

# 2568

## รายงาน การพัฒนาอย่างยั่งยืน

# สารบัญ

สารจากประธาน	2
เกี่ยวกับบริษัท	4
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	5
• รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน.....	5
- การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติบริษัทภิบาลและเศรษฐกิจ.....	13
- การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม.....	41
- การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม.....	78
รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ	91
ตารางสรุปผลการดำเนินงานตาม SET ESG Metrics หมวดของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน	95



# สารจากประธาน

ที่บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TCMC) เรายึดถือว่า ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ไม่ใช่เป็นเพียงนโยบายเสริม แต่คือ “หัวใจสำคัญของกลยุทธ์ทางธุรกิจ” ที่ถูกถักทอสอดประสาน อยู่ในทุกกระบวนการตัดสินใจ เราเชื่อมั่นอย่างยิ่งว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการสร้างสมดุลระหว่าง “การทำเพื่อโลก” และ “การสร้างผลกำไร” เพื่อส่งมอบผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

ความสำเร็จด้านความยั่งยืนของ TCMC ไม่ได้เพิ่งเริ่มต้นขึ้น แต่เราลงมือทำอย่างต่อเนื่องมานานกว่าทศวรรษ เราภูมิใจที่สามารถรักษามาตรฐานและการปล่อยของเสีย และน้ำเสียออกนอกพื้นที่เป็นศูนย์ได้สำเร็จ ต่อเนื่องยาวนานกว่า 10 ปี ซึ่งเป็นเครื่องพิสูจน์ถึงความมุ่งมั่นและความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการทรัพยากร นอกจากนี้ เรายังเดินหน้าสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น การเปลี่ยนขวดพลาสติกใช้แล้วให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ระดับโลกไปแล้วกว่า 1 พันล้านขวด พร้อมทั้งขยายการใช้พลังงานหมุนเวียนและโครงการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Take-back Program) เพื่อยกระดับเศรษฐกิจหมุนเวียนให้เกิดขึ้นจริง

เรากำหนดเป้าหมายที่ท้าทายในการเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2050 โดยเรามองว่านี่คือโอกาสสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมคาร์บอนต่ำที่จะช่วยลดต้นทุนในระยะยาวและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับสากล เพื่อสร้างความมั่นใจว่า TCMC จะเป็นองค์กรที่เติบโตอย่างมีเสถียรภาพและมีจริยธรรม ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลก

เราไม่ได้ให้ความสำคัญเพียงแค่มิติใดมิติหนึ่ง แต่เราบูรณาการ ESG เข้ากับทุกแง่มุมของธุรกิจอย่างสมดุล เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมายและยั่งยืน ผลประกอบการที่เติบโตอย่างมีคุณภาพจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่นและผลตอบแทนที่คุ้มค่าสำหรับผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน และสังคมโดยรวม

ผมขอขอบคุณทุกความร่วมมือที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้เราก้าวมาถึงจุดนี้ และเราจะร่วมกันสร้างอนาคตที่สดใส มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

## พินล ศรีวิกรม์

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)





# เกี่ยวกับบริษัท

กว่า 50 ปีที่บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและคู่ค้าของเราจากทั่วโลกให้เป็นผู้ช่วยที่สำคัญในการยกระดับความเป็นอยู่ที่ดี สร้างสุนทรียภาพของการใช้ชีวิตในทุกธุรกิจที่เราดำเนินการอยู่ เราเชื่อมั่นในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีการออกแบบที่ดี และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกัน

บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TCMC) เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจแบบผสม (Holding-Operating) ที่มุ่งเน้นการลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกับวัสดุและการตกแต่งเพื่ออยู่อาศัยและการพาณิชย์ในระดับสากล โดยดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการยึดมั่นในวิสัยทัศน์ที่ว่า “มุ่งมั่นนำพาธุรกิจสู่การเป็นผู้นำในระดับสากล พร้อมเติบโตควบคู่กับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน”

บริษัทก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2510 (เดิมชื่อ บริษัท อุตสาหกรรมพรมไทย จำกัด (มหาชน)) โดยเริ่มต้นจากการเป็นโรงงานผลิตพรมแห่งแรกในประเทศไทย และเปิดตัวผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ไทป์ิง” ต่อมาในปี 2521 บริษัทได้เติบโตและเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ “TCMC”

จุดเปลี่ยนสำคัญเกิดขึ้นในปี 2560 เมื่อบริษัทได้เข้าลงทุนในกิจการพรมเพื่อการพาณิชย์ระดับโลก และเปลี่ยนมาใช้เครื่องหมายการค้า “ROYAL THAI” สำหรับการจำหน่ายทั่วโลก พร้อมกันนี้ ได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” เพื่อสะท้อนถึงโครงสร้างธุรกิจที่ขยายการลงทุนไปสู่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากการผลิตพรมเพียงอย่างเดียว

ปัจจุบัน TCMC ขับเคลื่อนธุรกิจผ่าน 3 กลุ่มธุรกิจหลักที่มีฐานลูกค้าอยู่ทั่วโลก ได้แก่:

- 1. กลุ่มธุรกิจวัสดุตกแต่งพื้นผิว (TCM Surface):** เป็นผู้ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายพรมและวัสดุตกแต่งพื้นผิวครบวงจร ครอบคลุมพรมทอมือ พรมทอเครื่องแก๊สซินส์เตอร์ พรมแผ่น แผ่นพื้นสำเร็จรูป (SPC) และแผ่นซับเสียงอคูสติก ภายใต้แบรนด์ Royal Thai, Carpets Inter, RT Acoustic และ RT Studio โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality) อาคารพาณิชย์ และที่พักอาศัยระดับพรีเมียมทั่วโลก
- 2. กลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ (TCM Living):** ลงทุนในธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์หุ้มและโซฟาในประเทศไทย อังกฤษ โดยมีแบรนด์เรือธงที่แข็งแกร่งอย่าง Alstons ซึ่งเน้นการออกแบบและผลิตสินค้าคุณภาพสูงเพื่อจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกในประเทศอังกฤษ
- 3. กลุ่มธุรกิจพรมและผ้าห่มปูในรถยนต์และรถโดยสาร (TCM Automotive):** ลงทุนผ่านกิจการร่วมค้า (บริษัท ที.ซี.เอช. ซูมิโนเอะ จำกัด) เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสิ่งทอ ผ้านอนวูเว่น และวัสดุหนังเทียมสำหรับหุ้มเบาะและตกแต่งภายในรถยนต์ โดยเป็นพันธมิตรสำคัญที่ส่งมอบสินค้าให้แก่ค่ายรถยนต์ชั้นนำ (OEM)

ในฐานะองค์กรระดับโลก TCMC ได้บูรณาการมิติด้านความยั่งยืน (ESG) เข้าเป็นเสาหลักในกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาใช้ในห่วงโซ่คุณค่า ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล รวมถึงการตั้งเป้าหมายสูงสุดในการบรรลุ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี ค.ศ. 2050 เพื่อสร้างการเติบโตที่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากร ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง



# การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibilities) โดยมุ่งเน้นการประกอบกิจการด้วยความดูแลเอาใจใส่ต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่าการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม พร้อมกับการเจริญเติบโตของบริษัทควบคู่กันไปด้วย

## รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### ขอบเขตการรายงาน

รายงานฉบับนี้จัดทำให้สอดคล้องกับคู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน (SET Sustainability Reporting Guide) โดยแสดงผลการดำเนินงานในประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท ครอบคลุมเฉพาะการดำเนินธุรกิจของทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น และกลุ่มธุรกิจวัสดุตกแต่งพื้นผิวเท่านั้น โดยมีขอบการรายงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2568

สำหรับกลุ่มธุรกิจฟอร์นิเจอร์ เนื่องจากการปรับโครงสร้างภายในกลุ่มธุรกิจ จึงไม่สามารถเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับข้อมูลเดิมได้ และสำหรับกลุ่มธุรกิจพรมและผ้าห่มบุในรถยนต์และรถโดยสาร ซึ่งเป็นธุรกิจร่วมทุนที่บริษัทไม่ได้ควบคุมการบริหาร จะรายงานข้อมูลด้านสภาพอากาศเฉพาะในขอบเขต Scope 3 เท่านั้น

### การรับรองรายงาน

เนื้อหาหลักและข้อมูลสำคัญในรายงานฉบับนี้ได้ถูกทบทวนและตรวจสอบโดยผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้เชื่อมั่นว่า เนื้อหาที่รายงานนี้มีความถูกต้อง สอดคล้องกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

### การสอบถามข้อมูล

หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)  
2054 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310  
โทร: +66 (0) 2318 3960  
อีเมล: info@tcm-corporation.com

## 1. นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทได้จัดทำนโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน โดยยึดมั่นในหลักการ ดังนี้

1) **มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม:** บริษัทมุ่งมั่นที่จะลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และลดการปล่อยของเสียให้เหลือน้อยที่สุดในการดำเนินงานทุกด้าน บริษัทจะค้นคว้าและนำเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่และแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดมาใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย Net Zero ในปี ค.ศ. 2050

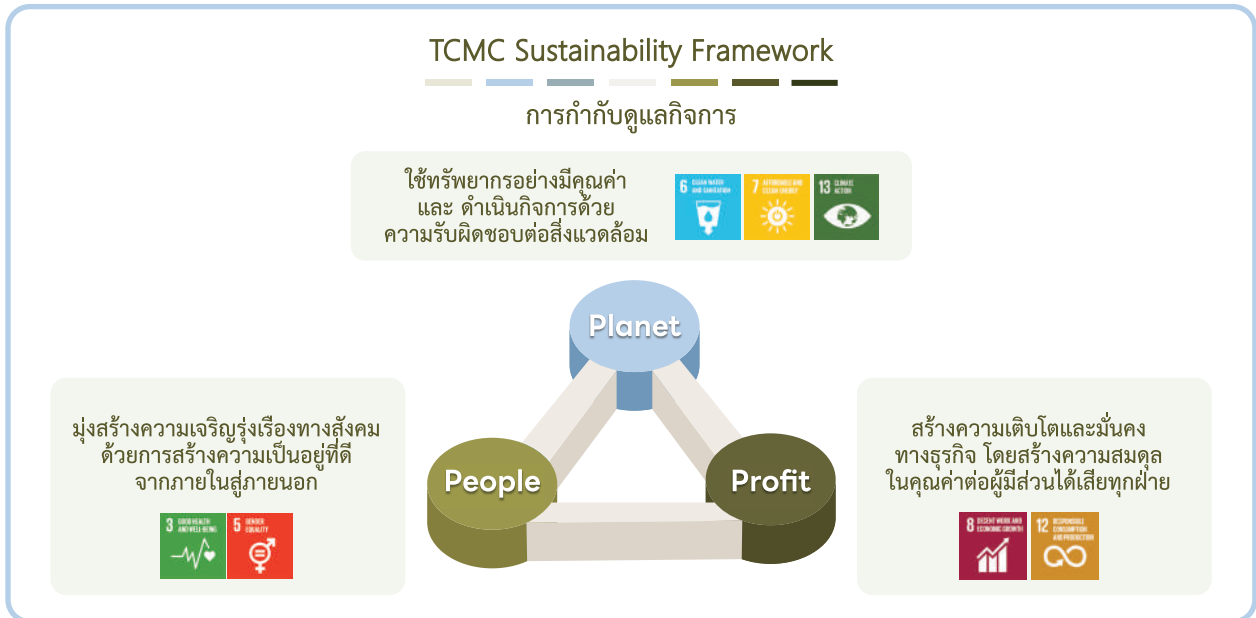
2) **มีความรับผิดชอบต่อสังคม:** บริษัทเชื่อในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนด้วยความยุติธรรม ความเคารพ และให้เกียรติ เรามุ่งมั่นที่จะส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ ความหลากหลาย และความเสมอภาคในสถานที่ทำงาน และจะดำเนินกิจการเพื่อสนับสนุนชุมชนรอบด้านของเรา

3) **มีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ:** บริษัทตระหนักว่าแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจที่ยั่งยืน ไม่ได้เป็นแค่เพียงสิ่งที่สมควรกระทำเท่านั้น แต่ยังมีเหมาะสมในเชิงธุรกิจอีกด้วย บริษัทจะพยายามรักษาสมาดุลของเป้าหมายทั้งในด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักว่าเป้าหมายทั้งสองนั้นพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

4) **มีความโปร่งใสและมีธรรมาภิบาล:** บริษัทเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยจะทำให้แน่ใจว่าการดำเนินธุรกิจของเราเป็นไปอย่างเปิดเผย ซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

## กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

บริษัทกำหนดกรอบการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability Development) ซึ่งอ้างอิงกับแนวทางการดำเนินการในระดับสากลที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก (Sustainability Development Goals: SDGs) โดยวิเคราะห์ผลกระทบและสร้างคุณค่าให้เกิดความสมดุลใน 3 ส่วน ได้แก่ People (สังคม) Planet (สิ่งแวดล้อม) และ Profit (ผลตอบแทน) ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยบูรณาการให้เกิดความเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การใช้ทรัพยากร การผลิต การจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง การจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภค และการจัดการผลิตภัณฑ์หลังการขาย โดยมีกรอบการดำเนินงานครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการมีจริยธรรมและมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังนี้



## เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทกำหนดทิศทางความยั่งยืนผ่านกรอบการดำเนินงาน ESG โดยบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์หลักเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาว ดังนี้

### 1. ด้านสิ่งแวดล้อม: การมุ่งสู่เศรษฐกิจสีเขียวและเป้าหมาย Net Zero

- กลยุทธ์ธุรกิจ: ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในองค์กรเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- เป้าหมายระยะสั้น (1-3 ปี):
  - เริ่มการประเมินและจัดทำฐานข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO)
  - นำแนวคิด Circular Economy มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดของเสียจากการดำเนินงาน เพิ่มสินค้าที่วัสดุจากธรรมชาติ และพัฒนาสินค้าที่ประกอบด้วยวัสดุรีไซเคิลสูงกว่า 50% โดยน้ำหนัก
- เป้าหมายระยะยาว (ปี 2050): บรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ผ่านการเปลี่ยนผ่านสู่เทคโนโลยีคาร์บอนต่ำและระบบเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy)

### 2. ด้านสังคม: การเติบโตไปพร้อมกับชุมชนและบุคลากร

- กลยุทธ์ธุรกิจ: สร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงด้านแรงงาน รวมถึงเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ เพื่อสร้างความไว้วางใจและการยอมรับจากสังคม (Social License to Operate)
- เป้าหมายระยะสั้น (1-3 ปี):
  - จัดทำโครงการพัฒนาทักษะพนักงาน (Reskill & Upskill) โดยมุ่งเน้นความเข้าใจด้านความยั่งยืน 100%
  - ส่งเสริมความหลากหลายในองค์กร (DEI: Diversity, Equity, and Inclusion) โดยมีเป้าหมายสัดส่วนผู้บริหารที่เป็นสตรีเพิ่มขึ้น
- เป้าหมายระยะยาว: สร้างระบบนิเวศทางสังคมที่เข้มแข็งผ่านโครงการพัฒนาอาชีพในชุมชนรอบสถานประกอบการ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

### 3. ด้านเศรษฐกิจ และธรรมาภิบาล: ความมั่นคงบนรากฐานความยั่งยืน

- กลยุทธ์ธุรกิจ: สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียผ่านระบบกำกับดูแลกิจการที่ดี รักษาสมดุลระหว่างผลกำไรกับการดูแลโลก (Profit with Purpose) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของนักลงทุนและคู่ค้าในปัจจุบัน
- เป้าหมายระยะสั้นและยาว:

- 1) เพิ่มสัดส่วนรายได้ที่มาจากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
- 2) บริหารจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่อาจกระทบต่อผลประกอบการทางการเงิน
- 3) สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า ส่งเสริมความร่วมมือ ให้ความรู้ สร้างธุรกิจที่ยั่งยืนร่วมกัน
- 4) จัดตั้งช่องทางรับข้อร้องเรียน (Whistleblowing) ที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส 100%
- 5) รักษาคะแนนการประเมิน CG Score ในระดับ “ดีเลิศ” อย่างต่อเนื่อง

## 2. การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่า

การบริหารห่วงโซ่คุณค่าถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะส่งผลสำเร็จทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญต่อทุกกระบวนการของห่วงโซ่ธุรกิจ (Business Chain) เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น รวมถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมและมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

- ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain): มุ่งเน้นในการจัดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain): มุ่งเน้นสร้างคุณค่าของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า

### กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มธุรกิจ TCM Surface<sup>1</sup>



### กิจกรรมสนับสนุน



<sup>1</sup>วิเคราะห์เฉพาะส่วนงาน TCM Surface ซึ่งอยู่ในขอบเขตของการรายงาน

### 3. การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

#### การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งภายในและภายนอกโดยสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ และนำความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียมาดำเนินการ



#### การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ความคาดหวัง	การดำเนินงาน	
<b>ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร</b>				
1	ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การประชุมผู้ถือหุ้น</li> <li>• รายงานประจำปี</li> <li>• เว็บไซต์บริษัทในส่วนนักลงทุนสัมพันธ์</li> <li>• รายงานข่าวตลาดหลักทรัพย์</li> <li>• การติดต่อเยี่ยมชมกิจการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลตอบแทนที่ดี</li> <li>• การปฏิบัติที่เท่าเทียม</li> <li>• ข้อมูลที่ถูกต้องและถูกเวลา</li> <li>• ความยั่งยืนของบริษัท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม</li> <li>• สื่อสารให้ผู้ถือหุ้นทราบแนวทางการดำเนินงาน กลยุทธ์ และผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>
2	พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสานเสวนากับพนักงาน</li> <li>• ระบบ Intranet / Social Media</li> <li>• การสำรวจความพึงพอใจ</li> <li>• การร้องเรียนผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing Channel)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ค่าตอบแทน สวัสดิการที่เหมาะสม</li> <li>• คุณภาพชีวิตที่ดีและมีความปลอดภัยในการทำงาน</li> <li>• การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม</li> <li>• ความก้าวหน้า ความมั่นคงในชีวิต</li> <li>• การพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถในการทำงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• กำหนดค่าตอบแทน สวัสดิการที่เหมาะสม</li> <li>• สร้างความรัก ความผูกพันในองค์กร</li> <li>• สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม</li> <li>• กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ</li> <li>• ส่งเสริมให้มีกรอบรม และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
<b>ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร</b>				
3	ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสำรวจความพึงพอใจ</li> <li>• Website / e-mail และ Social Media</li> <li>• ลูกค้าสัมพันธ์ / Call Center</li> <li>• การร้องเรียนผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing Channel)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้าคุณภาพดีและราคาเหมาะสม</li> <li>• การเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและสะดวก</li> <li>• การสื่อสารข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน</li> <li>• การบริการอย่างเป็นมิตร</li> <li>• การรับและแก้ไขข้อร้องเรียนต่าง ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ</li> <li>• ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าระดับสากล</li> <li>• พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า</li> <li>• บูรณาการช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าอย่างทั่วถึงและครบวงจร</li> <li>• จัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ</li> </ul>

ผู้มีส่วนได้เสีย		ช่องทางการมีส่วนร่วม	ความคาดหวัง	การดำเนินงาน
4	ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุม</li> <li>Website / e-mail / โทรศัพท์</li> <li>การติดต่อเยี่ยมชมกิจการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โปร่งใส</li> <li>สร้างความร่วมมือทางธุรกิจเติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ</li> <li>ร่วมมือต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน</li> <li>ร่วมมือพัฒนาวิถีดุติ และผลิตภัณฑ์</li> </ul>
5	สถาบันการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>สาขาและผู้ดูแลของธนาคาร</li> <li>การประชุม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับผลประโยชน์ทางการเงินตามข้อตกลง</li> <li>พันธมิตรทางธุรกิจที่เชื่อถือได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติตามเงื่อนไข ข้อตกลง ต่าง ๆ กับสถาบันการเงินอย่างเคร่งครัด</li> </ul>
6	ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสานเสวนากับชุมชน</li> <li>การประชุม / การเยี่ยมชมโรงงาน</li> <li>การร่วมกิจกรรม CSR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสร้างอาชีพ สร้างรายได้</li> <li>สภาพแวดล้อมที่ดี ไม่สร้างมลภาวะ</li> <li>ได้รับการสนับสนุนในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การจ้างงานจากคนในพื้นที่</li> <li>การสนับสนุนกิจกรรมของคนในชุมชน</li> <li>การควบคุมและตรวจวัดสภาพแวดล้อมโดยรอบโรงงาน</li> <li>การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของบริษัท</li> </ul>
7	สังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website / Social Media</li> <li>การร้องเรียนผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing Channel)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การช่วยเหลือและดูแลสังคม</li> <li>การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินงาน CSR อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน</li> <li>ปฏิบัติตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> </ul>
8	สื่อมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website / Social Media</li> <li>โทรศัพท์ติดต่อเจ้าหน้าที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ข้อมูลถูกต้อง รวดเร็ว</li> <li>การปฏิบัติที่ดีจากบริษัทและคนในองค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สร้างสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน ติดต่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นจริง ไม่ให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ</li> </ul>
9	ภาครัฐ (government authority)	<ul style="list-style-type: none"> <li>รายงาน / จดหมาย</li> <li>การเข้าร่วมประชุม / กิจกรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมาย</li> <li>ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง โปร่งใส</li> <li>ความร่วมมือในด้าน CSR</li> </ul>
10	องค์กรอิสระ (NGO)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website / Social media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>เงินสนับสนุนในกิจกรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความร่วมมือในด้าน CSR</li> </ul>

## การประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจโดยสร้างมูลค่าธุรกิจควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม และสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัทจึงได้ดำเนินการกระบวนการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน ดังนี้

### 1. การระบุประเด็น

บริษัทพิจารณาจากทิศทางกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ความเสี่ยงและโอกาสการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนและการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ควบคู่ไปกับการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยในการกำหนดขอบเขตของแต่ละประเด็นที่สำคัญ เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อประเด็นที่สำคัญ

### 2. การจัดลำดับความสำคัญ

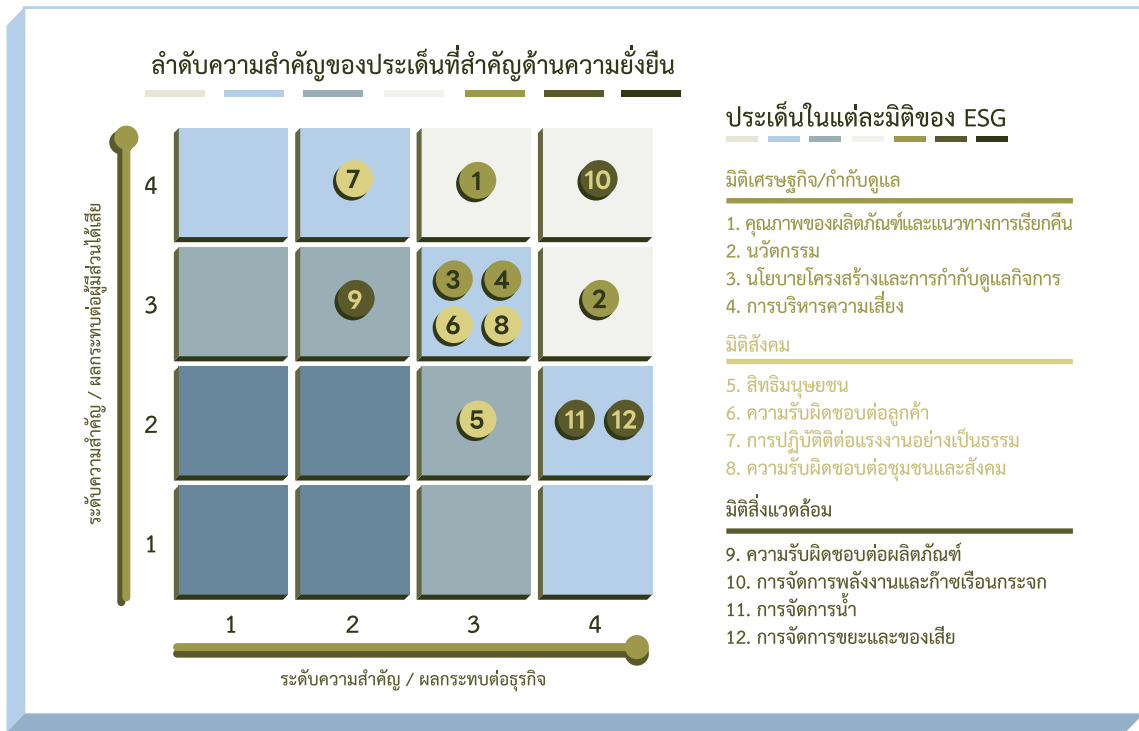
บริษัทนำประเด็นที่ได้รับการคัดเลือกมาพิจารณาจัดกลุ่ม ประเมินและจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ โดยพิจารณาจากสองมิติคือ โอกาสและผลกระทบที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและความสำคัญและผลกระทบต่อความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย

### 3. การตรวจสอบ

คณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ดำเนินการทวนสอบผลการประเมินประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจเพื่อยืนยันว่าประเด็นต่าง ๆ ได้ถูกจัดลำดับโดยสะท้อนถึงเรื่องที่มีความสำคัญต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุ

### 4. การทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง




บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจตามแนวทางพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการทบทวนสาระสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรทุกปี โดยนำมุมมองและข้อเสนอแนะที่มีต่อสาระสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมาพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาการจัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืนในปีต่อไปผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร



จากผลการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืนทั้ง 3 ด้าน ได้ 12 ประเด็น ซึ่งสรุปผลการดำเนินงานในแต่ละด้านตามเป้าหมายกลยุทธ์ขององค์กร SDGs และ GRI Standards ได้ดังต่อไปนี้



ไฮไลท์ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

เป้าหมายที่สอดคล้องกับ SDGs/ GRI Standards	โครงการ	ผลการดำเนินงาน
<b>ด้านเศรษฐกิจ/การกำกับดูแล</b>		
<p>สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียผ่านระบบกำกับดูแลกิจการที่ดี รักษาสมดุลระหว่างผลกำไรกับการดูแลโลก (Profit with Purpose) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของนักลงทุนและคู่ค้าในปัจจุบัน</p>    <p>GRI Standard: 416-1 และ 416-2 / 418-1 / 403-7</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพิ่มสัดส่วนรายได้ที่มาจากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง</li> <li>2. บริหารจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่อาจกระทบต่อผลประกอบการทางการเงิน</li> <li>3. สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า ส่งเสริมความร่วมมือ ให้ความรู้ สร้างธุรกิจที่ยั่งยืนร่วมกัน</li> <li>4. จัดตั้งช่องทางรับข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส 100%</li> <li>5. รักษาคะแนนการประเมิน CG Score ในระดับ “ดีเลิศ” อย่างต่อเนื่อง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลิตภัณฑ์ RT Acoustic รุ่น Duet ได้รับรางวัล Red Dot Design Award ปี 2025</li> <li>2. ผลิตภัณฑ์พรม Axminster Tile ได้รับรางวัล Asa Awards ประเภท Sustainable Material</li> <li>3. เปิดตัวพรมนวัตกรรมใหม่ “EverGlean Mat” ที่ผลิตจากเส้นใยไนลอนรีไซเคิล 100% กับแผ่นรองหลังที่แปรรูปจากขวดน้ำดื่มรีไซเคิล ใช้เป็นพรมดักจับสิ่งสกปรกก่อนเข้าในอาคาร หรือพื้นที่ที่มีการสัญจรสูง</li> <li>4. บริษัทตั้งเป้าหมายและประสบความสำเร็จในการควบคุมมลพิษจากกระบวนการผลิต ให้มีค่าที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานตามกฎหมายกำหนด อย่างน้อย 30% ต่อเนื่อง</li> <li>5. บริษัทมีการตั้งเป้าหมายในการสร้างห่วงโซ่อุปทานที่โปร่งใส 90% ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้คะแนน 94.4% จากช่องทางการสื่อสารทาง online และ offline ผ่านโครงการ Lunch &amp; Learn</li> <li>6. ผลการประเมินความเสี่ยงและศักยภาพคู่ค้าใน 5 มิติหลัก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม ที่ร้อยละ 95.24</li> <li>7. บริษัทมีการประเมินพนักงานในด้านความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ (SAPA) เป็นประจำทุกปี โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทได้คะแนนสูงขึ้นกว่าปีก่อน 3% และสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานของธุรกิจประเภทเดียวกัน 2.1%</li> <li>8. บริษัทเป็นสมาชิก “โครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 12</li> <li>9. บริษัทได้รับการประเมิน SET ESG Ratings 2025 ในระดับ AA</li> </ol>

เป้าหมายที่สอดคล้องกับ SDGs/ GRI Standards	โครงการ	ผลการดำเนินงาน
<b>ด้านสังคม</b>		
<p>สร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงด้านแรงงาน รวมถึงเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ เพื่อสร้างความไว้วางใจและการยอมรับจากสังคม (Social License to Operate)</p> <div data-bbox="164 504 274 611"> </div> <div data-bbox="164 620 274 728"> </div> <div data-bbox="164 736 274 844"> </div> <p>GRI Standards: 405-1, 406-1</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>จัดทำโครงการพัฒนาทักษะพนักงาน (Reskill &amp; Upskill) โดยมุ่งเน้นความเข้าใจด้านความยั่งยืน 100%</li> <li>ส่งเสริมความหลากหลายในองค์กร (DEI: Diversity, Equity, and Inclusion) โดยมีเป้าหมายสัดส่วนผู้บริหารที่เป็นสตรีเพิ่มขึ้น</li> <li>เป้าหมายระยะยาว: สร้างระบบนิเวศทางสังคมที่เข้มแข็งผ่านโครงการพัฒนาอาชีพในชุมชนรอบสถานประกอบการ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>บริษัทจัดทำกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD) และกำหนดให้พนักงานใหม่ 100% ต้องผ่านการอบรมความรู้เรื่องสิทธิมนุษยชน</li> <li>ในปีที่ผ่านมาไม่มีเรื่องร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน และการขอใช้สิทธิยกเลิกการให้ข้อมูลส่วนบุคคล</li> <li>พนักงานมีทักษะสูงขึ้นจากโครงการ Upskill / Reskill 86.9% จากเป้าหมาย 70%</li> <li>ความผูกพันของพนักงานในองค์กรมีอัตรา 87.4% จากเป้าหมาย 85%</li> <li>สัดส่วนพนักงานหญิงในระดับการจัดการและผู้บริหาร รวมแล้วมีอัตราส่วนเท่ากับพนักงานชาย 1:1 สูงกว่าปีก่อน ที่มีอัตราส่วนหญิงน้อยกว่าชาย</li> <li>ปรับปรุงช่องทางร้องเรียน และการเสนอความคิดเห็น เพิ่มช่องทาง Line SMILE ขององค์กร</li> <li>บริษัทมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับชุมชนใกล้เคียงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 มีโครงการให้ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะเป็นความร่วมมือระหว่างองค์กร ชุมชน และเทศบาลในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</li> <li>บริษัทบริจาคพรมให้แก่สถานศึกษาจำนวน 8 แห่ง คิดเป็นมูลค่ารวม 2,037,469 บาท และสนับสนุนพรมให้แก่โรงเรียนจำนวน 14 แห่ง มูลค่า 12,600 บาท</li> <li>บริษัทได้รับมอบประกาศเกียรติคุณเป็น “องค์กรที่ส่งเสริมโอกาสการทำงานและการมีรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ประจำปี 2568” ในระดับ “ดี” จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์</li> </ol>
<b>ด้านสิ่งแวดล้อม</b>		
<p>ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในองค์กรเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p> <div data-bbox="164 1339 274 1447"> </div> <div data-bbox="164 1456 274 1563"> </div> <div data-bbox="164 1572 274 1680"> </div> <div data-bbox="164 1688 274 1796"> </div> <p>GRI Standards: 416-1, 301-1, 301-2, 301-3, 201-1, and G4-EN2</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>เริ่มการประเมินและจัดทำฐานข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO)</li> <li>นำแนวคิด Circular Economy มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดของเสียจากการดำเนินงาน เพิ่มสินค้าที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ และพัฒนาสินค้าที่ประกอบด้วยวัสดุรีไซเคิลสูงกว่า 50% โดยน้ำหนัก</li> <li>เป้าหมายระยะยาว: บรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ในปี ค.ศ.2050</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>บริษัทตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 2% ต่อปี โดยในปี 2568 บริษัทจัดทำโครงการลดของเสีย ลดการใช้พลังงาน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ใช้วัสดุรีไซเคิล และใช้พลังงานทดแทน เมื่อรวมผลการดำเนินงานจากทุกโครงการ ทำให้บริษัทมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง 4.6%</li> <li>บริษัทเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิลและวัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็น 56% ของปริมาณน้ำหนักรวมของวัสดุทั้งหมด สูงขึ้นจากปีก่อนที่ทำได้ 46.7%</li> <li>บริษัทตั้งเป้าหมายการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำกลับมาแปรรูปใหม่ 90% ของปริมาณบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด โดยในปี 2568 บริษัทเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีวัสดุรีไซเคิลเป็นส่วนประกอบ 93% และใช้วัสดุย่อยสลายได้ 88% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด</li> <li>บริษัทติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา (Solar Rooftop) เฟส 3 เพื่อเพิ่มการใช้พลังงานสะอาด โดยมีขนาดกำลังการผลิต 993.6 กิโลวัตต์ ซึ่งจะเริ่มจ่ายไฟเข้าระบบปี 2569</li> <li>ในส่วนสำนักงานใหญ่ มีการติดตั้งอุปกรณ์ปรับปรุงคุณภาพไฟฟ้า ทำให้อัตราการใช้ไฟลดลงถึง 7.69%</li> <li>บริษัทมีเป้าหมายลดการใช้น้ำต่อผลิตภัณฑ์ลง 5% ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทมีปริมาณการใช้น้ำต่อผลิตภัณฑ์ลดลง 3.5%</li> <li>บริษัทมีอัตราการปล่อยน้ำเสียออกจากโรงงานผลิตสู่สาธารณะ เป็น 0% (Zero discharge) โดยการนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ประโยชน์หมุนเวียนภายในโรงงาน มาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 11 ปี (ตั้งแต่ปี 2558)</li> <li>บริษัทสามารถลดอัตราการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิตลงได้ 7.8% จากปีก่อน จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ลดลง 5%</li> <li>บริษัทมีนโยบายริบพรหมเก่าที่เสื่อมสภาพแล้วกลับมาทำจัดอย่างถูกวิธี โดยการใช้เป็นวัตถุดิบทดแทนในเตาเผาปูนซีเมนต์เพื่อเป็น Co-material ในการผลิต Cement kiln โดยในปี 2567 มีพรมที่ถูกนำกลับมาเข้ากรรมวิธีย่อยสลายจำนวน 362 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 0.3%</li> <li>บริษัทมีอัตราการกำจัดของเสียด้วยวิธีฝังกลบเป็น 0% (Zero Landfill) มาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 16 ปี (ตั้งแต่ปี 2553)</li> </ol>

# Our Sustainability Journey

**2005**

We have started a campaign to recycle 1 billion bottles by 2025



**Start**

**2005-2009**

Zero Waste to landfill project started to accomplishment



**2019**

EcoSoft® Sustainability Awards 2019 in Innovation of Waste Elimination from Architecture and Design, Australia



**2023**

Join "Plant & Protect" project with Care the Wild Partner



**2021**  
Net Zero Target Based Year.

**To be Continued...**

**2022**

Launch new product "RT Acoustic". Produced from recycled materials, it promotes consumer health by improving sound absorption and reducing noise pollution.



**DUET**

(Acoustic foam) - Front layer is made from 100% polyester fiber, back layer is made from 80% recycling polyester fiber and 20% wool.

**2007-2015**

Zero Water Discharge project started to accomplishment



**2014**

The Carpet Reclamation program started.



**2015**

We transformed waste sludge from the water treatment process into high-quality fertilizer. Up to 2024, we have turned nearly 2,000 tons of sludge into over 400,000 bags of fertilizer!



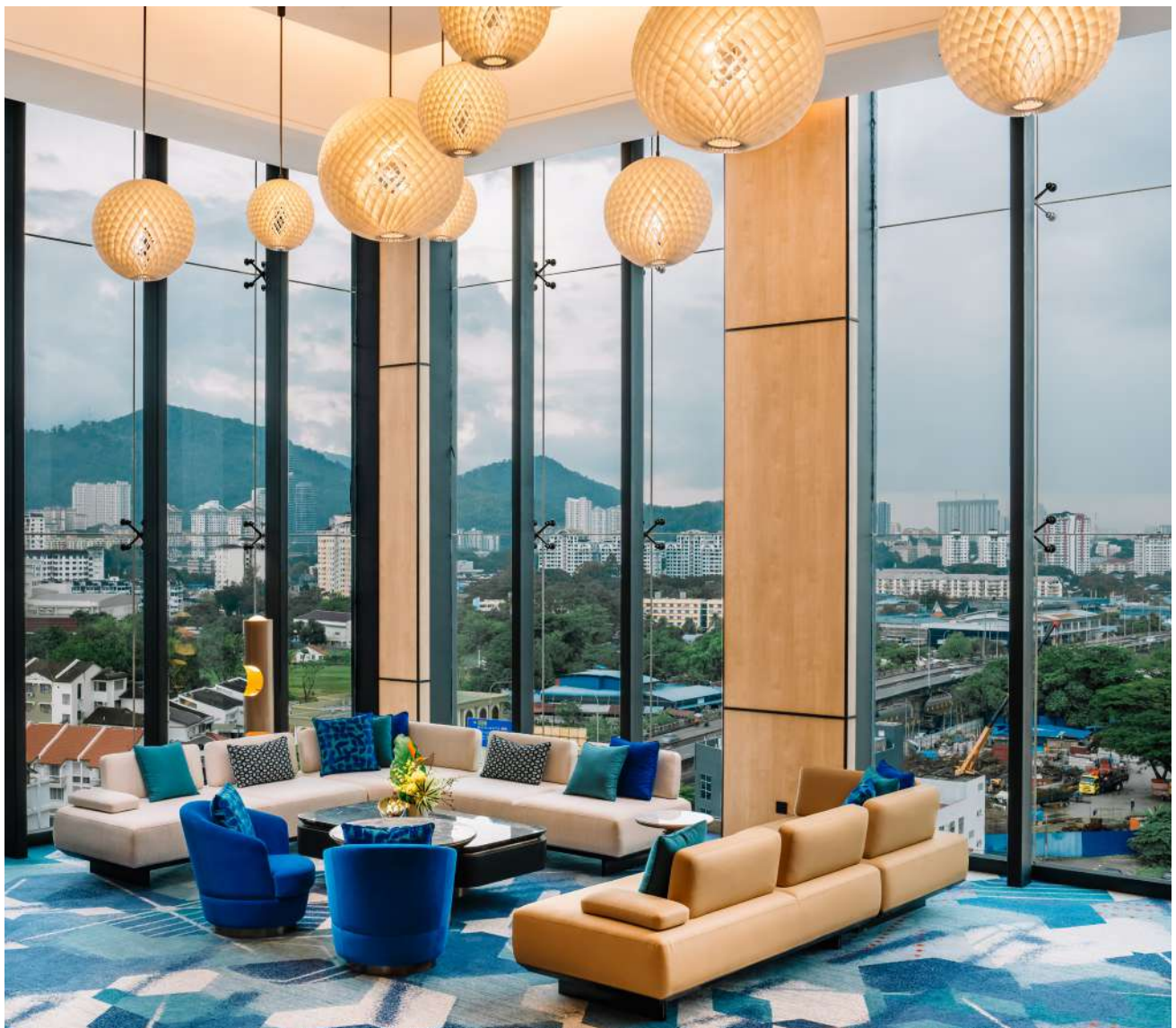
**2021**

First Phase Solar roof has been installed.



**2021**

TCMC Signed a declaration to support the Women Empowerment Principles (WEPs) to support Gender Equality and promote acceptance of differences in workplaces, markets, and communities.



# การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

## ด้านบรรษัทภิบาล/การกำกับดูแลกิจการ

### 1. การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทได้กำหนดพันธกิจที่จะดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งความเชื่อมั่นและความไว้วางใจซึ่งกันและกันของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ควบคู่ไปกับการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไว้เป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างชัดเจน เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยเคารพในสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดร่วมกัน เพื่อสร้างความสมดุลของการดำเนินธุรกิจและคงความเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

#### 1.1 การแข่งขันที่เป็นธรรม

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม ประกอบธุรกิจอย่างโปร่งใส โดยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับคู่ค้าเพื่อการเติบโตร่วมกันในระยะยาว ดำเนินการภายใต้กรอบกติกาการแข่งขันที่เป็นธรรมตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง และระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 ตลอดจนได้กำหนดแนวปฏิบัติการบริการเลี้ยงรับรองหรือการเลี้ยงรับรอง การรับหรือการให้ของขวัญ การรับหรือให้บริการต้อนรับให้อยู่ในธรรมเนียมปฏิบัติที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเรียกรับผลประโยชน์ที่อยู่นอกเหนือข้อตกลงทางการค้า รวมทั้งไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่ง ไม่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม ไม่แสวงหาประโยชน์ทางธุรกิจด้วยวิธีไม่สุจริต ไม่ลอกเลียนแบบหรือนำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต เพื่อให้บริษัทเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ในการสร้างสมดุลในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สร้างความเชื่อ (Public Trust) และเติบโตอย่างยั่งยืน

- ผลการดำเนินงานปี 2568

บริษัทไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

#### 1.2 การเคารพสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

- แนวทางการบริหารจัดการ

1. เคารพในสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของของผู้ถือหุ้น ดูแลผลประโยชน์ สนับสนุน ส่งเสริม เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรมเท่าเทียมกัน โดยจัดให้มีหน่วยงานนักกลตุนสัมพันธ์เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นและนักกลตุน ตลอดจนมีการจัดทำนโยบายการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ผู้ถือหุ้นและนักกลตุนทุกประเภทสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าบริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความสุจริต โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

2. คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รักษาสัญญาและข้อตกลงในการขายสินค้า ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองต่อความต้องการตลอดจนข้อร้องเรียนของลูกค้า มีนโยบายรับประกันความพอใจในสินค้าและสามารถเปลี่ยนสินค้าได้กรณีพบปัญหาด้านคุณภาพ โดยจัดให้มีหน่วยงานลูกค้าสัมพันธ์ และระบบ Call Centre เพื่อดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด

3. เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และสิทธิของพนักงานทุกคน โดยไม่เลือกปฏิบัติทางเชื้อชาติ ศาสนา เพศ และอื่น ๆ

4. บริหารงานเพื่อให้เจ้าหน้าที่ในสถานะทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ที่ดี พร้อมทั้งปฏิบัติตามสัญญาหรือเงื่อนไขต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด

5. เคารพและไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่นำผลงานของบุคคลอื่นมาใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับอนุญาตและไม่สนับสนุนสินค้าหรือการกระทำที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ในขณะเดียวกันได้ตรวจสอบ ดูแล รักษาผลงานซึ่งถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท โดยดำเนินการจดสิทธิบัตรผลงานนวัตกรรมต่าง ๆ ไม่ยินยอมให้ถูกละเมิดหรือให้บุคคลอื่นนำไปใช้โดยมิได้รับอนุญาต

6. ให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัท ได้จัดทำนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและประกาศความเป็นส่วนตัวของพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ผู้มาติดต่อ กรรมการและผู้ถือหุ้น เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท รวมทั้งได้จัดทำระเบียบปฏิบัติเพื่อบริหารจัดการและควบคุมการดำเนินการกับข้อมูลส่วนบุคคลให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด

7. จัดให้มีช่องทางรับแจ้งข้อมูล หรือข้อร้องเรียนเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียรายงานการละเมิดสิทธิหรือพบเห็นการกระทำที่ฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ มีขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริงและกำหนดบทลงโทษทั้งทางวินัยและ/หรือกฎหมายสำหรับผู้กระทำผิด โดยเป็นไปตามนโยบายบริหารจัดการข้อร้องเรียนและคุ้มครองผู้ร้องเรียน

- ผลการดำเนินงานปี 2568

1. บริษัทไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ข้อมูลส่วนบุคคล หรือทรัพย์สินของผู้อื่น
2. บริษัทมีการเข้าร่วมกิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบปะนักลงทุน (opportunity day) ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารกับนักลงทุนและผู้ถือหุ้นเพิ่มเติม นอกเหนือจากช่องทางติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ตามปกติ และเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นได้รับทราบข้อมูลบริษัทอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง
3. ในปี 2568 บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น ได้รับ SET ESG Ratings 2025 ในระดับ AA แสดงถึงความมุ่งมั่นในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียของบริษัททุกกลุ่ม



### 1.3 การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

- แนวทางการบริหารจัดการ

1. บริษัทมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม โดยจัดให้มีแนวทางในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงการสร้างจิตสำนึก ค่านิยม ทัศนคติ และปลูกฝังจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่จะส่งเสริมให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนไม่สนับสนุนให้มีการสร้างความสำเร็จของงานด้วยวิธีการทุจริต
2. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2558 เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2558 ได้กำหนดนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ต่อมาได้มีการทบทวนและแก้ไขนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เป็นประจำทุกปีเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีการปรับปรุงล่าสุดโดยมติคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 6/2568 เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2568
- นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติระเบียบปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติในการต่อต้านคอร์รัปชัน ตลอดจนจัดให้มีมาตรการในการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเมื่อพบเห็นหรือมีหลักฐานว่ามีการคอร์รัปชัน เกิดขึ้นในบริษัท และมีกลไกในการให้ความคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมกับผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ถูกร้องเรียน รวมถึงมีบทลงโทษผู้กระทำความผิด ผู้ข่มขู่หรือคุกคาม หรือผู้ที่เพิกเฉยต่อการกระทำความผิด ตามระเบียบของบริษัทและตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
3. เข้าร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption : CAC) ด้วยความสมัครใจ ตั้งแต่ปี 2557 และได้รับการรับรองการต่ออายุสมาชิกครั้งที่ 3 ในปี 2568
4. จัดให้มีระบบการบริหารความเสี่ยง และระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 กระบวนการในการประเมินความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน

คณะกรรมการความยั่งยืนและบริหารความเสี่ยงได้จัดทำแผนดำเนินงานบริหารจัดการความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นประจำทุกปี ซึ่งรวมถึงการประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน ที่อาจเกิดขึ้น โดยมีการกำหนดเกณฑ์การประเมินระดับความเสี่ยงทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบ ระบุมาตรการควบคุมที่ดำเนินการอยู่และป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งกำหนดมาตรการดำเนินการที่เหมาะสมกับความเสี่ยงที่ประเมินได้ รวมทั้งมีมาตรการในการควบคุมและป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

#### 4.2 การกำกับดูแลและควบคุมดูแลเพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน

บริษัทจัดให้มีกระบวนการตรวจสอบโดยสำนักงานตรวจสอบภายใน เพื่อประเมินความเพียงพอระบบการควบคุมภายในและการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน ในระบบงานสำคัญ เช่น ระบบการขาย การจัดซื้อจัดจ้าง ระบบการบันทึกบัญชีและการชำระเงิน เป็นต้น ตลอดจนจัดให้มีช่องทาง การรับแจ้งข้อมูล หรือข้อร้องเรียนในเรื่องที่อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความถูกต้องของรายงานทางการเงิน ระบบการควบคุมภายในที่บกพร่อง หรือการกระทำผิดกฎหมายและผิดจรรยาบรรณ หรือเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียนที่เป็นระบบและยุติธรรม ตลอดจนมีขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริงและกำหนดบทลงโทษทั้งทางวินัยและ/หรือกฎหมาย และในกรณีที่สามารถติดต่อผู้ร้องเรียนได้ บริษัทจะแจ้งผลการสอบสวนข้อเท็จจริงให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

#### 4.3 แนวทางในการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

บริษัทจัดให้มีกระบวนการตรวจสอบอย่างเหมาะสม โดยมีสำนักงานตรวจสอบภายในดำเนินการตรวจสอบระบบการควบคุมภายในตามแผนการตรวจสอบประจำปีและรายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ในกรณีที่ตรวจพบการทุจริตคอร์รัปชัน หรือมีการรายงานข้อร้องเรียน สำนักงานตรวจสอบภายในจะรายงานสิ่งที่เกิดขึ้นและผลการสอบสวนข้อเท็จจริงให้กับคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการตรวจสอบรายงานต่อคณะกรรมการบริษัททราบตามลำดับ

