



THE YEAR OF
THE SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN

Live a
Better Life
Together





- VISION -

**“To be a leading culinary provider that delights
our customers, nourishes our communities,
and sustains the planet”**

“เป็นผู้นำธุรกิจอาหารที่มุ่งสร้างความรื่นรมย์ให้แก่ผู้บริโภค
และเสริมสร้างคุณค่าให้สังคม และธรรมชาติแวดล้อม”

- MISSIONS -

ความเป็นเลิศด้านคุณภาพและรสชาติ
ความยั่งยืน
มุ่งเน้นสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
การชื่นชมและเผยแพร่ความรู้ด้านวัฒนธรรม
การมีส่วนร่วมในชุมชนและท้องถิ่น
นวัตกรรมและการเติบโต

- CORE VALUES -

H

HEART DRIVEN

เทใจ

ให้คุณภาพเกินร้อย

E

EXPERTISE

ตั้งใจ

พัฒนา
ความสามารถ

A

AGILE

เปิดใจ

พร้อมเดินทาง
ปรับเปลี่ยน

R

RESPONSIBLE

ใส่ใจ

ความรับผิดชอบ
รอบด้าน

T

TEAMWORK

ร่วมใจ

สร้างทุกความสุข

สารบัญ

01

สารจากประธานกรรมการ
กำกับดูแลกิจการที่ดีและ
พัฒนาอย่างยั่งยืน

02

สารจากประธาน
เจ้าหน้าที่บริหาร

03

รางวัลและการรับรอง
ด้านการพัฒนาความยั่งยืน

04

ผลการดำเนินงาน
ด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

05

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

06

ภาพรวมธุรกิจ

11

การขับเคลื่อนธุรกิจ
เพื่อความยั่งยืน

28

บรรษัทภิบาล
และเศรษฐกิจ

56

สิ่งแวดล้อม

นโยบายการพัฒนาความยั่งยืน

12

โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืน

12

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

14

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย
ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

15

การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

16

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

19

กลยุทธ์และเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืน

25

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

29

การบริหารความเสี่ยงและ
ความต่อเนื่องทางธุรกิจ

34

นวัตกรรมและเทคโนโลยี

40

การบริหารห่วงโซ่อุปทาน
อย่างรับผิดชอบและยั่งยืน

47

ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

53

ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

57

การจัดการพลังงานและทรัพยากร

58

การจัดการของเสียและมลพิษ

64

สภาพภูมิอากาศ

และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

70

75

สังคม

97

ภาคผนวก

ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
และความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค

78

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

83

อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน

91

การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน

94

ข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

98

GRI Content Index

106



สารจากประธานกรรมการ กำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน



คุณพลสวัสดิ์ เฝ้าประพันธ์

คุณวิฑาณ อมรโรจนวงศ์

เป็นที่ยอมรับกันว่าการดำเนินธุรกิจและการกระทำกิจกรรมต่างๆ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยนับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ รวมทั้งการเรียกร้องบทบาทการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่สร้างระดับความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย นักลงทุน และประชาชนทั่วไป กลับทวีความรุนแรงทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้การพึ่งพาข้อมูลทางการเงินซึ่งยังคงเป็นสิ่งสำคัญแต่อาจไม่เพียงพอครอบคลุมต่อการตัดสินใจลงทุน ที่รอบคอบกับความท้าทายในการบริหารจัดการความเสี่ยงจากปัจจัยในเรื่องดังกล่าวข้างต้น ควบคู่ไปกับการสร้างโอกาสสร้างมูลค่าในมิติเศรษฐกิจ เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักลงทุนมากขึ้นเรื่อยๆ

KCG ได้ตระหนักและให้ความสำคัญปัจจัยด้านความยั่งยืน (Environment, Social, Governance and Economic : ESG) มาโดยตลอด ตั้งแต่ก่อนเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการกระตุ้นการผนวกประเด็นการพัฒนาความยั่งยืน เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ ทั้งในการปฏิบัติงานในทุกห่วงโซ่อุปทาน การตกผลึกเป็นนโยบายและกลยุทธ์บริษัท รวมทั้งท้ายสุดมุ่งประสงค์ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรในที่สุดด้วย

คณะกรรมการบริษัทได้จัดตั้งกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน (Corporate Governance and Sustainability Committee: CG SD) มาทำหน้าที่กำกับดูแลและการดำเนินงานด้านความยั่งยืน และติดตามผลลัพธ์อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง โดยคณะกรรมการฯ มุ่งหวังจะเป็นบริษัทที่มีชื่อ และเป็นที่ยอมรับจากนักลงทุนในฐานะเป็นหุ้นอยู่ในกลุ่ม “การลงทุนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ทั้งในตลาดหลักทรัพย์จดทะเบียนในประเทศและต่างประเทศด้วย โดยในเบื้องต้นในปี 2567 หลังจากบริษัทเข้าจดทะเบียนและสามารถซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์เมื่อ 3 สิงหาคม 2566 บริษัทฯ ได้รับการคัดเลือกเป็นหลักทรัพย์ที่น่าลงทุนกลุ่ม ESG Emerging ปี 2567 พลประเป็นหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ระดับ “A” พลประเป็น CGR อยู่ในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” (Excellent CG Scoring) และติด Top Quartile ของบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่า 3,000 - 9,999 ล้านบาท จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย นอกจากนี้ ได้รับรางวัล ESG Disclosure ระดับ Acknowledgement จากสถาบันไทยพัฒน์ ด้านการเปิดเผยความยั่งยืนอีกด้วย

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งของรายงานประจำปีที่ได้แยกออกมาอีกต่างหาก เป็นการแสดงความสำเร็จ ความภาคภูมิใจ การร่วมแรงร่วมใจของผู้บริหารและพนักงานทุกคนที่ต่างร่วมสื่อสาร สร้างความเข้าใจ และผลักดันความสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้สามารถสำเร็จเป็นรูปธรรมในหลากหลายมุมมอง จึงใคร่ขอแสดงความยินดีและขอขอบคุณมาในโอกาสนี้ด้วย และคาดหวังจะเห็นความต่อเนื่อง และการพัฒนาความเติบโต ทั้งภาคธุรกิจและมิติ ESG พลาเป็นเนื้อเดียวกันตลอดไป

คุณพลสวัสดิ์ เฝ้าประพันธ์ และ คุณวิฑาณ อมรโรจนวงศ์
ประธานกรรมการร่วมกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน
บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



คุณดำรงชัย วิภาวัฒนกุล

ในช่วงปี 2567 ภาพเศรษฐกิจไทยมีความท้าทายจากรอบด้าน ทั้งนโยบายจากรัฐบาลใหม่ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ความผันผวนจากเศรษฐกิจและการเมืองโลก หนี้ครัวเรือนและการชะลอตัวของผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังเผชิญกับภัยธรรมชาติที่ทวีความรุนแรงสะท้อนปัญหาโลกรวน และผลจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างชัดเจน รวมทั้งการเตรียมออกกฎหมายและข้อบังคับเพื่อเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำ ปัจจัยดังกล่าวทำให้ทุกภาคส่วนหันมาให้ความสำคัญกับการดำเนินการด้านความยั่งยืนยิ่งขึ้น ไปพร้อมกับการขยายธุรกิจเชิงเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบสและซีเมนต์ บล็อก และผลิตภัณฑ์อาหารประจำวัน มีความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน ด้วยกำหนดให้การพัฒนาความยั่งยืน เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของบริษัท ที่ให้ความสำคัญในการบูรณาการความยั่งยืนที่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งในเรื่องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การพัฒนากระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การยกระดับความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย การกำกับดูแลองค์กรที่ดี รวมถึงการดูแลด้านสิทธิมนุษยชนทั้งภายในและภายนอกองค์กร

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและการสร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมองค์กรและเทคโนโลยี โดยในปี 2567 บริษัทฯ เปิดดำเนินการ KCG Logistics Park เพื่อเป็นทั้งศูนย์กระจายสินค้าตามกลยุทธ์ Green Supply Chain โดย KCG Logistics Park ได้ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการคลังสินค้าที่ช่วยเพิ่มศักยภาพ ให้บริษัทสามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครบวงจรในระดับสากล ยังคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมผ่านการใช้พลังงานทดแทนจากพลังงานไฟฟ้าแสงอาทิตย์ เพิ่มสัดส่วนการใช้ รถขนส่งพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) การร่วมมือกับคู่ค้าในการปรับเส้นทางจัดส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพ พร้อมนำระบบการทำงานและเครื่องจักรมาใช้เพื่อลดความเสี่ยงในการทำงานของพนักงาน

จากการดำเนินการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับการประเมินผลหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ประจำปี 2567 ที่ระดับ A ในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ได้รับเลือกให้เป็น 1 ในหลักทรัพย์ที่นำลงทุนกลุ่ม ESG Emerging ปี 2567 และรางวัลที่ดีترینประกาศ Sustainability Disclosure Acknowledgement ประจำปี 2567 จากสถาบันไทยพัฒน์ ตั้งแต่ปีแรกที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ในด้านการกำกับดูแล บริษัทฯ ได้รับผลประเมิน CGR อยู่ในระดับ 5 ดาว และติด Top Quartile ของบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่า 3,000 - 9,999 ล้านบาท จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงให้เห็นถึงเจตนาจริงจังในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล

บริษัทฯ ตระหนักดีว่า นี่เป็นเพียงจุดเริ่มต้นในการเดินทางสู่ความยั่งยืน จึงยึดมั่นในการทำงานร่วมกับทุกภาคส่วน เพื่อเป็นก้าวสำคัญในการร่วมสร้างอนาคตที่ยั่งยืนสำหรับสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ดียิ่งขึ้นในระยะยาว

ในนามของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานค่าที่ให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมกับความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการพัฒนาความยั่งยืน เพื่อร่วมสร้างผลกระทบเชิงบวกและเติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจที่ดีต่อไป

คุณดำรงชัย วิภาวัฒนกุล

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้อำนวยการ
บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



รางวัลและการรับรองด้านการพัฒนาความยั่งยืน



SET ESG Ratings 2024

ได้รับการประเมิน SET ESG Ratings ประจำปี 2567
ในระดับ “A” จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



Sustainability Disclosure Acknowledgement

ได้รับรางวัลกิตติกรรมประกาศ
“Sustainability Disclosure Acknowledgement”
จากสถาบันไทยพัฒน์ ที่ดำเนินการเปิดเผยข้อมูล
ความยั่งยืนต่อสาธารณะและมีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับการเปิดเผยข้อมูล
และการพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว



ESG Emerging List

ได้รับคัดเลือกเป็นหลักทรัพย์ที่น่าลงทุน 1 ใน 100
บริษัทที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจและความยั่งยืน
กลุ่ม ESG Emerging List ปี 2567
จากสถาบันไทยพัฒน์ ตั้งแต่ปีแรกที่เข้าตลาดหลักทรัพย์



Excellent CG Scoring 2024

ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ ในระดับดีเลิศ
ประจำปี 2567 ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการ
(Corporate Governance Report for Thai Listed
Companies: CGR) ระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ”
(Excellent CG Scoring) ประจำปี 2567
จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
โดยการสนับสนุนจาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
และยังได้รับการจัดอันดับเป็น Top Quartile ของบริษัท
จดทะเบียนที่มีมูลค่า 3,000 - 9,999 ล้านบาท



รางวัล Investors' Choice Award 2024 และ: AGM Checklist

ได้รับผลการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น
บริษัทจดทะเบียน ในระดับดีเยี่ยม สมควรเป็นตัวอย่าง
ประจำปี 2567 ได้คะแนนเต็ม 100 จัดโดยสมาคม
ส่งเสริมพลังคนไทยและสภาธุรกิจตลาดทุนไทย



FSC 22000 (Food Safety System Certification 22000)

ได้รับการรับรองระบบมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับ
ด้านการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร
ในระดับสากล



ISO45001:2018 (Occupational Health and Safety Management Systems)

ได้รับการรับรองระบบเกี่ยวกับความปลอดภัย
อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน
ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่กำหนดสำหรับระบบ
การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
ด้วยจุดประสงค์เพื่อปรับปรุงความปลอดภัย
และสุขภาพที่ดีแก่ลูกจ้างและบุคลากรอื่นๆ



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

ผลการดำเนินงาน ด้านเศรษฐกิจ



รายได้จากการขาย

7,743.4 ล้านบาทเพิ่มขึ้น **8.2%** จากปี 2566ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม
Dairy Products**57.6%**ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับ
การประกอบอาหารและเบเกอรี่
Food and Bakery Ingredients**28.2%**ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่
Biscuits**14.2%**

กำไรสุทธิ

405.8 บาทเพิ่มขึ้น **32.7%**
จากปี 2566ค่าจ้างและค่าตอบแทนพนักงาน
923.5 ล้านบาทค่าใช้จ่ายการพัฒนาและอบรม
3.2 ล้านบาทค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและสนับสนุน
การมีส่วนร่วมกับชุมชน
2.5 ล้านบาท

มิติบรรษัทภิบาล และเศรษฐกิจ

รายได้จากนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์
กว่า **540 ล้านบาท**ซึ่งมาจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่
340 ล้านบาทและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและ
โภชนาการ **200 ล้านบาท**ส่งเสริมพนักงานให้มีส่วนร่วมใน
การสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรม
ผ่านเวทีการประกวด
KCG Innovation Contest มี 3 โครงการ
ที่สามารถลดค่าใช้จ่ายในบริษัท
และสร้างโอกาสทางการขายจำนวนคู่ค้าสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตาม
จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ **100%**จำนวนของคู่ค้าสำคัญของบริษัทที่ผ่าน
การคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน
100%จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการ
การผิดจรรยาบรรณและกฎธรรมาภิบาล
เป็น **0**จำนวนเหตุการณ์การละเมิดหรือรั่วไหล
ของข้อมูลส่วนบุคคล เป็น **0**

มิติสิ่งแวดล้อม

ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน
จากโซลาร์รูฟ เพิ่มขึ้น **20.3%** จากปี 2566การใช้ไฟฟ้าและพลังงานรวมต่อการผลิต
ลดลง 6.3% เทียบปี 2566ปริมาณการใช้น้ำต่อการผลิต
ลดลง 23.5% เทียบปี 2566ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อการ
การผลิตเพิ่มขึ้น 0.9% เทียบปี 2566Green Industry Level 4
ได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว **ระดับ 4**ปริมาณของเสียที่ฝังกลบเป็น **ศูนย์**
ที่โรงงานเทพารักษ์ปริมาณของเสียต่อการผลิต
ลดลง 7.2% เทียบปี 2566ปริมาณขยะอาหาร **ลดลง 5.7%**
เทียบปี 2566การรั่วไหลของน้ำมันและสารเคมีที่
ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็น **0**

มิติสังคม

ความพึงพอใจลูกค้า **72%**ความผูกพันของพนักงาน **78%**ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงาน
16 ชั่วโมงต่อคนต่อปีจำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการละเมิดกฎหมาย
กฎระเบียบ หรือข้อบังคับ
ด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนอย่างมีนัยสำคัญ
เป็น **0**



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ บริษัทฯ จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2567 เพื่อเปิดเผยการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ครอบคลุมประเด็นสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ภายใต้มุมมองและการประเมินผลกระทบ (Impact) อย่างมีนัยสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ รวมถึงได้ตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: SDGs) บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อสื่อสารความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในแต่ละมิติต่อผู้มีส่วนได้เสีย และผู้สนใจได้รับทราบ

ขอบเขตของรายงาน

รายงานฉบับนี้นำเสนอผลการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึง 31 ธันวาคม 2567 ของบริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (บริษัทฯ) ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ครอบคลุม สำนักงานใหญ่ โรงงาน 2 แห่ง สำนักงานและศูนย์กระจายสินค้า 5 แห่ง และบริษัทย่อย ดังนี้

- สำนักงานใหญ่ เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร
- โรงงานบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
- โรงงานเทพารักษ์ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
- สำนักงาน เขตบางนา กรุงเทพฯ
- ศูนย์กระจายสินค้า อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี
- ศูนย์กระจายสินค้า อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
- ศูนย์กระจายสินค้า อำเภอกำแพง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- ศูนย์กระจายสินค้าและคลังสินค้าครบวงจร อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
- บริษัท อินโดอุนา (ประเทศไทย) จำกัด อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

มาตรฐานหรือข้อกำหนดที่ใช้เป็นแนวทางในการเปิดเผยข้อมูล

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีเนื้อหาที่ตามคู่มือการรายงานความยั่งยืน สำหรับบริษัทจดทะเบียน โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสอดคล้องตามแนวทางของ Global Reporting Initiative Standards 2021 (GRI Standards 2021)

การรับรองการรายงาน

ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจในรายงานฉบับนี้ได้มาจากระบบการเก็บข้อมูลทางบัญชีเช่นเดียวกับรายงานประจำปี โดยได้รับการสอบบัญชีจากผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาต ดังที่แสดงรายละเอียดในรายงานประจำปี 2567 สำหรับข้อมูลผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแล สิ่งแวดล้อมและสังคม ได้มีการรวบรวมตรวจสอบความถูกต้องและจัดทำรายงาน และสอดคล้องตามแนวทาง GRI Standards 2021 โดยคณะทำงานภายในบริษัท นอกจากนี้ รายงานฉบับนี้ได้รับการทบทวนจากผู้บริหารระดับสูง และนำเสนอต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่า การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนของบริษัทมีความถูกต้องเพียงพอและครอบคลุมการตอบสนองต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ช่องทางการติดต่อ

สอบถามข้อมูล เพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ได้ที่

ฝ่ายพัฒนาความยั่งยืนองค์กร (Sustainable Development Department)

บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

3059 - 3059/1-3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260

E-mail: sd@kcgccorporation.com



สารจากประธาน

ภาพรวมธุรกิจ

การขับเคลื่อนธุรกิจ
เพื่อความยั่งยืน

บรรษัทภิบาล
และเศรษฐกิจ

สิ่งแวดล้อม

สังคม

ภาคผนวก



Business Overview

ภาพรวมธุรกิจ

· ลักษณะประกอบธุรกิจ



ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม อาทิ เนย ชีส ภายใต้แบรนด์อิมพีเรียล (Imperial) และอลาวรี (Allowrie) ผลิตภัณฑ์บิสกิต ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการประกอบอาหาร วัตถุดิบเบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์อาหารตะวันตกที่คัดสรรจากทั่วโลก บริษัทฯ เป็นผู้นำเข้าและมีการดำเนินการในการผลิต และบริหารจัดการกระบวนการ ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวิจัยและพัฒนาเพื่อคัดค้านสูตรการผลิต การจัดหาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ การผลิต การจัดจำหน่าย รวมถึงการจัดเก็บสินค้า การกระจายสินค้าและการจัดส่งผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและส่งออกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ขึ้นนำจากต่างประเทศเข้ามาจัดจำหน่ายในประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคที่หลากหลาย

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีโรงงานจำนวน 2 แห่ง ได้แก่โรงงานเทพารักษ์และโรงงานบางพลี มีกำลังการผลิตรวมประมาณ 67,517 ตันต่อปี โดยในปี 2567 ปริมาณการผลิตสินค้ารวม 39,384 ตันต่อปี (เพิ่มขึ้น 10% จากปี 2566) ซึ่งเป็นการผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม มีสัดส่วนการผลิตที่สูงที่สุด คิดเป็น 52% ของปริมาณการผลิตรวม รองลงมา ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์บิสกิต 26% และกลุ่มผลิตภัณฑ์การประกอบอาหารและเบเกอรี่ 22% ตามลำดับ นอกจากนี้การผลิตเพื่อจำหน่ายแล้ว บริษัทฯ มีจัดซื้อผลิตภัณฑ์จากภายนอกเพื่อนำมาจำหน่ายโดยสรรหาจากแบรนด์ในต่างประเทศและในประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเองเป็นสำคัญ ซึ่งมีการปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า โดยมีสัดส่วนประมาณ 74% ของรายได้จากการขายรวม และมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่จัดซื้อจากภายนอกอยู่ที่ประมาณ 26% ตามลำดับ

สำหรับข้อมูลลักษณะการประกอบธุรกิจ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่ [รายงานประจำปี 2567](#) หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ” หน้า 22-45

ผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products)

ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เนย (Butter) ชีส (Cheese) และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่แปรรูปมาจากนม อาทิ วิปครีม ครีมชีส และนมเปรี้ยว แบรินด์สินค้าของบริษัทฯ ได้แก่ อลาวรี อิมพีเรียล และแดรี่โกลด์



2. ผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่และผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Food and Bakery Ingredients: FBI)

ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ส่วนผสมของอาหาร (Food Ingredients) ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป (ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และอาหารทะเล) ส่วนประกอบในการทำเบเกอรี่ และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำผลไม้เข้มข้น แบรินด์สินค้าของบริษัทฯ ได้แก่ อิมพีเรียล ซันควิก เบคมาสเตอร์ พรีเมียว เป็นต้น





3. **ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ (Biscuits)** ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์คุกกี้นี้ แครกเกอร์ และเวเฟอร์ แบนด์สินค้าของบริษัทฯ ได้แก่ อิมพีเรียล โรซี่ ไวโอเล็ต เบเกอร์ชอย คุกกีชอย วาไรตี้ เป็นต้น

อิมพีเรียล



โรซี่



ไวโอเล็ต



เบเกอร์ชอย



คุกกีชอย



วาไรตี้



บริษัทฯ ใส่ใจในการคัดสรรผลิตภัณฑ์จากทั่วโลก และมีจุดแข็งในการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอาหารนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ยุโรปและออสเตรเลีย ซึ่งมีภาพลักษณ์พรีเมียม นอกจากนี้แบรนด์ชั้นนำที่ บริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายอยู่แล้ว เช่น น้ำส้ม Sunquick จากประเทศเดนมาร์ก เนย LeGall จากฝรั่งเศส เนย Corman จากประเทศเบลเยียม ไอศกรีม Movenpick จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ยีสต์ Bruggeman จากประเทศเบลเยียม โยเกิร์ตพร้อมดื่ม Ambrosial Greek Yogurt อันดับหนึ่งจากประเทศจีน วัปปิงครีม Shineroad จากประเทศจีน และอื่นแบรนด์ชั้นนำอื่นๆอีกมากมาย ในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีแบรนด์ชั้นนำระดับเข้ามาอยู่ในพอร์ตเพิ่มเติมคือ Emborg เป็นแบรนด์อาหารที่ก่อตั้งขึ้นในปี 1947 ที่ประเทศเดนมาร์ก มีชื่อเสียงในการผลิตผลิตภัณฑ์นมคุณภาพสูง รวมถึงพริกและผลไม้แห้งซึ่งส่งออกไปยังกว่า 90 ประเทศทั่วโลก และ Van Houten Professional เป็นแบรนด์ที่เชี่ยวชาญในการผลิตผงโกโก้และช็อกโกแลตสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม มีประวัติยาวนานตั้งแต่ปี 1828 และยังคงเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมโกโก้และช็อกโกแลตในระดับโลกจนถึงปัจจุบัน





ข้อมูลทางการเงิน

บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลสำคัญทางการเงินบนเว็บไซต์ของบริษัทเป็นรายไตรมาสและเป็นประจำทุกปี โดยได้รับการสอบบัญชีจากผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาตก่อนยื่นต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (www.sec.or.th) และเปิดเผยสู่สาธารณะตามระยะเวลาที่กำหนด

การจัดการด้านภาษี

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินการบริหารจัดการด้านภาษีให้มีความครบถ้วนถูกต้องเป็นมาตรฐาน ด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นไปตามข้อกำหนด ระเบียบปฏิบัติ และกฎหมายภาษีที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ จึงได้จัดทำนโยบายด้านภาษีสำหรับใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านภาษีและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด รวมทั้งดำเนินการเปิดเผยข้อมูลภาษีเงินได้ในรายงานทางการเงิน จงบการเงินและรายงานประจำปีของบริษัทฯ ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของพหุมีส่วนได้เสีย

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่
นโยบายด้านภาษี

โดยในปี 2567 บริษัทฯ มีข้อมูลทางการเงิน การจัดการด้านภาษีและผลการดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ ดังนี้

ข้อมูลทางการเงิน	2565	2566	2567
งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)			
รายได้รวม	6,232.7	7,204.7	7,790.3
รายได้จากการขายและการให้บริการ	6,156.9	7,157.0	7,743.4
กำไรก่อนภาษีเงินได้	314.7	386.2	511.2
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	73.6	80.3	105.4
กำไรสุทธิ	241.1	305.9	405.8
งบแสดงฐานะการเงิน (ล้านบาท)			
สินทรัพย์รวม	5,539.6	5,872.0	5,993.8
หนี้สินรวม	4,356.1	3,178.1	3,052.4
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,183.5	2,693.9	2,941.4
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	16.3	29.5	57.8
เงินปันผลต่อหุ้น (บาท)	-	0.30	0.41 ^{2/}
อัตราส่วนเงินปันผลต่อกำไร (%)	-	53.4% ^{1/}	55.1%
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ			
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	28.7%	30.0%	30.9%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	3.9%	4.2%	5.2%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	7.2%	8.2%	9.5%
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%)	18.0%	15.8%	14.4%
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.9	1.1	1.1
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.4	0.7	0.7

^{1/} บริษัทฯ จัดระเบียบในในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2566 และปรับจำนวนหุ้นจดทะเบียนเฉลี่ยในปี 2566 เป็น 545 ล้านหุ้น

^{2/} จะมีการขออนุมัติจ่ายเงินปันผลสำหรับผลประกอบการปี 2567 ในอัตราหุ้นละ 0.41 บาท ต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ในวันที่ 28 เมษายน 2568



ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท

บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
KCG Corporation Public Company Limited
KCG

ชื่อย่อหลักทรัพย์

ประเภทธุรกิจ

ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและขนมตะวันตก (Western food) โดยมี 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Food and Bakery Ingredients) และกลุ่มผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ (Biscuits)

หมวดธุรกิจ

อาหารและเครื่องดื่ม

กลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

วันก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัด

วันที่ 24 พฤษภาคม 2528

วันจดทะเบียนเป็นมหาชน จำกัด

วันที่ 9 ธันวาคม 2565

วันเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์

วันที่ 3 สิงหาคม 2566

ทุนจดทะเบียน และทุนชำระแล้ว

545,000,000 บาท จำนวน 545,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

3059-3059/1-3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260

เบอร์โทรศัพท์

02-332-8040-9

Website

www.kcgcorporation.com

การเป็นสมาชิกองค์กร และเครือข่าย

- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
- โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว กระทรวงอุตสาหกรรม
- หอการค้าไทย
- สมาคมไทย-ญี่ปุ่น





Driving Business For Sustainability

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

- นโยบายการพัฒนาคความยั่งยืน
- โครงสร้างการพัฒนาคความยั่งยืน
- ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
- การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
- การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย
- ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
- กลยุทธ์และเป้าหมายการพัฒนาคความยั่งยืน



นโยบายการพัฒนาด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจโดยการคำนึงถึงความต้องการของพหุมีส่วนได้เสีย ไปพร้อมๆ กับการสร้างคุณค่าร่วมกันในระยะยาว และเล็งเห็นถึงความสำคัญในการทำกับดูแลด้านความยั่งยืน จึงมีการกำหนดนโยบายเพื่อบริหารจัดการในประเด็นที่ครอบคลุมด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ อีกทั้ง ยังมีการบูรณาการและปรับใช้เป้าหมายด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง มาประยุกต์เป็นแนวทางในการบริหารจัดการความยั่งยืน ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ลักษณะการประกอบธุรกิจ แผนกลยุทธ์ รวมถึงประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืนและความคาดหวังของพหุมีส่วนได้เสีย

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายการพัฒนาความยั่งยืน

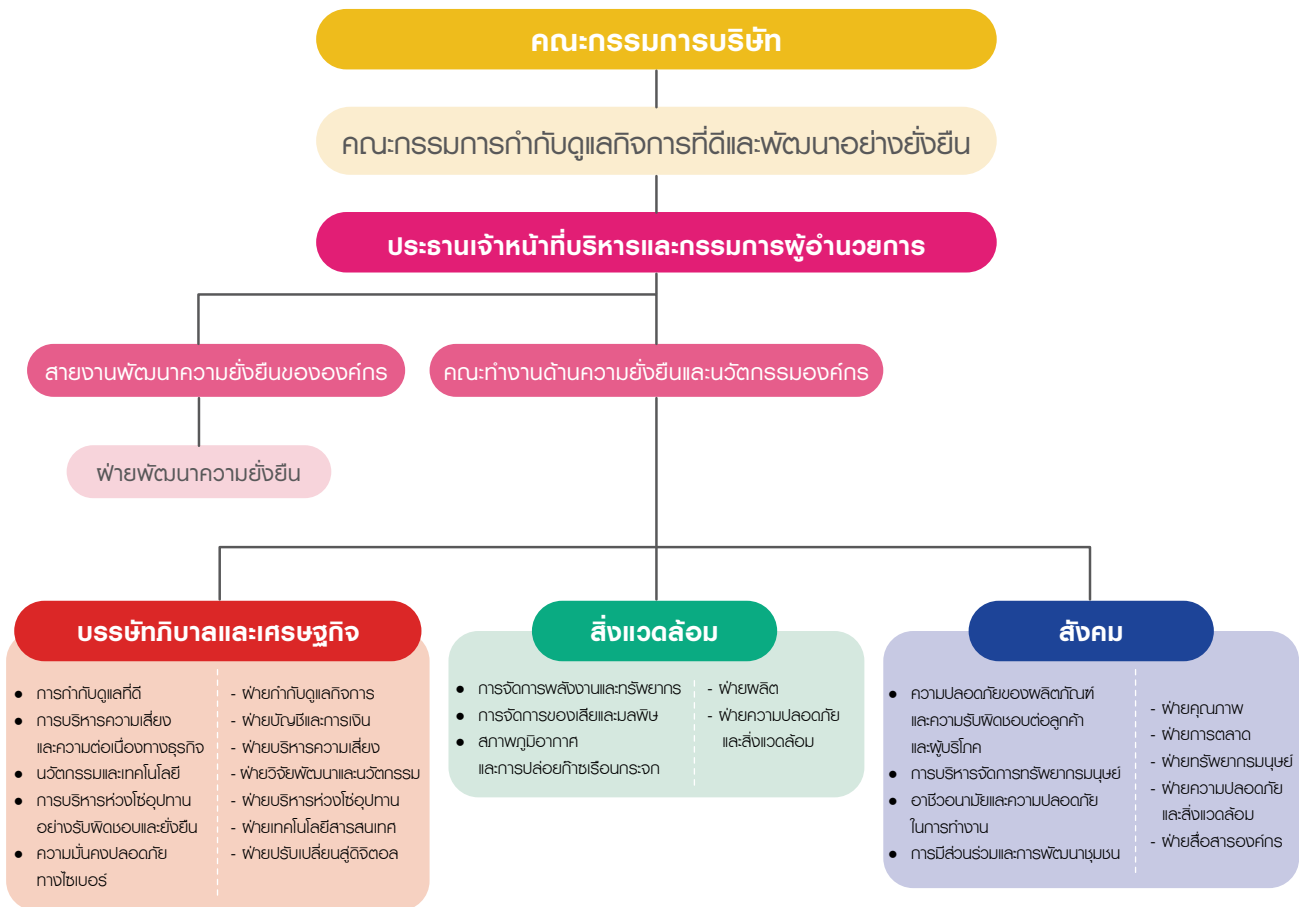
โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืน

เพื่อการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริษัทฯ ได้แต่งตั้งและมอบหมายให้คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำหน้าที่กำกับดูแลและกลั่นกรองการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ทั้งด้านนโยบาย กลยุทธ์และเป้าหมาย แนวทางบริหารจัดการของบริษัทฯ ทั้งนี้ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้มอบหมายประธานเจ้าหน้าที่บริหารจัดการตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืนและนวัตกรรมองค์กร และเป็นหัวหน้าคณะทำงาน พร้อมประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงและตัวแทนหน่วยงานมาเป็นคณะทำงาน เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินการในแต่ละประเด็นสำคัญของบริษัทฯ สู่การปฏิบัติจริงและสื่อสารสร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากพนักงานทั่วทั้งองค์กร โครงสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ มีดังนี้





โครงสร้างการพัฒนาศักยภาพ



คณะทำงานด้านความยั่งยืนอื่นๆ

- คณะกรรมการบริหารระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- คณะทำงานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- คณะกรรมการกำกับดูแลการดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- คณะกรรมการทรัพยากรบุคคล (HR Committee)
- คณะกรรมการระบบมาตรฐานแรงงานไทย
- คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ
- คณะทำงานการบริหารความเสี่ยงองค์กร
- คณะทำงานด้านการพัฒนาดิจิทัล (Digital Transformation Committee : DTC)
- คณะทำงานด้านการจัดการพลังงาน



ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทฯ มีการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจเพื่อให้สามารถระบุผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งผลกระทบที่อาจเกิดจากกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนภายใต้ห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของบริษัทฯ ได้อย่างรอบด้านและครบถ้วนในแต่ละมิติ โดยห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ มีดังนี้



พนักงาน



คู่ค้า

ลูกค้าและ
ผู้บริโภคพันธมิตร
ทางธุรกิจผู้ถือหุ้นและ
นักลงทุน

ชุมชน

หน่วยงาน
ภาครัฐ
และหน่วยงาน
กำกับดูแลสถาบัน
การเงิน

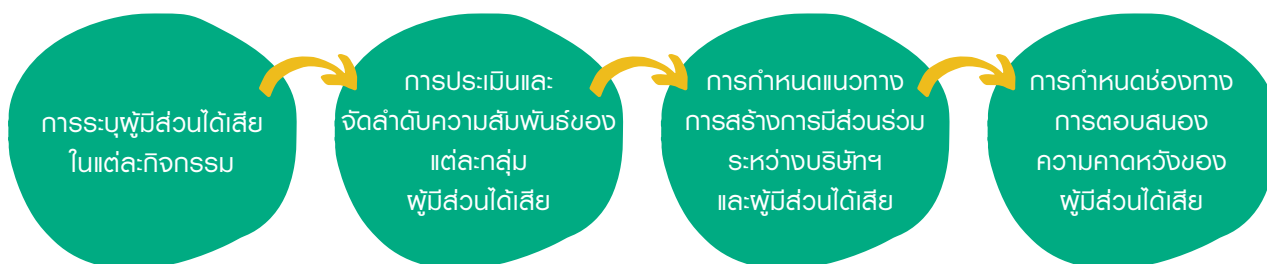
สื่อมวลชน



การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทฯ ทำการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของธุรกิจครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ จากนั้นวิเคราะห์และจัดลำดับความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียจากอิทธิพลที่มีต่อบริษัทและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางในการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งการตอบสนองความคาดหวังหรือความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย จัดเตรียมช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียได้เข้าถึงได้ง่ายและอย่างเหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม รวมทั้งมาตรการในการลดกระทบด้านลบที่มีต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและบริษัทฯ

กระบวนการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย



บริษัทฯ ได้แบ่งผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายใน : พนักงาน
- กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายนอก : ลูกค้าและพันธมิตร พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานกำกับดูแล สถาบันการเงิน และสื่อมวลชน

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้จัดประเมินและจัดลำดับความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้สามารถกำหนดลำดับความสำคัญในการดูแลและจัดการผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อบริษัทมาก และได้รับผลกระทบจากบริษัททางตรง ได้แก่ ลูกค้าและพันธมิตร พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า และพนักงาน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย 4 อันดับแรกที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับ

สำหรับกลุ่มที่มีอิทธิพลมากและได้รับและได้รับผลกระทบจากบริษัททางอ้อม ได้แก่ ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล และสื่อมวลชน





การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนอง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร
 พนักงาน Employee บุคคลที่มีความสัมพันธ์ ในการจ้างงาน ทุกรูปแบบ และบริษัทฯ มีความรับผิดชอบ ในการดูแลตามกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มิใช่สัญชาติไทย หรือต่างด้าว	- คำตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมไปตามกฎหมาย - การพัฒนาความรู้ ความสามารถทักษะต่างๆ - ความก้าวหน้าในงาน - การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น - การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน - สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและปลอดภัย - การยอมรับในผลงานเพื่อนร่วมงาน และผู้บริหาร - การสื่อสารข้อมูลภายในอย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึง - มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียน และแสดงความคิดเห็น	- การบริหารค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและในระดับที่สามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกัน และจัดให้มีสวัสดิการที่เหมาะสมกับคุณภาพชีวิต - การคุ้มครองและเคารพสิทธิมนุษยชน - การดูแลสวัสดิภาพการทำงาน - การปรับปรุง พัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ตามแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการปฏิบัติงาน และส่งเสริมสุขภาพที่ดีของพนักงาน - การส่งเสริมการฝึกอบรมและการพัฒนาความรู้ ความสามารถทักษะในการทำงาน - การจัดกิจกรรม ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ ความร่วมมือเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จองค์กร - การจัดระบบการประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม	- กิจกรรมผู้บริหารพบพนักงาน เช่น KCG Townhall เป็นต้น - การสำรวจความผูกพันขององค์กร (Employee Engagement Survey) - การสื่อสารภายในบริษัทฯ ผ่าน E-mail, Intranet Website, Line@, Line group, Share Drive และบอร์ดประชาสัมพันธ์ - กิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร และกิจกรรมสัมพันธ์ - ช่องทางการร้องเรียนของ บริษัท เช่น กล่องรับความคิดเห็น เว็บไซต์บริษัท หรือ E-mail - ติดต่อผ่าน ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ หรือคณะกรรมการสวัสดิการ หรือ คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม (คปอ.)
 ลูกค้า และ ผู้บริโภค Customer and Consumer บุคคล หรือมีตัวตนบุคคล ที่ใช้สินค้าและบริการ ทั้งโดยตรงและทางอ้อม ที่ผ่านช่องทางขายต่างๆ ลูกค้าปลาย หรือ ผู้บริโภค เป็นบุคคลที่มีประสบการณ์สินค้าของ บริษัท ทั้งที่ซื้อตรงกับบริษัท หรือผ่านลูกค้านิติกิจของบริษัท	- สินค้า/บริการที่ได้มีคุณภาพและปลอดภัยอาหาร - สินค้าที่ความหลากหลายที่ผู้บริโภคต้องการ - ข้อมูลโภชนาการที่ชัดเจน - ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า - ราคาสินค้าที่เหมาะสม - การส่งมอบที่ตรงเวลา - กิจกรรมส่งเสริมการขาย และโปรโมชั่นที่น่าสนใจ - การตอบสนองปัญหา และข้อร้องเรียนที่ทันก่วงที่ด้วยความรับผิดชอบ - ได้รับการปฏิบัติตามสิทธิผู้บริโภค	- การบริหารจัดการและควบคุมการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร (Quality & Food Safety) ที่มีมาตรฐานความแม่นยำและถูกต้อง - กระบวนการและกลไกการกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสม - เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจน - เทคโนโลยีในการผลิตขั้นสูงเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและความปลอดภัย รวมทั้งลดต้นทุนของสินค้า - การจัดให้มีช่องทางการติดต่อสอบถาม แจ้งข้อร้องเรียนหรือช่องทางสื่อสารสองทาง - การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	- การพบปะหรือประชุมร่วมกันโดยตรง - การสื่อสารผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ - การสำรวจความพึงพอใจ - สื่อโฆษณา และกิจกรรมด้านการตลาด - ฉลากสินค้า - เว็บไซต์ของบริษัท - ช่องทางการร้องเรียนของบริษัท เช่น เว็บไซต์บริษัท หรือ E-mail เป็นต้น - ติดต่อผ่านฝ่ายขาย และฝ่าย Customer Service



ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนอง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร
 พันธมิตรทางธุรกิจ Business Partner กลุ่มบุคคลหรือ นิติบุคคลที่มีความร่วมมือกันในการดำเนินธุรกิจ มีการใช้ทรัพยากรหรือจุดแข็งของแต่ละฝ่ายร่วมกัน เพื่อผลประโยชน์ หรือเป้าหมายทางธุรกิจร่วมกัน ทั้งในระยะสั้นหรือระยะยาว โดยมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการขาย การวางแผนด้านการตลาด แผนธุรกิจ และเป้าหมายร่วมกัน หรือมีการ collaboration ด้านแบรนด์ หรือการตลาด หรือสื่อร่วมกัน อาทิ Principle ลูกค้ารายใหญ่ (TOP 10) ที่บริษัทให้ความสำคัญในแต่ละช่องทาง หรือ Strategic partner	- การดำเนินการธุรกิจที่เป็นธรรม - ผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น - คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าและบริการ - นวัตกรรมและบริการด้านการพัฒนาสินค้าใหม่ตอบโจทย์ลูกค้า - ความสามารถในการพัฒนาทางด้านความรู้ เทคโนโลยี และบุคคลที่ดีขึ้น - ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร - การรักษาความลับ - การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน	- การจัดทำสัญญาและข้อตกลงที่เป็นธรรม - การวางแผนและพัฒนาธุรกิจร่วมกัน - การดำเนินกิจกรรมพัฒนาสินค้า/ธุรกิจร่วมกัน เพื่อยอดขาย (Workshop, Menu creation) - การจัดตั้งหน่วยงานความร่วมมือ - การรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าและบริการ - การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	- การพบปะหรือประชุมร่วมกันโดยตรง - การสื่อสารผ่านช่องทางทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ - งานแสดงสินค้า หรืองานกิจกรรมต่างๆ - การสำรวจความพึงพอใจ - ช่องทางการร้องเรียนของบริษัท เช่น เว็บไซต์บริษัท หรือ E-mail เป็นต้น - ติดต่อผ่านฝ่ายขาย และฝ่าย Customer Service
 คู่ค้า Supplier ผู้จัดหาและผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นบุคคล หรือนิติบุคคลทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่จัดหาและส่งมอบสินค้า หรือปฏิบัติงานหรือให้บริการแก่บริษัท ภายใต้เงื่อนไขหรือสัญญาจ้าง หรือข้อตกลงที่ทำกับบริษัท	- จ่ายเงินตามกำหนด - พันธมิตรและการร่วมธุรกิจในระยะยาว - แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน เช่น แผนการใช้บริการ การประมาณการ เป็นต้น - สัญญาและข้อตกลงที่เป็นธรรม - ความโปร่งใสในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง - การพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า - การเก็บรักษาความลับทางธุรกิจ	- การดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และเท่าเทียม - การพัฒนาศักยภาพและสร้างการเติบโตทางธุรกิจร่วมกัน - คำตอบแทนที่เหมาะสมและตรงเวลาตามข้อตกลง - การให้ข้อมูลมาตรฐาน ระเบียบมาตรฐาน ขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน - การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	- การพบปะหรือประชุมร่วมกัน - กิจกรรมร่วมกับคู่ค้า เช่น KCG Supplier Day เป็นต้น - ช่องทางการสื่อสาร ผ่าน E-Mail หรือโทรศัพท์ - ช่องทางการร้องเรียนของบริษัท เช่น เว็บไซต์บริษัท หรือ E-mail เป็นต้น - ติดต่อผ่านฝ่ายจัดซื้อ
 ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน Shareholder/ Investor บุคคล หรือนิติบุคคลที่มีความสนใจในการลงทุนกับบริษัท และผู้ที่ถือครองหุ้นของบริษัท จำนวนหนึ่งหุ้นหรือมากกว่านั้น มีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะในการประกอบกิจการ และได้รับข้อมูลประกอบการของบริษัทตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และนักลงทุน	- ผลประโยชน์และผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดี - เป้าหมาย วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ของบริษัท - การกำกับดูแลที่ดี - การเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส ต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ - การส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับผู้ถือหุ้น/นักลงทุน - คุณสมบัติของคณะกรรมการผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจ - การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ - การดำเนินการด้านความยั่งยืนของบริษัท	- การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลด้วยความโปร่งใส และมีประสิทธิภาพ ภายใต้นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ - มีหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงกับนักลงทุน และผู้ถือหุ้น - การสื่อสารผลการดำเนินงาน และข้อมูลของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ - การแจ้งข้อมูลและข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ถูกต้อง	- รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) - รายงานความยั่งยืน - การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - การประชุมกับนักลงทุน (Opportunity Day) - การประชุมกับนักวิเคราะห์ (Analyst meeting) - กิจกรรมของนักลงทุนสัมพันธ์ เช่น กิจกรรมเยี่ยมชมโรงงาน (Site Visit) ผู้บริหารพบนักลงทุน (Company visit) - กิจกรรม Roadshow / Corporate Day - ช่องทางการแจ้งร้องเรียนของบริษัท เช่น เว็บไซต์บริษัท หรือ E-mail เป็นต้น - ข้อมูลนักลงทุนสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของ บริษัท - ติดต่อผ่านหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations: IR) และเลขานุการบริษัท (Company Secretary)



ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนอง ของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการสื่อสาร
 หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานกำกับดูแล Government and Regulatory agencies หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน และหน่วยงานที่ กำกับดูแล ที่ทำหน้าที่ในการออก กฎระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับ และกฎเกณฑ์เพื่อให้บริษัทปฏิบัติตาม ทั้งในและต่างประเทศ	- การปฏิบัติตามข้อกำหนดตาม กฎหมาย และข้อบังคับ - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - การเปิดเผยข้อมูลด้าน การดำเนินธุรกิจและการดำเนินการ ด้านความยั่งยืน ESG - การให้ความคิดเห็น การเข้าร่วมกิจกรรมหรือ โครงการของภาครัฐ / หน่วยงาน กำกับดูแล - การคุ้มครองผู้บริโภค และกำกับ ดูแลด้านคุณภาพอาหาร	- การปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง - การมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง ในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือ โครงการกับภาครัฐ - การปรับปรุงกระบวนการทำงาน ให้มีการควบคุมที่ดี สอดคล้องกับ ข้อบังคับ และกฎระเบียบ - การจัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบ และกระบวนการกำกับดูแล เพื่อให้บริษัทฯ ปฏิบัติตาม กฎหมาย	- การพบปะหรือประชุมร่วมกัน - การเข้าร่วมกิจกรรม สัมมนา หรือเข้ารับฟังนโยบายและ แนวทางปฏิบัติของหน่วยงาน ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล - ช่องทางการแจ้งร้องเรียนของ บริษัท เช่น เว็บไซต์บริษัท หรือ E-mail เป็นต้น
 ชุมชน Community บุคคล หรือกลุ่มบุคคล ที่อยู่อาศัย รอบใกล้พื้นที่ดำเนินการของบริษัท รวมถึงผู้ที่อาศัยในระนาบทาง ขนส่งของบริษัท หน่วยงาน สถาบันหรือองค์กร (เช่น โรงเรียน สถานสงเคราะห์ วัด สมาคม โรงพยาบาล) ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่หรือ จังหวัดเดียวกันกับพื้นที่ที่บริษัท ดำเนินการอยู่	- ไม่ได้รับผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตประจำวัน ทั้งด้านสังคมและ สิ่งแวดล้อม - การจ้างงานในชุมชน - การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน - มีช่องทางการรับเรื่อง ร้องเรียนและแสดง ความคิดเห็น	- การดำเนินธุรกิจอยู่บน พื้นฐานความรับผิดชอบ ต่อสังคม - การเปิดโอกาสรับพนักงาน หรือนักศึกษาฝึกงานในชุมชน - การมีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือ สังคมพัฒนาชุมชน - การดูแล และปฏิบัติตามกฎหมาย ด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนิน ธุรกิจของบริษัท	- กิจกรรมหรือโครงการเพื่อ ชุมชนและสังคมของบริษัท - เว็บไซต์ของบริษัท - ประชาสัมพันธ์ผ่านบุคลากร ขององค์กร - ช่องทางการแจ้งร้องเรียนของ บริษัท เช่น เว็บไซต์บริษัท หรือ E-mail เป็นต้น - ติดต่อผ่านฝ่ายสื่อสารองค์กร
 สถาบันการเงิน Financial Institution หน่วยงานธุรกิจในระบบ การเงิน ที่ให้บริการทาง การเงินแก่บริษัท ผ่านการทำ ธุรกรรมทางการเงิน การให้สินเชื่อ หรือลงทุน และมีหน้าที่ ในการชำระเงินกู้ตามเงื่อนไข ที่กำหนด (เช่น ธนาคาร สถาบันการเงิน บริษัทประกัน)	- ชำระคืนเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยได้ ตรงเวลา - ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการอื่น ทางการเงิน - การดำเนินธุรกิจด้วยความเติบโต และยั่งยืน	- ปฏิบัติตามสัญญาและเงื่อนไขต่างๆ อย่างเคร่งครัด - ให้ความร่วมมือ ความเข้าใจ และสัมพันธ์ภาพอันดี	- การพบปะหรือประชุมร่วมกัน - ช่องทางการสื่อสาร ผ่าน E-Mail หรือโทรศัพท์ - เว็บไซต์ของบริษัท - ช่องทางการแจ้งร้องเรียนของ บริษัท เช่น เว็บไซต์บริษัท หรือ E-mail เป็นต้น - ติดต่อผ่านฝ่ายปฏิบัติการเงิน
 สื่อมวลชน Media หน่วยงาน หรือบุคคลที่มีหน้าที่ใน การนำเสนอข่าวสาร หรือข้อมูลสู่ สาธารณชน ผ่านสื่อออนไลน์หรือ ออฟไลน์รวมถึงผู้มีอิทธิพล ในสื่อออนไลน์	- ข้อมูล ข่าวสาร และความเคลื่อนไหว ของบริษัท ที่ถูกต้องและทันเวลา - ข้อมูลผลิตภัณฑ์ โปรโมชัน และ รายการส่งเสริมการขายที่ถูกต้อง - ความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัท	- ให้ข้อมูลของบริษัทที่ถูกต้อง และทันเวลา - การส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ - การแถลงข่าว และการพบปะ สื่อมวลชนตามวาระหรือโอกาส ต่างๆ	- สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และ Social media ของบริษัท - สื่อออฟไลน์ เช่น โทรศัพท์ สัมภาษณ์ผู้บริหาร - ติดต่อผ่านฝ่ายสื่อสารองค์กร

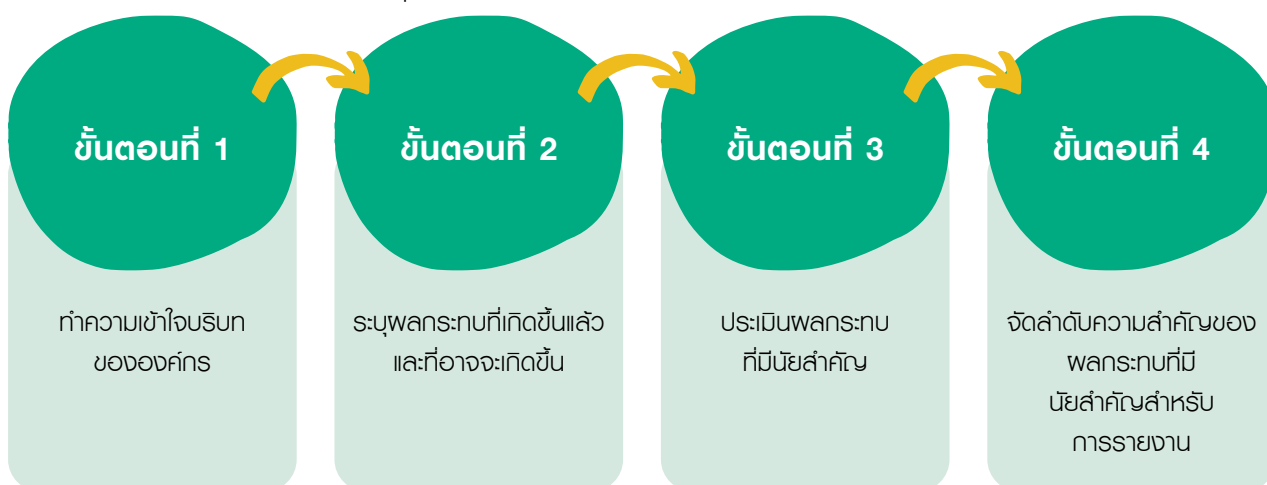


ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topics)

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Assessment) เป็นกระบวนการที่สำคัญในการระบุและจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหรือประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีผลกระทบต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยช่วยให้บริษัทฯ สามารถกำหนดทิศทางการทำงานในด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงสามารถจัดลำดับความสำคัญของทรัพยากรและการลงทุนในโครงการที่ตอบโจทย์การตอบสนองประเด็นสำคัญ ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินและระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร ตามกระบวนการดังต่อไปนี้





ขั้นตอนที่ 1 ทำความเข้าใจบริบทขององค์กร

บริษัทฯ พิจารณาและรวบรวมประเด็นที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย จากทั้งบริบทภายใน (Internal context) ด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทผ่านการจัดกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า และการวิเคราะห์ผลกระทบต่อความยั่งยืนจากกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) และจากบริบทภายนอก (External context) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ PESTEL Analysis ประกอบกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย แนวโน้ม ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรกรรมและอาหาร เพื่อให้เข้าใจและสามารถระบุประเด็นได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 2 ระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้ว และที่อาจจะเกิดขึ้น

บริษัทฯ ระบุผลกระทบของประเด็นที่เกิดขึ้นแล้ว (Actual Impacts) และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น (Potential impacts) พร้อมแยกผลกระทบเชิงลบและบวก ต่อประเด็นด้านความยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้คำนึงถึงประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรและการเติบโตของธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น กลยุทธ์ ผลการดำเนินงาน การเงิน การปฏิบัติงาน และการปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น รวมถึงประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่สร้างประโยชน์และอาจมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยเป็นผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท ซึ่งสะท้อนถึงความเสี่ยงและโอกาสของธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาว

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินผลกระทบที่มีนัยสำคัญ

บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์การประเมินนัยสำคัญของผลกระทบต่อความยั่งยืน และเกณฑ์ด้านโอกาสในการเกิดของผลกระทบ เพื่อใช้สำหรับการประเมินนัยสำคัญของผลกระทบที่ระบุทั้งเชิงบวกและเชิงลบ จากนั้นได้การจัดกลุ่มผลกระทบที่มีนัยสำคัญเพื่อกำหนดเป็นประเด็นด้านความยั่งยืน บริษัทฯ ยังได้เทียบเคียงประเด็นสำคัญจากมาตรฐาน และบริษัทฯ ขึ้นนำในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ขั้นตอนที่ 4 จัดลำดับความสำคัญของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนสำหรับการรายงาน

บริษัทมีการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็น โดยพิจารณาได้จากระดับผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และประเด็นที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางการจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนตามความสำคัญและความเร่งด่วนในการจัดการ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ใช้วิธีการในการสำรวจความเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย และตัวแทนพนักงานที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อจัดลำดับความสำคัญในมุมมองของผู้มีส่วนได้เสีย สำหรับการประเมินในมุมมองขององค์กร ได้ให้ผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ทำการจัดลำดับความสำคัญ

การรับรองประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญต่อบริษัท

คณะทำงานความยั่งยืนและนวัตกรรมองค์กรได้หารือกับที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านความยั่งยืน เพื่อทวนสอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่ารายการประเด็นสำคัญได้ครอบคลุมทุกประเด็นที่บริษัทฯ ควรดำเนินการและเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อไป จากนั้น คณะทำงานความยั่งยืนและนวัตกรรมองค์กร นำเสนอประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ และอนุมัติประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน พร้อมพิจารณากรอบการดำเนินงาน และความเหมาะสมของการรายงานข้อมูล เช่น เป็นข้อมูลความลับทางธุรกิจ ความพร้อมและความสมบูรณ์ของข้อมูลที่มี นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดให้มีการทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เป้าหมายและติดตามผลการดำเนินงานและแผนงานด้านความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สามารถปรับแนวการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความยืดหยุ่นพร้อมต่อความเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น





ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (KCG Material Topics)

ในปี 2567 บริษัทฯ มีประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนทั้งหมด 12 ประเด็น ดังนี้

ENVIRONMENT



1. การจัดการพลังงาน
และทรัพยากร
Energy and Resource
Management
2. การจัดการของเสียและมลพิษ
Waste and Pollution
Management
3. สภาพภูมิอากาศ
และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
Climate Change Adaptation
and GHG Emission

SOCIAL



4. ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์
และความรับผิดชอบต่อลูกค้า
และผู้บริโภค
Product Safety and Responsibility
to Customer and Consumer
5. การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์
Human Capital Management
6. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
ในการทำงาน
Occupational Health and Safety
7. การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน
Community Involvement and
Development

GOVERNANCE & ECONOMIC

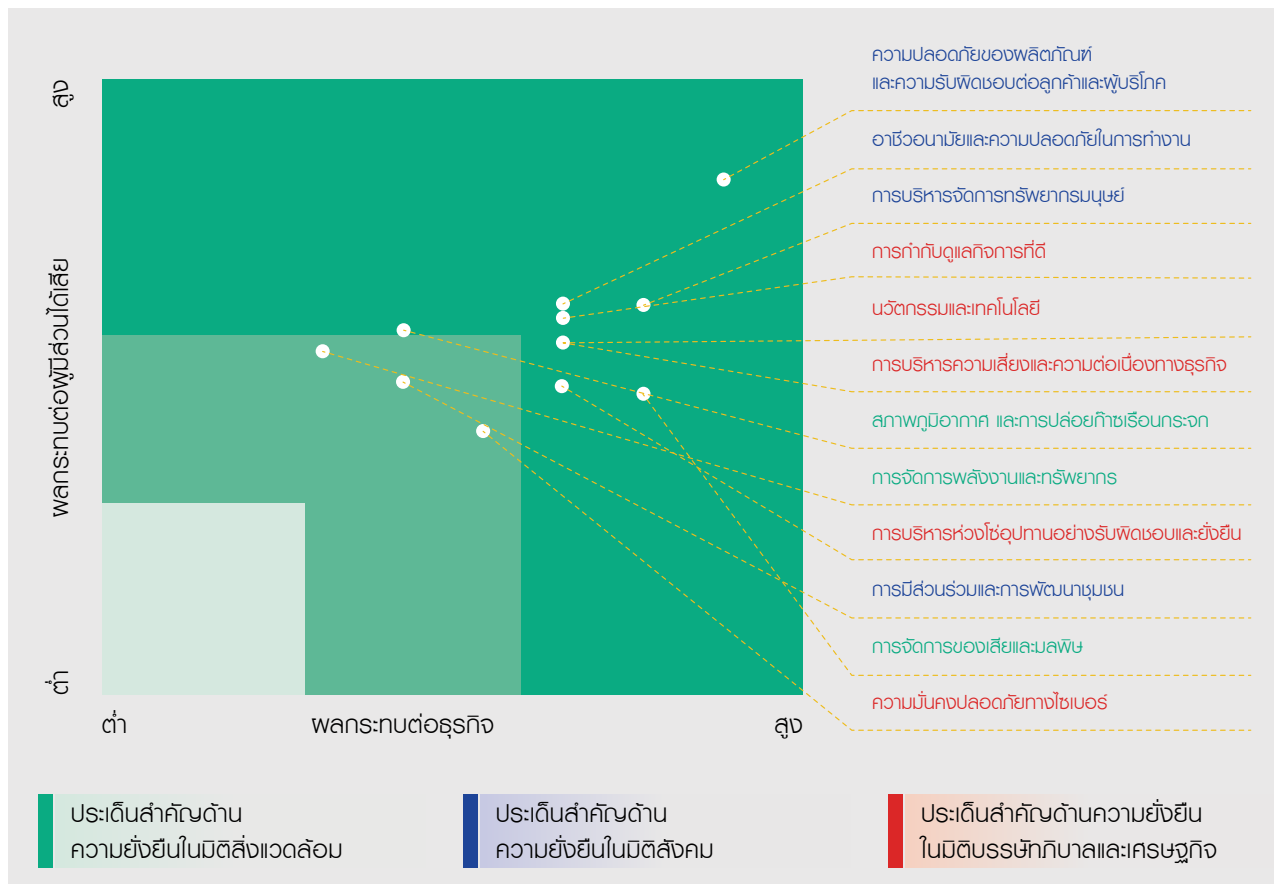


8. นวัตกรรมและเทคโนโลยี
Innovation and Technology
9. การบริหารความเสี่ยงและ
ความต่อเนื่องทางธุรกิจ
Risk and Business
Continuity Management
10. การบริหารห่วงโซ่อุปทาน
อย่างรับผิดชอบและยั่งยืน
Sustainable and
Responsible Supply
Chain Management
11. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
Corporate Governance
12. ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
Cyber Security



การจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ตารางแสดงความสำคัญของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Matrix)





การประเมินผลกระทบของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

มิติ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ความเสี่ยง / โอกาสและผลกระทบของประเด็นสำคัญ	ผลกระทบของประเด็นสำคัญ		เนื้อหารายงาน
			+	-	
สิ่งแวดล้อม	1 การจัดการพลังงานและทรัพยากร	บริหารจัดการ วางแผนดำเนินการ พัฒนาและปรับปรุงวิธีการใช้ทรัพยากร การลดการใช้พลังงานฟอสซิล ทั้งไฟฟ้า เชื้อเพลิงและการจัดการด้านน้ำ รวมถึงทรัพยากรในกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นเพิ่มการใช้พลังงานทดแทน หรือพลังงานทางเลือกที่เหมาะสม ให้สอดคล้องกับเป้าหมายการจัดการด้านพลังงานที่ยั่งยืนขององค์กร	✓		- การจัดการพลังงานและทรัพยากร - ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
	2 การจัดการของเสียและมลพิษ	บริหารจัดการของเสียที่ให้ความสำคัญในการลดการเกิดขยะและของเสีย แสวงหาโอกาสในการพัฒนาแนวทางการนำทรัพยากรของเสีย หรือวัตถุดิบกลับมาหมุนเวียน หรือใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การจัดการและควบคุมเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน ทั้งมลพิษทางน้ำ อากาศและเสียง ที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต การขนส่ง และการขนถ่ายของเสียในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท	✓	✓	- การจัดการของเสียและมลพิษ - ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
	3 สภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	มุ่งเน้นในการขับเคลื่อนธุรกิจควบคู่การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการปรับตัวสู่สังคมคาร์บอนต่ำเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท และเป้าหมายของประเทศ	✓	✓	- สภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
สังคม	4 ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบต่อลูกค้าและพหุบริโภค	บริหารจัดการและพัฒนาระบบคุณภาพเพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ และให้สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ดำเนินธุรกิจและกิจกรรมทางการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อและบริหารจัดการเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืนและเติบโตไปด้วยกัน	✓	✓	- ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบต่อลูกค้าและพหุบริโภค - ผลการดำเนินงานด้านสังคม
	5 การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	บริหารทรัพยากรบุคคลและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม และเคารพต่อสิทธิมนุษยชน ส่งเสริมการพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงาน วัฒนธรรมของความรับผิดชอบต่อและมีส่วนร่วมของพนักงาน และเปิดโอกาสในการมีส่วนร่วม รวมถึงการจัดการความเป็นอยู่ที่ดีในองค์กร	✓		- การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ - ผลการดำเนินงานด้านสังคม
	6 อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน	ให้ความสำคัญกับการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ตามมาตรฐานสากล ผ่านการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการความปลอดภัย เพื่อลดความเสี่ยงในการทำงานในด้านต่างๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้นกับพนักงานร่วมกับองค์กร		✓	- อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน - ผลการดำเนินงานด้านสังคม



มิติ		ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ความเสี่ยง / โอกาสและผลกระทบของประเด็นสำคัญ	ผลกระทบของประเด็นสำคัญ		เนื้อหารายงาน
				+ (โอกาส)	- (ความเสี่ยง)	
สังคม	7	การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน	รับฟังข้อเสนอผลกระทบที่เกิดขึ้นและอาจเกิดขึ้นต่อชุมชนในพื้นที่ประกอบกิจการด้วยมาตรการเชิงรุกที่เหมาะสม ให้ความใส่ใจในการดูแลและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมในของชุมชน ริเริ่ม กิจกรรมหรือโครงการด้านการพัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน	✓	✓	การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน
	8	นวัตกรรมและเทคโนโลยี	ผลักดันการพัฒนาและต่อยอดแนวคิดใหม่ๆ การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กระบวนการทำงาน การบริการและโมเดลธุรกิจ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัทในการวางกลยุทธ์ เพื่อปรับปรุง ลดขั้นตอนในการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ	✓		นวัตกรรมและเทคโนโลยี
บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ	9	การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ	บริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร และจัดการภาวะวิกฤตหรือเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดหรือความเสี่ยงใหม่ๆ เพื่อให้สามารถจะบรรลุตามกลยุทธ์และเป้าหมายของธุรกิจและความยั่งยืน เพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและลดผลกระทบรอบด้านที่อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท	✓	✓	การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ
	10	การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อและยั่งยืน	ขับเคลื่อนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยความรับผิดชอบต่อและคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการพัฒนาคุณค่าและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยงจากการดำเนินงานทั้งบริษัทและคู่ค้า และสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน	✓	✓	การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบต่อและยั่งยืน
	11	การกำกับดูแลที่ดี	การประกอบกิจการที่โปร่งใส มีการกำกับดูแลที่ดี และต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ให้ความสำคัญสูงสุดในการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและจรรยาบรรณขององค์กร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้เสีย	✓	✓	การกำกับดูแลที่ดี
	12	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	สร้างความเข้มแข็งและความน่าเชื่อถือของบริษัทในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อระบบงานหลักและข้อมูลสำคัญของทั้งบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย		✓	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์



กลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของ KCG Sustainability Strategy

เพื่อให้การขับเคลื่อนความยั่งยืนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร บริษัทฯ ได้ยกระดับการพัฒนาความยั่งยืนให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักขององค์กร และกำหนดกลยุทธ์และแนวบริหารจัดการด้านความยั่งยืนสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท เพื่อให้สามารถบูรณาการด้านธุรกิจและความยั่งยืนไปในการดำเนินงานในทิศทางเดียวกัน





โดยมีกลยุทธ์และแนวบริหารจัดการด้านความยั่งยืน 3 มิติ ได้แก่

Sustain the planet

Environment :

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านการจัดการพลังงาน และทรัพยากรตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมุ่งมั่นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ

Nourish our communities

Social :

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและความเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน ให้ความสำคัญในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัย และผลักดันให้เป็นองค์กรที่ปลอดภัยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

Drive growth with governance

Governance and Economic :

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนและมีการกำกับดูแลที่ดี โปร่งใส ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชัน มุ่งเน้นการบริหารห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนไปพร้อมกับคู่ค้า พร้อมขับเคลื่อนการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรม และเทคโนโลยี เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อทั้งสุขภาพของลูกค้าและผู้บริโภค เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร และยกระดับการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน





เป้าหมายด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงเข้ากับกลยุทธ์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ ตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญกับ มาตรฐานและหลักการการพัฒนาความยั่งยืนอย่างสากล รวมทั้งพิจารณาให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาความยั่งยืนไปควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถดูแลบริหารความเสี่ยงและผลกระทบได้ครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนทุกมิติ

มิติ	ประเด็นสำคัญ	เป้าหมายด้านความยั่งยืน ในปี 2567	SDGs
สิ่งแวดล้อม	การจัดการพลังงานและทรัพยากร	- การลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าและพลังงานเชื้อเพลิง ต่อตันการผลิต 0.5% จากปีฐาน 2566 - การลดปริมาณการใช้น้ำ ต่อตันการผลิต 0.5% จากปีฐาน 2566	   
	สภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ลดลง 10% ในปี 2568 - การตั้งเป้าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็น Net Zero ภายในปี 2593 (2050)	
	การจัดการของเสียและมลพิษ	- การลดปริมาณของเสียที่กำจัดโดยวิธีการฝังกลบเป็น 0 สำหรับโรงงานเทพารักษ์ ในปี 2567 - การลดปริมาณของเสียต่อตันการผลิต 5% จากปี 2566 - ไม่มีข้อร้องเรียนกรณีเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	
สังคม	ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค	- ความพึงพอใจของลูกค้า 75% - จำนวนข้อร้องเรียนลดลง 5% เทียบปริมาณการผลิตต่อปี	   
	การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	- จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนพร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา เป็น 0 - ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร 75% - จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยของพนักงาน ไม่น้อยกว่า 12 ชั่วโมงต่อคนต่อปี - สัดส่วนของพนักงานที่ได้รับรู้เรื่อง Digital Transformation เป็น 100%	
	ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน LTIFR ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3	
	การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน	- ข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทจากชุมชน หรือสังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ เป็น 0 - โครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคม ในการพัฒนาและมีส่วนร่วม กับชุมชน อย่างน้อย 1 โครงการ	
บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ	นวัตกรรมและเทคโนโลยี	ผลงานภายในองค์กรที่ได้รับรางวัล KCG Innovation Contest นำมาพัฒนาให้สามารถใช้ได้จริงภายในบริษัท อย่างน้อย 3 โครงการ	   
	การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน	- จำนวนคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรงได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล 100% - จำนวนคู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) ที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ 70%	
	การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ	การซ้อมแผนบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจที่สำคัญตามแผนงานที่กำหนด 100%	
	การกำกับดูแลกิจการที่ดี	- จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการผิดจรรยาบรรณและกฎธรรมาภิบาล เป็น 0 - จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมาย กฎระเบียบ หรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนอย่างมีนัยสำคัญ เป็น 0	
	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	- การโจมตีทางไซเบอร์ที่ส่งผลกระทบกับการดำเนินงานของบริษัท เป็น 0 - จำนวนเหตุการณ์การละเมิดหรือรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล เป็น 0 - สัดส่วนของพนักงานที่ได้รับการอบรมเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์ เป็น 80% ในปี 2568	



สารจากประธาน

ภาพรวมธุรกิจ

การขับเคลื่อนธุรกิจ
เพื่อความยั่งยืน

บรรษัทภิบาล
และเศรษฐกิจ

สิ่งแวดล้อม

สังคม

ภาคผนวก



Drive Growth with Governance บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ
- นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน
- ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์



การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ตั้งมั่นที่จะดำรงตนให้เป็นบริษัทฯ ที่เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม (Good Corporate Citizen) ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสามารถบริหารกิจการให้เติบโตอย่างมั่นคง เป็นที่ยอมรับในสังคมบนพื้นฐานของจริยธรรมและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้กรรมการผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสีย ได้รับการเจตนาสมณ และกรอบนโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืนทำหน้าที่กำกับดูแลด้านบรรษัทภิบาลของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ มีการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติเป็นประจำทุกปี

ทั้งนี้ เพื่อให้การกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ เป็นไปตามมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และสามารถใช่วิธีการปฏิบัติได้ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้นำเกณฑ์และหลักการปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการ ทั้งเกณฑ์ ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของ Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) รวมทั้งหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Code for Listed Companies) ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) มาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ซึ่งครอบคลุมหลักปฏิบัติ 8 ข้อหลัก ดังนี้

CG Code

Corporate Governance



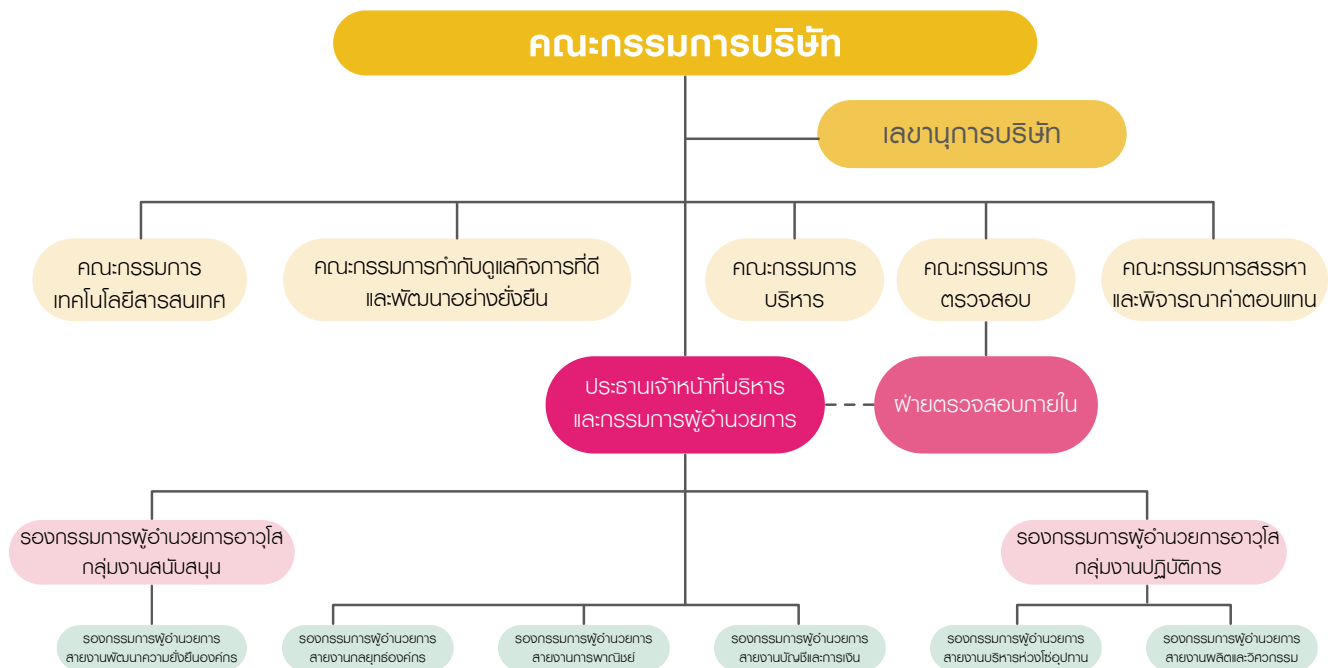
ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดที่
**นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี
และพัฒนาอย่างยั่งยืน**



โครงสร้างองค์กรเพื่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี

เพื่อให้การกำกับดูแลกิจการเป็นตามหลักการที่ดี บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ประกอบด้วย คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยจำนวน 5 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน และคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละคณะได้มีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองเป็นกฎบัตรคณะกรรมการ ในการกำกับดูแลกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท โดยกฎบัตรคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุดจะมีการทบทวนอย่างน้อยปีละครั้ง

โครงสร้างองค์กร



ข้อมูลเกี่ยวกับ กรรมการบริษัท



จำนวนคณะกรรมการบริษัท
ทั้งคณะ **12** ท่าน



กรรมการอิสระ: 5 ท่าน
คิดเป็น **41.67%**



กรรมการที่เป็น
ผู้หญิง 2 ท่าน ผู้ชาย 10 ท่าน
คิดเป็น **16.67%**



กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 5 ท่าน
คิดเป็น **41.67%**



จำนวนครั้งในการประชุม
คณะกรรมการบริษัท **10** ครั้ง



การเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย **94.89%**

สำหรับข้อมูลการกำกับดูแลกิจการ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่ [รายงานประจำปี 2567](#) ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ หน้าที่ 81-137



จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ของบริษัท

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ในจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ (Code of Ethics) โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่สัญญา ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งยังส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญารวมถึงการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ส่งเสริมการสร้างตระหนักรู้ถึงจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจและด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั่วทั้งองค์กร ดังนี้

- การจัดการอบรมและให้ความรู้ด้านกำกับดูแลกิจการที่ดีแก่กรรมการและผู้บริหาร ในหลักสูตร Corporate Governance and Legal Implications for Board หัวข้อ Introduction to Corporate Governance โดย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกรมธรรม์ (Director and Officer Liability Insurance: D&O) โดยบริษัทกรุงเทพประกันภัย จำกัด ให้แก่ คณะกรรมการผู้บริหาร และพนักงาน มีผู้เข้าร่วมอบรม ทั้งหมด 41 ท่าน โดยมีกรรมการบริษัทเข้าร่วมอบรม 8 ท่าน
- การจัดทำคู่มือข้อกำหนดที่บังคับบริษัทที่มีความเสี่ยงและบทลงโทษต่อกรรมการ เพื่อรวบรวมกฎหมายที่บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามให้ถูกต้อง
- การเปิดเผยจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ให้กับคู่ค้าผ่านทางฝ่ายจัดซื้อ และเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ
- การให้ความรู้แก่พนักงานด้านจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ
 - สื่อสารและให้ความรู้กับพนักงานรับทราบจรรยาบรรณ โดยเผยแพร่ **จริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ** บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ และช่องทางสื่อสารภายในบริษัทฯ อาทิ บอร์ดประชาสัมพันธ์ เว็บ Intranet และ Share Drive ของบริษัทฯ ที่พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงได้
 - สื่อสารและให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับนโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน การเปิดเผยข้อมูล และการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เว็บ Intranet และ Share Drive ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารภายในบริษัทฯ ที่พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงได้

- พายำกำกับดูแลกิจการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี จำนวน 2 เรื่อง คือ ความสำคัญของการประชุมสามัญประจำปี (Annual General Meeting :AGM) และการทุจริตคอร์รัปชันในบนเว็บ Intranet ของบริษัท
- เตรียมเพิ่มหลักสูตรการอบรมให้ความรู้เรื่องจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจกับพนักงานภายในปี 2568
- การทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาอย่างยั่งยืน และกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560 ตามแนวทางที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด โดยคณะกรรมการบริษัทมีกระบวนการในการทบทวนการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีดังกล่าว ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

อีกทั้ง บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีนโยบายต่างๆ อาทิ นโยบายสิทธิมนุษยชน นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นโยบายการใช้ข้อมูลภายในเพื่อป้องกันการแสวงหาข้อมูลการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ผลประโยชน์ต่อตนเองหรือผู้อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยบริษัทฯ ได้เผยแพร่นโยบายต่างๆ ไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ และมีการติดตามการดำเนินการด้านกำกับดูแลกิจการเป็นประจำ

จากการดำเนินการ และการเปิดเผยข้อมูลตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่ดี ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Report for Thai Listed Companies: CGR) ระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” (Excellent CG Scoring) ประจำปี 2567 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และยังได้รับการจัดอันดับเป็น Top Quartile ของบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่า 3,000 - 9,999 ล้านบาท และได้คะแนน AGM Checklist 100 คะแนนเต็ม

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

**จริยธรรมและจรรยาบรรณ
ในการดำเนินธุรกิจ**



การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ผ่านการดำเนินกิจการให้ถูกต้องตามกฎหมาย และเป็นประโยชน์ต่อสังคม สนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรมและเป็นพลเมืองที่ดี โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบาย และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน มีจิตสำนึก และเห็นความสำคัญที่จะร่วมมือกันปฏิบัติงานภายใต้กรอบนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียว่า บริษัทฯ จะมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยนโยบาย ดังกล่าวได้สื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติไปยังพนักงานทุกคน โดยบริษัทฯ เน้นให้คณะกรรมการและพนักงานทุกคนยึดถือและปฏิบัติตามนโยบาย โดยเคร่งครัด โดยมีการติดตามการให้และรับมอบของขวัญจากหน่วยงานต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันกับคู่ค้า โดยฝ่ายจัดซื้อมีส่งอีเมลเพื่อรณรงค์เชิญชวนคู่ค้าเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และสื่อสารนโยบายงดรับของขวัญ (No Gift Policy) ในวันต่อต้านคอร์รัปชันของไทย วันที่ 6 กันยายนของทุกปี

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายการรับแจ้งเบาะแสข้อร้องเรียน



กระบวนการรับแจ้งข้อมูล เบาะแส และข้อร้องเรียน

บริษัทฯ จัดให้มีนโยบายคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส และกระบวนการรับแจ้งข้อร้องเรียนทั้งเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน การทำผิดจรรยาบรรณธุรกิจและข้อร้องเรียนด้านการกำกับดูแล โดยกำหนดช่องทางแจ้งข้อร้องเรียน (Whistleblowing) ของกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลใดที่ทราบข้อมูล ข้อสังเกต ในส่วนที่เกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน สามารถติดต่อกับกรรมการตรวจสอบหรือประธานกรรมการตรวจสอบโดยตรง เพื่อแจ้งเบาะแสร้องเรียน เมื่อมีการพบเห็นพฤติกรรมความไม่โปร่งใส หรือเหตุการณ์การทุจริตยกยอกการประพฤติด การไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการส่งเสริมสนับสนุนผู้อื่นที่ไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางในการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน โดยผู้แจ้งเบาะแสมารถส่งข้อร้องเรียนไปยังช่องทาง ดังต่อไปนี้



