Thai Institute of Directors

Corporate Governance Report of Thai Listed Companies

CGR 2023

Thai Institute of Directors

Corporate Governance Report of Thai Listed Companies

การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย และการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

Thai Institute of Directors

หลักเกณฑ์ในการประเมินและแนวปฏิบัติที่ดี

หมวดย่อย

1. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน
2. ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
3. การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม
4. การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม
5. การพัฒนานวัตกรรม

Thai Institute of Directors

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

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

1 บริษัทกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร

Thai Institute of Directors

หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

YES OR NO

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายเกี่ยวกับการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร ที่อย่างน้อยครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น

1. นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

นโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัทฯ มีนโยบายดำเนินธุรกิจปกติที่ยั่งยืนโดยคำนึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยการยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กรจริยธรรมธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดทางการต่าง ๆ ประกอบการเปิดโอกาสสร้างการรับรู้ ความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกประเภท เพื่อสร้างสมดุลระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้สามารถอยู่ร่วมกันได้ เกิดดุลยภาพทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม





SDGs 4 Quality education

มีการส่งเสริมเยาวชนในด้านการศึกษา และการพัฒนาความรู้ของเยาวชนให้เป็นบุคคลที่มีคุณภาพทางสังคม รวมทั้งสนับสนุนให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียม โดยบริษัทฯ มีการมอบทุนการศึกษาแก่บุตรพนักงาน มอบทุนและอุปกรณ์ทางการศึกษาแก่เยาวชน



SDGs 6 Clean water and sanitation

มีแบบแผนปริมาณการใช้น้ำอย่างเหมาะสม และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่าที่สุด รวมไปถึงมีการจัดการน้ำเสียอย่างมีความรับผิดชอบ โดยมีการควบคุมระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อวัดคุณภาพน้ำให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานก่อนปล่อยออกสู่ภายนอก ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001



SDGs 16 Peace justice and strong institutions

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

2 บริษัทเปิดเผยลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่สะท้อนถึงกิจกรรมหลักซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของบริษัท โดยในห่วงโซ่คุณค่านั้นมีการระบุถึงกิจกรรมหลักที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจเซ็นทรัล รีเทล

เซ็นทรัล รีเทล แบ่งตามหน่วยธุรกิจสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มแฟชั่น ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับภายใต้แบรนด์ค้าปลีกต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ซูเปอร์สปอร์ต และรีบาเชนเต (2) กลุ่มฮาร์ดไลน์ ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และสินค้าตกแต่งและปรับปรุงบ้านภายใต้แบรนด์ค้าปลีกต่าง ๆ เช่น ไทวัสดุ และเพาเวอร์บาย (3) กลุ่มฟู้ด ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าอุปโภค-บริโภคและสินค้าที่มักพบได้ทั่วไปในร้านสะดวกซื้อภายใต้แบรนด์ค้าปลีกต่าง ๆ เช่น เซ็นทรัล ฟู้ด ออลล์ ท็อปส์ และบิ๊กซี / GO! เวียดนาม และ (4) กลุ่มพร็อพเพอร์ตี้ ซึ่งมุ่งเน้นการให้เช่าพื้นที่สำหรับร้านค้าของกลุ่มบริษัทฯ และร้านค้าและบริการของบุคคลภายนอก เช่น โรบินสัน ไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ ท็อปส์ พลาซ่า และบิ๊กซี / GO! เวียดนาม ซึ่งแต่ละกลุ่มธุรกิจมีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) แตกต่างกันไป รวมไปถึงกระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ

ปัจจัยการจัดหาแหล่งผลิต บริษัทฯ คำนึงถึงวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่เป็นการทำลายธรรมชาติและแหล่งผลิตที่ปลอดภัยทั้งต่อลูกค้า และผู้ผลิตเอง โดยการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ผลิตท้องถิ่น และสร้างงาน รวมถึงการสนับสนุนนักเรียนและสมาชิกชุมชนที่ด้อยโอกาส ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมมากกว่า 44 จังหวัด

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

บริษัทฯ มีระบบการกระจายสินค้าและบริการหรือโลจิสติกส์ ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีการคำนึงถึงระบบขนส่งที่ได้ประโยชน์สูงสุด และลดการสร้างรอยเท้าคาร์บอนหรือการปล่อยคาร์บอนสู่บรรยากาศ (Carbon Footprint) จัดทำระบบขนส่งให้กับเกษตรกร โดยเกษตรกรสามารถนำส่งสินค้าเข้าจำหน่ายในท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยการนำส่งให้กับรถขนส่งสินค้าขากลับหลังจากรถส่งสินค้าได้วัตส่งสินค้าไปยังสาขาแล้ว นอกเหนือจากนั้น ยังมีการนำนวัตกรรมมาใช้ในเรื่องของระบบการขนส่งและระบบคลังสินค้า

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

ท้ายสุดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยเฉพาะลูกค้า บริษัทฯ ได้ร่วมกับกลุ่มบริษัทในเครือที่ดูแลเรื่องการบริหารจัดการลูกค้า The! ในการดำเนินการเรื่องลูกค้าสัมพันธ์ โดยใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงลูกค้า เพื่อเสนอสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้ลูกค้า รวมถึงการวัดความพึงพอใจหลังการขาย



3 บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียที่สัมพันธ์กับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ พร้อมแสดงให้เห็นถึงแนวทางตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

Thai Institute of Directors

หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผย

1. ข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
2. ระบุความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม
3. กิจกรรมที่จะตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม

3

ดุลยภาพ

3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ภายใต้บริบทการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญต่าง ๆ ได้แก่ วิสัยทัศน์ของบริษัท ค่านิยมองค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจ กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ปัจจัยเหล่านี้ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเข้าใจถึงความต้องการของทุกฝ่าย รวมถึงบริษัทฯ นำมาเป็นแนวทาง ในการสร้างคุณค่าร่วม เป็นที่มาของการกำหนดประเด็นสาระสำ
พื้นฐานของการพัฒนาเป็นกลยุทธ์ 5 ปี ในด้านการพัฒ
ซึ่งประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 4 ประการลอดประสานกัน ได้
กรัพยากรมนุษย์ โดยการมุ่งหวังการพัฒนาชีวิตและความเป็นอ
ความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ประการที่สอง คือ ก
ที่ยั่งยืน มุ่งมั่นความสำเร็จในระยะยาวขององค์กรด้วยหลักการ
การกำกับดูแลกิจการที่ดี ประการที่สาม ให้ความสำคัญ
ด้านสิ่งแวดล้อม และประการที่สี่ การสร้างคุณค่าร่วมและความสัม

ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของอ
บริษัทฯ จึงจัดให้มีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มผ่านห
อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจถึง บริบท และประเด็น
ของบริษัทฯ รวมถึงรับข้อคิดเห็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียมาบูรณาการเข้ากับ
กระบวนการตัดสินใจและวางแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งภายนอกและภายใน โดยคำนึงถึง การมีส่วนร่วม ผลกระทบต่อการดำเนินงาน รวมไปถึงผลประกอบการของบริษัทฯ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย จึงทำการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ออกเป็น 7 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ผู้ถือหุ้น 2) พนักงาน 3) คู่ค้าทางธุรกิจ 4) ลูกค้า 5) เจ้าหนี้ 6) หน่วยงานภาครัฐ และ 7) ชุมชน และสังคม โดยรูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียจะแตกต่างกัน ในแต่ละกลุ่ม เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี รายงานประจำปี การสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนหรือคำแนะนำของบริษัทฯ การประชุมคู่ค้าและลูกค้า การจัดทำศูนย์บริการลูกค้า การพัฒนาระบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและคู่ค้า การจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับทุกภาคส่วน การให้ความร่วมมือ รวมถึงการเข้าร่วมเครือข่ายกับภาครัฐ และการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และระบบออนไลน์ทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ เป็นต้น และได้ทำการวิเคราะห์ในส่วนของความคาดหวังของแต่ละผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการตอบรับของบริษัทฯ และช่องทางการติดต่อสื่อสารตามตารางด้านล่าง

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

3

ผู้มีส่วนได้เสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบรับจากบริษัทฯ	ช่องทางการติดต่อ
กลุ่มผู้ถือหุ้น	• ธุรกิจเติบโต มีผลกำไร อย่างยั่งยืน • การกำกับดูแลกิจการที่ดี • การบริหารจัดการด้วยความโปร่งใส • ความสามารถสร้างโอกาสในความท้าทาย • การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ	• การดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล • การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นและผลตอบแทนสูงสุด • การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสครบถ้วนและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง • ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน • ปฏิบัติตามพันธสัญญา ภายใต้หลักเกณฑ์และบริบทางกฎหมาย	• ประชุมชี้แจงนักลงทุนรายไตรมาส • รายงานการพัฒนาด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์) • การเปิดเผยข้อมูลผ่านรายงานประจำปี • การแจ้งข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ • การประชุมผู้ถือหุ้น
พนักงาน	• ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ดี • ความมั่นคงและความก้าวหน้าในอาชีพ • การพัฒนาศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ • การมีส่วนร่วมในองค์กรในการแสดงความคิดเห็น	• จัดสรรผลตอบแทนที่ดี สวัสดิการที่เหมาะสม พิจารณาการเลื่อนขั้น การโอนย้าย • จัดระบบการประเมินผลงานที่เท่าเทียมและเป็นธรรม • จัดหลักสูตร ฝึกอบรมตรงต่อความต้องการดำเนินธุรกิจ และทันต่อการเปลี่ยนแปลง • รับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุง	• การประชุม ประกาศวิสัยทัศน์ประจำปี • สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล • รายงานประจำปี / รายงานการพัฒนาด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์) • ข้อแนะนำ หรือ ข้อร้องเรียน • การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร (ปีละครั้ง)
คู่ค้าทางธุรกิจ	• ความเสมอภาคเท่าเทียมในการดำเนินธุรกิจ • การดำเนินธุรกิจต่อกันด้วยความโปร่งใส • การร่วมพัฒนาศักยภาพเติบโตไปด้วยกัน • การบริหารและการชำระเงินที่ตรงตามเวลา	• การแข่งขันที่เป็นธรรม และโปร่งใส • สัญญาทางธุรกิจที่โปร่งใส และเป็นธรรม • จัดหลักสูตรอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ • กำหนดการชำระเงินที่ถูกต้องครบถ้วนและตรงตามเวลา • เก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า	• จัดประชุมประจำปี • จัดฝึกอบรมเพิ่มความรู้แก่คู่ค้า และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ • สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล • ข้อแนะนำ หรือ ข้อร้องเรียน • รายงานประจำปี / รายงานการพัฒนาด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์)
ลูกค้า	• สินค้า และบริการ ดีมีคุณภาพ ตามมาตรฐาน • ส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามเวลาที่กำหนด • การบริการหลังการขายที่ดี มีคุณภาพ • การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว	• การบริการที่ดีมีคุณภาพ และมีความรับผิดชอบ • การส่งมอบสินค้าคุณภาพดีตรงตามเวลา • ส่งมอบประสบการณ์ที่ดี และการบริการที่เหนือความคาดหมาย • พัฒนาระบบการบริหารข้อมูลลูกค้า เพื่อเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานสากล	• การติดต่อลูกค้าโดยตรง • ศูนย์บริการลูกค้า • สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล • การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า รายปี • ข้อแนะนำ หรือ ข้อร้องเรียน

3

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบรับจากบริษัทฯ	ช่องทางการติดต่อ
เจ้าหนี้	• การกำกับดูแลกิจการที่ดี • การบริหารจัดการด้วยความโปร่งใส • กลยุทธ์การบริหารจัดการที่มีประสิทธิผล • ความสามารถสร้างโอกาสในความท้าทาย • บริหารข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้อง • การชำระเงินเต็มจำนวนและตรงเวลา	• ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล • การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น และผลตอบแทนสูงสุด • การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสครบถ้วนและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง • ปฏิบัติตามพันธะสัญญา ภายใต้หลักเกณฑ์และบริบททางกฎหมาย • ให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน • ชำระหนี้ครบถ้วนตรงตามเวลา และดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกัน	• ประชุมชี้แจงนักลงทุนรายไตรมาส • รายงานการพัฒนาด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์) • สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล • ข้อแนะนำ หรือ ข้อร้องเรียน • รายงานประจำปี
หน่วยงานภาครัฐ	• การปฏิบัติตามด้วบกฎหมาย และส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล • การแข่งขันที่เท่าเทียม และเป็นธรรม • สนับสนุนและให้ความร่วมมือ ในกิจกรรมต่าง ๆ • จัดการกับข้อร้องเรียนต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ	• ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นธรรม และไม่ขัดต่อกฎหมาย • การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใสครบถ้วน ตรวจสอบได้ • การปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับให้เกิดความเชื่อมั่น • ดำรงไว้ซึ่งการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ และสร้างความน่าเชื่อถือ • สนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ	• เปิดรับฟัง และ แลกเปลี่ยนความเห็นอย่างสม่ำเสมอ • จัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายภาครัฐ • สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล
ชุมชนและสังคม	• ให้ความสำคัญกับเสียงสะท้อนจากชุมชน • ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง • ดูแลเรื่องข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม • สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน	• ศึกษาเรียนรู้ เข้าใจ รับฟัง เสียงสะท้อนจากชุมชน และตอบสนองอย่างตรงใจ • ประสานความร่วมมืออย่างสอดคล้องเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างถูกต้องตามระบบ • สร้างการยอมรับ เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน • สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้กับชุมชน	• รายงานการพัฒนาด้านความยั่งยืน (เว็บไซต์) • สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล • ข้อแนะนำ หรือ ข้อร้องเรียน • จัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายชุมชน

4

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material topics) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

Thai Institute of Directors

หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

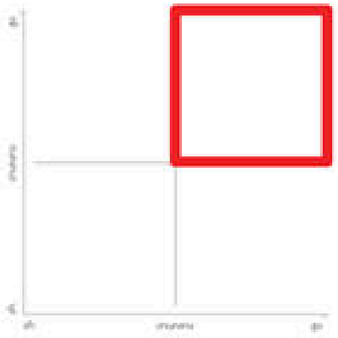
แนวปฏิบัติที่ดี

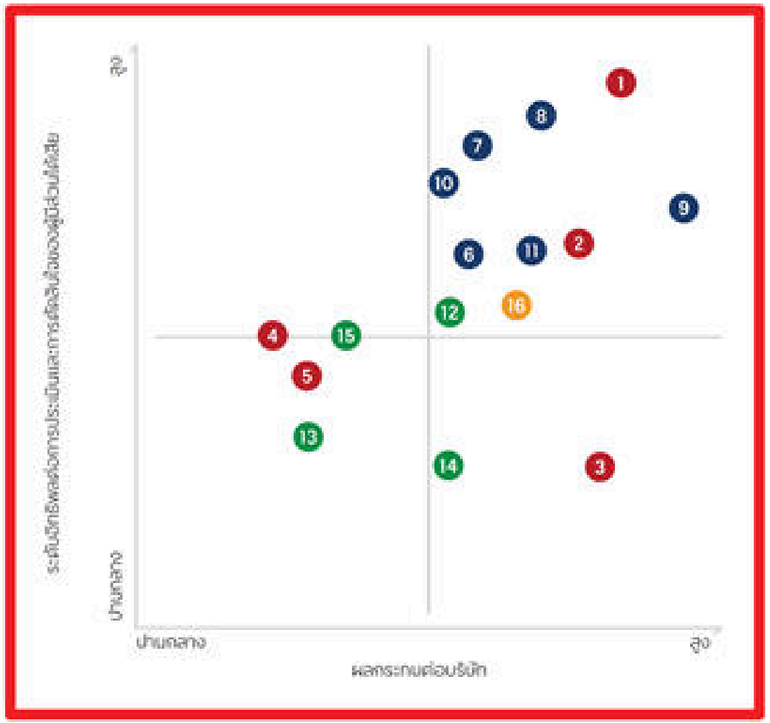
บริษัทมีการเปิดเผยประเด็นที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Material topics) ที่เกี่ยวกับ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อม ความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย การแข่งขันทางธุรกิจ และดัชนีผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เป็นต้น

2. การจัดลำดับความสำคัญ

บริษัท คัดกรองประเด็นที่ถูกรวบรวมข้างต้นผ่านกระบวนการจากที่ปรึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ แล้วจึงจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็นสำคัญโดยการสำรวจความคิดเห็นของคณะกรรมการบริษัทจากการประชุม และของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรจำนวน 645 คน โดยการประเมินความสำคัญในระดับ สูง กลาง และต่ำนั้นมีเกณฑ์ คือ ผลกระทบต่อธุรกิจในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย

ผลการประเมิน และขอบเขตประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Assessment)





ความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คน

1 สินค้าที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค
2 การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
3 การดึงดูดและการดูแลรักษาพนักงาน
4 อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน
5 การปฏิบัติต่อแรงงานและการเคารพสิทธิมนุษยชน

การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

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

คุณภาพสิ่งแวดล้อม

12 การบริหารจัดการด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
13 การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน
14 เศรษฐกิจหมุนเวียน
15 การจัดการขยะมูลฝอย

ความสงบสุข ศิลปวัฒนธรรม และความร่วมมือ

16 การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

5 บริษัทเปิดเผยแนวทางการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตามที่บริษัทกำหนด

หมวดย่อย 1
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยแนวทางการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแต่ละประเด็น ที่อย่างน้อยระบุเกี่ยวกับ

1. เป้าหมายของแต่ละประเด็น
2. การดำเนินการในปัจจุบันของแต่ละประเด็น
3. แผนงานที่จะบรรลุเป้าหมายของแต่ละประเด็น

เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยหลักสำคัญเหล่านี้ มีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้

01 การระบุประเด็นสำคัญ

คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร ได้ทำการรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาประเด็นเป็นไปตามกรอบดำเนินงานของบริษัทและเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ แนวทางสากลของ Global Reporting Initiative (GRI) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) แนวโน้มของโลก (Global Trend) ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs) และคณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board : SASB) รวมถึงประเด็นอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องซึ่งบริษัทให้ความสำคัญ อาทิ กลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงธุรกิจด้านการศึกษา

02 การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

บริษัทนำประเด็นความยั่งยืนที่รวบรวมมาผ่านกระบวนการคัดกรองเบื้องต้น โดยผ่านกระบวนการทบทวนจากที่ปรึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งบริษัทยังดำเนินการออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และกระบวนการทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญจากอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับบริษัท เพื่อรับทราบถึงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญทั้งนี้ในปี 2563 ได้มีการพิจารณาประเด็นการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพิ่มเติม เนื่องจากเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทเข้าร่วมให้ความเห็นกว่า 3,117 ราย

03 การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและทบทวน เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นด้านความยั่งยืนสำคัญจะถูกพิจารณาโดยตัวแทนผู้บริหารระดับสูง ผ่านการรับรองและจัดลำดับความสำคัญ โดยคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มีนัยต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หลังจากนั้นบริษัทดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของการประเมินและการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวัง มุมมอง และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอก โดยรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดการประชุมภายในบริษัทเพื่อทบทวนข้อมูลประกอบกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ อีกทั้งคณะกรรมการบริหารขององค์กรได้ทำการทบทวนกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านความเห็นชอบกับผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญประจำปี 2563 ซึ่งแสดงในเมทริกซ์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญด้านล่าง

เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยหลักสำคัญเหล่านี้ มีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ ดังนี้

01 การระบุประเด็นสำคัญ

คณะอนุกรรมการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร ได้ทำการรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาประเด็นเป็นไปตามกรอบดำเนินงานของบริษัทและเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ แนวทางสากลของ Global Reporting Initiative (GRI) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices : DJSI) แนวโน้มของโลก (Global Trend) ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs) และคณะกรรมการว่าด้วยมาตรฐานทางบัญชีความยั่งยืน (Sustainability Accounting Standards Board : SASB) รวมถึงประเด็นอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องซึ่งบริษัทให้ความสำคัญ อาทิ กลุ่มธุรกิจค้าปลีก กลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงธุรกิจด้านการศึกษา

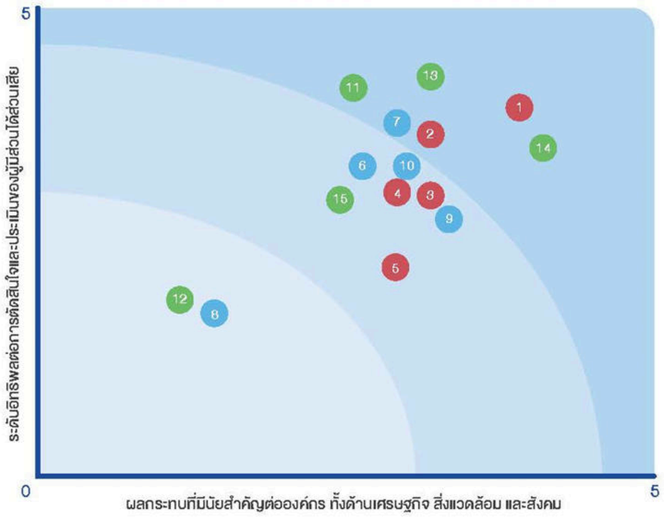
02 การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

บริษัทนำประเด็นความยั่งยืนที่รวบรวมมาผ่านกระบวนการคัดกรองเบื้องต้น โดยผ่านกระบวนการทบทวนจากที่ปรึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งบริษัทยังดำเนินการออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และกระบวนการทบทวนประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญจากอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับบริษัท เพื่อรับทราบถึงประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ทั้งนี้ในปี 2563 ได้มีการพิจารณาประเด็นการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพิ่มเติม เนื่องจากเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทเข้าร่วมให้ความเห็นกว่า 3,117 ราย

03 การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ และทบทวน เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นด้านความยั่งยืนสำคัญจะถูกพิจารณาโดยตัวแทนผู้บริหารระดับสูง ผ่านการรับรองและจัดลำดับความสำคัญโดยคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มีนัยต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หลังจากนั้นบริษัทดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของการประเมินและการจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวัง มุมมอง และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอก โดยรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดการประชุมภายในบริษัทเพื่อทบทวนข้อมูลประกอบกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ อีกทั้งคณะกรรมการบริหารขององค์กรได้ทำการทบทวนกระบวนการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านความเห็นชอบกับผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญประจำปี 2563 ซึ่งแสดงในเมทริกซ์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญด้านล่าง

ผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญปี 2563



HIGH
1. การกำกับดูแล
2. การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
7. การส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะ
11. การจัดการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
13. การจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ และการอนุรักษ์ระบบนิเวศ
14. ความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน

MEDIUM
3. การจัดการทุนมนุษย์
4. การสานสัมพันธ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การป้องกันและต่อต้านการทุจริต
6. การสร้างผลกระทบต่อสังคม
9. การจัดการนวัตกรรม
10. การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
15. การจัดการข้อขัดแย้ง และสร้างการยอมรับจากชุมชน

LOW
8. การส่งเสริมการศึกษา
12. การจัดการน้ำ

ความก้าวหน้าการดำเนินงานสู่เป้าหมายความยั่งยืนปี 2563

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

Heart — Living Right

1. การกำกับดูแลกิจการ
ทุกกลุ่มธุรกิจเปิดเผยผลการดำเนินงานผ่านรายงานความยั่งยืน
เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

2. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน
ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐาน UNGPBHR ครบทุกหน่วยธุรกิจหลัก
เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

3. การพัฒนาผู้นำและทรัพยากรบุคคล
ผู้นำและพนักงานผ่านการอบรมพัฒนาความรู้และความเข้าใจด้านความยั่งยืน
เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

4. ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ทุกกลุ่มธุรกิจมีกระบวนการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

5. การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
ร้อยละของอัตราการเกิดทุจริตต่อร้านสาขา
เป้าหมาย ร้อยละ 0
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 0.032

Health — Living Well

6. คุณค่าทางสังคม
ส่งเสริมอาชีพและคุณภาพชีวิตเกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มเปราะบาง
เป้าหมาย 10,000 ราย
ผลการดำเนินงาน 150,556 ราย

7. สุขภาพและสุขภาวะที่ดี
ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นสุขโภชนาการสุขภาพและสุขภาวะที่ดี
เป้าหมาย ร้อยละ 10
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 19.6

8. การศึกษา
สนับสนุนการเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น
เป้าหมาย 100,000 ราย
ผลการดำเนินงาน 375,970 ราย

9. การบริหารจัดการนวัตกรรม
มูลค่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ การบริการและกระบวนการ เพิ่มขึ้นเทียบปีฐาน 2559
เป้าหมาย ร้อยละ 150
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 160

10.การดูแลความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน
พื้นที่ดำเนินการประยุกต์ใช้มาตรฐานสากล ISO 45001:2018
เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 29

Home — Living Together

11. การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยรายได้ลดลงเทียบปีฐาน 2558
เป้าหมาย ร้อยละ 10
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 10.59

12. การดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ
ปริมาณน้ำนำมาใช้ต่อหน่วยรายได้ลดลงเทียบปีฐาน 2558
เป้าหมาย ร้อยละ 10
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 1.02

13. การปกป้องระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ
การประเมินการจัดหาจากแหล่งที่รับผิดชอบ
เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

14. การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบ
คู่ค้าที่สำคัญลำดับที่ 1 ได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน
เป้าหมาย ร้อยละ 100
ผลการดำเนินงาน ร้อยละ 100

15. การจัดการข้อขัดแย้งและสร้างการยอมรับจากชุมชน
ไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งที่สำคัญในทุกพื้นที่แหล่งดำเนินการของธุรกิจ
เป้าหมาย ไม่ให้เกิดข้อขัดแย้งที่สำคัญ
ผลการดำเนินงาน ไม่มีข้อขัดแย้งที่สำคัญ

ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย



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

6

บริษัทกำหนด**นโยบายและแนวปฏิบัติต่อพนักงาน/แรงงาน** อย่างเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติ และให้โอกาสที่เท่าเทียมกัน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลนโยบายและแนวปฏิบัติต่อพนักงาน/แรงงานอย่างเป็นธรรมที่ครอบคลุมทั้ง 5 ประเด็น

1. การจ้างงาน/เลิกจ้าง
2. การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ
3. การพัฒนาพนักงาน
4. การดูแลพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความปลอดภัยในการทำงาน
5. การรวมกลุ่มเจรจาต่อรองสิทธิประโยชน์ของพนักงาน

ประเด็นที่ 1 การจ้างงาน GRI 102-7, GRI 102-8, GRI 102-41

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

ประเด็นที่ 2 การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการแก่พนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรม รวมถึงสร้างความมั่นคงในสายอาชีพและมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพอย่างเป็นธรรม และจัดให้มีสวัสดิการด้านต่าง ๆ สำหรับพนักงานของบริษัทฯ ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ประกันสังคม และนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด เช่น มีประกันสุขภาพและอุบัติเหตุให้แก่พนักงานขาย พนักงานสารสนเทศ รวมทั้งพนักงานที่ปฏิบัติงานต่างจังหวัด ให้การช่วยเหลือสำหรับชุดฟอร์มพนักงาน รวมทั้งเงินช่วยเหลือประเภทต่าง ๆ เช่น เงินช่วยเหลือพนักงานสำหรับค่าพิธีฌาปนกิจบิดามารดาที่เสียชีวิตของพนักงาน ทุนการศึกษาสำหรับบุตรพนักงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ การคำนึงเรื่องความเป็นอยู่ของพนักงาน นอกเหนือเวลาการปฏิบัติงาน ก็เป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ตระหนักถึง โดยบริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการช่วยเหลือที่พักอาศัยบริเวณใกล้ที่ทำงาน จำนวนรวม 3 โครงการ 22 อาคาร ประกอบด้วยห้องพักมากกว่า 1,750 ห้องพัก พร้อมด้วยความสะดวก ปลอดภัย และสาธารณูปโภคต่าง ๆ อย่างครบครัน รวมถึงได้จัดให้มีสถานรับเลี้ยงเด็ก ที่มีมาตรฐานได้รับใบอนุญาตจัดตั้งสถานรับเลี้ยงเด็ก เพื่อรองรับบุตรหลานของพนักงาน ในขณะที่พนักงานปฏิบัติงานด้วย

ประเด็นที่ 3 การพัฒนาความรู้ศักยภาพของพนักงาน

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

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนการพัฒนาองค์กรและทรัพยากรบุคคล โดยเน้นกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดบทบาทหน้าที่ของพนักงานให้ชัดเจน การกำหนดผลตอบแทนที่เหมาะสมและปรับปรุงโครงสร้างเงินเดือนให้ทันสมัยอยู่เสมอ การพัฒนาระบบการประเมินและเพิ่มสมรรถนะการทำงานของพนักงานที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้จัดการฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ อาทิ ปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ภาวะผู้นำพลังกลุ่ม หลักสูตรระบบบริหารคุณภาพ เป็นต้น

ประเด็นที่ 4 นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

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

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

ประเด็นที่ 5 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

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

7

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการจ้างงานที่ให้โอกาสอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกปฏิบัติครอบคลุมผู้พิการและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอื่น

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล

1. จำนวนพนักงานผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้พิการ/ผู้สูงอายุ/ผู้ยากไร้/ผู้ต้องขัง/คนไร้บ้าน เป็นต้น
2. ในกรณีผู้พิการ ระบุว่าจ้างงานครบตามจำนวนที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ หากไม่ครบตามจำนวนต้องเปิดเผยว่านำส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ครบถ้วน ตรงตามกำหนดหรือล่าช้ากว่ากำหนด

นโยบายการส่งเสริมผู้พิการ

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

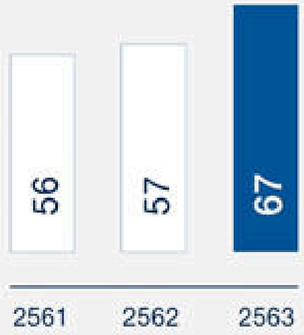
บริษัทฯ ได้เห็นถึง การยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการให้ดีขึ้น และเพื่อเป็นการส่งเสริมให้คนพิการได้มีโอกาสแสดงความสามารถ ซึ่งก่อให้เกิดการมีรายได้ พึ่งพาตนเองได้ และลดภาระของครอบครัวและสังคมที่ต้องให้การอุปการะเลี้ยงดู รวมทั้งเป็นการส่งเสริมให้คนพิการเป็นพลังสำคัญในการเสริมสร้างทางเศรษฐกิจของครอบครัวและประเทศต่อไป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

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

การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ *(คน)*



67 คน



8

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการจ่ายค่าตอบแทนของพนักงานอย่างเป็นธรรม สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ เพื่อจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มที่

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยแนวปฏิบัติเกี่ยวกับค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน ที่ครอบคลุมทั้ง 3 ประเด็น

1. เปิดเผยถึงการปฏิบัติ เช่น รายละเอียดเกณฑ์การขึ้นเงินเดือนพนักงานเทียบกับระดับผลประเมินพนักงาน รายงานการจ่ายค่าตอบแทนตามผลการประเมินของพนักงาน รายละเอียดสวัสดิการที่ให้กับพนักงาน เช่น รถรับส่ง ชุดยูนิฟอร์ม เป็นต้น)
2. เปิดเผยตัวเลขค่าตอบแทนรวมที่จ่ายให้กับพนักงาน
3. เปิดเผยสัดส่วนค่าตอบแทนพนักงานหญิงต่อพนักงานชาย

(ค) ค่าตอบแทนพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและสามารถแข่งขันได้ในตลาด รวมถึงการสร้างความมั่นคงในสายอาชีพ และมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพอย่างเป็นธรรม ทั้งยังจัดให้มีสวัสดิการด้านต่าง ๆ สำหรับพนักงานของบริษัทฯ ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ประกันสังคม และนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด เช่น ค่ารักษาพยาบาล รวมทั้งเงินช่วยเหลือประเภทต่าง ๆ เช่น ค่าเดินทาง ค่าน้ำมัน ค่าโทรศัพท์ เงินช่วยเหลือกรณีบิดา มารดา หรือพนักงานเสียชีวิต ค่ากระเช้าของเยี่ยมกรณีพนักงานเจ็บป่วย เงินช่วยเหลือกรณีติดเชื้อโควิด-19 ทุนการศึกษาปริญญาโทสำหรับพนักงาน ทุนการศึกษาสำหรับบุตรพนักงาน และส่วนลดพนักงานสำหรับซื้อสินค้าในเครือเซ็นทรัล เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีสวัสดิการภาคสมัครใจ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์ กองทุนฌาปนกิจสงเคราะห์ และโครงการร่วมทุนระหว่างนายจ้างและลูกจ้างของบริษัทฯ (Employee Joint Investment Program : EJIP) โดยรายละเอียดโครงการดูได้ในข้อ 7.4

บริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงาน เป็นจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 19,510 ล้านบาท และ 17,600 ล้านบาท สำหรับปี 2562 และรอบบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ตามลำดับ โดยค่าตอบแทนดังกล่าวอยู่ในรูปของเงินเดือน โบนัส ค่าทำงานกะ ค่าทำงานล่วงเวลา เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และค่าตอบแทนอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงเงินบำเหน็จและกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงานในประเทศไทย การส่งเงินสมทบในจำนวนร้อยละ 25 ของเงินเดือนพนักงานในประเทศเวียดนามเข้ากองทุนประกันสังคมตามกฎหมายประเทศเวียดนาม เพื่อเป็นทุนเกษียณอายุสำหรับพนักงาน และการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพและกองทุนบำเหน็จบำนาญสำหรับพนักงานในประเทศอิตาลีตามกฎหมายประเทศอิตาลี

มาตรฐาน GRI	ข้อมูล	หน่วย	ระยะเวลาเก็บข้อมูล ปี 2563 เพศชาย	เพศหญิง	ทั้งหมด
	ประเทศไทย				
	ความหลากหลายทางเพศ และการตอบแทนพนักงานที่เท่าเทียมกัน				
	จำนวนบุคลากรที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด	ร้อยละ ของบุคลากรทั้งหมด			45%
		คน			25,042
	จำนวนพนักงานเพศหญิงในระดับผู้จัดการ และผู้บริหารระดับสูง	ร้อยละ ของพนักงานในระดับเดียวกันทั้งหมด			41%
		คน			342
	จำนวนพนักงานเพศหญิงในระดับผู้จัดการ (Middle Management)	ร้อยละ ของพนักงานในระดับเดียวกันทั้งหมด			55%
		คน			342
	จำนวนพนักงานเพศหญิงในระดับผู้บริหารระดับสูง (Top Management)	ร้อยละ ของพนักงานในระดับเดียวกันทั้งหมด			43%
		คน			94
	จำนวนพนักงานเพศหญิงที่ดำเนินงานบริหารจัดการในฝ่ายที่สร้างรายได้ให้กับองค์กร อาทิ การขาย การตลาด การผลิต การพัฒนาธุรกิจ	คน			336
405-2	อัตราส่วน เงินเดือนพื้นฐานของพนักงานเพศหญิงและชาย	อัตราส่วน			

ขาดสัดส่วนค่าตอบแทน
พนักงานหญิงต่อพนักงานชาย

9

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมช่องทางการออมและสร้างหลักประกันทางการเงินสำหรับพนักงาน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมและสร้างหลักประกันทางการเงินสำหรับพนักงาน ที่ครบทั้ง 2 ประเด็น

1. บริษัทมีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หรือ สหกรณ์ออมทรัพย์สำหรับพนักงาน
2. จำนวนพนักงานทั้งหมดและจำนวนพนักงานที่เข้าร่วม หรือสัดส่วนการเข้าร่วมของพนักงาน (ร้อยละ)

บุคลากร

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

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

ในจำนวน 1,268 คน แบ่งออกเป็นเพศชาย 879 คน เพศหญิง 389 คน

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

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

10

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการส่งเสริมความรู้และทักษะของพนักงาน โดยสอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์องค์กร

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรของบริษัท ในหลากหลายรูปแบบ เช่น e-learning, โครงการเป็นพี่เลี้ยง Mentoring program, โครงการพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership Development) เป็นต้น โดยระบุ ชื่อหลักสูตร/โครงการ และข้อมูลจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน/คน/ต่อปี หรือจำนวนพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรม/ปี

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

กลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในปี 2563



01 อาชีพการงาน
องค์กรที่มีความหลากหลายทางกลุ่มธุรกิจไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น ฟู้ด ฮาร์ดไลน์ และแบรนด์ชั้นนำ

02 โอกาส
องค์กรที่เต็มไปด้วยโอกาส ที่จะเรียนรู้ หาประสบการณ์ใหม่ ๆ ในสายงานไม่ว่าจะเป็นในประเทศหรือต่างประเทศ

03 ความท้าทาย
ความท้าทายในการร่วมผลักดันธุรกิจที่อยู่ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง เติบโตอย่างรวดเร็ว และไม่หยุดนิ่ง

04 ความก้าวหน้า
องค์กรที่ไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

05 สถาพแวดล้อม
องค์กรที่เต็มไปด้วยพนักงานผู้มากประสบการณ์และมีความสามารถ ไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือต่างชาติที่อยู่ในทุกสายอาชีพ

ผลการดำเนินโครงการในปี 2563

- ผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 84 คน (2 รุ่น)

นอกเหนือจากโครงการดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ ยังมีหลักสูตรการฝึกอบรมและโครงการพัฒนาทักษะของพนักงานที่หลากหลาย ดังต่อไปนี้

1 **หลักสูตร Step-Up**
พัฒนาพนักงานให้มีทักษะรอบด้านเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเติบโตไปสู่ตำแหน่งหัวหน้างาน

2 **หลักสูตร Tech Catcher**
พัฒนาพนักงานสามารถประยุกต์ใช้นำนวัตกรรมในการทำงาน

3 **โครงการ Talent Rotation และโครงการ Talent Exchange**
เปิดโอกาสให้พนักงานทำงานข้ามฝ่ายหรือข้ามกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของธุรกิจได้ดีขึ้น และเรียนรู้ทักษะที่หลากหลายของแต่ละกลุ่มงาน

4 **โครงการ Career Roadmap**
ส่งเสริมให้พนักงานวางแผนการเติบโตในอาชีพ และประเมินศักยภาพของตนเองร่วมกับหัวหน้างาน

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





11

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและผลการส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (รวมถึงโรคระบาด)