5. กำหนดให้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมดำเนินนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของบริษัท ไปเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ ร่วมกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการปฏิเสธคอร์รัปชัน โดยสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ได้ที่ <https://www.tcm-corporation.com/th/esg-policy> > หัวข้อการต่อต้านการคอร์รัปชัน

6. สื่อสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องให้กับบุคคลภายนอก และบุคลากรของบริษัท ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์บริษัท ระบบอินทราเน็ต จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย เป็นต้น

7. จัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของบริษัท กับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เป็นประจำทุกปี ได้แก่ แนวปฏิบัติในการเป็นผู้ให้การสนับสนุน การให้และรับของขวัญ โทษทางวินัย รายละเอียดขั้นตอนและช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน กลไกในการให้ความคุ้มครองและเป็นธรรมแก่ผู้แจ้งเบาะแส เป็นต้น รวมถึงการจัดให้ความรู้ในเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรปฐมนิเทศพนักงานใหม่ด้วย

8. กำหนดช่องทางการสื่อสาร รับข้อร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมทั้งมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยผู้แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนจะได้รับการคุ้มครอง และเก็บเป็นความลับ และเรื่องที่ได้รับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบด้วยความระมัดระวัง รอบคอบ และเป็นธรรม

#### • ผลการดำเนินงานปี 2568

1. มีการทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งมีการปรับปรุงล่าสุดโดยมติคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 6/2568 เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2568

2. จัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายและระเบียบปฏิบัติในการต่อต้านการคอร์รัปชัน ในหลักสูตรปฐมนิเทศให้แก่พนักงานใหม่ทุกคน

3. ในปี 2568 มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัทให้แก่พนักงานทุกคน ผ่านทางการจัดประชุมออนไลน์ Intranet Email และ แอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารภายในบริษัท รวมถึงได้มีการสื่อสารเจตนาธรรมและช่องทางการแจ้งเบาะแสไปยังกลุ่มลูกค้า ลูกค้า และตัวแทนทางธุรกิจ (Agents/Contractors) อย่างทั่วถึงผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความเข้าใจในแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกัน นอกจากนี้ยังคงนโยบายงดรับและมอบของขวัญในทุกเทศกาล (No Gift Policy) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7

4. ฝ่ายตรวจสอบภายในได้ดำเนินการตรวจสอบรายการค่าใช้จ่ายที่มีความเสี่ยงสูง เช่น ค่ารับรอง การบริจาคเพื่อการกุศล และเงินสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ โดยการสุ่มตรวจเอกสารประกอบและกระบวนการอนุมัติเพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับนโยบายบริษัท และได้แจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ทราบทันทีเมื่อพบข้อผิดพลาดในการบันทึกรายการบัญชีที่ไม่ตรงตามประเภทค่าใช้จ่าย พร้อมทั้งสื่อสารแนวทางที่ถูกต้อง เพื่อสร้างแนวปฏิบัติที่ดี และเพื่อให้มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

5. บริษัทไม่มีการละเมิดแนวปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับการช่วยเหลือทางการเงิน การให้และรับของขวัญ การบริจาคเพื่อการกุศล การให้เงินสนับสนุน และการจัดจ้างพนักงานรัฐ และไม่ได้รับรายงานเรื่องร้องเรียนหรือได้รับแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันในปีที่ผ่านมา

#### 1.4 ความปลอดภัยทางไซเบอร์

##### • แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นและดำเนินการด้าน Cyber Security โดยใช้กรอบแนวคิดที่พัฒนามาจากมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของ ISO 27001 ร่วมกับหลักการของ NIST Cyber Security Framework ซึ่งประกอบด้วยกรอบการดำเนินการ 5 ด้าน ดังนี้

1. Identify: พัฒนาความเข้าใจในองค์กรเพื่อจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ต่อระบบสินทรัพย์ ข้อมูล และความสามารถ
2. Protect: พัฒนาและดำเนินการป้องกันที่เหมาะสมเพื่อให้แน่ใจว่ามีการส่งมอบบริการโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ
3. Detect: พัฒนาและดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสมเพื่อระบุเหตุการณ์การรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์
4. Respond: พัฒนาและดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสมเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการรับมือต่อเหตุการณ์ความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่ตรวจพบ
5. Recover: พัฒนาและดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสมเพื่อรักษาแผนสำหรับความยืดหยุ่น และเพื่อฟื้นฟูความสามารถหรือ บริการใด ๆ ที่บกพร่องอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

• ผลการดำเนินงานปี 2568

1. การทบทวนนโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นกรอบการกำกับดูแลและการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่สอดคล้องและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายหลักขององค์กร โดยมีการใช้ทรัพยากรและการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี

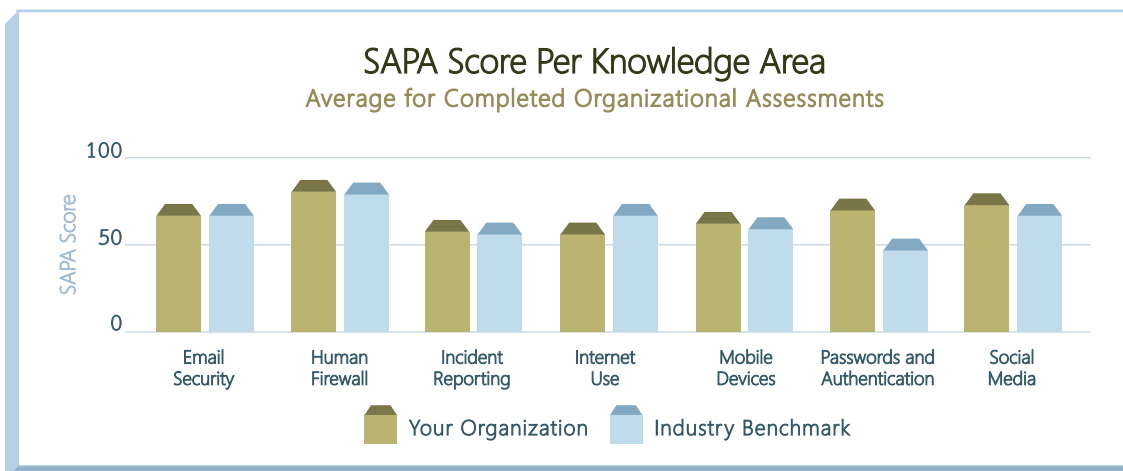
2. การติดตั้งระบบ Firewall และโปรแกรม EDR (Endpoint Detection and Response) เพื่อทำหน้าที่ป้องกันอันตรายต่าง ๆ จากภายนอกที่จะเข้ามาในระบบเน็ตเวิร์กภายใน ป้องกันความเสี่ยงต่อการถูกเจาะระบบ และการโจรกรรมข้อมูล

3. การฝึกอบรมเรื่อง ความตระหนักรู้ทางด้านความมั่นคงปลอดภัยในการใช้ทรัพยากรสารสนเทศภายในองค์กร (Cyber Security Awareness) ให้แก่พนักงาน เพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคามทางไซเบอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น และยังลดโอกาสที่จะถูกโจมตีทางไซเบอร์ได้มากขึ้น การฝึกอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัย (Cyber Security Awareness Training) ขององค์กร มุ่งเน้นไปที่สาระสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

- ประการแรก คือ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์ต่าง ๆ (Devices) มาใช้ในธุรกิจ
- ประการที่สอง คือ ตระหนักถึงสิ่งที่คุณเหมือนว่าจะเป็นภัยคุกคามด้านความปลอดภัย
- ประการที่สาม คือ วิธีการโต้ตอบต่อกิจกรรมที่น่าสงสัยและการโจมตีทางไซเบอร์จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

4. การประเมิน Security Awareness Proficiency Assessment (SAPA) ขององค์กร เพื่อทดสอบ Security Awareness ของพนักงานในองค์กรทุกปี เพื่อจัดเตรียมการฝึกอบรมเพิ่มเติมให้เหมาะสม โดยในปี 2568 จากการให้ความรู้เพิ่มเติม ผลการทดสอบ Phishing Test ได้คะแนนสูงขึ้นกว่าปี 2567 ร้อยละ 3 และยังสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานของธุรกิจประเภทเดียวกัน ร้อยละ 2.1

#### Security Awareness Proficiency Assessment (SAPA)



**Your Organization**  
Organization's SAPA Score:  
**66.4%**

**Industry Benchmark Data**  
Industry SAPA Score:  
**64.3%**  
Industry: Manufacturing  
Organization Size: Large (1000+ users)

5. จัดทำเกร็ดความรู้ (Tips of the week) ถ่ายทอดข้อมูล เคล็ดลับต่าง ๆ การรู้ทันกลโกง และการป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ในเบื้องต้น และเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในด้าน IT, Phishing mail

6. ช่วงปลายปี 2568 บริษัทเผชิญเหตุขัดข้องทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นกับบริษัทในเครือที่ฮ่องกง ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังระบบตรวจสอบสิทธิ์ (LDAP) ในสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตาม ด้วยระบบบริหารจัดการที่ยืดหยุ่นทำให้การดำเนินงานในประเทศไทยไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ โดยบริษัทสามารถกู้คืนระบบงานหลักให้กลับมาใช้งานได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย

- เหตุการณ์และผลกระทบ

- สาเหตุ: ตรวจพบการโจมตีด้วยมัลแวร์เรียกค่าไถ่ (Ransomware) ที่บริษัทในเครือในฮ่องกง และส่งผลกระทบต่อระบบ Global Active Directory (AD) และ LDAP ในสหรัฐอเมริกา
- ผลกระทบต่อระบบในประเทศไทย: ผู้ใช้งานในไทยพบปัญหาการเข้าใช้ระบบ ERP เป็นการชั่วคราว เนื่องจากระบบต้องใช้การตรวจสอบสิทธิ์ผ่านเซิร์ฟเวอร์ LDAP ในสหรัฐอเมริกา
- ความปลอดภัยของข้อมูล: ข้อมูลทางการเงินและข้อมูลในส่วนของประเทศไทยไม่ได้รับความเสียหายแต่อย่างใด และบริษัทมีนโยบายชัดเจนที่จะไม่มีการเจรจาหรือโอนอ่อนตามข้อเรียกร้องของผู้บุกรุก

- มาตรการแก้ไขและการป้องกัน

- Immediate Bypass (ภายใน 24 ชั่วโมง): เพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ ทีมไอทีได้ดำเนินการเลี่ยงการตรวจสอบสิทธิ์ผ่าน LDAP (Bypass) สำหรับระบบ ERP ในไทย ทำให้ผู้ใช้งานกลับมาใช้งานได้ตามปกติภายใน 1 วันทำการ
- System Isolation: เพื่อความปลอดภัยสูงสุด ทีมไอทีส่วนกลางได้ตัดสินใจปิดระบบ AD และ LDAP ที่ได้รับผลกระทบ เพื่อตัดวงจรการแพร่กระจายและเริ่มกระบวนการตรวจสอบความปลอดภัยของระบบทั้งหมด
- Cloud Migration & Hardening (การย้ายระบบสู่คลาวด์): บริษัทได้ใช้โอกาสนี้ในการยกระดับความปลอดภัย โดยการกู้คืนจากข้อมูลสำรอง (Backup) และย้ายระบบไปบนคลาวด์เซิร์ฟเวอร์แทน ซึ่งกระบวนการนี้มีการตรวจสอบอุปกรณ์ทุกตัวในฮ่องกงอย่างละเอียดเพื่อให้มั่นใจในความปลอดภัย 100%
- Full Restoration: ในช่วงเปลี่ยนผ่าน ผู้ใช้งานยังคงสามารถเข้าถึงอีเมลผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือได้ และสามารถกลับมาใช้งานระบบเต็มรูปแบบได้ในเวลาต่อมา
- Systems Stability & Proactive Risk Mitigation: บริษัทได้เพิ่มมาตรการความปลอดภัยและกระบวนการตรวจสอบเครือข่ายระหว่างบริษัทในเครือให้เข้มงวดขึ้น เพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบระหว่างเครือข่ายอีกในอนาคต

### 1.5 การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทเคารพและให้ความสำคัญในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมุ่งมั่นจะปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลจากการถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด จึงได้จัดทำนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Policy) เพื่อให้การปฏิบัติงานของบริษัท เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานสากล รวมถึงกำหนดหลักเกณฑ์ในการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล และมาตรการในการบริหารจัดการการละเมิดสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรในองค์กรมีการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

- ผลการดำเนินงานปี 2568

ไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทจากพนักงานและบุคคลภายนอก เกี่ยวกับการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลไปยังส่วนงานอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง และ/หรือไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล

### 1.6 การป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายใน

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทได้กำหนดมาตรการและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายในของบริษัท ดังนี้

1. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานบริษัท ต้องไม่นำข้อมูลภายในของบริษัท ที่มีสาระสำคัญและยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน ไปใช้และ/หรือเผยแพร่ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น
2. ห้ามใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ของตนในการซื้อขายหุ้นของบริษัท หรือให้ข้อมูลภายในแก่บุคคลอื่นเพื่อประโยชน์ในการซื้อขายหุ้นของบริษัท
3. ห้ามเปิดเผยข้อมูลความลับทางธุรกิจของบริษัทต่อบุคคลภายนอกโดยเฉพาะคู่แข่ง
4. กรรมการ และผู้บริหารมีหน้าที่ต้องรายงานการถือครองหลักทรัพย์ต่อคณะกรรมการบริษัท ตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
5. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานบริษัทที่รับทราบข้อมูลภายในที่มีนัยสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาซื้อขายหลักทรัพย์ จะต้องระงับการซื้อขายหลักทรัพย์ในช่วงระยะเวลา 1 เดือนก่อนที่ข้อมูลดังกล่าวจะเปิดเผยสู่สาธารณชนและภายหลังการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนแล้วไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง
6. ในกรณีที่กรรมการ ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่าย หรือพนักงานของบริษัท กระทำผิดอันเป็นความผิดอาญาตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ บริษัทจะดำเนินการลงโทษอย่างรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันดังนี้
  - (1) ตัดเงินเดือนหรือค่าตอบแทน
  - (2) ให้ออก ไล่ออก หรือปลดออกจากการเป็นผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายหรือพนักงานโดยถือว่าจงใจก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท หากเป็นกรรมการ ให้เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท
  - (3) แจ้งการกระทำความผิดต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

- (4) แจ้งความดำเนินคดีต่อตำรวจหรือพนักงานสอบสวน
- (5) ดำเนินการอื่นใดตามมติของคณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท

- ผลการดำเนินงานปี 2568

1. ไม่มีข้อร้องเรียน หรือการแจ้งเบาะแสการกระทำความผิดของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานบริษัท
2. บริษัทมีการติดตามเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในเรื่องของการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายในและการรักษาความลับ

โดยจัดทำกรอบและแบบทดสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทในรูปแบบออนไลน์ และในรูปแบบ E-learning เพื่อทบทวนความเข้าใจ พร้อมทั้งส่ง Email ให้คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน ลงชื่อรับทราบเพื่อเป็นการยืนยันว่ารับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย

3. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ร้อยละ 100 เข้ารับการทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติและทำแบบทดสอบ เรื่องการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายในและการรักษาความลับ

### 1.7 การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทได้กำหนดมาตรการและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ไว้ในคู่มือจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัท โดยกำหนดให้ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานบริษัท ต้องหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบ การกระทำและการตัดสินใจของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานบริษัทต้องคำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียอื่นก่อนผลประโยชน์ของตนเสมอ ในกรณีที่เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ พึงใช้วิธีการแก้ไขโดยใช้กระบวนการเจรจา ร่วมกับข้อบังคับของบริษัทที่กำหนดไว้เป็นการเฉพาะในเรื่องดังกล่าว

- ผลการดำเนินงานปี 2568

1. ไม่มีข้อร้องเรียน หรือการแจ้งเบาะแสการกระทำความผิดของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานบริษัท
2. บริษัทมีการติดตามเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในเรื่องของการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยจัดทำ

กรอบและแบบทดสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทในรูปแบบออนไลน์ และในรูปแบบ E-learning เพื่อทบทวนความเข้าใจ พร้อมทั้งส่ง Email ให้คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน ลงชื่อรับทราบเพื่อเป็นการยืนยันว่ารับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย

3. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ร้อยละ 100 เข้ารับการทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติและทำแบบทดสอบ เรื่องการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

4. บริษัทกำหนดให้มีวาระการรายงานเรื่องรายการเกี่ยวโยงและความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เป็นวาระที่ต้องรายงานในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบทุกครั้ง ซึ่งในปีที่ผ่านมา ไม่มีประเด็นที่น่าเสนอในวาระนี้

### 1.8 การดำเนินการด้านภาษี

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทยึดมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านภาษี และการบริหารจัดการความเสี่ยงเกี่ยวกับภาษี โดยตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นผู้เสียภาษีที่ดี ยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตลอดจนยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นให้ธุรกิจมีการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการปฏิบัติด้านภาษี โดยสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้บนเว็บไซต์บริษัทที่ <https://www.tcm-corporation.com/th/sustainability?t=0> หัวข้อ การพัฒนาอย่างยั่งยืน > การกำกับดูแลกิจการที่ดี > “นโยบายด้านภาษี”

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

1. บริษัทได้ประกาศใช้นโยบายด้านภาษี ซึ่งมีการปรับปรุงเพิ่มเติมตามแนวปฏิบัติที่ดีในปี 2567

2. บริษัทเปิดเผยข้อมูลด้านภาษีอย่างโปร่งใส ผ่านการรับรองโดยผู้สอบบัญชีอิสระ เพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลตามเกณฑ์และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน และถูกต้อง

### 1.9 การบริหารจัดการข้อร้องเรียนและคุ้มครองผู้ร้องเรียน

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติในเรื่องการบริหารจัดการข้อร้องเรียนและคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยกำหนดช่องทางการร้องเรียน ขั้นตอนการร้องเรียนและบทลงโทษสำหรับผู้กระทำความผิด และจัดให้เป็นหลักสูตรภาคบังคับของการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ โดยกำหนดให้การรายงานจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร และส่งมายังช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน ดังนี้

- 1) จดหมายส่งทางไปรษณีย์

เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

2054 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

- 2) อีเมล

เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ: [auditcom@tcm-corporation.com](mailto:auditcom@tcm-corporation.com)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร: [piyaporn@tcm-corporation.com](mailto:piyaporn@tcm-corporation.com)

3) แจ้งผ่านเว็บไซต์บริษัท <https://www.tcm-corporation.com/th/whistleblower> ภายใต้หัวข้อ ช่องทางการร้องเรียน โดยสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ เรื่องนโยบายบริหารจัดการข้อร้องเรียนและคุ้มครองผู้ร้องเรียน ได้ที่เว็บไซต์บริษัท ในหัวข้อ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” > “นโยบาย” หรือคลิกที่ลิงก์ [https://www.tcm-corporation.com/upload/esgpolicy/fileth\\_250320092517.pdf](https://www.tcm-corporation.com/upload/esgpolicy/fileth_250320092517.pdf)

• ผลการดำเนินงาน ปี 2568

1. ไม่มีข้อร้องเรียน หรือการแจ้งเบาะแสการกระทำความผิดของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานบริษัท
2. บริษัทได้ประเมินประสิทธิภาพของช่องทางร้องเรียนและแจ้งเบาะแส โดยรวบรวมผลสำรวจและความเห็นจากพนักงาน นำมาพัฒนาช่องทางร้องเรียนและปรับปรุงการสื่อสารให้โปร่งใส ส่งเสริมการแสดงออกอย่างเหมาะสม และสร้างความมั่นใจแก่ผู้แจ้งเบาะแส
3. บริษัทมีการติดตามเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในเรื่องของการบริหารจัดการข้อร้องเรียนและคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยจัดทำกรอบและแบบทดสอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทในรูปแบบออนไลน์ และในรูปแบบ E-learning เพื่อทบทวนความเข้าใจ พร้อมทั้งส่ง Email ให้คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน ลงชื่อรับทราบเพื่อเป็นการยืนยันว่ารับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย

## ด้านเศรษฐกิจ

### 1. ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม

• ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ท่ามกลางความท้าทายของการแข่งขันในตลาดโลก บริษัทตระหนักดีว่า ‘นวัตกรรม’ คือหัวใจสำคัญของการสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน (Sustainable Growth) บริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะยกระดับสถานะสู่การเป็นผู้นำระดับโลกด้านนวัตกรรมวัสดุปูพื้นและวัสดุซับเสียง โดยให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและความยั่งยืน (Innovation for Sustainability) มุ่งเน้นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด แต่ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิต เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเวทีโลกและขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงได้กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- การพัฒนานวัตกรรมสินค้าสีเขียว (Green Product Innovation): พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย 1 ผลิตภัณฑ์
- การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Design): พัฒนาระบบการผลิตใหม่ในสินค้าเดิม โดยใช้หลักการ Eco-Design เพื่อลดขั้นตอนการผลิต ลดการใช้ทรัพยากร หรือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์

• แนวทางการบริหารจัดการ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน (Sustainability Policy) และเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน บริษัทได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านนวัตกรรม ดังนี้

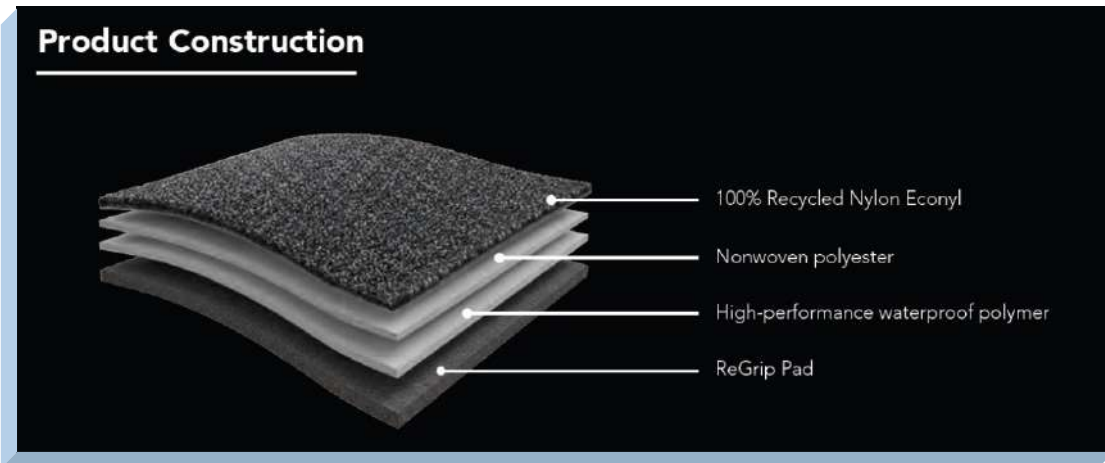
- 1) การสรรหาวัตถุดิบยั่งยืน: มุ่งเน้นการคัดสรรวัตถุดิบทางเลือกที่ยั่งยืน (Sustainable Materials) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่น้ำ ควบคู่ไปกับการคำนึงถึงต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม
- 2) การใช้หลักการออกแบบเชิงนิเวศ: นำหลักการ Eco-Design มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกระบวนการผลิต เพื่อลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ลดความสูญเสีย เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และมุ่งสู่เป้าหมายการลดการปล่อยคาร์บอน ซึ่งจะนำไปสู่การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพสูงสุด
- 3) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า: มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แก้ปัญหาและสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ทั้งในด้านฟังก์ชันการใช้งานและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดในระดับสากล

• ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทได้ขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นการนำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และแนวคิดการออกแบบเชิงนิเวศ (Eco-Design) มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าที่ไม่เพียงตอบโจทย์การใช้งานระดับสูง แต่ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้จริงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนี้

#### 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว: การเปิดตัว “EverGlean Mat”

บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้เปิดตัวนวัตกรรมพรมดักจับฝุ่นประสิทธิภาพสูงรุ่นใหม่ ภายใต้ชื่อ “EverGlean Mat” ซึ่งได้รับการออกแบบตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และ Eco-Design อย่างเต็มรูปแบบ โดยมีจุดเด่นที่สำคัญ ดังนี้



**นวัตกรรมและจุดเด่นผลิตภัณฑ์**

- โครงสร้างเพื่อความยั่งยืน: ผิวสัมผัสผลิตจากเส้นใยไนลอนรีไซเคิล 100% ผสานกับนวัตกรรมแผ่นรองหลัง 'ReGrip Pad' ที่แปรรูปจากขวดน้ำดื่ม (Recycled PET) ซึ่งเป็นวัสดุที่แข็งแรง ทนทาน และช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกและลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติใหม่ได้อย่างมีนัยสำคัญ
- ความปลอดภัยสูงสุด: ออกแบบขอบอย่างแบบ Non-PVC Rubber Edge และปุ่มกันลื่น เพื่อความปลอดภัยสูงสุดของผู้สัญจร

**รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์การใช้งาน**

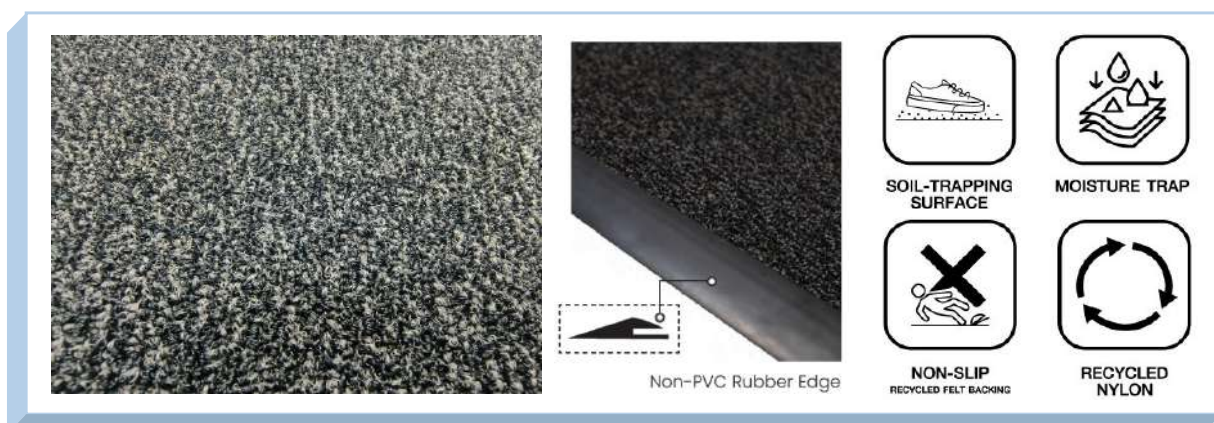
เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 รุ่น คือ รุ่น Soil Guard และ รุ่น Dual Guard เพื่อให้สามารถเลือกใช้งานได้ตรงตามวัตถุประสงค์

- **Soil Guard:** ถูกออกแบบมาเพื่อทำหน้าที่เป็น "ปราการด่านหน้า" สำหรับพื้นที่กึ่งภายนอก (Semi-outdoor) เช่น ทางเข้าอาคาร ระเบียง หรือชานพัก โดยเน้นประสิทธิภาพในการดักจับสิ่งสกปรกขนาดใหญ่ อาทิ กรวด ทราย และดินโคลน ไม่ให้ติดรองเท้า เข้าสู่ภายในอาคาร ช่วยลดภาระการทำความสะอาดและป้องกันพื้นผิวภายในจากการขีดข่วน
- **Dual Guard:** ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้งานในพื้นที่ภายในอาคาร (Indoor) หรือโถงทางเดินที่มีการสัญจรปานกลางถึงสูง โดดเด่นด้วยเทคโนโลยี Dual-Action ที่ทำหน้าที่ 2 ประการพร้อมกัน คือ การดักจับฝุ่นละอองละเอียด (Fine Dust) และการดูดซับความชื้น (Moisture Trap) ทั้งแบบเปียกและแห้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสุขอนามัยที่ดีและยืดอายุการใช้งานของวัสดุพื้นโดยรวม

**คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ EverGlean Mat**

**Performance Test and Treatment**

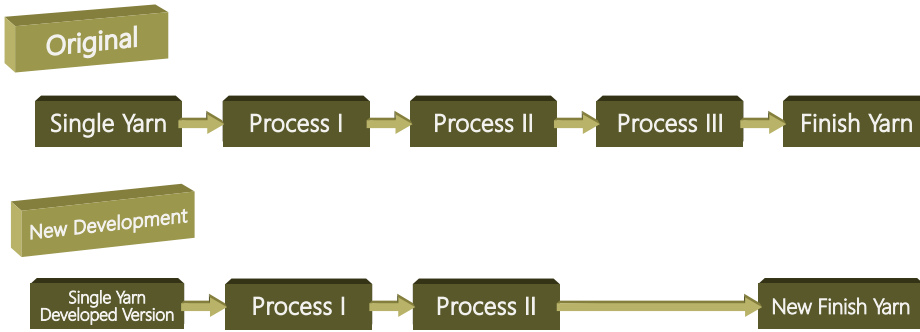
Surface Flammability	ASTM D2859 / CPSC FF 1-70 Pill Test Pass
Radiant Panel Test	ASTM E648 Class 1
Smoke Density	ASTM E662 < 450
Slip Resistance	DIN EN 16165 Class R11
Size	Roll width 2 m x max length 30 m



## 2) การออกแบบกระบวนการผลิตเชิงนิเวศ

บริษัทยังให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นตามหลักการ Eco-Design โดยในปี 2568 ทีมวิจัยและพัฒนาได้ประสบความสำเร็จในการปรับปรุงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ “Axminster Woven Nylon BCF” ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มความต้องการสูงในตลาดโลก โดยสามารถยกระดับประสิทธิภาพการผลิตได้ดังนี้

- **นวัตกรรมการออกแบบเส้นด้าย:** ทีมวิจัยได้คิดค้นและพัฒนาคุณสมบัติของเส้นด้ายเดี่ยวรูปแบบใหม่ ให้มีขนาดและคุณภาพที่เหมาะสมที่สุด ส่งผลให้สามารถ ลดขั้นตอนการเตรียมการผลิตจากเดิม 3 ขั้นตอน เหลือเพียง 2 ขั้นตอน โดยการตัดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออก แต่ยังคงผลลัพธ์ที่สมบูรณ์แบบ ส่งผลโดยตรงต่อการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในเครื่องจักรและการลดระยะเวลาการผลิต ช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตลงได้อย่างมีนัยสำคัญ



- **การคงคุณภาพมาตรฐานระดับโลก:** แม้การผลิตจะกระชับขึ้น แต่ผลิตภัณฑ์ยังคงรักษาคุณสมบัติเด่นด้านความฟู (Bulkiness) และการคืนตัว (Resilience) ไว้อย่างสมบูรณ์ พร้อมผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล (ASTM และ BS EN) เพื่อสร้างความมั่นใจสูงสุดแก่ลูกค้า

### คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ Axminster Woven Nylon BCF

#### Performance Test and Treatment

Surface Flammability	ASTM D2859 / CPSC FF 1-70 Pill Test Pass
Radiant Panel Test	ASTM E648 Class 1
Smoke Density	ASTM E662 < 450
Electrostatic Propensity	AATCC 134 < 3.5 KV
End Use Classification	BS EN 1307 Class 33 Heavy Commercial
Pile Treatment	Stain and Soil Protection

## 3) การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา

บริษัทตระหนักดีว่าการลงทุนด้านนวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตและสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน จึงได้จัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 บริษัทมีค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมรวมทั้งสิ้น 7.37 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตามแผนยุทธศาสตร์องค์กร เพื่อรองรับการพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่

ปี	2565	2566	2567	2568
ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม (บาท)	1,394,395	6,433,938	5,348,542	7,366,784

- **ทิศทางการดำเนินงานและเป้าหมายในอนาคต:** จากสถิติการลงทุนที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัท ในการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุด สำหรับปี 2569 บริษัทได้วางแผนสานต่อการลงทุนในระดับที่เหมาะสม โดยมุ่งเน้นการขยายความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อแสวงหานวัตกรรมจากแหล่งใหม่ ๆ และนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

## 2. การส่งมอบมอบคุณค่าและความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ให้บริการระดับโลกในด้านผลิตภัณฑ์ปูพื้นและวัสดุซับเสียงที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับการออกแบบโดยผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม เทคนิคการผลิตและบริการ ที่พิถีพิถันในทุกรายละเอียด สอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสมบูรณ์แบบ จึงได้กำหนดเป้าหมายให้สอดคล้องกัน ดังนี้

- ข้อร้องเรียนของลูกค้าจะได้รับการตอบสนองภายใน 24 ชั่วโมง

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทให้ความสำคัญสูงสุดกับการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศ โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์โซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด ทั้งในด้านฟังก์ชันการใช้งานและสุนทรียภาพ พร้อมการควบคุมมาตรฐานการผลิตในทุกขั้นตอนเพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างยั่งยืนแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีแนวทางดำเนินงาน ดังนี้

**1.1 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์** มุ่งเน้นการออกแบบลวดลายและฟังก์ชันที่ผสมผสานความสวยงามเข้ากับวิศวกรรมวัสดุ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการและเหมาะสมกับการใช้งานจริงของลูกค้ามากที่สุด

**1.2 การคัดสรรวัสดุและนวัตกรรม** พิถีพิถันในการเลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง มีความทนทาน และมีคุณสมบัติที่โดดเด่น เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในมาตรฐานในระดับสากล

**1.3 ระบบประกันคุณภาพทุกขั้นตอน** มีแผนการควบคุมคุณภาพในทุกกิจกรรม ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวดตลอดกระบวนการผลิต เริ่มตั้งแต่การรับวัตถุดิบจนถึงการส่งมอบสินค้า เพื่อรักษาความสม่ำเสมอและความเป็นเลิศของผลิตภัณฑ์

**1.4 มาตรฐานการผลิตและความยั่งยืน** ควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยปราศจากผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน พร้อมให้ความสำคัญสูงสุดด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

**1.5 การบริการและคำปรึกษาอย่างมืออาชีพ** จัดอบรมพนักงานขายและฝ่ายผลิตให้มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าและเทคนิคการผลิตอย่างถ่องแท้ เพื่อให้คำแนะนำที่ถูกต้อง แม่นยำ และช่วยลูกค้าตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมที่สุด

**1.6 การบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ** ดำเนินการประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ พร้อมกำหนดแนวทางจัดการเพื่อลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ยอมรับได้

**1.7 มาตรการแก้ไขและลดผลกระทบเชิงลบ** กำหนดกรอบการปฏิบัติที่ชัดเจนในการเรียกคืนสินค้า กรณีที่พบปัญหาหรือไม่ปลอดภัย เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของลูกค้าและรักษาภาพลักษณ์ของบริษัท

**1.8 การประเมินผลและฟังเสียงลูกค้า** สำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการให้สมบูรณ์แบบอยู่เสมอ

**1.9 นวัตกรรมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง** ส่งเสริมกิจกรรมข้อเสนอแนะภายในองค์กร และนำปัญหาในอดีตมาวิเคราะห์ผ่านกระบวนการ PDCA เพื่อสร้างโครงการปรับปรุงคุณภาพและติดตามผลอย่างยั่งยืน

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทมุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานการผลิตตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ขั้นตอนการรับโจทย์จากลูกค้า การออกแบบ ไปจนถึงการควบคุมการผลิตอย่างเข้มงวด เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล โดยเราผสานความพิถีพิถันเข้ากับการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าอย่างยั่งยืน ดังนี้

1) การปฏิบัติงานและกระบวนการผลิตดำเนินการตามมาตรฐานสากล ภายใต้ระบบบริหารจัดการคุณภาพ ISO 9001:2015 โดยมีกรอบทวนเอกสารการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ กระบวนการผลิตและการตรวจสอบมีมาตรฐานการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้มั่นใจว่าการผลิตทุกครั้งเป็นไปตามมาตรฐานและสามารถตรวจสอบได้ในทุกกระบวนการ และยังได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001:2018 และระบบการจัดการพลังงาน ISO 50001:2018

2) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการทดสอบและการรับรองตามมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง เช่น CE Mark, NSF 140, Green Label Plus (GLP), IMO, Declared Label และ EPD นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นยังได้รับการตรวจสอบให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละโครงการอีกด้วย

3) การยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง โดยการประเมินความเสี่ยงและโอกาสของทุกกระบวนการ เพื่อนำมาจัดทำโครงการปรับปรุงทั้งด้านคุณภาพสินค้าและบริการ ต้นทุนการผลิต และระยะเวลาในการผลิต เพื่อตอบสนองกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า อาทิ การปรับปรุงคุณภาพเส้นด้ายในลอน การเพิ่มความแม่นยำในกระบวนการย้อมสี และการเพิ่มประสิทธิภาพหน้าพรหม เป็นต้น

4) การสำรวจและประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และนำผลที่ได้รับจากการประเมินของลูกค้า มากำหนดแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความมุ่งหวังต่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย สำหรับผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าปี 2568 สามารถพิจารณาได้จากการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

5) การตอบสนองและจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า (Customer Claim และ Complaint) อย่างเหมาะสมและเป็นระบบ ภายใต้กรอบระยะเวลาที่มุ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการขาย คุณภาพสินค้า การส่งมอบสินค้า และบริการหลังการขายที่ส่งมาจากลูกค้าผ่านช่องทางโทรศัพท์ อีเมล หรือเว็บไซต์จะถูกนำเข้าสู่กระบวนการรับข้อร้องเรียนของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย ระบบบันทึกข้อร้องเรียน ระบบติดตามการแก้ไข การจัดทำรายงานการสอบสวนหาสาเหตุและการแก้ไขปัญหา รวมถึงการตอบข้อร้องเรียนไปยังลูกค้าภายในเวลาที่กำหนด (24 ชั่วโมง)

บริษัทมุ่งมั่นในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงสุด โดยในปี 2568 บริษัทประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการผลิต ส่งผลให้อัตราสินค้าไม่ได้อุปกรณ์ลดลงถึงร้อยละ 56 เมื่อเทียบกับปี 2567 ซึ่งเป็นผลจากการปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบเชิงรุกและการทำโครงการปรับปรุงด้านคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

ความมุ่งมั่นดังกล่าวส่งผลให้บริษัทยังคงรักษามาตรฐานการดูแลลูกค้าอย่างเคร่งครัด โดยข้อร้องเรียนทั้งหมดจะได้รับการตอบสนองภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุและดำเนินการแก้ไขโดยเร็วที่สุด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าอย่างยั่งยืน

6) การพัฒนาและยกระดับระบบ Digital Quality Dashboard เพื่อใช้เป็นเครื่องมือหลักในการติดตามพารามิเตอร์ที่มีนัยสำคัญ (Critical Parameters) ในทุกขั้นตอนการผลิต ช่วยให้ฝ่ายจัดการสามารถวิเคราะห์แนวโน้ม (Trend Analysis) และควบคุมกระบวนการได้อย่างแม่นยำมากขึ้น นอกจากนี้ ระบบดังกล่าวยังเพิ่มขีดความสามารถในการสอบกลับข้อมูล (Traceability) ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยปัจจุบันได้นำไปใช้งานอย่างเต็มรูปแบบในกระบวนการผลิตหลัก ได้แก่ ฝ่ายผลิตเส้นด้าย ฝ่ายทอ Axminster และฝ่ายทอพร้อมด้วยเครื่องจักร

### 3. กระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

#### • ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

จากกิจกรรมการอุปโภคและบริโภคของมนุษย์ และปัญหาทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ ไปจนถึงกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนสู่ผู้บริโภค บริษัทจึงได้กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ดังนี้

- การควบคุมมลพิษจากกระบวนการผลิต: ควบคุมคุณภาพอากาศและน้ำเสียที่ปล่อยจากโรงงานให้มีความดีกว่เกณฑ์มาตรฐานตามกฎหมายกำหนดไว้อย่างน้อย ร้อยละ 30 อย่างต่อเนื่อง
- การเพิ่มสัดส่วนวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม: มุ่งมั่นเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิลและวัสดุหมุนเวียนในกระบวนการผลิตให้สูงขึ้นเพื่อลดการใช้ทรัพยากรใหม่
- การเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์สีเขียว: ผลักดันให้มีสัดส่วนการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี

#### • แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นยกระดับการดำเนินธุรกิจสู่ความยั่งยืนภายใต้โมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียน BCG (Bio-Circular-Green Economy) โดยบูรณาการหลักการ 5Rs (Refuse, Reduce, Reuse, Recycle และ Repurpose) เข้าเป็นหัวใจสำคัญในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ตลอดวงจรชีวิต เริ่มตั้งแต่การออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-design) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงกระบวนการจัดการหลังการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เรายังได้นำเครื่องมือประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment: LCA) มาใช้วิเคราะห์และระบุประเด็นสำคัญในทุกขั้นตอน เพื่อมุ่งเน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังสามารถตอบโจทย์การใช้งานและส่งมอบคุณค่าสูงสุดให้แก่ลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

นอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญสูงสุดกับการบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานอย่างรอบด้าน ทั้งในส่วนของคุณภาพอากาศ น้ำ และดิน โดยเราได้จัดทำแผนควบคุมและตรวจสอบอย่างเป็นระบบ เพื่อป้องกันมลสารที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและชุมชนรอบข้าง สำหรับด้านอากาศเรามีการติดตั้งระบบกรองและตรวจวัดอย่างสม่ำเสมอ ในด้านการจัดการน้ำเรามุ่งเน้นการบำบัดและหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่เพื่อลดการปล่อยน้ำเสียออกสู่ภายนอก รวมถึงมีมาตรการป้องกันการปนเปื้อนลงสู่ชั้นดินและน้ำใต้ดินจากการจัดการกากของเสียอย่างถูกวิธี การดำเนินงานอย่างเข้มงวดนี้เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรฐานสิ่งแวดล้อมในทุกมิติเป็นไปตามกฎหมายกำหนด สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง

#### • ผลการดำเนินงาน ปี 2568

1) **ประสิทธิภาพการควบคุมกระบวนการผลิต:** บริษัทมุ่งมั่นควบคุมกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันการปนเปื้อนหรือการรั่วไหลของมลพิษสู่ระบบนิเวศ พร้อมกำหนดมาตรการป้องกัน ตรวจสอบ และแผนรองรับเหตุฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกขั้นตอนการผลิตส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

- การจัดการมลพิษที่เหนือกว่ามาตรฐาน: บริษัทมีมาตรการควบคุมและตรวจสอบระบบบำบัดมลพิษอย่างเข้มงวด ผลการดำเนินงานในปี 2568 พบว่าระบบบำบัดน้ำเสีย ระบบดักจับฝุ่น และระบบกรองอากาศ มีค่าการปล่อยมลพิษที่ดีกว่ามาตรฐานกฎหมายกำหนดมากกว่าร้อยละ 30 ในทุกพารามิเตอร์

ประเภทการตรวจ	เป้าหมาย	ความถี่			ผลการตรวจ
		ระบบบำบัดน้ำเสีย	ระบบดักจับฝุ่น	ระบบกรองอากาศ	
ตรวจติดตามภายใน	ดีกว่าค่ามาตรฐาน/ กฎหมายกำหนด 30%	ทุกวัน	ทุกวัน	ทุกวัน	ผ่านตามมาตรฐาน กำหนด
ตรวจติดตามภายนอก โดย บริษัทตรวจวัด คุณภาพสิ่งแวดล้อม	ดีกว่าค่ามาตรฐาน/ กฎหมายกำหนด 30%	1 ครั้ง/เดือน	2 ครั้ง/ปี	2 ครั้ง/ปี	ดีกว่ามาตรฐาน กำหนด 30%

- การเฝ้าระวังสิ่งแวดล้อมรอบสถานประกอบการ: เพื่อให้มั่นใจว่าการผลิตผลิตภัณฑ์ดำเนินไปอย่างรับผิดชอบ บริษัทได้ดำเนินการตรวจวัดคุณภาพสภาพแวดล้อมรอบโรงงานผลิตอย่างน้อยปีละ 3 ครั้ง ครอบคลุมการตรวจวัดคุณภาพอากาศ คุณภาพน้ำผิวดิน คุณภาพน้ำใต้ดิน และการตรวจวัดโลหะหนักในดิน เพื่อยืนยันว่ากระบวนการผลิตไม่ก่อให้เกิดการสะสมของมลพิษในระยะยาว



- การตรวจวัดคุณภาพอากาศ
- การตรวจวัดคุณภาพน้ำผิวดิน
- การตรวจวัดคุณภาพน้ำใต้ดิน
- การตรวจวัดโลหะหนักและสารพิษในดิน

รายการ	เป้าหมาย	พารามิเตอร์	ความถี่	ผลการตรวจ
คุณภาพอากาศ	ผ่านค่ามาตรฐาน/กฎหมายกำหนด	TSP, PM-10, O <sub>3</sub> , CO, NO <sub>2</sub> และ SO <sub>2</sub>	3 ครั้ง/ปี	ผ่านมาตรฐาน
คุณภาพน้ำผิวดิน	ผ่านค่ามาตรฐาน/กฎหมายกำหนด	pH, Color, Odor, TSS, TDS, DO, BOD, COD, TKN, Oil & Grease, Cr <sup>6+</sup> , Hg, As, Ni, Phenol	1 ครั้ง/ปี	ผ่านมาตรฐานคุณภาพน้ำผิวดิน (ประเภทที่ 4)
คุณภาพน้ำใต้ดิน	ผ่านค่ามาตรฐาน/กฎหมายกำหนด	Total Hardness, Non-carbonate hardness, pH, Color, Turbidity, TDS, NO <sub>3</sub> , SO <sub>4</sub> , Cl, F, CN, Fe, Mn, Cu, Zn, As, Pb, Hg, Cd, Se, E.coli, Total Coliform Bacteria, Fecal Coliform Bacteria	1 ครั้ง/ปี	ผ่านมาตรฐานน้ำบาดาลที่ใช้บริโภคได้
โลหะหนัก, สารพิษในดิน	ผ่านค่ามาตรฐาน/กฎหมายกำหนด	As, Cr <sup>6+</sup> , Mn, Hg, Ni, Se และ Cyanide	2 ครั้ง/ปี	ผ่านมาตรฐานคุณภาพดิน

- การเตรียมความพร้อมและตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน: เพื่อให้กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความปลอดภัยสูงสุดและไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศภายนอก บริษัทได้จัดให้มีการซ้อมแผนรับมือเหตุฉุกเฉินกรณีเกิดการแพร่กระจายของมลพิษหรือสารเคมีอย่างสม่ำเสมอ โดยครอบคลุมสถานการณ์ความเสี่ยงหลักอย่างน้อยสถานการณ์ละ 1 ครั้งต่อปี เพื่อทดสอบความพร้อมของบุคลากรและอุปกรณ์ให้สามารถระงับเหตุได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานที่กำหนด (รายละเอียดเพิ่มเติมปรากฏในหัวข้อ 'การจัดการเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤต')

2) **ผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ยั่งยืน:** บริษัทมุ่งเน้นขับเคลื่อนธุรกิจสู่สังคมคาร์บอนต่ำ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการส่งเสริมตลาดสินค้าสีเขียว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

- การขยายตัวของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม: บริษัทกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสีเขียวเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในปี 2568 บริษัทมีสัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มสีเขียวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.10 ของปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม
- การเพิ่มสัดส่วนวัสดุที่ยั่งยืนในผลิตภัณฑ์: บริษัทยึดมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยมุ่งเน้นการคัดสรรวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งวัสดุรีไซเคิล (Recycled Materials) และวัสดุจากแหล่งธรรมชาติที่ทดแทนได้ (Renewable Materials) มาเป็นส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ โดยในปี 2568 บริษัทประสบความสำเร็จในการเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุที่ยั่งยืนคิดเป็น ร้อยละ 56.00 ของน้ำหนักวัสดุทั้งหมด ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากร้อยละ 46.70 ในปี 2567 ตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดการพึ่งพาทรัพยากรใหม่อย่างเป็นรูปธรรม