การติดต่อผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

ติดต่อ : กรรมการตรวจสอบ หรือประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

E-mail : whistleblower@kcgcorporation.com

หรือ จดหมายส่งทางไปรษณีย์

ติดต่อ : กรรมการตรวจสอบ หรือประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

ที่อยู่ : บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด

3059-3059/1-3 ถนนสุขุมวิท

แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260

เว็บไซต์ : <https://www.kcgcorporation.com/th/corporate-governance/anti-corruption-and-whistleblowing>



บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption : CAC) และมีแผนในการประกาศเจตนารมณ์เป็นแนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต รวมถึงดำเนินการให้ได้รับการรับรอง เพื่อเป็นองค์กรต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อไป

ทั้งนี้ ในปี 2567 ไม่ได้รับเรื่องแจ้งข้อร้องเรียน กรณีการฟุ้งเฟ้อจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ และการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งไม่มีกรณีหรือเหตุการณ์ของการละเมิดกฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ

กรณีการละเมิดหรือการฟุ้งเฟ้อ	2567
จำนวนกรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ หรือการทุจริตคอร์รัปชัน	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ของการไม่ละเมิดกฎหมาย กฎระเบียบ*	0

หมายเหตุ : *จำนวนเหตุการณ์ของการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ กฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ พลิตภัณฑ์ บริการ และการสื่อสารด้านการตลาด เหตุการณ์การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล สิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชน





การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ท่ามกลางความไม่แน่นอนและความผันผวนจากปัจจัยภายนอกทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันที่ทวีความรุนแรงและมีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯจึงให้ความสำคัญต่อการบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อยกระดับการดำเนินงานธุรกิจให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ กลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างความยืดหยุ่นให้บริษัทฯ มีความสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่กระทบต่อการดำเนินงานหลักหรือเป้าหมายขององค์กรทั้งในภาวะปกติหรือในเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น ในระยะสั้นและระยะยาวของบริษัท รวมถึงให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของพหุมีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสม และลดผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่อาจมีต่อสิ่งแวดล้อมและพหุมีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่า

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้นำหลักการบริหารความเสี่ยงตาม COSO-ERM 2017 (The Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission : Enterprise Risk Management) ที่เน้นการบูรณาการร่วมกับกลยุทธ์และผลการปฏิบัติงาน (Integrating with Strategy and Performance) สำหรับการบริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืน เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมทั้ง มีการศึกษาแนวปฏิบัติการบริหารความเสี่ยงด้าน ESG ของ COSO-ERM 2017: Guideline for Applying Enterprise Risk Management (ERM) to Environmental, Social and Governance (ESG) – Related Risks เพื่อให้มีความเข้าใจและสามารถระบุประเด็นความเสี่ยงในมิติด้านความยั่งยืนได้อย่างครบถ้วน และนำมาบูรณาการร่วมกับกลยุทธ์และการจัดการทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้มีการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยง และนโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยมีระบบการควบคุมที่ครอบคลุมเพียงพอและมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กรทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ และเป้าหมายหลักในด้านต่างๆ ได้

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยง

• โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

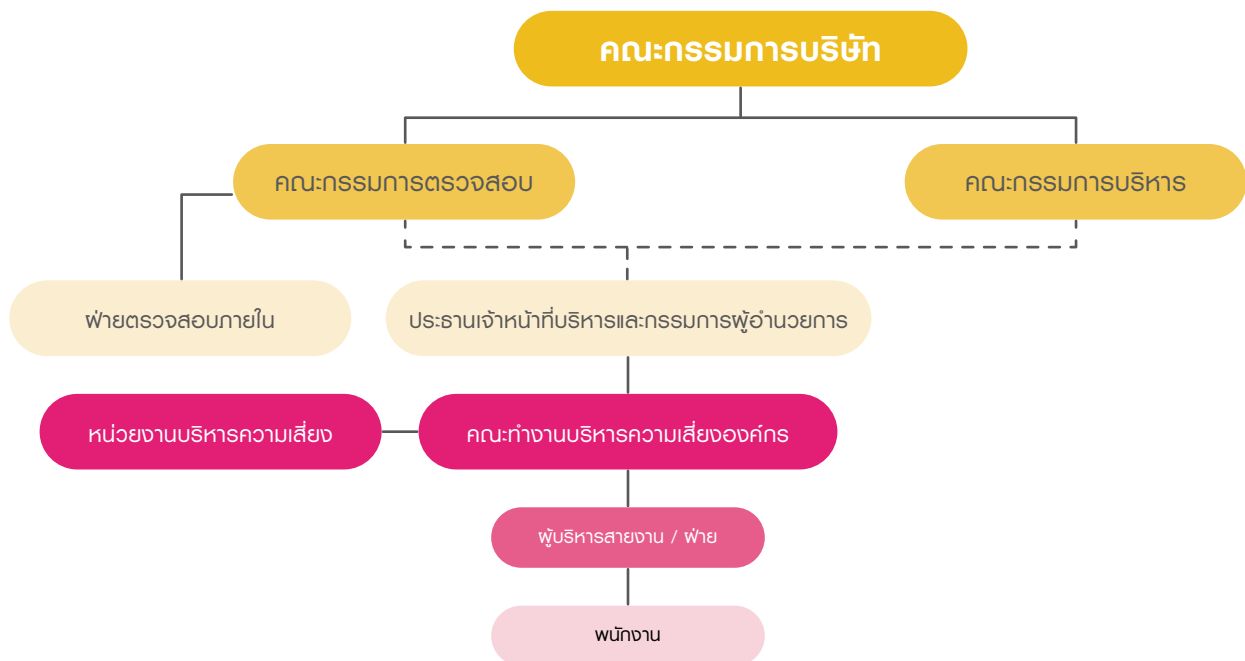
การบริหารความเสี่ยงขององค์กรอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัท (Board of Directors) และได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหาร ร่วมกันทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยง โดยคณะกรรมการบริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดกรอบและนโยบายการบริหารความเสี่ยง รวมถึงแผนงานบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัทฯ ให้คำแนะนำต่อฝ่ายจัดการเพื่อการบริหารและจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

นอกจากนี้ ยังมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่รับผิดชอบการกำกับดูแลในด้านสอบทานและให้คำแนะนำบริษัทฯ ให้มีระบบการจัดการและควบคุมความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามแนวทางที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งกำกับติดตามและดูแลให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปตามแผนงานและนโยบายการบริหารความเสี่ยง โดยคณะกรรมการบริษัทได้กำหนดให้มีการจัดการประชุมร่วมของคณะกรรมการทั้งสองคณะเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อพิจารณาให้ความเห็นต่อการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร พิจารณานโยบายการบริหารความเสี่ยงของบริษัท และระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ ก่อนนำเสนอเพื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ ตลอดจนให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง

ทั้งนี้ บริษัทฯจัดมีคณะทำงานบริหารความเสี่ยงในระดับฝ่ายจัดการ ซึ่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารดำรงตำแหน่งเป็นประธาน และประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้แต่งตั้งผู้บริหารและตัวแทนจากแต่ละสายงาน มาร่วมเป็นสมาชิกในคณะทำงานบริหารความเสี่ยง เพื่อพิจารณาความเสี่ยงและมาตรการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการคล่องตัวในการบริหารจัดการความเสี่ยง ทั้งการพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงใหม่ และความสัมพันธ์จากผลกระทบของความเสี่ยงแต่ละเรื่อง การทบทวนระดับของความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และติดตามความสำเร็จของมาตรการจัดการความเสี่ยง เพื่อลดโอกาสและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมทั้งเสริมสนับสนุนในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องให้กับผู้บริหารและพนักงานทั่วองค์กร นอกจากนี้ กระบวนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรได้รับการตรวจสอบจากฝ่ายตรวจสอบภายใน และได้รับการสอบทานโดยคณะกรรมการตรวจสอบตามความเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ



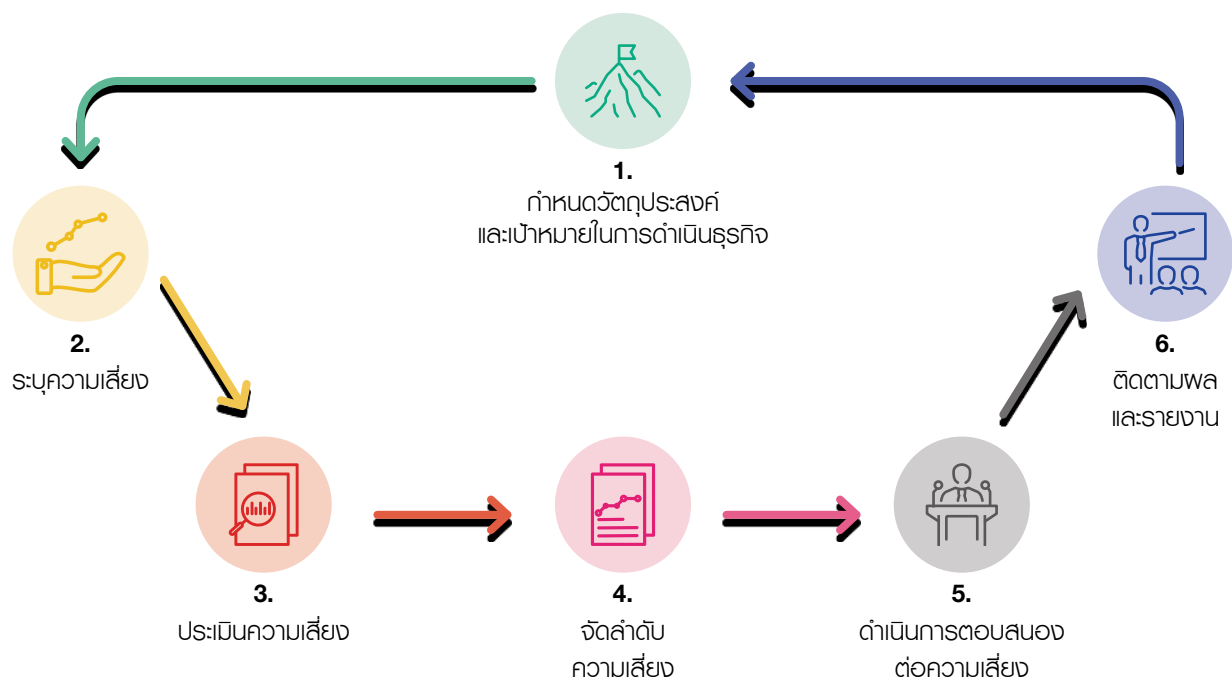
โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง



กระบวนการและเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยง

บริษัทจัดวางระบบกระบวนการบริหารความเสี่ยงในภาพรวมเชิงบูรณาการทั้งบริษัท โดยให้สอดคล้องกับกลยุทธ์หรือเป้าหมายทางธุรกิจ และตามมาตรฐานสากล โดยมีการกำหนดความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ระดับองค์กร และมีกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator: KRI) ในแต่ละปัจจัยความเสี่ยง รวมทั้งมีการติดตามผลการดำเนินการจากมาตรการจัดการความเสี่ยง (Mitigation Plan) เป็นประจำ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถแก้ไขและควบคุมไม่ให้ระดับของความเสี่ยงที่องค์กรมีเกินกว่าค่าที่กำหนดปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO Enterprise Risk Management 2017 ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และกำหนดกระบวนการบริหารความเสี่ยงฯ ดังนี้





- 1) กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ในระดับองค์กร และมีการทบทวนระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการดำเนินงานเป็นประจำทุกปี
- 2) ระบุความเสี่ยง ที่ส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร ที่เกิดขึ้นแล้วและอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยพิจารณาทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดยความเสี่ยงขององค์กรครอบคลุมทั้ง 6 กลุ่ม ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ (Compliance Risk) รวมถึงความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging risk)
- 3) ประเมินความเสี่ยง วิเคราะห์ความเสี่ยงโดยพิจารณาความสัมพันธ์ของผลกระทบ (Impact) และโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) ในการประเมินความเสี่ยง บริษัทมีการทบทวนปัจจัยความเสี่ยงเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายหรือเป้าหมายในกรณีที่เปลี่ยนแปลง และมีการพิจารณาทั้งความเสี่ยงก่อนการควบคุม ความเสี่ยงหลังการควบคุม
- 4) จัดลำดับความเสี่ยง โดยพิจารณาจากความสำคัญของเหตุการณ์และปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้เห็นภาพความเสี่ยงทั้งหมดขององค์กรและความเร่งด่วนในการจัดการความเสี่ยง
- 5) ดำเนินการตอบสนองต่อความเสี่ยง เป็นการจัดการสาเหตุของความเสี่ยงหรือจัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นของความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หรือให้เหลือน้อยที่สุด โดยพิจารณาถึงต้นทุนและผลประโยชน์ที่จะได้รับการดำเนินการ
- 6) ติดตามผลและรายงาน เป็นการติดตามผลภายหลังจากได้ดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยง และมีการรายงานผลการบริหารจัดการความเสี่ยงให้กับคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารเพื่อให้ความเห็นและแนะนำ ก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา เพื่อให้มั่นใจว่าแผนการบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ สามารถจัดการความเสี่ยงที่อยู่ในระดับที่ยอมรับได้อย่างทั่วถึง



การสร้างวัฒนธรรมที่เกื้อหนุนการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในองค์กร

บริษัทฯ มุ่งหวังในการสร้างวัฒนธรรมในการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ต้องการให้พนักงานทุกคนในองค์กรมีความตระหนักถึงความเสี่ยงต่างๆ ทุกด้านที่เกี่ยวกับการทำงาน และทุกธุรกรรมของการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีส่วนร่วมและมุ่งมั่นในการผลักดันเรื่องการบริหารความเสี่ยงขององค์กรให้อยู่ในลำดับแรกก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนหรือทำธุรกรรมใดๆ จึงจัดให้มีการสื่อสารกับพนักงาน ดังต่อไปนี้

- กำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator : KRI) ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย และกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเป็นการเชื่อมโยงการบริหารความเสี่ยงกับการประเมินผลงานของผู้บริหารและพนักงาน
- นำตัวชี้วัดความเสี่ยง และตัวชี้วัดความยั่งยืนที่สำคัญบางตัวมาเป็นส่วนหนึ่งของ KPI ขององค์กร หรือของหน่วยงานที่เป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk owner) เพื่อให้มีการดำเนินการบริหารความเสี่ยง และความยั่งยืนที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและหน่วยงาน ซึ่งจะได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของผู้บริหารต่อไป ตัวอย่างเช่น ด้านสิ่งแวดล้อม: การลดการใช้พลังงาน การจัดการของเสีย การจัดการก๊าซเรือนกระจก ด้านสังคม: ความพึงพอใจของลูกค้า ความปลอดภัย และคุณภาพ การพัฒนาบุคลากร เป็นต้น
- จัดให้มีวาระแจ้งเพื่อทราบในการประชุมกรรมการหรือผู้บริหาร เพื่อให้การรับรู้และอัปเดตข้อมูล กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อกำหนดหรือสถานการณ์ปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแล และการพัฒนาความยั่งยืน
- จัดประชุมคณะทำงานบริหารความเสี่ยงขององค์กรเพื่อรายงานความก้าวหน้าแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง ติดตามผลการบริหารความเสี่ยง และประเมินความเสี่ยงตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างน้อย ปีละ 2 ครั้ง ทั้งนี้ในปี 2567 มีการจัดประชุมคณะทำงานบริหารความเสี่ยงขององค์กร รวมทั้งหมด 4 ครั้ง
- จัดให้พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงนโยบาย และคู่มือการบริหารความเสี่ยงขององค์กร คู่มือการบริหารจัดการเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผ่านช่องทางสื่อสารภายในของบริษัท อาทิ Intranet, Share drive ของบริษัท และมีการส่งสื่อสารผ่านทาง E-mail
- จัดการอบรมหลักสูตร “การบริหารความเสี่ยงขององค์กร Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance” ให้ผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป เพื่อให้เข้าใจและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงระดับหน่วยงาน และมีแผนจะขยายจัดการอบรมให้ครอบคลุมพนักงานระดับอื่นๆ ภายในปี 2568



การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่องท่ามกลางความไม่แน่นอนและเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด บริษัทฯ จัดทำนโยบายการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ และคู่มือการบริหารจัดการเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท (Crisis Management and Response for Business Continuity and Contingency Plan) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM) เป็นระเบียบปฏิบัติงานเพื่อประเมินความเสี่ยงและความรุนแรงของผลกระทบของแต่ละเหตุการณ์ จัดมาตรการป้องกันและจัดการเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ อาทิ ภัยธรรมชาติ อัคคีภัย ภัยน้ำท่วม ความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทาน เช่น เหตุการณ์ที่ทำให้ไม่สามารถขนส่งสินค้าให้ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ การขาดแคลนวัตถุดิบ รวมถึงภัยไซเบอร์ ความเสี่ยงของการขาดแคลนพนักงานเนื่องจากโรคระบาด/โรคติดต่อ เป็นต้น เพื่อให้สามารถเตรียมความพร้อมในการรองรับภาวะฉุกเฉินในรูปแบบต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น โดยมุ่งให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ลดผลกระทบหรือความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทานจากลูกค้า และควบคุมความสูญเสียไม่เฉพาะแต่ผลการดำเนินธุรกิจ แต่ยังรวมถึงความปลอดภัยอาหาร ปกป้องผู้บริโภค ความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ทรัพย์สิน ภาพลักษณ์และเครื่องหมายการค้าของบริษัท เพื่อให้ทุกหน่วยงานปฏิบัติงานได้ถูกต้อง สอดคล้อง และเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีการจัดทำคู่มือในการบริหารจัดการเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท และกำหนดให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) มีบทบาทหน้าที่เป็น ผู้บัญชาการระดับเหตุการณ์ (Crisis Director) และมีผู้บริหารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นคณะทำงาน เพื่อร่วมจัดการเหตุการณ์ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ให้บริษัทสามารถการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องในภาวะวิกฤต อีกทั้ง มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติในการฟื้นฟูเหตุการณ์ และการซ่อมแผนฉุกเฉินประจำปี ซึ่งบางแผนอาจต้องกำหนดให้มีการซ่อมร่วมกับลูกค้า ถึงขั้นตอนในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ และส่งผลกระทบต่อวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และผลกระทบอื่นๆ ต่อลูกค้า คู่ค้า ผู้มีส่วนได้เสีย สิ่งแวดล้อมและชุมชนที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ





ปัจจัยความเสี่ยงสำคัญ

บริษัทฯ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก รวมทั้งผลกระทบด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อระบุปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ พร้อมมีการกำหนดมาตรการในการบริหารความเสี่ยง และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การติดตามการบริหารความเสี่ยงขององค์กรบางความเสี่ยงจะมีความเชื่อมโยงกับการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการทั้งความเสี่ยงด้านธุรกิจและความเสี่ยงด้าน ESG ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม พร้อมทั้งมีความยืดหยุ่นในการรับมือและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และสามารถดูแลผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสามารถแบ่งกลุ่มความเสี่ยงระดับองค์กรออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)



ความเสี่ยงด้าน
การแข่งขันทางธุรกิจ



ความเสี่ยงจาก
ความสำเร็จของ
การออกผลิตภัณฑ์ใหม่



ความเสี่ยงในการขยายธุรกิจ
ในตลาดต่างประเทศ



ความเสี่ยงการพัฒนา
พนักงานให้รองรับ
การเติบโตของธุรกิจ

2) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)



ความเสี่ยงจาก
การบริหารสินค้าคงคลัง



ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคา
วัตถุดิบหลัก และต้นทุนสินค้า



ความเสี่ยงจาก
การหยุดชะงักของธุรกิจ



ความเสี่ยงจาก
ภัยคุกคามทางไซเบอร์



ความเสี่ยงด้านกำลังการผลิต
และเพสตรีนากาอิน



3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)



ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย



ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

4) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ (Compliance Risk)



ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและนโยบายรัฐ

5) ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk)



ความเสี่ยงด้านคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยในการบริโภค



ความเสี่ยงจากการเกิดทุจริตคอร์รัปชัน



ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร



ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

6) ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)



โอกาสและความเสี่ยงจากการเปิดการค้าเสรี (FTA)



ความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์

สำหรับข้อมูลการบริหารความเสี่ยง ผลกระทบและมาตรการจัดการความเสี่ยง สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่ [รายงานประจำปี 2567](#) หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยง” หน้า 51-60



นวัตกรรมและเทคโนโลยี

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการผลักดันการพัฒนาและต่อยอดแนวคิดใหม่ๆ ส่งเสริมการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และโมเดลธุรกิจใหม่ๆ รวมไปถึงการพัฒนาวัตกรรมการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยตอบสนองความต้องการของพหุมีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ และความสามารถในการแข่งขันของบริษัทตามกลยุทธ์ขององค์กร

แนวทางการบริหารจัดการนวัตกรรมองค์กร และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ มุ่งสร้างวัฒนธรรมองค์กรในด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการนำเทคโนโลยีมาใช้ทั่วทั้งองค์กร โดยกำหนดการบริหารงานนวัตกรรมองค์กร เป็นหนึ่งในนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญต่อการนำนวัตกรรมยกระดับการดำเนินธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของพหุมีส่วนได้เสีย คำนึงถึงผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมตามเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทฯ บริษัทฯ ยังกำหนดให้การบริหารนวัตกรรมองค์กรและเทคโนโลยีเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ พร้อมมีการจัดตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนนวัตกรรมองค์กร และมีคณะกรรมการกำกับดูแลการทำงาน เพื่อให้การบริหารนวัตกรรมองค์กรและเทคโนโลยีไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้ กลยุทธ์ด้านการพัฒนานวัตกรรมทั้งในระยะกลางและระยะยาว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการพัฒนานวัตกรรมองค์กรอย่างยั่งยืน มีดังนี้



- มุ่งการสร้างวัฒนธรรมจากภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง และวางเป้าหมายในการขยายการพัฒนา นวัตกรรมสู่ภายนอก ผ่านการทำงานร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภายนอกภาครัฐ หรือภาคเอกชน เพื่อสร้าง Ecosystem ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร และพหุมีส่วนได้เสียขององค์กร



- มุ่งสร้างการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อเป็นแหล่งแนวความคิด แนวทางการพัฒนานวัตกรรมให้กับพนักงานในองค์กร

บริษัทฯ มีกลไกในการขับเคลื่อนนวัตกรรมองค์กรให้ถึงพนักงานทุกระดับผ่านการสื่อสารและการฝึกอบรม การจัดทำโครงการพัฒนาปรับปรุงการทำงาน การสร้างผลงานนวัตกรรม ผ่านการสนับสนุนโครงการการจัดการประกวดผลงานนวัตกรรมของพนักงาน KCG Innovation Contest อย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการจัดโครงการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบัน เป็นเวทีที่สนับสนุนให้พนักงานทั้งองค์กร ได้นำเสนอผลงานนวัตกรรม ผลงานความคิดสร้างสรรค์โดยตรงให้กับผู้บริหารระดับสูง และพนักงานทั้งองค์กร เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร และได้เป็นประโยชน์สูงสุดทางธุรกิจกับองค์กร ในการคิดค้นนวัตกรรมทั้งด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่ การบริการใหม่ และโมเดลธุรกิจใหม่ เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับองค์กร

โครงการนวัตกรรม แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภท Creator ที่เป็นโครงการที่ยังเป็นความคิดริเริ่ม ยังไม่ได้นำไปปฏิบัติเพื่อเกิดประโยชน์กับองค์กรจริง และประเภท Innovation ที่เป็นโครงการนวัตกรรมที่เริ่มดำเนินการปฏิบัติจริง เกิดมูลค่าเพิ่ม ผลประโยชน์กับองค์กรแล้ว ซึ่งแนวโน้มจำนวนโครงการนวัตกรรมที่พนักงานมีส่วนร่วม ส่งเข้าประกวดมีจำนวนสูงขึ้นเรื่อยๆ ในทุกปี เช่น ในปี 2519 มีจำนวนโครงการนวัตกรรมที่ส่งผลงานทั้งหมด 59 ผลงาน ปี 2565 จำนวน 66 ผลงานและในปี 2566 มีจำนวน 75 ผลงาน โดยแบ่งเป็นผลงานประเภท Innovation ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และผลประโยชน์ให้กับองค์กร จำนวน 49 ผลงาน และผลงานประเภท Creator ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จำนวน 26 ผลงาน



ภาพบรรยากาศงานประกาศผล Final Day ของ KCG Innovation 2022



ภาพบรรยากาศงานประกาศผล Final Day
ของ KCG Innovation 2023



สำหรับการประกวด KCG Innovation Contest 2024 จัดภายใต้ธีม “Think Green, Think Digital, Innovation Beyond Tomorrow” ซึ่งมีการเปิดรับสมัครโครงการในเดือนธันวาคม 2567 ถึงมกราคม 2568 และจัดการตัดสินและประกาศผลการประกวดโครงการในเดือนมีนาคม 2568 โดยปีนี้มีการเพิ่มเกณฑ์การตัดสิน โดยพิจารณาประโยชน์ด้านความยั่งยืน และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในโครงการ เพื่อเป็นการบูรณาการด้านเทคโนโลยีเข้ากับการสร้างสรรค์ไอเดียและต่อยอดนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

ในส่วนของการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีฝ่ายวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม (Research Development and Innovation) ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการวิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้ตรงความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้าและพหุบริโภคมอย่างต่อเนื่อง เช่นการพัฒนาสินค้าเพื่อสุขภาพโดยการแสดงฉลากโภชนาการ เพื่อเป็นตัวเลือกด้านสุขภาพให้กับพหุบริโภค บริษัทฯ ยังได้มีการก่อตั้ง KCG Excellence Center เพื่อวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงมีที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ และรูปแบบที่ตรงความต้องการและสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

ดูรายละเอียด การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพิ่มเติมใน [รายงานประจำปี 2567](#) หัวข้อ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หน้า 31-35



ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

บริษัทฯ มีการดำเนินงานด้านการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในองค์กร ดังนี้

1. การสนับสนุนความต่อเนื่องของโครงการผลงานนวัตกรรมจากการประกวด KCG Innovation Contest ให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเกิดประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

บริษัทฯ จัดให้โครงการนวัตกรรมจากการแข่งขัน KCG Innovation Contest เป็นกิจกรรมแข่งขันนวัตกรรมในองค์กรประจำปีอย่างต่อเนื่อง และตั้งเป้าหมายให้มีผลงานภายในองค์กรที่ได้รับรางวัล KCG Innovation Contest และสามารถนำมาพัฒนาให้สามารถใช้ได้จริงภายในบริษัท อย่างน้อย 3 โครงการ ทั้งนี้ จากการประกวด KCG Innovation 2023 (ซึ่งจัดในช่วง ธันวาคม 2566 - มีนาคม 2567) มี 3 โครงการที่มีความโดดเด่น ซึ่งเป็นโครงการที่เป็นการทำงานร่วมกันข้ามหน่วยงาน (Cross Function Projects) และสามารถต่อยอดจากผลงานสู่การสร้างประโยชน์มูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม และส่งเสริมความยั่งยืน ดังนี้

1.1 โครงการปรับปรุงการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักร

วัตถุประสงค์ในการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักรให้สามารถเพิ่มกำลังการผลิตการผลิตเนย ขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม โดยปรับปรุงกระบวนการผลิตและเครื่องจักรอุปกรณ์บางส่วนให้มีประสิทธิภาพในการผลิตสูงขึ้น จากการระดมสมองของฝ่ายผลิต ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายคุณภาพ และฝ่ายวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรม ส่งผลให้เพิ่มกำลังการผลิตเพิ่ม 2,000 กิโลกรัมต่อชั่วโมง ในปี 2566 เป็น 2,500 และ 2,700 กิโลกรัมต่อชั่วโมงตามลำดับ จากการปรับปรุงกระบวนการผลิตและเครื่องจักรอุปกรณ์บางส่วน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกำลังการผลิตสูงขึ้น จากความร่วมมือกันระหว่างฝ่ายผลิต ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายคุณภาพ และฝ่ายวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม พลัสจากโครงการทำให้สามารถลดต้นทุนสินค้าต่อหน่วยของกลุ่มดังกล่าวได้ และยังเพิ่มโอกาสในการขายสินค้ากลุ่มเนยและมาการีนได้เพิ่มขึ้น



1.2 โครงการการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เกินความจำเป็น
ในสินค้าเนยด้วย 8 กรัม เป็นโครงการประเภท Process Innovation มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้ใช้พลาสติกและวัสดุย่อยสลายในขณะที่ยังสามารถคงคุณภาพของสินค้า และเทียบเคียงกับคู่แข่งได้ โดยความร่วมมือร่วมกันระหว่างฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายคุณภาพ และฝ่ายวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรม ทำงานร่วมกับคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงแล้ว ยังสามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของบรรจุภัณฑ์ลงได้



1.3 โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับกระเช้าของขวัญ

Festive Return Hamper 2024 เป็นโครงการประเภท Business Model Creator มีวัตถุประสงค์ในการเปลี่ยนกระเช้าปีใหม่ที่ได้ให้ดีต่อใจและดีต่อโลก โดยใช้กระเช้าที่ทำจากกระดาษที่วัสดุย่อยสลายได้ 100% ซึ่งสามารถนำไปขายหรือรีไซเคิลได้ ช่วยลดปริมาณขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม ทำงานร่วมกับคู่ค้าด้านบรรจุภัณฑ์ พลัสจากโครงการ ทำให้เกิดทางเลือกใหม่สำหรับลูกค้าหรือผู้บริโภคที่มองหาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับผลตอบแทนที่ดีจากลูกค้า สร้างรายได้จากการขายในช่วงเทศกาล และยังสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อีกทางด้วย





2. โครงการการพัฒนา Lean Manufacturing

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีการคิดสร้างสรรค์ และตระหนักถึงการปรับปรุงพัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งสู่การพัฒนากระบวนการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) ภายในองค์กร โดยดำเนินการผ่านการให้ความรู้และความเข้าใจเรื่องการบริหารแบบลีน Lean Management กับพนักงานสายการผลิตระดับหัวหน้างาน ขึ้นไปโรงงาน และเปิดโอกาสให้พนักงานคิดสร้างสรรค์ผลงานการปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน การลดขั้นตอนหรือเวลาในการทำงาน ตามเป้าหมาย Lean Manufacturing ทั้งนี้ มีการส่งผลงานโครงการ Lean จากพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวนทั้งหมด 15 โครงการ เช่น โครงการการลดการใช้พลาสติกบรรจุภัณฑ์, การลดการใช้พลังงานโดยการลดอุณหภูมิการต้มสินค้า ในกลุ่มสินค้าที่ใช้อุณหภูมิสูงเกินความจำเป็น, การลดกระบวนการขั้นตอนการทำงานที่ซับซ้อนในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น ซึ่งการดำเนินโครงการนี้เป็นก้าวในการริเริ่มการสร้างวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมในการทำงานให้พนักงาน และมีแผนในการพัฒนาต่อยอดโครงการนี้ต่อเนื่องในอนาคต

3. การสร้างความรับรู้เรื่อง Digital Transformation ให้กับพนักงาน

บริษัทฯ มุ่งหวังให้พนักงานเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนในการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานหรือธุรกิจรองรับยุคดิจิทัลที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมีการจัดการฝึกอบรมและสื่อสารกับพนักงานทุกคน ให้เข้าใจถึงความสำคัญและเป้าหมายของ Digital Transformation เป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และยกระดับขีดความสามารถขององค์กรในระยะยาว การสร้างความเข้าใจกับพนักงานทำให้สามารถลดความกลัวและต่อต้านต่อการเปลี่ยนแปลง และสร้างเป็นค่านิยมให้พนักงานสามารถปรับตัวกับการทำงานแบบใหม่



4. การต่อยอดและสนับสนุนโครงการนวัตกรรมที่เกิดประโยชน์และชื่อเสียงให้กับบริษัท

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้นำผลงานจากโครงการนวัตกรรมมาต่อยอดให้เกิดประโยชน์กับบริษัทอย่างเป็นรูปธรรม และยังเป็นการส่งเสริมและพัฒนาพนักงานในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่เพื่อนำมาสู่การปฏิบัติจริง โดยมีโครงการที่ก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัทฯ ดังนี้

- **โครงการอิมพีเรียลคัพที่แก้วกาแฟ Imperial Edible Cookie Cup** ที่พัฒนาจากเศษคุกกี้ที่ลักษณะทางกายภาพไม่ผ่านมาตรฐาน เช่น คุกกี้แตกหัก รูปร่างไม่สมบูรณ์ เป็นต้น มาทำผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นแก้วกาแฟที่สามารถรับประทานแก้วได้ระหว่างทานเครื่องดื่มกาแฟ ซึ่งมีประโยชน์ในการลดของเสียจากอาหารจากการผลิต อีกทั้ง คุกกี้แก้วกาแฟสามารถย่อยสลายได้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งบริษัทฯ ได้นำไปจดสิทธิบัตรเพื่อเป็นสินทรัพย์ด้านนวัตกรรมของบริษัทเป็นที่ยอมรับรองรับการออกผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ต่อไป



- **โครงการนวัตกรรมด้านการพัฒนาด้านการบริการการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งจากส่วนกลางต่อเนื่อง** ในระยะ 2 และระยะ 3 เป็นโครงการนวัตกรรมจากการประกวด KCG Innovation Contest ปี 2566 - 2567 ที่ต่อยอดมาสู่การทำงานจริง และสามารถลดปริมาณการสร้างก๊าซเรือนกระจก โดยโครงการนี้ใช้การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการเส้นทางการขนส่งในเส้นทางเดียวกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งต่อรอบ การนำวิธี Cross Docking การปรับเปลี่ยนเวลาในการขนส่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และช่วยต่อการติดตามของลูกค้า ซึ่งเป็นโครงการที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องหลังจากที่ประสบความสำเร็จในการลดระยะทางและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าให้กับจังหวัดที่มีศักยภาพรองรับลูกค้าสูง จนได้รับรางวัล Innovation Award 2022 ของบริษัท โดยในปี 2565 - 2566 ได้ดำเนินการปรับปรุงต่อเนื่องให้ครอบคลุมภูมิภาคอื่นมากขึ้น และมุ่งผลทางด้าน



ความยั่งยืนควบคู่ไปด้วย ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ สามารถส่งมอบสินค้าตรงต่อความต้องการของลูกค้า ลดระยะทางในการขนส่งลง 3 เท่า เพิ่มน้ำหนักในการขนส่ง และลดค่าขนส่งต่อยอดขายสินค้าภายใต้โครงการดังกล่าวได้ 1.05% นอกจากนี้ ยังทำให้มีพื้นที่การจัดเก็บของศูนย์กระจายสินค้าเพิ่มขึ้นสามารถรองรับการขยายธุรกิจและยอดขายได้เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกัน ยังมีประโยชน์ด้านความยั่งยืน ได้แก่ การลดปริมาณการสร้างก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งต่อรอบ ลดการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน และใช้เวลาในการขนส่งซึ่งทำให้พนักงานใช้เวลาในการทำงานลดลง เป็นต้น



นอกจากนี้ ยังมี **โครงการนวัตกรรมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่** ซึ่งเป็นโครงการปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม มีความสะดวกในการบริโภค รูปแบบทันสมัยและตอบโจทย์กับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์และยอดขายสินค้าให้กับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปัจจุบัน ในปี 2567 กลุ่มสินค้าจากนวัตกรรมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถสร้างยอดขายให้กับบริษัทฯ ประมาณ 342.5 ล้านบาท โดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญ อาทิเช่น

- **ผลิตภัณฑ์ชีสสไลซ์แดรี่โกลด์ 2 สไลซ์** เป็นความร่วมมือของฝ่ายการตลาด และฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการออกสินค้าชีสสไลซ์ / สไลซ์ในซอง ขายในราคา 19 บาท ตามช่องทางร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคจับต้องได้ ปริมาณเหมาะกับไลฟ์สไตล์ สามารถทานร่วมกับขนมปังสำเร็จรูป ตามกระแสอาหารเกาหลีของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่ จากผลงานดังกล่าวทำให้ผลิตภัณฑ์ชีส / สไลซ์แดรี่โกลด์ ได้รับผลตอบแทนอย่างดี และสามารถสร้างยอดขายให้กับบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง



- **ผลิตภัณฑ์อิมพีเรียลคุกกี้เดนมาร์กขนาดใหญ่** เป็นความร่วมมือของฝ่ายการตลาด และฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อขยายสินค้าที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในรูปแบบ คุกกี้กระป๋องแดง ที่ได้รับความนิยมเฉพาะเทศกาลหรือโอกาสพิเศษเท่านั้น มาอยู่ในรูปแบบใหม่ขนาดเล็กลงขายในช่องทางร้านสะดวกซื้อ ขยายกลุ่มฐานลูกค้าเป็นกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่

- **Imperial Gold Selection** เป็นการปรับรูปลักษณ์คุกกี้ อิมพีเรียล จากคุกกี้กระป๋องแดงที่เป็นภาพจดจำ ให้มีรูปแบบที่มีความโมเดิร์นและพรีเมียมเข้ากับยุคสมัย โดยชูจุดแข็งเรื่องคุกกี้ เนยและวัตถุดิบพรีเมียมที่คัดสรรและนำเข้ามาจากประเทศต่างๆ รังสรรค์มาในคุกกี้หลากหลายรสชาติและสไตล์ ภายใต้คอนเซ็ป “ความอร่อยใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์...ให้คุณหลงรักในทุกคำ” โดยมุ่งขยายกลุ่มฐานลูกค้าที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ดูแลเกี่ยวกับการซื้อของขวัญ หรือมอบให้เป็นของขวัญในทุกโอกาสพิเศษตลอดทั้งปี ไม่เจาะจงเฉพาะช่วงเทศกาล





การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและโภชนาการ

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงสุขภาพและโภชนาการ ด้วยความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการเพื่อผู้บริโภคกลุ่มเสี่ยง ผู้บริโภคที่ต้องการเพิ่มสารอาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มเพื่อสุขภาพนอกจากช่วยตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจต่อสุขภาพแล้ว ยังเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับบริษัท โดยรายได้จากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและโภชนาการ ทั้ง 2 กลุ่ม ในปี 2567 รวมกันกว่า 200 ล้านบาท

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภคกลุ่มเสี่ยง เช่น



ผลิตภัณฑ์บิสกิตเบเกอรี่
ไม่มีน้ำตาล



ผลิตภัณฑ์เนยพลมน้ำมัน MCT ทรานอลารี
ซึ่งเป็นกรดไขมันสายกลางที่ร่างกายสามารถ
นำไปใช้เป็นพลังงานได้ทันที ไม่สะสมในร่างกาย



Imperial Sunflower Spread
อิมเพリアル สเปรด ทรานัมพีเรียล

- น้ำมันเมล็ดทานตะวันบริสุทธิ์ 100% (monounsaturated fat) (linoleic acid) ซึ่งดีต่อหัวใจและหลอดเลือด
- น้ำมันเมล็ดทานตะวัน ช่วยป้องกันไม่ให้คอเลสเตอรอลในเลือดเพิ่มสูงขึ้น
- ลดความเสี่ยงของโรคหัวใจและหลอดเลือด
- ไขมันอิ่มตัวต่ำ "อาหารที่ดีต่อหัวใจ" ดีต่อหัวใจ
- มี Vitamin E สูง และมี Omega 3,6,9



Imperial Extra Virgin Olive Spread
อิมเพิร์ล อีกร่า เวอร์จิ้น โอลีฟ สเปรด ทรานัมพีเรียล