แนวปฏิบัติที่ดี

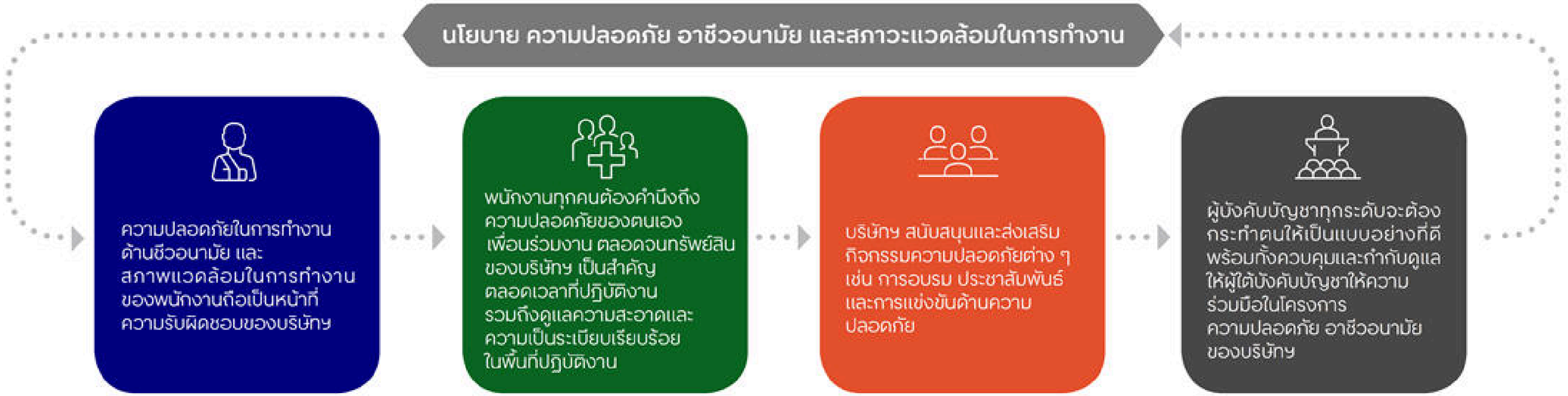
บริษัทมีการเปิดเผยแนวปฏิบัติเกี่ยวกับแผนงานด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน ที่ครอบคลุมทั้ง 2 ประเด็น

1. เปิดเผยถึงกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านความปลอดภัย และอาชีวอนามัยของพนักงาน เช่น การอบรมหนีไฟ การอบรมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น
2. เปิดเผยสถิติการเกิดอุบัติเหตุ/อัตราการหยุดงาน/อัตราการเจ็บป่วย ที่เกิดจากการทำงาน และระบุมาตรการป้องกันและบรรเทาความเสี่ยงจากประเด็นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น LTIFR

3.4.1.3 อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน (Occupational Health and Safety)

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

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



	สถิติการเจ็บป่วยเนื่องจากการปฏิบัติงาน	สถิติอุบัติเหตุไม่ร้ายแรง*	สถิติอุบัติเหตุร้ายแรงถึงแก่ชีวิต
เซ็นทรัล รีเทล สำนักงานใหญ่	0	3	0
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล	0	27	0
ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน	0	11	0
ซูเปอร์สปอร์ต	0	13	0
เพาเวอร์บาย	0	4	0
เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล**	0	24	0
เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป	0	6	0
ไทวัสดุและบ้าน แอนด์ บียอนด์	0	45	0
รวม	0	133	0

หมายเหตุ: * อุบัติเหตุไม่ร้ายแรง เช่น ตกบันได, ลื่นล้ม และชนประตู เป็นต้น
**ตัวเลขของเซ็นทรัล ฟู้ด รีเทลนี้รวมแฟมิลี่มาร์ทด้วย

12

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและผลการส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงาน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลแผนงานและผลการส่งเสริมความผูกพันและการรักษาพนักงานที่ครอบคลุมทั้ง 3 ประเด็น

1. แผนงานที่จะเพิ่มความพึงพอใจหรือความผูกพันของพนักงาน เช่น กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ เป็นต้น
2. เปิดเผยอัตราการลาออกของพนักงาน (ร้อยละ)
3. สัดส่วนความพึงพอใจหรือความผูกพันของพนักงาน (ร้อยละ)

การประเมินความผูกพันของพนักงาน

ความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรนั้นสามารถแปรผันได้ในแต่ละวัน บางวันรู้สึกผูกพัน หรือบางวันอาจจะรู้สึกไม่ผูกพัน บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกของพนักงานที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน จึงกำหนดการดำเนินการประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการดำเนินการของบริษัทใน 2 รูปแบบ ได้แก่

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

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

- สำหรับการประเมินความพึงพอใจของพนักงานภายในสถานประกอบ ในปี 2564 บริษัทมีการประเมินจากสถิติของพนักงานที่ลาออกและการสำรวจเหตุผลที่พนักงานลาออก เพื่อประเมินถึงจำนวนพนักงานที่ไม่พึงพอใจในการร่วมงานกับบริษัท โดย มีสถิติ ดังนี้

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

13

บริษัทมีนโยบายเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลความลับของลูกค้า

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

การป้องกันความเป็น ส่วนตัวของข้อมูล

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

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

14

บริษัทพัฒนาสินค้าและบริการที่ปลอดภัยต่อสุขภาพอนามัยของลูกค้า/ ผู้บริโภค

แนวปฏิบัติที่ดี

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

มุ่งมั่นพัฒนา สรรหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

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

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

03 ผักและผลไม้สด หรืออาหารที่คงสภาพสารอาหารที่เป็นประโยชน์ทางธรรมชาติ หรือผ่านการแปรรูปน้อยหรืออาหารที่รับประทานแล้วได้โภชนาการครบถ้วน และพลังงานที่เหมาะสมใน 1 มื้อ

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

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่วางจำหน่ายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ชื่อสินค้า

ถั่วลายเสือต้ม



คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ถั่วลิสง พันธุ์ถั่วลายเสือ โดยเพาะปลูกจากเกษตรกร แหล่งเพาะปลูกจากทางภาคเหนือ ลักษณะของถั่วมีลายคล้ายลายเสือโคร่งสวย และมีการคัดสรรฝักถั่วที่รูปร่างสมบูรณ์ เต็มเมล็ด ถั่วมีรสชาติโดดเด่นที่ความหวาน เนื้อมัน กรอบนุ่ม เคี้ยวเพลิน

ประโยชน์ต่อสุขภาพ

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

วันที่วางจำหน่าย

16 ตุลาคม 2563

จำนวนสาขาที่วางจำหน่าย

ทั่วประเทศ

ใส่ใจคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
แนวทางการจัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

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

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

กระบวนการเรียกคืนสินค้า

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

แผนผังกระบวนการเรียกคืนสินค้า



ข้อร้องเรียนทั้งหมดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ไม่ได้มาตรฐานในปี 2563

9,160 รายการ

ผลิตภัณฑ์ที่มีการเรียกคืนหลังตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้ว
116 รายการ

การเรียกคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานก่อนมีการร้องเรียน
23 รายการ

สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าด้วย SAVEQC

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

แนวทางการสร้างความพึงพอใจด้วย SAVEQC

Service

การบริการของพนักงาน (Signature Service)
- มีประสิทธิภาพ อัธยาศัยดี สุภาพ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า
- ทำเลที่ตั้งสะดวก และมีบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค 24 ชั่วโมง

Assortment

สินค้า
มีความหลากหลาย ตรงความต้องการ และมีปริมาณเพียงพอเต็มชั้นวาง

Value

สื่อโปรโมชั่น
ราคาสินค้ามีความเหมาะสมในแง่ของความคุ้มค่า

Environment

สภาพของร้าน
มีการจัดพื้นที่ในร้านและหน้าร้านที่ดี

Quality

คุณภาพ
มีมาตรฐาน มีความสดใหม่ ใส่ใจรสชาติ อาหารและเครื่องดื่ม

Cleanliness

ความสะอาด
ครอบคลุมพื้นที่ภายในร้านและอุปกรณ์ต่าง ๆ

15

บริษัทให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และไม่โฆษณาชวนเชื่อเกินความเป็นจริง

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการครบทั้ง 2 ประเด็น

1. นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการสื่อสารข้อมูลผลกระทบจากสินค้าหรือบริการที่ลูกค้า ผู้ใช้งาน หรือผู้บริโภคควรทราบ
2. ช่องทางการสื่อสารข้อมูลผลกระทบจากสินค้าหรือบริการ เช่น ฉลากสินค้า เอกสารประกอบการใช้งาน และระบุรายละเอียดที่สำคัญ เช่น ผู้ผลิต วันที่ผลิตและหมดอายุ วิธีการใช้งาน ผลกระทบต่อสุขภาพ ข้อมูลโภชนาการ ช่องทางติดต่อสำหรับลูกค้า ผู้ใช้งาน หรือผู้บริโภค หรือแนวทางที่บริษัทใช้ในการจัดทำโฆษณาสินค้าและบริการ ที่ตรงตามลักษณะ/คุณสมบัติของสินค้า/บริการ เป็นต้น

2. กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

2.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

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

(1) การกำหนดช่องทางเพิ่มเติมสำหรับผู้บริโภคในการร้องเรียนปัญหาต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีที่มีกฎหมายอื่นกำหนดในเรื่องการร้องเรียนใด ๆ ไว้เฉพาะและปรากฏว่าเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายดังกล่าวยังมิได้ดำเนินการภายใน 90 วันนับจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งตามกฎหมายนั้น ๆ หรือในกรณีที่มีความจำเป็นเร่งด่วนอันมิอาจปล่อยให้เนิ่นช้าออกไปได้ เป็นต้น

(2) การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านโฆษณา โดยการโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น ข้อความที่เกินความจริงและข้อความที่ทำให้เกิดการเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

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

16

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และมีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. นโยบายและแผนการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า
2. การกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า
3. ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

การสร้างประสบการณ์ของลูกค้า

ช่องทางออนไลน์เพื่อลูกค้าในสถานการณ์ COVID-19

SDGs 3 8 9

เป้าหมายและผลงาน

ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าจากการสำรวจผ่านช่องทาง SCG Contact Center เท่ากับ

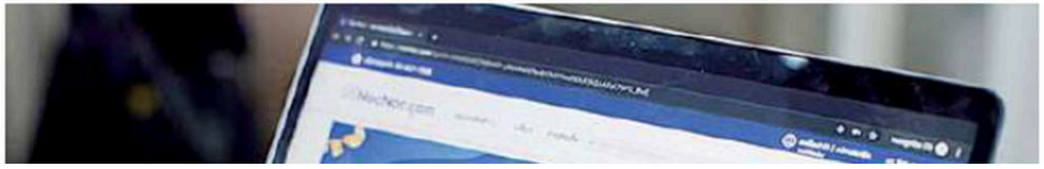
100%

ปี 2563

100%

เอสซีจีเดินหน้าพัฒนาร้านค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ตอบสนองพฤติกรรมลูกค้าในช่วงโควิด 19

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในปี 2563 กลายเป็นปัจจัยเร่งให้การดำเนินชีวิตของคนไทยหันมาใช้การติดต่อและทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เอสซีจีจึงมุ่งพัฒนาการซื้อขายสินค้า บริการ และโซลูชันต่าง ๆ ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อให้แข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังคงมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า



SCG HOME

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

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

การบริหารจัดการข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน

เพื่อยกระดับการให้บริการ ธนาคารได้กำหนดช่องทางที่หลากหลายในการรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการของธนาคาร เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคทางการเงิน อีกทั้งได้กำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา จัดการเรื่องร้องเรียน และการชดเชยเยียวยาที่มีความชัดเจน รวดเร็ว เป็นอิสระมีประสิทธิภาพยุติธรรมโดยมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์รับผิดชอบดูแล ทำหน้าที่ประสานงานแก้ไขปัญหา ติดตามความคืบหน้าตลอดจนเยียวยาชดใช้อย่างเป็นธรรม ในกรณีที่ลูกค้าแจ้งเข้ามาว่าไม่พึงพอใจต่อบริการในบางช่องทาง ธนาคารจะทำการติดต่อกลับเพื่อขอรายละเอียดเพิ่มเติมและนำกลับมาปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป นอกจากนี้ ธนาคารมีการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ วิเคราะห์ บันทึกสาเหตุของปัญหาเพื่อนำผลร้องเรียนไปปรับปรุงแก้ไข พัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ รวมถึงติดตามความคืบหน้าในการแก้ไขปัญหาต่างๆ และรายงานการดำเนินการ

ผลการดำเนินงานด้านการจัดการข้อร้องเรี

สัดส่วนช่องทางรับเรื่องร้องเรียน



KKP
Contact Center
ร้อยละ 78



KK Biz
Contact Center
ร้อยละ 0



Customer
Care Cente
ร้อยละ 0

การประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า

กลุ่มธุรกิจฯ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า จึงให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าควบคู่กับการสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคมเป็นสำคัญ และได้จัดให้มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าและคู่ค้าที่มาใช้บริการผ่านช่องทางต่างๆ ของกลุ่มธุรกิจฯ เป็นประจำทุกปี เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการและการพัฒนาธุรกิจ

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการผ่านสาขาธนาคาร

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

หมายเหตุ : ประเมินความพึงพอใจด้วยวิธีการ call survey

17

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ

YES OR NO

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงแนวทางในการคัดเลือกคู่ค้า เช่น คัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน คุณภาพของสินค้ามีมาตรฐาน มีการส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามเวลาที่กำหนด ไม่มีการทำผิดกฎหมายด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