3) **การบริหารจัดการวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์:** เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่ต้องการ โปร่งใส และตรวจสอบได้ตามหลักสากล บริษัทได้นำเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และยกระดับมาตรฐานสินค้า ดังนี้

- การประเมินวัฏจักรชีวิต (Life Cycle Assessment - LCA): บริษัทได้ดำเนินการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (LCA) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงลึกตลอดห่วงโซ่อุปทาน และข้อมูลมาวิเคราะห์หาสาเหตุและแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นถัดไปให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ตลอดจนเพื่อเป็นข้อมูลที่โปร่งใสและเชื่อถือได้สำหรับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ดังนี้:

Standard	Accreditation	Product
Life Cycle Assessment (LCA)	Self- declaration	1. Broadloom Axminster Carpet 2. Machine Tufted EcoSoft Carpet Tile 3. Broadloom Machine Tufted Carpet 4. EcoSoft recycled cushion back carpet tile with recycled nylon face fiber 5. Nylon EcoSoft Recycled Cushion Back Carpet Tile
Carbon Footprint Product (CFP)	Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization)	1. Machine Tufted EcoSquare Tile 2. Machine Tufted EcoSoft Tile 3. Axminster wall-to-wall
Environmental Product Declaration (EPD)	UL Solutions	1. EcoSoft® recycled cushion back carpet tile with recycled nylon face fiber 2. Nylon EcoSoft® Recycled Cushion Back Carpet Tile

4) ผลิตภัณฑ์ RT Acoustic รุ่น Duet ของบริษัทได้รับรางวัล Red Dot Product Design Award 2025 ซึ่งเป็นรางวัลที่แสดงถึงความสำเร็จและความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมการออกแบบเพื่อความยั่งยืนระดับโลก

#### 4. การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ในปัจจุบัน บทบาทของบรรจุภัณฑ์ได้ก้าวข้ามจากการเป็นเพียงวัสดุห่อหุ้มและปกป้องสินค้า สู่การเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารแบรนด์และสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เกินความจำเป็น ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาขยะและการสิ้นเปลืองทรัพยากร

ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหลือน้อยที่สุด เลือกใช้วัสดุที่ไม่ทำลายระบบนิเวศ และส่งเสริมการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือแปรรูปใหม่ (Recycle) เพื่อป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นหลังสิ้นอายุการใช้งาน โดยบริษัทได้กำหนดเป้าหมายไว้ดังนี้

- การใช้บรรจุภัณฑ์หมุนเวียน: การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือนำกลับมาแปรรูปใหม่ (Recycle) ร้อยละ 90 ของปริมาณบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด
- การยกระดับการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อโลก: เพิ่มสัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล และวัสดุที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ผ่านแนวทางปฏิบัติ 7 ประการ ดังนี้

- 1) การลดองค์ประกอบส่วนเกิน: ตัดลดองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่เกินความจำเป็น เช่น บรรจุภัณฑ์หลายชั้น ฟิล์มหุ้ม ป้ายห้อย และสติ๊กเกอร์ โดยยังคงประสิทธิภาพการปกป้องสินค้า
- 2) การเลือกใช้วัสดุหมุนเวียน (Renewable Materials): คัดสรรวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุที่สามารถสร้างทดแทนใหม่ได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป
- 3) การออกแบบให้น้ำหนักเบา: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้น้ำหนักเบาและใช้ปริมาณวัสดุให้น้อยที่สุดโดยไม่กระทบต่อคุณภาพการป้องกันสินค้า
- 4) การยืดอายุการใช้งานและการหมุนเวียน: ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ง่าย เพื่อลดการใช้ทรัพยากรใหม่
- 5) การจัดการหลังการใช้งานที่ปลอดภัย: เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ หรือกำจัดทิ้งได้อย่างปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมในกรณีที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้
- 6) การออกแบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง: ปรับปรุงรูปร่างบรรจุภัณฑ์ให้ประหยัดพื้นที่ในการขนส่งสูงสุด เพื่อลดจำนวนเที่ยวการขนส่งและลดการปล่อยมลพิษ
- 7) การลดสารเคมีและวัสดุเสริม: ลดปริมาณหมึกพิมพ์และหลีกเลี่ยงการใช้วัสดุเสริม (เช่น กาว หรือสี) ที่มีส่วนผสมของโลหะหนักหรือสารเคมีที่เป็นพิษต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณขยะและเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุที่สามารถหมุนเวียนได้ ซึ่งในปี 2568 มีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. การเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนได้: บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดสรรวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลได้ โดยในปัจจุบัน องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทเลือกใช้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ได้สูงถึงร้อยละ 98.60 ของน้ำหนักบรรจุภัณฑ์รวม

ประเภท	น้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ (กิโลกรัม)		
	นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (reusable)	นำกลับมาผลิตใหม่ได้ (recyclable)	ใช้ได้ครั้งเดียว (single-use)
แก้ว	-	-	-
ไม้	77,783.00	2,235.24	-
กระดาษ	16,145.71	203,039.11	-
โลหะ	-	-	-
พลาสติก	3,250.00	45,083.47	6,534.39

## 2. การเพิ่มสัดส่วนวัสดุรีไซเคิลและวัสดุย่อยสลายได้:

- วัสดุรีไซเคิล: บรรจุภัณฑ์ที่บริษัทเลือกใช้มีส่วนประกอบของวัสดุรีไซเคิลสูงถึงร้อยละ 93 ช่วยลดการพึ่งพาทรัพยากรใหม่ได้อย่างมีนัยสำคัญ
- บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้: เพื่อลดภาระต่อระบบกำจัดขยะ บริษัทเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพในสัดส่วนร้อยละ 88 ของกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อคืนสมดุลสู่ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

3 การนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ: บริษัทมีระบบการจัดการเพื่อนำบรรจุภัณฑ์กลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ภายในกระบวนการ (Internal Loop) ได้แก่ แกนกระดาษม้วนพรม ถุงเบลด และพาเลทพรม โดยมีผลลัพธ์ ดังนี้

วัสดุ	จำนวน (ชิ้น)	มูลค่า (บาท)	% Reuse
แกนกระดาษม้วนพรม	19,024	339,423	25 %
ถุงเบลด	6,082	499,016	46 %
พาเลท	231	96,285	7 %

## 5. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

เพราะลูกค้าคือหัวใจสำคัญของการเติบโตที่ยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งมั่นสร้างสรรค์และรักษาความสัมพันธ์อันดี เพื่อให้ทุกสัมผัสของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์เต็มเปี่ยมไปด้วยความไว้วางใจ โดยให้ความสำคัญกับการรับฟังและทำความเข้าใจความต้องการที่แท้จริง เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ ตั้งแต่ก้าวแรกในการทำความรู้จัก (Pre-sale Service) ไปจนถึงการดูแลเคียงข้างหลังการขาย (Post-sale Service) บริษัทเชื่อมั่นว่าการส่งมอบประสบการณ์ที่จริงใจจะแปรเปลี่ยนความพึงพอใจให้กลายเป็นความผูกพันที่แน่นแฟ้น จนนำไปสู่ความเชื่อมั่นและการเป็นกระบอกเสียงสำคัญ ให้แก่บริษัทต่อไปในอนาคต โดยได้กำหนดเป้าหมาย ดังนี้

- คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและบริการของบริษัท ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการสร้างความเชื่อมั่นและพร้อมตอบสนองต่อทุกความคาดหวังของลูกค้าอย่างจริงจัง มุ่งเน้นการถ่ายทอดสายสัมพันธ์อันดีอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง พร้อมทั้งมุ่งมั่นพัฒนาความรู้และความเชี่ยวชาญของทีมงานและตัวแทนจำหน่าย เพื่อส่งมอบคำแนะนำที่ถูกต้อง แม่นยำ และเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังเปิดรับทุกเสียงสะท้อนผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อนำข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนมาเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง โดยมีแนวทางการบริหารจัดการ ดังนี้

1. การสื่อสารอย่างรับผิดชอบ: จัดทำนโยบายการสื่อสารการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อผู้วางรากฐานมาตรฐานการปฏิบัติงานที่จริงใจ ให้แก่พนักงานและตัวแทนจำหน่าย พร้อมทั้งสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับทราบสิทธิประโยชน์ของตนอย่างครบถ้วน

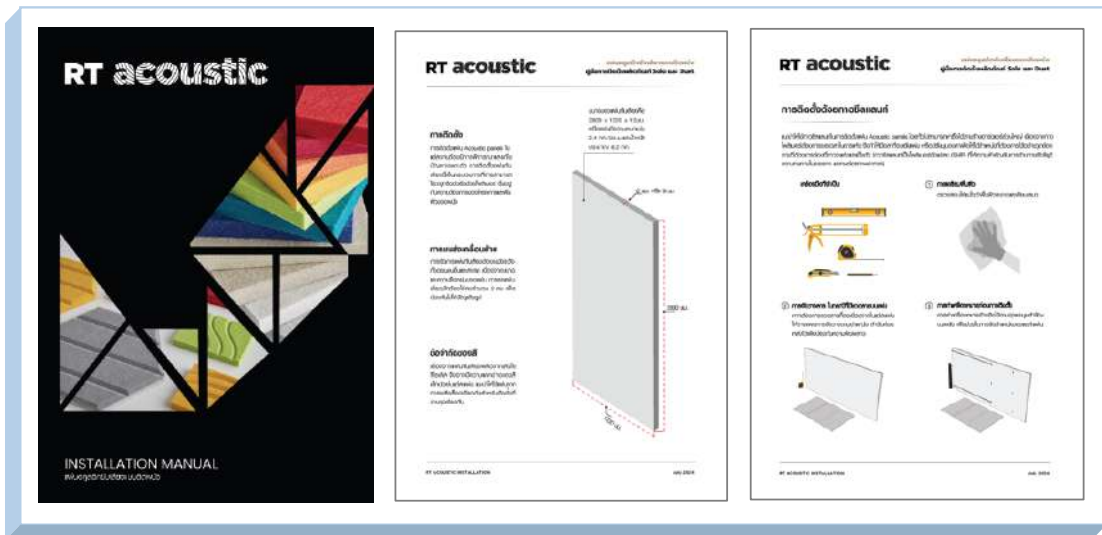
2. การแบ่งปันความรู้เพื่อการใช้งานที่ยั่งยืน: จัดอบรมและถ่ายทอดความรู้แก่พนักงานและลูกค้าเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนวิธีการใช้งานและการดูแลรักษาอย่างถูกวิธี เพื่อยืดอายุการใช้งานและสร้างความคุ้มค่าสูงสุด

3. ศูนย์ดูแลและรับฟังเสียงของลูกค้า: จัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อรับคำร้องเรียนและประสานงานอย่างใกล้ชิดกับทุกภาคส่วน พร้อมเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เคียงข้างลูกค้าตลอดเวลา

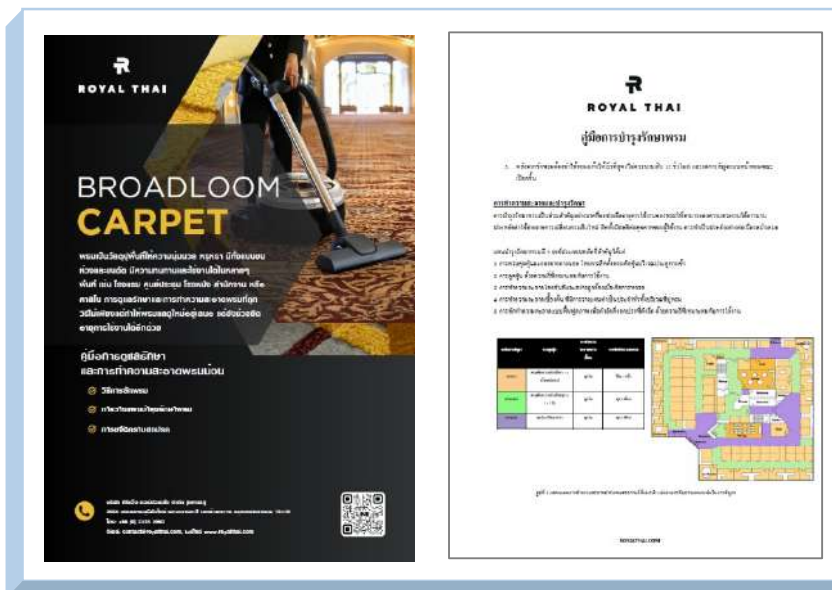
4. การคุ้มครองสิทธิและมาตรฐานจริยธรรม: ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบกฎหมายและพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อย่างเคร่งครัด เพื่อรักษาความเป็นธรรมและพร้อมรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นอย่างจริงจัง

5. ความโปร่งใสในการนำเสนอ: ยึดมั่นในการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ตามความเป็นจริง หลีกเลี่ยงการโฆษณาที่เกินจริง เพื่อป้องกันความเข้าใจคลาดเคลื่อนในสาระสำคัญของสินค้าและบริการ

6. การบริหารจัดการและการสนับสนุนด้านเทคนิครายโครงการ: สำหรับการขายในรูปแบบโครงการ บริษัทได้จัดทำคู่มือการติดตั้ง ข้อควรระวัง และการดูแลรักษาที่ละเอียดครบถ้วน พร้อมใบรับประกันสินค้าที่แยกส่งให้ลูกค้าโดยเฉพาะ เพื่อให้ผู้รับผิดชอบสามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้องและอุ่นใจ



ตัวอย่างคู่มือการติดตั้งสินค้า Acoustic



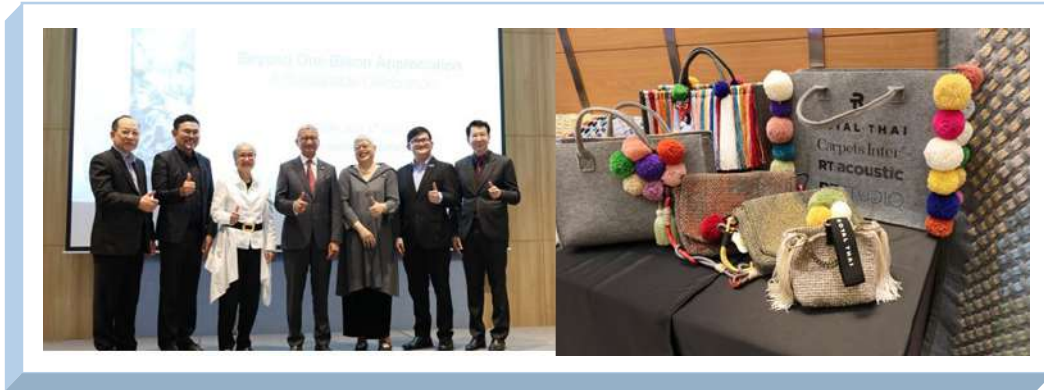
ตัวอย่างคู่มือการบำรุงรักษาพรม

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

### 1) โครงการ Lunch & Learn

โครงการที่ต่อยอดจากการพัฒนาทักษะของพนักงานขาย โดยมีเป้าหมายเพื่อใช้ความรู้และทักษะที่ได้รับมาสร้างกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ทั้งในเชิงธุรกิจและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าและคู่ค้า กิจกรรมในโครงการนี้ถูกรวมหลากหลายประเด็นสำคัญเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว ได้แก่

- การเปิดตัวสินค้าใหม่ นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ให้ลูกค้าได้รับข้อมูลโดยตรง สร้างโอกาสในการแนะนำคุณสมบัติและจุดเด่นของสินค้าอย่างละเอียด



- การสื่อสารเรื่องความยั่งยืนขององค์กร นำเสนอเป้าหมายและความมุ่งมั่นด้าน ESG (Environmental, Social, and Governance) แสดงให้เห็นถึงบทบาทขององค์กรในการส่งเสริมความยั่งยืนต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- การรับฟัง Feedback จากลูกค้า เปิดโอกาสให้ลูกค้าและคู่ค้าแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ นำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจที่ยั่งยืน

จุดเด่นของโครงการ Lunch & Learn บรรยากาศที่ผ่อนคลายและเป็นกันเองเป็นโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นกับลูกค้าและคู่ค้า สร้างการมีส่วนร่วมและความเชื่อมั่นในองค์กรผ่านการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โครงการนี้สะท้อนถึงความใส่ใจขององค์กรในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ทั้งในด้านความรู้ ความสัมพันธ์ และความร่วมมือที่ยั่งยืนในอนาคต



### 2) การพัฒนาพื้นที่ประสบการณ์ลูกค้า

บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงโฉมใหม่ของ Showroom สำนักงานใหญ่ โดยมุ่งเน้นการยกระดับพื้นที่ให้กลายเป็น ‘ศูนย์กลางการเรียนรู้ และสัมผัสประสบการณ์การใช้งานสินค้าจริง’ (Experience Centre) พื้นที่โฉมใหม่นี้ได้รับการออกแบบให้มีความร่วมสมัยที่ช่วยให้การจัดแสดงผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและเป็นหมวดหมู่ยิ่งขึ้น

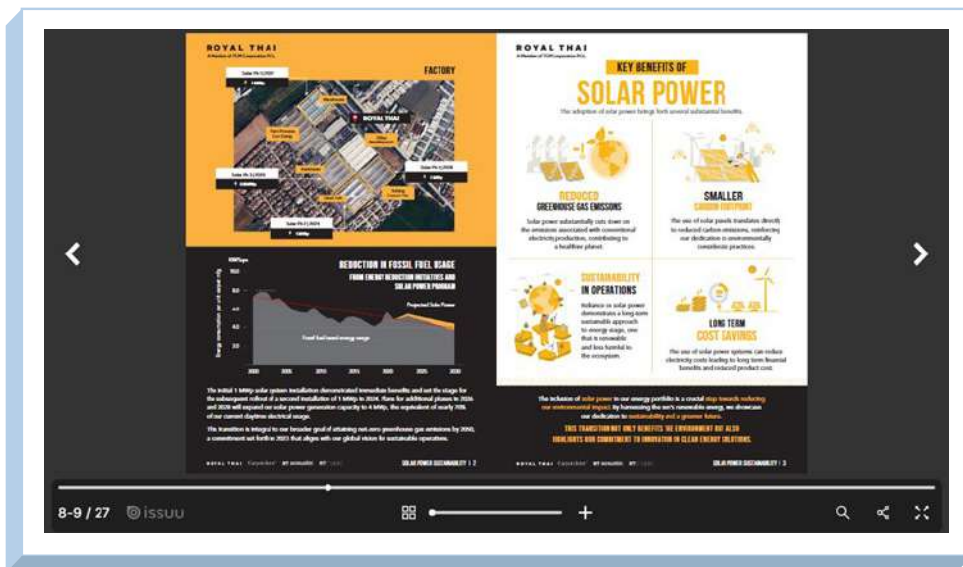
การพัฒนาพื้นที่ในครั้งนี้ยังมุ่งส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของฝ่ายขาย เพื่อให้สามารถถ่ายทอดข้อมูลและนำเสนอจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเห็นภาพชัดเจน อีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและมอบความอุ่นใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชม ทำให้ Showroom แห่งนี้เป็นมากกว่าพื้นที่แสดงสินค้า แต่เป็นพื้นที่แห่งการถ่ายทอดความสัมพันธ์และสร้างแรงบันดาลใจในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์เพื่อความพึงพอใจสูงสุด



### 3) การพัฒนาช่องทางสื่อสารดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารที่โปร่งใสและสร้างสรรค์ เพื่อถ่ายทอดความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลรักษาโลกอย่างยั่งยืน จึงใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางหลักในการแบ่งปันความก้าวหน้าของโครงการต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 โดยมีโครงการสำคัญที่ถ่ายทอดสู่สาธารณะ เช่น

- การเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาด: สื่อสารความสำเร็จในการลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต และการขยายผลโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Energy) เพื่อสร้างรากฐานการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการขยะอย่างครบวงจร (Zero Waste to Landfill): บริษัทมีความภูมิใจที่ได้ต่อยอดความสำเร็จในการลดการฝังกลบขยะจากกระบวนการผลิตที่มีมาอย่างยาวนานตั้งแต่ปี 2548 ไปสู่การดูแลผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน โดยเมื่อถึงเวลาที่ลูกค้าต้องการเปลี่ยนพรมผืนเดิม บริษัทพร้อมที่จะดำเนินการบริหารจัดการพรมเก่าเหล่านั้นให้นำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม หรือกำจัดด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด เพื่อให้มั่นใจว่าจะไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทหลงเหลือเป็นขยะสะสมในระบบนิเวศ
- นวัตกรรมจัดการทรัพยากรน้ำแบบหมุนเวียน: นำเสนอเทคโนโลยีขั้นสูงที่ช่วยให้การจัดการน้ำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น เทคโนโลยีการย้อมแบบ Spray Dyed ระบบควบคุมการใช้น้ำด้วยคอมพิวเตอร์ และระบบรีไซเคิลน้ำหมุนเวียน ซึ่งช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสะท้อนถึงแนวทางปฏิบัติด้านการผลิตที่ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

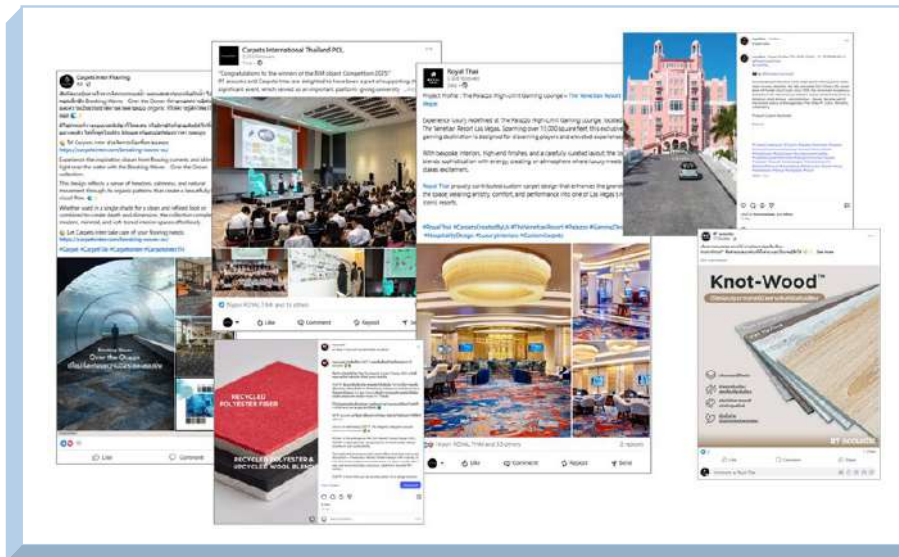


เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของบริษัท ครอบคลุมทั้งกลุ่มโรงแรม สำนักงาน และตัวแทนจำหน่าย การยกระดับช่องทางดิจิทัลในครั้งนี้จึงเปรียบเสมือนเครื่องมือสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพในการส่งมอบข้อมูลและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่ผู้ใช้งานทุกภาคส่วน นอกจากนี้จะเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ลูกค้าเลือกใช้มีที่มาจากกระบวนการจัดการทรัพยากรที่รับผิดชอบต่อและยั่งยืนอย่างแท้จริง

#### 4) การสื่อสารผ่านช่องทาง Social Media เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

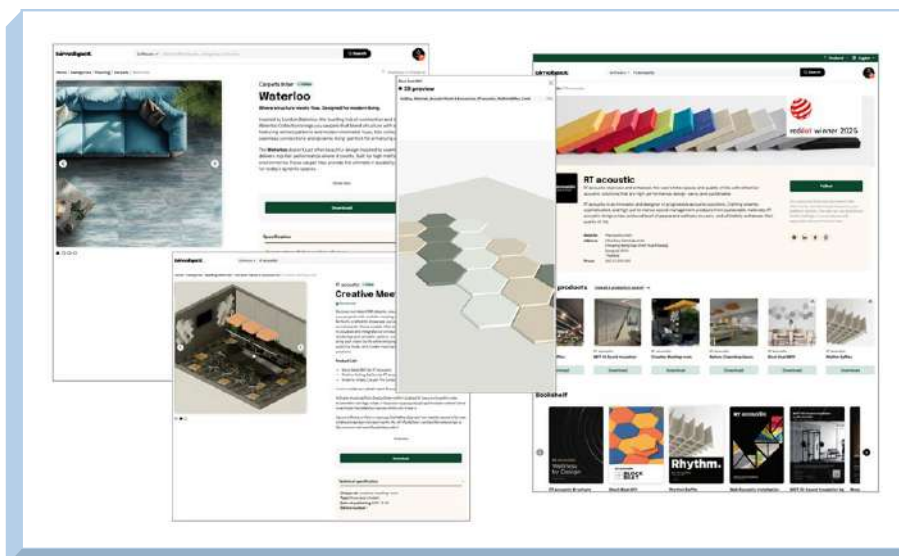
บริษัทตระหนักดีว่าการเลือกช่องทางสื่อสารที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในยุคดิจิทัลเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริหารความสัมพันธ์ เราจึงมุ่งเน้นการเข้าถึงลูกค้าผ่านแพลตฟอร์ม Social Media ที่หลากหลาย เพื่อสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและรับฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้าอย่างใกล้ชิด

การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการตอบข้อสงสัยและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ บริษัทยังใช้พื้นที่นี้ในการส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงความมุ่งมั่นขององค์กรได้ทุกที่ทุกเวลา และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์สังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกับเรา



#### 5) การส่งเสริมศักยภาพการออกแบบด้วยระบบ BIM Object

บริษัทมุ่งมั่นเคียงข้างสถาปนิกและนักออกแบบด้วยการนำนวัตกรรมดิจิทัลมาช่วยยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน โดยพัฒนาเทคโนโลยี BIM Object เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้สามารถเลือกสรรวัสดุและวางสเปกสินค้า (Specification) ได้อย่างแม่นยำผ่านระบบ Shared Model เพื่อตอบโจทย์การทำงานในยุคดิจิทัลที่ต้องการความคล่องตัวสูง ระบบนี้ถูกออกแบบมาให้ นักออกแบบสามารถดาวน์โหลดข้อมูลผลิตภัณฑ์เข้าสู่โปรแกรม Revit เพื่อทำงานในรูปแบบ Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ ในปี 2568 บริษัทได้ขยายขีดความสามารถในการให้บริการโดยการนำกลุ่มผลิตภัณฑ์แผ่นวัสดุซับเสียงภายใต้แบรนด์ 'RT Acoustic' เข้ามาอยู่ในแพลตฟอร์ม BIM Object เพื่อเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายและเติมเต็มจินตนาการด้านการออกแบบให้แก่ลูกค้าได้อย่างไร้ขีดจำกัด



## 6) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ บริษัทจึงได้ดำเนินโครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงค้นหาคำถามความต้องการใหม่ ๆ ที่อาจยังไม่ได้รับการตอบสนองในปัจจุบัน

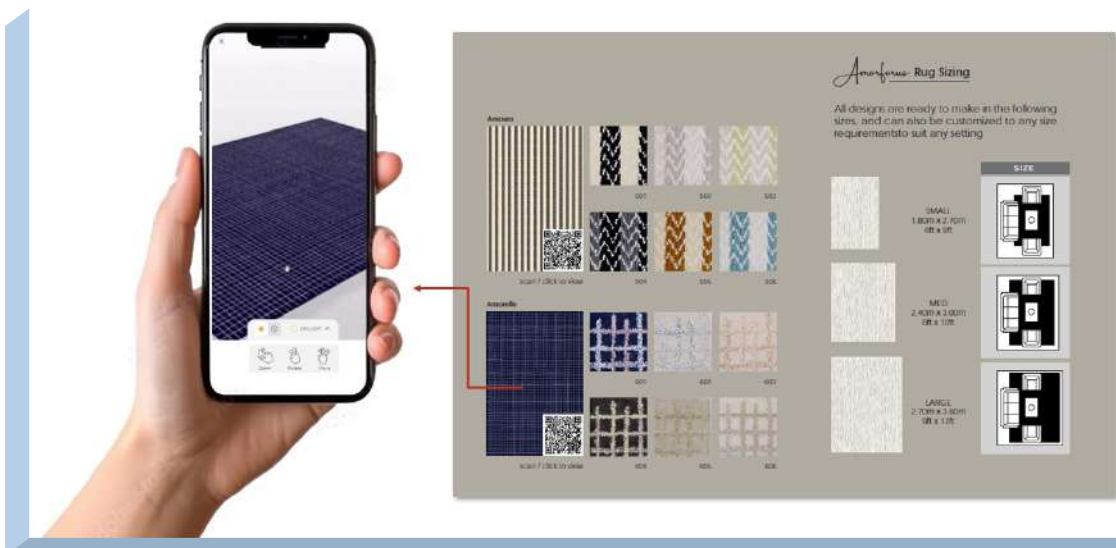
บริษัทได้นำข้อมูลเชิงลึก (Insight) ที่ได้รับมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวโน้มของตลาด เพื่อนำมาเป็นรากฐานในการวางแผนกลยุทธ์และทบทวนแผนการดำเนินงานทางการตลาดให้มีความทันสมัย การดำเนินงานดังกล่าวช่วยให้บริษัท สามารถส่งมอบคุณค่าที่ตอบโจทย์ความคาดหวังของลูกค้าในโลกยุคดิจิทัลได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพสูงสุด



## 7) การนำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) มาใช้เพื่อส่งเสริมประสบการณ์และการตัดสินใจของลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานการบริการให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในยุคดิจิทัลจากการรับฟังเสียงสะท้อนและผลสำรวจความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความสะดวกและความชัดเจนในการเลือกผลิตภัณฑ์ บริษัทจึงได้พัฒนาระบบ Virtual Reality (VR) ขึ้นเพื่อเป็นนวัตกรรมช่วยเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ

โดยลูกค้าสามารถเข้าสู่ระบบได้อย่างง่ายดายเพียงการสแกน QR Code ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อถ่ายภาพพื้นที่จริงที่ต้องการตกแต่งและเลือกทดลองวางลวดลายพรมที่สนใจลงในตำแหน่งที่ต้องการ ระบบเสมือนจริงนี้ช่วยให้ลูกค้าสามารถปรับมุมมอง หมุนทิศทาง หรือปรับขนาดของพรมเพื่อให้เห็นภาพรวมของโทนสีและดีไซน์ที่สอดคล้องกับบรรยากาศในห้องได้อย่างแม่นยำ ซึ่งนวัตกรรมดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยประหยัดเวลาและลดขั้นตอนการเลือกสรรสินค้า แต่ยังสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดด้วยประสบการณ์การบริการที่ทันสมัยและตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคลได้อย่างรวดเร็ว



## 8) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการเพื่อการเรียนรู้และนวัตกรรมที่ยั่งยืน

บริษัทเชื่อมั่นในการเติบโตไปพร้อมกับสังคมและภาคการศึกษา การแบ่งปันองค์ความรู้สู่ภาคการศึกษาเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้ก้าวทันนวัตกรรมยุคใหม่ บริษัทจึงได้สร้างสรรคความร่วมมือทางวิชาการร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและส่งเสริมการเรียนการสอนในอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้จากประสบการณ์จริงสู่สถานศึกษา ทั้งในด้านการออกแบบและการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

นอกจากนี้ ความร่วมมือดังกล่าวยังครอบคลุมถึงการต่อยอดนำวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตพรมมาสร้างสรรคเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่า (Upcycling) เพื่อลดปริมาณของเสียและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการบ่มเพาะบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อร่วมเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยให้เติบโตและก้าวไกลสู่ระดับสากลอย่างยั่งยืน



## 9) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ

บริษัทยึดมั่นในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าผ่านการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการรับฟังและดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด ผ่านการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนและประสานงานร่วมกับส่วนงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดและเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

### 9.1 การบริหารจัดการข้อร้องเรียนและเสียงสะท้อนจากลูกค้า

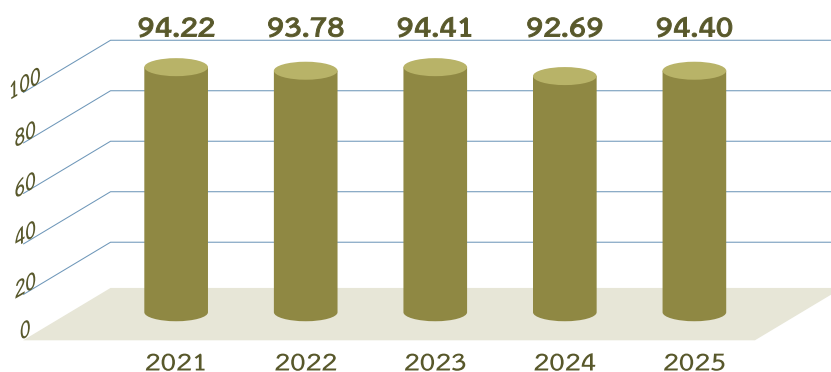
เนื่องจากความพึงพอใจในบริการหลังการขายเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ บริษัทจึงมุ่งเน้นการรับฟังข้อร้องเรียนด้วยความใส่ใจ เพื่อนำข้อมูลข้อเท็จจริงมาพิจารณาหาแนวทางแก้ไขและป้องกันปัญหาอย่างยั่งยืน โดยลูกค้าสามารถสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งพนักงานขายโดยตรง หรือศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Call Centre) หมายเลข โทร. (66) 2-318-7833 เวลาทำการ วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 08:00 -17:00 น. หรือช่องทางดิจิทัลผ่าน e-mail address: info@carpetsinter.com หรือผ่านช่องทาง LINE: @carpetsinter และ @royalthai เพื่อให้ได้รับการดูแลอย่างรวดเร็วและเป็นธรรม

### 9.2 การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี

บริษัทเชื่อมั่นว่าการติดตามผลและรับฟังความรู้สึกของลูกค้าภายหลังการได้รับบริการ เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุด เราจึงดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นประจำทุกปี

โดยในปี 2568 บริษัทได้กำหนดค่าเป้าหมายความพึงพอใจของลูกค้าไว้ที่ **ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90** และจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่าลูกค้ายังคงให้ความไว้วางใจและประเมินคะแนนความพึงพอใจต่อการบริการของบริษัทในระดับสูงถึง **ร้อยละ 94.40** ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้

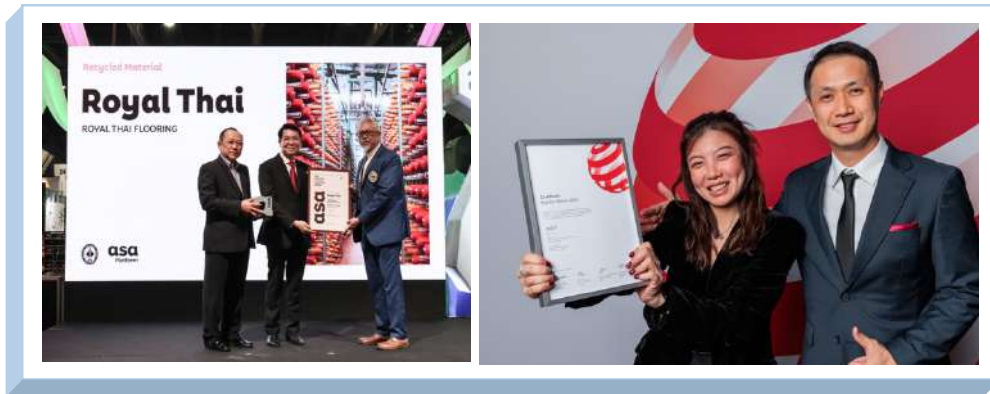
อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงยึดมั่นในการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง โดยได้รวบรวมทุกคำแนะนำและข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาเป็นหัวใจสำคัญในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และยกระดับมาตรฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนนำข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้อย่างสมบูรณ์แบบ



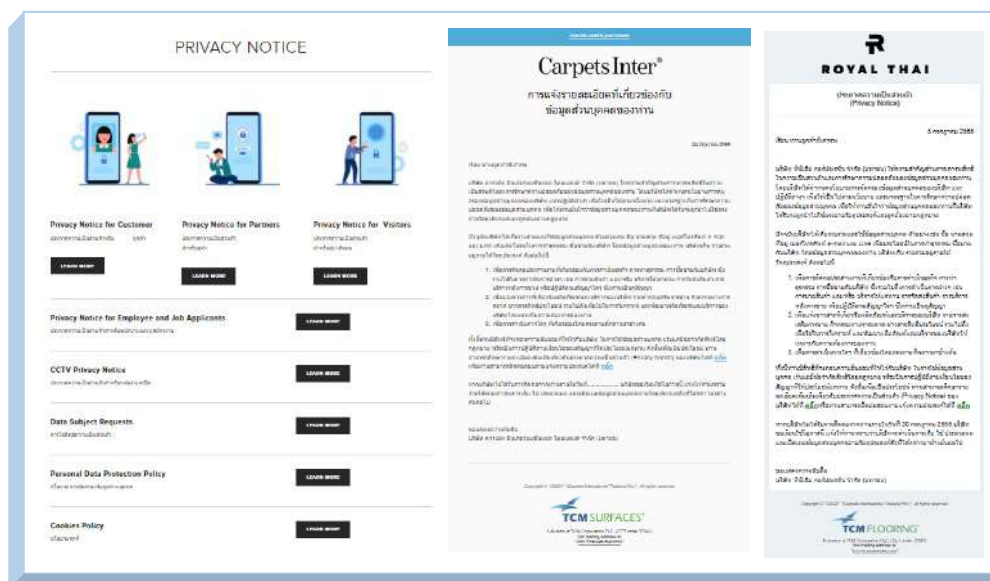
### 9.3 การสื่อสารการตลาดและการรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

บริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนผ่านช่องทางที่หลากหลาย อาทิ Website, Facebook และลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันและรักษาความไว้วางใจของลูกค้าอย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ ดังนี้

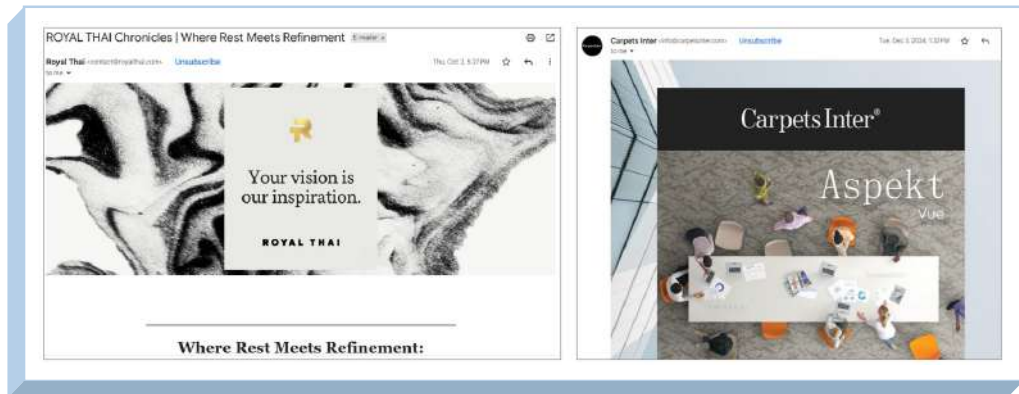
- นโยบายการสื่อสารการตลาดที่โปร่งใส: บริษัทได้ประกาศใช้ ‘นโยบายการสื่อสารการตลาด’ อย่างเป็นทางการผ่านทางเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงแนวทางปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานเดียวกันโดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.tcm-corporation.com/th/sustainability?t=0>
- การส่งมอบข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นธรรม: มุ่งเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอ และทันต่อเหตุการณ์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้า บริการ ตลอดจนรางวัลและความสำเร็จต่าง ๆ ขององค์กร โดยยึดหลักการนำเสนอตามความเป็นจริง หลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริงอันจะนำไปสู่ความเข้าใจคลาดเคลื่อนในสาระสำคัญ



- การเคารพสิทธิและความเป็นส่วนตัว: บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเพื่อรักษาความลับและป้องกันการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์โดยมิชอบ บริษัทจึงได้ดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวด ดังนี้
  - ▶ การปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด: บริษัทดำเนินการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) อย่างเคร่งครัด
  - ▶ ความโปร่งใสในการจัดการข้อมูล: บริษัทได้จัดทำแบบแจ้งเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อแจ้งรายละเอียดและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานกับข้อมูลส่วนบุคคลให้ลูกค้าได้รับทราบอย่างชัดเจน รวมทั้งกำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และประกาศความเป็นส่วนตัวสำหรับลูกค้า โดยสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.tcm-corporation.com/th/sustainability?t=0> หรือ <https://www.royalthai.com/privacy-policy>
  - ▶ ผลการดำเนินงานที่สะท้อนความเชื่อมั่น: ในปี 2568 ไม่ปรากฏจำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่บริษัทถูกร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งเป็นบทพิสูจน์ถึงความมุ่งมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างสูงสุด



- ▶ การส่งเสริมองค์ความรู้เพื่อประโยชน์สูงสุด: บริษัทมุ่งมั่นให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้งานและดูแลรักษาผลิตภัณฑ์อย่างถูกวิธีและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุดจากการใช้งานและยืดอายุผลิตภัณฑ์ให้คุ้มค่าที่สุด
- ▶ การเคารพสิทธิในการรับข้อมูลข่าวสาร: บริษัทเข้าใจและเคารพในความสนใจที่แตกต่างกันของลูกค้า จึงเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเลือกยกเลิกการรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ได้ง่ายและสะดวก หากพิจารณาแล้วว่าเนื้อหาข้อมูลไม่สอดคล้องกับความต้องการ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการปกป้องความเป็นส่วนตัวและให้สิทธิทางเลือกแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่



- ▶ การสร้างการมีส่วนร่วมและแบ่งปันคุณค่าสู่สังคมออนไลน์ (Knowledge Sharing & Engagement): บริษัทใช้ช่องทาง Social Media อาทิ Facebook เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเกร็ดความรู้และข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์และมอบของรางวัลพิเศษ เพื่อเป็นการคืนกำไร สร้างความประทับใจ และกระชับความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าและผู้ติดตาม (Followers) ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

## 6. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้าภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยตระหนักดีว่าห่วงโซ่อุปทานที่เข้มแข็งและยั่งยืน คือรากฐานสำคัญของการส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า จึงให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม โดยมองลูกค้าเป็นเสมือน 'พันธมิตรทางธุรกิจระยะยาว' ที่จะเติบโตไปพร้อมกัน และมุ่งมั่นที่จะยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ให้ครอบคลุมทั้งมิติด้านคุณภาพ เทคโนโลยี และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (ESG) เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นว่า ทุกกระบวนการต้นน้ำจะนำไปสู่ผลลัพธ์ปลายน้ำที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าอย่างแท้จริง

เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปตามมาตรฐานสากลและสนับสนุนเป้าหมายความยั่งยืนขององค์กร บริษัทได้กำหนดเป้าหมายที่สำคัญ ดังนี้

- การปฏิบัติตามจรรยาบรรณ: ร้อยละ 100 ของคู่ค้ากลุ่มสำคัญ (Critical Tier 1 Suppliers) ลงนามรับทราบและปฏิบัติตามจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าอย่างเคร่งครัด
- การประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk Assessment): ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานกับคู่ค้ากลุ่มสำคัญให้ครบถ้วนทุกรายเป็นประจำทุกปี เพื่อป้องกันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น
- การส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Procurement): เพิ่มสัดส่วนการจัดซื้อวัตถุดิบหรือบรรจุกภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนคู่ค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมกันลดผลกระทบตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์

- แนวทางการบริหารจัดการ

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน บริษัทได้กำหนดนโยบายและคู่มือจรรยาบรรณการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.tcm-corporation.com/th/esg-policy> ทั้งนี้ บริษัทได้วางแนวทางการบริหารจัดการที่ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงาน ดังนี้

### 1) การกำหนดจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

บริษัทกำหนดให้คู่ค้าทุกรายต้องยึดถือและปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า 4 ด้านหลัก เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจร่วมกันจะเป็นไปอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน

- **ด้านจริยธรรมทางธุรกิจ:** ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด รักษาความลับทางการค้า เคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม
- **ด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน:** เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม ปราศจากการเลือกปฏิบัติ ไม่มีการใช้แรงงานบังคับหรือแรงงานเด็กที่ผิดกฎหมาย พร้อมทั้งดูแลเรื่องค่าตอบแทนและสวัสดิการให้เป็นไปตามมาตรฐานกฎหมายแรงงาน
- **ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย:** จัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะสำหรับพนักงาน มีมาตรการป้องกันอุบัติเหตุ การตรวจสอบสุขภาพ และจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เพียงพอ
- **ด้านสิ่งแวดล้อม:** ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีระบบจัดการของเสียที่ได้มาตรฐาน และมีมาตรการประหยัดพลังงาน (ไฟฟ้าและน้ำ) ที่ชัดเจน เพื่อร่วมกันลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ

## 2) กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและเป็นธรรม

บริษัทมุ่งเน้นกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพและตรวจสอบได้ โดยยึดหลักการดังนี้

- **ความเสมอภาคและไม่เลือกปฏิบัติ:** เปิดโอกาสให้คู่ค้าทุกรายที่มีศักยภาพได้แข่งขันอย่างเท่าเทียม โดยไม่กีดกันเรื่องเพศ เชื้อชาติ หรือขนาดของธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม
- **ความโปร่งใสและต่อต้านการทุจริต:** ยึดมั่นในการดำเนินงานที่สุจริตตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมทั้งสนับสนุนและเชิญชวนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายต่อต้านการทุจริต (CAC) เพื่อสร้างมาตรฐานทางธุรกิจร่วมกัน
- **ระบบการชำระเงินที่ชัดเจน:** กำหนดระเบียบการวางบิลและจ่ายเงินที่ชัดเจน พร้อมอำนวยความสะดวกด้วยระบบภาษีหัก ณ ที่จ่าย อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อความรวดเร็วและถูกต้อง

นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนผ่านนโยบาย ที่กำหนดให้สนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าในท้องถิ่นเป็นสำคัญ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ที่มีศักยภาพได้เข้ามาแข่งขันอย่างเท่าเทียมโดยไม่จำกัดขนาดของธุรกิจ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดระยะเวลาขนส่ง วัสดุุดิบ และลดการใช้พลังงาน ยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ในชุมชนและสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

## 3) การส่งเสริมคุณค่าร่วมและการบริหารความเสี่ยง

บริษัทไม่เพียงแต่เป็นผู้ซื้อ แต่ยังทำหน้าที่เป็นพันธมิตรที่ช่วยส่งเสริมความแข็งแกร่งให้แก่คู่ค้าผ่านแนวทางต่าง ๆ

- **การจัดจำแนกกลุ่มคู่ค้า:** มีเกณฑ์การระบุกลุ่มคู่ค้าชัดเจน โดยแบ่งเป็น คู่ค้ากลุ่มสำคัญ (Tier 1 Supplier) ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพสินค้า และกลุ่มอื่น ๆ (Non-Tier 1) เพื่อวางแผนการบริหารจัดการที่เหมาะสม
- **การประเมินความเสี่ยงด้าน ESG:** ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG Risk Assessment) ของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจและสังคม
- **การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม:** ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบภายในประเทศ เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนและลดมลพิษจากการขนส่ง รวมถึงร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product)
- **การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล:** ให้ความสำคัญกับการปกป้องข้อมูลความเป็นส่วนตัวของคู่ค้าตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) อย่างเคร่งครัด

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ในปี 2568 บริษัทประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน โดยสามารถสร้างความร่วมมือที่แข็งแกร่งกับคู่ค้าพันธมิตร และยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายด้าน ESG อย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

### 1) โครงสร้างและการบริหารจัดการกลุ่มคู่ค้า

เพื่อให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นไปตามยุทธศาสตร์ความยั่งยืนและบรรลุเป้าหมายการยกระดับมาตรฐานคู่ค้าที่กำหนดไว้ บริษัทได้ดำเนินการจัดจำแนกกลุ่มคู่ค้าเพื่อกำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงและพัฒนาศักยภาพที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละกลุ่ม พร้อมกันนี้ บริษัทได้ดำเนินการสื่อสารและกำกับดูแลให้ 'คู่ค้ากลุ่มสำคัญ' ปฏิบัติตามข้อกำหนดและจรรยาบรรณอย่างเคร่งครัด เพื่อให้มั่นใจในความโปร่งใสและมาตรฐานการดำเนินงานร่วมกัน

