อคณะกรรมการและ
(ดูรายละเอียดเพิ่มเติม:
ข้อร้องเรียน หน้า 34 -

การประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า

กลุ่มธุรกิจ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า จึงให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าควบคู่กับการสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคมเป็นสำคัญ และได้จัดให้มีการประเมินความพึงพอใจ

ของลูกค้าและคู่ค้าที่มาใช้บริการผ่านช่องทางต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจ เป็นประจำทุกปี เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการและการพัฒนาธุรกิจ

ผลการดำเนินงานด้านการจัดการข้อร้องเรียน

สัดส่วนช่องทางรับเรื่องร้องเรียน



KKP
Contact Center
ร้อยละ 78



KK Biz
Contact Center
ร้อยละ 0



Customer
Care Center
ร้อยละ 0



ช่องทาง
Social Onl
ร้อยละ 11

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการผ่านสาขานาการ

	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	
				เป้าหมาย	ผลดำเนินการจริง
ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการผ่านสาขาทุกแห่งของธนาคาร (ร้อยละ)	94.68	94.98	94.99	90.00	96.25

หมายเหตุ : ประเมินความพึงพอใจด้วยวิธีการ call survey

KKP

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผย แผนพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า เป้าหมาย และผลประเมินความพึงพอใจ ไม่ครบทั้ง 3 ประเด็น

บริษัทเปิดเผยแนวปฏิบัติการจัด
ซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม
และไม่เลือกปฏิบัติ

บริษัทเปิดเผยแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างอย่าง
โปร่งใส เป็นธรรม ที่ระบุหลักเกณฑ์ในการจัดซื้อ
จัดจ้าง เช่น แนวทางในการคัดเลือกคู่ค้าที่มี
ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จัดซื้อ
สินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน มีการส่งมอบ
สินค้าและบริการตรงตามเวลา ไม่มีการทำผิด
กฎหมายด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

3. คู่ค้า

บริษัท มีกระบวนการในการคัดเลือกคู่ค้า
โดยการให้คู่ค้าแข่งขันบนข้อมูลที่เท่าเทียมกับ
และคัดเลือกคู่ค้าด้วยความยุติธรรมภายใต้
หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้า
ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัท ยังได้จัดทำ
รูปแบบสัญญาที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่
คู่สัญญาทุกฝ่าย และจัดให้มีระบบติดตามเพื่อ
ให้มั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของ
สัญญาอย่างครบถ้วน และป้องกันการทุจริตและ
ประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการ
จัดหา โดยบริษัท ซื้อสินค้าจากคู่ค้าตามเงื่อนไข
ทางการค้า ตลอดจนปฏิบัติตามสัญญาต่อคู่ค้า
อย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งเก็บรักษาข้อมูลของ
คู่ค้า และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์โดยมิชอบ

1.2.4 การจัดหาสินค้าสินค้าคงเหลือ และการกระจายสินค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัท มี
เครือข่ายซัพพลายเออร์มากกว่า 15,000 ราย
ซึ่งซัพพลายเออร์ 20 รายแรกของกลุ่มบริษัท
จัดหาสินค้าให้แก่ทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจของกลุ่ม
บริษัท ซึ่งทำให้สินค้ามีความหลากหลาย
เพียงพอและเป็นการลดความเสี่ยงจากการ
กระจุกตัวในการจัดหาสินค้า ทั้งนี้ สำหรับ
งวดปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ไม่มี
ซัพพลายเออร์รายใดที่จำหน่ายสินค้าให้
กลุ่มบริษัท คิดเป็นสัดส่วนเกินร้อยละ 10 ของ
มูลค่ายอดซื้อรวมของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้
กลุ่มบริษัท เชื่อว่ากลุ่มบริษัท มีความสัมพันธ์
ที่ดีและมั่นคงกับซัพพลายเออร์เนื่องจากกลุ่ม
บริษัท ให้ความสำคัญกับซัพพลายเออร์
ทุกรายและกลุ่มบริษัท เชื่อว่ากลุ่มบริษัท
เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่เชื่อถือได้ มีความ
ยุติธรรม และมีเหตุผล ทำให้ความสัมพันธ์
กับซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัท
มีระยะเวลายาวนานกว่า 15 ปี

(1) การคัดเลือกและความสัมพันธ์กับ ซัพพลายเออร์

กลุ่มบริษัท เข้มงวดกับการคัดเลือก
ซัพพลายเออร์ และปกติกลุ่มบริษัท มักได้รับ
ข้อเสนอจากซัพพลายเออร์และแบรนด์ต่าง ๆ
เกินกว่าความต้องการของกลุ่มบริษัท ในการ
คัดเลือกซัพพลายเออร์ กลุ่มบริษัท จะพิจารณา
ปัจจัยต่าง ๆ อย่างถี่ถ้วน เช่น คุณภาพ ความน่า
เชื่อถือ และปริมาณการขายสินค้า ตลอดจน
ปัจจัยเสริมอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการพิจารณา
ว่าแบรนด์ดังกล่าวเหมาะกับบริบทและ
อยู่ในระดับราคาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
ของกลุ่มบริษัท หรือไม่พิจารณาสถานะ

ทางการเงินและวิธีการดำเนินงานของ
ซัพพลายเออร์ดังกล่าว และการสนับสนุนสินค้า
โอท็อปและธุรกิจเอสเอ็มอีก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัย
ที่กลุ่มบริษัท ใช้ในการพิจารณาซัพพลายเออร์
โดยกลุ่มบริษัท มักจะได้รับการประกันการชดใช้
ค่าสินไหมทดแทนสำหรับการซื้อสินค้าจาก
ซัพพลายเออร์ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนด
ที่เป็นมาตรฐาน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท
ยังกำหนดให้ซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่ปฏิบัติตาม
ข้อตกลงมาตรฐานในการซื้อ-ขายสินค้าของ
กลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัท คาดหวังว่า
ซัพพลายเออร์ผู้จัดหาสินค้าจะเข้าใจแนวทาง
ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท และมีความ
มุ่งมั่นที่จะเติบโตไปพร้อมกับกลุ่มบริษัท
ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท จะบริหารความสัมพันธ์
กับซัพพลายเออร์ในระดับหน่วยธุรกิจ และ
เนื่องจากธุรกิจของกลุ่มบริษัท มีขนาดใหญ่
ทำให้กลุ่มบริษัท มีอำนาจต่อรองกับ
ซัพพลายเออร์ เช่น ในกรณีที่สินค้าประเภท
เดียวกันวางขายในร้านค้าของสองหน่วย
ธุรกิจขึ้นไป กลุ่มบริษัท จะเจรจาให้ได้ราคา
ข้อตกลง และเงื่อนไขในการซื้อสินค้าที่เป็น
ประโยชน์ต่อกลุ่มบริษัท ให้ดียิ่งขึ้น เป็นต้น

ซัพพลายเออร์ทุกรายที่จัดหาสินค้าในกลุ่มผู้
จะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กลุ่มบริษัท
กำหนดในเรื่องต้นทุน การกำหนดคุณภาพ
และคุณลักษณะของสินค้าแผนการตลาดกำลัง
การผลิต การเก็บสินค้า และการจัดส่งสินค้า
อีกด้วย ต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในการดำเนิน
ธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ตลอดจนมาตรฐาน
ความปลอดภัยอาหารของกลุ่มบริษัท และ
ตามที่กฎหมายหรือกฎเกณฑ์กำหนด
นอกจากนี้ ซัพพลายเออร์ทุกรายของกลุ่ม
บริษัท จะต้องรับผิดชอบต่อลูกค้าโดยตรงในบาง
กรณีโดยเป็นไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายคุ้มครอง
ผู้บริโภคกำหนด

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
แนวทางการส่งเสริมศักยภาพและ
ความสามารถในการดำเนินธุรกิจ
อย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้า

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล

1. **นโยบายหรือการปฏิบัติ**เกี่ยวกับการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถของคู่ค้า เช่น การร่วมมือพัฒนาสินค้า บริการ และนวัตกรรมซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทและคู่ค้า เป็นต้น
2. **แผนงานที่จะพัฒนา**และยกระดับศักยภาพคู่ค้า เช่น การจัดอบรม/สัมมนา เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของคู่ค้า การร่วมมือพัฒนาสินค้า บริการ และนวัตกรรม เป็นต้น
3. **ผลการดำเนินงาน**จากการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้าที่แสดงให้เห็นถึง**ความสำเร็จของโครงการ**ที่พัฒนาร่วมกับคู่ค้าซึ่งอาจเป็นผลลัพธ์ในเชิงปริมาณหรือคุณภาพก็ได้

เป้าหมายด้าน
ความยั่งยืน

100%

ของคู่ค้าที่ยอมรับ และปฏิบัติตาม
ตามแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

100%

ของคู่ค้ารายใหม่เข้ารับการตรวจ
ประเมินก่อนการซื้อขายด้วยปัจจัย
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม
และหลักธรรมาภิบาล (ESG)



การพัฒนาความร่วมมือ
(Disclosure 102-12, 404-2, 406-1, 413-1)



ABLE ACADEMY

สถาบันฝึกอบรมวิชาชีพงานสร้าง และงานซ่อม เพื่อสร้างมาตรฐานงานฝีมือก่อสร้าง
และการบริการ อีกทั้งส่งเสริมคุณภาพชีวิตของสังคมไทยด้วยการยกระดับช่าง
ฝีมือทั้งคนไทย และต่างชาติ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย หรือข้อผูกมัดใดๆ อบรมช่าง
8 หลักสูตรมาตรฐาน และ 3 หลักสูตร ได้แก่ ความปลอดภัย จรรยาบรรณวิชาชีพ
และการประเมินราคา ให้กับช่างฝีมือจำนวน 500 คน (Disclosure 404-2)

80%

คะแนนสอบวัดผลหลัง
การฝึกอบรม
(เกณฑ์ผ่านการอบรม 80%)



90%

คุณภาพงานช่างประเมิน
หลังเข้าอบรม
(เกณฑ์คุณภาพ 80%)

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการ
ส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็น
มิตรต่อสิ่งแวดล้อม
(Green Procurement)

บริษัทมีการเปิดเผย กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง
โดยละเอียดตามแนวทางที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
เช่น สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ชื่อสินค้า
จากบริษัทที่ได้รับ ISO:14001 หรือมี
กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ตามหลักการ Green
Procurement เป็นต้น



การเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เมื่อออกแบบโครงการที่พักอาศัย บริษัท จะกำหนดวัสดุและวัตถุดิบสำหรับการก่อสร้างให้คู่ค้าควบคู่ไปด้วย โดยต้องมีคุณภาพ มีราคาที่เหมาะสม สามารถส่งมอบได้ตามเวลา และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุประเภท upcycle และ recycle ต่าง ๆ โดยในปี 2565 บริษัท มีมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green procurement) คิดเป็น 22% ของมูลค่าการจัดซื้อทั้งหมดของปี 2565

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยเฉพาะกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างทั่วไป เท่านั้น

3.3.2 แนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

การออกแบบอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน บริษัท ให้ความสำคัญต่อความสอดคล้องของสภาพแวดล้อมในภาพรวมของโครงการเพื่อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่รูปแบบสถาปัตยกรรมของที่พักอาศัย สาธารณูปโภค อาคารสโมสร ถนน และส่วนต่าง ๆ ในโครงการโดยนำแนวคิด “เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น” เป็นพื้นฐานสำหรับการออกแบบบ้านที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ตลอดจนการกำหนดวัตถุดิบสำหรับใช้ก่อสร้าง มีการออกแบบเพื่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุดผ่านการคัดเลือกวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับการก่อสร้าง ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของลูกบ้านทุกคนร่วมไปกับการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมโดยบริษัท จะออกแบบสินค้าและคัดเลือกการใช้วัสดุที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น

- เลือกการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปคอนกรีตเสริมเหล็ก (Precast) ที่ผลิตมาจากโรงงานและนำมาประกอบที่หน้างาน เนื่องจากการก่อสร้างด้วยวิธีการดังกล่าวสามารถช่วยลดภาระด้านมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นระหว่างโครงการก่อสร้างได้ ซึ่งบริษัท มีการก่อสร้างด้วยวิธีการนี้ มากกว่า 80% ของการก่อสร้างในโครงการทั้งหมด
- ติดตั้งฝักระแนงใต้หลังคาเพื่อระบายอากาศบริเวณรอบชายคาให้อากาศร้อนที่สะสมอยู่บริเวณใต้กระเบื้องหลังคาสามารถระบายออกไปได้อย่างสะดวก
- เลือกวัสดุที่เป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ในอาคารและที่พักอาศัย ในลักษณะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (reuse) หรือรีไซเคิลได้
- เลือกวัสดุที่เป็น upcycle มาใช้ในส่วนต่าง ๆ เช่น โครงสร้างประตู ลูกนอนบันได รวมถึงเลือกและกำหนดการใช้อุปกรณ์ที่สนับสนุนการประหยัดการใช้ทรัพยากรและพลังงานสำหรับที่พักอาศัย เช่น

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
การปฏิบัติต่อเจ้าหนี้
อย่างมีความรับผิดชอบ

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล

1. **นโยบาย**เกี่ยวกับการปฏิบัติที่เป็นธรรมและรับผิดชอบต่อเจ้าหนี้ โดยเฉพาะเรื่อง **เงื่อนไขคำประกัน การบริหารเงินทุน และ** **มาตรการป้องกันการผิดนัดชำระหนี้** เป็นต้น
2. **แนวปฏิบัติ**เกี่ยวกับเจ้าหนี้ เช่น การปฏิบัติตามเงื่อนไขการชำระคืนเงินกู้ เงื่อนไขคำประกัน การบริหารเงินทุน และกรณีที่เกิดการผิดนัดชำระหนี้ เป็นต้น



6. เจ้าหนี้

บริษัทฯ จะปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อกำหนดต่าง ๆ ของสัญญาและพันธะทางการเงินอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการชำระคืนเงินต้น ดอกเบี้ย และการดูแลหลักประกันต่าง ๆ ภายใต้สัญญาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนไม่ใช้วิธีการที่ไม่สุจริตปกปิดข้อมูลหรือข้อเท็จจริง อันจะทำให้เจ้าหนี้เกิดความเสียหาย กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ต้องรีบแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยข้อมูล นโยบาย หรือการปฏิบัติเรื่องการปฏิบัติต่อเจ้าหนี้อย่างเป็นธรรม อย่างใดอย่างหนึ่ง

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
การปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างรับผิดชอบ

บริษัทเปิดเผย

1. นโยบายและแผนการเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างรับผิดชอบ เช่น การไม่ทำข้อตกลงกับคู่แข่งหรือผู้ประกอบธุรกิจอื่นที่เป็นการผูกขาดหรือลดการแข่งขันในตลาด การไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีที่ไม่สุจริต เป็นต้น
2. รายงานผลการปฏิบัติในปีที่ผ่านมา เช่น ระบุว่าไม่มีข้อพิพาทกับคู่แข่ง เป็นต้น



4. นโยบายด้านการปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า

บริษัทจะปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม เช่น การจ่ายเงินสินจ้างให้แก่พนักงานของคู่แข่ง เป็นต้น และไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย

คู่แข่งทางการค้า เอ็กโกให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมต่อทุกฝ่าย โดยกระบวนการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชัน ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่เหมาะสม เช่น การจ่ายเงินสินจ้างให้แก่พนักงานของคู่แข่ง และไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย ในปี 2563 ไม่ปรากฏข้อพิพาทฟ้องร้องระหว่างเอ็กโกและบริษัทย่อยกับคู่แข่งทางการค้า

EGCO

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยนโยบายหรือการปฏิบัติ แต่ไม่ได้เปิดเผยผลการปฏิบัติ ต่อคู่แข่งในปีที่ผ่านมา

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
แผนส่งเสริม**การมีส่วนร่วมและ**
พัฒนาชุมชนและสังคม ที่เกี่ยวข้องกับ
กับธุรกิจ

บริษัทเปิดเผย

1. **นโยบาย** เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน และสังคม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ
2. **แผนงาน** ในการพัฒนาให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนหรือแก้ไขปัญหของสังคม



3.4.2 ผลการดำเนินงานด้านสังคม

กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

(One Report)

การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนให้มีความแข็งแกร่ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และต่อยอดการเป็นคู่ค้าทางธุรกิจในการสรรหา ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัทฯ อีกทั้ง ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

8. ชุมชน สังคมและ สิ่งแวดล้อม

บริษัทใส่ใจและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของ
ผู้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทและส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทมีจิตสำนึก
และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบ
ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม
ต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างและรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่
บริษัทดำเนินกิจการอยู่

(Code of conduct)

CRC

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยข้อมูลนโยบาย หรือแผนงานในการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนและสังคม อย่างใดอย่างหนึ่ง

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ อีกทั้งเพื่อส่งเสริมการค้าเป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ในระยะยาว

กลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน

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

การพัฒนาชุมชนจะต้องอยู่บนความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่ จึงได้มีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจความต้องการและความคาดหวังจากชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมทั้งประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และนำข้อคิดเห็นของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียมาพัฒนาเป็นแนวทางในการดำเนินการ

บริษัทฯ ดำเนินงานด้านการรับผิดชอบต่อสังคมผ่าน “โครงการ เชื้อนครัลทำ” ซึ่งเป็นโครงการที่พนักงานทุกระดับในเครือเชืนครัลมีส่วนร่วม ภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Values: CSV) เพื่อให้ชุมชนและบริษัทฯ สามารถเติบโตไปพร้อมกัน ทั้งนี้ ในปีนี้ โครงการที่โดดเด่นที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน ได้แก่ โครงการชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีชีวิตแม่ทา และโครงการวิสาหกิจชุมชนเมล็ดพันธุ์ใหญ่ร่วมใจพัฒนา 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

เชียงใหม่

ท่องเที่ยววิถีชุมชน
แม่ทาวอร์เกนิก

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. วิสาหกิจชุมชนเมล็ดพันธุ์ใหญ่ร่วมใจพัฒนา

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงศักยภาพของเกษตรกรของวิสาหกิจชุมชนเมล็ดพันธุ์ใหญ่ร่วมใจพัฒนาในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของตลาด ดังนั้น บริษัทฯ จึงสนับสนุนปัจจัยการผลิตให้กับวิสาหกิจชุมชนเมล็ดพันธุ์ใหญ่ร่วมใจพัฒนา ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ใน อ.ลาดบัวหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา โครงการนี้ได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทฯ 4,205,128 บาท สำหรับการสร้างโรงคัดแยกบรรจุสินค้า และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยจัดสร้างห้องฝึกอบรมการปลูกเมล็ดพันธุ์ในโรงเรือน ให้เป็น Learning Center นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังปรับปรุงภูมิทัศน์ จัดการด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างคาเฟ่ เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมด้านการตลาดและช่องทางการขาย โดยบริษัทฯ ได้นำเมล็ดจากวิสาหกิจชุมชนเมล็ดพันธุ์ใหญ่ร่วมใจพัฒนา มาจำหน่ายที่ร้าน ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ภายใต้แบรนด์ “Smile Melon” ซึ่งเป็นการกระจายรายได้กลับคืนสู่ชุมชนและได้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่รับประทานสินค้าที่มีคุณภาพดี

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลการดำเนินงาน หรือ
โครงการ ที่บริษัทเป็นผู้ดำเนินการ
เองหรือร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร
ในการพัฒนาชุมชนและสังคม

บริษัทเปิดเผย

1. ข้อมูล**การวิเคราะห์ผล**ที่คาดว่าจะชุมชน/สังคม
และบริษัทจะได้รับจากการดำเนินกิจกรรม
หรือโครงการพัฒนาชุมชนและสังคม
2. การ**นำเสนอกิจกรรมที่ได้จัดขึ้น**/เข้าไปมีส่วน
ร่วมกับชุมชน/สังคมในปีที่ผ่านมา



ส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี

บริษัทมุ่งดำเนินงานการส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง 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

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

โครงการกล้วยหอมทอง

โครงการกล้วยหอมทอง เป็นโครงการที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 โดยดำเนินการสนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ตั้งแต่การทำสื่อการสอนให้ความรู้แก่เกษตรกร ส่งเสริมการปลูกอย่างมีมาตรฐาน สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา การแปรรูป ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่น



การอบรมให้ความรู้เกษตรกรนำร่อง



ส่งเสริมการเพาะปลูกที่มีมาตรฐาน สามารถตรวจสอบได้



ให้ความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษา



ส่งเสริมการแปรรูปกล้วยที่ปลอดภัยตามกำหนด



เพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าผ่านเซเว่นอีเลฟเว่น

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

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



รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นของ SMEs และเกษตรกร เพิ่มขึ้น 776,282 บาท หรือ เพิ่มขึ้น 3.61 เท่า (เปรียบเทียบก่อนเข้าร่วมโครงการ)



จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ลดลงร้อยละ 7.8 (เปรียบเทียบจากปี 2562) พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.5 (เปรียบเทียบจากปี 2562)



ผลผลิตกล้วยหอมทองเข้าสู่ตลาดกว่า 275,000 ลูกต่อวัน หรือมากกว่า 100 ล้านลูกต่อปี คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ 865 ล้านบาท



ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

- สร้างรายได้ที่มั่นคง
- เพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตร
- พัฒนาฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตร



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



ผลกระทบด้านสังคม

- สร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกกล้วย
- สร้างอาชีพถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น
- การพึ่งพาตนเองแบบยั่งยืนของชุมชน เกิดเป็นกลุ่มเกษตรกรเข้มแข็ง มีความสามารถในการแข่งขัน
- สุขภาพที่ดีขึ้นของชุมชน เนื่องมาจากการลดการใช้สารเคมี



คุณค่าทางสังคม

- สร้างงาน และสร้างอาชีพให้กับชุมชน โดยส่งเสริมให้โรงคัดบรรจุแต่ละภูมิภาคสามารถรับกล้วยหอมทองได้จากเกษตรกรในพื้นที่ เป็นการกระจายรายได้และอาชีพไปยังชุมชน
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสามารถขยายโรงคัดบรรจุครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อส่งกล้วยหอมทองให้กับร้านเซเว่นอีเลฟเว่นกว่า 12,432 สาขา คิดเป็นมูลค่า 865 ล้านบาท



ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

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



คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม

- การใช้สารเคมีที่เหมาะสมในปริมาณที่ปลอดภัย ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยชีวภาพ และชีวภัณฑ์ ทำให้การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมีลดลงกว่าร้อยละ 50 ลดต้นทุนให้กับเกษตรกร 600 บาทต่อไร่
- ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากขึ้น
- ช่วยรักษาคุณภาพดิน

การประเมินและวัดผลกระทบทางธุรกิจ

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



โครงการกล้วยหอมทองก่อให้เกิด

ผลกระทบเชิงบวก > ผลกระทบเชิงลบ

42 เท่า

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยข้อมูลบทวิเคราะห์ผลการดำเนินโครงการพัฒนาชุมชน หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้น อย่างใดอย่างหนึ่ง

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
นโยบายและแนวปฏิบัติ**การแจ้ง
เบาะแส การจัดการข้อร้องเรียน**
ช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน และ
การคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

บริษัทเปิดเผย

1. **นโยบาย**การแจ้งเบาะแส/ข้อร้องเรียน ของ
บริษัท
2. **ช่องทาง**ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถ
แจ้งเบาะแส/ร้องเรียน เช่น ไปรษณีย์ /
อีเมล / โทรศัพท์ / เว็บไซต์
3. **กระบวนการในการจัดการ**กับเรื่องที่ได้รับ
การแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน
4. **แนวทางในการปกป้อง**/คุ้มครองผู้แจ้ง
เบาะแส/ร้องเรียน

ช่องทางการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด หรือข้อร้องเรียน

คณะกรรมการบริษัท จัดให้มีกระบวนการจัดการและช่องทางในการรับแจ้งเบาะแส และ/หรือข้อร้องเรียนทุกรูปแบบ จากผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทุกกลุ่ม โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

ติดต่อกรรมการอิสระ

ทางอีเมล : independentdirectors@gfpt.co.th
 โทรศัพท์ : 0 2473 8398
 ทางไปรษณีย์ : กรรมการอิสระ
 บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)
 อาคารจีเอฟพีที ชั้น 18
 312 ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด
 เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150

ติดต่อกรรมการบริษัท

ทางอีเมล : bod@gfpt.co.th
 โทรศัพท์ : 0 2473 8398
 ทางไปรษณีย์ : กรรมการบริษัท
 บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)
 อาคารจีเอฟพีที ชั้น 18
 312 ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด
 เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150