3. คู่ค้า

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

1.2.4 การจัดหาสินค้าสินค้าคงเหลือและการกระจายสินค้า

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

(1) การคัดเลือกและความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

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

ซัพพลายเออร์ทุกรายที่จัดหาสินค้าในกลุ่มฟู้ดจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กลุ่มบริษัทฯ กำหนดในเรื่องต้นทุน การกำหนดคุณภาพและคุณลักษณะของสินค้า แผนการตลาด กำลังการผลิต การเติมสินค้า และการจัดส่งสินค้า อีกทั้ง ต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ตลอดจนมาตรฐานความปลอดภัยอาหารของกลุ่มบริษัทฯ และตามที่กฎหมายหรือกฎเกณฑ์กำหนด นอกจากนี้ ซัพพลายเออร์ทุกรายของกลุ่มบริษัทฯ จะต้องรับผิดต่อลูกค้าโดยตรงในบางกรณีโดยเป็นไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด

18

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถของคู่ค้า

BONUS

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล

1. นโยบายและกระบวนการเกี่ยวกับการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถของคู่ค้า เช่น การร่วมมือพัฒนาสินค้า บริการ และนวัตกรรมซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทและคู่ค้า เป็นต้น
2. แผนงานที่จะพัฒนาและยกระดับศักยภาพคู่ค้า เช่น การจัดอบรม/สัมมนา เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของคู่ค้า การร่วมมือพัฒนาสินค้า บริการ และนวัตกรรม เป็นต้น
3. ผลการดำเนินงานจากการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้าที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการที่พัฒนาร่วมกับคู่ค้าซึ่งอาจเป็นผลลัพธ์ในเชิงปริมาณหรือคุณภาพก็ได้

เป้าหมายด้านความยั่งยืน

100%

ของคู่ค้าที่ยอมรับ และปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า

100%

ของคู่ค้ารายใหม่เข้ารับการตรวจประเมินก่อนการซื้อขายด้วยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล (ESG)



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



ABLE ACADEMY

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

80%

คะแนนสอบวัดผลหลังการฝึกอบรม
(เกณฑ์ผ่านการอบรม 80%)





90%

คุณภาพงานช่างประเมินหลังเข้าอบรม
(เกณฑ์คุณภาพ 80%)

19

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement)

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผย กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างโดยละเอียดตามหลักการ Green Procurement ที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

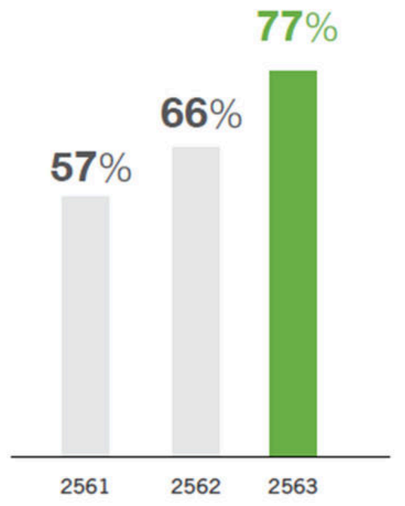
การจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

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

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

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

สัดส่วนมูลค่าการจัดหาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



20

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ
การปฏิบัติต่อเจ้าหนี้
อย่างมีความรับผิดชอบ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูล

1. นโยบายเกี่ยวกับการปฏิบัติที่เป็นธรรมและรับผิดชอบต่อเจ้าหนี้ โดยเฉพาะเรื่อง เงื่อนไขค้ำประกัน การบริหารเงินทุน และมาตรการป้องกันการผิดนัดชำระหนี้ เป็นต้น
2. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับเจ้าหนี้ เช่น การปฏิบัติตามเงื่อนไขการชำระคืนเงินกู้ เงื่อนไขค้ำประกัน การบริหารเงินทุน และกรณีที่เกิดการผิดนัดชำระหนี้ เป็นต้น

6. เจ้าหนี้

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

21

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ การปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างรับผิดชอบ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. นโยบายและแผนการเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อคู่แข่งอย่างรับผิดชอบ เช่น การไม่ทำข้อตกลงกับคู่แข่งหรือผู้ประกอบธุรกิจอื่นที่เป็นการผูกขาดหรือลดการแข่งขันในตลาด การไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีที่ไม่สุจริต เป็นต้น
2. รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการในปีที่ผ่านมา เช่น มีการกำหนดเป้าหมายเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อคู่แข่ง และรายงานว่าได้ทำตามแผนงานนั้นหรือไม่ หรือรายงานว่าไม่มีข้อพิพาทกับคู่แข่งเกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา เป็นต้น

4. นโยบายด้านการปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า

บริษัทจะปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม เช่น การจ่ายเงินสินจ้างให้แก่พนักงานของคู่แข่ง เป็นต้น และไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย

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

22

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนส่งเสริมการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนและสังคม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ



แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. นโยบายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน และสังคม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ
2. กลยุทธ์และแผนงานในการพัฒนาให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนหรือแก้ไขปัญหาของสังคมใกล้และ/หรือไกล

22

3.4.2 ผลการดำเนินงานด้านสังคม

(One Report)

ตัวอย่าง

กิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนให้มีความแข็งแกร่ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และต่อยอดการเป็นคู่ค้าทางธุรกิจในการสรรหาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัทฯ อีกทั้ง ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

8. **ชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม**

บริษัทใส่ใจและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของผู้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทและส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทมีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างและรักษาไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่

(Code of conduct)

CRC

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ อีกทั้งเพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ในระยะยาว

กลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน

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

การพัฒนาชุมชนจะต้องอยู่บนความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่ จึงได้มีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจความต้องการและความคาดหวังจากชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมทั้งประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และนำข้อคิดเห็นของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียมาพัฒนาเป็นแนวทางในการดำเนินการ

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

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

เชียงใหม่
ท่องเที่ยววิถีชุมชน
แม่ทาออร์แกนิค

จำนวนสมาชิก
60
คน

สร้างรายได้
5
ล้านบาท



ผลการดำเนินงาน

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

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

23

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการ ที่บริษัทเป็นผู้ดำเนินการเองหรือร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรในการพัฒนาชุมชนและสังคม

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. ข้อมูลการวิเคราะห์ผลที่คาดว่าชุมชน/สังคมและบริษัทจะได้รับจากการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาชุมชนและสังคม
2. การนำเสนอกิจกรรมที่ได้จัดขึ้น/เข้าไปมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคมในปีที่ผ่านมา

ส่งเสริมเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี

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

นอกจากนี้ การดำเนินงานด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรยังสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 1 ที่มุ่งดำเนินงานเพื่อลดความยากจนทั้งทางเศรษฐกิจ และมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป้าหมายที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพทางการเกษตรและรายได้ของผู้ผลิตเพื่อมุ่งขจัดความหิวโหย และเป้าหมายที่ 10 ที่มุ่งสนับสนุนการเติบโตของรายได้ประชากร เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านความเป็นอยู่ของเกษตรกร

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ โครงการ 7-11 เคียงข้างเกษตรกรไทย

สร้างรายได้และความมั่นคงให้กับครอบครัวเกษตรกร และ SMEs

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

โครงการกล้วยหอมทอง

โครงการกล้วยหอมทอง เป็นโครงการที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 โดยดำเนินการสนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ตั้งแต่การทำสื่อการสอนให้ความรู้แก่เกษตรกร ส่งเสริมการปลูกอย่างมีมาตรฐาน สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา การแปรรูป ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าผ่านร้านเซเว่นอีเลฟเว่น



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

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

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

- สร้างรายได้ที่มั่นคง
- เพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตร
- พัฒนามาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตร

ผลกระทบด้านสังคม

- สร้างศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกกล้วย
- สร้างอาชีพถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น
- การพึ่งพาตนเองแบบยั่งยืนของชุมชน เกิดเป็นกลุ่มเกษตรกรเข้มแข็ง มีความสามารถในการแข่งขัน
- สุขภาพที่ดีขึ้นของคนในชุมชน อันเนื่องมาจากการลดการใช้สารเคมี

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

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

คุณค่าทางเศรษฐกิจ

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

คุณค่าทางสังคม

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

คุณค่าทางสิ่งแวดล้อม

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

การประเมินและวัดผลกระทบทางธุรกิจ

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

โครงการกล้วยหอมทองก่อให้เกิด | ผลกระทบเชิงบวก > ผลกระทบเชิงลบ | 42 เท่า

24

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแส การจัดการข้อร้องเรียน ช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน และการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

YES OR NO

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. นโยบายการแจ้งเบาะแส/ข้อร้องเรียน ของบริษัท
2. ช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน เช่น ไปรษณีย์ / อีเมล์ / โทรศัพท์ / เว็บไซต์
3. กระบวนการในการจัดการกับเรื่องที่ได้รับการแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน
4. แนวทางในการปกป้อง/คุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส/ร้องเรียน

ช่องทางการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด หรือข้อร้องเรียน

คณะกรรมการบริษัท จัดให้มีกระบวนการจัดการและช่องทางในการรับแจ้งเบาะแส และ/หรือข้อร้องเรียนทุกรูปแบบ จากผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทุกกลุ่ม โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

ติดต่อกรรมการอิสระ

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

ติดต่อกรรมการบริษัท

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

ติดต่อคณะกรรมการสรรหา พิจารณาค่าตอบแทน และกำกับดูแลกิจการ

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

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

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

การดำเนินการเมื่อได้รับเรื่องร้องเรียน

คณะกรรมการตรวจสอบจะเป็นผู้พิจารณาเรื่องร้องเรียนที่ได้รับและแจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนและดำเนินการแก้ไขอย่างเหมาะสมโดยคณะกรรมการตรวจสอบจะติดตามผลความคืบหน้าเป็นระยะซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะแจ้งผลการดำเนินงานภายในระยะเวลาที่เหมาะสมให้แก่ผู้ร้องเรียนทราบ และคณะกรรมการตรวจสอบจะรายงานให้คณะกรรมการบริษัททราบ

มาตรการคุ้มครองและรักษาความลับของผู้ร้องเรียน

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

25

บริษัทเปิดเผยผลการติดตามการแจ้งเบาะแสและกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนในรอบปีที่ผ่านมา

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. เปิดเผยสถิติกรณีการแจ้งเบาะแสและการข้อร้องเรียนในรอบปีที่ผ่านมา โดย นำเสนอข้อมูลความคืบหน้าการจัดการกรณีการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนในปีที่ผ่านมา รวมถึงกระบวนการในการปรับปรุงเพื่อไม่ให้เกิดเหตุซ้ำหรือรายละเอียดการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ หรือ
2. ในกรณีที่ไม่มีการแจ้งเบาะแส ต้องระบุว่าไม่มี และระบุ มาตรการที่บริษัทใช้เพื่อป้องกันไม่ให้บริษัทเกิดกรณีการแจ้งเบาะแส

การแจ้งเบาะแส

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

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

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



การจัดการด้าน ความยั่งยืนในมิติสังคม

- การเคารพสิทธิมนุษยชน
- การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น

Social Dimension

26

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

มีการเปิดเผยนโยบายและแผนงานเกี่ยวกับการดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น ไม่ใช้แรงงานเด็ก การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยก เพศ เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม เป็นต้น

26

ตัวอย่าง

แนวทางการดำเนินงาน

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

กระบวนการติดตามสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน

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

นโยบายสิทธิมนุษยชน

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

- ออกแบบมาตรการป้องกันและลดผลกระทบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
- นำมาตรการในเบื้องต้นไปปฏิบัติใช้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามผลและทบทวนกระบวนการ

มีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เช่น พนักงาน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคประชาสังคม เพื่อสื่อสารผลลัพธ์การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัท

- การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- การจัดตั้งกลไกรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

เคารพสิทธิมนุษยชน ยึดมั่นหลักการสากล ร่วมสร้างสังคมสันติสุข



เป้าหมายปี 2563

ร้อยละ 100 ของกิจกรรมทางธุรกิจ และพื้นที่ดำเนินการบริษัทมีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (HRDD) ตามมาตรฐาน UNGPBHR

ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย

กิจกรรมทางธุรกิจ และพื้นที่ดำเนินการบริษัทมีการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน (HRDD) ตามมาตรฐาน UNGPBHR (ร้อยละ)



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ปี 2563

ร้อยละ 100
มีการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD) ของทุกกิจกรรม และพื้นที่ดำเนินการบริษัท รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าที่สำคัญ

ร้อยละ 90
พนักงานระดับผู้จัดการทั่วไปในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ Salient Issues ผ่านการอบรมหลักสูตร "สิทธิมนุษยชนกับภาคธุรกิจ"

ร้อยละ 100
พันธมิตรทางธุรกิจ (สโตร์พาร์ทเนอร์) ได้รับการให้ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชน

ร้อยละ 81
คู่ค้าลำดับที่ 1 ได้รับการให้ความรู้ด้านสิทธิมนุษยชน

ได้รับรางวัลองค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการดีเด่นต่อเนื่องเป็นปีที่ 4

สถานประกอบกิจการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน 10 ปี ติดต่อกัน

ได้รับการประเมิน Children's Rights and Business ระดับ Leader ที่ 7.8 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 (ค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม 3.9 คะแนน)

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

5 ความเท่าเทียมระหว่างเพศ
SDG5 บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน
5.1 ยุติการเลือกปฏิบัติทุกรูปแบบที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิงในทุกที่

8 การเติบโตและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ
SDG8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพและการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน
8.5 บรรลุการจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับหญิงและชายทุกคน รวมถึงเยาวชนและผู้มีภาวะทุพพลภาพ และให้มีการจ่ายที่เท่าเทียมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน
8.8 ปกป้องสิทธิแรงงานและส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคงสำหรับผู้ทำงานทุกคน รวมถึงผู้ทำงานต่างด้าว โดยเฉพาะหญิงต่างด้าว และผู้ที่ทำงานเสี่ยงอันตราย

10 ลดความเหลื่อมล้ำ
SDG10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ
10.3 สร้างหลักประกันว่าจะมีโอกาสที่เท่าเทียมและลดความไม่เสมอภาคของผลลัพธ์ รวมถึงโดยการพัดกฎหมาย นโยบาย และแนวปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติ และส่งเสริมการออกกฎหมาย นโยบาย และการกระทำที่เหมาะสม

16 สังคมสงบสุขและเป็นธรรม ความรับผิดชอบ ตามรัฐบาลที่ยั่งยืนเพื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
SDG16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิผล รับผิดรับชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ
16.3 ส่งเสริมนิติธรรมทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ และสร้างหลักประกันว่าจะมีการเข้าถึงความยุติธรรมอย่างเท่าเทียมแก่ทุกคน

27

บริษัทเปิดเผยผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Right Due Diligence) ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ

Thai Institute of Directors

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผย

1. การบริหารความเสี่ยงและมาตรการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน
2. ผลการดำเนินงานจากการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนในปีที่ผ่านมา
3. จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่บริษัทถูกร้องเรียนว่ามีการละเมิดสิทธิมนุษยชนในกระบวนการดำเนินธุรกิจ พร้อมระบุมาตรการแก้ไขและเยียวยา
   (ในกรณีที่ไม่มี ต้องระบุว่า ไม่มี)

BONUS

ต่อการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยกลุ่มเอ็กโกมีกระบวนการตรวจสอบสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) และประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Risk Assessment) ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ครอบคลุมถึงบุคลากร กิจกรรมของบริษัท ผลิตภัณฑ์ คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ตามหลักการว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights – UNGP) เพื่อทราบถึงประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นและให้มั่นใจว่ากลุ่มเอ็กโกดำเนินธุรกิจอย่างสอดคล้องกับความมุ่งมั่นด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเพื่อแสดงให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนตระหนักถึงความมุ่งมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสีย

กระบวนการตรวจสอบสถานะด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านของกลุ่มเอ็กโก



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

ช่องทางการสื่อสารและรับข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนของกลุ่มเอ็กโก

www.egco.com
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)
อาคารเอ็กโก เลขที่ 222 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงทุ่งสองห้อง
เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิทธิมนุษยชนของกลุ่มเอ็กโก

กลุ่มเอ็กโกส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิทธิมนุษยชนผ่านการฝึกอบรมและการตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท เพื่อสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจให้แก่บุคลากรของกลุ่มเอ็กโกทั่วทั้งองค์กร โดยในปี พ.ศ. 2563 บุคลากรของกลุ่มเอ็กโกทุกคน (ร้อยละ 100) ผ่านการฝึกอบรมด้านสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ กลุ่มเอ็กโกมีแผนที่จะจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อตรวจประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมทุกขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ (ร้อยละ 100) ในปี พ.ศ. 2564 เพื่อตรวจสอบถึงประเด็นความเสี่ยงด้านมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งรวมไปถึงโอกาส และความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของกลุ่มเอ็กโก เพื่อให้สามารถวางแผน และจัดทำมาตรการรวมถึงแนวทางในการลดความเสี่ยงเหล่านั้นที่อาจจะเกิดขึ้นต่อไป

ในปี 2563 กลุ่มเอ็กโกไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการรายงานในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนทั้งจากกิจกรรมของบริษัท การดำเนินธุรกิจและตลอดห่วงโซ่อุปทาน

28

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. นโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และ
2. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและห้ามจ่ายสินบนเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจของบริษัทไว้อย่างชัดเจน หรือ
3. ในกรณีบริษัทมีการผลักดันให้ บ.ลูกค้า บ.คู่ค้าหลัก เข้ามาเป็นแนวร่วมในการต่อต้านคอร์รัปชัน (Change Agent)

YES OR NO

28

ตัวอย่าง

นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

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

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

"ห้ามคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ดำเนินการหรือยอมรับการทุจริตและการคอร์รัปชันในทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อหาประโยชน์ให้กับตนเอง ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับ ผู้ให้ หรือผู้เสนอให้สินบน ทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน โดยนโยบายการต่อต้านการทุจริตและการคอร์รัปชันนี้ครอบคลุมถึงทุกธุรกิจและทุกหน่วยงานทั้งภายนอกและภายในที่เกี่ยวข้องกับบริษัท จีเอฟพีที [illegible] จะให้มีการประเมินผลการปฏิ[illegible] และการคอร์รัปชันนี้อย่างสม่ำ[illegible] ปฏิบัติ และข้อกำหนดในการดำเนินการเพื่อเหลอดคลองกบการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับ ของทางบริษัทฯ และข้อกำหนดของกฎหมาย"

1. ไม่ทำพฤติกรรมใด ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นการรับสินบน หรือติดสินบน แก่ผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องที่ตนทำหน้าที่รับผิดชอบทั้งโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ในทางมิชอบ โดยปฏิบัติดังนี้

GFPT

29

เปิดเผยกระบวนการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน และผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

Thai Institute of Directors

แนวปฏิบัติที่ดี

1. บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน
2. เปิดเผยกระบวนการและมาตรการในการจัดการความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน
3. เปิดเผยสถิติการเกิดกรณีการทำผิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท (ในกรณีที่ไม่มี ต้องระบุว่า ไม่มี)

อีกทั้งบริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตภายในบริษัทฯ รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านคอร์รัปชัน บริษัทฯ เชื่อว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทุจริต คอร์รัปชัน สามารถควบคุมได้ด้วยระบบการควบคุมภายในที่ดี มีการจัดการกระบวนการทำงาน การแบ่งแยกหน้าที่และโครงสร้างหน่วยงานที่ชัดเจน
รอยต่อการทำงาน มีการส่งเสริมแ
การปฏิบัติตามมาตรฐานทางคุณธ
บุคลากรให้มีความรู้ ความสามาร
ปฏิเสธเรื่องทุจริต คอร์รัปชัน สร้างเ
ปฏิบัติการเฝ้าระวัง มีการสนับสนุนแ
รับเรื่องร้องเรียน รวมถึงมาตรการคุ้มครองและรักษาความลับของผู้ร้องเรียน มีกระบวนการตรวจสอบ ติดตาม ควบคุม เพื่อเป็นการส่งสัญญาณการเฝ้าระวังปัญหาทุจริต คอร์รัปชันของบริษัทฯ อย่างจริงจัง มีกระบวนการสืบสวน สอบสวนที่โปร่งใส น่าเชื่อถือและมีความยุติธรรม มีการกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน และเข้มงวดต่อคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับที่กระทำการทุจริตคอร์รัปชัน โดยบริษัทฯ จะถือปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

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

30

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการส่งเสริมความรู้แก่พนักงานในเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. รูปแบบการให้ความรู้แก่พนักงาน เช่น การจัดอบรม การเผยแพร่ผ่าน Intranet ของบริษัท การให้ลงนามรับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย เป็นต้น
2. ข้อมูลเชิงปริมาณและรายละเอียดการให้ความรู้ เช่น ชื่อหลักสูตร จำนวนคนที่ได้รับการอบรม จำนวนพนักงานที่ลงนามรับทราบ เป็นต้น

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

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

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

การจัดการด้านความยั่งยืน มิติสิ่งแวดล้อม



- การจัดการเรื่องพลังงาน
- การจัดการเรื่องน้ำ
- การจัดการเรื่องขยะ ของเสีย หรือมลพิษ
- การจัดการเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจก

Environmental Dimension

31

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผยข้อมูล

1. นโยบายและแผนการเกี่ยวกับการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้พลังงาน การใช้น้ำ การจัดการขยะ ของเสีย มลพิษ การจัดการก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น
2. ข้อมูล/รายงานการติดตามการปฏิบัติตามนโยบาย/แผนการ/แนวปฏิบัติที่แสดงถึงการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท

Thai Institute of Directors

3. การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม



นโยบายสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะปฏิบัติเพื่อให้บรรลุถึงปรัชญา บริษัทฯ มุ่งเน้นผลิตและบริการอย่างมีคุณภาพ ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้บริบทของบริษัทฯ จึงแสดงเจตจำนงที่จะบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมไว้ ดังนี้ **"ลดการใช้ทรัพยากร ปกป้องสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามข้อผูกมัดบังคับ ร่วมสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสังคม"** สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์บริษัทฯ https://www.gfpt.co.th ภายใต้หัวข้อ นโยบายสิ่งแวดล้อม

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

ทรัพยากรน้ำเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการผลิตเนื้อไก่แปรรูป บริษัทฯ ได้มีแบบแผนการกำหนดปริมาณการใช้น้ำอย่างเหมาะสมในทุกขั้นตอนการผลิต มีระบบการจัดเก็บข้อมูลปริมาณการใช้น้ำเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิต ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาวิธีการ ระบบ หรือเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ หรือเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่ามากที่สุด

โดยในการใช้น้ำเพื่อการผลิตและการอุปโภคของบริษัทฯ มีการใช้น้ำทั้งจากน้ำประปาและน้ำบาดาล โดยบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตใช้น้ำบาดาลจากสำนักควบคุมกิจการน้ำบาดาล กรมทรัพยากรน้ำบาดาล เพื่อประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ในปริมาณรวมวันละไม่เกิน 3,500 ลูกบาศก์เมตร

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

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

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการอนุรักษ์พลังงานมาอย่างต่อเนื่องมีระบบการจัดเก็บข้อมูลการใช้พลังงานของกระบวนการผลิตเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนการควบคุมการใช้พลังงาน ขณะเดียวกันยังได้ออกแบบเครื่องจักรอุปกรณ์และกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและใช้พลังงานน้อยที่สุด

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

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

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

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

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

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

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

32

บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและผลการส่งเสริมความรู้แก่พนักงานที่สอดคล้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. รูปแบบการให้ความรู้แก่พนักงาน เช่น การจัดอบรม การเผยแพร่ผ่าน Intranet ของบริษัท การให้ลงนามรับทราบและจะปฏิบัติตามนโยบาย เป็นต้น
2. ข้อมูลเชิงปริมาณและรายละเอียดการให้ความรู้ เช่น ชื่อหลักสูตร จำนวนคนที่ได้รับการอบรม จำนวนพนักงานที่ลงนามรับทราบ เป็นต้น



Thai Institute of Directors

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

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

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

33

บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการด้านพลังงาน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยรายงานหรือเอกสารที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณในการใช้พลังงานของบริษัท เช่น ปริมาณร้อยละของปริมาณไฟฟ้า/พลังงานที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดการใช้พลังงานต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น

YES OR NO

Thai Institute of Directors

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและพลังงาน

ปัญหาโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงมากขึ้น นำมาซึ่งความร่วมมือของทั่วโลกในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและใช้นวัตกรรมในการดูดกลับก๊าซเรือนกระจก เอสซีจีจึงตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นไปตามความตกลงปารีส ควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้สูงเกิน 1.5 องศาเซลเซียส และการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 โดยกำกับดูแลและดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่องตามแนวทางสากลในทุกหน่วยธุรกิจ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

เป้าหมาย

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

กลยุทธ์

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

ผลการดำเนินการ ปี 2563

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

เป้าหมาย : 1.ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วยผลิต MVA แปรผันเพิ่มขึ้นไม่เกิน 5% จากปีฐาน 2562

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ได้ตามเป้าหมาย ลดลง 8.23%

เป้าหมาย : 2.ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซลเพื่อการขนส่งต่อยอดผลิต MVA แปรผันเพิ่มขึ้นไม่เกิน 5% จากปีฐาน 2562

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ได้ตามเป้าหมาย ลดลง 0.01%

34 บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการจัดการพลังงาน

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. แผนงานการจัดการพลังงานของบริษัท เช่น การลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง การใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น
2. ผลลัพธ์หรือประโยชน์จากการจัดการพลังงาน เช่น ร้อยละการลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละการใช้พลังงานทดแทน หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น