- **การตอบรับจรรยาบรรณคู่ค้า:** บริษัทสามารถดำเนินการให้ คู่ค้ากลุ่มสำคัญ (Critical Tier 1 Suppliers) จำนวน 6 ราย ครบทั้ง 100% ลงนามรับทราบและยินยอมปฏิบัติตาม 'จรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า' ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อเป็นรากฐานความร่วมมือที่โปร่งใสและตรวจสอบได้
- **โครงสร้างคู่ค้า:** ปัจจุบันบริษัทมีโครงสร้างคู่ค้าที่ได้รับการจัดลำดับความสำคัญเพื่อการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย คู่ค้ากลุ่ม Tier 1 จำนวน 81 ราย และกลุ่ม Non-Tier 1 จำนวน 562 ราย

### 2) ผลการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

บริษัทได้ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าผ่านระบบ QSEL เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงด้านคุณภาพ สิ่งแวดล้อม และสังคมอย่างต่อเนื่อง

- **ผลการประเมินศักยภาพ:** จากการเข้าประเมินความเสี่ยงและศักยภาพคู่ค้าใน 5 มิติหลัก (คุณภาพ, ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและแรงงาน, สิ่งแวดล้อมและพลังงาน, การจัดซื้อสีเขียว, และบริการ) พบว่าคู่ค้ามีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยมที่ ร้อยละ 95.24 สะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานที่สอดคล้องกับนโยบายความยั่งยืนของบริษัท
- **คุณภาพวัตถุดิบ:** ความร่วมมือที่ใกล้ชิดส่งผลให้คะแนนคุณภาพวัตถุดิบสูงถึง ร้อยละ 99.80 ช่วยลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตได้อย่างมีนัยสำคัญ

### 3) ความคืบหน้าด้านการจัดซื้อสีเขียวและนวัตกรรม

เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทได้ขยายผลการดำเนินงานด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างเป็นรูปธรรม

- **การเพิ่มสินค้าสีเขียว:** สามารถเพิ่มรายการสินค้าและวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) เข้าสู่ระบบการจัดซื้อได้จำนวน 20 รายการ ตามแผนงานที่กำหนด

- **นวัตกรรมร่วม:** พนักงานกำลังร่วมกับลูกค้าและผู้ประกอบการรายใหม่จำนวน 55 ราย ในการคิดค้นและพัฒนาวัตถุดิบและสินค้าใหม่ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของตลาด

#### 4) การยกระดับศักยภาพลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อเตรียมความพร้อมสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero)

- **การอบรมและพัฒนา:** จัดการอบรมเรื่อง "การเก็บข้อมูลก๊าซเรือนกระจกและการบริหารจัดการคาร์บอน" ให้แก่ลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างความเข้าใจในนโยบาย Net Zero ของบริษัท และสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถจัดทำฐานข้อมูลก๊าซเรือนกระจกของตนเองได้อย่างถูกต้อง เป็นการยกระดับมาตรฐานสิ่งแวดล้อมไปในทิศทางเดียวกันทั้งห่วงโซ่อุปทาน

### 7. การบริหารความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่ทุกรายด้วยความเสมอภาค โปร่งใสและเป็นธรรม โดยบริษัทยึดถือการปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือข้อตกลงตามสัญญาอย่างเคร่งครัด มีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ถึงสถานะของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอและมุ่งมั่นในการรักษาสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ทั้งการชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนดเวลาที่ทำสัญญาไว้ โดยไม่ให้มีการผิดชำระหนี้เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของกลุ่มบริษัทต่อลูกค้าและสถาบันการเงิน

- แนวทางการบริหารจัดการ

เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายข้างต้น บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ดังนี้

1. **การปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไข:** ยึดถือและปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญา ข้อตกลง เงื่อนไขทางการเงิน รวมถึงหน้าที่ในการค้าประกัน และการชำระหนี้ให้ถูกต้องครบถ้วนและตรงตามกำหนดเวลาอย่างเคร่งครัด

2. **การบริหารสภาพคล่องทางการเงิน:** ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเงินทุนและโครงสร้างทางการเงินให้มีความมั่นคง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีสภาพคล่องเพียงพอสำหรับการชำระหนี้ต้นและดอกเบี้ยแก่เจ้าหน้าที่ทุกรายได้ตามกำหนด

3. **ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล:** รายงานสถานะทางการเงินและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ครบถ้วน ทันเวลา ให้แก่เจ้าหน้าที่ได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถประเมินสถานะของบริษัทได้ตามความเป็นจริง

4. **แนวทางปฏิบัติเมื่อเกิดข้อขัดข้อง:** ในกรณีที่มีเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลง บริษัทจะดำเนินการแจ้งให้เจ้าหน้าที่ทราบล่วงหน้าโดยทันที เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญาและการชำระหนี้แก่เจ้าหน้าที่การค้าและสถาบันการเงินอย่างครบถ้วนและตรงต่อเวลา โดยไม่มีกรณีการผิดนัดชำระหนี้หรือการละเมิดเงื่อนไขสัญญาเงินกู้แต่อย่างใด

### 8. การจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจและภาวะวิกฤต

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทตระหนักดีว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพ เป็นเกราะป้องกันสำคัญที่จะช่วยรักษาชีวิต ทรัพย์สิน และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย จึงมุ่งมั่นดำเนินงานภายใต้ระบบมาตรฐานสากล ISO 45001 โดยมีการกำกับดูแลผ่าน การประชุมทบทวนฝ่ายบริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสูงสุด และรักษาเสถียรภาพในการดำเนินธุรกิจให้สามารถก้าวผ่านสถานการณ์ความไม่แน่นอนได้อย่างมั่นคง

เพื่อให้การบริหารจัดการเกิดผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรมและสนับสนุนเป้าหมายความยั่งยืนขององค์กร บริษัทได้กำหนดเป้าหมายที่สำคัญ ดังนี้

- ความพร้อมในการตอบโต้ภาวะฉุกเฉิน: กำหนดให้มีการฝึกซ้อมแผนระดับเหตุฉุกเฉินและแผนจำลองสถานการณ์วิกฤต ให้ครบถ้วน ความเสี่ยงหลัก เป็นประจำทุกปี (ร้อยละ 100)
- การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ: ไม่มีเหตุการณ์ฉุกเฉินใดที่ส่งผลกระทบต่อให้การดำเนินธุรกิจต้องหยุดชะงัก
- มาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย: รักษาการรับรองมาตรฐานสากล ISO 45001 อย่างต่อเนื่อง

- แนวทางการบริหารจัดการ

เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกมิติ บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1) **ระยะก่อนเกิดเหตุ:** การป้องกันและเตรียมความพร้อม มุ่งเน้นการป้องกันเชิงรุกเพื่อลดโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุ

- **แผนการตรวจตราและบำรุงรักษา:** ดำเนินการตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ฉุกเฉินและระบบความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าอุปกรณ์ทุกชิ้นพร้อมใช้งานได้ทันทีเมื่อเกิดเหตุ

- **แผนการรณรงค์และสร้างความตระหนักรู้:** ส่งเสริมวัฒนธรรมความปลอดภัยผ่านการฝึกอบรม การจัดทำป้ายเตือน และกิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นเตือนให้พนักงานมีความตระหนักรู้และให้ความสำคัญกับการป้องกันอันตรายอยู่เสมอ

2) **ระยะเกิดเหตุ:** การระงับเหตุและตอบโต้สถานการณ์ บริษัทได้จัดทำแผนระดับเหตุฉุกเฉิน (Emergency Response Plan) ที่ครอบคลุมความเสี่ยงสำคัญจากการประเมินความเสี่ยง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ ได้แก่:

- แผนระงับเหตุเพลิงไหม้และการระเบิด
- แผนระงับเหตุสารเคมีรั่วไหล
- แผนระงับเหตุแก๊สรั่ว
- แผนรับมืออุทกภัย
- แผนรับมือโรคระบาด
- แผนรับมือเหตุแผ่นดินไหว
- แผนรับมือภัยธรรมชาติ
- แผนรับมือเหตุจลาจล
- แผนรับมือการก่อการร้ายและการชู้วางระเบิด

### 3) ภายหลังเกิดเหตุ: การฟื้นฟูและความต่อเนื่องทางธุรกิจ

- **แผนบรรเทาทุกข์และการปฏิรูปฟื้นฟู:** กำหนดแนวทางในการเยียวยาและดูแลสภาพจิตใจของผู้ได้รับผลกระทบ รวมถึงการซ่อมแซมและฟื้นฟูทรัพย์สินให้กลับสู่สภาพปกติโดยเร็วที่สุด
- **การสร้างเชื่อมั่น:** สื่อสารสถานการณ์และแผนการแก้ไขให้ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียทราบอย่างโปร่งใส เพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทสามารถควบคุมสถานการณ์และกลับมาดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ

#### • ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตตามเป้าหมายที่กำหนด ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่องและปลอดภัย โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

#### 1) การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

- **การดำเนินธุรกิจที่ไร้รอยต่อ:** ผลจากการเตรียมความพร้อมและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ในปี 2568 บริษัทไม่ประสบเหตุฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อให้การดำเนินธุรกิจต้องหยุดชะงัก หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินและชื่อเสียงขององค์กร สามารถดำเนินงานและส่งมอบสินค้าบริการแก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องราบรื่น

#### 2) การเตรียมความพร้อมและฝึกซ้อมแผนฉุกเฉิน

- **การฝึกซ้อมครบถ้วนตามแผน:** บริษัทได้ดำเนินการจัดฝึกอบรมและซ้อมแผนตอบโต้ภาวะฉุกเฉินครบถ้วน ครอบคลุมความเสี่ยงทุกมิติ อาทิ อัคคีภัย สารเคมีรั่วไหล ภัยธรรมชาติ และแผ่นดินไหว ตามแผนงานที่กำหนดไว้
- **ประสิทธิภาพการตอบโต้:** ผลจากการฝึกซ้อมพบว่า ทีมระงับเหตุฉุกเฉินและพนักงานมีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ สามารถปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยที่กำหนด

#### 3) การดำรงรักษามาตรฐานและการทบทวนปรับปรุงประสิทธิภาพ

- **การรับรองมาตรฐานสากล:** บริษัทยังคงรักษาสถานะการรับรองระบบมาตรฐานการจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย (ISO 45001) ไว้อย่างต่อเนื่อง โดยผ่านการตรวจประเมินและรับรองจากหน่วยงานภายนอก
- **การทบทวนฝ่ายบริหาร:** ภายหลังจากการฝึกซ้อมและการดำเนินงานประจำปี คณะผู้บริหารระดับสูงและคณะทำงานฯ ได้ร่วมกันประชุมคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อนำผลลัพธ์มาวิเคราะห์และปิดช่องว่างความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าแผนบริหารจัดการเหตุฉุกเฉินมีความทันสมัยและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
- การอบรมและฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินสารเคมีหกรั่วไหล(Chemical Spill Response and Emergency Drill)



- การอบรมและฝึกซ้อมการดับเพลิงที่สถานีเก็บน้ำมันและบอยเลอร์ทำงานผิดปกติ (Fuel Oil Station & Boiler Malfunction)



- การอบรมและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี (Fire Fighting and Evacuation Drill)



- การอบรมและฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินน้ำท่วม (Flood Emergency Response Drill)

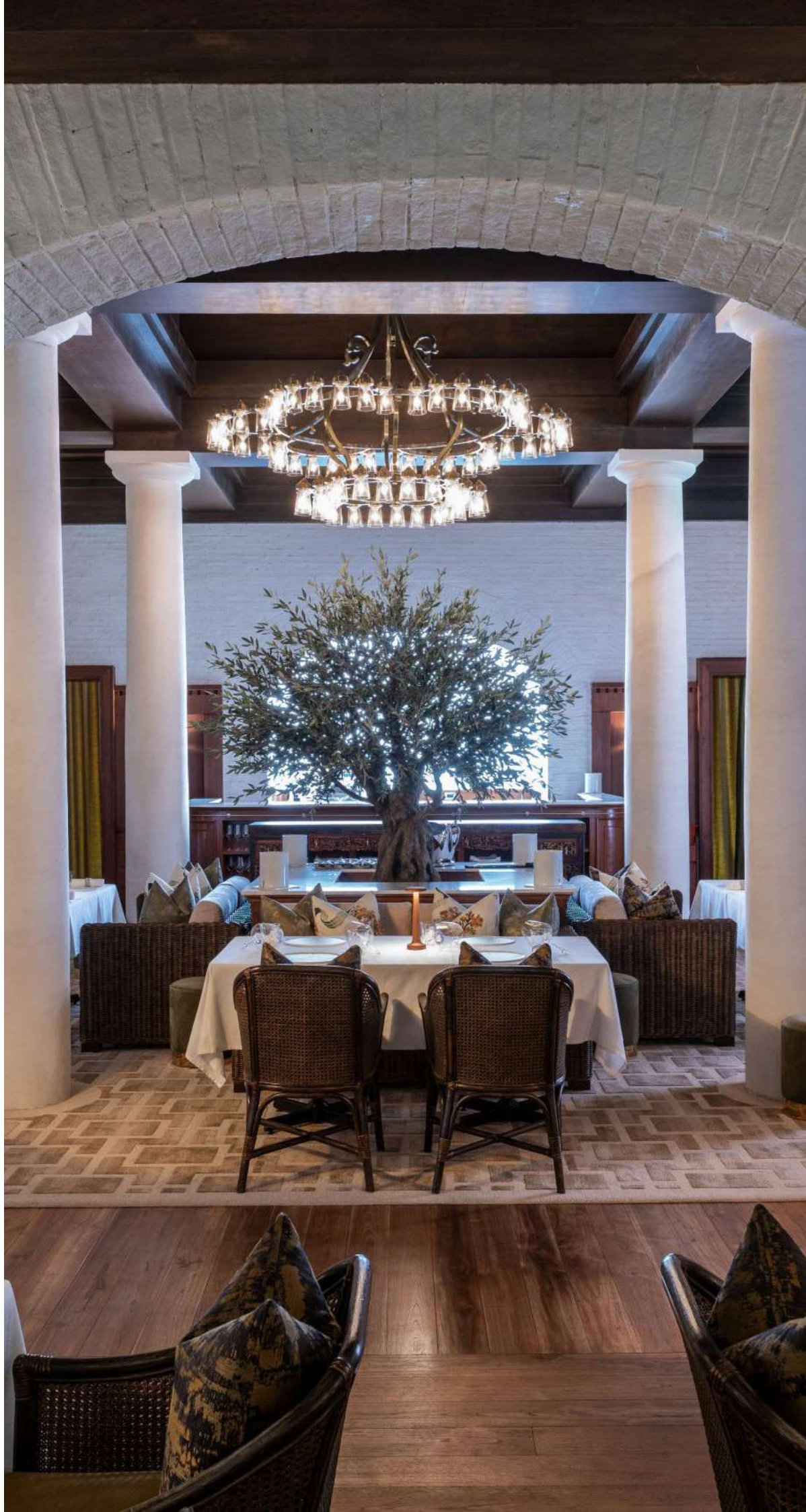


- การอบรมและฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินแผ่นดินไหว (Earthquake Drill)





ROYAL THAI



## การจัดการด้านความยั่งยืนในมิตีสังคม

บริษัทเชื่อมั่นว่าความสำเร็จที่แท้จริงไม่ได้วัดจากผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่ต้องควบคู่ไปกับ "คุณภาพชีวิตที่ดีของสังคม" เรามุ่งมั่นผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อกระบวนการทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยยึดหลักจริยธรรม ความโปร่งใส และการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน

### 1. การเคารพสิทธิมนุษยชน

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชนเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Business Value Chain) โดยประกาศ "นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน" เพื่อสร้างความตระหนักรู้และแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

- ปฏิบัติต่อพนักงาน ลูกค้า และชุมชนอย่างเท่าเทียม โดยไม่เลือกปฏิบัติทางเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา วัฒนธรรม หรือเพศสภาพ และส่งเสริมการพัฒนาาร่วมกันอย่างยั่งยืน
- สนับสนุนและปฏิบัติตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (UDHR) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO)
- เปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงและแนวทางการจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างตรงไปตรงมา พร้อมส่งเสริมให้คู่ค้ามีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามมาตรฐานเดียวกัน

เพื่อให้บรรลุความมุ่งมั่นข้างต้น บริษัทกำหนดนโยบาย ดังนี้

1. คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับต้องตระหนักถึงความสำคัญและเคารพต่อสิทธิมนุษยชนในทุกด้านของบุคคลทุกคน ตลอดจนถึงสังคมและชุมชน ตามกฎหมายและสนธิสัญญาที่แต่ละประเทศมีพันธกรณี โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียม หลีกเลี่ยงการกระทำที่ละเมิดสิทธิ และมุ่งสนับสนุนส่งเสริมสิทธิมนุษยชนในทุกมิติ
2. บริษัทมีนโยบายไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างเด็ดขาด (Zero Tolerance) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบังคับใช้แรงงาน การใช้แรงงานต่างด้าวโดยผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก และการค้ามนุษย์
3. ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเคารพ ปราศจากการใช้ความรุนแรง การล่วงละเมิดทางเพศ การขู่เข็ญทางร่างกาย จิตใจ หรือการข่มเหงด้วยวาจา พร้อมทั้งรักษามาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ดี
4. ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรอย่างเป็นธรรม เคารพสิทธิผู้บริโภค ปฏิบัติต่อคู่ค้า ลูกค้าอย่างให้เกียรติ เป็นธรรม ไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
5. สนับสนุนหลักการแห่งการเสริมศักยภาพและพลังของผู้หญิง (Women's Empowerment Principles: WEPs) เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเพศ และการยอมรับในความแตกต่างหลากหลายภายในองค์กร
6. สนับสนุนและส่งเสริมให้คู่ธุรกิจในช่วงโซ่คุณค่า (Business Partner) ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ (Supplier) ผู้รับเหมา (Contractor) ตลอดจนถึงผู้ร่วมธุรกิจ (Joint Venture) ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อทุกคนตามแนวนโยบายนี้อย่างเคร่งครัด
7. ให้ความสำคัญกับการรับฟังข้อเสนอหรือความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการทำงาน โดยเปิดโอกาสและสนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการเสนอหรือแสดงความคิดเห็นโดยไม่มีข้อจำกัด

- แนวทางการบริหารจัดการ

1. คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับต้องให้ความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพให้เกียรติซึ่งกันและกัน และปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม โดยไม่แบ่งแยกความแตกต่างทางกาย จิตใจ เชื้อชาติ สัญชาติ ประเทศต้นกำเนิด เผ่าพันธุ์ ศาสนา เพศ ภาษา อายุ สีดผิว การศึกษา สถานะทางสังคม วัฒนธรรมขนบธรรมเนียม หรือเรื่องอื่นใด
2. ใช้ความระมัดระวังในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนสอดส่องดูแลเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน ทั้งการใช้แรงงานผิดกฎหมาย แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ และการค้ามนุษย์
3. สนับสนุนส่งเสริมการดำเนินการเพื่อคุ้มครองสิทธิมนุษยชน
4. สื่อสาร เผยแพร่ให้ความรู้ ทำความเข้าใจ กำหนดแนวทาง และให้การสนับสนุนแก่คู่ธุรกิจในช่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Business Partner in Business Value Chain) ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ (Supplier) ผู้รับเหมา (Contractor) ตลอดจนถึงผู้ร่วมธุรกิจ (Joint Venture) เพื่อให้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อทุกคนรวมถึงคู่ค้าและลูกค้าตามหลักสิทธิมนุษยชน
5. สอดส่องดูแลเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน ไม่ละเลยหรือเพิกเฉยเมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัท โดยรายงานผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลที่รับผิดชอบทราบ และให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริงต่าง ๆ หากมีข้อสงสัยหรือข้อขัดถกถาม ให้ปรึกษากับผู้บังคับบัญชา หรือบุคคลที่รับผิดชอบผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่กำหนดไว้

## ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

1) จดหมายส่งทางไปรษณีย์: เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) 2054 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

2) อีเมล: เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ: auditcom@tcm-corporation.com  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร: piyaporn@tcm-corporation.com

3) แจ้งผ่านเว็บไซต์บริษัท www.tcm-corporation.com ภายใต้หัวข้อ ช่องทางการร้องเรียน

6. บริษัทจะให้ความสำคัญและคุ้มครองบุคคลที่แจ้งเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง บริษัทใช้มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชน

7. บริษัทพัฒนาและดำเนินกระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน (Due Diligence Process) อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะระบุประเด็นและประเมินความเสี่ยง และผลกระทบด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน กำหนดกลุ่มหรือบุคคลที่ได้รับผลกระทบ วางแผนและกำหนดแนวทางการแก้ไขและป้องกัน จัดการแก้ไขและป้องกันปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน และตรวจสอบติดตามผล โดยจัดให้มีกระบวนการบรรเทาผลกระทบที่เหมาะสมในกรณีที่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชนด้วย

8. บริษัทจะตรวจสอบ ติดตามผลการแก้ไขปัญหาและเปิดเผยผลการดำเนินงาน ข้อมูลประเด็นความเสี่ยงและแนวทางการบริหารจัดการ ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Right Due Diligence : HRDD) ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญของบริษัท รวมถึงให้การสนับสนุนและร่วมมือในการเยียวยาผล/บรรเทา ผลกระทบทางสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกกิจกรรมทางธุรกิจ

• ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ยกระดับความเข้มข้นในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ที่ครอบคลุมทั้งบุคลากรภายใน ห่วงโซ่อุปทาน และชุมชน โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

### 1. การปรับปรุงนโยบายและการสร้างความตระหนักรู้

- ทบทวนและประกาศใช้นโยบายสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมการต่อต้านการเลือกปฏิบัติ การคุกคาม หรือการล่วงละเมิดในทุกรูปแบบ ไม่แบ่งแยกความแตกต่าง ทั้งทางร่างกาย จิตใจ เชื้อชาติ ศาสนา อัตลักษณ์ รสนิยมทางเพศ รวมถึงสนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่ม สิทธิในการเจรจาต่อรองร่วมกัน ความเท่าเทียมด้านการจ้างงาน และสิทธิมนุษยชนในด้านอื่น ๆ

- สื่อสารและอบรม: สื่อสารนโยบายผ่านอีเมลและช่องทางออนไลน์ ถึงคณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

▶ พนักงานใหม่ 100% ผ่านการอบรมความรู้เรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน

▶ จัดกิจกรรม Morning Talk เพื่อสื่อสารการเคารพสิทธิมนุษยชนและกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชน (HRDD) ให้เข้าถึงพนักงานทุกระดับ

▶ ส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจสิทธิในฐานะเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและผู้ควบคุมข้อมูลตามหลัก PDPA



## 2. กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence - HRDD)

- กำหนดขอบเขต ระบุประเด็นความเสี่ยง และวางมาตรการบรรเทาความเสี่ยงตลอดจนแผนการเยียวยา ที่ชัดเจน กำหนดให้มีการตรวจสอบประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมตลอดทุกชั้นตอนในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเน้นย้ำให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญ และเพื่อให้มั่นใจว่าทุกชั้นตอนจะไม่ก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- บูรณาการประเด็นสิทธิมนุษยชนเข้ากับ นโยบายและคู่มือการจัดซื้อจัดจ้าง โดยคัดกรองคู่ค้าและผู้รับเหมา (Subcontract) อย่างเข้มงวด เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมและไม่ละเมิดสิทธิแรงงาน
- เข้าร่วมโครงการ Human Rights & Business Ethics Implementation Bootcamp 2025 กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อนำองค์ความรู้ระดับสากลมาปรับใช้

### กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD)

ขั้นตอน	การดำเนินการ
 <b>แสดงเจตนารมณ์</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ประกาศนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนอย่างชัดเจนและเผยแพร่ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม พร้อมตรวจสอบการดำเนินงานของคู่ค้าผ่านระบบประเมินประจำปีอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>
 <b>ประเมินความเสี่ยงและผลกระทบ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ระบุประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในทุกมิติ รวมถึงตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบ</li> <li>ประเมินความเสี่ยง และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ และจัดทำมาตรการบรรเทาหรือลดผลกระทบ และกระบวนการแก้ไขเยียวยาอย่างเหมาะสม และหากพบความเสี่ยงระดับ "สูงมาก" บริษัทจะจัดทำโครงการหรือกิจกรรมเพื่อวางแผนดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนทันที</li> </ul>
 <b>การบูรณาการ การดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชน และการเยียวยา</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ประยุกต์ใช้แนวทางการบริหารจัดการสิทธิมนุษยชนเข้ากับกระบวนการบริหารความยั่งยืนขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดมาตรการจัดการตามระดับความเสี่ยงอย่างเหมาะสม</li> <li>มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียน ในเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน และมีมาตรการการคุ้มครองผู้ร้องเรียนตามกฎหมาย และตามนโยบาย Whistleblowing ของบริษัท</li> <li>หากมีการการละเมิดสิทธิมนุษยชนเกิดขึ้น บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบอย่างเป็นธรรม และมีมาตรการในการลงโทษ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบอย่างเหมาะสมตามระเบียบของบริษัท และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>
 <b>การติดตามและตรวจสอบ การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดระยะเวลาติดตามและประเมินผลเพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการมีประสิทธิภาพ</li> <li>ทบทวนกระบวนการ HRDD เป็นประจำทุก ๆ 2 ปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่มีนัยสำคัญ</li> </ul>
 <b>การรายงานผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดเผยข้อมูลความคืบหน้าและผลลัพธ์การจัดการด้านสิทธิมนุษยชนต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใส ผ่านรายงานประจำปี (One Report) หรือรายงานความยั่งยืน และเว็บไซต์ของบริษัท</li> </ul>

## 3. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและช่องทางร้องเรียน

- ประชุมคณะกรรมการสวัสดิการร่วมกันทุกไตรมาสเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ และเป็นกระบอกเสียงความต้องการของพนักงาน นำไปสู่การปรับปรุงสวัสดิการ ที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงานของบริษัท
- เพิ่มช่องทางแสดงความคิดเห็น/ ร้องเรียนแบบ ไม่ระบุตัวตนเพื่อความสบายใจของผู้ร้องเรียน
  - ▶ กล่องรับความคิดเห็นในพื้นที่เป็นส่วนตัว (ตรวจสอบเดือนละ 1 ครั้ง โดยผู้บริหารและประธานกรรมการสวัสดิการ)
  - ▶ ผ่านระบบ LINE SMILE ขององค์กร / อีเมล



## 4. ความรับผิดชอบต่อสังคมและเยาวชน

- โครงการ "3 ส. เพื่อเยาวชน": ขยายขอบเขตการสร้างความตระหนักรู้สู่ชุมชน โดยจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิทธิมนุษยชนแก่โรงเรียนบางคูวัด เพื่อวางรากฐานความเข้าใจเรื่องสิทธิขั้นพื้นฐานให้กับเยาวชนในพื้นที่

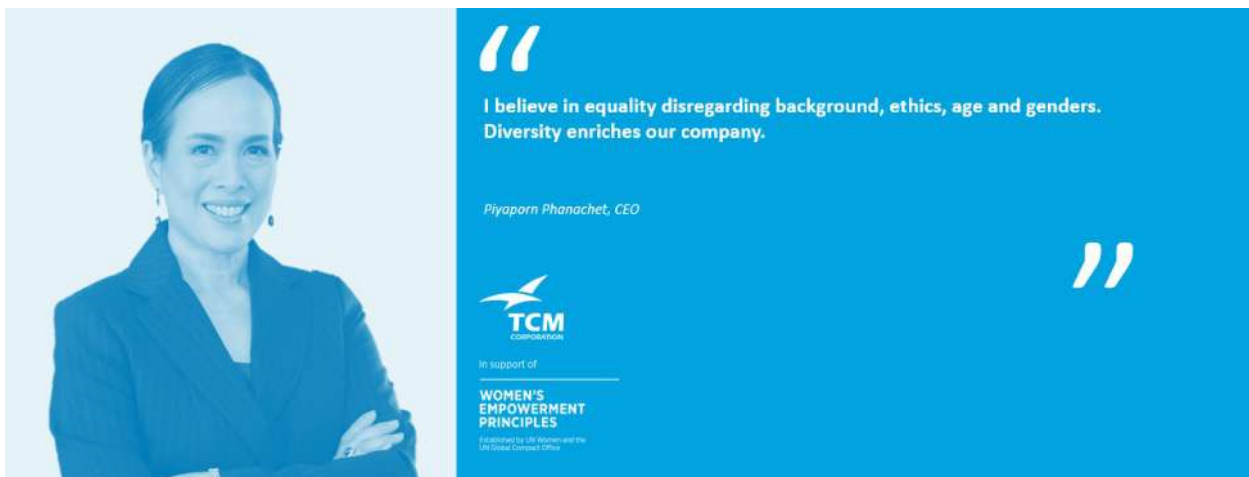
ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทไม่ได้รับข้อร้องเรียนในเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งจากกิจกรรมของบริษัท การดำเนินธุรกิจ และตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้บริษัทได้ประกาศใช้ คู่มือการบริหารจัดการสิทธิมนุษยชน (Human Right Management) สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [https://tcm-corporation.com/upload/esspolicy/fileth\\_260305091405.pdf](https://tcm-corporation.com/upload/esspolicy/fileth_260305091405.pdf)

เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานปี 2568
จำนวนข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน	0 กรณี
สัดส่วนพนักงานใหม่ผ่านการอบรมปฐมนิเทศด้านสิทธิมนุษยชน	100%

## 2. การสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ และการเคารพความแตกต่าง

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2564 บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ร่วมลงนามสนับสนุนหลักการเสริมสร้างศักยภาพสตรี ซึ่งจัดทำและเผยแพร่โดย องค์การเพื่อการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพิ่มพลังของผู้หญิงแห่งสหประชาชาติ (UN Women) และเครือข่ายกรอบความร่วมมือการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact)



บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะสนับสนุนความเท่าเทียมกันทางเพศ และส่งเสริมการยอมรับในความแตกต่างในที่ทำงาน ตลาด และชุมชน โดยเน้นย้ำเรื่องการเคารพและยอมรับในความแตกต่าง เปิดโอกาสให้มีความก้าวหน้าในอาชีพอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างทางกาย จิตใจ เชื้อชาติ สัญชาติ ประเทศต้นกำเนิด เผ่าพันธุ์ ศาสนา เพศ ภาษา อายุ สีดวง การศึกษา สถานะทางสังคม ความเห็นทางการเมืองหรือทางอื่น วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม หรือเรื่องอื่นใด

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทสนับสนุนหลักการเสริมสร้างศักยภาพสตรี ดังนี้

1. กำหนดนโยบายระดับสูงเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในองค์กร
2. ปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงานผู้หญิงและผู้ชายอย่างเท่าเทียมกัน เคารพและส่งเสริมหลักสิทธิมนุษยชนและไม่เลือกปฏิบัติ
3. ดูแลเรื่องอาชีวอนามัยและความปลอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานทั้งผู้หญิงและผู้ชาย
4. ส่งเสริมการศึกษา การฝึกอบรม และการพัฒนาทักษะวิชาชีพสำหรับผู้หญิง
5. ดำเนินแนวทางการพัฒนาองค์กร การจัดซื้อ-จัดจ้าง และการตลาด ที่ส่งเสริมให้ผู้หญิงมีบทบาทมากขึ้น
6. ส่งเสริมความเสมอภาคโดยริเริ่มจากในชุมชนและให้การสนับสนุนต่อเนื่อง
7. วัดผลการดำเนินงานและรายงานต่อสาธารณะเกี่ยวกับความคืบหน้าในการบรรลุเป้าหมายความเท่าเทียมทางเพศ

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

1. พนักงานทุกระดับปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชนของบริษัทอย่างเคร่งครัด
2. พนักงานทุกเพศมีสิทธิในการเข้าถึงการเลื่อนตำแหน่ง การฝึกอบรม และการได้รับสวัสดิการอย่างเสมอภาค
3. บริษัทมีนโยบาย "Equal Pay for Equal Work" โดยผลการสำรวจพบว่าอัตราเงินเดือนพนักงานหญิงต่อชายอยู่ในอัตราส่วน 1:1 ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นธรรมในการประเมินค่าตอบแทนตามความสามารถโดยปราศจากอคติทางเพศสภาพ สามารถดูรายละเอียดเรื่องการปรับตำแหน่งได้ที่หัวข้อ 3.3 การส่งเสริมความก้าวหน้าทางอาชีพ
4. ในปี 2568 ไม่มีรายงานเรื่องความไม่เท่าเทียมหรือการถูกคุกคามทางเพศแต่อย่างใด

ตัวชี้วัดสำคัญ	ผลการดำเนินงานปี 2568
กรณีการคุกคามทางเพศในที่ทำงาน	0 กรณี



### 3. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลบุคลากร ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุด โดยยึดหลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการแรงงาน เรามุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อผลักดันและพัฒนาองค์กรอย่างสร้างสรรค์ บริษัทให้ความสำคัญในการปฏิบัติต่อพนักงานและคู่ค้าอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม สอดคล้องกับกฎหมาย หลักจริยธรรม และนโยบายของบริษัท โดยยึดถือมาตรฐานตามหลักการสิทธิขั้นพื้นฐานที่กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงานกำหนด และมุ่งมั่นที่จะยกระดับการดูแลให้ดียิ่งขึ้น

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในการปฏิบัติแรงงานอย่างเป็นธรรมตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานและพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการจ้างงานที่ปราศจากการเลือกปฏิบัติ และยึดหลักความเสมอภาคเท่าเทียม ไม่นำปัจจัยด้านความเห็นทาง การเมือง อายุ เพศ หรือ ความทุพพลภาพมาพิจารณาตัดสินการจ้างงาน พร้อมทั้งบริหารจัดการค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม และส่งเสริมโอกาสการเติบโตในสายอาชีพตามความรู้ความสามารถ เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังสนับสนุนสิทธิพนักงานผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการที่มาจากกรรมการเลือกตั้งทุก 2 ปี โดยดำเนินการจัดการเลือกตั้งไปเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2568 เพื่อเป็นกระบอกเสียงและรักษาผลประโยชน์สูงสุดให้กับพนักงานทุกคน พร้อมทั้งรักษามาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในที่ทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีและส่งเสริมการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

KOMPANEE THONGKHAO <a href="mailto:kompasana@royal-thai.com">kompasana@royal-thai.com</a>

**ROYAL THAI**

**งานเลือกตั้งกรรมการสวัสดิการ TCM ประจำปี 2568-2570**

1 มิถุนายน 2568

**Reseach Room** <a href="mailto:coms@royal-thai.com">coms@royal-thai.com</a>

Mon, May 26, 2025 at 6:01 PM

เรียน ท่านสมาชิก

ตามที่คณะกรรมการสวัสดิการ (ก.ส.ว.) ได้ดำเนินการเลือกตั้งกรรมการสวัสดิการ TCM (เป็นสมัยที่ 2) ระหว่างวันที่ 2568 - 2570 นั้นแล้วตามมติของ ก.ส.ว. มีรายชื่อผู้สมัคร ดังนี้

**ROYAL THAI**

ปิ่นทอง

เรื่อง แจกใบรายชื่อผู้สมัครของคณะกรรมการสวัสดิการ (ก.ส.ว.) ประจำปี 2568-2570

ปิ่นทอง บริษัท ออโต้ไทย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการเลือกตั้งกรรมการสวัสดิการ (ก.ส.ว.) คณะกรรมการสวัสดิการ (ก.ส.ว.) และคณะกรรมการผู้พิทักษ์แรงงาน (ก.ค.ร.) ประจำปี 2568-2570 ดังนี้

1. คุณสุพิชา อรุณชา
2. คุณโสภาพร อรุณชา
3. คุณสุวิภา นนธิ์นันท
4. คุณวราภรณ์ พันธ์อรรณ
5. คุณสุวิภา อรุณชา

วัตถุประสงค์การจัดทำใบรายชื่อผู้สมัคร

1. เพื่อแจ้งรายชื่อผู้สมัครให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง
2. เพื่อให้สมาชิก ก.ส.ว. สามารถลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการสวัสดิการ TCM
3. เพื่อแจ้งรายชื่อผู้สมัครให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง
4. เพื่อให้สมาชิก ก.ส.ว. สามารถลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการผู้พิทักษ์แรงงาน

หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายบุคคล โทร. 02-262-2222

ที่นี้ มีมติของ ก.ส.ว. ให้กรรมการสวัสดิการ (ก.ส.ว.) ประจำปี 2568-2570 มีผลตั้งแต่วันที่ 25 มิถุนายน 2568 เป็นต้นไป

ปิ่นทอง บริษัท ออโต้ไทย จำกัด (มหาชน)

วันที่ 26 พฤษภาคม 2568

นาย <img alt="Signature of Pichat Pichatong"> พิศาท (กรรมการ ก.ส.ว.)  
กรรมการ ก.ส.ว. (ก.ส.ว.)

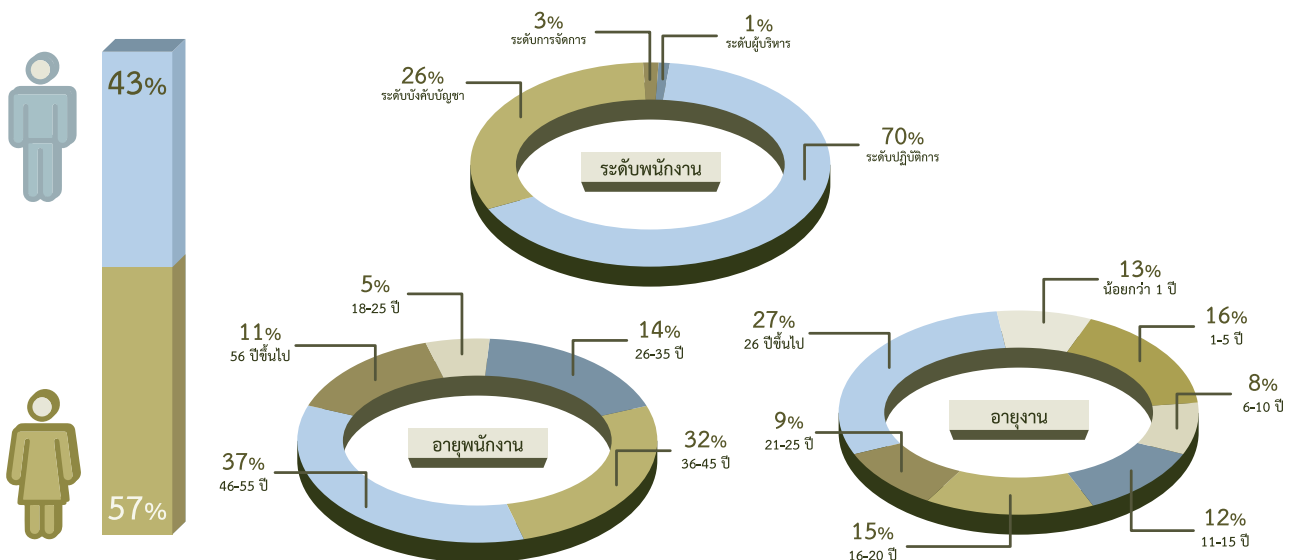
**ROYAL THAI** Corporate <img alt="HT Acoustic logo"/> HT Acoustic <img alt="HT Studio logo"/>

ปิ่นทอง บริษัท ออโต้ไทย จำกัด (มหาชน) TCM 0888 2570.pdf

• ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ในปี 2568 บริษัทมีพนักงานทั้งหมด จำนวน 1,162 คน แยกตามเพศได้ดังนี้ (จำนวน : คน)

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
จำนวนพนักงาน (คน)	1,186	1,202	1,162
จำนวนพนักงานหญิง (คน)	692	700	670
จำนวนพนักงานชาย (คน)	494	502	492
สัดส่วนพนักงานหญิงต่อพนักงานทั้งหมด (%)	58	58	58
สัดส่วนพนักงานชายต่อพนักงานทั้งหมด (%)	42	42	42
จำนวนพนักงานระดับปฏิบัติการ (คน)	833	850	815
สัดส่วนพนักงานระดับปฏิบัติการ ต่อพนักงานทั้งหมด (%)	70	71	70
สัดส่วนพนักงานระดับปฏิบัติการแบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	59/41	59/41	58/42
จำนวนพนักงานระดับปฏิบัติการแบ่งเป็น หญิง/ชาย (คน)	495/338	502/348	471/344
จำนวนพนักงานระดับบังคับบัญชา /สายวิชาชีพ (คน)	301	297	297
สัดส่วนพนักงานระดับบังคับบัญชา /สายวิชาชีพ ต่อพนักงานทั้งหมด (%)	25	25	26
สัดส่วนพนักงานระดับบังคับบัญชา /สายวิชาชีพ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	57/43	58/42	59/41
จำนวนพนักงานระดับบังคับบัญชา /สายวิชาชีพ แบ่งเป็น หญิง/ชาย (คน)	172/129	171/126	174/123
จำนวนพนักงานระดับการจัดการ (คน)	39	40	39
สัดส่วนพนักงานระดับการจัดการ ต่อพนักงานทั้งหมด (%)	3	3	3
สัดส่วนพนักงานระดับการจัดการ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	46/54	45/55	46/54
จำนวนพนักงานระดับการจัดการ แบ่งเป็น หญิง/ชาย (คน)	18/21	18/22	18/21
จำนวนพนักงานระดับผู้บริหาร (คน)	13	15	11
สัดส่วนพนักงานระดับผู้บริหาร ต่อพนักงานทั้งหมด (%)	1	1	1
สัดส่วนพนักงานระดับผู้บริหาร แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	54/46	60/40	64/36
จำนวนพนักงานระดับผู้บริหาร แบ่งเป็น หญิง/ชาย (คน)	7/6	9/6	7/4



#### 4. การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

“ส่งเสริมพนักงานให้พัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่เพื่อเป้าหมายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน”

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทเชื่อมั่นว่า “พนักงาน” คือ กลไกสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เราจึงมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ให้มีสมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge Competency), ทักษะ (Skill Competency) และคุณลักษณะ (Attributes Competency) เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ และเทคโนโลยีที่รวดเร็วในปัจจุบัน

บริษัทยึดหลักธรรมาภิบาลในการดูแลพนักงาน โดยปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัดและปราศจากการเลือกปฏิบัติ พร้อมมุ่งสร้างสังคมแห่งการทำงานที่มีความสุข เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานได้ใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่กำลังและเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างมั่นคง

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทยึดแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยตระหนักถึงความสำคัญของพนักงาน ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีความรู้ความสามารถ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร ควบคู่ไปกับการสร้างความสุข และบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน สนับสนุนให้พนักงานทุกคนได้รับโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อดึงดูดคนดีที่มีศักยภาพเข้ามาร่วมงาน และรักษาพนักงานที่ดีที่มีคุณภาพ เปิดโอกาสไปสู่การเรียนรู้ใหม่ พร้อมทั้งสามารถนำมาพัฒนา เรียนรู้ และปรับปรุงให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ขององค์กร โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนกำลังคนและการสรรหา การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน และการรักษาพนักงาน



- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

##### 1. ด้านการวางแผนกำลังคน และการจ้างงาน

###### - โครงสร้างองค์กร

บริษัทได้ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้มีความกระชับ และคล่องตัว เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการรองรับความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการจัดสรรอัตรากำลังคนให้สอดคล้องกับปริมาณงานจริงและทิศทางการดำเนินงานในอนาคต

###### - การวางแผนกำลังคน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนกำลังคนให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร โดยได้จัดทำ Workforce Planning เพื่อเป็นแผนบริหารอัตรากำลังคนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งมีความยืดหยุ่น สอดรับกับสถานการณ์ทางธุรกิจ และอัตราการเข้า-ออกของพนักงาน (Turnover Rate) โดยจัดทำแผนบริหารอัตรากำลังคนให้สอดคล้องตามเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และความต้องการของกลุ่มงานโดยมุ่งเน้นให้พนักงานที่มีอยู่สามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ และมีทักษะที่หลากหลาย (Multi Skill) มีความกระชับ คล่องตัว สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งได้ดำเนินการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น ควบรวมขั้นตอนการทำงาน และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

###### - การสรรหาบุคลากร

บริษัทมีแนวทางการสรรหาและว่าจ้างบุคลากรที่โปร่งใสและเป็นธรรม โดยพิจารณาจากคุณสมบัติ ทักษะ และประสบการณ์ของผู้สมัครเป็นหลัก ปราศจากการเลือกปฏิบัติในด้านเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา หรือความบกพร่องทางร่างกาย อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ของผู้สมัครอย่างเคร่งครัด

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการจ้างงานในท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับชุมชน โดยช่วยกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมบริษัทมีความมุ่งมั่นอย่างชัดเจนในการสนับสนุนการจ้างงานในท้องถิ่น โดยดำเนินการผ่านกลยุทธ์เชิงรุกในการสรรหา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในชุมชนได้อย่างทั่วถึง อาทิ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Line รวมถึงการส่งเสริมโครงการ “เพื่อนแนะนำเพื่อน” (Friend get Friend) เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้สมัครที่มีศักยภาพในพื้นที่ ขณะเดียวกัน บริษัทยังมีการบริหารจัดการอัตรากำลังคนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเพิ่มสัดส่วนการจ้างงานในรูปแบบการจ้างทำของ (Outsourcing) ให้สอดคล้องกับแผนการผลิต และเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเข้ามาถ่ายทอดองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้กับพนักงาน รวมถึงการจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพของแรงงานในท้องถิ่น ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ การฝึกอบรม และการยกระดับทักษะ (Reskill – Upskill) อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการหมุนเวียนงาน (Job Rotation) เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์และเตรียมความพร้อมให้บุคลากรสามารถเติบโตในสายอาชีพได้อย่างมั่นคง

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความตั้งใจของบริษัทในการสร้างโอกาสทางอาชีพให้กับคนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง พร้อมทั้งพัฒนาให้บุคลากรในท้องถิ่นเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
การรับพนักงานใหม่ (คน)	281	237	148
สัดส่วนการรับพนักงานใหม่ต่อพนักงานทั้งหมด (คน)	23.69	19.71	12.73
สัดส่วนการรับพนักงานใหม่ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	61/39	62/38	51/49
การรับพนักงานใหม่ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (คน)	172/109	148/89	75/73
การโอนย้ายพนักงาน / เปลี่ยนงานภายในองค์กร (คน)	34	17	9
สัดส่วนการโอนย้ายพนักงาน / เปลี่ยนงานภายในองค์กร ต่อพนักงานทั้งหมด (คน)	2.87	1.41	0.77
สัดส่วนการโอนย้ายพนักงาน / เปลี่ยนงานภายในองค์กร แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	24/76	53/47	89/11
การโอนย้ายพนักงาน / เปลี่ยนงานภายในองค์กร แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (คน)	8/26	9/8	8/1
การจ้างทำของ Outsourcing (คน)	35	18	12
สัดส่วนการจ้างทำของ Outsourcing ต่อพนักงานทั้งหมด (คน)	2.95	1.50	1.03
สัดส่วนการจ้างทำของ Outsourcing แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	46/54	44/56	50/50
การจ้างทำของ Outsourcing แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (คน)	16/19	8/10	6/6
การจ้างงานผู้สูงอายุ (คน)	17	21	33
สัดส่วนการจ้างงานผู้สูงอายุ ต่อพนักงานทั้งหมด (คน)	1.43	1.75	2.84
สัดส่วนจ้างงานผู้สูงอายุ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	29/71	38/62	36/64
การจ้างงานผู้สูงอายุ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (คน)	5/12	8/13	12/21
การจ้างงานคนพิการ (คน)	11	11	11
สัดส่วนการจ้างงานผู้สูงอายุ ต่อพนักงานทั้งหมด (คน)	0.93	0.92	0.95
การจ้างงานคนพิการ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (คน)	6/5	6/5	3/8
การจ้างงานคนต่างชาติ (คน)	11	8	8
สัดส่วนการจ้างงานคนต่างชาติ ต่อพนักงานทั้งหมด (คน)	0.93	0.67	0.69
สัดส่วนจ้างงานคนต่างชาติ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (%)	36/64	25/75	25/75
การจ้างงานคนต่างชาติ แบ่งเป็น หญิง/ ชาย (คน)	4/7	2/6	2/6

## การสร้างโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตผู้ด้อยโอกาส

บริษัทมุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำผ่านการสร้างงานที่มั่นคง โดยมีนโยบายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายดังนี้:

### 1.1 การจ้างงานผู้สูงอายุ

บริษัทตระหนักถึงคุณค่าของประสบการณ์และความเชี่ยวชาญอันเป็นต้นทุนทางปัญญาที่สำคัญ จึงได้กำหนด "นโยบายจ้างงานหลังเกษียณอายุการทำงาน" เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีศักยภาพและสุขภาพแข็งแรงในช่วงอายุระหว่าง 61 - 68 ปี ได้ร่วมขับเคลื่อนองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการจัดสรรตำแหน่งงานที่เหมาะสมกับทักษะเฉพาะด้านและประสบการณ์ที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน อาทิ ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยใช้ความรู้ความสามารถเชิงลึกเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในโครงการสำคัญ หรือเป็นผู้ถ่ายทอดและสอนงาน ทำหน้าที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ (Knowledge Management) และทักษะฝีมือจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อรักษาภูมิปัญญาขององค์กรและพัฒนาศักยภาพของพนักงานรุ่นใหม่อย่างเป็นระบบ

จำนวนการจ้างงานหลังเกษียณ 33 คน

กลุ่มงานฝ่ายขาย 6 คน

กลุ่มงานฝ่ายผลิต 15 คน

กลุ่มงานฝ่ายการจัดการ 12 คน



การจ้างงานผู้สูงอายุไม่เพียงช่วยสร้างความมั่นคงทางรายได้และคุณค่าในวัยเกษียณ แต่ยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการบริหารอัตรากำลังที่ยืดหยุ่น และสร้างบรรยากาศการทำงานที่ผสมผสานระหว่างประสบการณ์อันทรงคุณค่ากับแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อการเติบโตที่สมดุลและยั่งยืน

ความสำเร็จและผลการดำเนินงานในปี 2568 ความมุ่งมั่นในการสร้างสถานที่ทำงานที่เปิดกว้างสำหรับคนทุกวัยส่งผลให้เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2568 บริษัทได้รับมอบประกาศเกียรติคุณให้เป็น “องค์กรที่ส่งเสริมโอกาสการจ้างงานและการมีรายได้สำหรับผู้สูงอายุ ประจำปี 2568” ในระดับ “ดี” จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งถือเป็นเครื่องยืนยันถึงความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ




## 1.2 การจ้างงานคนพิการ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการยกระดับคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยยึดหลักการให้โอกาสที่เท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ (Non-discrimination) ครอบคลุมถึงกลุ่มคนพิการและผู้ด้อยโอกาสอื่น ๆ เรามุ่งหวังให้คนพิการได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ สร้างรายได้เพื่อพึ่งพาตนเอง ลดภาระของครอบครัวและสังคม และก้าวขึ้นมาเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการตาม พรบ.ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 อย่างเคร่งครัดผ่านช่องทางต่าง ๆ การจ้างงานตาม มาตรา 33 โดยรับผู้พิการเข้าปฏิบัติงานในแผนกต่าง ๆ ของบริษัทตามความเหมาะสมของทักษะและความสามารถ และการส่งเสริมตามมาตรา 35 ให้สัมปทานจัดสถานที่จำหน่ายสินค้า เพื่อสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพและ รายได้ที่ยั่งยืน รวมจำนวน 11 คน ซึ่งสอดคล้องกับอัตราส่วนพนักงานปกติ ต่อพนักงานพิการที่ 100 ต่อ 1 ตามที่กฎหมายกำหนด

จำนวนการจ้างงานคนพิการ 11 คน  
ทำงานกับบริษัท 2 คน  
จ้างงานผู้พิการ (มาตรา 35) 9 คน

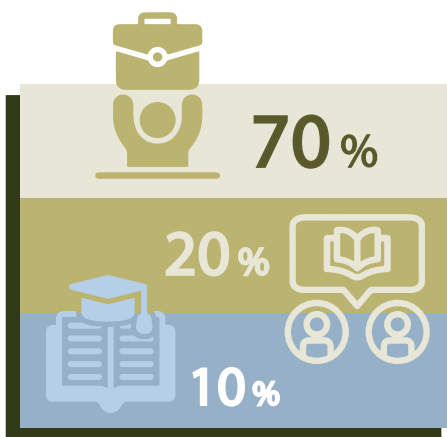


## 2. ด้านการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

พนักงาน คือ กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ดังนั้นบริษัท จึงมุ่งพัฒนาศักยภาพพนักงานเพื่อให้มั่นใจว่า พนักงานสามารถปรับตัวไปพร้อมกับองค์กร เพื่อรับมือกับการแข่งขันทางธุรกิจ และรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของธุรกิจในปัจจุบัน

บริษัทกำหนดแนวทางเรื่อง การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน ทั้งการสำรวจและวิเคราะห์ความจำเป็นของพนักงานในแต่ละกลุ่ม โดย มุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพและความสามารถของพนักงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ บริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาพนักงาน โดยพนักงานทุกระดับจะได้รับการพัฒนาตามสมรรถนะ (Competency) อย่างเป็นระบบ ทั้งด้าน Core Competency, Managerial Competency และ Functional Competency โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาในด้าน Functional Competency ซึ่งเป็นสมรรถนะหลักที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน อาทิ ความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการสำหรับการขาย, กระบวนการ ทำงาน (Work Instruction) ฯลฯ

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาพนักงานซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้พร้อมรับมือกับการแข่งขันและความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว โดยประยุกต์ใช้ โมเดลการเรียนรู้ 70-20-10 เพื่อผลักดันการพัฒนาศักยภาพอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ดังนี้



- ▶ 70% การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง (On-the-Job Experience) บริษัทเน้นการ ให้พนักงานลงมือปฏิบัติจริงเพื่อให้เกิดทักษะและเห็นผลลัพธ์ของการพัฒนาที่ชัดเจน ผ่านการมอบหมายงานที่ทำทนายและการทำโครงการปรับปรุงงานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Kaizen, QCC (Quality Control Cycle) และ Project Improvement เพื่อเสริมสร้าง สมรรถนะด้าน Functional Competency และประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน
- ▶ 20% การเรียนรู้ผ่านสังคม (Social Learning) เน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง บุคคล โดยใช้กลไกการสอนงานโดยผู้บังคับบัญชา (Coaching) การเป็นพี่เลี้ยง และการ ส่งเสริมการทำงานร่วมกันผ่านกลุ่มความร่วมมือระหว่างสายงาน (Cross-Functional Team) เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญ
- ▶ 10% การเรียนรู้จากการฝึกอบรม (Formal Learning) เพื่อเสริมสร้างทักษะพื้นฐาน และทักษะเฉพาะทาง โดยบริษัทจัดสรรช่องทางที่ยืดหยุ่น 3 รูปแบบ



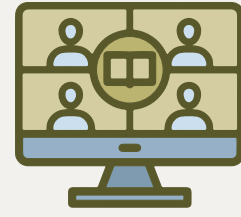
**การเรียนรู้แบบห้องเรียน  
(Classroom)**

สร้างปฏิสัมพันธ์และแลกเปลี่ยน  
ประสบการณ์ตรงในห้องเรียน เพื่อ  
สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการ  
ปฏิบัติงานจริง



**การเรียนรู้ออนไลน์  
(Online Learning)**

ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองได้  
ทุกที่ทุกเวลา ตามความเหมาะสม  
ของแต่ละระดับ เพื่อพัฒนาความ  
รู้และทักษะอย่างไร้ขีดจำกัด



**การเรียนรู้แบบห้องเรียนเสมือนจริง  
(Virtual Classroom)**

ผ่าน โปรแกรม Zoom/ Google  
Meet เพื่อเชื่อมโยงพนักงานจากต่าง  
สถานที่ให้เข้าถึงการพัฒนาได้อย่าง  
ทั่วถึงและเท่าเทียม

ตัวชี้วัดสำคัญ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน 2568
พนักงานมีทักษะเพิ่มสูงขึ้น (Upskill / Reskill)	70%	86.92%
จำนวนชั่วโมงการอบรมของพนักงาน	ไม่น้อยกว่า 20 ชั่วโมง/ คน/ ปี	30.94 ชั่วโมง/คน/ ปี

**2.1 โปรแกรมฝึกอบรมเพิ่มทักษะพนักงาน**

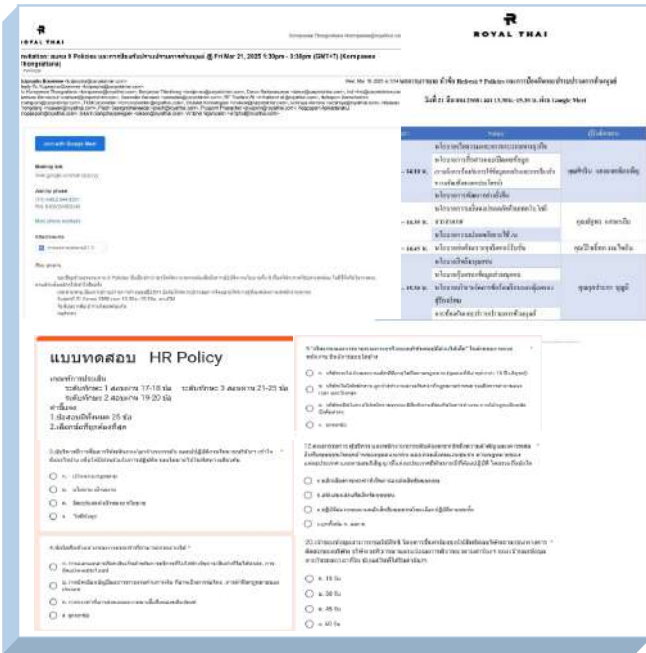
บริษัทกำหนดหลักสูตรฝึกอบรม โดยแบ่งหมวดหมู่การฝึกอบรม 4 หลักสูตรหลัก คือหลักสูตรการปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท หลักสูตร  
อบรมตามกฎหมาย หลักสูตรการเพิ่มผลผลิตภาพในการทำงาน และหลักสูตรพัฒนาความรู้ตามตำแหน่งงาน สุขภาพ และความเป็นอยู่

**2.1.1 หลักสูตรการปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท**

บริษัทได้จัดอบรมและทดสอบในหัวข้อ "การปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท 9 เรื่อง และการป้องกันปราบปรามการค้ามนุษย์" ในวันศุกร์ที่  
21 มีนาคม 2568 เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เกี่ยวกับนโยบายสำคัญขององค์กร ได้แก่

- นโยบายจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ
- นโยบายบริหารจัดการข้อร้องเรียนและคุ้มครองผู้ร้องเรียน พ.ศ. 2565
- นโยบายสิทธิมนุษยชน
- นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น
- นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- นโยบายความมั่นคงและความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- นโยบายความปลอดภัยในการใช้ AI
- นโยบายการสื่อสารและเปิดเผยข้อมูล การป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายใน และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

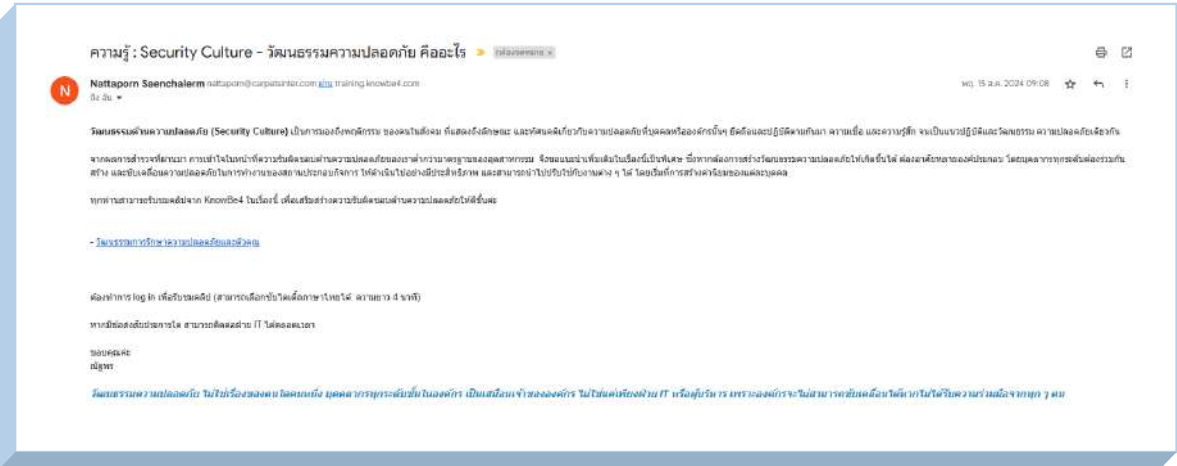
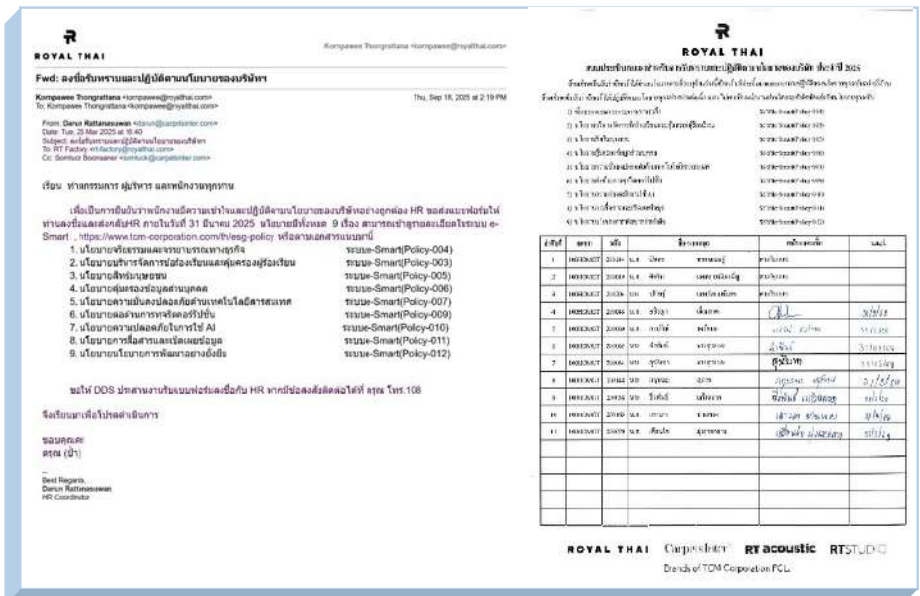




โดยกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของกลุ่มบริษัท ร้อยละ 100 เข้ารับการอบรมและทดสอบในหัวข้อ "การปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท 9 เรื่อง และการป้องกันปราบปรามการค้ำมนุษย์"

นอกจากนี้ บริษัทได้แจ้งพนักงานให้ลงชื่อรับทราบและยืนยันการปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อเป็นการตอกย้ำถึงความสำคัญของการรักษามาตรฐานและจริยธรรมในทุกกระบวนการทำงาน โดยพนักงานจะมีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย ช่วยให้ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการขาดความรู้ และยังมีส่วนช่วยสนับสนุนบรรยากาศการทำงานที่ดี การจัดอบรมครั้งนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมสร้างความมั่นใจให้กับทุกภาคส่วนในมาตรฐานการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสและมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

อีกทั้งบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความมั่นคงและความปลอดภัยในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล เพื่อป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์และเพิ่มความปลอดภัยในการใช้งานระบบสารสนเทศ บริษัทได้จัดให้มีการอบรมออนไลน์ภายใต้หัวข้อ "สร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์" (Cybersecurity Awareness) เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันและการทำงาน เสริมสร้างจิตสำนึกในการปฏิบัติที่ปลอดภัย ป้องกันการละเมิดข้อมูลและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับระบบสารสนเทศของบริษัท ลดความเสี่ยงต่อการโจมตีทางไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจในด้านการจัดการความปลอดภัยสารสนเทศของบริษัท



### 2.1.2 หลักสูตรอบรมตามกฎหมาย

บริษัทมุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด โดยจัดฝึกอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและทักษะการปฏิบัติงานที่ปลอดภัยให้แก่พนักงานทุกระดับ ครอบคลุมหลักสูตรสำคัญ เช่น คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน, ผู้บังคับบัญชา ยืดเกาะและควบคุมการใช้งานปั้นจั่น และการทบทวนงานปั้นจั่น, การดับเพลิงขั้นต้น, เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างาน และระดับบริหาร, ความปลอดภัยในการทำงานในที่อับอากาศการปฏิบัติงานแก๊ส LPG อย่างถูกต้องและปลอดภัย, การซ่อมแผนกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น บอยล์เลอร์ทำงานผิดปกติ, แผนดับเพลิงสถานีเก็บน้ำมัน, แผนฉุกเฉินสารเคมีหกรั่วไหล, แผนฉุกเฉินการเกิดอุทกภัย เป็นต้น

ในปี 2568 เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยล่าสุด บริษัทได้เพิ่มเติมหลักสูตรฝึกอบรมที่สำคัญ เช่น การขับและการบำรุงรักษา รถยกอย่างถูกวิธีและปลอดภัย ตามประเภทของรถยกที่ใช้ปฏิบัติงาน, การซ่อมแผนรับมือเหตุแผ่นดินไหว เป็นต้น

ทุกหลักสูตรได้รับการออกแบบเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัยของพนักงาน อีกทั้งยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการสร้างสภาพวัฒนธรรมความปลอดภัยที่ยั่งยืนขององค์กร



### 2.1.3 หลักสูตรการเพิ่มผลผลิตภาพในการทำงาน

การเพิ่ม "ผลผลิตภาพ" คือหัวใจสำคัญของการดำเนินงานทุกประเภทและเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งมั่นปลูกฝังความรู้และวิธีการที่ถูกต้องให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการนำแนวทางที่มีประสิทธิภาพมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานจริง

ความมุ่งมั่นนี้สะท้อนให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการ พัฒนาทั้งบุคลากรและกระบวนการทำงานควบคู่กัน เพื่อให้องค์กรสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว อันจะนำไปสู่การลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน



### 2.1.4 หลักสูตรพัฒนาความรู้ตามตำแหน่งงาน สุขภาพและความเป็นอยู่

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานและผู้บริหารพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องผ่านหลักสูตรที่หลากหลาย เพื่อนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและยกระดับองค์กร โดยครอบคลุมทั้งทักษะเฉพาะทาง (Hard Skills) และทักษะทางสังคม (Soft Skills) อาทิ หลักสูตรความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, Trainer & Mentor Refreshment, Refreshment Internal Auditor, ความรู้เรื่องโรคจากการประกอบอาชีพ, การส่งเสริมสุขภาพจิตในสถานประกอบการ เป็นต้น

การพัฒนาเหล่านี้ไม่เพียงมุ่งเน้นทักษะงาน แต่ยังรวมถึงการดูแล สุขภาพและความเป็นอยู่ (Well-being) เพื่อให้พนักงานสามารถดำเนินชีวิตและทำงานได้อย่างสมดุล (Work-Life Balance) และแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่



ในปี 2568 บริษัทมุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพพนักงานอย่างเข้มข้น พนักงานได้รับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะรวมทั้งสิ้น 35,952 ชั่วโมง ซึ่งครอบคลุมทั้งการ Reskill และ Upskill เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานรายบุคคล และใช้งบประมาณในการพัฒนาบุคลากรรวมทั้งสิ้น 1,324,042 บาท เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศผ่านการเรียนรู้ที่ครอบคลุมทุกระดับชั้น

หลักสูตรการฝึกอบรมภายในจำนวน 41 หลักสูตร รวม 73 รุ่น รวมทั้งส่งพนักงานไปฝึกอบรมกับสถาบันภายนอก จำนวน 22 หลักสูตร รวม 22 รุ่น ซึ่งครอบคลุมพนักงานระดับปฏิบัติการ หัวหน้างาน และผู้บริหาร จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย 30.94 ชั่วโมงต่อคน แบ่งเป็นระดับปฏิบัติการ 32.29 ชั่วโมงต่อคน ระดับหัวหน้างาน 27.74 ชั่วโมงต่อคน และระดับผู้บริหาร 27.92 ชั่วโมงต่อคน

โดยมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยต่อหลักสูตรการฝึกอบรมอยู่ที่ 88% ของหลักสูตรทั้งหมด

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
<b>จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม</b>			
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมรวมทั้งหมด (ชั่วโมง)	28,120.06	26,203.60	35,952.28
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงานทั้งหมด (ต่อคน)	23.71	21.80	30.94
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยพนักงานปฏิบัติการ (ต่อคน)	17.91	20.19	32.29
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยระดับหัวหน้างาน (ต่อคน)	26.23	24.16	27.74
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยระดับผู้บริหาร (ต่อคน)	71	33.72	27.92
<b>ข้อมูลประเภทการฝึกอบรม</b>			
หลักสูตรฝึกอบรมภายใน (จำนวนหลักสูตร)	31	50	41
หลักสูตรฝึกอบรมภายนอก (จำนวนหลักสูตร)	37	23	22

## 2.2 โปรแกรมพัฒนาศักยภาพของพนักงาน

ในปี 2568 บริษัทได้มุ่งส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในทุกระดับ ผ่านการจัดหลักสูตรอบรม หรือกิจกรรมส่งเสริมความรู้ที่เหมาะสมเพื่อให้พนักงานเกิดการพัฒนา ปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และทันต่อสถานการณ์ ตอบสนองต่อนโยบายขององค์กร และให้สอดคล้องกับค่านิยมขององค์กร โดยมีโปรแกรมดังต่อไปนี้

### 2.2.1 โครงการ Next Gen Leader Program

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการสร้าง "ผู้นำรุ่นใหม่" (Next Gen Leaders) ในฐานะผู้ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง (Change Drivers) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและรองรับความผันผวนของธุรกิจในอนาคต โครงการนี้ดำเนินการต่อเนื่องจากปี 2567 โดยมุ่งพัฒนาผู้บริหารระดับกลางผ่านทักษะ 3 ด้านหลัก ได้แก่ การจัดการทีมและนวัตกรรม, ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน เพื่อวางรากฐานการบริหารจัดการองค์กรอย่างต่อเนื่อง

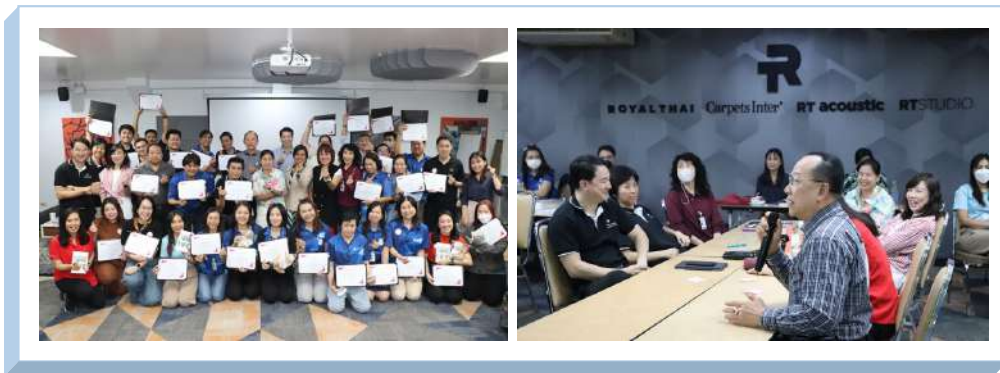
ผลการดำเนินงานปี 2568 มีพนักงานระดับศักยภาพสูง (Talent) เข้าร่วมโครงการจำนวน 30 ท่าน โดยมุ่งเน้นการยกระดับทักษะการจัดการและการสอนงาน (Coaching) พร้อมทั้งนำเสนอโครงการปรับปรุงงานผ่านแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ต่อคณะผู้บริหารระดับสูงเพื่อนำไปต่อยอดใช้งานจริงในองค์กร

สรุปผลการวัดผลพฤติกรรมและความสำเร็จ โดยมีผลลัพธ์ที่บรรลุตามเป้าหมาย (KPIs) ดังนี้:

ตัวชี้วัดสำคัญ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน 2568
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มผู้นำรุ่นใหม่	>85%	87.54%
อัตราการลาออกของกลุ่มผู้นำรุ่นใหม่	0%	0%

บริษัทติดตามผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในระยะ 6 เดือน ผ่านการประเมิน 360 องศา ผู้เข้าร่วมโครงการมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในทิศทางที่ดีขึ้น ดังนี้

หัวข้อสมรรถนะ (Competency)	คะแนนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
แนวคิดหรือทัศนคติ ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outward Mindset)	90.13%
การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)	87.12%
ทักษะด้านการจัดการ (Managerial Essentials)	86.67%
ทักษะการสอนงาน (Coaching Skills)	85.06%
ค่าเฉลี่ยรวม (Overall Change)	87.54%



**ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ Next Gen Leader Program**

- พนักงานมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงานที่ชัดเจน โดยเฉพาะการเสริมสร้าง Outward Mindset ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการลดความขัดแย้งและเพิ่มความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพภายในทีม ส่งผลโดยตรงต่อคะแนนการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPIs) ที่ดีขึ้น และสร้างโอกาสในการได้รับผลตอบแทนรวมถึงสวัสดิการที่สูงขึ้นตามความสามารถรายบุคคล
- บริษัทสามารถระบุและพัฒนาพนักงานกลุ่มศักยภาพสูง จำนวน 30 คนแรกที่มีความพร้อมในการก้าวขึ้นเป็นผู้นำในอนาคต ซึ่งช่วยลดอัตราการลาออกของบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ สอดคล้องกับแผนการสืบทอดตำแหน่ง เพื่อสร้างความมั่นคงและความต่อเนื่องในการบริหารธุรกิจ
- ผลงานและโครงการที่สร้างสรรค์ขึ้นจากแนวคิด Design Thinking โดยกลุ่มผู้นำรุ่นใหม่ ไม่เพียงแต่เป็นแบบฝึกหัดทางการเรียนรู้ แต่ยังถูกนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานจริง ซึ่งช่วยเพิ่มผลิตภาพในการดำเนินงาน และสามารถลดต้นทุนให้กับองค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม

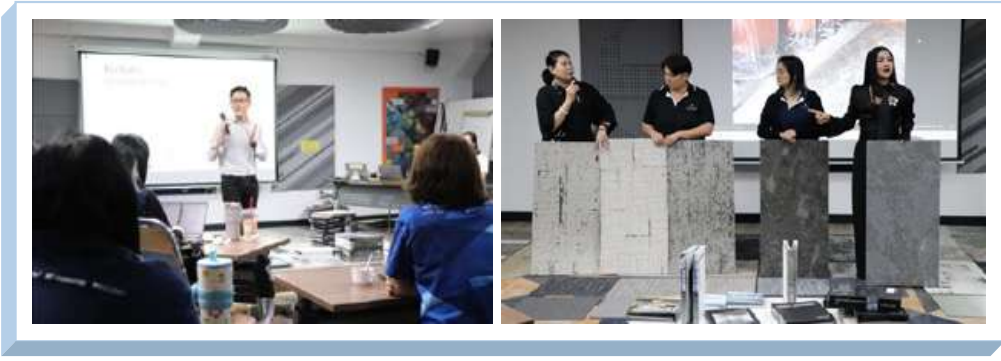
**2.2.2 โครงการพัฒนาทักษะพนักงานขาย (Cross Product Training)**

บริษัทมุ่งปรับเปลี่ยน "ดีเอ็นเอ" ของทีมขายทั้งในประเทศและต่างประเทศให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์การเป็น "ผู้เชี่ยวชาญในสินค้าและโซลูชันของวัสดุปูพื้นและซับเสียงที่เชื่อถือได้ระดับโลก" โดยยึดหลักการบริหารงานแบบ "ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง" (Customer Centric) เพื่อสร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล

ในปี 2568 บริษัทได้ออกแบบหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างความเชี่ยวชาญเชิงลึกและเทคนิคการขาย เพื่อสร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล หลักสูตรนี้ได้รับการออกแบบเพื่อสร้างความเชี่ยวชาญแบบองค์รวม โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้

- อัปเดตข้อมูลและเสริมความรู้เชิงลึกด้านเทคนิคของวัสดุ ผลิตภัณฑ์ และเครื่องมือ เพื่อให้พนักงานสามารถทำหน้าที่เป็น "ที่ปรึกษา" ที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างแม่นยำ
- พัฒนาทักษะการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแบบครบวงจร ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อขยายโอกาสทางการค้า
- มุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและตอบสนองต่อเทรนด์ความยั่งยืนในตลาดโลก

ตัวชี้วัดสำคัญ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน 2568
ร้อยละของพนักงานที่ผ่านการอบรมความรู้ด้านผลิตภัณฑ์	>85%	90.84%



**ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการพัฒนาทักษะพนักงานขาย**

1. พนักงานสามารถเปลี่ยนบทบาทจาก "ผู้ขาย" สู่การเป็น "ที่ปรึกษาด้านโซลูชันวัสดุปูพื้นและวัสดุซับเสียง" ที่มีความเป็นมืออาชีพสูงขึ้น ด้วยความเข้าใจเชิงลึกในด้านเทคนิคและผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง ช่วยลดความผิดพลาดในการให้ข้อมูลและเพิ่มความแม่นยำในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ส่งผลให้บริษัทมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นท่ามกลางสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
2. พนักงานนำเสนอโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของบริษัทในฐานะผู้นำด้านวัสดุปูพื้นและซับเสียงที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและเสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าและคู่ค้า
3. ช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายที่สูงขึ้น พร้อมกับการนำไปแก้ปัญหาด้านความยั่งยืนมาเป็นจุดแข็งในการขยายฐานลูกค้า ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนทางการเงินที่มั่นคง แต่ยังส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนและได้รับความเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

**2.2.3 การยกระดับทักษะ Upskill / Reskill**

ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่เทคโนโลยีพัฒนาอย่างก้าวกระโดด บริษัทตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากรเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เราจึงมุ่งเน้นทั้งการพัฒนาทักษะที่มีอยู่เดิม (Reskilling) และการเสริมสร้างทักษะใหม่ (Upskilling) เพื่อให้พนักงานพร้อมเผชิญความท้าทายในอนาคตและเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่สร้างความสำเร็จให้กับองค์กรในระยะยาว

ในปี 2568 บริษัทได้ยกระดับกระบวนการทำงานสู่ยุคดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้แก่พนักงานทุกระดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผ่านกิจกรรม “30 mins Sharing Session” ซึ่งเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่กระชับและทันสมัย โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญภายในองค์กร (Internal Subject Matter Experts) มาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์และเทคนิคการใช้งานจริง โดยจัดทำหลักสูตรครอบคลุมทักษะที่จำเป็นในยุคปัจจุบันรวม 8 หัวข้อหลัก เพื่อให้พนักงานสามารถเลือกเรียนรู้ตามความเหมาะสมและตามความสนใจ อาทิ การใช้งาน GEMINI TRICKS & TIPS และการใช้โปรแกรม CANVA และการใช้โปรแกรม AI ในการพากย์เสียง เป็นต้น

ตัวชี้วัดสำคัญ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน 2568
ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการพัฒนาทักษะความรู้	>70%	87%
ร้อยละของพนักงานพึงพอใจต่อเนื้อหาการเรียนรู้	>85%	90.14%



## ประโยชน์จากการพัฒนาศักยภาพและการเรียนรู้ (Upskill / Reskill)

1. พนักงานมีทักษะที่ทันสมัยและหลากหลาย (Multi-skill) ช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มผลิตภาพ และเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้ผลการดำเนินงานของบริษัทเติบโตอย่างต่อเนื่อง
2. พนักงานพร้อมเรียนรู้และปรับตัว ช่วยลดความเสี่ยงจากทักษะที่ล้าสมัยและเพิ่มความมั่นใจในการรับมือกับงานที่ท้าทาย ซึ่งช่วยเสริมสร้างความคล่องตัวให้กับองค์กร ให้สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ได้รวดเร็วตามสถานการณ์
3. สร้างความมั่นใจในอาชีพและโอกาสการเติบโตสู่ตำแหน่งงานสำคัญ ขณะเดียวกันบริษัทได้รับประโยชน์จากการมีฐานบุคลากรที่แข็งแกร่ง รักษาองค์ความรู้ที่สำคัญไว้ภายในองค์กร และลดต้นทุนจากการสรรหาบุคลากรใหม่จากภายนอก เพื่อสร้างความสำเร็จอย่างยั่งยืน

### 2.2.4 วัฒนธรรมองค์กร ปลุกฝังค่านิยม SMILE

บริษัทตระหนักว่าวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งคือรากฐานสำคัญของการเติบโตที่ยั่งยืน เราจึงมุ่งมั่นปลุกฝังค่านิยม “SMILE” โดยการส่งเสริมค่านิยมและ 16 พฤติกรรมหลัก (Key Behaviours) ให้เป็นเข็มทิศในการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างและหลอมรวมพนักงานทุกระดับให้มีวิสัยทัศน์ไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรและพร้อมขับเคลื่อนบริษัทให้บรรลุเป้าหมายในระยะยาว

#### ค่านิยมขององค์กร “SMILE”



ในปี 2568 บริษัทได้ถ่ายทอดค่านิยมสู่การปฏิบัติจริงผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นทั้งการพัฒนาพฤติกรรมรายบุคคลและการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ดังนี้

#### - กิจกรรม SMILE Passport ปลุกฝัง 16 พฤติกรรมหลักสู่การปฏิบัติ

บริษัทได้ออกแบบและดำเนินกิจกรรม SMILE Passport โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนค่านิยมที่เป็นนามธรรมให้กลายเป็นพฤติกรรมที่พนักงานสามารถปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ผ่านแนวคิดที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้และแสดงออกถึง 16 พฤติกรรมหลัก ขององค์กร ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งและหลอมรวมการทำงานให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ในการขับเคลื่อนโครงการให้ประสบความสำเร็จ บริษัทได้กำหนดเกณฑ์การวัดผลที่ชัดเจนเพื่อสร้างแรงจูงใจ โดยหากพนักงานสามารถแสดงพฤติกรรมได้ครบตามเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทจะมีการมอบของรางวัลเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรมนี้ไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมความสามัคคีและการมีส่วนร่วมของพนักงานในทุกระดับชั้นเท่านั้น แต่ยังเป็นฟันเฟืองสำคัญในการร่วมกันสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งและเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว



- โครงการ Cross Functional Alignment การบูรณาการความร่วมมือเพื่อเป้าหมายร่วม

เพื่อให้การขับเคลื่อนค่านิยมเข้าสู่กระบวนการทำงานเห็นผลลัพธ์ในเชิงกลยุทธ์ บริษัทจึงได้จัดโครงการ Cross Functional Alignment ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมค่านิยมหลักในด้าน “M: Mutual Goals and Collaboration ร่วมมือเพื่อเป้าหมายรวม และ L: Leading with Customers เข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง” โดยโครงการนี้มีเป้าหมายสำคัญในการลดปัญหาการทำงานแบบแยกส่วน (Silo) และลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นจากการประสานงานข้ามฝ่าย ผ่านการเปิดโอกาสให้ทุกหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมในการระบุปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไขร่วมกัน เพื่อยกระดับความเร็วในกระบวนการทำงานและความพึงพอใจในการบริการ

จากความร่วมมืออย่างจริงจังของทุกภาคส่วน ส่งผลให้เกิดโครงการ Cross Functionl Alignment รวมทั้งสิ้น 11 โครงการ ซึ่งถือเป็นความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในการสลายกำแพงการทำงาน และสร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมที่มุ่งเน้นผลลัพธ์เพื่อความสำเร็จขององค์กรอย่างแท้จริง



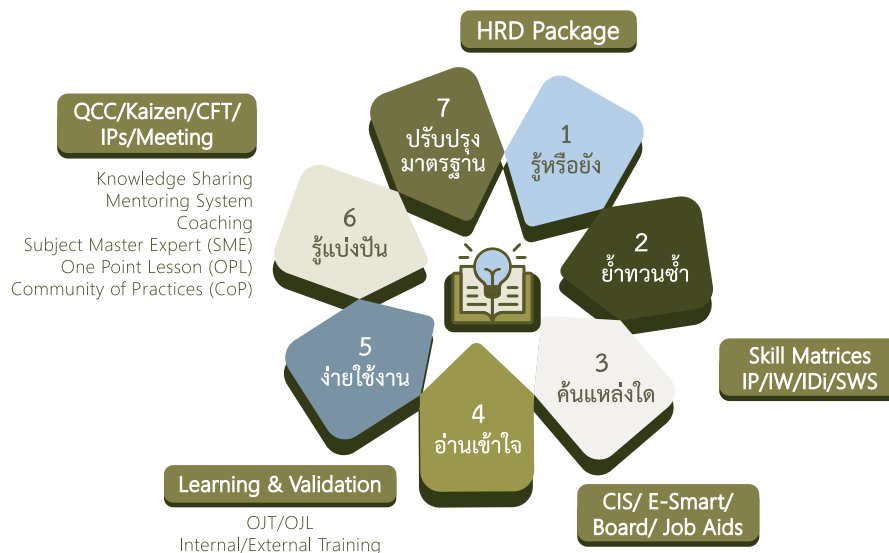
ตัวชี้วัดสำคัญ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน 2568
ร้อยละของพนักงานที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม SMILE Passport	>70%	81.41%
จำนวนของโครงการ Cross Functional Alignment	>5	11

2.3 การจัดเก็บองค์ความรู้ขององค์กร (Knowledge Management)

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาบุคลากรและส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) อย่างต่อเนื่องตามนโยบายการพัฒนาบุคลากร โดยได้จัดตั้ง ศูนย์การเรียนรู้ (Learning Centre) ขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร และการจัดฝึกอบรมภายในองค์กร พร้อมทั้งมีการจัดทำแผนการพัฒนาพนักงานอย่างเป็นระบบเพื่อยกระดับศักยภาพให้สูงขึ้นอย่างยั่งยืน

เพื่อให้เกิดการถ่ายโอนความรู้และสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ บริษัทได้นำเครื่องมือการจัดการความรู้ที่หลากหลายมาประยุกต์ใช้ในทุกระดับ เริ่มตั้งแต่ ระบบพี่เลี้ยงเพื่อถ่ายทอดทักษะและประสบการณ์อันล้ำค่าจากบุคลากรรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง การส่งเสริม การสับเปลี่ยนงาน เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้เพิ่มความหลากหลายของทักษะและมุมมองในการปฏิบัติงานที่กว้างขึ้น รวมไปถึง การจัดตั้งทีมข้ามสายงาน เพื่อบูรณาการองค์ความรู้จากต่างแผนกในการร่วมกันแก้ไขปัญหาสำคัญขององค์กร นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้าง ชุมชนนักปฏิบัติ เพื่อเป็นพื้นที่กลางในการแลกเปลี่ยนความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านระหว่างพนักงาน ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ล้วนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรให้พร้อมต่อการเติบโตขององค์กรในอนาคต

วงจรแห่งการเรียนรู้



เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้อย่างสะดวกในรูปแบบ "ทุกที่ ทุกเวลา" (Anywhere - Anytime)

โดยในปี 2568 บริษัทได้พัฒนาระบบการจัดเก็บและถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบ Digital Content ที่มีความหลากหลาย ครอบคลุม ทั้งสื่อวิดีโอ สื่อออนไลน์ และไฟล์นำเสนอ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูลสำคัญและองค์ความรู้เฉพาะทางได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายยิ่งขึ้น โดยมีสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลทั้งหมดทั้งสิ้น 26 เรื่อง เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มความคล่องตัวให้แก่พนักงานในการพัฒนาทักษะตนเอง การปรับเปลี่ยนสู่ระบบการเรียนรู้ดิจิทัลนี้ไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับสมรรถนะของพนักงานเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างรากฐานการเรียนรู้ที่แข็งแกร่งและยั่งยืน เพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้สามารถรองรับการขยายตัวและการเติบโตขององค์กรในอนาคตได้อย่างมั่นคง



### 3. การรักษานักงาน

บริษัทตระหนักดีว่า "บุคลากร" คือทรัพยากรที่ทรงคุณค่าและสำคัญที่สุดขององค์กร ความสำเร็จและความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจ ล้วนขับเคลื่อนด้วยความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ และการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานทุกคน ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการดูแลและพัฒนาพนักงานในทุกมิติอย่างรอบด้าน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร และยกระดับศักยภาพให้พร้อมปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยมีภารกิจดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ดังนี้

#### 3.1 การบริหารค่าตอบแทน สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ

บริษัทมุ่งมั่นในการบริหารจัดการค่าตอบแทนอย่างมีระบบ เป็นธรรม สอดคล้องกับมาตรฐานสากล สภาพงาน คุณวุฒิ วิชาชีพ ความรู้ความสามารถ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ โดยมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนดังนี้:

- การปฏิบัติตามข้อกำหนดค่าจ้างขั้นต่ำ: บริษัทให้คำมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด โดยรับรองว่าพนักงานทุกคนจะได้รับค่าจ้างที่ไม่ต่ำกว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนดในแต่ละพื้นที่ และมีการทบทวนโครงสร้างเงินเดือนให้สอดคล้องกับประกาศจากภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ
- การจ่ายค่าตอบแทนที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต: บริษัทมีเป้าหมายให้พนักงานได้รับผลตอบแทนที่ "เหมาะสมและแข่งขันได้" เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต โดยจัดสรรสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด อาทิ:
  - ▶ รายได้เสริมสร้างความมั่นคงและการสร้างความผูกพัน: การจ่ายเบี้ยขยัน, ค่าล่วงเวลา, โบนัสตามผลประกอบการ, เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รวมถึงการมอบรางวัลเพื่อยกย่องพนักงานที่ทำงานก็บองค์กรมาอย่างยาวนาน เพื่อตอบสนองความตั้งใจของพนักงาน
  - ▶ ค่าตอบแทนพิเศษ: สำหรับพนักงานฝ่ายผลิต บริษัทมีการจ่ายเงินตอบแทนพิเศษตามผลงาน เพื่อให้พนักงานมีโอกาสสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นตามทักษะและความมุ่งมั่น
  - ▶ สวัสดิการลดภาระค่าใช้จ่ายและส่งเสริมสุขภาพ: การจัดสรรค่ารักษาพยาบาล ประกันอุบัติเหตุ และเงินช่วยเหลือในวาระต่าง ๆ เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายที่จำเป็น
  - ▶ สิทธิวันลาและการสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร: นอกเหนือจากสิทธิวันลาพักผ่อนประจำปีและวันหยุดตามกฎหมายที่บริษัทจัดสรรให้ตามความเหมาะสมแล้ว บริษัทยังมุ่งเน้นการสร้างความสุขในที่ทำงานผ่านกิจกรรมสันทนาการ เช่น การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์เนื่องในเทศกาลปีใหม่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและตอบสนองความทุ่มเทของพนักงานทุกคน ซึ่งส่งผลดีต่อสุขภาพจิตและภาพรวมของคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

รายการ	หน่วย	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงานทั้งหมด	ล้านบาท	489.58	523.75	530.78
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงานหญิง	ล้านบาท	266.70	287.30	289.91
จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงานชาย	ล้านบาท	222.88	236.45	240.87
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานทั้งหมด	ล้านบาท	0.55	0.44	0.46
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานหญิง	ล้านบาท	0.49	0.47	0.49
ค่าเฉลี่ยค่าตอบแทนของพนักงานชาย	ล้านบาท	0.59	0.41	0.43
อัตราเงินเดือนและค่าตอบแทนของพนักงานหญิงต่อชาย (ไม่รวมผู้บริหารระดับสูง)	เท่า	1:1	1:1	1:1

นอกเหนือจากการจัดสรรค่าตอบแทนและสวัสดิการพื้นฐานแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมวินัยทางการเงินและสร้าง ความมั่นคงในระยะยาวให้แก่บุคลากร โดยมุ่งหวังให้พนักงานมีหลักประกันที่แข็งแกร่งสำหรับการดำเนินชีวิตและการเกษียณอายุในอนาคต ผ่านโครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident Fund – PVD) บริษัทจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเพื่อเป็นเครื่องมือในการออมระยะยาว โดยมีการ สมทบเงินจากทั้งฝั่งพนักงานและบริษัท
- สหกรณ์ออมทรัพย์ ส่งเสริมให้พนักงานมีช่องทางในการออมเงินที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยเป็น ธรรม เพื่อเสริมสร้างสภาพคล่องทางการเงินและวินัยการออมภายในกลุ่มพนักงาน
- สร้างความรู้และความเข้าใจด้านการเงิน บริษัทประสานความร่วมมือกับผู้จัดการกองทุนมืออาชีพของธนาคารกรุงเทพ เพื่อจัดอบรมให้ ความรู้เรื่องการลงทุนและการลงทุนอย่างถูกวิธี
- การสื่อสารความรู้อย่างต่อเนื่อง มีการแบ่งปันสาระน่ารู้เกี่ยวกับการวางแผนการเงินและการเตรียมความพร้อมสู่การเกษียณอายุผ่าน ช่องทางดิจิทัล เช่น Line Smile เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้สะดวกและสม่ำเสมอ

**6 ขั้นตอนวางแผนเกษียณ ให้มีเงินใช้ทั้งชาติ**

- กำหนดเป้าหมาย และอายุที่ต้องการเกษียณ**  
อายุ 60 ปี  
ลงทุนด้วย 60 ปี  
ระบบลดหย่อนเงิน 20 ปี
- คำนวณเงินที่ต้องใช้ ในวัยเกษียณ**  
เงินปีละ 1.2 แสน  
จำนวน 20 ปี  
= 2.4 ล้าน
- คำนวณเงินออมที่มี เพื่อวัยเกษียณ จากแหล่งต่าง ๆ**  
เช่น PVD, ประกัน  
ประกันบำนาญ, เงินออม  
= 1 ล้าน
- คำนวณเงินที่ต้องออมเพิ่ม เพื่อวัยเกษียณ**  
เงินออมต่อปี 1.5 หมื่น  
เงินที่ต้องใช้ 2.4 ล้าน  
รวม 2.5 ล้าน
- วางแผนออมและลงทุน**
- ทบทวนแผนการเงิน อย่างสม่ำเสมอ**

**3 เทคนิค เลือกนโยบาย กองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้เหมาะสมลงตัว**

**เทคนิคที่ 1: เลือกตามความเสี่ยงที่ยอมรับได้**

ความเสี่ยง	นโยบาย	สัดส่วน
ความเสี่ยงสูง	นโยบายเสี่ยงสูง	10%
	นโยบายเสี่ยงปานกลาง	90%
	นโยบายเสี่ยงต่ำ	50%

**เทคนิคที่ 2: เลือกตามแผนจบอายุ (Target Date Fund)**

อายุ	สัดส่วน
22 ปี (เริ่มทำงาน)	15%
30 ปี	35%
40 ปี	50%
50 ปี	65%
60 ปี (เกษียณ)	80%

**เทคนิคที่ 3: เลือกกลยุทธ์ปรับสัดส่วนพอร์ตการลงทุน (Rebalancing)**

ปรับสัดส่วนให้กลับมาเท่ากับ ตามนโยบายการลงทุนที่เลือกไว้

กลยุทธ์	เริ่มต้นลงทุน	1 ปีผ่านไป	ปรับสัดส่วน
เริ่มต้นลงทุน	10%	20%	10%
1 ปีผ่านไป	10%	30%	20%
ปรับสัดส่วน	10%	20%	10%

ปรับสัดส่วนให้เท่ากับกลยุทธ์การลงทุน หรือขายอนุพันธ์ความเสี่ยงที่เปลี่ยนไป

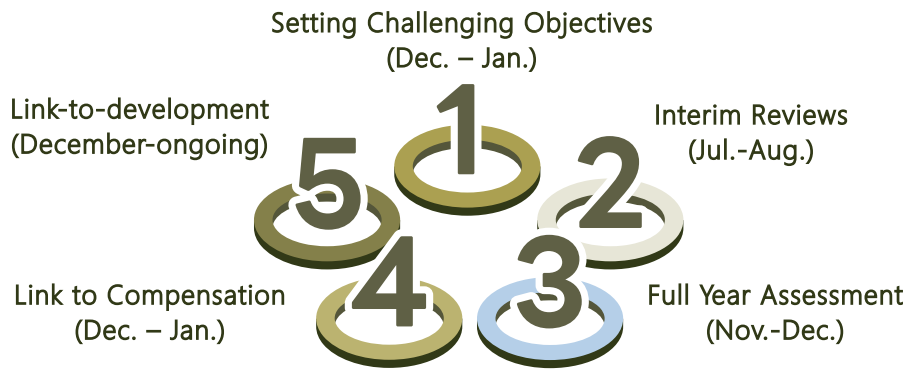
กลยุทธ์	เริ่มต้นลงทุน	กลางทาง	ปลายทาง
เริ่มต้นลงทุน	10%	20%	10%
กลางทาง	10%	30%	20%
ปลายทาง	10%	40%	30%

www.set.or.th/happymoney | SET | www.set.or.th/happymoney | SET

### 3.2 การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

บริษัทมีระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นกระบวนการที่เป็นระบบ และมีเป้าหมายชัดเจน เพื่อสนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

- การวางแผนกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน เป้าหมายและเกณฑ์ที่ใช้การประเมินต้องมีความชัดเจน และสอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ขององค์กร โดยมีการนำตัวชี้วัดผลงาน (KPI: Key Performance Indicator) มาใช้เป็นเครื่องมือกำหนดเป้าหมายการทำงานของพนักงาน โดยมีการตกลงร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับพนักงาน
- การติดตามและสนับสนุนการปฏิบัติงาน ให้คำแนะนำในการปฏิบัติงาน รวมถึงการสอนงาน (Coaching) และการให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เพื่อการพัฒนา
- การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยวัดจากความสำเร็จของงานโดยเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้
- การเชื่อมโยงผลที่ได้รับจากการประเมินไปใช้ในการพิจารณาผลตอบแทน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานที่ดี เช่น การขึ้นเงินเดือน โบนัสประจำปี
- การเชื่อมโยงกับแผนการพัฒนาพนักงาน เพื่อพัฒนาพนักงานได้อย่างเต็มขีดความสามารถ ออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมหรือโครงการพัฒนาเฉพาะบุคคล เพื่อสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถ เช่น โครงการ Next Gen Leaders Program
- นำผลประเมินการปฏิบัติงานของพนักงานมาวิเคราะห์เพื่อหาโอกาสพัฒนาทักษะที่จำเป็น และวางแผนจัดฝึกอบรมและพัฒนาให้ตรงตามความต้องการ โดยส่งให้ทำแบบสำรวจความต้องการฝึกอบรมและพัฒนาในแต่ละระดับ



### 3.3 การส่งเสริมความก้าวหน้าทางอาชีพ

ศักยภาพของพนักงานแต่ละคน เมื่อได้รับการพัฒนาอย่างถูกต้อง ตรงจุดและต่อเนื่อง จะทำให้พนักงานสามารถแสดงศักยภาพของตนเองออกมาในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับการพัฒนาต่าง ๆ ได้แก่

- พนักงานจะได้ทราบระดับความรู้ความสามารถของตนเอง รวมทั้งจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนากับการทำงานปัจจุบัน เพื่อนำความรู้นี้ไปพัฒนาต่อไป
- พนักงานสามารถนำความรู้ที่มีไปพัฒนาและต่อยอดความรู้ ทักษะ ความสามารถให้พร้อมสำหรับการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย และทำได้ตามความคาดหวังของหน่วยงาน
- พนักงานได้รับความก้าวหน้าทางอาชีพ เนื่องจากมีการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตไปพร้อมกับองค์กรในอนาคต
- พนักงานได้รับการวางแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เมื่อมีพนักงานเดิมลาออกจากงาน หรือเกษียณอายุ

ในปี 2568 มีการพัฒนาและส่งเสริมความก้าวหน้าทางอาชีพ สำหรับกลุ่มระดับผู้บริหารขั้นต้น, ระดับหัวหน้างาน และพนักงานระดับปฏิบัติการ รวม 39 ราย

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566			ปี 2567			ปี 2568		
	หญิง	ชาย	รวม	หญิง	ชาย	รวม	หญิง	ชาย	รวม
จำนวนพนักงานระดับปฏิบัติการ (คน)	11	6	17	3	6	9	11	12	23
จำนวนพนักงานระดับบังคับบัญชา/สายวิชาชีพ (คน)	1	0	1	2	1	3	6	7	13
จำนวนพนักงานระดับการจัดการ (คน)	1	0	1	0	0	0	3	0	3
รวมพนักงานที่ได้รับการส่งเสริมความก้าวหน้าทางอาชีพ	13	6	19	5	7	12	20	19	39

### 3.4 การดำเนินงานด้าน Employee Engagement

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมและสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี เพื่อเสริมสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร โดยมุ่งเน้นให้พนักงานมีความสุขในการทำงานควบคู่กับการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ทั้งนี้ พนักงานถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นหัวใจสำคัญในการส่งมอบสินค้าและบริการที่ประทับใจแก่ลูกค้า รวมถึงมีบทบาทสำคัญในการผลักดันความสำเร็จอย่างยั่งยืนของบริษัท ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างความผูกพันในมิติต่าง ๆ ดังนี้

#### - กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และสืบสานวัฒนธรรมบนพื้นฐานความยั่งยืน

บริษัทมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมสังสรรค์และกิจกรรมตามเทศกาลต่าง ๆ เพื่อสร้างความใกล้ชิดและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรทุกระดับ อาทิ งานเลี้ยงสังสรรค์ปีใหม่ กิจกรรมวันวาเลนไทน์ งานรดน้ำขอพรผู้บริหารในวันสงกรานต์ และการประกวดรถแห่สงกรานต์ ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานที่สนุกสนานและเป็นกันเอง

เพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยมขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และสืบสานวัฒนธรรมในปี 2568 จึงได้บูรณาการแนวคิด "S : Sustainability Promise ใส่ใจสิ่งแวดล้อม" เข้าเป็นส่วนหนึ่งของทุกกิจกรรม โดยบริษัทส่งเสริมให้พนักงานใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการนำวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตหรือวัสดุรีไซเคิลมาสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบหลักในการจัดงาน เช่น การประดิษฐ์อุปกรณ์ประกอบในขบวนแห่สงกรานต์จากวัสดุเหลือใช้ แนวทางนี้ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความผูกพันภายในองค์กร แต่ยังช่วยปลูกฝังจิตสำนึกด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานอย่างยั่งยืน

แนวทางนี้นอกจากจะช่วยสร้างความผูกพันที่แน่นแฟ้นภายในองค์กรผ่านการทำงานเป็นทีมแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่พนักงานทุกคน



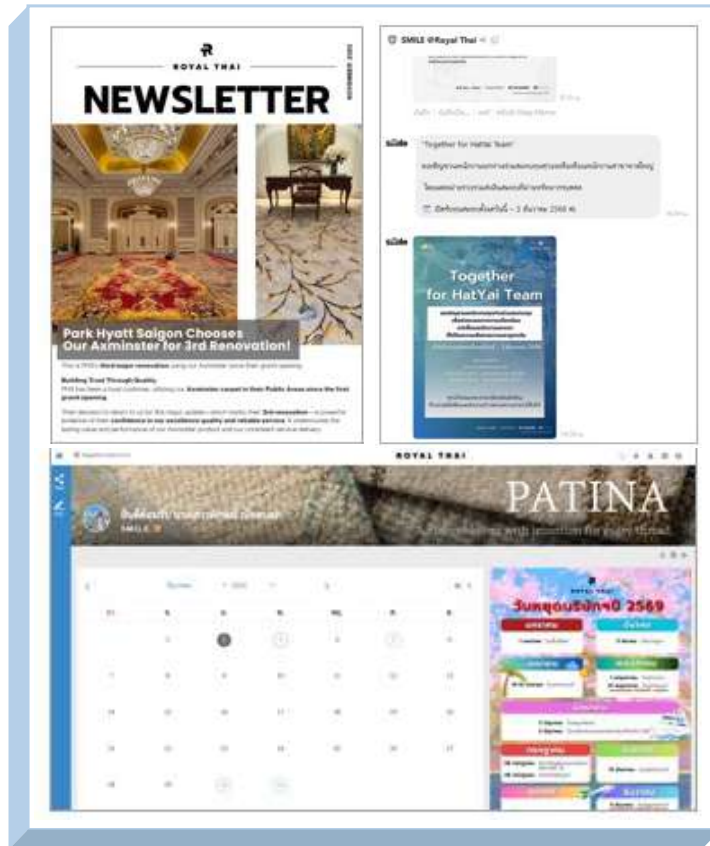
#### - ส่งเสริมสุขภาวะทางกายและใจ

สนับสนุนกิจกรรมสร้างสุขผ่านการทำบุญตักบาตรและการทำบุญ 9 วัด เพื่อกล่อมเกล่าจิตใจ พร้อมทั้งส่งเสริมสุขภาพกายโดยการจัดตั้งชมรมกีฬา (Sport Club) รวม 5 ชมรม เพื่อสนับสนุนให้พนักงานได้ออกกำลังกายและทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพร่วมกัน



- เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน

มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น Intranet, บอร์ดประชาสัมพันธ์ในโรงอาหาร, แอปพลิเคชัน Line, โปรแกรม HCM และวารสารองค์กร เพื่อให้พนักงานไม่พลาดข้อมูลสำคัญของบริษัท



- การยกระดับสวัสดิการที่ตอบโจทย์ความต้องการ

บริษัทมีการทบทวนและปรับปรุงสวัสดิการให้สอดคล้องกับพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เช่น การปรับปรุงประกันอุบัติเหตุกลุ่ม สวัสดิการกรณีเสียชีวิต และทุนการศึกษาบุตร เพื่อสร้างความมั่นคงและอุ่นใจในการทำงาน

- การรับฟังเสียงของพนักงาน

เพิ่มช่องทางการแสดงความคิดเห็นเพื่อนำมาพัฒนาองค์กร เช่น ช่องทาง LINE SMILE, กล่องรับความคิดเห็นที่โรงอาหาร และการรับฟังผ่านคณะกรรมการสวัสดิการ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกข้อเสนอแนะจะได้รับการพิจารณาอย่างเหมาะสม



การดำเนินงานทั้งหมดข้างต้นสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการสร้างความสุขและความพึงพอใจในที่ทำงาน เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันที่แน่นแฟ้นกับองค์กร ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยให้พนักงานสามารถเติบโตไปพร้อมกับบริษัทได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

## โครงการส่งเสริมสุขภาพและความสุขอย่างยั่งยืน (Employee Well-being & Engagement)

บริษัทเชื่อมั่นว่าความสุขของพนักงานคือจุดเริ่มต้นของความสำเร็จที่ยั่งยืน จึงได้ริเริ่มและพัฒนาโครงการหลากหลายรูปแบบที่มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิต การพึ่งพาตนเอง และการสร้างสมดุลในทุกมิติของชีวิต โดยมีโครงการหลักที่สำคัญดังนี้

### - โครงการสวนเกษตรพืชมลนาพา

บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ การพึ่งพาตนเอง และการแบ่งปันให้เพื่อนร่วมงาน จึงได้สนับสนุนทรัพยากรขององค์กรให้พนักงานนำมาใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง โดยการจัดสรรพื้นที่ว่างเปล่าในสถานประกอบการให้กับพนักงานใช้เวลาว่างมาทำการเพาะปลูกพืชสวนครัว โดยผลผลิตที่ได้จากการเพาะปลูกให้พนักงานนำมาแลกเปลี่ยน และนำไปใช้บริโภคในครัวเรือน ส่วนผลผลิตที่เหลือจากการบริโภคสามารถนำไปจำหน่ายให้กับร้านค้าในบริษัทต่อไป อันเป็นการลดภาระค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังส่งเสริมองค์ความรู้เรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่ให้แก่พนักงาน อันเป็นการพัฒนาทักษะอาชีพเสริมไว้รองรับพนักงานที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยเกษียณให้สามารถพึ่งพาตนเอง มีภูมิคุ้มกัน และร่วมแบ่งปันความสุขให้แก่ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนสังคมในชุมชน



### - โครงการสร้างสุข และสุขภาพที่ดี (Well Being Program)

- ▶ บริษัทมุ่งมั่นยกระดับความอยู่ดีมีสุข (Well-being) ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 ได้ต่อยอดการดำเนินงานจากผลการสำรวจสุขภาพในกลุ่มตัวอย่างพนักงานจำนวน 356 ท่าน ภายใต้ความร่วมมือทางวิชาการกับ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) และ สำนักสนับสนุนสุขภาพองค์กร (สำนัก 8) สสส. เพื่อวิเคราะห์และพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงานใน 5 มิติหลัก ได้แก่ ด้านจิตใจและอารมณ์, ด้านอาชีพ, ด้านสังคมและชุมชน, ด้านการเงิน และด้านร่างกาย โดยมีการวิเคราะห์แยกตามกลุ่มพนักงานโรงงานและพนักงานสำนักงานใหญ่ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างได้อย่างตรงจุด
- ▶ จากการต่อยอดความสำเร็จในปี 2567 ที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้ก่อนเกษียณ ในปี 2568 บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้าง "สุขภาพจิตใจและอารมณ์ที่ดี" โดยประสานความร่วมมือกับ ศูนย์สุขภาพจิตที่ 4 จัดอบรมหลักสูตร "สุข 5 มิติ" เพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองเชิง และสร้างทักษะการบริหารจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพ



- ▶ นอกจากนี้ ยังได้บูรณาการมิติด้านร่างกายและชุมชนผ่านกิจกรรม “ตลาดนัดเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสุขภาพ” โดยได้รับความสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย อาทิ สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี ร้านสหกรณ์จังหวัดปทุมธานี และวิสาหกิจชุมชนบางคูวัด เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านสุขภาพเชิงป้องกัน เช่น การบริหารท่าทางเพื่อแก้ปัญหาออฟฟิศซินโดรมและโรคนิ้วล็อค พร้อมส่งเสริมอาชีพเสริมโดยเปิดพื้นที่ให้พนักงานนำผลผลิตทางการเกษตรมาจัดจำหน่าย สร้างเครือข่ายแห่งการเรียนรู้และการพึ่งพาตนเอง

- ▶ ประโยชน์ที่พนักงานจะได้รับจากการดำเนินงาน คือ การเตรียมความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจสำหรับการเกษียณได้รับความรู้ในการวางแผนการเงินและสิทธิประโยชน์ที่ควรได้รับ, แนวทางสร้างอาชีพเสริมรายได้ที่เหมาะสม รวมถึงเป็นการสร้างเครือข่ายและการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญในหลายภาคส่วน



- ▶ บริษัทมุ่งมั่นสร้างรากฐานที่มั่นคงให้แก่บุคลากรในทุกช่วงวัย เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจในการเตรียมความพร้อมสู่วัยเกษียณอย่างมีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการมีวินัยทางการเงินและแนวทางการสร้างรายได้ที่พึ่งพาตนเองได้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากปรับปรุงการดำเนินงาน ได้สำรวจความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Score) 87.40% และมีพนักงานลาออกจากงานโดยสมัครใจ (Turnover rate) 12.48% สิ่งนี้ช่วยยืนยันความสำเร็จในการสร้างระบบการทำงานที่เปี่ยมด้วยความสุขและความพึงพอใจ สะท้อนถึงสายสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างพนักงานและบริษัท ที่จะขับเคลื่อนให้ทั้งพนักงานและองค์กรสามารถเติบโตเคียงคู่กันไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
เป้าหมายความผูกพันของพนักงาน	-	85	85
ผลสำรวจความผูกพันของพนักงานในองค์กร (%)	-	93.40	87.40
เป้าหมายอัตราการลาออกของพนักงาน (%)	<20%	<20%	<20%
อัตราการลาออกของพนักงาน (%)	17.51	13.31	12.48

บริษัทยังคงมุ่งมั่นที่จะรักษาระดับความผูกพันของพนักงานกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เสริมสร้างความสุขและความสมดุลในชีวิต ทั้งในด้านการทำงานและชีวิตส่วนตัว โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาความผูกพันของพนักงาน ลดอัตราการลาออกโดยสมัครใจ (Turnover rate) และเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมที่ส่งเสริมความสุขและความสมดุลในชีวิตการทำงาน อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างพนักงานและองค์กร โดยผ่านการอัปเดตความคืบหน้าของกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและทันท่วงที เปิดช่องทางให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ให้ตอบสนองความต้องการของพนักงาน

### 3.5 การให้ความสำคัญกับสุขภาพ สุขอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย

พนักงานเปรียบเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน สถานที่ทำงานเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สอง บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ และสุขอนามัยของพนักงาน และสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย โดยดำเนินการดังนี้

- มีการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พร้อมทั้งจัดทำมาตรการป้องกันและแก้ไข
- จัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ถูกต้องและปลอดภัยให้ครอบคลุมทุกระบวนการผลิต
- จัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้เหมาะสมกับลักษณะงาน และจัดฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ
- ตรวจสอบประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงานตามปัจจัยเสี่ยงเพื่อให้เป็นตามที่กฎหมายกำหนด
- ดูแลสุขภาพพนักงานด้วยการตรวจสุขภาพประจำปี ทั้งการตรวจสุขภาพทั่วไปและตรวจสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยงด้านอาชีวอนามัย
- แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อเป็นตัวแทนดูแลความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานในบริษัท
- การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ผ่านทางไลน์ SMILE หรือช่องทางสื่อสารของทางบริษัทให้บุคลากรได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง

### 3.6 การปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน และวิธีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย โดยจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ความปลอดภัยให้เพียงพอต่อสภาพงาน จูงใจให้พนักงานได้ตระหนักถึงอันตรายต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในบริษัท โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นผู้สำรวจ เช่น การปรับปรุงแสงสว่างในสถานที่ปฏิบัติงาน การทำความสะอาดโดยรอบบริเวณบริษัทอยู่เสมอ การปรับปรุงพื้นที่การทำงาน เพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงานและส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Co-Working Space) นอกจากนี้ยังจัดให้มีพื้นที่สำหรับออกกำลังกาย และบริเวณพักผ่อนหย่อนใจของพนักงาน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้พนักงานอย่างเพียงพอเหมาะสม

### 3.7 การสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจ ความรัก และความสามัคคีในการมีเป้าหมายเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่องค์กรต้องเผชิญกับภาวะวิกฤต จึงได้รวบรวมช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อทำการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และพนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึง และทันต่อเหตุการณ์

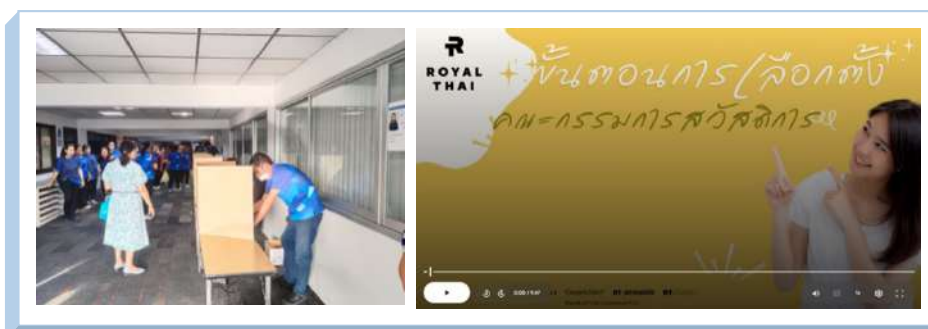
- การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับผู้บังคับบัญชาแต่ละระดับ และพนักงาน รวมทั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ, คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น โดยผ่านการประชุมประจำเดือน ประจำไตรมาส เพื่อรับทราบทิศทาง เป้าหมายขององค์กร รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการดำเนินการต่าง ๆ ร่วมกัน
- จัดให้มีช่องทางการแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับพนักงาน เช่น CEO Townhall, บอร์ดประชาสัมพันธ์, Intranet, ตู้รับฟังความคิดเห็น, โทรศัพท์, อีเมล, จดหมาย, การรณรงค์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้ง Facebook และ Line SMILE ประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวของบริษัท และสวัสดิการต่าง ๆ ทำให้พนักงานรับทราบข้อมูล และสามารถถาม - ตอบคำถามได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะมีส่วนที่การทำงานอยู่ภายในหรือจังหวัดต่าง ๆ ภายนอกบริษัท
- จัดทำวารสารประจำเดือน เพื่อสื่อสารข่าวสารภายในบริษัท เช่น ผลิตภัณฑ์ของบริษัท, กิจกรรมพนักงาน, งานแสดงสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น



### 3.8 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและการทำงานเป็นทีม

การทำงานเป็นทีม เป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและเป้าหมายเดียวกัน บริษัทจึงส่งเสริมให้เกิดการทำงานเป็นทีมในทุกกิจกรรม เช่น

- จัดให้มีคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ซึ่งมาจากการเลือกตั้ง และแต่งตั้งตัวแทนของบริษัทมาช่วยในการขับเคลื่อนนโยบาย บริหารจัดการ ตลอดจนเสนอความคิดเห็นในการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน เช่น คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ, คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล, คณะทำงานต่อต้านการคอร์รัปชัน, คณะกรรมการ 5 ส., คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน, คณะกรรมการส่งเสริมนวัตกรรม เป็นต้น ในปี 2568 จัดให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ ซึ่งมาจากการเลือกตั้งทั้งหมด โดยมีวาระการดำรงตำแหน่ง 2 ปี (พ.ศ.2568 - พ.ศ.2570) เพื่อทำหน้าที่จัดกิจกรรม สร้างสัมพันธ์ภาพ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร และพนักงาน



- จัดให้มีช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ร่วมแสดงความคิดเห็น การสอบถามปัญหาต่าง ๆ เช่น กล้องรับแสดงความคิดเห็น, อีเมล, Shift Talk, Line SMILE ประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวของบริษัท และสวัสดิการต่าง ๆ ทำให้พนักงานรับทราบข้อมูล และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน

ด้วยการบริหารจัดการที่ใส่ใจในทุกรายละเอียด ตั้งแต่สวัสดิการ สุขภาพจิต ไปจนถึงความปลอดภัยในที่ทำงาน ส่งผลให้บริษัทสามารถรักษาอัตราการลาออกให้อยู่ในระดับต่ำ และสร้างสายสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น พร้อมขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

### 5. การบริหารความสัมพันธ์กับชุมชนและรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด "Growing Together, Sustaining Forever" โดยเปลี่ยนผ่านจากการให้เพื่อการกุศล (Philanthropy) สู่อุปการะ สร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Value - CSV) เพื่อให้มั่นใจว่าทุกกิจกรรมไม่เพียงแต่ส่งผลบวกต่อสังคม แต่ยังสามารถสร้างความแข็งแกร่งและความยั่งยืนให้กับห่วงโซ่อุปทานไปพร้อมกัน

#### กรอบกลยุทธ์การพัฒนาชุมชน

บริษัทกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนอย่างมีเป้าหมายผ่าน 3 เสาหลักที่เชื่อมโยงกับศักยภาพหลัก (Core Competency) ของธุรกิจ และตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs):

เสาหลัก	 Eco Friendly	 Social Well-being	 Local Economic Growth
กลุ่มเป้าหมาย	ชุมชนรอบโรงงาน, คู่ค้า, พนักงาน	โรงเรียน, กลุ่มเปราะบาง, ผู้พิการ	กลุ่มอาชีพ OTOP, นักศึกษา
วัตถุประสงค์	ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้จากของเสีย	ยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านการศึกษาและอุปกรณ์สนับสนุนที่เหมาะสม	เสริมสร้างทักษะอาชีพและเปิดช่องทางการตลาดเพื่อการพึ่งพาตนเอง
สอดคล้องกับ SDGs			

#### ผลการดำเนินงานความสัมพันธ์กับชุมชนและรับผิดชอบต่อสังคมปี 2568

##### 1. ด้านด้านสิ่งแวดล้อม: การจัดการขยะและเศรษฐกิจหมุนเวียน (Eco-Friendly)

บริษัทมุ่งเน้นการเปลี่ยนขยะให้เป็นทรัพยากรที่มีค่า ผ่านการสร้างระบบการจัดการที่พนักงานและชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างประโยชน์คืนสู่สังคมในหลากหลายมิติ

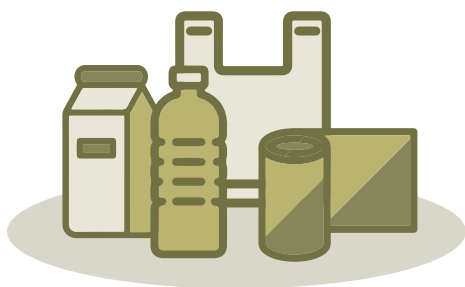
##### 1.1 โครงการด้านสิ่งแวดล้อม: เปลี่ยนขยะเป็นโอกาส (Environmental Stewardship)

บริษัทร่วมกับเทศบาลบางคูวัด ชุมชน โรงเรียน สถานประกอบการ และประชาชนทั่วไป ร่วมกันส่งเสริมให้ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะรีไซเคิลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อสังคม โดยเน้นการรวบรวมขยะรีไซเคิลประเภท กล่องนมยูเอชที อะลูมิเนียม และพลาสติกสะอาดใช้ได้ ส่งมอบให้ผู้พิการเข้ากระบวนการรีไซเคิล สามารถลดปริมาณขยะในพื้นที่และสร้างประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อลดปริมาณขยะในชุมชนและพื้นที่โดยรอบ สร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการรีไซเคิลและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างองค์กร ชุมชน และเทศบาลในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

โดยในปี 2568 บริษัทได้มีการรวบรวมและส่งมอบขยะรีไซเคิลให้กับเทศบาลบางคูวัดจำนวน 332.20 กิโลกรัม โดยแบ่งประเภทเป็นกล่องนมยูเอชที 8.8 กิโลกรัม, อะลูมิเนียม 2.4 กิโลกรัม และพลาสติกสะอาดใช้ได้ 321 กิโลกรัม

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ คือ รวบรวมนำส่งต่อให้กับผู้พิการนำไปสร้างรายได้ สนับสนุนกระบวนการรีไซเคิลเพื่อสร้างวัสดุใหม่และลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดไม่เหมาะสม เสริมสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างองค์กร ชุมชน และเทศบาล สร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานและประชาชนในพื้นที่ บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินโครงการนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชน

ข้อมูลการดำเนินงาน	หน่วย	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
พลาสติกสะอาด ยัดได้	Kg.	158	236	321
อะลูมิเนียม	Kg.	4.6	2.6	2.4
กล่องยูเอชที	Kg.	5.6	5.3	8.8
รวมทั้งหมด	Kg.	168.20	243.90	332.20



### 1.2 โครงการธนาคารขยะ: เปลี่ยนขยะเป็นทุนการศึกษาและมื้ออาหารเพื่อเยาวชน

บริษัทมุ่งมั่นปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการสร้างคุณประโยชน์ให้แก่สังคมอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านโครงการ "ธนาคารขยะ" ซึ่งริเริ่มดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2551 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการขยะอย่างยั่งยืน และสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุรีไซเคิลให้กลับคืนสู่ชุมชนในรูปแบบทุนอาหารกลางวันสำหรับนักเรียน

โครงการนี้มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานและเยาวชนในสถานศึกษา ให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะในชีวิตประจำวัน และการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด โดยในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการส่งมอบวัสดุรีไซเคิลรวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง ประกอบด้วยขวดแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋องเครื่องดื่ม ซึ่งสามารถรวบรวมขยะรีไซเคิลได้ปริมาณสูงถึง 2,092 กิโลกรัม รายได้ทั้งหมดจากการจำหน่ายขยะรีไซเคิลในโครงการ ได้ถูกนำไปสมทบทุนเพื่อจัดสรรเป็นค่าอาหารกลางวันให้แก่พนักงานและนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายและส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้กับเยาวชน แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาสังคมและการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
จำนวนครั้งที่ส่งมอบ (ครั้ง)	3	2	7
จำนวนส่งมอบขยะรีไซเคิล (กิโลกรัม)	ไม่มีการเก็บข้อมูล	1,720	2,092
จำนวนเงิน (บาท)	-	4,540	3,838



บริษัทได้ขยายผลโดยการเข้าร่วมกิจกรรมธนาคารขยะ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2568 ซึ่งเน้นการบริหารจัดการขยะโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม (ธนาคารขยะชุมชน) ประจำปี 2568 อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้ภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน มีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอยให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ ส่งเสริมการสมัครสมาชิกธนาคารขยะและการขายขยะรีไซเคิล โดยรายได้จะรวบรวมเป็นกองทุนอาหารกลางวันสำหรับเด็ก และขยายผลสู่โครงการรณรงค์ลดก๊าซเรือนกระจกและโลกร้อนในชุมชน



### 1.3 กระดาษหน้าที่ 3: เพื่อโอกาสทางการศึกษาของผู้พิการทางสายตา

บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าสูงสุดผ่านกิจกรรม "กระดาษหน้าที่ 3" ซึ่งดำเนินการต่อเนื่องมากกว่า 15 ปี โดยรณรงค์ให้พนักงานรวบรวมกระดาษที่ใช้ครบทั้งสองหน้าและยังมีสภาพดี ส่งมอบให้แก่ “มูลนิธิคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์” เพื่อนำไปผลิตเป็นสมุดเขียนอักษรเบรลล์ ซึ่งเป็นสื่อการเรียนการสอนสำคัญสำหรับผู้พิการทางสายตา

ในปี 2568 บริษัทสามารถรวบรวมกระดาษได้ทั้งหมด 48 กิโลกรัม ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงการมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอของพนักงานในการช่วยลดขยะในองค์กร ควบคู่ไปกับการสร้างโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
น้ำหนักกระดาษหน้า 3 (kg.)	32	32	48

#### ประโยชน์เชิงมูลค่าและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ

จากกิจกรรมทั้ง 3 ส่วน (การจัดการขยะชุมชน, โครงการธนาคารขยะ, กระดาษหน้าที่ 3) บริษัทได้ยกระดับจากการ "ทิ้ง" เป็นการ "ส่งต่อ"

1. ในปี 2568 บริษัทสามารถรวบรวมขยะรีไซเคิลรวมกว่า 2,472.20 กิโลกรัม (เพิ่มขึ้นจากปี 2567 ที่รวบรวมได้รวม 1,995.9 กิโลกรัม) ช่วยลดค่าใช้จ่ายการกำจัดขยะของเทศบาลและบริษัท
2. เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2567 (1,995.90 กิโลกรัม) พบว่าบริษัทมีปริมาณขยะรีไซเคิลเพิ่มขึ้นถึง 23.8% สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการคัดแยกขยะที่ต้นทางและการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็งของบุคลากรทุกระดับ
3. ลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะทั่วไปได้ประมาณ 10-15% ช่วยลดภาระการจัดการขยะของเทศบาลเมืองบางคูวัดและลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการขยะภายในองค์กร
4. การทำงานร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ช่วยลดความเสี่ยงด้านข้อร้องเรียนเรื่องมลพิษจากขยะ ส่งเสริมสภาพแวดล้อมรอบโรงงานให้สะอาดและน่าอยู่
5. รายได้ 3,838 บาท จากธนาคารขยะถูกเปลี่ยนเป็นมื้ออาหารนักเรียน และขยะสะอาด 332.20 กก. ถูกส่งต่อเป็นวัตถุดิบสร้างรายได้ให้กลุ่มผู้พิการ

### 2. การส่งเสริมการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิต

บริษัทตระหนักดีว่าเด็กและเยาวชนในวันนี้คือรากฐานสำคัญของสังคมในอนาคต เราจึงให้ความสำคัญที่จะดำเนินธุรกิจโดยเคารพและส่งเสริมสิทธิเด็กตามมาตรฐานสากล นอกเหนือจากการยึดมั่นนโยบายไม่ใช้และไม่สนับสนุนการใช้แรงงานเด็กอย่างเด็ดขาด บริษัทมุ่งเน้นการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเด็กและเยาวชนผ่านแนวทางดังนี้:

- **การส่งเสริมสิทธิในการเข้าถึงการศึกษา:** บริษัทมีนโยบายสนับสนุนการศึกษาของเด็กและเยาวชนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยจัดให้มีการมอบทุนการศึกษาเป็นประจำทุกปี เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่เด็กที่มีความประพฤติดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์
- **การพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้:** บริษัทให้ความสำคัญที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเด็กในท้องถิ่น ผ่านการสนับสนุนงบประมาณเพื่อปรับปรุงซ่อมแซมอาคารเรียน รวมถึงการบริจาคอุปกรณ์การศึกษาและอุปกรณ์สนับสนุนทางการศึกษาที่จำเป็นให้แก่โรงเรียนในพื้นที่โดยรอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เด็ก ๆ ได้เรียนรู้ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมพัฒนาการอย่างสมวัย

#### 2.1 โครงการบริจาคพรหม : สร้างพื้นที่แห่งการเรียนรู้

บริษัทมุ่งคุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเหมาะสมต่อการพัฒนาการของเด็ก โดยนำจุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์พรมและวัสดุปูพื้นมาสร้างประโยชน์แก่ภาคการศึกษาทั้งในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อส่งเสริมการใช้งานในพื้นที่สำคัญ อาทิ ห้องสมุด ห้องจริยธรรม ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง และห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ในโรงเรียน

ผลการดำเนินงานปี 2568 บริจาคพรมให้แก่สถานศึกษาจำนวน 8 แห่ง รวมพื้นที่ 4,061.54 ตารางเมตร คิดเป็นมูลค่ารวม 2,037,469 บาท และสนับสนุนพรมให้แก่โรงเรียนจำนวน 14 แห่ง มูลค่า 12,600 บาท เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและเสริมสร้างบรรยากาศในกิจกรรมพัฒนาเด็กและเยาวชน

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
จำนวนสถานศึกษา (แห่ง)	13	5	8
จำนวนพรมที่บริจาค (ตร.ม.)	6,570.59	5,162.61	4,061.54
จำนวนเงิน (บาท)	2,486,793.51	2,701,078.79	2,037,469



### ประโยชน์เชิงมูลค่าและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ

การดำเนินงานในปี 2568 ไม่เพียงแต่เป็นการสนับสนุนทรัพยากรทางการศึกษา แต่ยังเป็นการบริหารจัดการทรัพย์สินของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านกระบวนการสร้างคุณค่าร่วม

1. สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเยาวชนและสถานศึกษา เนื่องจากการบริจาคพรมปริมาณกว่า 4,000 ตารางเมตร ถูกนำไปติดตั้งในพื้นที่สำคัญ เช่น ห้องสมุด และศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ช่วยลดเสียงรบกวน เพิ่มสมาธิและประสิทธิภาพในการเรียนรู้ของนักเรียน ลดการฟุ้งกระจายของฝุ่นบนพื้นผิววัสดุแข็ง และสร้างสัมผัสที่นุ่มนวล ช่วยลดอาการบาดเจ็บจากการกระแทกในพื้นที่กิจกรรมของเด็กเล็ก

2. การนำผลิตภัณฑ์มาสร้างประโยชน์ทางสังคมช่วยลดต้นทุนการจัดเก็บ และลดความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าในคลัง

3. การดำเนินงานผ่านการบริจาคที่ถูกต้องตามระเบียบ ช่วยให้บริษัทได้รับสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีตามที่กฎหมายกำหนด ถือเป็นการบริหารจัดการกระแสเงินสดควบคู่ไปกับการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

### 2.2 โครงการ 3 ส. เพื่อเยาวชน: การสร้างทุนทางปัญญา

เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2568 บริษัทได้ริเริ่มกิจกรรมการเรียนรู้เชิงบูรณาการ "3 ส." ณ โรงเรียนวัดบางคูวัด เพื่อบ่มเพาะเยาวชนให้มีความพร้อมทั้งในด้านจริยธรรม ทักษะอาชีพ และความรับผิดชอบต่อโลก โดยองค์ประกอบสำคัญของ 3 ส. มีดังนี้

- ส. สิทธิมนุษยชน (Human Rights) สร้างความเข้าใจเรื่องความเท่าเทียมและการเคารพความแตกต่างหลากหลาย ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการลดปัญหาความขัดแย้งและการบูลลี่ในโรงเรียน
- ส. สร้างเสริมอาชีพ (Career Paths) เปิดโลกทัศน์และแนะแนวสายอาชีพที่หลากหลาย ช่วยให้เยาวชนค้นพบศักยภาพของตนเอง และเป็นการวางรากฐานแรงงานฝีมือให้กับตลาดแรงงานในอนาคต
- ส. สิ่งแวดล้อม (Environmental Awareness) เปลี่ยนความรู้เรื่องปัญหาโลกร้อนให้เป็นการปฏิบัติจริง เช่น การแยกขยะและการประหยัดทรัพยากร เพื่อสร้างเด็กรุ่นใหม่ที่จะเติบโตไปพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

โดยมีพนักงานอาสาสมัครจากหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมลงพื้นที่โรงเรียนวัดบางคูวัด เพื่อเป็นวิทยากรสอนเรื่องสิทธิมนุษยชน การเสริมสร้างอาชีพและการจัดการสิ่งแวดล้อม



### ประโยชน์เชิงมูลค่าและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ

1. บริษัทสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับสถานศึกษาและผู้ปกครองในพื้นที่รอบโรงงาน (บางคูวัด) ซึ่งเป็นฐานรากสำคัญของการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. เยาวชนมีจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมและสิทธิมนุษยชน จะช่วยลดปัญหาความขัดแย้งและปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่ ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงทางธุรกิจ (Risk Mitigation) ในระยะยาว

3. การติดตามผล จากการประเมินหลังจบโครงการ พบว่านักเรียนกว่า 85% มีความเข้าใจเรื่องสิทธิพื้นฐานและการแยกขยะมากขึ้น ซึ่งถือเป็น "การสร้างพลเมืองที่มีคุณภาพ" ให้กับฐานแรงงานในพื้นที่บางคูวัดในอนาคต

4. เป็นการเตรียมความพร้อมแรงงานฝีมือในพื้นที่ เพื่อลดต้นทุนการสรรหาบุคลากรในระยะยาว

### 3. การสร้างงานและแบ่งปันองค์ความรู้ (Local Economic Growth)

บริษัทมุ่งเน้นการใช้ศักยภาพในฐานะผู้นำอุตสาหกรรมพรมระดับภูมิภาค เพื่อเปลี่ยนองค์ความรู้ให้เป็นโอกาส และเปลี่ยนพื้นที่ของบริษัทให้เป็นพื้นที่ของขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 การส่งต่อองค์ความรู้และสร้างบุคลากรรุ่นใหม่

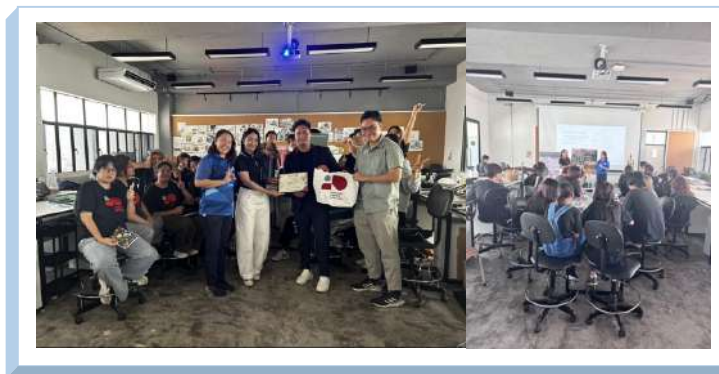
บริษัททำหน้าที่เป็น "สถาบันการเรียนรู้ที่มีชีวิต" เพื่อบ่มเพาะนักร้องแบบและช่างฝีมือรุ่นใหม่ ผ่านการเชื่อมโยงความรู้ทางวิชาการเข้ากับภาคอุตสาหกรรมจริง

#### - โครงการความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา

- ▶ ร่วมมือกับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดกิจกรรมเวิร์คช็อปการทอพรมทอมือ เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้พื้นฐานการทอพรมและฝึกทักษะสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานในอนาคต บริษัทยังสนับสนุนการศึกษาและสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักร้องแบบรุ่นใหม่ โดยผสมผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมเข้ากับนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาวงการออกแบบพรมในประเทศไทย



- ▶ ร่วมกับนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บริษัทถ่ายทอดความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับพรม และวัสดุซับเสียงให้แก่นักศึกษา ตั้งแต่คุณสมบัติของพรม กระบวนการผลิต ไปจนถึงแนวทางการเลือกใช้พรมให้เหมาะสมแต่ละประเภทของพื้นที่การใช้งาน บรรยากาศเป็นกันเองมีการตั้งคำถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างสนุกสนาน



#### - โครงการเปิดบ้านต้อนรับนักศึกษา (TCM Campus)

บริษัทเป็นฐานการผลิตพรมที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย และเพื่อแสดงศักยภาพในทุกขั้นตอนการผลิตพรม ก่อนที่จะกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่เราภาคภูมิใจ เราได้เปิดโอกาสให้สถาบันการศึกษาเข้ามาเยี่ยมชมกระบวนการผลิตของบริษัท เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และศึกษาความรู้ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และเทคนิคการบริหารจัดการที่ใช้ในกระบวนการผลิต โดยในปี 2568 มีสถาบันการศึกษา 5 แห่งเข้าร่วมกิจกรรม



**ประโยชน์เชิงมูลค่าและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ**

1. เป็นการสร้าง Employer Branding ระดับประเทศ ช่วยดึงดูดนักออกแบบรุ่นใหม่ให้เข้าสู่ธุรกิจ ลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนช่างฝีมือเฉพาะทาง
2. การถ่ายทอดองค์ความรู้แก่นักศึกษาช่วยให้บริษัทได้รับแนวคิดใหม่ ๆ (Fresh Ideas) จากคนรุ่นใหม่ ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้มั่นใจว่าทักษะการทอพระระดับสูงจะไม่สูญหายไป
3. สร้างความตระหนักรู้เรื่องแบรนด์และผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่เยาวชนและนักศึกษา ที่ต่อไปจะกลายเป็นนักออกแบบและเป็นลูกค้าของบริษัทต่อไปในอนาคต

**3.2 โครงการสร้างงาน สร้างรายได้**

บริษัทมุ่งเน้นการสร้างรายได้ที่จับต้องได้จริง ให้แก่คนในท้องถิ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ ผ่านการเปิดพื้นที่การตลาดภายในบริษัท

- สนับสนุนผลิตภัณฑ์ OTOP และชุมชน จัดให้มี การขายสินค้า OTOP ของปทุมธานี และพื้นที่ใกล้เคียงเป็นประจำทุกเดือน เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพ และสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่น และเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชน และรวมถึงพนักงานที่เกษียณอายุจากบริษัท สามารถเข้ามาขายของได้เช่นกัน โดยตั้งแต่เดือนมกราคม - พฤศจิกายน 2568 รวมยอดขายเท่ากับ 556,012 บาท

ข้อมูลการดำเนินงาน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
สนับสนุนท้องถิ่นให้มีรายได้ (บาท)	575,780	595,645	556,012



**ประโยชน์เชิงมูลค่าและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ**

1. เพิ่มความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ด้วยยอดขายกว่า 5.5 แสนบาท เป็นการอัดฉีดเม็ดเงินสู่ครัวเรือนโดยตรง ช่วยลดอัตราการย้ายถิ่นฐานของแรงงานรอบโรงงาน ส่งผลให้บริษัทมีฐานแรงงานในท้องถิ่นที่มั่นคง

การมีส่วนร่วมและการประเมินลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทประเมินความสำคัญโดยพิจารณาจาก "ระดับผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียมีต่อบริษัท" และ "ความสอดคล้องของความต้องการ" ดังนี้

ลำดับความสำคัญ	กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นสำคัญและความคาดหวัง	การตอบสนองและผลลัพธ์
สูง (High)	ชุมชนรอบโรงงาน/เทศบาล	การจัดการสิ่งแวดล้อม และการจ้างงาน	सानเสวนา (24 มิ.ย. 68), โครงการจัดการขยะ
สูง (High)	พนักงาน	ความมั่นคงและสวัสดิการสังคม	พื้นที่ขายสินค้า OTOP, กิจกรรม 3 ส.
กลาง (Medium)	สถาบันการศึกษา	องค์ความรู้และทักษะเฉพาะทาง	จัดกิจกรรม Workshop, TCM Campus



### การติดตามผลและการรายงาน

มีระบบตรวจสอบผลดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย โดยในปี 2568 ทุกโครงการบรรลุตามเป้าหมาย และมีการปรับปรุงแผนจากการสานเสวนาเพื่อตอบโจทย์ชุมชนจริง สรุปผลการมีส่วนร่วมและมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้รับ และถูกเปิดเผยในรายงานประจำปี (56-1 One Report) เพื่อแสดงความโปร่งใสต่อผู้ถือหุ้นและสาธารณชน

### 6. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยมุ่งเน้นจัดการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ บาดเจ็บ และโรคจากการทำงาน มุ่งสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัยผ่านความร่วมมือของทุกคนในองค์กร ภายใต้มาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (ISO 45001 : 2018) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ความปลอดภัยในการทำงานถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำงาน บริษัทจึงให้ความสำคัญ โดยได้ตั้งเป้าหมายความปลอดภัยในการทำงาน คือ อุบัติเหตุเป็นศูนย์ โดยไม่มีอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงานเกิดขึ้น

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทให้ความสำคัญในการจัดการสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมและปลอดภัย โดยจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงครอบคลุมทุกกระบวนการในการทำงาน จัดทำขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้อง การฝึกอบรมเพื่อให้สอดคล้องตามกฎหมายกำหนด การตรวจประเมินด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานตามปัจจัยเสี่ยงให้สอดคล้องกับกฎหมาย การดูแลสุขภาพพนักงานด้วยการตรวจสุขภาพเมื่อเปลี่ยนงาน ตรวจสุขภาพทั่วไป ตรวจสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยง รวมทั้งการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อเป็นตัวแทนของพนักงานทุกคนด้านความปลอดภัย โดยมีการตรวจสอบความปลอดภัยของพื้นที่การทำงานเป็นประจำทุกวัน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อการปฏิบัติงานอย่างสูงสุด

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยเป็นอันดับแรก (Safety First) ดังนั้น การบริหารด้านความปลอดภัยจึงถือเป็นนโยบายสำคัญ เพื่อสร้างรากฐานด้านความยั่งยืน และปลูกฝังวัฒนธรรมความปลอดภัย ซึ่งถือเป็นหน้าที่ของทุกคนภายในองค์กร ทั้งพนักงานภายในบริษัท ผู้รับเหมาช่วง และผู้รับเหมาอื่น ๆ ให้ปฏิบัติภายใต้กฎระเบียบเดียวกัน และเพื่อการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างปลอดภัย

บริษัทให้ความสำคัญถึงการบริหารจัดการป้องกันอุบัติเหตุในการทำงาน โดยได้นำค่าอัตราการบาดเจ็บ (Injury Rate : IR), อัตราการเกิดอุบัติเหตุที่สูญเสียเวลาทำงาน (Lost Time Injury Rate : LTIR), อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (Lost Day Injury Rate : LDIR), อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (Occupational Disease Rate : ODR มาเปรียบเทียบกับแนวโน้มของอุบัติเหตุในการทำงานที่เกิดขึ้นภายในบริษัท อันจะนำไปสู่วิธีการหาแนวทางจัดการให้ลดลง ทั้งนี้บริษัทไม่เคยมีพนักงานที่เสียชีวิตจากการดำเนินงานแต่อย่างใด โดยบริษัทได้วิเคราะห์หาสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ รวมทั้งกำหนดมาตรการป้องกันและทำการปรับปรุงการทำงานให้มีความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงได้เพิ่มมาตรการส่งเสริมต่าง ๆ ในด้านความปลอดภัยเพื่อช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุในการทำงานอีกทางหนึ่งด้วย เช่น การจัดทำโครงการ Safety Bonus, การรณรงค์การค้นหาเพื่อรายงาน Near Miss, การตรวจความปลอดภัยของคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน, การอบรมพนักงานทุกคนก่อนเริ่มงาน การทบทวนกฎระเบียบความปลอดภัยด้าน ๆ ต่างประจำปี เป็นต้น

ในปี 2568 บริษัทไม่พบเหตุการณ์รุนแรงที่เกิดขึ้นจนทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ

- รายงานการเกิดอุบัติเหตุ
- บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สถิติอุบัติเหตุ (หน่วย:คน)	รวม	บาดเจ็บ		ทรัพย์สินเสียหาย
		ไม่หยุดงาน	หยุดงาน	
2566	18	6	5	7
2567	19	6	8	5
2568	9	4	4	1

- ผู้รับเหมา หรือ Sub-contractor ที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานประกอบการ

สถิติอุบัติเหตุ (หน่วย:คน)	รวม	บาดเจ็บ		ทรัพย์สินเสียหาย
		ไม่หยุดงาน	หยุดงาน	
2566	0	0	0	0
2567	0	0	0	0
2568	0	0	0	0