ติดต่อคณะกรรมการสรรหา พิจารณาคำตอบแทน และกำกับดูแลกิจการ

ทางอีเมล : nrgc@gfpt.co.th
 โทรศัพท์ : 0 2473 8398
 ทางไปรษณีย์ : คณะกรรมการสรรหา พิจารณาคำตอบแทน
 และกำกับดูแลกิจการ
 บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)
 อาคารจีเอฟพีที ชั้น 18
 312 ถนนพระรามที่ 2 แขวงบางมด
 เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150

โดยเมื่อกรรมการอิสระ กรรมการบริษัท คณะกรรมการสรรหา พิจารณาคำตอบแทน และกำกับดูแลกิจการ หรือช่องทางอื่นใดที่ได้รับแจ้งเบาะแส หรือรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ จากผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ บริษัทฯ จะทำการพิจารณาเบื้องต้นว่า เรื่องที่ได้รับร้องเรียนเข้าข่ายประเภทใด หากเรื่องที่ร้องเรียนเกี่ยวข้องกับหลักธรรมาภิบาล และจริยธรรมการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หน่วยงานที่รับเรื่องร้องเรียน จะดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการสรรหา พิจารณาคำตอบแทน และกำกับดูแลกิจการ พิจารณาดำเนินการ รวบรวมหลักฐาน สืบค้นข้อมูล และพิจารณาตัดสินเรื่องนั้น ๆ ต่อไป หรือหากข้อร้องเรียนดังกล่าวเข้าข่ายการกระทำผิด ทูจริต (Fraud) หรือคอร์รัปชัน (Corruption) หน่วยงานที่รับเรื่องจะดำเนินการประสาน เสนอเรื่องให้หน่วยงานตรวจสอบภายในร่วมดำเนินการ และนำเสนอแก่คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาต่อไป

สำหรับข้อร้องเรียน และ/หรือการแจ้งเบาะแสของพนักงานบริษัทฯ มีกระบวนการในการจัดการกับเรื่องที่พนักงานร้องเรียน โดยพิจารณาว่าเรื่องที่พนักงานร้องเรียนเข้าข่ายเป็นเรื่องที่น่าจะเป็นการกระทำผิดหรือไม่ และอยู่ในความผิดระดับไหน เพื่อที่จะได้กำหนดบทลงโทษสำหรับการกระทำผิดนั้น ๆ ได้อย่างเป็นธรรมและถูกต้อง โดยเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับของผู้ร้องเรียน พนักงานสามารถแจ้งเบาะแสหรือเสนอข้อคิดเห็นได้หลากหลายช่องทาง เช่น ผ่านกล่องแสดงความคิดเห็น ผ่านระบบ Online Intranet ของบริษัทฯ หรือแจ้งโดยตรงผ่านทางอีเมล หรือส่งเป็นจดหมายผ่านไปรษณีย์ไปยังหน่วยงานที่บริษัทฯ กำหนดความรับผิดชอบ ทั้งฝ่ายทรัพยากรบุคคล และ/หรือฝ่ายตรวจสอบภายใน ซึ่งมีรายละเอียดกำหนดภายในคู่มือจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งพนักงานทุกคนมีหน้าที่ต้องรับทราบตั้งแต่การปฐมนิเทศเข้าเป็นพนักงานใหม่แล้ว

การดำเนินการเมื่อได้รับเรื่องร้องเรียน

คณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาเรื่องร้องเรียนที่ได้รับและแจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนและดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสมโดยคณะกรรมการตรวจสอบจะติดตามผลความคืบหน้าเป็นระยะซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะแจ้งผลการดำเนินงานภายในระยะเวลาที่เหมาะสมให้แก่ผู้ร้องเรียนทราบ และคณะกรรมการตรวจสอบจะรายงานให้คณะกรรมการบริษัททราบ

มาตรการคุ้มครองและรักษาความลับของผู้ร้องเรียน

เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลที่เกิดกระทำโดยเจตนาสุจริต บริษัทฯ จะปกปิด ชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใด ๆ ที่สามารถระบุตัวผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยจำกัดเฉพาะผู้รับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ ผู้ได้รับข้อมูลจากการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน มีหน้าที่เก็บรักษาข้อมูล ข้อร้องเรียน และเอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

บริษัทเปิดเผยผลการติดตาม
การแจ้งเบาะแสและกระบวนการ
จัดการข้อร้องเรียนในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทเปิดเผย

1.เปิดเผยสถิติกรณีการแจ้งเบาะแสและการข้อ
ร้องเรียนในรอบปีที่ผ่านมา โดย

(1.1) นำเสนอข้อมูลความคืบหน้าการจัดการกรณี
การแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนในปีที่ผ่านมา

(1.2) กระบวนการในการปรับปรุงเพื่อไม่ให้เกิดเหตุ
ซ้ำหรือรายละเอียดการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ
...หรือ...

2. ในกรณีที่ไม่มีกรแจ้งเบาะแส ต้องระบุว่า

(2.1) ไม่มี และ

(2.2) มาตรการที่บริษัทใช้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิด
เกิดกรณีการแจ้งเบาะแส



การแจ้งเบาะแส

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

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

เรื่องที่	ประเด็น	ช่องทางในการแจ้งเบาะแส	การดำเนินการ / แนวทางแก้ไข
1	พนักงานในบริษัทย่อยได้มีการขอเงินสนับสนุนจากผู้รับเหมา โดยไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่นโยบายของบริษัทกำหนด	สำนักตรวจสอบภายใน	1. บริษัทได้ตั้งคณะกรรมการสอบสวน ข้อเท็จจริงเพื่อรับทราบข้อมูล และให้เป็นธรรมกับทุกฝ่าย 2. บริษัทพิจารณาการกระทำผิดของแต่ละคน และได้มีการลงโทษผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ตามระเบียบการบริหารงานบุคคล เป็นรายบุคคล 3. เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำผิดขึ้นอีก บริษัทได้มีการแจ้งให้ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท และบริษัทย่อยรับทราบว่า ไม่สามารถขอรับเงินสนับสนุนจากผู้รับเหมา เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือพวกพ้องได้ 4. บริษัทได้แจ้งต่อผู้รับเหมาของบริษัททุกรายว่า บริษัทไม่ยินยอมขายหรือรับเงินสนับสนุนเพื่อจัดกิจกรรมภายในบริษัท หากมีพนักงานของบริษัทได้กระทำการดังกล่าว สามารถร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสได้ตามช่องทางที่บริษัทกำหนด

2	พนักงานของบริษัทรับงานออกแบบและต่อเติมบ้านจากลูกค้าโดยตรง	Call Center (1749)	1. บริษัทได้ตั้งคณะกรรมการสอบสวน ข้อเท็จจริงเพื่อรับทราบข้อมูล และให้เป็นธรรมกับทุกฝ่าย และลงโทษกับพนักงานรายดังกล่าว ด้วยการให้พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานบริษัท 2. เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำผิดขึ้นอีก บริษัทได้สื่อสารให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับรับทราบว่า การรับงานใดๆ เพื่อประโยชน์ส่วนตนจากลูกค้าโดยตรง เป็นการกระทำผิดฝ่าฝืนนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท ซึ่งหากมีการฝ่าฝืนจะมีบทลงโทษ
3	พนักงานของบริษัทให้ข้อมูลผู้ประมวลรายหนึ่ง แก่ผู้ร่วมประมวลอีกรายหนึ่ง รวมทั้งมีการเรียกรับเงินจากผู้ชนะการประมูลราคา	ผู้บังคับบัญชาของพนักงานรายดังกล่าว	1. บริษัทได้ตั้งคณะกรรมการสอบสวน ข้อเท็จจริงเพื่อรับทราบข้อมูล และให้เป็นธรรมกับทุกฝ่าย และลงโทษกับพนักงานท่านนั้น ตามระเบียบการบริหารงานบุคคล 2. สื่อสารให้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรรับทราบว่า การเปิดเผยความลับของคู่ค้าให้บุคคลภายนอก ถือเป็นการกระทำผิดต่อจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ และนโยบายการกำกับดูแลกิจการซึ่งหากมีการฝ่าฝืนจะมีบทลงโทษ และให้ความรู้เรื่องแนวทางการดำเนินงานไม่ให้ขัดหรือฝ่าฝืนนโยบายและมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัท 3. บริษัทได้แจ้งต่อผู้รับเหมาของบริษัท ผู้ชนะการประมูลราคาว่า บริษัทไม่ยินยอมขายหรือรับเงิน และการการกระทำดังกล่าวถือเป็นการฝ่าฝืนนโยบายของบริษัท หากมีพนักงานของบริษัทได้กระทำการดังกล่าว สามารถแจ้งเบาะแสได้ตามช่องทางที่บริษัทกำหนด

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยข้อมูลสถิติการติดตามการแจ้งเบาะแส/จัดการข้อร้องเรียน หรือกระบวนการปรับปรุง/เยียวยา อย่างใดอย่างหนึ่ง

การจัดการด้าน ความยั่งยืนในมิติสังคม

(26-30)

- การเคารพสิทธิมนุษยชน
- การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน



Social Dimension

26



บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน
ที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

มีการเปิดเผยนโยบายและแผนงานเกี่ยวกับการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับ
กระบวนการดำเนินงานของบริษัท เช่น ไม่ใช้แรงงานเด็ก การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมโดยไม่
แบ่งแยก เพศ เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม เป็นต้น



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

กระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



รวมถึงส่งเสริมให้พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 มีการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ผ่านการเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านการเคารพ และการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล ตลอดจนดำเนินการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Impact Assessment : HRIA) กับหน่วยงานที่มีความเสี่ยงสำคัญขององค์กร พร้อมทั้งทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร (Human Rights Risk Assessment) นอกจากนี้ บริษัทมุ่งส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญและมีความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชน และสามารถปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนได้อย่างถูกต้อง โดยได้จัดให้มีการอบรมหลักสูตร “สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ” ให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงสำคัญขององค์กร



เคารพสิทธิมนุษยชน ยึดมั่นหลักการสากล ร่วมสร้างสังคมสันติสุข



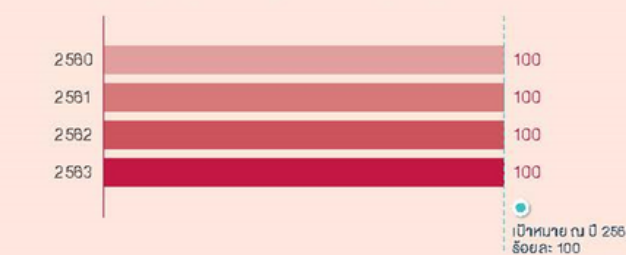
เป้าหมายปี 2563



ร้อยละ **100** ของกิจกรรมทางธุรกิจ และพื้นที่ดำเนินการบริษัทมีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (HRDD) ตามมาตรฐาน UNGP/BHR

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

กิจกรรมทางธุรกิจ และพื้นที่ดำเนินการบริษัทมีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (HRDD) ตามมาตรฐาน UNGP/BHR (ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2563

- ร้อยละ 100** มีการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD) ของทุกกิจกรรม และพื้นที่ดำเนินการบริษัท รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าที่สำคัญ
- ร้อยละ 90** พนักงานระดับผู้จัดการทั่วไปในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ Salient Issues ผ่านการอบรมหลักสูตร "สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ"
- ร้อยละ 100** พันธมิตรทางธุรกิจ (สโตร์พาร์ตเนอร์) ได้รับการให้ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชน
- ร้อยละ 81** คู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการให้ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชน
- ได้รับรางวัลองค์กรที่สนับสนุนด้านคนพิการดีเด่นต่อเนื่องเป็นปีที่ **4**
- สถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน **10** ปี ติดต่อกัน
- ได้รับการประเมิน Children's Rights and Business ระดับ Leader ที่ **7.8 คะแนน** จากคะแนนเต็ม 10 (ค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม 3.9 คะแนน)