- ส่วนผสมของน้ำมันเมล็ดทานตะวันบริสุทธิ์ 100% (monounsaturated fat) (linoleic acid) ซึ่งดีต่อหัวใจและหลอดเลือด
- น้ำมันเมล็ดทานตะวัน ช่วยป้องกันไม่ให้คอเลสเตอรอลในเลือดเพิ่มสูงขึ้น
- ลดความเสี่ยงของโรคหัวใจและหลอดเลือด
- ไขมันอิ่มตัวต่ำ "อาหารที่ดีต่อหัวใจ" ดีต่อหัวใจ
- มี Vitamin A และ E สูง
- มี Omega 3,6,9

ผลิตภัณฑ์ซันฟลาวเวอร์สเปรด ทรานัมพีเรียล
ผลิตภัณฑ์อิกซ์ตรา เวอร์จิ้น โอลีฟสเปรด ทรานัมพีเรียล
ที่มีไขมันไม่อิ่มตัว ลดระดับคอเลสเตอรอลในเลือด



ผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่สเปรด ออเรนจ์สเปรด
ไพน์แอปเปิลสเปรด แยมมิกซ์เบอร์รี่ แยมบลูเบอร์รี่
ทรานัมพีเรียล ลดปริมาณน้ำตาล ลดความหวาน
และเพิ่มเนื้อผลไม้



Imperial vegan cheddar style slices
อิมเพิร์ลเชดดาร์สไตล์สไลซ์ ทรานัมพีเรียล

- ไม่มีส่วนผสมของนม ผู้แพ้ Lactose สามารถทานได้
- สะอาดต่อการรับประทานได้ทันที
- เหมาะสำหรับรับประทานร่วมกับขนมปังและเมนูต่างๆ
- เนื้อนุ่มสไลซ์เป็นชิ้น สีสันสวยงามน่าทาน
- 100% Vegan
- Lactose free
- Dairy free
- Gluten free

ผลิตภัณฑ์ชีสชีสสไตล์สไลซ์ ทรานัมพีเรียล
ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้ป่วยโรคไต



- และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภคที่ต้องการเพิ่มสารอาหาร เช่น



**Allowrie Cheddar Cheese Slice
Smart Kids Formula**
อลาเวอรี่เชดดาร์ชีส สูตรสมาร์ทคิดส์

เพราะมือเข้เป็นมือสำคัญ
จึงต้องเลือกนมที่มีประโยชน์ และสิ่งที่ดีที่สุด
ให้กับลูกในทุกๆ วัน
“อลาเวอรี่เชดดาร์ชีส สูตรสมาร์ทคิดส์” 1 แพน
แคลเซียม = นม 1 แก้วครึ่ง ง่ายง่าย อร่อยรส
นม ลูกดื่มไปด้วยแคลเซียม DHA และ Omega 3

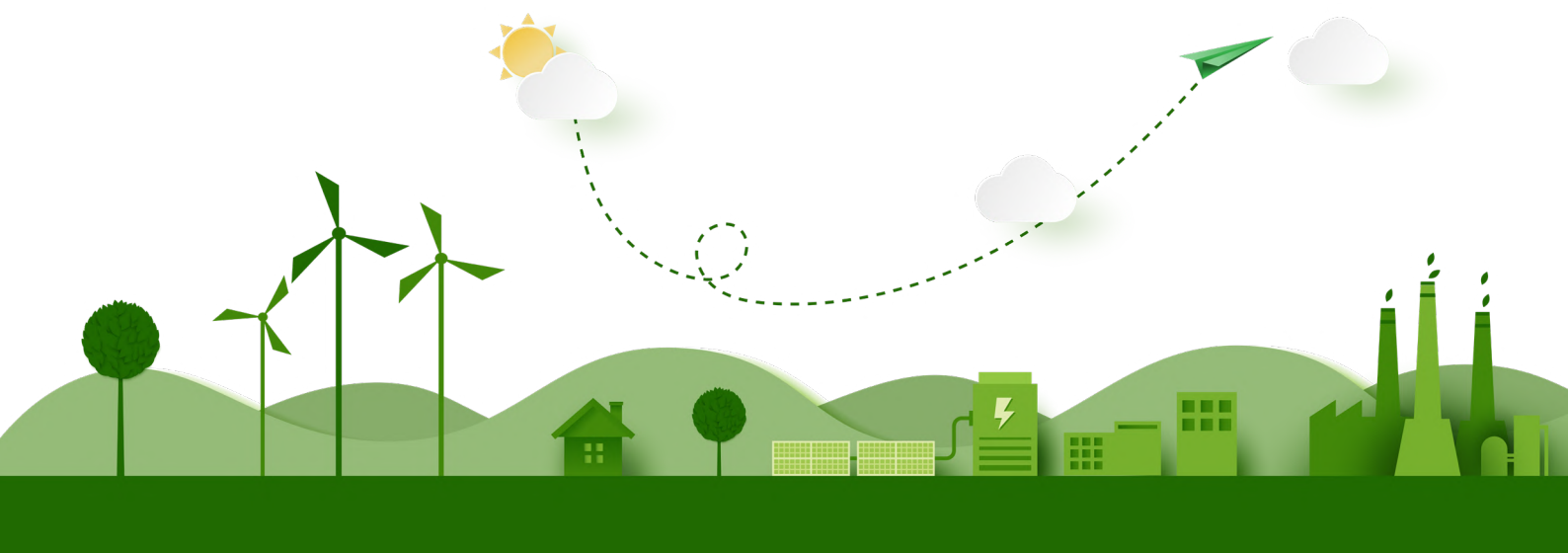
ผลิตภัณฑ์อลาเวอรี่เชดดาร์ชีส
สูตรสมาร์ทคิดส์ แคลเซียมสูง



ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เข้มข้น ชันคิก
รสส้ม รสส้มแมนดาริน รสผลไม้รวม
รสมิทซ์เบอร์รี่ วิตามินซีสูง

รายได้จากการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

กลุ่มสินค้า	รายได้ (หน่วย: ล้านบาท)		
	2565	2566	2567
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่	120.9	245.0	342.5
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและโภชนาการ	92.3	202.6	199.4
ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภคกลุ่มเสี่ยง	33.5	44.3	41.7
ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของผู้บริโภคที่ต้องการเพิ่มสารอาหาร	58.8	158.3	157.7
ยอดรวม	213.2	447.6	541.9
สัดส่วนรายได้สินค้าต่อยอดขายรวม	2.8%	5.8%	7.0%





การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน และกำหนดเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจ ด้วยมุ่งมั่นในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มศักยภาพให้บริษัทบรรลุเป้าหมาย ควบคู่การจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คู่ค้าและผู้เกี่ยวข้องภายใต้ห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการตรวจสอบและประเมินคู่ค้าในมิติความยั่งยืน รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อลดความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจเนื่องจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า ทั้งด้านการพัฒนาศักยภาพ และนวัตกรรมใหม่ๆ ร่วมกันเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนทั้งห่วงโซ่อุปทาน และนำไปสู่ความยั่งยืนร่วมกัน



เป้าหมายของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ตัวชี้วัด

สัดส่วนของคู่ค้าที่ได้รับการประเมินความเสี่ยง
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG)

เป้าหมายปี 2567

จำนวนคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง
(Critical Tier 1 Supplier) ได้ทำการประเมินความเสี่ยง
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล **100%**

สัดส่วนของคู่ค้าที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณ
คู่ค้าของธุรกิจ (Supplier Code of Conduct)

จำนวนคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1 Supplier)
ที่ลงนามใน Code of conduct **70%** ของจำนวนคู่ค้า

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการดำเนินงานใดๆ ของคู่ค้า อันอาจจะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายโดยรวม ไม่เพียงแต่เป้าหมายทางเศรษฐกิจ ยังจะมีผลกระทบต่อด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิ ความปลอดภัยของวัตถุดิบและสินค้า การฝ่าฝืนกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับต่างๆ การละเมิดสิทธิมนุษยชน การสร้างมลพิษหรือปัญหาทางสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เพิ่มขึ้น การจัดการของเสีย การจัดการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยบูรณาการความยั่งยืนกับการบริหารจัดการคู่ค้าและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีกระบวนการคู่ค้าสำคัญ และจำแนกคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนสูง เพื่อเป็นแนวทางในการลดความเสี่ยงจากคู่ค้า และเป็นการสร้างแนวร่วมในการพัฒนาความยั่งยืน (Environment, Social and Governance: ESG) ไปด้วยกัน

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

แนวทางปฏิบัติการบริหารห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน

บริษัทฯ ดำเนินการบริหารจัดการคู่ค้า ตามนโยบายการบริหารห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน ดังนี้

การระบุคู่ค้าสำคัญ

- การกำหนดเกณฑ์และระบุคู่ค้าสำคัญ
- การประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า

การสรรหา และคัดเลือกคู่ค้า

- การคัดกรองคู่ค้าใหม่ด้วยความเป็นธรรม
- การประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้าใหม่
- การสื่อสารด้าน Supplier Code of Conduct
- การขึ้นทะเบียนคู่ค้า (Approved Vendor List)
- การคัดเลือกคู่ค้าโดยใช้เกณฑ์ด้าน ESG ประกอบ

การประเมินคู่ค้า

- ประเมินผลการดำเนินงาน
- การตรวจสอบประเมินคู่ค้าที่สถานประกอบการ (Supplier Audit)
- ประเมินคู่ค้าด้าน ESG

การพัฒนา ความร่วมมือ กับคู่ค้า

- กิจกรรมบริหารความสัมพันธ์และพัฒนา กับคู่ค้า
- โครงการบริหารผลกระทบด้านความยั่งยืนกับคู่ค้า (สิ่งแวดล้อมและสังคม)



1. การระบุคู่ค้าสำคัญ

• การกำหนดเกณฑ์และระบุคู่ค้าสำคัญ

เพื่อวิเคราะห์ความสำคัญของคู่ค้าต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์ในการจำแนกกลุ่มคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อให้สามารถระบุคู่ค้าและความสำคัญได้อย่างชัดเจน และสามารถประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนและบริหารคู่ค้าได้อย่างเหมาะสม โดยมีเกณฑ์ ดังนี้



1) คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1 Supplier) คือ คู่ค้าหลักที่มีการทำธุรกิจโดยตรงกับบริษัทฯ โดยพิจารณาจากเกณฑ์ ดังนี้

- มูลค่าการซื้อขายวัตถุดิบอยู่ใน 80% แรกของมูลค่าการซื้อทั้งปี
- ระดับความพึ่งพาทางธุรกิจ เป็นคู่ค้าที่จำหน่ายวัตถุดิบหลักที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ไม่สามารถหาทดแทนได้
- มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG) เช่น การสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การละเมิดด้านแรงงาน มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น



2) คู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Non-Tier 1 Supplier) แต่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น เป็นผู้ผลิต หรือ ผู้ผลิตวัตถุดิบหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ของสินค้าแต่ขายสินค้าผ่านตัวแทนมายังบริษัท เป็นต้น

• การประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า

บริษัทฯ ได้มีการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางเศรษฐกิจและมีมิติด้านความยั่งยืน โดยประกอบด้วย



- ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการของเสียและมลพิษ การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น



- ความเสี่ยงด้านสังคม เช่น การละเมิดสิทธิมนุษยชน ความปลอดภัยในการทำงานและอาชีวอนามัย ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น



- ความเสี่ยงด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ เช่น การทุจริตคอร์รัปชัน ข้อพิพาทด้านจริยธรรม เป็นต้น

บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า ทั้งการประเมินตนเองโดยคู่ค้า (Self-Assessment) กับการประเมินโดยผู้ซื้อซึ่งจะใช้หลักฐานที่เปิดเผยต่อสาธารณะสำหรับคู่ค้าต่างประเทศ หรือการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับคู่ค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการดำเนินการสำหรับคู่ค้าที่มีความเสี่ยง โดยเฉพาะคู่ค้าที่เข้าข่ายมีความเสี่ยงสูง ให้มีการตรวจสอบประเมินคู่ค้าที่สถานประกอบการแบบ On-Site เพิ่มเติม หากไม่สามารถตรวจสอบติดตาม On-Site ได้ อย่างน้อยต้องจัดประชุมกับคู่ค้าทางออนไลน์ เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรการลดความเสี่ยงโดยเร็วที่สุด

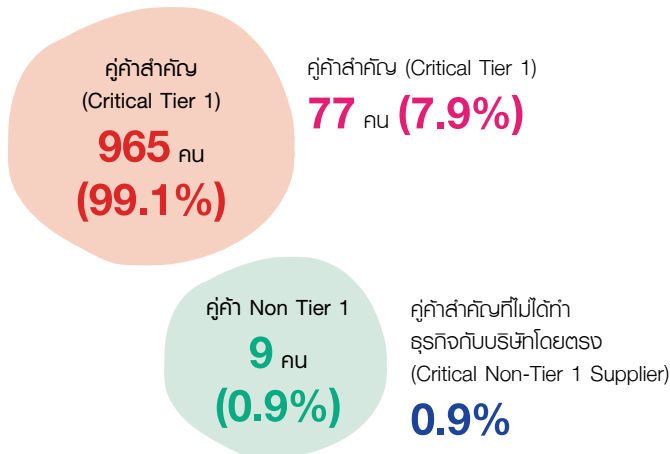




คู่ค้าสำคัญ และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง

ในปี 2567 มีคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง Critical Tier 1 คิดเป็น 7.9% จากจำนวนคู่ค้าทั้งหมด คู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Non-Tier 1 Supplier) คิดเป็น 0.9% จากการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้ารายสำคัญในปี 2567 ไม่พบคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง จึงไม่มีการตรวจประเมิน On-site

จำนวนคู่ค้าทั้งหมด **974** ราย



ประเภท	ผลการดำเนินงาน (ราย)
คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ที่ได้รับการประเมิน	77
คู่ค้าสำคัญที่มีความเสี่ยงระดับสูง	0
คู่ค้าสำคัญที่มีความเสี่ยงระดับปานกลาง	0
คู่ค้าสำคัญที่มีความเสี่ยงระดับต่ำ	9
คู่ค้าสำคัญที่มีความเสี่ยงระดับต่ำมาก	68

2. การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ด้วยความเป็นธรรมและโปร่งใส พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนการประเมินด้านธุรกิจ และคุณสมบัติด้านความยั่งยืน ในการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีระบบ E-procurement ให้สำหรับคู่ค้ากรอกข้อมูลการสมัครและเอกสารประกอบสำคัญ ซึ่งมีการกำกับควบคุมข้อมูล และรักษาความลับทางการค้าของคู่ค้าอย่างเคร่งครัด โดยจะไม่นำข้อมูลที่ได้รับไปใช้นอกเหนือวัตถุประสงค์การซื้อขายและกิจกรรมการบริหารคู่ค้า รวมทั้งป้องกันไม่ให้เปิดเผยหรือใช้อย่างไม่เหมาะสม

เกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าใหม่ ประกอบด้วยคะแนนในเชิงธุรกิจ อาทิ ข้อมูลทางการเงิน ด้านคุณลักษณะของสินค้าที่เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ด้านการผลิตและกำลังการผลิต ด้านการจัดการคุณภาพ และความสามารถในการจัดส่ง เป็นต้น และประเด็นความยั่งยืนของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยฝ่ายจัดซื้อจะพิจารณาจากการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้าใหม่และเอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการคัดเลือกคู่ค้าเข้า Approved Vendor List และการจัดซื้อจัดจ้างต่อไป

• การสื่อสารจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ (Supplier Code of Conduct)

เพื่อให้คู่ค้ามีความเข้าใจและสามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามแนวทางปฏิบัติที่ดี บริษัทฯ ได้จัดทำจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) โดยครอบคลุมสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ได้แก่ จริยธรรมทางธุรกิจ การปฏิบัติต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางสร้างความยั่งยืนร่วมกันกับคู่ค้า

สำหรับคู่ค้าใหม่ต้องรับทราบและลงนามในจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ (Supplier Code of Ethics) ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนขยายการดำเนินการเปิดเผยจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และสร้างความร่วมมือในการดำเนินตามจรรยาบรรณที่กำหนดไว้ให้ครอบคลุมคู่ค้าในแต่ละกลุ่มให้ครบถ้วน

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้การจัดทำจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าและคู่สัญญา โดยเริ่มจัดส่งให้คู่ค้ารายสำคัญ (Critical Tier 1 Supplier) 100% ตามเป้าหมายที่กำหนด และมีการวางแผนในการให้คู่ค้ารายใหม่ลงนามและขยายกลุ่มให้ครอบคลุมทุกกลุ่มต่อไป



• การจัดหาวัตถุดิบหลักสำคัญอย่างรับพิชชอบและยั่งยืน

บริษัทฯ มีข้อกำหนดเพิ่มเติมในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม อาทิ โยเกิร์ต นมผง ผลิตภัณฑ์ปาล์ม น้ำมัน แป้งสาลี น้ำตาล โดยต้องมาจากแหล่งที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการดำเนินการจัดหาอย่างรับพิชชอบและยั่งยืน ดังนี้



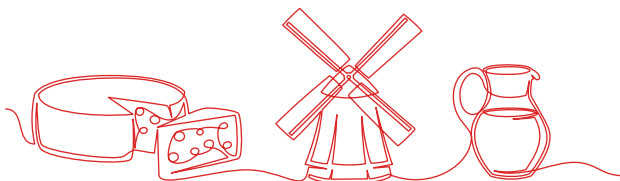
ผลิตภัณฑ์นม (Dairy Products)

บริษัทฯ มีการนำเข้าวัตถุดิบที่เป็นผลิตภัณฑ์นม อาทิ โยเกิร์ต นมผง จากประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เป็นสำคัญ ซึ่งเป็นผู้ขายรายใหญ่ในระดับโลกที่มีการจัดการฟาร์มโคนมต้นทางให้มีการดูแลสวัสดิการสัตว์อย่างเคร่งครัดตามมาตรฐานและกฎหมายทั้งในระดับประเทศและสากล อาทิ มาตรฐานและแนวทางการปฏิบัติเพื่อสวัสดิภาพสัตว์สำหรับปศุสัตว์ของออสเตรเลีย (The Australian Animal Welfare Standards and Guidelines for Cattle) และมาตรฐานในการดูแลสวัสดิการสัตว์ของนิวซีแลนด์ (Animal Welfare (Cattle) Code of Welfare) เป็นต้น ซึ่งคู่ค้ารายใหญ่บางรายมีการนำแนวทางด้านสวัสดิภาพสัตว์จากองค์การโรคระบาดสัตว์ระหว่างประเทศ (World Organization for Animal Health) ซึ่งทำให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจะมีการรับรองแหล่งผลิตและกระบวนการผลิตที่เป็นไป ตามหลักการดูแลจัดการสวัสดิภาพสัตว์ระดับสากลและมีระบบที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้



ผลิตภัณฑ์ปาล์มน้ำมัน (Palm Oil Product)

บริษัทฯ มีการคัดเลือกน้ำมันปาล์มจากแหล่งที่ได้รับการรับรองจาก RSPO (Roundtable Sustainable Palm Oil) หรือ มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับที่มั่นใจว่าน้ำมันปาล์มที่ได้มานั้นไม่มีส่วนร่วมในการละเมิดหรือสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น ไม่ได้เกิดจากรุกป่าหรือตัดไม้ทำลายป่า มีการดำเนินการเพาะปลูกอย่างยั่งยืน อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ลดการใช้สารเคมี กำจัดศัตรูพืช การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างเหมาะสม ไม่ใช้แรงงานผิดกฎหมาย เคารพสิทธิมนุษยชน เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และมุ่งพัฒนาการผลิตสินค้าด้วยน้ำมันปาล์ม RSPO ด้วยความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง



แป้งสาลี (Wheat Flour)

เนื่องจากบริษัทฯ ต้องนำเข้าแป้งสาลีจากผู้เพาะปลูกจากต่างประเทศ ซึ่งอาจจะมีมาตรฐานการควบคุมการเพาะปลูก การใช้ยาฆ่าแมลง นโยบายของภาครัฐที่ควบคุมหรือสนับสนุนเกษตรกรแตกต่างกัน ผลิตภัณฑ์แป้งสาลีจึงมีความจำเป็นต้องมีระบบที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาของประเทศแหล่งเพาะปลูกได้ และต้องมั่นใจว่าคู่ค้ามีการควบคุมการผลิตที่ป้องกันการปนเปื้อนของข้าวสาลีจากหลายแหล่ง แป้งสาลีที่ส่งมอบนั้นจะต้องตรวจสอบย้อนกลับไปถึงแหล่งผลิตข้าวสาลีได้