- สถิติ/อัตราการเกิดอุบัติเหตุ
- บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สถิติอุบัติเหตุ (หน่วย : ครั้ง/ 200,000 ชั่วโมง การทำงาน)	อัตราการบาดเจ็บ (Injury Rate : IR)	อัตราการเกิดอุบัติเหตุที่ สูญเสียเวลาทำงาน (Lost Time Injury Rate : LTIR)	อัตราการเกิดอุบัติเหตุ ถึงขั้นหยุดงาน (Lost Day Injury Rate : LDIR)	อัตราการเจ็บป่วยจาก การทำงาน (Occupational Disease Rate : ODR)	จำนวน พนักงาน เสียชีวิต
เป้าหมาย (2568)	0.92	0.44	11.64	0.28	0
2566	0.83	0.38	12.70	0.30	0
2567	1.12	0.64	11.85	0.48	0
2568	0.66	0.33	9.52	0.24	0

- ผู้รับเหมา หรือ Sub-contractor ที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานประกอบการ

สถิติอุบัติเหตุ (หน่วย : ครั้ง/ 200,000 ชั่วโมง การทำงาน)	อัตราการบาดเจ็บ (Injury Rate : IR)	อัตราการเกิดอุบัติเหตุที่ สูญเสียเวลาทำงาน (Lost Time Injury Rate : LTIR)	อัตราการเกิดอุบัติเหตุ ถึงขั้นหยุดงาน (Lost Day Injury Rate : LDIR)	อัตราการเจ็บป่วยจาก การทำงาน (Occupational Disease Rate : ODR)	จำนวน พนักงาน เสียชีวิต
เป้าหมาย (2568)	0	0	0	0	0
2566	0	0	0	0	0
2567	0	0	0	0	0
2568	0	0	0	0	0

- หมายเหตุ:
- อัตราการบาดเจ็บ (Injury Rate : IR) = (จำนวนคนที่ได้รับบาดเจ็บทุกประเภท x 200,000 ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานทั้งหมด
  - อัตราการเกิดอุบัติเหตุที่สูญเสียเวลาทำงาน (Lost Time Injury Rate : LTIR) = (จำนวนกรณีที่สูญเสียเวลาทำงาน x 200,000 ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานทั้งหมด
  - อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (Lost Day Injury Rate : LDIR) = (จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บ x 200,000 ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานทั้งหมด

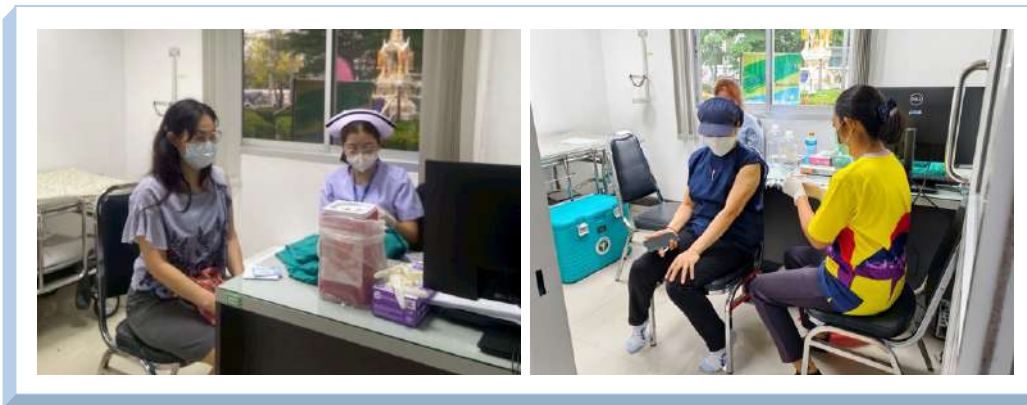
- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (Occupational Disease Rate : ODR) = (จำนวนคนที่เจ็บป่วยจากการทำงาน x 200,000 ชั่วโมงการทำงาน) / จำนวนชั่วโมงการทำงานของพนักงานทั้งหมด

นอกจากนี้บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และการเตรียมความพร้อมสำหรับรับมือเหตุฉุกเฉินภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

### 1. กิจกรรมส่งเสริมด้านความปลอดภัย

การดำเนินกิจกรรมด้านความปลอดภัย “Safety Awareness” เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัย ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมต่าง ๆ ดังนี้

- กิจกรรม “KYT และ Morning Talk” ->> กิจกรรมยามเช้าเพื่อให้เกิดการหยั่งรู้อันตรายด้วยตนเอง รวมทั้งการรณรงค์ส่งเสริมและบอกเล่าเรื่องราวด้านความปลอดภัย
- กิจกรรม “Kaizen” ->> กิจกรรมส่งเสริมศักยภาพทางความคิดของพนักงาน ในการสรรค์สร้างข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุงงานที่ตนเองรับผิดชอบ ให้สามารถเพิ่มผลิตผล ลดต้นทุน รักษาสิ่งแวดล้อมและเพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน
- กิจกรรม “Safety Inspection” ->> การตรวจความปลอดภัยในทุกพื้นที่ เพื่อหาโอกาสในการปรับปรุงและสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย โดยคณะกรรมการความปลอดภัย ซึ่งดำเนินการในทุกเดือน
- กิจกรรมรายงาน Near Miss และ Observation ->> การค้นหาความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายด้วยตนเอง อันจะเป็นการขจัดความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุได้ในอนาคต
- กิจกรรม “ฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์” ->> เพื่อรณรงค์ส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคระบาดในพนักงานและครอบครัวของพนักงาน โดยมีแพทย์ของทาง โรงพยาบาลวิชัยเวช อินเตอร์เนชั่นแนล หนองแขม ให้บริการในราคาพิเศษ และ รพสต.บางคูวัด 2 ให้บริการฟรี



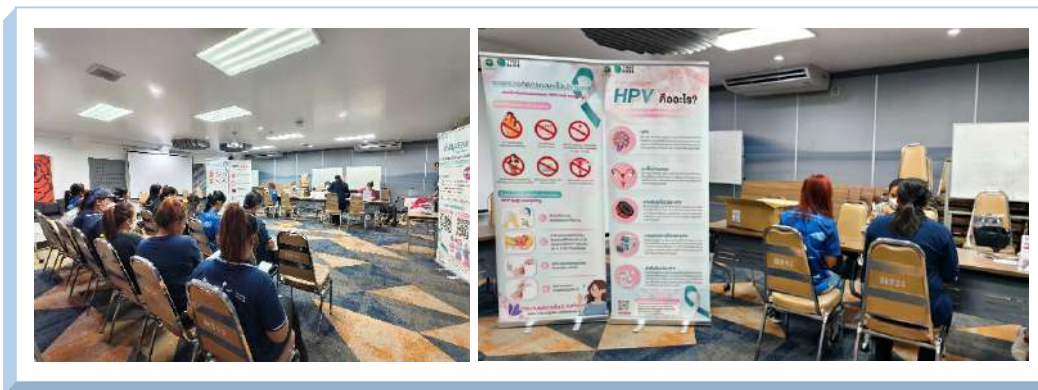
- กิจกรรม “การตรวจสุขภาพประจำปี” ->> การตรวจสุขภาพประจำปีตามกฎหมาย และเพิ่มเติมรายการตรวจสุขภาพตามช่วงอายุ เพื่อดูแลและเฝ้าระวังปัญหาด้านสุขภาพของพนักงาน โดยตรวจปีละ 1 ครั้ง



- กิจกรรมให้บริการทันตกรรมเคลื่อนที่สำหรับสิทธิประกันสังคม โดยร่วมกับหน่วยทันตกรรมเคลื่อนที่ของคลินิก Smile Xpress เข้ามาให้บริการอุดหินปูน ถอนฟัน อุดฟัน ให้กับพนักงานในบริษัท

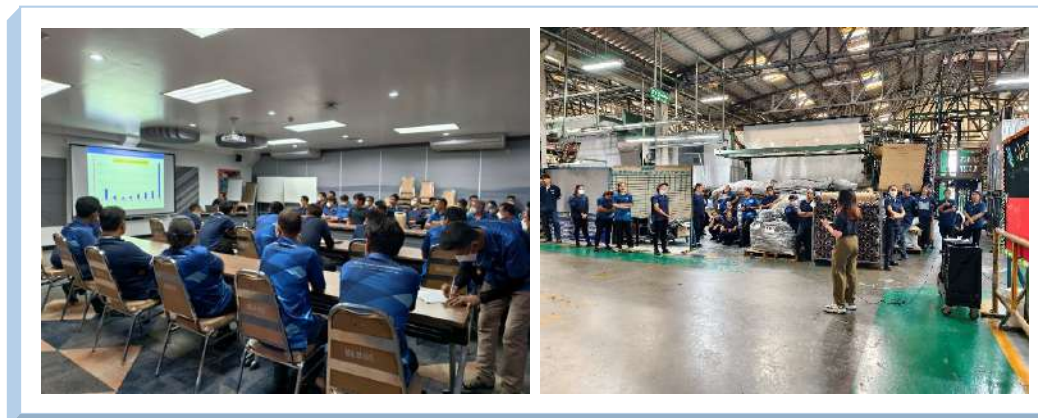


- กิจกรรมตรวจคัดกรองมะเร็งปากมดลูกด้วยตนเอง ด้วยวิธีตรวจ DNA ของเชื้อไวรัส HPV (HPV DNA Test) เพื่อดูแลผู้หญิง ฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่าย 5 ปี/ครั้ง



## 2. การอบรมความรู้ด้านความปลอดภัย

บริษัทมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ด้านความปลอดภัยควบคู่ไปกับการทำงาน เพื่อให้เกิดความตระหนักในการปฏิบัติงานด้วยความปลอดภัย อันนำมาซึ่งการลดอุบัติเหตุในการทำงาน โดยมีกรอบรบทบทวนความรู้ด้านความปลอดภัยให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงพนักงานใหม่ทุกคนที่จะเข้ามาทำงานในบริษัท ต้องผ่านการอบรมและประเมินความรู้ด้านความปลอดภัยก่อนเริ่มงาน พนักงานได้รับการทบทวนให้ความรู้เรื่องโรคจากการประกอบอาชีพและสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยในการทำงานกับสารเคมี ทบทวนเรื่องกฎระเบียบความปลอดภัยในการทำงานต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้ บริษัทจะเน้นที่พนักงานเป็นส่วนสำคัญ เพื่อให้เรื่องความปลอดภัยเป็นเรื่องของพนักงานทุกคน



### 3. การตรวจวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ ปริมาณของมลพิษ และเพื่อการควบคุมสภาพแวดล้อมในการทำงานให้อยู่ในสภาพที่ปลอดภัยเหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการเฝ้าระวังโรคหรือการเจ็บป่วยจากการทำงานอีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทยังได้ดำเนินโครงการอนุรักษ์การได้ยิน โดยเป็นการดำเนินโครงการต่อเนื่องประจำปี มีการตรวจระดับเสียงแบบ Noise contour เพื่อนำข้อมูลมาพิจารณาการกำหนด PPE ในการทำงาน และได้ให้ความรู้กับพนักงาน เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในพื้นที่ที่มีเสียง รวมทั้งได้ดำเนินการร่วมกับศูนย์อาชีวเวชศาสตร์ โรงพยาบาลปทุมธานี ในการตรวจติดตามให้ความรู้แก่พนักงานที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียการได้ยิน เนื่องจากการปฏิบัติงานในพื้นที่ที่มีเสียงดัง



### 4. การตรวจสอบอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบระบบและอุปกรณ์ในการป้องกันภัยต่าง ๆ เป็นประจำทุกเดือนอย่างต่อเนื่อง เช่น การตรวจสอบถังดับเพลิง สายส่งน้ำดับเพลิง ระบบสัญญาณแจ้งเหตุเมื่อเกิดเพลิงไหม้ รวมทั้งทางหนีไฟบริเวณอาคารต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้น

### 5. โครงการป้องกันปัญหาสิ่งเสพติด

บริษัทจัดให้สถานที่ทำงานเป็นสถานที่ปลอดจากสิ่งมีนเมา ยาเสพติด หรือสารเสพติดอื่น ๆ ซึ่งจะบันทึกสมรรถภาพในการทำงานของพนักงาน และส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยการรณรงค์ส่งเสริมการป้องกันสารเสพติดในที่ทำงานมาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งร่วมกับสำนักงานเขตบางคอแหลมจัดสุ่มตรวจสารเสพติดพนักงานของบริษัท เป็นประจำทุกปี เพื่อป้องกันปัญหาสิ่งเสพติดไม่ให้เกิดขึ้นในสถานประกอบการ



ROYAL THAI



## การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักดีว่าการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาความยั่งยืน บริษัทจึงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม 3 มิติ คือ ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ ซึ่งมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุดเปลี่ยนวงจรธุรกิจแบบเส้นตรง คือการผลิต-ใช้แล้วทิ้ง เป็นการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่เป็นวงจรไม่รู้จบ และ ระบบเศรษฐกิจสีเขียวซึ่งมุ่งแก้ไขปัญหามลพิษ และร่วมกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องมาประยุกต์ใช้ในการจัดการพลังงาน น้ำ การใช้ทรัพยากร และของเสีย เพื่อลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การเติบโตอย่างสมดุลของธุรกิจ คุณภาพชีวิต และอนาคตโลกที่ยั่งยืน

### 1. การจัดการทรัพยากรน้ำ

#### 1.1 การบริหารจัดการน้ำใช้

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ทรัพยากรน้ำเป็นทรัพยากรที่สำคัญ และเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ตลอดจนสิ่งมีชีวิตทุกชนิด บริษัทตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าวจึงกำหนดนโยบายการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน เพื่อให้การใช้ทรัพยากรน้ำเกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด ขณะเดียวกันมีการควบคุมและป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับแหล่งทรัพยากรน้ำ โดยการจัดการหมุนเวียนน้ำเสียให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ลดการใช้ทรัพยากรน้ำจากธรรมชาติ และไม่ปล่อยน้ำที่ใช้แล้วจากกิจกรรมของบริษัทลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ (Zero discharge) ในปี 2568 บริษัทได้กำหนดเป้าหมายลดอัตราการใช้น้ำต่อผลิตภัณฑ์ลง 5% เมื่อเทียบกับปี 2567

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมีการบริหารจัดการ การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบทั่วทั้งองค์กร โดยเริ่มตั้งแต่การรณรงค์สร้างจิตสำนึกแก่พนักงานทุกระดับ ให้ใช้น้ำอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งการใช้น้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคภายในสำนักงานและการใช้น้ำสำหรับกระบวนการผลิตสินค้า โดยเฉพาะการใช้น้ำในกระบวนการย้อม ซึ่งมีสัดส่วนการใช้น้ำถึง 80% ของปริมาณน้ำใช้ทั้งหมดของบริษัท เรามีความพยายามอย่างสูงในการค้นหาเทคโนโลยีการย้อมใหม่ ๆ ที่ช่วยประหยัดการใช้น้ำ สารเคมี และพลังงาน สำหรับน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมของบริษัท จะถูกรวบรวมและนำมาบำบัด ปรับปรุงคุณภาพจนสามารถเวียนกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิตรวมถึงกิจกรรมการใช้น้ำด้านอื่น ๆ ของบริษัท ช่วยลดการพึ่งพาการใช้น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติตลอดจนไม่มีน้ำทิ้งปล่อยออกนอกบริษัท (Zero discharge) ไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจรและเป็นรูปธรรม

- ผลการดำเนินงานปี 2568

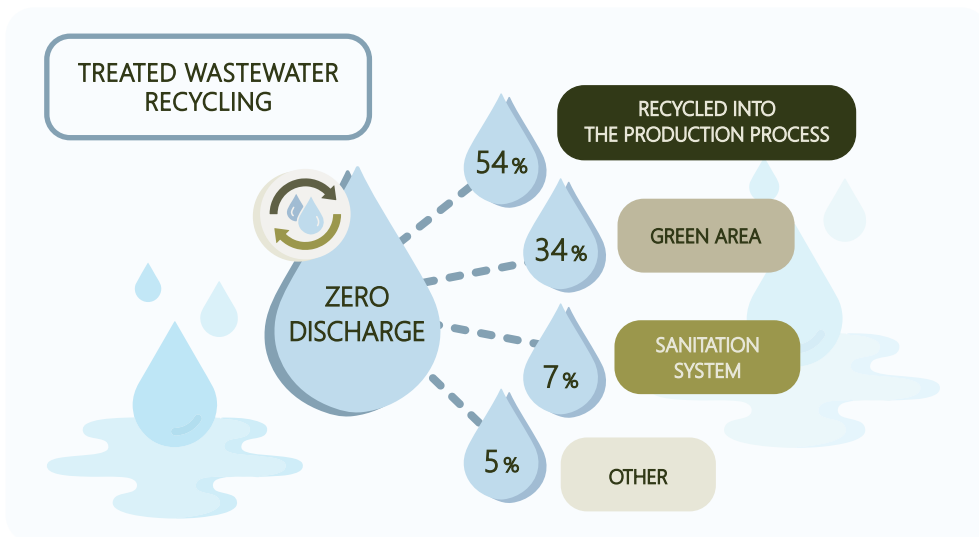
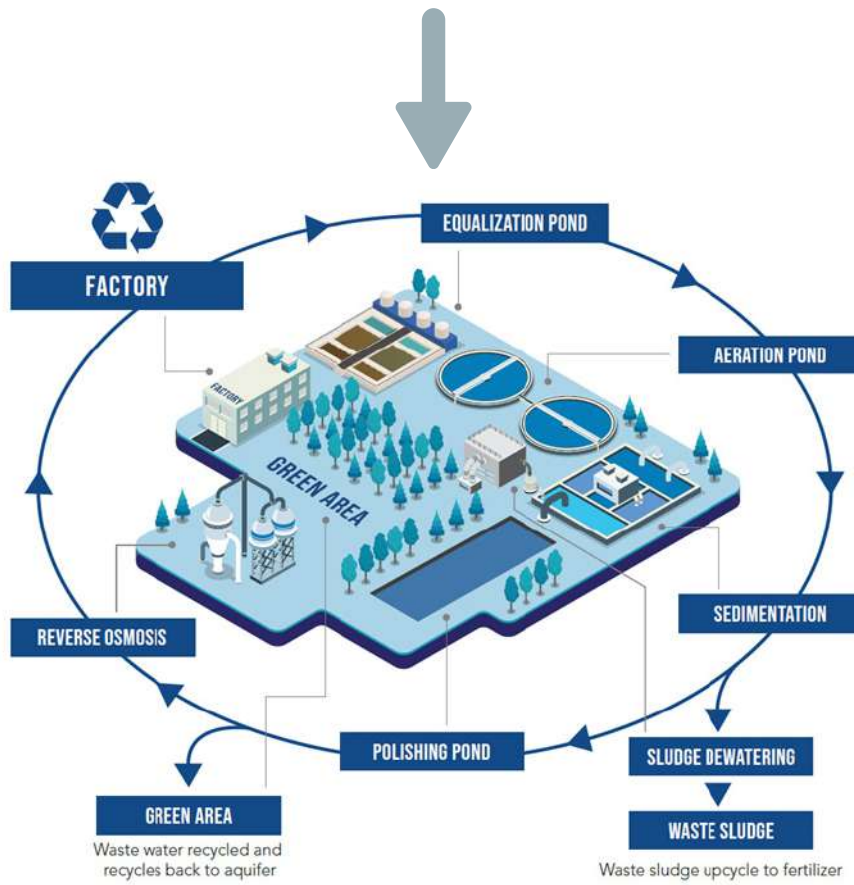
ในปี 2568 บริษัทได้เพิ่มการลงทุนเครื่องย้อมที่ใช้เทคโนโลยีประหยัดน้ำจากสัดส่วน 30 % ในปี 2567 เพิ่มขึ้นเป็น 40 % ในปี 2568 นอกจากนี้การนำโปรแกรม Lean Productivity มาใช้ในการทำงานอย่างต่อเนื่อง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดการเกิดของเสีย มีส่วนให้บริษัทสามารถลดอัตราการใช้น้ำในการผลิตต่อผลิตภัณฑ์จากปี 2567 ลง 3.5 %

นอกจากนี้โครงการนำน้ำ Concentrate หรือ Reject Water จากระบบ RO (Reverse Osmosis) สำหรับน้ำดื่มกลับมาใช้ใหม่ และการเพิ่มอัตราการกรองน้ำ RO สำหรับระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อเพิ่มการนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิตให้ได้มากที่สุด มีส่วนช่วยลดการใช้น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติได้ 65,343 ลบ.ม.

การเวียนน้ำทิ้งจากระบบบำบัดกลับมาใช้ใหม่ 100% โดย มีสัดส่วนดังนี้

- 54% นำไปปรับปรุงคุณภาพเป็นน้ำ RO นำกลับไปใช้ใหม่ในกระบวนการผลิตและบอยเลอร์
- 34% ใช้สำหรับจัดการพื้นที่สีเขียวภายในบริษัท
- 7% ใช้เพื่อการจัดการระบบสุขาภิบาล
- อื่น ๆ 5% เช่น การระเหยตามธรรมชาติ

# 100% RECYCLED WATER



## 1.2 การบริหารจัดการน้ำทิ้ง

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

เนื่องจากพื้นที่โดยรอบพื้นที่การผลิตสินค้าของบริษัท ส่วนใหญ่ยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรม น้ำและคุณภาพของน้ำจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญต่อคนในชุมชน บริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวอย่างมาก จึงได้กำหนดนโยบายและตั้งเป้าหมาย Zero discharge ไม่ปล่อยน้ำทิ้งแล้วจากกิจกรรมของบริษัทลงสู่แหล่งน้ำภายนอกตั้งแต่ปี 2550 โดยดำเนินการปรับปรุงพัฒนาระบบการบริหารจัดการน้ำอย่างต่อเนื่องจนสามารถดำเนินการได้สำเร็จในปี 2558 และดำเนินการอย่างสม่ำเสมอจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้มั่นใจว่าชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบบริษัทจะไม่ได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจกรรมของบริษัท

- แนวทางการบริหารจัดการ

น้ำเสียจากกระบวนการผลิตและกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท จะถูกรวบรวมเข้าสู่ระบบบำบัดปรับปรุงคุณภาพน้ำ จนมีคุณภาพที่สามารถนำน้ำกลับไปใช้ประโยชน์ได้ใหม่ 100% เช่น การกำจัดความสกปรกด้วยระบบ Activated Sludge การขจัดสีและสารละลายด้วยระบบ Softener หรือระบบ RO ส่งผลให้บริษัทไม่มีน้ำเหลือทิ้งต้องปล่อยออกนอกบริษัทหรือปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ และถึงแม้ว่าบริษัทไม่มีการปล่อยน้ำเสียออกสู่ภายนอก บริษัทยังคงจัดให้มีแผนเฝ้าระวังด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อติดตามตรวจสอบการปนเปื้อนของมลพิษทางน้ำอย่างต่อเนื่อง เช่น การตรวจติดตามคุณภาพน้ำผิวดิน น้ำใต้ดิน การปนเปื้อนมลสารในดิน ทั้งบริเวณภายในและโดยรอบโรงงานเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่ากิจกรรมของบริษัทจะไม่ก่อมลพิษและสร้างผลกระทบต่อทรัพยากรน้ำ ระบบนิเวศทางน้ำและชุมชน

บริษัทให้ความสำคัญสูงสุดกับการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด โดยมีการกำกับดูแลและตรวจสอบคุณภาพน้ำ รวมถึงปริมาณการใช้น้ำให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ จากการดำเนินงานในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทไม่พบเหตุการณ์หรือการกระทำผิด (Zero Incidents) ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐาน หรือระเบียบข้อบังคับแต่ประการใด ทั้งนี้ บริษัทยังคงมุ่งมั่นรักษามาตรฐานดังกล่าวเพื่อป้องกันผลกระทบต่อแหล่งน้ำสาธารณะอย่างยั่งยืน

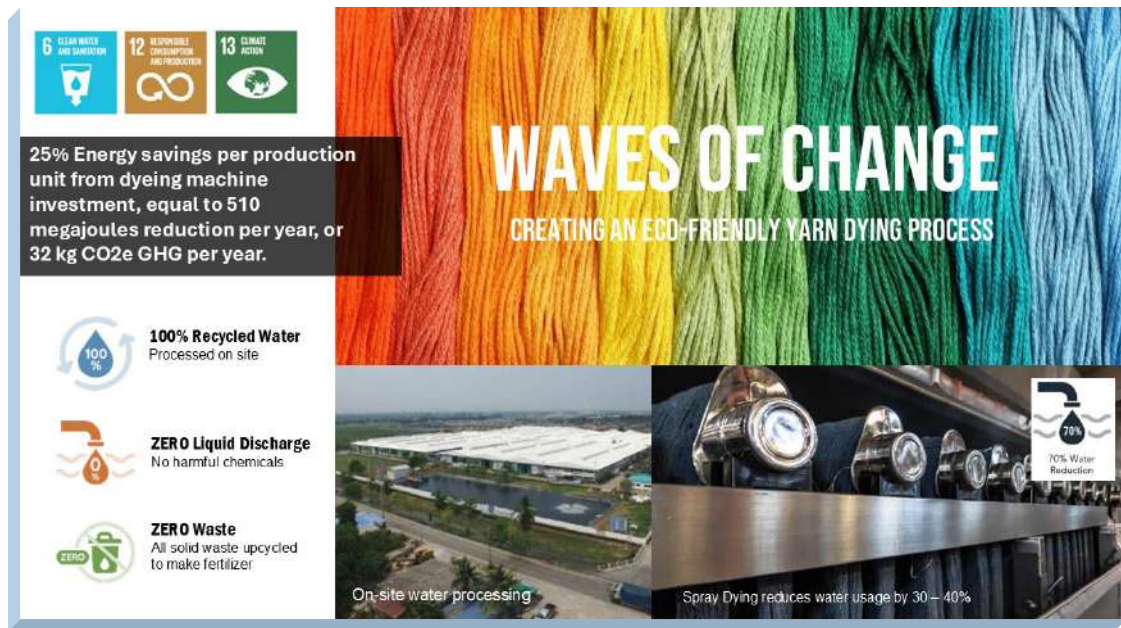
- ผลการดำเนินงานปี 2568

บริษัทมีการเฝ้าติดตามคุณภาพน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้ว โดยห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ภายในด้วยความถี่ทุกวัน และห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ภายนอกที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมเดือนละ 1 ครั้ง นอกจากนี้ยังมีการเฝ้าติดตามคุณภาพน้ำใต้ดิน และน้ำผิวดินบริเวณรอบนอกบริษัท ความถี่ 1 ครั้ง/ปี พบว่ามีคุณภาพผ่านตามเกณฑ์กฎหมายกำหนด

ประเภทการตรวจวัด	พารามิเตอร์	ความถี่	ผลตรวจเมื่อเทียบกับมาตรฐาน
คุณภาพน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัด (แล้วปของบริษัท)	pH, TDS, COD, Hardness, Color, Conductivity, Turbidity	ทุกวัน	ผ่านมาตรฐาน
คุณภาพน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัด (บริษัทตรวจวัดสิ่งแวดล้อมภายนอก)	pH, BOD, COD, Color, TDS, TSS, TKN, Grease & Oil	1 ครั้ง/เดือน	ผ่านมาตรฐาน
คุณภาพน้ำผิวดิน	pH, Color, Odor, TSS, TDS, DO, BOD, COD, TKN, Oil & Grease, Cr6+, Hg, As, Ni, Phenol	1 ครั้ง/ปี	ผ่านมาตรฐาน
คุณภาพน้ำใต้ดิน	Total Hardness, Non-carbonate hardness, pH, Color, Turbidity, TDS, NO3, SO4, Cl, F, CN, Fe, Mn, Cu, Zn, As, Pb, Hg, Cd, Se, E.coli, Total Coliform Bacteria, Fecal Coliform Bacteria	1 ครั้ง/ปี	ผ่านมาตรฐาน

นอกจากการควบคุมคุณภาพน้ำที่ผ่านการบำบัดให้ได้ตามมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งแล้ว บริษัทยังมีการบริหารจัดการน้ำที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพภายในบริษัทและไม่ให้มีการปล่อยน้ำทิ้งออกนอกโรงงานอย่างต่อเนื่องมาตลอด 11 ปีติดต่อกัน คือตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน





## 2. การจัดการของเสียและมลพิษ

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ท่ามกลางการขยายตัวทางอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว บริษัทตระหนักถึงบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์เพื่อลดผลกระทบต่อระบบนิเวศทั้งดิน น้ำ และอากาศ โดยมีเป้าหมายหลักในการ ลดปริมาณขยะฝังกลบให้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรผ่านการนำของเสียกลับมาใช้ซ้ำและใช้ใหม่ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ภายในปี 2568 บริษัทได้ตั้งเป้าหมายลดอัตราการเกิดของเสียต่อผลิตภัณฑ์ลง 5% เมื่อเทียบกับปี 2567 ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน และเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างเกื้อกูล

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทกำหนดแนวทางการจัดการของเสียภายในโรงงานตามหลัก 5Rs (Refuse, Reduce, Reuse, Recycle และ Repurpose) คือ การจัดการของเสียและมลพิษ โดยให้ความสำคัญในการลดการเกิดของเสียให้เหลือน้อยที่สุด (Waste minimization) และลดการใช้ทรัพยากรเป็นลำดับแรก โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเกิดของเสียแล้วต้องพยายามหาแนวทางการนำกลับไปใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่ให้ได้มากที่สุด โดยพิจารณาถึงศักยภาพการใช้ประโยชน์ของของเสียแต่ละประเภทและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เหลือของเสียที่จะต้องบำบัดหรือกำจัดในปริมาณน้อยที่สุด ซึ่งการกำจัดของเสียจะเป็นวิธีสุดท้ายในการจัดการกับของเสีย

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทได้ดำเนินการบริหารจัดการครอบคลุมตั้งแต่ การใช้ทรัพยากรจนถึงการกำจัดของเสีย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทั้งในส่วนการผลิตและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ในโครงการ Lean Company เพื่อกำจัดความสูญเปล่าในกระบวนการ ซึ่งช่วยลดการใช้ทรัพยากรและการเกิดของเสีย โดยในปี 2568 มีผลดำเนินการดังนี้

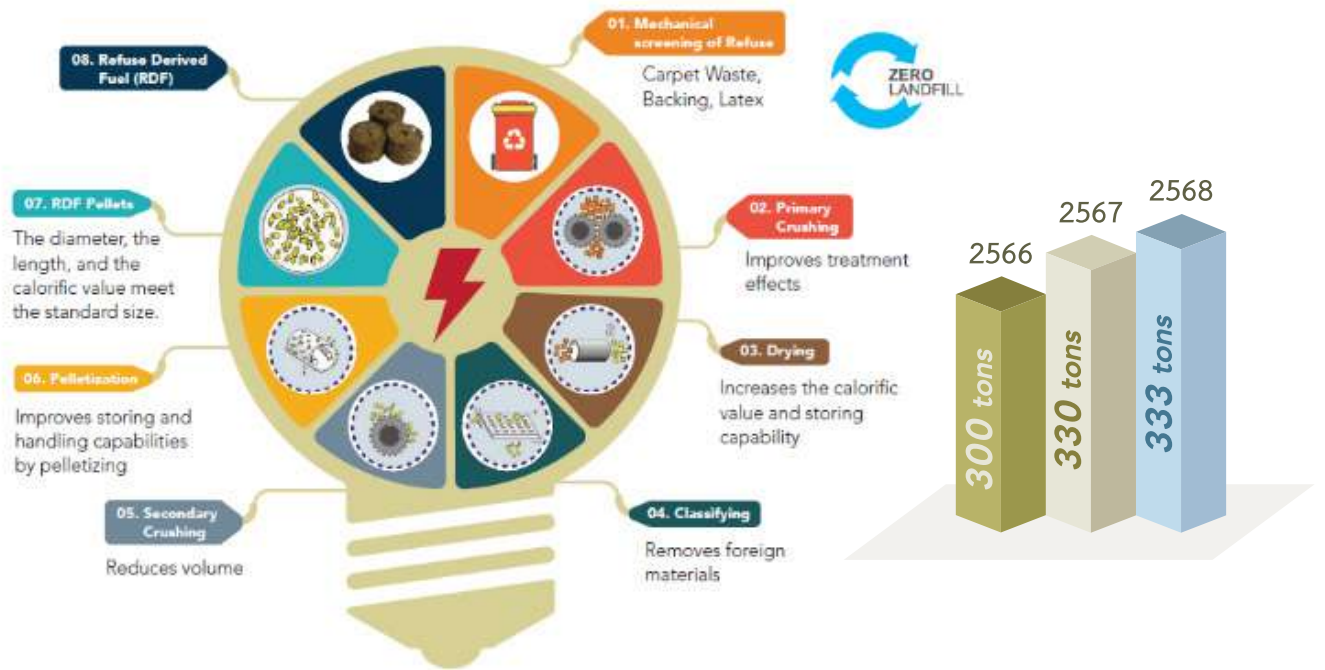
- การนำวัสดุและบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) ได้แก่ แกนกระดาษ (paper tube), ถุงเบล (bale), และพาเลท (pallet)

วัสดุ	จำนวน (ชิ้น)	มูลค่า (บาท)
แกนกระดาษม้วนพรม	19,024	339,423
ถุงเบล	6,082	499,016
พาเลท	231	96,285

- การเวียนใหม่กลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ภายในกระบวนการผลิตของบริษัท จำนวน 5.4 ตัน และภายนอกบริษัทเพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่ 48.64 ตัน
- จัดการของเสียด้วยการนำไปใช้ใหม่ตามศักยภาพการใช้ประโยชน์ของของเสียแทนการกำจัดทิ้งอย่างเปล่าประโยชน์ ซึ่งในปี 2568 มีการนำขยะของเสียไปใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทน 333 ตัน นำไปเป็นวัตถุดิบทดแทนในเตาเผาปูนซีเมนต์ 362 ตัน และตะกอนชีวภาพจากระบบบำบัดน้ำเสียนำไปผลิตเป็นปุ๋ยหมักชีวภาพ 408 ตัน ทำให้เหลือเป็นขยะที่ต้องกำจัด (โดยการเผา) เพียงแค่ 0.3 %

- จากการบริหารจัดการกับของเสียแบบองค์รวมตั้งแต่การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดของเสียที่แหล่งกำเนิด การใช้หมุนเวียนการใช้ซ้ำ และการใช้ประโยชน์จากของเสีย จึงเป็นผลให้บริษัทสามารถดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายคือ สามารถลดอัตราการเกิดของเสียจากการผลิตลงได้ 7.8 % จากปี 2567
- บริษัทสามารถดำเนินการตามนโยบายไม่กำจัดของเสียด้วยการฝังกลบ (Zero landfill) อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน
- การจัดการกับมลพิษทางอากาศ บริษัทจัดให้มีการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อมในสำนักงานและรอบสถานประกอบการอย่างน้อยปีละ 3 ครั้ง โดยในปี 2568 ค่าตรวจวัดคุณภาพอากาศ กลิ่น เสียง อยู่ในเกณฑ์ปกติตามที่กฎหมายกำหนด

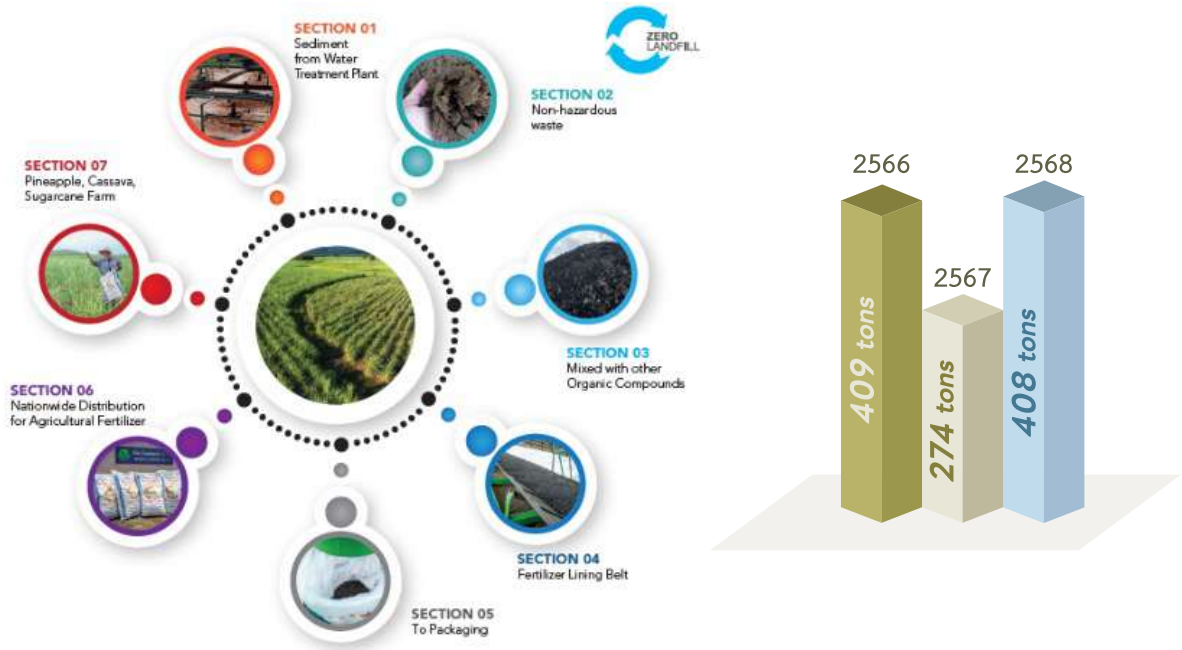
การนำของเสียไปใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทน (Refuse Derived Fuel, RDF) ในการผลิตกระแสไฟฟ้า (ตัน/ปี)

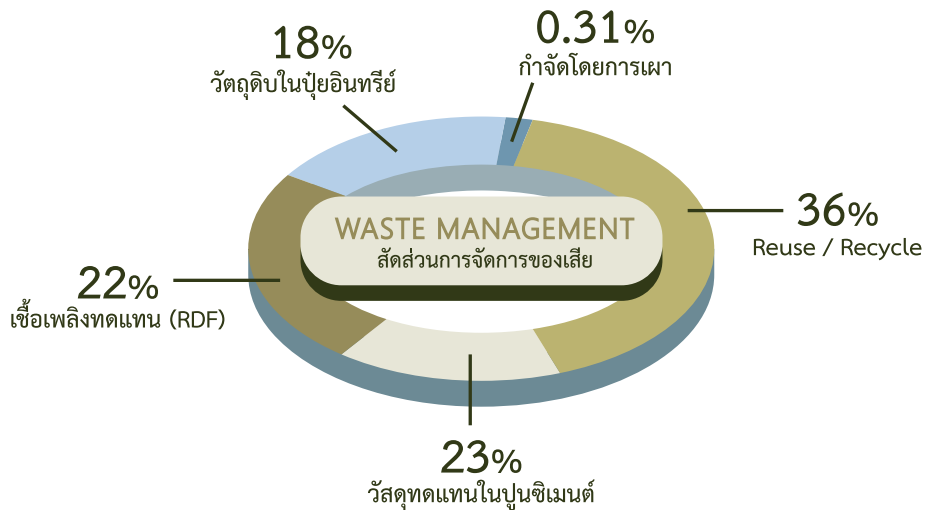


การนำของเสียไปใช้เป็นวัตถุดิบทดแทนในเตาเผาปูนซีเมนต์เพื่อเป็น Co-material ในการผลิต Cement kiln โดยของเสียที่ส่งไปเป็น Co-material (ตัน/ปี)



การนำกากตะกอนชีวภาพจากระบบบำบัดน้ำเสียที่ใช้เป็นส่วนประกอบของปุ๋ยหมักชีวภาพ (ตัน/ปี)





- นอกเหนือจากการจัดการขยะและของเสียจากกระบวนการผลิตโดยใช้หลัก 5Rs บริษัทได้ขยายขอบเขตการบริหารจัดการของเสีย โดยการดูแลรับผิดชอบการนำพรมเก่าที่รีไซเคิลออกจากพื้นที่ของลูกค้า นำกลับมากำจัดอย่างถูกวิธีโดยการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบทดแทนในเตาเผาปูนซีเมนต์ (Co-material for Cement Kiln) โดยไม่จำกัดว่าเป็นพรมที่บริษัทผลิตหรือไม่ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพื่อดูแลให้ผลิตภัณฑ์สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยในปี 2568 มีพรมที่ถูกนำกลับมาเข้ากรรมวิธีย่อยสลายจำนวน 362 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 0.3 %

**A SECOND LIFE FOR YOUR OLD CARPET!**  
No matter the brand of your old carpet, our installation team is equipped to take it away for recycling while installing your beautiful new carpet.

**RETURN RENEW RECYCLE**

**RE3**

**CARPET RECLAMATION**

**CARPET RECLAMATION SINCE 2014**

Year	Volume (kg)
2014	148,200 kg
2015	171,000 kg
2016	255,000 kg
2017	278,000 kg
2018	418,000 kg
2019	374,000 kg
2020	374,000 kg
2021	374,000 kg

### 3. การจัดการสภาพภูมิอากาศ

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ปัญหาโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน นำมาซึ่งความร่วมมือของทั่วโลกในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและใช้นวัตกรรมในการดูดกลับก๊าซเรือนกระจก และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องการให้จัดการประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งยังมีปัจจัยเสี่ยงเกี่ยวกับการออกกฎหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย การแข่งขันในตลาดสินค้าคาร์บอนต่ำ บริษัทมีความมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้เพิ่มขึ้นเกิน 1.5 องศาเซลเซียสเทียบกับอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกก่อนยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากปีฐาน 2564 (ค.ศ. 2021) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 ต่อปีจนถึงปี 2573 (ค.ศ. 2030) และสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 (ค.ศ. 2050)

- แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทกำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกครอบคลุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการความยั่งยืนและบริหารความเสี่ยง

#### บทบาทของคณะกรรมการมีดังนี้

- ศึกษา จัดทำแผน และกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อให้เป็นไปตามความร่วมมือของทั่วโลก และสอดคล้องกับการควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก

- กำกับดูแลคณะทำงานเพื่อกำหนดมาตรการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง, เพิ่มสัดส่วนการใช้เชื้อเพลิงจากแหล่งพลังงานสะอาดทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล ตลอดจนปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนกระบวนการและอุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพการใช้พลังงานสูงขึ้น
- ดำเนินการตามนโยบายความยั่งยืนและเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์
- ทำให้มั่นใจว่าพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้รับทราบนโยบายและได้รับการสื่อสารเรื่องเป้าหมายอย่างครบถ้วน
- กำหนดแนวทางในการออกแบบ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์
- พัฒนาลินค้า บริการ และโซลูชันที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า
- จัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์พลังงานและการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้แก่พนักงาน พร้อมทั้งส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

บริษัทกำหนดแผนการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายของข้อตกลงปารีส (The Paris Agreement) โดยตั้งเป้าหมายตามมาตรฐาน Science Based Targets initiative (SBTi) บนพื้นฐานทาง Climate Science เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 42% ภายในปี 2573 และสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 ทั้งนี้กำหนดให้ปี 2564 เป็นปีฐาน โดยสรุปแผนการจัดการก๊าซเรือนกระจกได้ดังนี้

1. ลดการพึ่งพาการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลมาใช้พลังงานสะอาด (Clean Energy) ได้แก่ การติดตั้งระบบ Solar rooftop, การเปลี่ยนมาใช้เครื่องจักรไฟฟ้า (Electrical Machine), การเปลี่ยนยานพาหนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร เช่น รถไฟฟ้า รถขนส่งสินค้าไฟฟ้า
2. เปลี่ยนเครื่องปรับอากาศที่ใช้สารทำความเย็นที่มีค่า Global Warming Potential (GWP) สูง มาเป็นสารทำความเย็นที่มีค่า Global Warming Potential (GWP) ต่ำ
3. ศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์รักษ์โลก (Eco Product) มากขึ้น ได้แก่ การลดการใช้วัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเพิ่มสัดส่วนการใช้วัตถุดิบรีไซเคิล
4. สร้างความตระหนักให้กับซัพพลายเออร์ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตั้งแต่นั้นมา ผ่านการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
5. จัดซื้อสินค้า และวัตถุดิบที่มีคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ต่ำ (Carbon Footprint of Products)
6. เลือกใช้ระบบขนส่งที่ใช้พลังงานสะอาด เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่งสินค้าและการเดินทาง

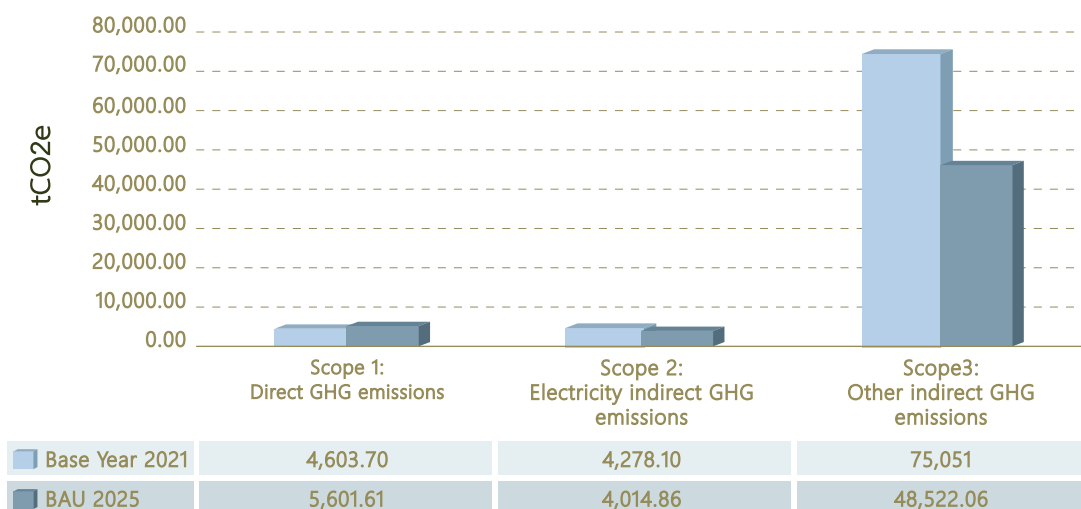
บริษัทได้เข้าร่วมเป็น สมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network: TCNN) ในฐานะ “องค์กรผู้ริเริ่มด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก” ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2567 เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์ที่ชัดเจนของบริษัทฯ ในการยกระดับมาตรฐานการจัดการก๊าซเรือนกระจกภายในองค์กร เพื่อตอบรับกับเป้าหมายระดับสากลและร่วมเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการนำประเทศไทยมุ่งสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions)



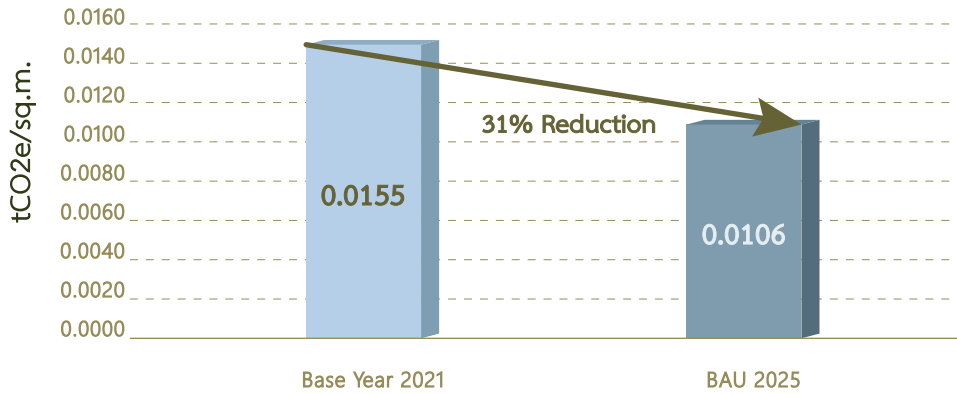
• ผลการดำเนินงาน ปี 2568

1) ประเมินและจัดทำบัญชีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม (Scope 1-3) จากทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์กร โดยในปี 2568 TCM Surface มีคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กรเท่ากับ 58,138.53 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO2e) และมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์เท่ากับ 0.01 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร ทั้งนี้เมื่อเทียบกับปีฐาน 2564 แล้วพบว่า มีค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงกว่า 30% ซึ่งเป็นผลจากการดำเนินมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ภายใต้ความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนระบบนิเวศทางธุรกิจที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

TCM Surface: Absolute Greenhouse Gas Emissions 2021 vs 2025 (tCO2e)

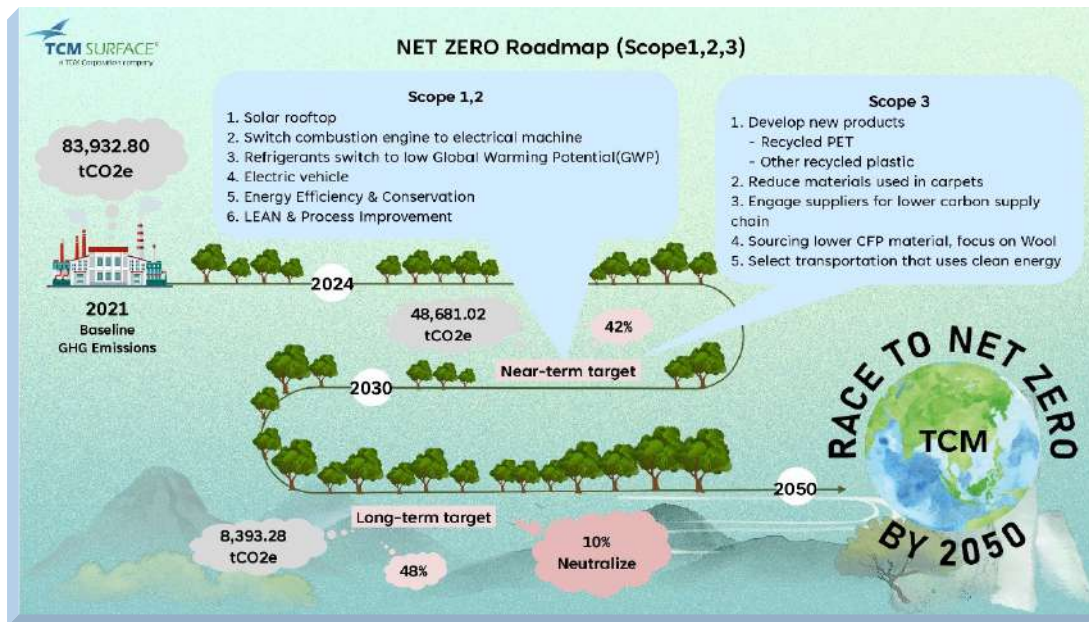


TCM Surface: Greenhouse Gas Emissions Intensity 2021 vs 2025 (tCO2e/sq.m.)