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- 5** ความเท่าเทียมทางเพศ: 80%6 บรรลุความเท่าเทียมทางเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน 5.1 ผู้เข้าร่วมปฏิบัติงานเป็นทั้งผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกพื้นที่
- 8** เศรษฐกิจที่เติบโตอย่างครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มรูปแบบและคุณภาพ: 8.5 แสวงหาจ้างงานเต็มรูปแบบและคุณภาพ และการมีงานทำเสมอสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงขยายและปฏิรูปภาคีการพัฒนา และนวัตกรรมที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน
- 10** ลดความเหลื่อมล้ำ: 80%10 ลดความเหลื่อมล้ำภายในและระหว่างประเทศ 10.3 สร้างกลไกที่เป็นกลาง มีโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาคทางสังคม และเข้าถึงบริการทางการเงิน บัญชี และบริการดิจิทัลที่ปลอดภัย และส่งเสริมการออมทุกประเภท
- 16** สังคมสันติสุข ยุติธรรม และสถาบันที่เข้มแข็ง: 80%16 สังคมสันติสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และเสริมสร้างสันติภาพที่ยั่งยืน 16.3 และสร้างหลักธรรมาภิบาลในการปกครองและเสริมความเข้มแข็งผ่านหลักธรรมาภิบาล

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยข้อมูลนโยบาย หรือแผนงานด้านสิทธิมนุษยชน อย่างใดอย่างหนึ่ง

27



บริษัทเปิดเผยผลการดำเนินงานเกี่ยวกับ**การตรวจสอบสิทธิมนุษยชน**
อย่างรอบด้าน (Human Right Due Diligence) ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผย

1. การ**บริหารความเสี่ยง**และ**มาตรการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน**
2. **ผลการดำเนินงาน**จากการปฏิบัติตาม**มาตรการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน**ในปีที่ผ่านมา
3. **จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์**ที่บริษัทถูกร้องเรียนว่า**มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน**ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ พร้อม**ระบุมาตรการแก้ไขและเยียวยา**
(ในกรณีที่ไม่มี ต้องระบุว่า ไม่มี)



กระบวนการตรวจสอบสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านของกลุ่มเอ็กโก



รายละเอียดกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Due Diligence) การติดตาม สื่อสาร ร้องเรียน และกระบวนการแก้ไข ฟันฟูประเด็นทางด้านสิทธิมนุษยชน สามารถติดตามได้ในเว็บไซต์ https://www.egco.com/uploads/finder/files/EGCO%20HumanRightsRiskAssessment_20_05_2020.pdf หรือ สแกน QR code



ช่องทางการสื่อสารและ
รับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน
ของกลุ่มเอ็กโก

www.egco.com

ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)
อาคารเอ็กโก เลขที่ 222 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงทุ่งสองห้อง
เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิทธิมนุษยชนของกลุ่มเอ็กโก

กลุ่มเอ็กโกส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิทธิมนุษยชนผ่านการฝึกอบรมและการตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท เพื่อสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจให้แก่บุคลากรของกลุ่มเอ็กโกทั่วทั้งองค์กร โดยในปี พ.ศ. 2563 บุคลากรของกลุ่มเอ็กโกทุกคน (ร้อยละ 100) ผ่านการฝึกอบรมด้านสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ กลุ่มเอ็กโกมีแผนที่จะจัดประชุม

เชิงปฏิบัติการเพื่อตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมทุกขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ (ร้อยละ 100) ในปี พ.ศ. 2564 เพื่อตรวจสอบถึงประเด็นความเสี่ยงด้านมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นซึ่งรวมถึงโอกาส และความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของกลุ่มเอ็กโก เพื่อให้สามารถวางแผน และจัดทำมาตรการรวมถึงแนวทางในการลดความเสี่ยงเหล่านั้นที่อาจจะเกิดขึ้นต่อไป

ในปี 2563 กลุ่มเอ็กโกไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการรายงานในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนทั้งจากกิจกรรมของบริษัท การดำเนินธุรกิจและตลอดห่วงโซ่อุปทาน

28



บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้าน การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. **นโยบาย**ด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และ
2. **แนวปฏิบัติ**เกี่ยวกับเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต (รวมถึงห้ามจ่ายสินบน)
...หรือ...
3. ในกรณีบริษัทมีการผลักดันให้ บ.ลูกค้า บ.คู่ค้าหลัก เข้ามาเป็นแนวร่วมในการต่อต้านคอร์รัปชัน (**Change Agent**)

นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 205-2

บริษัทฯ มีการจัดการบริหารความเสี่ยง ในเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน และกำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน เสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาประกาศใช้ โดยมีกำหนดสื่อสารให้แก่พนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ขั้นตอนการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ตลอดจนมีการวางแผนพัฒนาการรณรงค์เรื่องการปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไปยังองค์กรผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ในอนาคตตามลำดับด้วย ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการรณรงค์ ส่งเสริมให้บริษัทย่อย บริษัทร่วม ในกลุ่มบริษัทจีเอฟพีที่ร่วมปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านทุจริตฯ ของบริษัทฯ ก่อนดำเนินการส่งเสริมให้คู่ค้า และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ รายอื่นๆ ร่วมปฏิบัติตามโครงการ Collective Action Coalition: CAC ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลำดับต่อไป

“ห้ามคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท จีเอฟพีที่จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ดำเนินการหรือยอมรับการทุจริต และการคอร์รัปชันในทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อหาประโยชน์ให้กับตนเอง ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับ ผู้ให้ หรือผู้เสนอให้สินบน ทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน โดยนโยบายการต่อต้านการทุจริตและการคอร์รัปชันนี้ครอบคลุมถึงทุกธุรกิจและทุกหน่วยงานทั้งภายนอกและภายในที่เกี่ยวข้องกับบริษัท จีเอฟพีที่

จะให้มีการประเมินผลการปฏิบัติ 1. ไม่ทำพฤติกรรมใด ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นการรับสินบน หรือติดสินบน แก่ผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องที่ตนทำ และการคอร์รัปชันนี้อย่างสม่ำเสมอ หน้าที่รับผิดชอบทั้งโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ในทางมิชอบ โดยปฏิบัติตามนี้ปฏิบัติ และข้อกำหนดในการดำเนินการเพื่อทดสอบคลองกบการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับ ของทางบริษัทฯ และข้อกำหนดของกฎหมาย”

29



เปิดเผยกระบวนการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน และผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

แนวปฏิบัติที่ดี

1. บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน
2. เปิดเผยกระบวนการในการจัดการความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน
3. **เปิดเผยสถิติ**การเกิดกรณีการทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท
(ในกรณีที่ไม่มี ต้องระบุว่า ไม่มี)



อีกทั้งบริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตภายในบริษัทฯ รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน บริษัทฯ เชื่อว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทุจริต คอร์รัปชัน สามารถควบคุมได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงได้รับการรับรองเป็นสมาชิกโครงการ Collective Action Coalition: CAC ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต อีกทั้ง บริษัทฯ ไม่พบประเด็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินคดีที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการแข่งขัน การทำลายความน่าเชื่อถือ การผูกขาดทางการค้า เหตุการณ์เลือกปฏิบัติ เหตุทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนไม่มีค่าการปฏิบัติตามมาตรฐานทางคุณธรรม หรือการถูกลงโทษที่ไม่ใช่การปรับ อันเนื่องจากการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับกฎหมายหรือนุเคราะห์ให้มีความรู้ ความสามารถ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง และการละเมิดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด

ปฏิเสธเรื่องทุจริต คอร์รัปชัน สร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการเฝ้าระวัง มีการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ช่องทางศูนย์รับเรื่องร้องเรียน รวมถึงมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับของผู้ร้องเรียน มีกระบวนการตรวจสอบ ติดตาม ควบคุม เพื่อเป็นการส่งสัญญาณการเฝ้าระวังปัญหาทุจริต คอร์รัปชันของบริษัทฯ อย่างจริงจัง มีกระบวนการสืบสวน สอบสวนที่โปร่งใส น่าเชื่อถือและมีความยุติธรรม มีการกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน และเข้มงวดต่อคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับที่กระทำการทุจริตคอร์รัปชัน โดยบริษัทฯ จะถือปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

กรณีระดับคะแนน 'Good':
บริษัทมีการประเมินความเสี่ยง เปิดเผย
กระบวนการจัดการความเสี่ยง หรือระบุข้อมูล
สถิติ(ถ้ามี) อย่างใดอย่างหนึ่ง

30



บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการ^{ส่งเสริมความรู้}
^{แก่พนักงาน}ในเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. ^{การให้ความรู้แก่พนักงาน} เช่น การจัดอบรม การเผยแพร่ผ่าน Intranet ของบริษัท การให้ลงนามรับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย เป็นต้น
2. ข้อมูลเชิงปริมาณและ^{รายละเอียดการให้ความรู้} เช่น ชื่อหลักสูตร จำนวนคนที่ได้รับการอบรม จำนวนพนักงานที่ลงนามรับทราบ เป็นต้น



สื่อสารนโยบายและมาตรการการต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงกฎหมาย หรือกฎ ระเบียบอื่นใดที่เกี่ยวข้อง กับเรื่องดังกล่าว ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อสร้างความเข้าใจ และปลูกฝังจิตสำนึกให้ละเว้น การทุจริตคอร์รัปชัน และตระหนักถึงโทษภัยของการกระทำความผิดดังกล่าว ตลอดจนเพื่อให้พนักงานทุกคน ทราบถึงรูปแบบต่างๆ ของการทุจริตคอร์รัปชัน ผลกระทบ ความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการทุจริตคอร์รัปชัน วิธีการปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงและควบคุมไม่ให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน บทลงโทษกรณีการฝ่าฝืนข้อบังคับของ นโยบายและมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัท ตลอดจนขั้นตอนการร้องเรียน รายงาน แจ้งเบาะแส เมื่อพบเห็นหรือสงสัยว่ามีการทุจริตคอร์รัปชัน และเป็นการปลูกฝังให้พนักงานเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็น วัฒนธรรมองค์กรของบริษัท และให้ตระหนักถึงภัยของการทุจริตที่มีผลกระทบต่อตนเอง ครอบครัว และ สังคม

ในปี 2563 บริษัทได้จัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ผ่านทางระบบ Application “SC IN ONE” โดยกำหนดให้พนักงานทุกคนต้องอบรมและทดสอบความรู้ ความเข้าใจเรื่อง การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันตามนโยบายและมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัท โดยหัวข้อดังกล่าว เป็นหนึ่งในหัวข้อสำหรับการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ทุกคน ซึ่งจะต้องได้รับการอบรมก่อนเริ่มงาน ณ ปัจจุบัน

พนักงานของบริษัทได้ผ่านการอบรมแล้วในอัตราร้อยละ 100 และได้สื่อสารผ่านทาง E-mail แก่พนักงาน ทุกคนให้ทราบถึงความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งแนวทางทางการดำเนินงานเพื่อ ป้องกันมิให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน เช่น การแจ้งแนวปฏิบัติเรื่อง No Gift Policy ในช่วงเทศกาลสำคัญ และ ช่องทางแจ้งเบาะแส (SC Whistleblowing System) ผ่านระบบ Application “SC IN ONE” เป็นต้น

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยการให้ความรู้แก่พนักงาน แต่ไม่ระบุรายละเอียด

การจัดการด้านความยั่งยืน มิติสิ่งแวดล้อม (31-40)

- การจัดการเรื่องพลังงาน
- การจัดการเรื่องน้ำ
- การจัดการเรื่องขยะ ของเสีย หรือมลพิษ
- การจัดการเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจก



Environmental
Dimension

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้าน**การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม** โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยข้อมูล

1. **นโยบายและแผนการดำเนินการ**ด้านสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้พลังงาน การใช้น้ำ การจัดการขยะ ของเสีย มลพิษ การจัดการก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น
2. ข้อมูล**การดำเนินการ**ด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท



3. การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม



นโยบายสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะปฏิบัติเพื่อให้บรรลุถึงปรัชญา บริษัทฯ มุ่งเน้นผลิตและบริการอย่างมีคุณภาพ ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้บริบทของบริษัทฯ จึงแสดงเจตจำนงที่จะบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมไว้ ดังนี้ “ลดการใช้ทรัพยากร ปกป้องสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามข้อผูกมัดบังคับ ร่วมสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสังคม” สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์บริษัทฯ <https://www.gfpt.co.th> ภายใต้หัวข้อ นโยบายสิ่งแวดล้อม

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยข้อมูล นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม หรือข้อมูลผลการปฏิบัติ อย่างใดอย่างหนึ่ง