Thai Institute of Directors

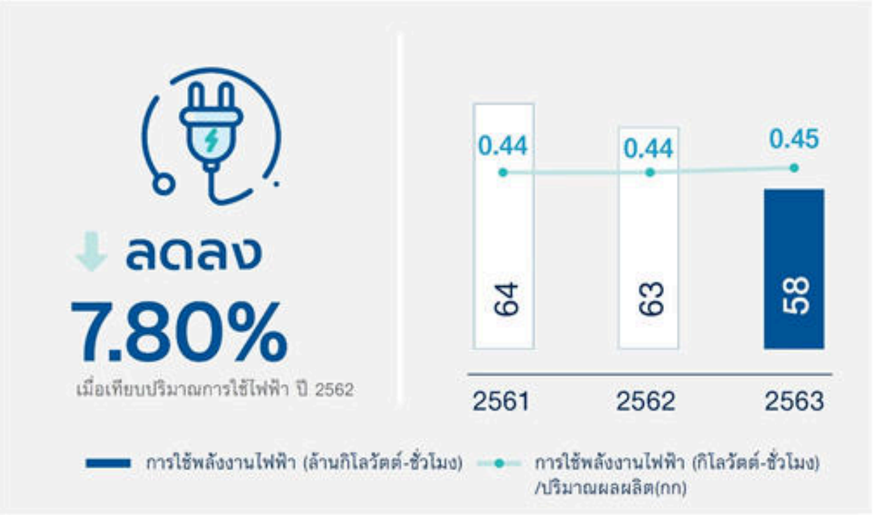
พลังงาน GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 302-1, GRI 302-4

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการอนุรักษ์พลังงานมาอย่างต่อเนื่องมีระบบการจัดเก็บข้อมูลการใช้พลังงานของกระบวนการผลิตเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนการควบคุมการใช้พลังงาน ขณะเดียวกันยังได้ออกแบบเครื่องจักรอุปกรณ์และกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและใช้พลังงานน้อยที่สุด

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

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

การใช้พลังงานไฟฟ้า



35

บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการเรื่องทรัพยากรน้ำ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยรายงานหรือเอกสารที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณในการลดความเข้มข้นหรือปริมาณการใช้น้ำของบริษัท เช่น ปริมาณการใช้น้ำที่ต้องการลด ร้อยละของปริมาณการใช้น้ำที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดการใช้การใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น

YES OR NO

Thai Institute of Directors

การจัดการทรัพยากรน้ำ GRI 303-1, GRI 303-2

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

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

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

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

ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

ร้อยละของปริมาณน้ำที่นำกลับมาใช้ใหม่และนำกลับมาใช้ซ้ำ ต่อปริมาณดึงน้ำ (น้ำจืด) ทั้งหมดของ ปตท.

ปี	2560	2561	2562	2563
ร้อยละ	3.99	6.44	9.14	7.58

เป้าหมาย : 3.ปริมาณการใช้น้ำประปาและบาดาลทุกพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่ลดลง 5% จากปีฐาน 2562

ผลลัพธ์ : ปี 2563 มีผลการดำเนินดังนี้

ปริมาณการใช้น้ำประปานครหลวงของสำนักงานกรุงเทพในปี 2563 เพิ่มขึ้น 3.41%ไม่ได้เป้าหมาย

ปริมาณการใช้น้ำบาดาล โรงงานจังหวัดระยองในปี 2563 ลดลง 8.79%
ได้ตามเป้าหมาย

ปริมาณการใช้น้ำบาดาล โรงไฟฟ้า Q Solar 1 ในปี 2563 ลดลง 4.19%
ไม่ได้ตามเป้าหมาย

36 บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการจัดการทรัพยากรน้ำ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. แผนงานเกี่ยวกับการใช้น้ำของบริษัท เช่น การลดการใช้น้ำ การลดการสูญเสียน้ำ การนำน้ำเสียมาบำบัดและนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น
2. ผลลัพธ์หรือประโยชน์จากการจัดการทรัพยากรน้ำ เช่น ร้อยละการลดการใช้น้ำ ร้อยละการนำน้ำเสียมาบำบัดและนำกลับมาใช้ ร้อยละของน้ำเสียที่ได้รับการบำบัดก่อนทิ้ง หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น



IOD
Thai Institute of Directors

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

ทรัพยากรน้ำเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการผลิตเนื้อไก่แปรรูป บริษัทฯ ได้มีแบบแผนการกำหนดปริมาณการใช้น้ำอย่างเหมาะสมในทุกขั้นตอนการผลิต มีระบบการจัดเก็บข้อมูลปริมาณการใช้น้ำเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนควบคุมการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิต ควบคู่ไปกับการวิจัยและพัฒนาวิธีการ ระบบ หรือเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ หรือเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำให้คุ้มค่ามากที่สุด

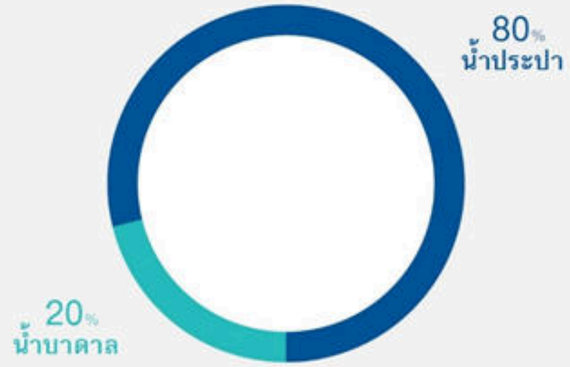
โดยในการใช้น้ำเพื่อการผลิตและการอุปโภคของบริษัทฯ มีการใช้น้ำทั้งจากน้ำประปาและน้ำบาดาล โดยบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตใช้น้ำบาดาลจากสำนักควบคุมกิจการน้ำบาดาล กรมทรัพยากรน้ำบาดาล เพื่อประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม ในปริมาณรวมวันละไม่เกิน 3,500 ลูกบาศก์เมตร

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

ปริมาณการใช้น้ำ



สัดส่วนการใช้น้ำจากแหล่งน้ำต่างๆ และปริมาณการใช้น้ำประปา และน้ำบาดาล ในปี 2563



37

บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยรายงานหรือเอกสารที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณในการลดขยะ ของเสีย หรือการลดมลพิษของบริษัท เช่น การป้องกันและลดการเกิดของเสียทั่วไปหรือของเสียไม่อันตราย ร้อยละของขยะ ของเสีย หรือมลพิษจากการผลิตที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดขยะ ของเสีย หรือมลพิษจากการผลิตการต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น

YES OR NO

Thai Institute of Directors

การจัดการของเสียอุตสาหกรรม

เอสซีจียึดหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในการจัดการของเสีย โดยเน้นการวิจัยและพัฒนาเพื่อนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ และเพิ่มมูลค่าให้ของเสีย การจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่เหมาะสมก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน เอสซีจีจึงพยายามกำกับดูแลการส่งของเสียไปจัดการภายนอก และเพิ่มการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

เป้าหมาย

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

กลยุทธ์

1. ลดปริมาณของเสียจากแหล่งกำเนิด
2. บริหารจัดการของเสียอุตสาหกรรมตามหลัก 3Rs และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ทั้งของเสียอันตราย และไม่อันตรายภายในเอสซีจีให้มากที่สุด
3. วิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงเพิ่มมูลค่าให้ของเสีย (R&D)
4. การจัดการของเสียอุตสาหกรรม โดยไม่ฝังกลบ
5. ลดการกำจัดของเสียโดยการเผาทำลายโดยไม่ได้พลังงาน

การดำเนินงานปี 2563

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

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

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

เป้าหมาย : 2. สร้างวัฒนธรรมสีเขียว คัดแยกขยะ สู่เป้าหมาย Zero waste to Landfill

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ได้ตามเป้าหมาย

38

บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการจัดการขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. แผนงานเกี่ยวกับการจัดการขยะ ของเสีย และ/หรือการลดมลพิษจากการผลิตของบริษัท เช่น การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ การบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษ เป็นต้น
2. ผลลัพธ์หรือประโยชน์จากเรื่องการจัดการขยะ ของเสีย หรือการลดมลพิษของบริษัท เช่น ร้อยละการลดการเกิด ขยะ ของเสียจากการผลิต ร้อยละการนำขยะ ของเสียจากการผลิตนำกลับมาใช้ใหม่ จำนวนครั้งการบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษ หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น

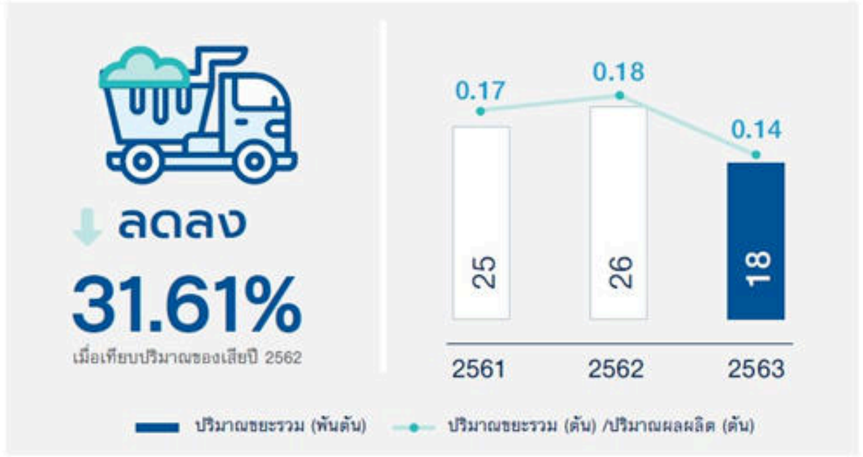
Thai Institute of Directors

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

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

- **ขยะอันตราย**
  ได้แก่ Solvent ใช้แล้ว, หลอดไฟเสื่อมสภาพ, ภาชนะปนเปื้อนและน้ำมันหล่อลื่นใช้แล้ว ส่งกำจัดกับบริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย โดยวิธีการกำจัดจะมีทั้งนำมารีไซเคิล และฝังกลบ
- **ขยะทั่วไป (ไม่อันตราย)**
  เช่น ถุงพลาสติก, กระดาษ, เศษเหล็ก และเศษสแตนเลส ส่งกำจัดกับบริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย เพื่อนำไปรีไซเคิลทั้งการคัดแยกเพื่อจำหน่ายต่อ

สรุปปริมาณของเสีย



จำนวนขยะถุงพลาสติกต่อปริมาณผลผลิตสินค้า*(พันใบ/ตัน)*



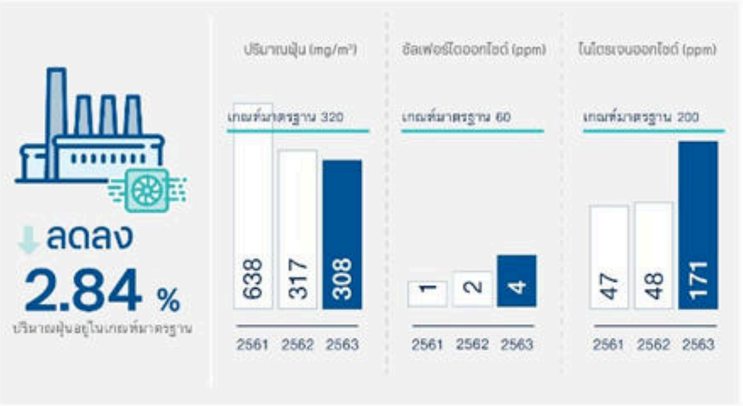
มลพิษทางอากาศ GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 305-7

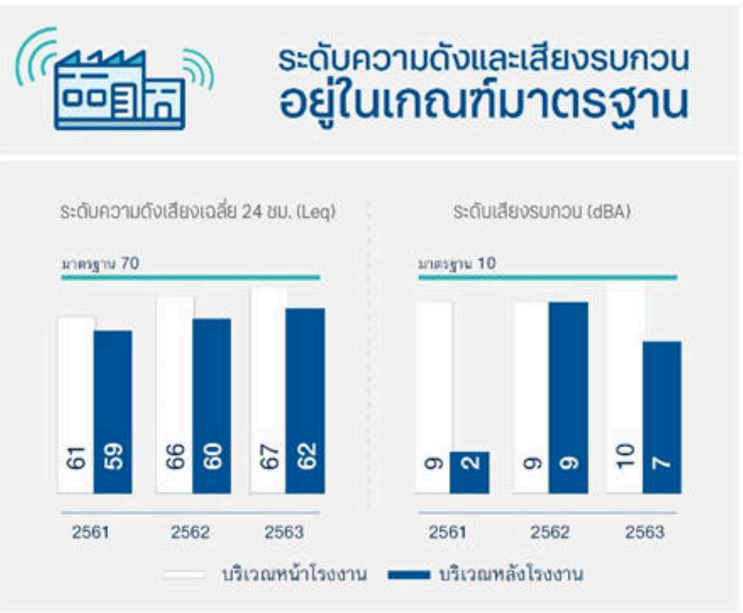
บริษัทฯ มีระบบกำจัดมลพิษก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกโรงงานและมีการติดตามเฝ้าระวังผลการตรวจวัดค่าที่ปล่อยออกสู่ภายนอกให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยผู้ที่รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมจะทำการตรวจวัดปีละ 2 ครั้ง โดยในปี 2563 ผลการตรวจวัดปริมาณการปล่อยสารเจือปนในอากาศทั้งปริมาณฝุ่น ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และไนโตรเจนออกไซด์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