หมายเหตุ: ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรยังไม่ได้รับการทวนสอบจากผู้ประเมินภายนอก

2) กำหนดแผนการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการดำเนินงานขององค์กรที่สอดคล้องกับเป้าหมายของข้อตกลงปารีส (The Paris Agreement) บนพื้นฐานทาง Climate Science คือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 42 % ภายในปี 2573 และสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 ดังภาพ



3. ตั้ง KPI ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 2% โดยให้แต่ละแผนกร่วมมือกันจัดทำโครงการเพิ่มประสิทธิภาพ และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนเป้าหมาย Net Zero ขององค์กร และยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในระยะยาว อีกทั้งช่วยลดต้นทุนด้านพลังงานและทรัพยากร สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมผ่านความร่วมมือของทุกแผนก โดยสรุปผลการดำเนินการจากทุกโครงการเฉลี่ยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 4.64%

4. บริษัทมีการขยายสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดผ่านระบบ Solar Rooftop อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 1,132.78 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งเมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานสะสมตั้งแต่เริ่มโครงการ (ปี 2565-2568) บริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสะสมรวมได้ทั้งสิ้น 3,002.61 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ส่งผลให้ลดการพึ่งพาพลังงานจากสายส่ง (Grid System) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ผลักดันและสร้างความตระหนักรู้ด้านภาวะโลกร้อน (Global Warming) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียในปัจจุบัน ให้กับลูกค้าและพันธมิตรตลอดห่วงโซ่มูลค่า เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

6. ร่วมกับซัพพลายเออร์ผู้ผลิต Wool Fiber ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตั้งแต่ต้นน้ำ ผ่านการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนจากการใช้เชื้อเพลิงถ่านหินฟอสซิลมาเป็นการใช้พลังงานสะอาด และการลดของเสียในกระบวนการผลิต เป็นต้น ทำให้สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการทำความสะอาดเส้นใย (Scouring Wool) เพื่อกำจัดสิ่งเจือปน เช่น ไขมัน (lanolin) ฝุ่นดิน และสิ่งสกปรกอื่น ๆ ออกจากเส้นใยก่อนที่จะนำไปปั่นเป็นเส้นด้าย ลงได้ถึง 10.46% เมื่อเทียบกับค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกลาง (Global) ของมาตรการทำความสะอาดขนแกะ

7. เพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิล (Recyclable) และวัสดุหมุนเวียน (Renewable) ในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2568 คิดเป็นสัดส่วน 56% ของน้ำหนักวัสดุรวมทั้งหมด

8. สื่อสารความรู้ และจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้แก่พนักงานภายในองค์กร ดังนี้

- สื่อสารผ่านการประชุม Foreman และ Shift talk พนักงานในตอนเช้าก่อนเริ่มงาน
- ดำเนินกิจกรรมสร้างความตระหนักผ่านงานวันสิ่งแวดล้อมโลก โดยมีหัวใจสำคัญคือการขับเคลื่อนนโยบาย "No Plastic Bag" ทั่วทั้งองค์กร ซึ่งเป็นการผลักดันจากระดับบริหารสู่การปฏิบัติผ่านความร่วมมือจากพนักงานและพันธมิตรร้านค้าภายในพื้นที่ ในการลดและเลิกใช้ถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastic) พร้อมกันนี้ บริษัทได้จัดกิจกรรมแจกต้นไม้ให้แก่พนักงาน เพื่อส่งเสริมการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและรณรงค์ให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการลดก๊าซเรือนกระจก อันมุ่งไปสู่การลดปริมาณขยะสะสมและสร้างพฤติกรรมกรรการบริโภคที่ยั่งยืนควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างแท้จริง



- การบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) จึงได้ริเริ่มโครงการนวัตกรรม “ตู้รับบริจาคและแบ่งปันถุงผ้า (Sharing Station)” เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนนโยบายงดใช้ถุงพลาสติกภายในองค์กร โดยตัวตู้ดังกล่าวถูกออกแบบและสร้างขึ้นจากการนำเศษวัสดุเหลือใช้จาก Waste ของ Acoustic นำมาประกอบขึ้นเป็นตู้รับบริจาค เพื่อเป็นการ Upcycling วัสดุให้มีมูลค่าและเกิดการใช้งานในรูปแบบใหม่ ทั้งนี้ ตู้แบ่งปันนี้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการรับบริจาคถุงผ้าจากพนักงานเพื่อส่งต่อและแบ่งปันให้แก่เพื่อนพนักงานที่ลืมนำถุงผ้าส่วนตัวมา ให้สามารถหยิบยืมไปใช้สำหรับใส่สินค้าหรืออาหารจากโรงอาหารกลับบ้านได้ ซึ่งนอกจากจะเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคในการเลิกใช้ถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างวัฒนธรรมแห่งการแบ่งปันและการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมภายในองค์กรอีกด้วย



- บูรณาการแนวคิดการอนุรักษ์พลังงานเข้ากับกิจกรรมสร้างสรรค์ผ่านโครงการ “TCM Energy Conservation Bingo (TCM บิงโกพิชิตพลังงาน)” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เปลี่ยนมาตรการด้านการอนุรักษ์และประหยัดพลังงานภายในองค์กรให้เป็นภารกิจที่เข้าถึงได้ง่ายและสร้างความสนุกสนานในการมีส่วนร่วม โดยการนำมาตรการประหยัดพลังงานต่าง ๆ มาบรรจุไว้ในรูปแบบกระดานบิงโก เพื่อกระตุ้นให้พนักงานปฏิบัติตามกิจตามที่ได้รับมอบหมายจากระบบในแต่ละวันอย่างต่อเนื่อง แนวทางดังกล่าวนอกจากจะช่วยให้พนักงานจดจำและปฏิบัติตามแนวทางการประหยัดพลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังเป็นการหล่อหลอมพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่าให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรในระยะยาว



ทั้งนี้บริษัทมุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากรทั่วทั้งองค์กร ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน

#### 4. การจัดการพลังงาน

- ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

จากข้อกำหนดของแหล่งพลังงานภายในประเทศ และการพึ่งพิงแหล่งเชื้อเพลิงฟอสซิลที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้เป็นแหล่งพลังงานหลักในการผลิตไฟฟ้านั้น ส่งผลให้ต้นทุนด้านพลังงานเกิดความผันผวนและมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี บริษัทตระหนักและมุ่งมั่นที่จะควบคุมการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า ลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด และยังสามารถลดต้นทุนด้านพลังงานของบริษัท โดยมีเป้าหมายในปี 2568 คือ ลดปริมาณการใช้พลังงานลง 3% เทียบกับปี 2567 สำหรับส่วนการผลิต และรักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าสำหรับส่วนสำนักงานใหญ่ ซึ่งบริษัทกำหนดให้เป็นตัวชี้วัดสมรรถนะด้านพลังงานขององค์กร

- แนวทางการบริหารจัดการ

##### 1. การดำเนินงานภายใต้ข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรฐานระดับสากล

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจผลิตพรมโดยคำนึงถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด นอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องแล้ว บริษัทยังได้นำระบบการจัดการพลังงานมาตรฐานสากล ISO 50001 มาประยุกต์ใช้และได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 เพื่อขับเคลื่อนการอนุรักษ์พลังงานและพัฒนากระบวนการผลิตอย่างยั่งยืนในทุกปี และเพื่อให้การดำเนินงานตามนโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงานเป็นไปอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านการกำหนดเป้าหมาย การวางแผน การติดตามตรวจวัด และการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน บริษัทจึงได้พิจารณาแต่งตั้งคณะทำงานด้านการอนุรักษ์พลังงาน โดยมีรายละเอียดบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

- วางแผนและดำเนินการตามนโยบายและแนวทางการจัดการพลังงานของบริษัท
- ส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบายผ่านกิจกรรมหรือการอบรมที่เหมาะสม
- ให้การสนับสนุนและเสนอแนะเพื่อให้การจัดการพลังงานมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- รายงานผลการดำเนินงานด้านการจัดการพลังงานต่อฝ่ายบริหารอย่างสม่ำเสมอ
- ทบทวนและนำเสนอแนวทางการจัดการพลังงานต่อฝ่ายบริหารอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

##### 2. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทดำเนินงานและดำเนินกิจกรรมด้านการอนุรักษ์พลังงานอย่างต่อเนื่องด้วยมาตรการการควบคุม การส่งเสริม และการสนับสนุน เพื่อให้มีประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่สูงขึ้น โดยให้ความสำคัญกับโครงการอนุรักษ์พลังงานทั้งที่มีการลงทุนและไม่มีการลงทุน ควบคู่ไปกับการศึกษาเทคโนโลยีด้านการประหยัดพลังงาน และนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับบริษัท

### 3. ปณิธานสำคัญด้านการอนุรักษ์พลังงานแก่พนักงานในองค์กร

บริษัทดำเนินการฝึกอบรมให้กับพนักงานเป็นประจำอย่างต่อเนื่องมาทุกปี โดยในปี 2566 ได้จัดให้มีการอบรมในหลักสูตร “จิตสำนึกการอนุรักษ์พลังงานสำหรับพนักงานเข้าใหม่” เพื่อส่งเสริมและสร้างองค์ความรู้ ความตระหนักในด้านการอนุรักษ์พลังงานให้แก่พนักงาน ซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีในด้านการอนุรักษ์พลังงาน

### 4. เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในด้านการอนุรักษ์พลังงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีทักษะและองค์ความรู้ที่ดีในงานเฉพาะทาง สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเชี่ยวชาญและทันต่อสถานการณ์และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยประยุกต์ใช้กับระบบการจัดการพลังงานของบริษัท

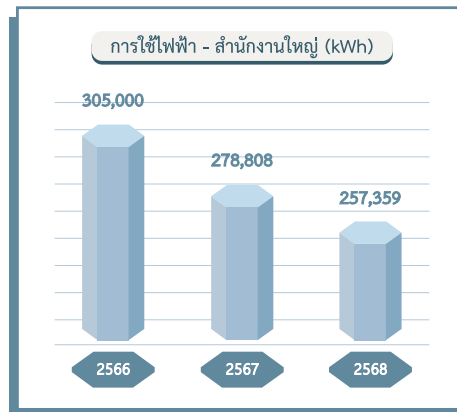
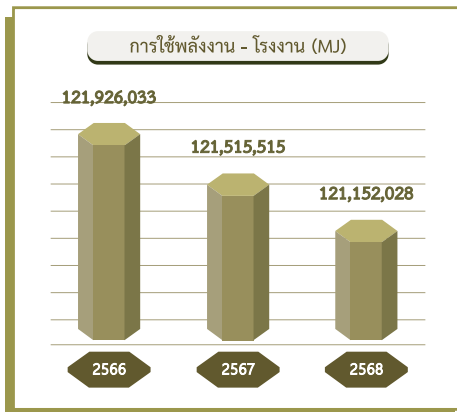
### 5. การปฏิบัติงานเชิงป้องกัน

บริษัทมีการกำหนดแผนงานเพื่อดำเนินการบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องจักรที่มีการใช้พลังงานสูง เช่น เครื่องจักรในงาน Utility โดยเน้นเรื่องการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance) เพื่อให้เครื่องจักรอุปกรณ์เหล่านั้นมีความพร้อมใช้งาน รักษาสภาพ ป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย รวมทั้งได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในมาตรการควบคุมประสิทธิภาพหรือค่าสมรรถนะของเครื่องจักรที่มีนัยสำคัญ โดยเลือกใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดก่อน ส่งผลให้สามารถควบคุมการทำงานของเครื่องจักรอุปกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน สามารถลดการสูญเสียด้านพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย

- ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทใช้พลังงานสำหรับโรงงานผลิต ซึ่งเป็นพลังงานจากไฟฟ้าและพลังงานจากเชื้อเพลิง โดยมีปริมาณการใช้พลังงานรวมเท่ากับ 121,152,028 เมกกะจูล (MJ) เมื่อเทียบกับปริมาณการใช้พลังงานรวมปี 2567 ที่มีค่าเท่ากับ 121,515,515 เมกกะจูล พบว่ามีการใช้พลังงานรวมลดลง 0.30% ด้วยบริษัทมีการลงทุนด้านพลังงานสะอาด (Solar rooftop) ทำให้การใช้พลังงานในภาพรวมไม่สูงขึ้น เพื่อแสดงความมุ่งมั่นสู่นโยบาย Race to Net Zero

บริษัทใช้พลังงานหัตถิยภูมิในสวนสำนักงานใหญ่ ซึ่งเป็นพลังงานทางอ้อมจากการไฟฟ้านครหลวง โดยในปี 2568 บริษัทมีปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเท่ากับ 257,359 kWh เมื่อเทียบกับปริมาณการใช้พลังงานปี 2567 ที่มีค่าเท่ากับ 278,808 kWh พบว่ามีการใช้พลังงานลดลง 7.69% ด้วยการลงทุนติดตั้งอุปกรณ์ปรับปรุงคุณภาพไฟฟ้า



สำหรับการอนุรักษ์พลังงานที่ดำเนินการในปี 2568 มี 4 โครงการหลักที่ดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ซึ่งประกอบด้วยโครงการ ดังนี้

#### 1. โครงการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา เฟสที่ 3

เพื่อเพิ่มความสามารถในการใช้พลังงานทดแทนด้วยการติดตั้งระบบการผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา (Solar Rooftop) ขนาดกำลังการผลิต 993.6 กิโลวัตต์ โดยจะเริ่มจ่ายไฟฟ้าเข้าระบบในปี 2569



## 2. โครงการติดตั้งเครื่องปรับปรุงคุณภาพไฟฟ้า ระยะที่ 1

การใช้ติดตั้งเครื่องปรับปรุงคุณภาพไฟฟ้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยการลดแรงดันไฟฟ้าที่เกินความจำเป็น และความคุ้มครองใช้กำลังพลังงานไฟฟ้าในแต่ละเฟสให้ใกล้เคียงกัน เริ่มดำเนินการตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2568 ซึ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 123,407 กิโลวัตต์-ชั่วโมง

## 3. โครงการปรับปรุงกับดักไอน้ำของโรงงานย้อมไหม ระยะที่ 2

การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ไอน้ำและพลังงานความร้อนจากเชื้อเพลิง LPG ในเครื่องย้อมด้วยระบบไอน้ำ โดยการปรับปรุงและซ่อมแซม “กับดักไอน้ำ” เพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของไอน้ำ ทำให้การใช้ไอน้ำเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถลดความร้อนที่จะการรั่วไหลผ่านกับดักไอน้ำได้ ทำให้ลดการใช้พลังงานความร้อนจากเชื้อเพลิง LPG ในเครื่องกำเนิดไอน้ำได้ 374,347 เมกะจูลต่อปี

## 4. โครงการเครื่องย้อมประสิทธิภาพสูง ระยะที่ 4

การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ไอน้ำและพลังงานความร้อนจากเชื้อเพลิง LPG ในเครื่องย้อมด้วยระบบไอน้ำ โดยใช้เครื่องย้อมประสิทธิภาพสูง ทำให้การใช้ไอน้ำเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้ลดการใช้พลังงานความร้อนจากเชื้อเพลิง LPG ในเครื่องกำเนิดไอน้ำได้ 96,953 เมกะจูลต่อปี

### สรุปข้อมูลการจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก

ข้อมูลพลังงานและก๊าซเรือนกระจก	หน่วย	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
พลังงานที่ใช้ทั้งองค์กร	เมกะจูล	121,926,033	121,515,515	121,152,028
ดัชนีประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	เมกะจูลต่อตารางเมตร	17.20	16.57	16.97
พลังงานไฟฟ้าที่ลดได้จากโครงการ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	389,232	738,434	123,407
พลังงานความร้อนที่ลดได้จากโครงการ	เมกะจูล	3,932,739	475,960	471,300



# รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

## 1. การรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม จากผู้ตรวจรับรองระบบที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ จึงเป็นการรับประกันว่ากระบวนการผลิตของบริษัท มีระบบการจัดการที่ดีมีมาตรฐานโดยได้รับการรับรองมาตรฐาน 6 ระบบดังนี้

- ISO 9002 : 1994 : ระบบการบริหารคุณภาพทั้งส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ได้รับตั้งแต่ปี 2540 - 2547
- ISO 9001 : 2000 : ระบบการบริหารคุณภาพทั้งส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ได้รับตั้งแต่ปี 2547 - 2551
- ISO 9001 : 2008 : ระบบการบริหารคุณภาพทั้งส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ได้รับตั้งแต่ปี 2551 - 2559
- ISO 9001 : 2015 : ระบบการบริหารคุณภาพทั้งส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ ได้รับการรับรองจาก บริษัท BSI ตั้งแต่ปี 2561 – ปัจจุบัน
- OHSAS 18001 : 1999 : ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ ได้รับตั้งแต่ปี 2550 - 2551
- OHSAS 18001 : 2007 : ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ ได้รับตั้งแต่ปี 2551 - 2562
- ISO 45001 : 2018 : ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ ได้รับการรับรองจาก บริษัท BSI ตั้งแต่ปี 2563 – ปัจจุบัน
- ISO 14001 : 1996 : ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ได้รับตั้งแต่ปี 2547 - 2549
- ISO 14001 : 2004 : ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ได้รับตั้งแต่ปี 2549 - 2560
- ISO 14001 : 2015 : ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ได้รับการรับรองจาก บริษัท BSI ตั้งแต่ปี 2560 – ปัจจุบัน
- ISO 50001 : 2011 : ระบบการจัดการพลังงานส่วนโรงงานและส่วนสำนักงานใหญ่ได้รับตั้งแต่ปี 2557 - 2561
- ISO 50001 : 2018 : ได้รับการรับรองจาก บริษัท BSI ตั้งแต่ปี 2562 – ปัจจุบัน
- TLS 8001 : 2003 : ระบบการจัดการด้านแรงงานส่วนโรงงานได้รับตั้งแต่ปี 2549 - 2555
- TLS 8001 : 2010 : ระบบการจัดการด้านแรงงานส่วนโรงงานได้รับตั้งแต่ปี 2555 - 2565
- AEO (Authorize Economic Operator) Importer/Exporter : มาตรการรักษาความปลอดภัยของการเป็นผู้นำเข้าและส่งออกได้รับ ตั้งแต่ปี 2557 – ปัจจุบัน

## 2. การรับรองมาตรฐานอื่น ๆ และรางวัลที่ได้รับ

- ปี 2549 ได้รับประกาศเกียรติคุณ “ปรับภูมิทัศน์โรงงานให้น่าอยู่และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ร่วมใจเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี จากกระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี 2549 ได้รับโล่รางวัลมาตรฐานการบริหารจัดการด้านเอส&อีและวีโคโนในสถานประกอบการกิจการ ระดับ “ทอง” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน สำนักงานประกันสังคม กรมควบคุมโรคและ สมาคมแนวร่วมภาคธุรกิจไทยต้านภัยเอ็ดส์
- ปี 2550 ได้รับประกาศเกียรติคุณการดำเนิน “โครงการสร้างเสริมสุขภาพคนทำงานระดับจังหวัด” ประจำปี 2549 จากสำนักงานประกันสังคมจังหวัดปทุมธานี
- ปี 2551-2560 ได้รับรางวัล และโล่รางวัล “มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)” จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี 2552 ได้รับรางวัล “CCCF Level A” ในเรื่องของการดำเนินกิจกรรมด้านความปลอดภัย จากบริษัทลูกค้าพรมรถยนต์ “Hayashi Telemu”
- ปี 2552 ได้รับรางวัล และโล่รางวัล “มาตรฐานสถานประกอบการด้านประกันสังคม” ประจำปี 2552 จากสำนักงานประกันสังคมจังหวัดปทุมธานี
- ปี 2552 ได้รับโล่รางวัลมาตรฐานการบริหารจัดการด้านเอส&อีและวีโคโนในสถานประกอบการ ระดับ “แพลตตินัม” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน สำนักงานประกันสังคม กรมควบคุมโรคและสมาคมแนวร่วมภาคธุรกิจไทยต้านภัยเอ็ดส์
- ปี 2552 ได้รับโล่รางวัล “ความร่วมมือและความสำเร็จร่วมกันในการดำเนินงานโครงการเปิดรั้วโรงงาน... ประสานงานชุมชน” จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย
- ปี 2552 ได้รับโล่รางวัล “สถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับจังหวัด” จากสำนักงานแรงงานจังหวัดปทุมธานี
- ปี 2554 ได้รับประกาศเกียรติคุณเข้าร่วมโครงการพัฒนารูปแบบการจัดการบริการอาชีวอนามัยเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการจัดการความเสี่ยงและการให้บริการทางด้านอาชีวอนามัย ประจำปี 2554
- ปี 2554 ได้รับประกาศเกียรติคุณสถานประกอบการแบบอย่างที่ดีด้านบริหารแรงงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและลูกจ้างในสถานการณ์อุทกภัย จากกระทรวงแรงงาน
- ปี 2554 ได้รับการรับรอง “อุตสาหกรรมสีเขียว” ระดับ 3 หรือ (Green System Level 3) จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม
- ปี 2555 ได้รับประกาศเกียรติคุณเป็นสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่ดำเนินงานตาม “หลักเกณฑ์ธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม” จากกระทรวงอุตสาหกรรม
- ปี 2557 ได้รับโล่รางวัล “ความร่วมมือในการอนุรักษ์และฟื้นฟูแม่น้ำเป็นอย่างดี” จากกระทรวงอุตสาหกรรม

- ปี 2557 ได้รับโล่รางวัลธำรงรักษา “ระบบมาตรฐานแรงงานไทยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจไทยต่อเนื่องติดต่อกัน 5 ปีขึ้นไป” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
- ปี 2557 ได้รับโล่รางวัล “โครงการการจัดการความรู้ด้านการเพิ่มผลิตภาพในองค์กรเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน” จากสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
- ปี 2558 ได้รับประกาศเกียรติคุณเข้าร่วมโครงการศึกษาการใช้บำบัดน้ำบาดาลอย่างมีประสิทธิภาพในภาคอุตสาหกรรมเพื่อการพัฒนา และอนุรักษ์น้ำบาดาล กรณีศึกษา: อุตสาหกรรมพอกย้อมและอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษได้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายจากกรมทรัพยากรน้ำบาดาล ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- ปี 2559 ได้รับโล่รางวัล และประกาศเกียรติคุณสถานประกอบการต้นแบบด้านการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ของโครงการสร้างต้นแบบและขยายเครือข่ายการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำบาดาลอย่างมีประสิทธิภาพในภาคอุตสาหกรรมด้วยมือทางสังคมจากกรมทรัพยากรน้ำบาดาล ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- ปี 2559 ได้รับการรับรอง “อุตสาหกรรมสีเขียว” ระดับ 4 หรือ (Green System Level 4) จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อยืนยันเป็นโรงงานที่มีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผลและการทบทวนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- ปี 2560 ได้รับประกาศเกียรติคุณ “สถานประกอบการปลอดภัย ปลอดภัย ใจเป็นสุข” ระดับจังหวัด ระดับ “ดีเยี่ยม” ประจำปีงบประมาณ 2560 จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
- ปี 2560 ได้รับโล่รางวัลธำรงรักษา “ระบบมาตรฐานแรงงานไทยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจไทยต่อเนื่องติดต่อกัน 10 ปีขึ้นไป” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
- ปี 2561 ได้รับประกาศเกียรติคุณ “Asia Pacific Entrepreneurship Award 2018” ประเภท Corporate Excellence สาขา Manufacturing ในฐานะองค์กรที่สร้างความเติบโตทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง มีความเป็นเลิศในด้านการบริหารจัดการและเป็นผู้นำในธุรกิจ โดยคำนึงถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม จากกระทรวงพาณิชย์
- ปี 2564 ได้รับโล่รางวัลธำรงรักษา “ระบบมาตรฐานแรงงานไทยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจไทยต่อเนื่องติดต่อกัน 15 ปีขึ้นไป” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
- ปี 2549 – ปัจจุบัน ได้รับประกาศเกียรติคุณ มาตรฐานการสุขาภิบาลอาหารระดับ “ดีมาก” ของกรมอนามัย จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดปทุมธานี
- ปี 2556 – ปัจจุบัน ได้รับประกาศเกียรติคุณมาตรฐาน “การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด” ในสถานประกอบการ จากจังหวัดปทุมธานี
- ปี 2566 – ปี 2567 ได้รับประกาศเกียรติคุณ “ภาคเอกชนผู้สนับสนุนป่าชุมชน” จากกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



- ปี 2566 - ปี 2567 ได้รับประกาศนียบัตร “ผู้ช่วยเหลือราชการกรมป่าไม้ ในสาขาส่งเสริมและพัฒนาป่าชุมชน” จากกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- ปี 2566 ได้รับประกาศนียบัตร “หนึ่งในโรงงานต้นแบบ BCG Model” ของโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG ด้วยระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในโรงงานอุตสาหกรรม ประจำปี พ.ศ. 2566 จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม
- ปี 2566 ได้รับโล่รางวัล “แรงงานพันธุ์ดี” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
- ปี 2566 ได้รับโล่รางวัล “คณะกรรมการสวัสดิการดีเด่น” จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
- ปี 2567 ได้รับรางวัล “SX TSCN Sustainability Award 2024” จากเครือข่ายธุรกิจห่วงโซ่อุปทานแห่งประเทศไทย (TSCN)



- ปี 2567 - 2568 ได้รับประกาศนียบัตร “โครงการ ESG DNA” ของโครงการ ESG DNA กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



- ปี 2568 ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนและได้รับการประเมิน SET ESG Ratings ประจำปี 2025 ที่ระดับ “AA” จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



### 3. รางวัลเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม

- ปี 2562 บริษัท คาร์เพท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลชนะเลิศการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2562 (2019 Sustainability Awards) ในสาขานวัตกรรม (Innovation) ด้านการลดความสูญเสียของของเสีย (Waste Elimination) จาก Architecture and Design ของประเทศออสเตรเลีย
- ปี 2566 ผลิตภัณฑ์ EcoSoft ได้รับโล่รางวัลในหมวด “Recycled Material” จากงาน ASA Platform Selected Materials 2023 โดยสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์
- ปี 2568 ผลิตภัณฑ์แผ่นดูดซับเสียง DUET® ภายใต้แบรนด์ RT Acoustic ได้รับรางวัล Red Dot Product Design Award 2025 ซึ่งเป็นหนึ่งในรางวัลการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงที่สุดระดับโลก





ROYAL THAI



## ตารางสรุปผลการดำเนินงานตาม SET ESG Metrics หมวดของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน

มีติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ							
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568
<b>G1 นโยบาย โครงสร้าง และระบบกำกับดูแลกิจการ</b>							
<b>องค์ประกอบของคณะกรรมการ</b>							
G1.1C	102-18	Goal 5, 16	ประวัติของคณะกรรมการบริษัทรายบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.2C	102-18	Goal 5, 16	จำนวนกรรมการทั้งคณะ	คน	9	9	9
G1.3C	102-18	Goal 5, 16	จำนวนกรรมการอิสระ	คน	5	4	4
G1.4C	102-18	Goal 5, 16	จำนวนกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร	คน	0	1	0
G1.5C	102-18	Goal 5, 16	จำนวนกรรมการหญิง	คน	4	4	4
G1.6C	102-18	Goal 5, 16	ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	ใช่/ไม่ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่
G1.7C	102-18	Goal 5, 16	ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการไม่เป็นบุคคลเดียวกัน	ใช่/ไม่ใช่	ใช่	ใช่	ใช่
G1.8C	102-18	Goal 5, 16	จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	คน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
G1.9C	102-18	Goal 5, 16	ประธานของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุดเป็นกรรมการอิสระ	ใช่/ไม่ใช่	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
G1.10C	102-18	Goal 5, 16	จำนวนปีการดำรงตำแหน่งของกรรมการรายบุคคล	ปี	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
<b>บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ</b>							
G1.11C	102-26	Goal 16	จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการ	ครั้ง	5	7	8
G1.12C	102-26	Goal 16	ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัท	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.13C	102-26	Goal 16	จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ	ครั้ง	4	4	4
G1.14C	102-26	Goal 16	ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.15C	102-26	Goal 16	จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	ครั้ง	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
G1.16C	102-26	Goal 16	ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>การสรรหากรรมการ</b>							
G1.18C	102-24	Goal 16	นโยบายและหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.19C	102-24	Goal 16	การวิเคราะห์ทักษะและประสบการณ์ของกรรมการตามลักษณะของธุรกิจ (board skill matrix)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.20C	102-24	Goal 16	ประวัติของกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งใหม่	มี/ไม่มี	มี	มี	มี

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ							
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568
<b>ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหารระดับสูง</b>							
G1.21C	102-38	Goal 8	นโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.22C	102-38	Goal 8	จำนวนค่าตอบแทนของกรรมการรายบุคคล	บาท	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
G1.23C	102-38	Goal 8	ค่าตอบแทนอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงินของกรรมการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.24C	102-38	Goal 8	นโยบายและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.25C	102-38	Goal 8	จำนวนค่าตอบแทนรวมของผู้บริหารระดับสูง	บาท	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
G1.26R	102-38	Goal 8	ค่าตอบแทนอื่นและผลประโยชน์ระยะยาวของผู้บริหารระดับสูง	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>การพัฒนากรรมการ</b>							
G1.27C	102-27	Goal 4	นโยบายเกี่ยวกับแผนพัฒนากรรมการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.28R	102-27	Goal 4	ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนากรรมการรายบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง</b>							
G1.29C	102-28	Goal 16	หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.30C	102-28	Goal 16	ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการแบบรายคณะ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.31C	102-28	Goal 16	ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.32R	102-28	Goal 16	ผลประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการแบบรายบุคคล	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.33R	102-28	Goal 16	หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>จรรยาบรรณธุรกิจ</b>							
G1.34C	102-17	Goal 16	จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.35C	102-17	Goal 16	นโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.36C	102-17	Goal 16	จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
G1.37C	102-17	Goal 16	นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแส (Whistle blowing)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G1.38R	102-17	Goal 16	มาตรการป้องกันการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี

มิติดรรชนีชี้วัดและเศรษฐกิจ							
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568
<b>G2 นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน</b>							
G2.1C	102-55	Goal 12	นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนระดับองค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G2.2R	102-55	Goal 12	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร (Material topics)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G2.3R	102-55	Goal 12	รายงานความยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G2.4R	102-55	Goal 12	มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เช่น GRI Standards เป็นต้น	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>G3 การบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน</b>							
G3.1C	102-15	Goal 16	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G3.2C	102-15	Goal 16	ปัจจัยความเสี่ยงและโอกาสจากประเด็นด้านความยั่งยืน (ESG Risks)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G3.3C	102-15	Goal 16	ปัจจัยความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risks) ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคตอันใกล้	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G3.4C	102-15	Goal 16	แผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ เช่น Business Continuity Plan (BCP) เป็นต้น	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>G4 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน</b>							
G4.1C	308, 414	Goal 12, 16	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G4.2C	308, 414	Goal 12, 16	แผนบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>G5 การพัฒนานวัตกรรม</b>							
G5.1C	-	Goal 9	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G5.2C	-	Goal 9	กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมขององค์กร	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
G5.3C	-	Goal 9	ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรม	บาท	6,433,938	5,348,542	7,366,784
G5.4R	-	Goal 9	ประโยชน์จากการพัฒนานวัตกรรม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>HOF-G1 ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล</b>							
HOF-G1.1	418-1	Goal 9	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
HOF-G1.2	418-1	Goal 9	ร้อยละของจำนวนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ เช่น ISO 27001 หรือมาตรฐานอื่น ๆ เป็นต้น	%	-	-	-
HOF-G1.3	418-1	Goal 9	มาตรการและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	มี/ไม่มี	ไม่มี	มี	มี
HOF-G1.4	418-1	Goal 9	ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการอบรม ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล	%	100%	100%	100%

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ							
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568
<b>HOF-G1 ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล</b>							
HOF-G1.5	418-1	Goal 9	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์ พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
HOF-G1.6	418-1	Goal 9	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
<b>HOF-G2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์</b>							
HOF-G2.1	416-1	Goal 12	นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล เช่น ISO 9001:2015 หรือ มาตรฐานอื่น ๆ เป็นต้น	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
HOF-G2.2	416-2	Goal 12	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0	0	0
<b>HOF-G3 การจัดการเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤต</b>							
HOF-G3.1	403-7, G4-DMA	Goal 3	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับ การจัดการเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤต	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
HOF-G3.2	403-7, G4-DMA	Goal 3	จำนวนครั้งของการซ้อมเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤต	ครั้ง	1	1	1
HOF-G3.3	403-7 G4-DMA,	Goal 12	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจ พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0

มิติสังคม							
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568
<b>S1 สิทธิมนุษยชน</b>							
S1.1C	412	Goal 8	นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S1.2R	412	Goal 8	การประเมินความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในการดำเนินธุรกิจ (Human Rights Due Diligence: HRDD) พร้อมมาตรการป้องกัน	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
S1.3R	412	Goal 8	จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0	0	0
<b>S2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม</b>							
<b>การจ้างงาน</b>							
S2.1C	401, 405	Goal 5, 10	จำนวนพนักงานแยกตามเพศ อายุ ระดับตำแหน่ง และพื้นที่ภูมิศาสตร์	มี/ไม่มี	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
S2.2C	401, 405	Goal 5, 10	จำนวนพนักงานผู้พิการและ/หรือ ผู้สูงอายุ	คน	11/17	11/21	11/33
<b>การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน</b>							
S2.3C	405	Goal 5	จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน	บาท	71,010,000	73,030,000	67,140,000
S2.4C	405	Goal 5	ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	%	56.57	52.88	73.61
S2.5R	405	Goal 5	ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศ	หญิง:ชาย	-	-	-
<b>การพัฒนาพนักงาน</b>							
S2.6C	404	Goal 4	แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S2.7C	404	Goal 4	จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน	ชม./คน/ปี	23.71	21.80	30.94
S2.8R	404	Goal 4	แผนการพัฒนาพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S2.9R	404	Goal 4	เป้าหมายการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S2.10R	404	Goal 4	จำนวนค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน	บาท	1,268,204	1,205,931	1,324,042
S2.11R	404	Goal 4	ประโยชน์ที่พนักงานและ/หรือองค์กรได้รับจากการพัฒนาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน</b>							
S2.12C	403	Goal 3, 8	แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S2.13C	403	Goal 3, 8	จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	5	8	4
S2.14R	403	Goal 3, 8	เป้าหมายการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S2.15R	403	Goal 3, 8	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR)	ครั้ง/200,000 ชม.	0.38	0.64	0.33

มิติสังคม							
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568
<b>การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน</b>							
S2.16C	402, 407	Goal 8	แผนการพัฒนาคความผูกพันและการรักษาพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S2.17C	402, 407	Goal 8	ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	%	17.51	13.31	12.48
S2.18C	402, 407	Goal 8	จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
S2.19R	402, 407	Goal 8	เป้าหมายการพัฒนาคความผูกพันและการรักษาพนักงาน	%	-	85	85
S2.20R	402, 407	Goal 8	ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	%	-	93.40	87.40
S2.21R	402, 407	Goal 8	การรวมกลุ่มของพนักงานเพื่อเจรจาหรือกับบริษัทเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการของพนักงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>S3 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า / ผู้บริโภค</b>							
<b>สิทธิผู้บริโภค</b>							
S3.1C	102-43, 418	Goal 16	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S3.2C	102-43, 418	Goal 16	จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
S3.3C	102-43, 418	Goal 16	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
S3.4R	102-43, 418	Goal 16	ช่องทางที่บริษัทรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า / ผู้บริโภค	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S3.5R	102-43, 418	Goal 16	แผนการพัฒนาคความพึงพอใจของลูกค้า	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S3.6R	102-43, 418	Goal 16	เป้าหมายการพัฒนาคความพึงพอใจของลูกค้า	%	90	90	90
S3.7R	102-43, 418	Goal 16	ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	%	94.41	92.69	94.40
<b>การตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ</b>							
S3.8R	417	Goal 16	แนวปฏิบัติด้านการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S3.9R	417	Goal 16	แนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า / ผู้บริโภค	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>S4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน / สังคม</b>							
S4.1C	413	Goal 8	นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน / สังคม ที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S4.2C	413	Goal 8	แผนส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน / สังคม ที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี

มิติสังคม							
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568
<b>S4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน / สังคม</b>							
S4.3C	413	Goal 8	จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน / สังคม พร้อมมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
S4.4R	413	Goal 8	เป้าหมายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน / สังคม ที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
S4.5R	413	Goal 8	ประโยชน์จากโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน / สังคม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>HOF-S1 การเคารพความแตกต่างและความเสมอภาค</b>							
HOF-S1.1	405-1	Goal 8	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเคารพความแตกต่างและความเสมอภาคภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน โดยไม่แบ่งแยกเพศ อายุ สัญชาติ ความพิการ ศาสนา หรืออื่น ๆ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
HOF-S1.2	405-1	Goal 8	สถิติพนักงานจำแนกตามเพศและสัญชาติ		หญิง/ชาย	หญิง/ชาย	หญิง/ชาย
			จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท	คน	1,186	1,202	1162
			- ไทย	คน	687/488	697/496	668/486
			- พม่า	คน	2/3	2/3	2/3
			- กัมพูชา	คน	1/0	1/0	-
			- ลาว	คน	-	-	-
- อื่น ๆ / อินเดีย	คน	2/3	0/3	0/3			
HOF-S1.3	406-1	Goal 8	จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาค และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา	จำนวนกรณี	0	0	0
<b>HOF-S2 การส่งเสริมแรงงานสตรี</b>							
HOF-S2.1	405-1	Goal 5, 8	นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับ การส่งเสริมสตรีในสถานประกอบการอย่างเท่าเทียมกัน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
HOF-S2.2	405-1	Goal 5, 8	ข้อมูลพนักงานหญิงแบ่งตามตำแหน่งงาน		หญิง/ชาย	หญิง/ชาย	หญิง/ชาย
			จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท	คน	692/494	700/502	670/492
			- ผู้บริหารระดับสูง	คน	7/6	9/6	7/4
			- ระดับการจัดการ	คน	18/21	18/22	18/21
			- พนักงานระดับผู้บังคับบัญชา	คน	172/129	171/126	174/123
			- พนักงานระดับปฏิบัติการ	คน	495/338	502/348	471/344

มิติสิ่งแวดล้อม							
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568
<b>E1 นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม</b>							
E1.1C	103	-	นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
E1.2C	103	-	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมพร้อมอธิบายมาตรการแก้ไข	จำนวนกรณี	0	0	0
E1.3R	103	-	มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมาย หรือการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0
E1.4R	103	-	การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการพลังงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
E1.5R	103	-	การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการน้ำ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
E1.6R	103	-	การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการขยะและของเสีย	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
E1.6R	103	-	การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากลเกี่ยวกับการจัดการก๊าซเรือนกระจกหรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
<b>E2 การจัดการพลังงาน</b>							
E2.1C	302	Goal 7	แผนการจัดการพลังงาน	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
E2.2C	302	Goal 7	ปริมาณการใช้พลังงาน (ไฟฟ้า/เชื้อเพลิง)	kWh	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
E2.3C	302	Goal 7	ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	kWh	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
E2.4R	302	Goal 7	เป้าหมายการจัดการพลังงาน	kWh	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
E2.5R	302	Goal 7	ปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วย (Energy Intensity)	kWh/หน่วย	5.44	6.67	6.47
<b>E3 การจัดการน้ำ</b>							
E3.1C	303	Goal 6	แผนการจัดการน้ำ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
E3.2C	303	Goal 6	ปริมาณการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
E3.3R	303	Goal 6	เป้าหมายการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน
E3.4R	303	Goal 6	ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย (Water Intensity)	ลูกบาศก์เมตร/ตารางเมตร	0.03	0.04	0.04
E3.5R	303	Goal 6	ร้อยละของน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดก่อนทิ้ง	%	100%	100%	100%
<b>E4 การจัดการขยะและของเสีย</b>							
E4.1C	306	Goal 12	แผนการจัดการขยะและของเสีย	มี/ไม่มี	มี	มี	มี
E4.2C	306	Goal 12	ปริมาณขยะและของเสีย	กิโลกรัม	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน

มิติสิ่งแวดล้อม									
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568		
<b>E4 การจัดการขยะและของเสีย</b>									
E4.3R	306	Goal 12	เป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย	กิโลกรัม	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน		
E4.4R	306	Goal 12	ปริมาณขยะและของเสียที่ผ่านกระบวนการ reuse และ/หรือ recycle	กิโลกรัม	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน		
<b>E5 การจัดการก๊าซเรือนกระจก</b>									
E5.1C	305	Goal 13	แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก	มี/ไม่มี	มี	มี	มี		
E5.2C	305	Goal 13	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2	tCO <sub>2</sub> e	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน		
E5.3C	305	Goal 13	การทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยหน่วยงานภายนอก	มี/ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี		
E5.4R	305	Goal 13	เป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก	tCO <sub>2</sub> e	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน		
E5.5R	305	Goal 13	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3	tCO <sub>2</sub> e	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน	*รายละเอียดตามรายงาน		
E5.6R	305	Goal 13	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วย (Carbon Intensity)	tCO <sub>2</sub> e/ตารางเมตร	0.013	0.016	0.011		
<b>HOF-E1 ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</b>									
HOF-E1.1	416-1	Goal 12	นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันการปนเปื้อนหรือรั่วไหลจากกระบวนการผลิต	มี/ไม่มี	มี	มี	มี		
HOF-E1.2	416-1	Goal 12	การประเมินผลกระทบและวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (life cycle impact assessment)	มี/ไม่มี	มี	มี	มี		
HOF-E1.3	416-1	Goal 12	ร้อยละของยอดขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (eco products) ต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด	%	17.76	41.82	25.10		
<b>HOF-E2 การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</b>									
HOF-E2.1	G4-EN1	Goal 12	ผลรวมปริมาณของบรรจุภัณฑ์ประเภท นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (reusable)	กิโลกรัม	5,932.93	129,241	97,178.71		
			ปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (reusable) แยกประเภท						
			- แก้ว	กิโลกรัม	-	-	-		
			- ไม้	กิโลกรัม	-	103,341.00	77,783		
			- กระดาษ	กิโลกรัม	172.38	21,050.00	16,145.71		
			- โลหะ	กิโลกรัม	-	-	-		
			- พลาสติก	กิโลกรัม	5,760.55	4,850.00	3,250.00		
			- บรรจุภัณฑ์อื่น ๆ นำกลับมาใช้ใหม่ได้	กิโลกรัม	-	-	-		
ผลรวมปริมาณของบรรจุภัณฑ์ประเภท นำกลับมาผลิตใหม่ได้ (recyclable)	กิโลกรัม	968,544.66	295,824.79	250,357.82					

มิติสิ่งแวดล้อม									
Code	GRI Standards	SDGs	ESG Indicators	Unit	2566	2567	2568		
HOF-E2 การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม									
HOF-E2.1	G4-EN1	Goal 12	ปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาผลิตใหม่ได้ (recyclable) แยกประเภท						
			- แก้ว	กิโลกรัม	-	-	-		
			- ไม้	กิโลกรัม	316,429.52	2,876.95	2,235.24		
			- กระดาษ	กิโลกรัม	606,787.11	248,670.11	203,039.11		
			- โลหะ	กิโลกรัม	-	-	-		
			- พลาสติก	กิโลกรัม	45,328.03	44,277.73	45,083.47		
			- บรรจุภัณฑ์อื่น ๆ นำกลับมาผลิตใหม่ได้	กิโลกรัม	-	-	-		
			ผลรวมปริมาณของบรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ได้ครั้งเดียว (single-use)	กิโลกรัม	74,681.36	5,943.79	6,534.39		
			ปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ได้ครั้งเดียว (single-use) แยกประเภท						
			- แก้ว	กิโลกรัม	-	-	-		
			- ไม้	กิโลกรัม	-	-	-		
			- กระดาษ	กิโลกรัม	-	-	-		
			- โลหะ	กิโลกรัม	-	-	-		
- พลาสติก	กิโลกรัม	74,681.36	5,943.79	6,534.39					
- บรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้ได้ครั้งเดียว	กิโลกรัม	-	-	-					
HOF-E2.2	G4-EN2	Goal 12	ร้อยละของบรรจุภัณฑ์ที่มีวัสดุรีไซเคิล เป็นส่วนประกอบ (recycled material)	%	93	93	93		
HOF-E2.3	-	Goal 12	ร้อยละของบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ (biodegradable packaging)	%	88	87	88		
HOF-E3 การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม									
HOF-E3.1	301-1	Goal 12	ปริมาณน้ำหนักรวมของวัสดุทั้งหมด	กิโลกรัม	8,548,017.28	13,367,247.19	13,429,243.99		
			ปริมาณน้ำหนักรวมของวัสดุแยกประเภท						
			- วัสดุจากทรัพยากรสิ้นเปลืองที่ใช้แล้วหมดไป	กิโลกรัม	1,019,650.80	12,353,909.54	12,052,982.57		
			- วัสดุจากทรัพยากรที่ใช้แล้วไม่หมดไป	กิโลกรัม	7,528,366.48	1,002,987.71	1,376,261.42		
HOF-E3.2	301-2	Goal 12	ร้อยละของวัสดุรีไซเคิลที่นำกลับมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	%	21.27	46.79	48.45		
HOF-E3.3	301-3	Goal 12	ร้อยละของวัสดุจากของเก่าหมดอายุ หรือเสื่อมคุณภาพ (reclaimed) และถูกนำกลับมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	%	2.33	1.22	1.52		
HOF- E5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ									
HOF-E5.1	201-2	Goal 13	การประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยอธิบายผลกระทบที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงานธุรกิจ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี		
HOF-E5.2	201-2	Goal 13	เป้าหมาย แผนงาน และมาตรการ บรรเทาความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ	มี/ไม่มี	มี	มี	มี		

# 2568

**บริษัท ทีซีเอ็ม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)**

2054 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ  
เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

E-mail: [info@tcm-corporation.com](mailto:info@tcm-corporation.com)

[www.tcm-corporation.com](http://www.tcm-corporation.com)