ทรัพยากรน้ำ

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

ทรัพยากรน้ำเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการผลิตเนื้อไก่แปรรูป บริษัทฯ ได้มีแบบแผนการกำหนดปริมาณการใช้น้ำอย่างเหมาะสมในทุกขั้นตอนการผลิต มีระบบการจัดเก็บข้อมูลปริมาณการใช้น้ำเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิต ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาวิธีการ ระบบ หรือเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ หรือเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด

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 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

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผล**การส่งเสริมความรู้**
แก่พนักงานที่สอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการ
ด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. **การให้ความรู้**แก่พนักงาน เช่น การจัดอบรม การเผยแพร่ผ่าน Intranet ของบริษัท
การให้ลงนามรับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย เป็นต้น
2. ข้อมูลเชิงปริมาณและ**รายละเอียดการให้ความรู้** เช่น ชื่อหลักสูตร จำนวนคนที่ได้รับ
การอบรม จำนวนพนักงานที่ลงนามรับทราบ เป็นต้น



การฝึกอบรม

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

บริษัทฯ ได้ออกแบบและปรับปรุงหลักสูตรการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมาย และทิศทางขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ ประสิทธิภาพของบุคลากร ให้มีความรู้เฉพาะทาง ความรู้ด้านเทคนิค ความรู้ด้านบริหาร และความรู้เพื่อรองรับธุรกิจใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกเหนือจากนั้น บริษัทฯ ได้มีการจัดอบรมให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2551 (ฉบับปรับปรุงใหม่) มาตรา 11/1 การเปลี่ยนแผนนโยบาย กฎหมายแรงงานให้แก่พนักงาน ตลอดจนสนับสนุนให้มีการสัมมนา อบรม เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์กับองค์กรอื่นๆ และนำมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาองค์กร

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

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยการให้ความรู้แก่พนักงาน แต่ไม่ระบุรายละเอียด

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ ด้านการใช้พลังงาน เช่น ปริมาณร้อยละของปริมาณไฟฟ้า/พลังงานที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดการใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและพลังงาน

ปัญหาโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงมากขึ้น นำมาซึ่งความร่วมมือของทั่วโลกในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและใช้นวัตกรรมในการดูดกลับก๊าซเรือนกระจก เอสซีจีจึงตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นไปตามความตกลงปารีส ควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้สูงเกิน 1.5 องศาเซลเซียส และการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 โดยกำกับดูแลและดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่องตามแนวทางสากลในทุกหน่วยธุรกิจ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

เป้าหมาย

- ภายในปี 2593 การปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์
- ภายในปี 2573 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 28% เทียบกับกรณีปกติ ณ ปีฐาน 2550
- ภายในปี 2568 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 20% เทียบกับกรณีปกติ ณ ปีฐาน 2550
- ภายในปี 2568 ลดการใช้พลังงานลง 13% เทียบกับกรณีปกติ ณ ปีฐาน 2550

กลยุทธ์

- เพิ่มสัดส่วนการใช้เชื้อเพลิงชีวมวลและแหล่งพลังงานสะอาดทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล
- ปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนกระบวนการและอุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพการใช้พลังงานสูงขึ้น
- วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อบรรลุเป้าหมายคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 (Net Zero in 2050)
- พัฒนาสินค้า บริการ และโซลูชันที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า
- ประยุกต์ใช้เครื่องมือด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ปลูกและฟื้นฟูพื้นที่ป่าบนบกป่าชายฝั่ง และแหล่งทะเล ให้มีความหลากหลายทางชีวภาพและเป็นแหล่งดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์
- จัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์พลังงานและการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้แก่พนักงานและคู่ธุรกิจ

ผลการดำเนินการ ปี 2563

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 10.9% เทียบกับกรณีปกติ ณ ปีฐาน 2550
- ลดการใช้พลังงาน 7.6% เทียบกับกรณีปกติ ณ ปีฐาน 2550
- สัดส่วนการใช้เชื้อเพลิงทดแทน 14.3%

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. **แผนงานด้านการจัดการพลังงาน** เช่น การลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง การใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น
2. **ผลลัพธ์หรือประโยชน์จากการจัดการพลังงาน** เช่น ร้อยละการลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละการใช้พลังงานทดแทน หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณ ก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น



พลังงาน

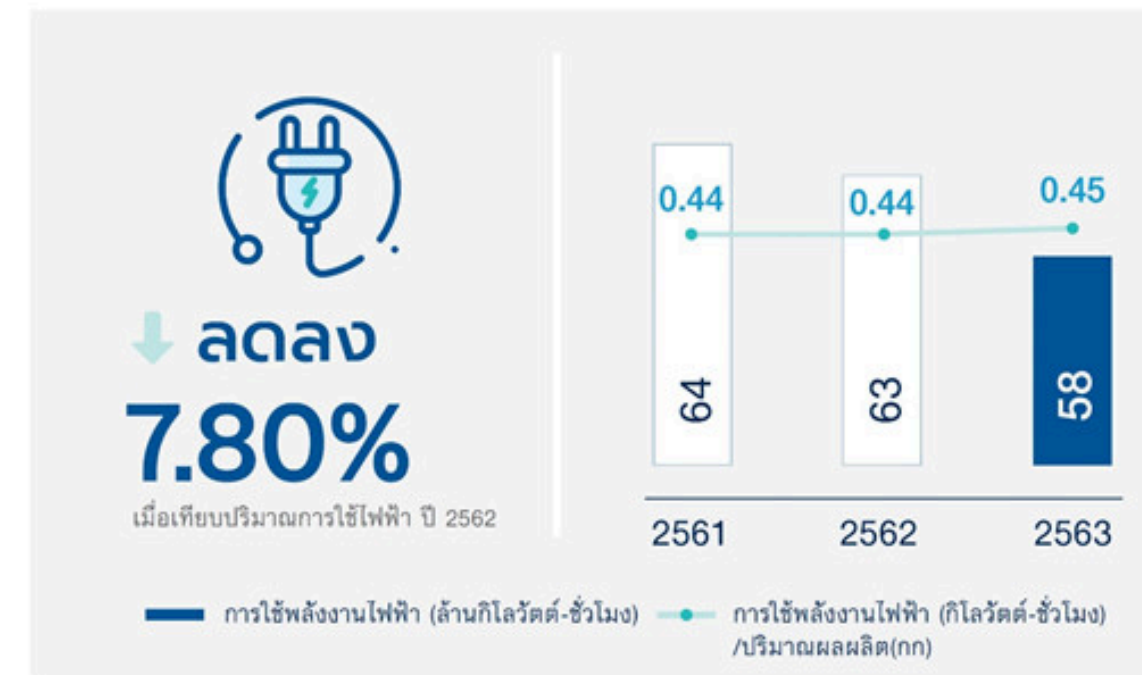
GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 302-1, GRI 302-4

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการอนุรักษ์พลังงานมาอย่างต่อเนื่อง มีระบบการจัดเก็บข้อมูลการใช้พลังงานของกระบวนการผลิตเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนการควบคุมการใช้พลังงาน ขณะเดียวกันยังได้ออกแบบเครื่องจักร อุปกรณ์ และกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและใช้พลังงานน้อยที่สุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รณรงค์และส่งเสริมการประหยัดพลังงาน ทางอ้อม อาทิ การใช้หลอด LED ที่ประหยัดพลังงาน, การใช้ระบบประชุมทางไกลทางจอภาพ (VDO Conference), มีการควบคุม ปริมาณการใช้ไฟฟ้าในกระบวนการผลิต โดยการลดค่าไฟฟ้าในโรงงาน และมีมาตรการในการเปลี่ยน Bare Compressor แทนเครื่องเดิม ซึ่งช่วยทำให้ประหยัดพลังงานไฟฟ้าและค่าใช้จ่าย รวมถึงลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

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

การใช้พลังงานไฟฟ้า



กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยแผนงานการจัดการด้านพลังงาน หรือผลลัพธ์เชิงปริมาณ อย่างใดอย่างหนึ่ง

35

บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการเรื่อง**ทรัพยากรน้ำ**

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลที่**ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ** ด้านการจัดการทรัพยากรน้ำ เช่น ปริมาณการใช้น้ำที่ต้องการลด ร้อยละของปริมาณการใช้น้ำที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดการใช้การใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น



การจัดการทรัพยากรน้ำ GRI 303-1, GRI 303-2

ทรัพยากรน้ำมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการอุปโภคบริโภค การเกษตร และภาคอุตสาหกรรม ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเริ่มส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำ ทำให้ผู้ใช้น้ำรายใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องเร่งปรับตัว พัฒนานวัตกรรม และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการน้ำให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เหล่านี้ มีบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนในฐานะผู้นำการบริหารจัดการน้ำ ที่ถือเป็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการบริหารจัดการความเสี่ยงของตนเอง

นอกจากนี้ ปตท. ยังได้ตระหนักถึงผลกระทบของคุณภาพน้ำทั้งจากสถานประกอบการของตนเองต่อชุมชนรอบข้าง และสิ่งแวดล้อม โดยได้ควบคุมคุณภาพน้ำทั้งก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด เช่น ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากโรงงาน พ.ศ. 2560 และประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากอาคารบางประเภทและบางขนาด พ.ศ. 2548 เป็นต้น รวมทั้งควบคุมให้เป็นไปตามที่ระบุในมาตรการแก้ไขและลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมโครงการ (Environmental Impact Assessment: EIA) เฉพาะของสถานประกอบการนั้น ๆ

ปตท. ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการน้ำ โดยกำหนดให้การบริหารจัดการน้ำเป็นหนึ่งในความเสี่ยงระดับธุรกิจ และยังได้จัดตั้งคณะทำงานบริหารจัดการน้ำบริษัทในกลุ่ม ปตท. (PTT Group Water Management Team) ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการน้ำและระบบสาธารณูปการของกลุ่ม ปตท. คณะทำงานฯ นี้มีบทบาทหน้าที่ในการติดตาม ประเมิน และรายงานสถานการณ์น้ำในกลุ่มพื้นที่เสี่ยง มุ่งเน้นในทุกพื้นที่ปฏิบัติการที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออก ซึ่งเคยเกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำเมื่อปี 2548 และเป็นพื้นที่ตั้งของสายการผลิตหลักที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยในปี 2563 คณะทำงานฯ ติดตามสถานการณ์น้ำต้นทุนในพื้นที่ภาคตะวันออก ประเมิน และคาดการณ์ความต้องการใช้น้ำอีก 10 ปีข้างหน้า ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบริหารจัดการน้ำให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงจัดทำแผนการบริหารความเสี่ยงกรณีหากเกิดภัยแล้ง โดยจัดทำแผนดำเนินการทั้งระยะสั้นและระยะยาว นำเสนอผู้บริหาร ปตท. และบริษัทในกลุ่ม ปตท. รวมถึงคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงภายนอกองค์กร ที่เกิดขึ้นจากแหล่งที่ตั้งของโรงงาน และ บั๊จจ่ายภายนอกอื่น ๆ เช่น ความเสี่ยงด้านปริมาณและคุณภาพน้ำ ดันทุน ความเสี่ยงด้านนโยบายภาครัฐและกฎหมาย ความเสี่ยงด้านสังคม เป็นต้น

การบริหารจัดการความเสี่ยงภายในองค์กร เช่น ปริมาณน้ำใช้ คุณภาพน้ำทั้งจากระบบบำบัด เป็นต้น

- ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านน้ำต่อการดำเนินกิจการของกลุ่ม ปตท. ประกอบด้วยความเสี่ยงทางกายภาพทั้งปริมาณน้ำและคุณภาพน้ำ ความเสี่ยงด้านกฎหมาย และความเสี่ยงด้านชื่อเสียงขององค์กร โดยใช้เครื่องมือและมาตรฐานการประเมินสากล ได้แก่ Aqueduct, WBCSD Global Water Tool, CERES Aqua Gauge และ Water Footprint Assessment พร้อมทั้งวิเคราะห์และจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบด้านน้ำของแต่ละบริษัท โดยกำหนดกรณีพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดจากมาตรการกวดการใช้ น้ำดิบเป็นเวลา 4 เดือน แบ่งการพิจารณาเป็น 3 กรณี คือ ผลกระทบจากการถูกให้ลดการใช้ น้ำลงร้อยละ 10, 20 และ 30 ซึ่งอาจมีผลกระทบอย่างมากต่อการผลิตของโรงงานอาจถึงขั้นต้องหยุดการผลิตชั่วคราว
- ติดตามสถานการณ์และประเมินความเสี่ยงด้านน้ำในระดับลุ่มน้ำที่อาจส่งผลกระทบต่อการเข้าถึงน้ำของชุมชน ร่วมกับคณะทำงาน Water War Room ภาคตะวันออก ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง บริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก และผู้แทนจากภาคเอกชนอื่นที่เกี่ยวข้อง
- บูรณาการความร่วมมือและสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนา สร้างความมั่นคงและยั่งยืนของการบริหารจัดการน้ำในภาพรวมในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยมีเป้าหมายในการควบคุมปริมาณน้ำกักเก็บสำหรับพื้นที่ปฏิบัติการของกลุ่ม ปตท. จังหวัดระยอง ซึ่งครอบคลุมอ่างเก็บน้ำดอกกราย อ่างเก็บน้ำหนองปลาไหล และอ่างเก็บน้ำคลองใหญ่ ไม่น้อยกว่า 240 ล้านลูกบาศก์เมตร รวมทั้งติดตามและผลักดันโครงการพัฒนาแหล่งน้ำในพื้นที่ EEC ให้มีศักยภาพในการรองรับความต้องการน้ำที่เพิ่มขึ้นเป็น 1,000 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี ภายในปี 2579
- มุ่งมั่นดำเนินการตามหลัก 2Rs (Reserve และ Re-Visualize) โดยติดตามความก้าวหน้าของโครงการพัฒนาแหล่งน้ำของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- จัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการน้ำให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการจัดการสภาพภูมิอากาศและการจัดการความเสี่ยงของกลุ่ม ปตท.
- กำหนดเป้าหมาย ประเมิน และติดตามประสิทธิภาพการใช้น้ำขององค์กร เช่น เป้าหมายในการลดความเข้มข้นปริมาณน้ำใช้ในปี 2573 ร้อยละ 12.6 สำหรับภาคการผลิต และร้อยละ 10 สำหรับอาคารสำนักงาน เมื่อเทียบกับข้อมูลปีฐาน 2556
- ยกระดับการบริหารจัดการน้ำตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ด้วยความมุ่งมั่นดำเนินการตามหลัก 3Rs (Reduce, Reuse, Recycle) เพื่อลดการใช้น้ำ เพิ่มการใช้น้ำหมุนเวียนซ้ำ เพิ่มการนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่ การผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเล เพื่อลดการพึ่งพาการใช้น้ำจากแหล่งน้ำสาธารณะ โดยปัจจุบัน GC และ TOP มีการผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเลด้วยระบบที่มีอยู่อย่างเต็มศักยภาพเพื่อนำไปใช้ในกระบวนการผลิต และอยู่ระหว่างศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายกำลังการผลิตน้ำจืดจากน้ำทะเลเพื่อลดการพึ่งพาการใช้น้ำจากแหล่งน้ำสาธารณะ

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ร้อยละของปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และนำกลับมาใช้ซ้ำ ต่อปริมาณดิ่งน้ำ (น้ำจืด) ทั้งหมดของ ปตท.

ปี	2560	2561	2562	2563
ร้อยละ	3.99	6.44	9.14	7.58

36

บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการจัดการทรัพยากรน้ำ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. **แผนงานด้านการจัดการทรัพยากรน้ำ** เช่น การลดการใช้น้ำ การลดการสูญเสียน้ำ การนำน้ำเสียมาบำบัดและนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น
2. **ผลลัพธ์จากการจัดการทรัพยากรน้ำ** เช่น ร้อยละการลดการใช้น้ำ ร้อยละการนำน้ำเสียมาบำบัดและนำกลับมาใช้ ร้อยละของน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดก่อนทิ้ง หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น



ทรัพยากรน้ำ

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

ทรัพยากรน้ำเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการผลิตเนื้อไก่แปรรูป บริษัทฯ ได้มีแบบแผนการกำหนดปริมาณการใช้น้ำอย่างเหมาะสมในทุกขั้นตอนการผลิต มีระบบการจัดเก็บข้อมูลปริมาณการใช้น้ำเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิต ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาวิธีการ ระบบ หรือเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ หรือเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่ามากที่สุด

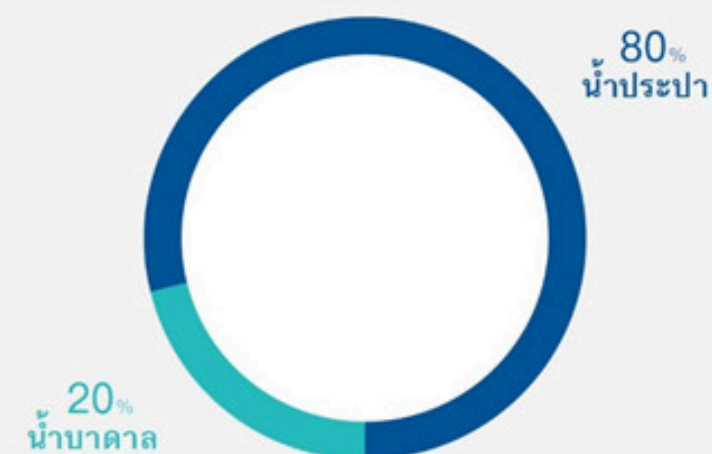
โดยในการใช้น้ำเพื่อการผลิตและการอุปโภคของบริษัทฯ มีการ ใช้น้ำทั้งจากน้ำประปาและน้ำบาดาล โดยบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตใช้น้ำบาดาลจากสำนักควบคุมกิจการน้ำบาดาล กรมทรัพยากรน้ำบาดาล เพื่อประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ในปริมาณรวมวันละไม่เกิน 3,500 ลูกบาศก์เมตร

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

ปริมาณการใช้น้ำ



สัดส่วนการใช้น้ำจากแหล่งน้ำต่างๆ และปริมาณการใช้น้ำประปา และน้ำบาดาล ในปี 2563



กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยแผนงานการจัดการทรัพยากรน้ำ หรือผลลัพธ์เชิงปริมาณ ใดๆ ใดอย่างหนึ่ง

บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการ **ขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ**

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลที่ **ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ** ในการลดขยะ ของเสีย หรือการลดมลพิษ เช่น การป้องกันและลดการเกิดของเสียทั่วไปหรือของเสียไม่อันตราย ร้อยละของขยะ ของเสีย หรือมลพิษจากการผลิตที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดขยะ ของเสีย หรือมลพิษจากการผลิตการต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น

การจัดการของเสียอุตสาหกรรม

เอสซีจียึดหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในการจัดการของเสีย โดยเน้นการวิจัยและพัฒนาเพื่อนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ และเพิ่มมูลค่าให้กับของเสีย การจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่เหมาะสมก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน เอสซีจีจึงพยายามทำกับดูละการส่งของเสียไปจัดการภายนอก และเพิ่มการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

เป้าหมาย

- ตั้งแต่ปี 2555 การนำของเสียอันตรายและไม่อันตรายจากกระบวนการผลิตไปฝังกลบเป็นศูนย์ทุกปี
- ภายในปี 2568 ลดปริมาณของเสียที่ต้องกำจัดต่อการผลิต 70% เทียบกับปริมาณ ณ ปีฐาน 2557

กลยุทธ์

- ลดปริมาณของเสียจากแหล่งกำเนิด
- บริหารจัดการของเสียอุตสาหกรรมตามหลัก 3Rs และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ทั้งของเสียอันตราย และไม่อันตรายภายในเอสซีจีให้มากที่สุด
- วิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงเพิ่มมูลค่าให้กับของเสีย (R&D)
- การจัดการของเสียอุตสาหกรรม โดยไม่ฝังกลบ
- ลดการกำจัดของเสียโดยการเผาทำลายโดยไม่ได้พลังงาน

การดำเนินงานปี 2563

- ของเสียอันตรายที่นำไปฝังกลบ 0.0043% และของเสียไม่อันตรายที่นำไปฝังกลบ 0.8915%
- ลดปริมาณของเสียที่ต้องกำจัดต่อการผลิต 99% เทียบกับปริมาณ ณ ปีฐาน 2557

บริษัทเปิดเผย**แผนงานและผลการดำเนินงาน**เรื่องการจัดการขยะของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. **แผนงาน**ด้านการจัดการขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ เช่น การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ การบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษ เป็นต้น
2. **ผลลัพธ์จากการจัดการขยะ ของเสีย หรือการลดมลพิษ** เช่น ร้อยละการลดการเกิดขยะ ของเสียจากการผลิต ร้อยละการนำขยะ ของเสียจากการผลิตนำกลับมาใช้ใหม่ จำนวนครั้งการบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษ หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น



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, ภาชนะปนเปื้อน และน้ำมันหล่อลื่นใช้แล้ว ส่งกำจัดกับบริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย โดยวิธีการกำจัดจะมีทั้งนำมารีไซเคิล และฝังกลบ

- ขยะทั่วไป (ไม่อันตราย)

เช่น ถุงพลาสติก, กระดาษ, เศษเหล็ก และเศษสแตนเลส ส่งกำจัดกับบริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย เพื่อนำไปรีไซเคิล ทั้งการคัดแยกเพื่อจำหน่ายต่อ

สรุปปริมาณของเสีย



จำนวนขยะถุงพลาสติกต่อปริมาณผลผลิตสินค้า(พันใบ/ตัน)



กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยแผนงานการจัดการขยะ ของเสีย หรือการลดมลพิษ หรือผลลัพธ์เชิงปริมาณ อย่างใดอย่างหนึ่ง

39

บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการเรื่อง **การลดก๊าซเรือนกระจก** จากการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณ ด้านการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก เช่น ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ต้องการลด ร้อยละของก๊าซเรือนกระจกที่ต้องการลด หรือ **เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก** ต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น

YES OR NO





แนวทางการบริหารจัดการ

อุตสาหกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ปล่อยก๊าซเรือนกระจกคิดเป็น 39% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก โดยที่ 11% มาจากกระบวนการผลิตวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการก่อสร้าง ในขณะที่ 28% ที่เหลือมาจากโครงการและการใช้พลังงานในตัวโครงการอาคารสำนักงานต่าง ๆ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นส่วนหนึ่งที่จะมีส่วนในการขับเคลื่อนแนวทางเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมส่งมอบคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (For a Better Living) จึงได้กำหนดนโยบายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริษัท และดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการลดก๊าซเรือนกระจกทั้งในระดับประเทศและระดับโลก สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้แก่พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง พร้อมเปิดเผยข้อมูลจำนวนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในองค์กร โดยการจัดทำรายงานดังกล่าวช่วยให้องค์กรสามารถประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมต่าง ๆ ได้ สามารถจำแนกสาเหตุและแหล่งของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีนัยสำคัญ และนำไปสู่การกำหนดแนวทางการบริหารจัดการลดจนมาตรการสำหรับการจัดการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำต่อไป

ปี 2565 บริษัทได้จัดทำรายงานการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรเป็นปีแรก ซึ่งมีแนวทางการประเมินอ้างอิงตามแนวทางจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 6 (กรกฎาคม 2565) และมาตรฐานระดับสากล ISO14064-1 ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดทุกข้อที่อยู่ในแนวทางการประเมินนั้น โดยรายงานฉบับนี้ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานตรวจสอบภายในขององค์กร และมีการทวนสอบอีกครั้งโดยผู้เชี่ยวชาญก่อนการขอการรับรอง โดยมีบริษัท บูโร เวกิตส์ เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ทวนสอบภายนอก

ขอบเขตการจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
ขอบเขตในการรายงานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร ครอบคลุมอาคารสำนักงานใหญ่ ประกอบด้วย บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แอล เอช แอสเซท จำกัด บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ นอร์ธอีสต์ จำกัด และสำนักงานขายในโครงการแนวราบและแนวสูงที่ตั้งอยู่เขตกรุงเทพและปริมณฑลที่เปิดทำการในปี 2565 จำนวน 57 แห่ง โดยใช้ข้อมูลกิจกรรมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อมของสำนักงานเป็นหลักและไม่นับรวมกิจกรรมการก่อสร้างต่าง ๆ วัดออกมาในรูป ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า แบ่งออกเป็น