มลพิษทางเสียง

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

ผลการตรวจวัดปริมาณการปล่อยสารเจือปนในอากาศ





39

บริษัทกำหนดเป้าหมายการจัดการเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทมีการเปิดเผยรายงานหรือเอกสารที่ระบุเป้าหมายเชิงปริมาณในการจัดการเรื่องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท เช่น ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ต้องการลด ร้อยละของก๊าซเรือนกระจกที่ต้องการลด หรือ เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยการผลิต หรือต่อรายได้ หรือต่อจำนวนคน เป็นต้น

YES OR NO

Thai Institute of Directors

เป้าหมาย : 1.ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม 3 ประเภทลดลงจากปีฐาน 5%

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3.41% ไม่ได้ตามเป้าหมาย

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

ผลลัพธ์ : ปี 2563 ลดลง 7.86% จากปีฐาน ได้ตามเป้าหมาย

40

บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการดำเนินงานเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี

บริษัทเปิดเผย

1. แผนงานเกี่ยวกับการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกของบริษัท เช่น โครงการหรือกิจกรรมที่ดำเนินการป้องกันและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากอุปกรณ์หรือกระบวนการหรือขั้นตอนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท เป็นต้น
2. ผลลัพธ์หรือประโยชน์จากเรื่องการการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกของบริษัท เช่น ร้อยละการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ จำนวนครั้งการบำรุงรักษาเครื่องจักรที่เป็นแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจก หรือการบันทึกผลลัพธ์ในเชิงปริมาณก่อน-หลังดำเนินการ หรือ เปรียบเทียบรายปี เป็นต้น

Thai Institute of Directors

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

หมายเหตุ: หมายเหตุ:*ไม่รวมของเสียอุตสาหกรรมจากการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. กรณีกรมโรงงานอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานราชการไม่อนุญาตให้ส่งของเสียอุตสาหกรรมกำจัดด้วยวิธีอื่น
2. กรณีไม่สามารถนำของเสียอุตสาหกรรมกลับมาใช้ประโยชน์ได้เนื่องจากไม่มีเทคโนโลยีในประเทศรองรับ

ทั้งนี้สอดคล้องกับเกณฑ์รางวัลการใช้ประโยชน์ของเสียได้ทั้งหมด (Zero Waste to Landfill Achievement Award) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม

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

ในปี 2563 ไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งที่เกินกว่ามาตรฐานและกฎหมายกำหนด นอกจากนี้ ปตท. ไม่มีการจ่ายเงินค่าปรับหรือถูกลงโทษด้านสิ่งแวดล้อมใดๆ

การพัฒนานวัตกรรม



- นโยบายและแนวทางส่งเสริม
- ผลการพัฒนานวัตกรรม

Innovation

41

บริษัทเปิดเผยนโยบายและแนวทางส่งเสริมนวัตกรรมของบริษัทที่อาจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยี กระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี:
บริษัทเปิดเผย ...

1. นโยบายที่ส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจและสังคมให้เกิดขึ้นภายในบริษัท ที่เกี่ยวกับกระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ
2. กระบวนหรือแผนงานในการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมภายในบริษัท ที่เกี่ยวกับ กระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ

หมวดย่อย 5
การพัฒนานวัตกรรม

นวัตกรรมและการปรับตัวของกลุ่มเอ็กโกสู่ยุคดิจิทัล

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

กลุ่มเอ็กโกตระหนักดีว่าในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ บริษัทต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องการให้บริษัทมีความเติบโตและก้าวหน้า การพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กรอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องถือเป็นแรงขับสำคัญประการหนึ่งที่สนับสนุนให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมใหม่ๆ จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากปราศจากบุคลากรผู้มีความรู้ ความสามารถในการคิดค้นนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับความใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย ปี พ.ศ. 2563
มีจำนวนผลงานนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดมากกว่า

20

โครงการ

เป้าหมายระยะยาวเพื่อความยั่งยืน
ปี พ.ศ. 2563 – 2567
ผลงานนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดสามารถดำเนินการได้จริง

สำหรับเอ็กโก
อย่างน้อยปีละ
3
โครงการ

และบริษัทในกลุ่มเอ็กโก
อย่างน้อยปีละ
1
โครงการ

ผลการดำเนินงานปี พ.ศ. 2563

- มีโครงการส่งผลงานนวัตกรรมและแนวคิดเชิงนวัตกรรมเข้าประกวด รวม 25 โครงการ
- มีการนำเทคโนโลยีเข้าสนับสนุนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานของหน่วยงานต่างๆ

กลุ่มเอ็กโกได้ทบทวนกลยุทธ์ของธุรกิจซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรม รวมถึงการสื่อสารกับพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บุคลากรของกลุ่มเอ็กโกเข้าใจเป้าหมายขององค์กร ริเริ่มวัฒนธรรมของการนำแนวคิดเชิงนวัตกรรมและการสร้างสรรค์นวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของงานอย่างต่อเนื่อง และมีระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ในการรวบรวมความรู้และประสบการณ์ของคนในองค์กรให้สามารถถ่ายทอดและเกิดเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและพัฒนาเป็นองค์กรต่อไป

ในปี พ.ศ. 2563 บริษัทมีการจัดโครงการแข่งขันนวัตกรรมภายในองค์กรและกิจกรรมด้านนวัตกรรมต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เพื่อส่งเสริมบุคลากรในกลุ่มเอ็กโกให้แสดงความรู้ ความสามารถ ผ่านแนวความคิดที่สร้างสรรค์หรือนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ซึ่งสามารถพัฒนาไปสู่กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพได้ เช่น ลดต้นทุนทางการผลิตและพัฒนากระบวนการหรือขั้นตอนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ โดยผลจากโครงการนวัตกรรมที่ได้รับการคัดเลือกจะได้รับการต่อยอดและขยายผลเพื่อนำไปพัฒนาใช้จริงในกระบวนการทำงานขององค์กร

01

ความคิดสร้างสรรค์ด้านการปรับปรุงงานให้ดีขึ้น

จำนวน

14

ทีม

02

โครงการนวัตกรรมด้านการเดินเครื่องและบำรุงรักษาโรงไฟฟ้า

จำนวน

6

ทีม

03

โครงการนวัตกรรมด้านอื่นๆ

จำนวน

5

ทีม

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและการทำงานด้านดิจิทัลในปี 2563(103-2)

ในปี 2563 ธนาคารได้มีการพัฒนานวัตกรรมและการทำงานในรูปแบบดิจิทัล ตลอดจนมีการต่อยอดนวัตกรรมเดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีตัวอย่างนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่โดดเด่น ดังนี้

KKP e-Banking

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

ในปี 2563 ได้มีการพัฒนา Mobile Application เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยระบบที่พัฒนาขึ้นนี้สามารถรองรับ

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

นอกจากความสะดวก รวดเร็วแล้ว ธนาคารยังให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการทำธุรกรรมต่างๆ ตามมาตรฐานของธนาคารแห่งประเทศไทย และลูกค้าผู้ทำรายการสามารถเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านได้ตลอดเวลา เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

ผลการดำเนินงาน(103-3)

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

42

บริษัทเปิดเผยแผนงานและผลการพัฒนานวัตกรรมที่อาจเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี กระบวนการทำงาน สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่ดี:
บริษัทเปิดเผย ...

หมวดย่อย 5
การพัฒนานวัตกรรม

1. รายละเอียดการคิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ และสังคมให้เกิดขึ้นภายในบริษัท เช่น โครงการด้านนวัตกรรม การปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดความคิด/สินค้า/บริการ/กระบวนการทำงาน จนเกิดการพัฒนาเป็นนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม เป็นต้น
2. ผลลัพธ์หรือประโยชน์จากการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจและสังคมของบริษัท เช่น ต้นทุนที่ลดลง ยอดขายสินค้า/บริการที่เพิ่มขึ้น มูลค่าทางธุรกิจ คุณค่าทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

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

แนวคิดโครงการ: แนวคิดของรูปแบบการดำเนินงาน หรือโมเดล ซึ่งสนับสนุนครอบครัวเกษตรอินทรีย์ในอำเภอขนอมสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยโรงไฟฟ้าขนอมเป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนสังคมอินทรีย์และเครือข่ายของการค้าขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้วยระบบสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ระบบแพลตฟอร์มซื้อ-ขาย โดยมุ่งเน้นการป้องกันปัญหาระบบอาหารไม่สมดุลที่ส่งผลกระทบต่อภาวะสุขภาพ สิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจของอำเภอขนอม รวมถึงส่งเสริมให้ครัวเรือนประกอบอาชีพภายในชุมชน ไม่ต้องไปทำงานห่างไกลครอบครัว โดยเฉพาะเพื่อบรรเทาผลกระทบจากอัตราการว่างงานของคนในชุมชนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19



ทั้งนี้ หากดำเนินโครงการจะมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นรวมประมาณ 175,800 บาทต่อปี ซึ่งเป็นค่าจัดอบรม ค่าเครื่องมือเครื่องจักร ค่าวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าเดินทางในการตรวจแปลงเกษตรอินทรีย์ของเครือข่าย

ผลที่ได้รับ: สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในการเป็นโรงไฟฟ้าต้นแบบของการดูแลชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และสามารถเลี้ยงตนเองได้ แม้ต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ COVID-19 จึงทำให้โรงไฟฟ้าและชุมชนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการปนเปื้อนของสารเคมีลงสู่ดิน แหล่งน้ำ และอากาศ สร้างอาชีพให้เกษตรกรมีรายได้ต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้น เฉลี่ยวันละ 200 - 400 บาท ตลอดจนช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีจากการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยปราศจากสารปนเปื้อน และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายของรัฐที่เกิดจากการรักษาพยาบาล

โภชนาการสำหรับไก่เนื้อของเรา: ใช้วัตถุดิบใหม่ (Organic Minerals)

มีการนำแร่ธาตุอินทรีย์ (Organic Minerals) ที่เป็นวัตถุดิบทางเลือกใหม่มาทดแทนแร่ธาตุอนินทรีย์บางชนิดในอาหารไก่เนื้อของเรา การใช้แร่ธาตุอินทรีย์ช่วยให้มั่นใจได้ว่าการผสมผสานระหว่างแร่ธาตุในอาหารไก่ของเราจะมีความสม่ำเสมอ ทำให้มั่นใจได้ว่าทุกครั้งที่ทานเนื้อไก่ของเราจะได้รับอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี นอกจากนี้แร่ธาตุอินทรีย์ยังช่วยให้ไก่เนื้อมีการดูดซึมของระบบทางเดินอาหารและลำไส้ได้ดีขึ้น จึงส่งเสริมประโยชน์ต่อสุขภาพที่ดีที่สุดของไก่เนื้อ ในขณะเดียวกันยังช่วยลดการขับของเสียจากแร่ธาตุลงในมูลไก่ และทำให้สิ่งแวดล้อมมีความยั่งยืนมากขึ้น สามารถช่วยจัดการความซับซ้อนของแร่ธาตุอินทรีย์หลายชนิดได้อย่างง่ายขึ้น และช่วยส่งผลให้มีการชั่งน้ำหนักด้วยมือน้อยลง จึงใช้เวลาในการเตรียมวัตถุดิบน้อยลง และส่งผลให้มีประสิทธิภาพการผลิตที่ดีขึ้น การทำงานดีขึ้นและพนักงานของเรามีสุขภาพดี เนื่องจากสามารถลดการสัมผัสฝุ่นที่ละเอียดได้

ผลิตภัณฑ์ใหม่: ไข่ไก่ Cage Free

เพื่อตอบสนองกระแสของผู้บริโภคที่คำนึงถึงหลักสวัสดิภาพสัตว์ FKT จึงได้พัฒนาโครงการฟาร์มสู่ผลิตภัณฑ์เพื่อผลิตไข่ไก่ Cage Free เป็นการเลี้ยงแม่ไก่ไข่แบบไม่ขังกรง เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่มีคุณภาพสำหรับผู้บริโภคในประเทศไทย แม่ไก่ไข่ถูกเลี้ยงตามธรรมชาติไม่ขังกรงในโรงเรือนปิดตามหลักการสวัสดิภาพสัตว์ แม่ไก่ไข่ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม รวมถึงการมีสุขอนามัยที่ดี มีความสะดวกสบาย สามารถเข้าถึงแหล่งน้ำและอาหารที่อุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่เพียงพอ มีอิสระในการเดินไปมา สามารถแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ และได้รับการดูแลจากสัตวแพทย์มืออาชีพ

Thank you



Email Address

cgr@thai-iod.com



Phone Number

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



ฝ่ายวิจัยและพัฒนา

www.thai-iod.com