เป้าหมายระยะสั้นปี 2568	เป้าหมายระยะยาวปี 2570
- ลดก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 5 จากปีฐาน พ.ศ. 2565	- ลดก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 8 จากปีฐาน พ.ศ. 2565

ประเภทที่ 1 : การปล่อยและดูดกลับ ก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1 : Direct Emissions)	ประเภทที่ 2 : การปล่อยก๊าซ เรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2 : Energy Indirect Emissions)	ประเภทที่ 3 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทางอ้อมอื่น ๆ (Scope 3 : Other Indirect GHG Emissions)
1. การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ 2. การรั่วไหลของสารทำความเย็นที่ใช้ 3. การปล่อยก๊าซมีเทนจาก Septic Tank 4. ปริมาณการใช้สารดับเพลิง	1. การใช้ไฟฟ้า	1. การใช้น้ำประปา 2. การใช้กระดาษ 3. การฝังกลบขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นจากองค์กร 4. การได้มาของพลังงานไฟฟ้าและเชื้อเพลิงที่ ใช้ในองค์กร 5. การเดินทางของพนักงาน 6. การเดินทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

แนวทางการประเมิน

ข้อกำหนดในการคำนวณและรายงานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรโดย
องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ฉบับปรับปรุง
ครั้งที่ 6 (กรกฎาคม 2565)

ก๊าซเรือนกระจกที่พิจารณา

คาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) มีเทน (CH₄) ไนตรัสออกไซด์ (N₂O)
ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) เพอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs)
ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF₆) ไนโตรเจนไตรฟลูออไรด์ (NF₃)

ก๊าซเรือนกระจกที่พิจารณาอื่น ๆ เพิ่มเติม

HCFC-22, HCFC-12

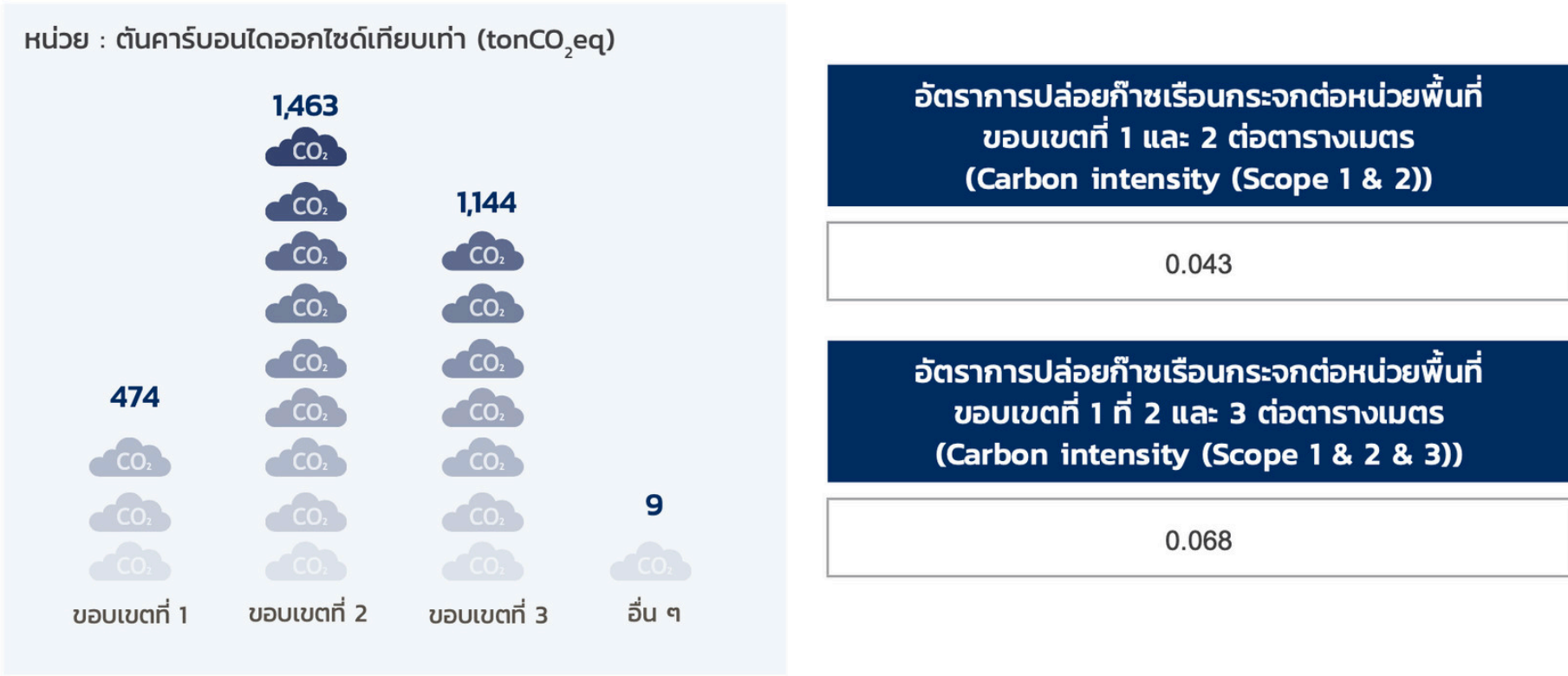
การอ้างอิงค่า Global Warming Potential (GWP)

รายงานการตรวจประเมินของ Intergovernmental Panel on Climate
Change (IPCC) ฉบับที่ 5 (AR5)

ผลการดำเนินงาน

บริษัทได้เริ่มดำเนินโครงการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในปี 2565 ในส่วนของสำนักงานใหญ่ และสำนักขายในโครงการ 57 แห่ง โดยวัดค่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร มีผลสรุปดังนี้

ขอบเขต	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	สัดส่วนเมื่อเทียบ ขอบเขตที่ 1 และที่ 2 (ร้อยละ)	สัดส่วนเมื่อเทียบ ขอบเขตที่ 1 ที่ 2 และที่ 3 (ร้อยละ)
ขอบเขตที่ 1	474	24.47	15.38
ขอบเขตที่ 2	1,463	75.53	47.48
ขอบเขตที่ 3	1,144		37.13
อื่นๆ	9		
ผลรวมขอบเขตที่ 1 และที่ 2	1,937	100.00	
ผลรวมขอบเขตที่ 1 ที่ 2 และที่ 3	3,081		100.00



สำหรับปี 2566 บริษัทวางแผนประเมินความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและแนวทางการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

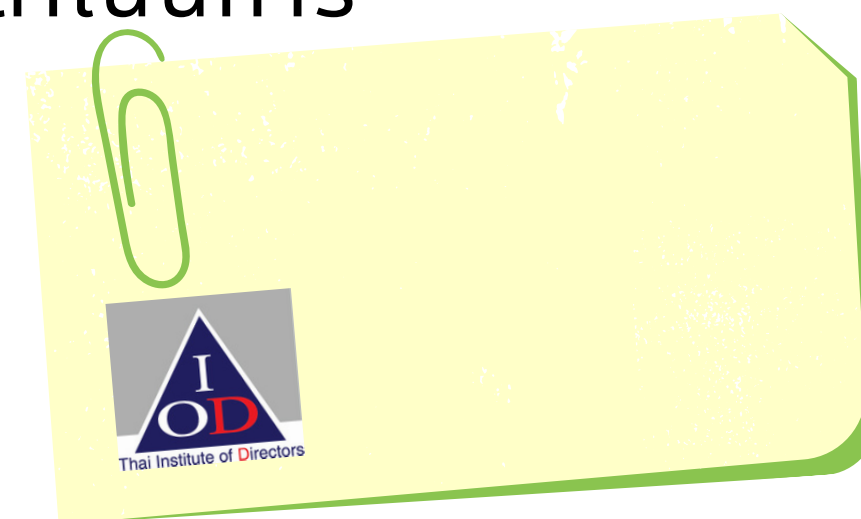
เป้าหมายระยะสั้นปี 2568	เป้าหมายระยะยาวปี 2570
- ลดก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 5 จากปีฐาน พ.ศ. 2565	- ลดก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 8 จากปีฐาน พ.ศ. 2565

บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. **แผนงาน**ด้านการจัดการปริมาณก๊าซเรือนกระจก เช่น โครงการหรือกิจกรรมที่ดำเนินการป้องกันและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากอุปกรณ์หรือกระบวนการหรือขั้นตอนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท เป็นต้น
2. **ผลลัพธ์จากการจัดการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก** เช่น ร้อยละการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ จำนวนครั้งการบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจก หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น



ตัวชี้วัด	เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ปี 2563
- ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur Dioxide: SO₂) - ก๊าซออกไซด์ของไนโตรเจน ซึ่งคำนวณในรูปของก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ (Oxides of Nitrogen: NOx) - ปริมาณการระบายสารอินทรีย์ระเหย (Volatile Organic Compounds: VOCs)	อัตราการเพิ่มการระบายมลพิษทางอากาศเป็นศูนย์
ปริมาณของเสียอันตรายที่กำจัดโดยการฝังกลบ	ปริมาณของเสียอุตสาหกรรมที่กำจัดโดยการฝังกลบเป็นศูนย์* ภายในปี 2563
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม	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 ครบคลุมทั้งความเสี่ยงและโอกาสในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยมุ่งเน้นยกระดับการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายใต้กลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กลุ่ม ปตท. หรือ PTT Group Clean & Green Strategy ผ่านการควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สะอาด และการพัฒนาธุรกิจใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกในระยะยาวของประเทศไทย (Nationally Determined Contribution: NDC) รวมถึงการตอบสนองการมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ	
ในปี 2563 ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งที่เกินกว่ามาตรฐานและกฎหมายกำหนด นอกจากนี้ ปตท. ไม่มีการจ่ายเงินค่าปรับหรือถูกลงโทษด้านสิ่งแวดล้อมใดๆ	

กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยแผนงานการจัดการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก หรือผลลัพธ์เชิงปริมาณ อย่างไรอย่างหนึ่ง

การพัฒนานวัตกรรม

(41-42)

- นโยบายและแนวทางส่งเสริม
- ผลการพัฒนานวัตกรรม



Innovation

บริษัทเปิดเผยนโยบายและแนวทาง**ส่งเสริมนวัตกรรม**ของบริษัทที่อาจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยี กระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือ บริการ หรือโมเดลธุรกิจ



แนวปฏิบัติที่ดี:
บริษัทเปิดเผย ...



หมวดย่อย 5
การพัฒนานวัตกรรม

1. นโยบายหรือการปฏิบัติที่**ส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรม**ทางธุรกิจ และสังคมให้เกิดขึ้นภายในบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือ บริการ หรือโมเดลธุรกิจ
2. **กระบวนการหรือแผนงาน**ที่**ส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรม**

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและการทำงานด้านดิจิทัลในปี 2563⁽¹⁰³⁻²⁾

ในปี 2563 ธนาคารได้มีการพัฒนานวัตกรรมและการทำงานในรูปแบบดิจิทัล ตลอดจนมีการต่อยอดนวัตกรรมเดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีตัวอย่างนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่โดดเด่น ดังนี้

KKP e-Banking

ธนาคารพัฒนา KKP e-Banking เพื่อเป็นช่องทางให้ลูกค้าทำธุรกรรมด้วยตนเอง (Self Service) ผ่านเว็บไซต์และ Mobile Application ซึ่งรองรับระบบปฏิบัติการ iOS และ Android พร้อมทั้งมีแผนการพัฒนา/ปรับปรุงบริการผ่านระบบออนไลน์ทางเว็บไซต์และ Mobile Application อย่างสม่ำเสมอเพื่อสนองตอบความต้องการให้กับลูกค้า ทั้งในส่วนของประสบการณ์การใช้งาน (User Experience) และการขยายขอบเขตการให้บริการ (Services and Product Offering) โดยมุ่งหวังให้ลูกค้าทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ทุกที่ ทุกเวลา

ในปี 2563 ได้มีการพัฒนา Mobile Application เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยระบบที่พัฒนาขึ้นนี้สามารถรองรับ

- ธุรกรรมด้าน Financial เช่น การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ (Bill Payment) บริการชำระเงินด้วย QR Code บริการ KKP พร้อมเพย์ การซื้อขาย/สับเปลี่ยนกองทุนรวม บริการบริจาคอิเล็กทรอนิกส์ (eDonation)
- ธุรกรรมด้าน Non-Financial เช่น การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์/ บริการ การสมัครใช้บริการต่างๆ การเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนตัว

นอกจากความสะดวก รวดเร็วแล้ว ธนาคารยังให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการทำธุรกรรมต่างๆ ตามมาตรฐานของธนาคารแห่งประเทศไทย และลูกค้าผู้ทำรายการสามารถเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านได้ตลอดเวลา เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

ผลการดำเนินงาน⁽¹⁰³⁻³⁾

KKP e-Banking	ปี 2562	ปี 2563	จำนวนที่เพิ่มขึ้น
จำนวนผู้ใช้บริการผ่าน KKP e-Banking	25,657 users	37,049 users	44.36%
จำนวนธุรกรรมผ่าน KKP e-Banking	405,524 transactions	1,072,273 transactions	164.42%
มูลค่าธุรกรรมผ่าน KKP e-Banking	7,574,583,634.68 Baht	11,896,486,414.02 Baht	57.06%

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยนโยบาย/การปฏิบัติ หรือกระบวนการ/แผนงานในการพัฒนานวัตกรรม อย่างใดอย่างหนึ่ง



แนวทางการบริหารจัดการ

นวัตกรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสร้างความสำเร็จ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่บริษัท ด้วยนวัตกรรม ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ที่ส่งเสริมให้กระบวนการ ทำงานภายในบริษัท มีประสิทธิภาพมากขึ้น บริษัทจึงให้ความสำคัญ ต่อการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีภายในองค์กรมาอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมเหล่านี้ยังมีส่วนต่อการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และผู้บริโภคเพื่อชีวิตที่ดีกว่าตามเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นของ บริษัทอีกด้วย

กระบวนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

จุดเริ่มต้นของกระบวนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของบริษัท เริ่มต้นจาก

1. ทำความเข้าใจลูกค้าในเชิงลึก (Customer Insight) เพื่อทราบ ถึงความต้องการ แล้วจึงนำข้อมูลเหล่านั้นทั้งในเชิงปริมาณและ คุณภาพมาศึกษาแนวทางแก้ปัญหา (Solution) เพื่อสามารถ ออกแบบบ้านที่ตรงกับวิถีการใช้ชีวิตของลูกค้ามากขึ้น โดยใน กระบวนการนี้ พนักงานของบริษัทจะมีส่วนร่วมในการศึกษาและ รับฟังความคิดเห็นต่าง ๆ จากลูกค้าหลังจากที่ได้มีการใช้งานไป แล้ว เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

2. ติดตามแนวโน้มต่าง ๆ ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ร่วมกับการ สนับสนุนจากผู้บริหารที่ส่งเสริมให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อประโยชน์สำหรับลูกค้า สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน

จากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการทดสอบความเป็นไปได้ สร้างต้นแบบ และ ทำการทดลอง ภายใต้ความรู้ ความสามารถ ซึ่งการทำงานในส่วนนี้จะ เป็นการระดมความคิด ประสานการณ์จากทีมก่อสร้างร่วมกับนักวิชาการ และพันธมิตร (Supplier) ให้สามารถพัฒนาเป็นผลงานต้นแบบใน ลักษณะ MVP (Minimal Viable Product) ของนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี ใหม่ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่ได้จะอยู่ในรูปแบบของอุปกรณ์ที่ติดตั้งสำหรับภายใน บ้านหรือภายในพื้นที่ส่วนกลาง หรืออาจเป็นโปรแกรม/แอปพลิเคชัน สำหรับการใช้งาน หลังจากนั้น ทีมงานจะนำเสนอผลงานต่อทีม ผู้บริหารเพื่อขอการอนุมัติต่อไป หากได้รับการอนุมัติ ทีมงานจะวางแผน สำหรับการใช้งานจริง และจะมีการจัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยว กับการใช้งานนวัตกรรมดังกล่าวแก่พนักงานในส่วนงานที่เกี่ยวข้องเพื่อ สร้างความรู้ ความเข้าใจ และมั่นใจว่าสามารถสื่อสารกับลูกค้า ตลอด จนบุคคลภายนอกที่รวมถึงการทำการตลาดอย่างรับผิดชอบได้อย่าง ถูกต้อง ไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือความผิดพลาดจากการใช้งาน ทั้งนี้ ทีมงานของบริษัท จะยังติดตามและตรวจสอบนวัตกรรมนั้น ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อการพัฒนาและต่อยอดต่อไป

กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยนโยบาย/การปฏิบัติ หรือ กระบวนการ/แผนงานในการพัฒ นานวัตกรรม อย่างใดอย่างหนึ่ง



บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลลัพธ์จากการพัฒนานวัตกรรมที่อาจเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี กระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ



แนวปฏิบัติที่ดี:
บริษัทเปิดเผย ...



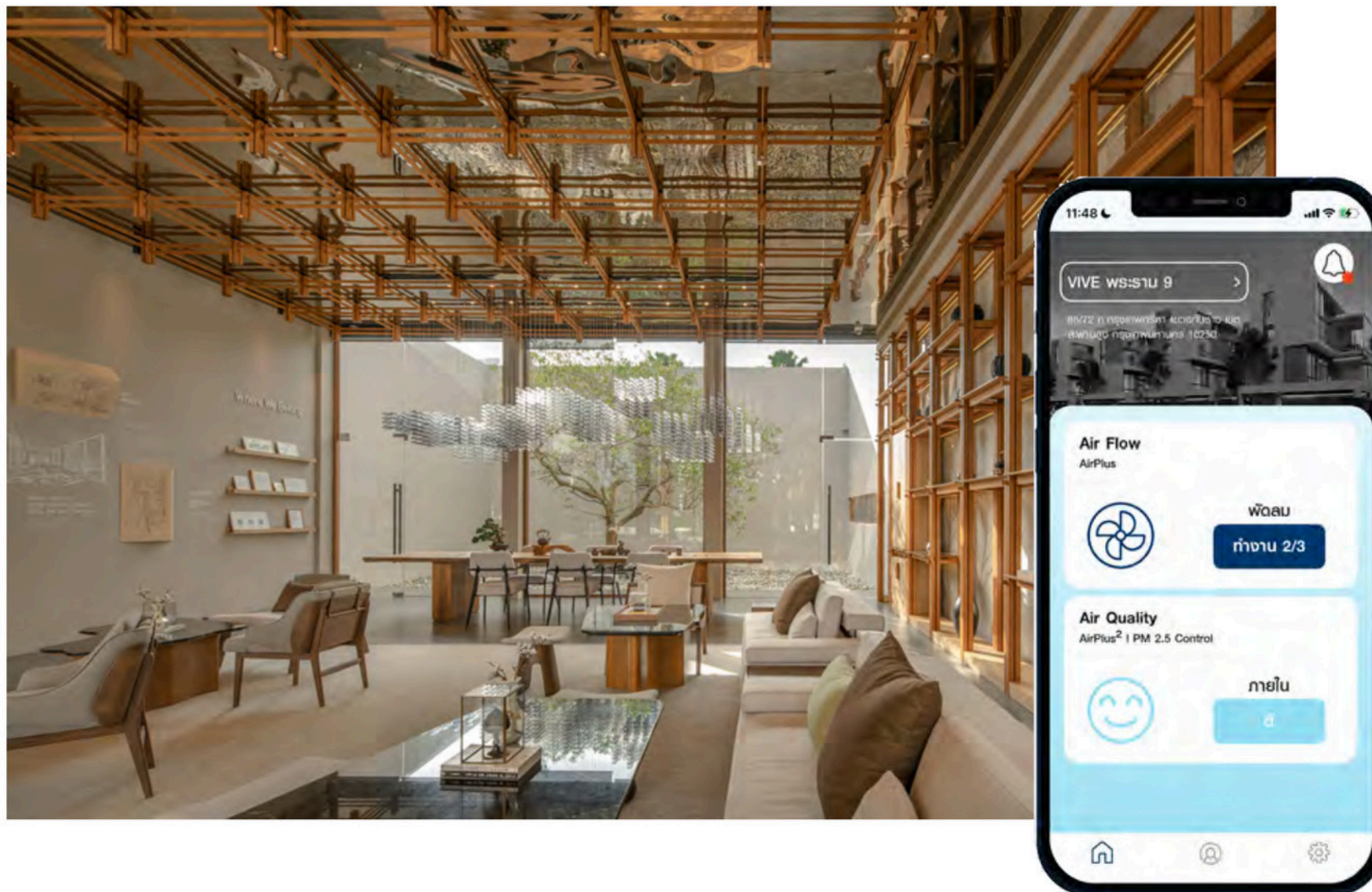
หมวดย่อย 5
การพัฒนานวัตกรรม

1. **รายละเอียดการคิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรม** ทางธุรกิจ และสังคมให้เกิดขึ้นภายในบริษัท เช่น โครงการด้านนวัตกรรม การปรับปรุง และพัฒนาต่อยอดความคิด/สินค้า/บริการ/กระบวนการทำงาน จนเกิดการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม เป็นต้น
2. **ผลลัพธ์จากการพัฒนานวัตกรรม** ทางธุรกิจ และสังคมของบริษัท เช่น ต้นทุนที่ลดลง ยอดขายสินค้า/บริการที่เพิ่มขึ้น มูลค่าทางธุรกิจ คุณค่าทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน

นวัตกรรมทางสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า

บริษัทพัฒนาเทคโนโลยี Smart Home หรือระบบ Home Automation สำหรับบ้านในโครงการต่าง ๆ โดยระบบดังกล่าวได้ถูกพัฒนาให้สามารถควบคุมผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ตอบโจทย์รูปแบบชีวิตแนวใหม่ ทั้งในเรื่องความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมถึงการประหยัดพลังงานให้แก่ผู้พักอาศัย



กรณีระดับคะแนน 'Good':
เปิดเผยรายละเอียด หรือผลลัพธ์
จากการพัฒนานวัตกรรม อย่างใด
อย่างหนึ่ง

รางวัลชนะเลิศ ประเภท “ความคิดสร้างสรรค์ ด้านการปรับปรุงงานให้ดีขึ้น” ได้แก่ ทีมจาก บฟข. กับผลงาน “ชนอมโมเดล เกษตรอินทรีย์” (Khanom Model for Organic Farming)

แนวคิดโครงการ: แนวคิดของรูปแบบการดำเนินงาน หรือโมเดล ซึ่งสนับสนุนครอบครัว เกษตรอินทรีย์ในอำเภอชนอมสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยโรงไฟฟ้าชนอมเป็นศูนย์กลาง ในการขับเคลื่อนสังคมอินทรีย์และเครือข่ายของการค้าขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้วยระบบ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น ระบบแพลตฟอร์มซื้อ-ขาย โดยมุ่งเน้นการป้องกันปัญหาระบบ อาหารไม่สมดุลที่ส่งผลกระทบต่อภาวะสุขภาพ สิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจของ อำเภอชนอม รวมถึงส่งเสริมให้ครัวเรือนประกอบอาชีพภายในชุมชน ไม่ต้องไปทำงาน ห้างไกลครอบครัว โดยเฉพาะเพื่อบรรเทาผลกระทบจากอัตราการว่างงานของคนในชุมชน จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

ทั้งนี้ หากดำเนินโครงการจะมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นรวมประมาณ 175,800 บาทต่อปี ซึ่งเป็นค่าจัดอบรม ค่าเครื่องมือเครื่องจักร ค่าวัสดุดิบ ค่าแรง และค่าเดินทางในการตรวจ แปลงเกษตรอินทรีย์ของเครือข่าย

ผลที่ได้รับ: สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในการเป็นโรงไฟฟ้าต้นแบบของการดูแล ชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และสามารถเลี้ยงตนเองได้ แม้ต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตจาก สถานการณ์ COVID-19 จึงทำให้โรงไฟฟ้าและชุมชนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการปนเปื้อนของสารเคมีลงสู่ดิน แหล่งน้ำ และอากาศ สร้างอาชีพให้เกษตรกรมีรายได้ต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้น เฉลี่ยวันละ 200 - 400 บาท ตลอดจน ช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีจากการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยปราศจาก สารปนเปื้อน และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายของรัฐที่เกิดจากการรักษาพยาบาล



กรณีระดับคะแนน 'Good':

เปิดเผยรายละเอียด หรือผลลัพธ์จากการพัฒนานวัตกรรม อย่างใดอย่างหนึ่ง

Thank you



Email Address

cgr@thai-iod.com



Phone Number

02-955-1155
Ext.#301,303-307



ฝ่ายวิจัยและพัฒนา

www.thai-iod.com