น้ำตาล (Sugar)

น้ำตาลเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ มีพระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทรายเป็นข้อบังคับหลัก คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย พระราชบัญญัติ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และมีความรับผิดชอบต่อห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ นโยบายด้านความยั่งยืนแล้วยังต้องแสดงให้เห็นถึงการเอาใจใส่ดูแลตั้งแต่เกษตรกร กระบวนการผลิต และการส่งมอบสินค้าตามแนวทางการความยั่งยืนด้วย ในปัจจุบันต้องมีนโยบายการส่งเสริมการตัดอ้อยสด อีกทั้งการให้ความรู้ ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรไปจนกระทั่งการเสริมสร้างระบบนิเวศของการเพาะปลูกอ้อยอย่างยั่งยืน พื้นที่การปลูกอ้อยต้องไม่เกิดจากรุกป่า การตัดไม้ทำลายป่า มีการดำเนินการเพาะปลูกอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการสร้างความปลอดภัยทางชีวภาพ โดยมีควบคุมการใช้สารเคมี สารกำจัดศัตรูพืช ยาฆ่าแมลงหรือสัตว์ การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างเหมาะสม ไม่ใช้แรงงานผิดกฎหมาย เคารพสิทธิมนุษยชน

โดยในปี 2567 พบว่า คู่ค้าในกลุ่มวัตถุดิบหลักสำคัญทุกรายได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดเพิ่มเติมในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบหลักจากแหล่งที่เหมาะสม และไม่พบประเด็นความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญ จึงไม่มีการตรวจประเมินติดตาม On-Site

• การจัดซื้อจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Procurement Policy)

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และจัดทำคู่มือการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในสรรหาและคัดเลือกสินค้าและบริการ ตามหลักเกณฑ์และคุณสมบัติที่กำหนดไว้ในแต่ละประเภทสินค้า เพื่อช่วยผลักดันให้คู่ค้าคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการรักษาสิ่งแวดล้อมตลอดอายุของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) การตัดสินใจเลือกซื้อพัสดุหรือเลือกใช้บริการจะพิจารณาจากพัสดุหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ประกอบกับความเหมาะสมในการใช้งานตลอดจนความมีประสิทธิภาพของพัสดุหรือบริการในราคาที่เหมาะสม อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ในสำนักงาน คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ยานพาหนะ เสื้อโขน และเครื่องประดับ พืชพันธุ์ พืชพันธุ์หมอดูไฟฟ้าและการก่อสร้างการจัดจ้างบริการทำความสะอาด เป็นต้น



3. การประเมินคุณค่า

บริษัทฯ มีการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าประจำปี หลังจากปฏิบัติงาน (Post Evaluation) หากคะแนนประเมินไม่เป็นไปตามที่กำหนด จะมีมาตรการเรียกร้องให้มีการปรับปรุงตามระยะเวลาที่กำหนด หากไม่สามารถปรับปรุงได้ บริษัทฯ ดำเนินการเพื่อหารือกับคู่ค้า และพิจารณามาตรการปรับปรุงที่เหมาะสมต่อไป

สำหรับการตรวจประเมินคู่ค้าที่สถานประกอบการ (Supplier Audit) บริษัทฯ จัดทำแผนการตรวจประเมินแบบ On-site เป็นประจำทุกปี ซึ่งเป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่างฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายควบคุมคุณภาพ โดยมีการคัดเลือกคู่ค้าที่พบข้อบกพร่องในการดำเนินงานหรือมีความจำเป็นต้องแก้ไขพัฒนา ทั้งด้านระบบคุณภาพและกรอบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร รวมทั้งการปฏิบัติงานต่างๆ ซึ่งจะมีการติดตามแก้ไขจนลุล่วง รวมทั้งจะมีการติดตามคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนระดับสูง หากพิจารณาแล้วความเสี่ยงเกิดจากตัวคู่ค้าและยังไม่สามารถปรับปรุงได้ หรือทำให้เกิดความเสี่ยงและผลกระทบต่อมายังบริษัทฯ อาจพิจารณามาตรการที่เหมาะสมหรือพิจารณาทางเลือกใหม่ทดแทน

ทั้งนี้ บริษัทฯ วางแผนการพัฒนาเกณฑ์การประเมินความเสี่ยง ESG ให้ดียิ่งขึ้น โดยได้ผนวกการประเมินความเสี่ยง ESG เข้ากับการตรวจประเมินคู่ค้าประจำปี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการประเมินความเสี่ยง ESG สำหรับคู่ค้าในอนาคต ซึ่งได้นำร่องการตรวจประเมินกับคู่ค้าสำคัญกลุ่ม Critical Tier 1 และจะนำผลของการตรวจประเมิน มาใช้เป็นข้อมูลมาประกอบกับศึกษาข้อกำหนดและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดและปรับปรุงเกณฑ์การตรวจประเมินด้าน ESG ของคู่ค้าที่เหมาะสมและครอบคลุมคู่ค้าของ บริษัทฯ ในระยะยาว

4. การพัฒนาความร่วมมือกับคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า ทั้งด้านการพัฒนาสินค้า บริการ และบรรจุกินท์ และส่งเสริมศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้า โดยมีโครงการ

- **การประชุมคู่ค้าประจำปี** เพื่อสื่อสารนโยบายทิศทางการทำงานและสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้จัดการประชุมคู่ค้าประจำปี (KCG Corporation Suppliers Day) ตั้งแต่ปี 2562 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี ซึ่งใช้เป็นเวทีในการสื่อสาร การแลกเปลี่ยนความรู้และแนวคิดใหม่ๆ รวมถึงพัฒนาความร่วมมือ ทั้งด้านธุรกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน อาทิ การร่วมกันลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการปฏิบัติตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม

ในปี 2567 บริษัทได้จัดงาน KCG Corporation Supplier Day ขึ้นในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2567 ซึ่งมีคู่ค้าเข้าร่วมกว่า 130 ท่าน จาก 75 บริษัท โดยบริษัทฯ ได้สื่อสารถึงการมุ่งเน้นนโยบายความยั่งยืน และศักยภาพด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทานที่เพิ่มขึ้นจากการสร้าง Logistics Park โดยมีตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม เช่น การใช้รถบรรทุกไฟฟ้า (EV Truck) และโครงการ Backhauling เพื่อลดความสูงเปล้าของรถเที่ยวกลับ เป็นแนวทางกับคู่ค้าพิจารณาถึงกิจกรรมที่จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืนร่วมกัน นอกจากนี้ ยังมีการจัดเสวนาด้านความยั่งยืนโดยเชิญคู่ค้าที่มีความโดดเด่นในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ บริษัท ธนาคารผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช จำกัด หรือ “น้ำมันพืชกู๊ด” น้ำมันพืชที่ได้รับตราสัญลักษณ์อุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 5 (สูงสุด) เป็นรายแรกในกลุ่มน้ำมันพืช มาบรรยายถึงเส้นทางของการรับรองระบบมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียว Green Industry และบริษัท United Container Co.,Ltd. (UCC) ได้แบ่งปันประสบการณ์การเป็นคู่ค้าของ บริษัทฯ อันยาวนาน และการปรับตัวร่วมกันเพื่อพัฒนาความยั่งยืน ผ่านโครงการพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกร่วมกัน อาทิเช่น บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เนยและเบเกอรี่ของบริษัทฯ เป็นต้น เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับคู่ค้ารายอื่นๆ ในการริเริ่มพัฒนาด้านความยั่งยืนร่วมกับบริษัทฯ



**เสียงจากลูกค้า ต่อการพัฒนาด้านความยั่งยืนของ KCG จากงาน KCG Corporation Suppliers Day มีดังนี้**

- ✓ พร้อมเติบโตไปด้วยกันกับ KCG
- ✓ นำนโยบายไปปรับพัฒนาธุรกิจให้เป็นไปตามหลัก ESG
- ✓ มุ่งเน้นการเป็น Partner ที่ดีต่อกัน
- ✓ เพิ่มเติมกิจกรรมที่สร้างเครือข่ายลูกค้าให้ได้รู้จักกันมากขึ้น เพื่อต่อยอดทางธุรกิจ

- **โครงการ Vendor Managed Inventory (VMI)**

บริษัทฯ ได้จัดร่วมกับลูกค้าเพื่อทำโครงการบริหารสินค้าคงคลังโดยลูกค้า ซึ่งเป็นการประยุกต์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในช่วงเวลาที่สามารเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลังและยังให้ลูกค้าช่วยบริหารปริมาณสินค้าคงคลัง (Vendor Managed Inventory) โดยจะกำหนดระดับสินค้าคงคลังและแลกเปลี่ยนข้อมูลแผนการใช้วัตถุดิบเพื่อให้ลูกค้ามีความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการจัดส่งที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ศึกษาและเริ่มดำเนินการกับลูกค้าที่มีความพร้อมในการดำเนินงานร่วมกับบริษัทฯ ก่อน และมีแผนในการขยายความร่วมมือกับลูกค้าต่อไป

- **การร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาด้านความยั่งยืน**

บริษัทฯ ได้ริเริ่มโครงการหรือกิจกรรมด้านความยั่งยืนร่วมกับลูกค้า ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม อาทิเช่น โครงการ Backhauling โดยบริษัทฯ จะมารับสินค้าของลูกค้าที่อยู่ในเส้นทางที่วนกลับเพื่อมายังบริษัทฯ ด้วยวิธีนี้ทำให้ลูกค้าสามารถลดค่าใช้จ่ายการขนส่งสินค้า ในขณะที่บริษัทฯ ได้ลดปริมาณรถบรรทุกเที่ยวเปล่าได้ ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในช่วงโซ่อุปทาน และยังมีความร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างกระชับของขบวนจากกระดาษ ซึ่งช่วยเพิ่มสัดส่วนบรรจุภัณฑ์รีไซเคิลให้กับบริษัทฯ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเพื่อพัฒนาระดับด้านระบบคุณภาพและกรอบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหารให้สามารถส่งมอบวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ได้ตามมาตรฐานแก่บริษัทฯ อีกทางด้วย

นโยบายและระยะเวลาเฉลี่ยของการชำระเงินให้แก่ลูกค้า

บริษัทฯ มีนโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า ลูกหนี้และเจ้าหนี้ มีเจตนาที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลง สัญญาอย่างเคร่งครัดในการชำระเงิน ฝ่ายบัญชีและการเงินจะดำเนินการผ่านระบบการจ่ายเงินผ่านช่องทางธนาคาร ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและสามารถรับเงินได้ตามกรอบเวลาที่ตกลงกัน การพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขระยะเวลาการชำระเงินที่ตกลงกันนั้นอาจมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า ประเภทธุรกิจหรือเงื่อนไขทางการค้าต่างๆ โดยมีแนวทางการชำระเงินขึ้นอยู่กับ

กับเครดิตเทอมที่ได้รับจากลูกค้า ซึ่งจะถูกพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจร่วมกัน รวมถึงความเหมาะสมอื่นๆของลูกค้าประกอบกัน ซึ่งมีอัตราเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 60 วัน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการกำหนดรอบในการชำระเงินและสื่อสารให้กับลูกค้าอย่างชัดเจน หากมีเหตุฉุกเฉินหรือเหตุใดที่อาจทำให้ไม่สามารถชำระเงินได้ตามเวลาที่กำหนด บริษัทฯ จะมีการแจ้งกับลูกค้าที่ได้รับผลกระทบพร้อมเหตุผลและกำหนดการใหม่ทันทีหรือล่วงหน้าแล้วแต่สถานการณ์

ผลการดำเนินการ

ตัวชี้วัด	2567
ลูกค้าสำคัญ	ราย
จำนวนลูกค้าสำคัญ	86
- Critical tier 1 supplier	77 (7.9%)
- Critical non-tier 1 supplier	9 (0.92%)
ลูกค้าอื่น	888 (91.2%)
จำนวนลูกค้าทั้งหมด	974
การประเมินความเสี่ยงความยั่งยืนของลูกค้า	
จำนวนลูกค้าที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงความยั่งยืนของลูกค้าสำคัญ Critical tier 1	77 (100%)
การสื่อสารจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	
จำนวนลูกค้าสำคัญ Critical tier 1 ที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้าของธุรกิจ	77 (100%)
การบริหารจัดการลูกค้า	
ระยะเวลาเฉลี่ยของการชำระเงินให้แก่ลูกค้า (วัน)	41



ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ มีความตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาความปลอดภัยข้อมูล เพื่อรักษาความไว้วางใจของลูกค้าและ เป็นไปตามกฎระเบียบโดยใช้มาตรการและเครื่องมือรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อปกป้องข้อมูลที่ละเอียดอ่อน ไม่ให้ถูกเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต ตลอดจนป้องกันการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจที่เป็นผลจากกิจกรรมใน เครือข่ายที่ไม่พึงประสงค์ รวมทั้ง ได้กำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูล ส่วนบุคคลของพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ได้รับการคุ้มครองอย่างเหมาะสมตามกฎหมายและมาตรฐานสากล

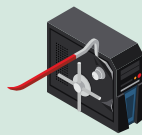
เพื่อป้องกันผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจบริษัทฯ และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการรักษา ความปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยมีเป้าหมายให้จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลจากการโจมตีทางไซเบอร์เป็นศูนย์ และการสร้าง ความตระหนักถึงความสำคัญด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงานทุกคน



เป้าหมายของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



1. จำนวนการโจมตีทางไซเบอร์ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน ของบริษัท เป็น **0**



2. จำนวนเหตุการณ์การละเมิดหรือ รั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล เป็น **0**



3. สัดส่วนของพนักงานที่ได้รับการอบรมเรื่องความปลอดภัยทาง ไซเบอร์ เป็น **80%** ในปี 2568 และ **100%** ในปี 2570

นโยบายและแนวทางการบริหารจัดการด้านความมั่นคงความปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ กำหนดนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มั่นใจว่าระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบริษัทฯ มีการควบคุมดูแลด้านการบริหารจัดการและการใช้งานอย่างเหมาะสมและปลอดภัย ครอบคลุมด้านการรักษาความลับ (Confidentiality) ความถูกต้องครบถ้วน (Integrity) และความพร้อมใช้งาน (Availability) เพื่อให้ภารกิจของบริษัทสามารถดำเนิน ไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง นโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ อ้างอิงมาตรฐานสากล เช่น ISO/IEC 27001:2022 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 โดยให้ทุกหน่วยงานและพนักงานของบริษัทฯ ถือปฏิบัติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องตามนโยบายอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ นโยบายครอบคลุมการบริหารจัดการด้านสารสนเทศอย่างรอบด้าน อาทิ

- การบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ
- การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพาและการปฏิบัติงานจากระยะไกล
- การใช้ระบบประมวลผลบน Cloud
- การบริหารจัดการทรัพยากร
- การควบคุมการเข้าถึง การเข้ารหัสข้อมูล
- ความมั่นคงปลอดภัยทางกายภาพและสภาพแวดล้อม
- ความมั่นคงปลอดภัยสำหรับการดำเนินงาน
- การสื่อสารข้อมูล การจัดหา การพัฒนา และการบำรุงรักษาระบบ
- การบริหารจัดการเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการใช้งานระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล รวมถึงการกำหนดมาตรการการลงโทษหากมีการกระทำการฝ่าฝืนนโยบายที่กำหนดไว้

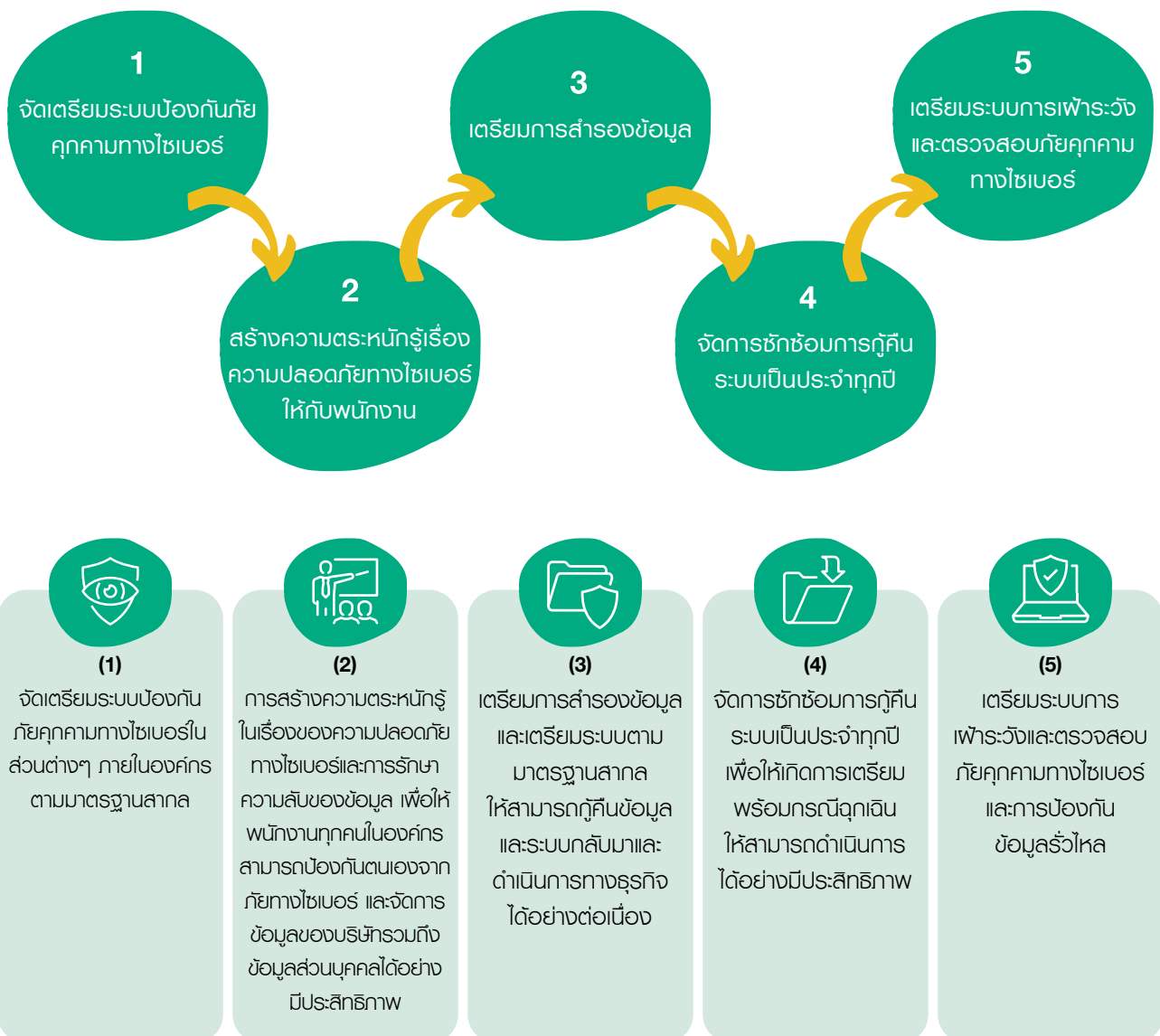
ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายความมั่นคงปลอดภัยทางสารสนเทศ

• การจัดการและการรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์

บริษัทฯ ได้กำหนดกระบวนการจัดการและการรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์เพื่อป้องกัน ลดผลกระทบ และฟื้นฟูระบบหลังจากถูกโจมตี โดยมีการกำหนดการตรวจสอบและแจ้งเหตุ รวมไปถึงวิเคราะห์หาสาเหตุพร้อมแก้ไขปัญหามาตรการเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีกรอบการบริหารจัดการ และการรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์ของบริษัทฯ ดังนี้

กรอบการบริหารจัดการ และการรับมือภัยคุกคามทางไซเบอร์





การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของ บริษัทฯ คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญ ต่อการดำเนินงานและแสดงถึงความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ และเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานสำคัญในความเป็นส่วนตัวและสิทธิมนุษยชน ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ ต่อการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act: PDPA) เพื่อรักษาความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวในทุกกิจกรรมของบริษัทฯ

บริษัทฯ กำหนดให้พนักงานหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลส่วนบุคคลต้องให้ความสำคัญและรับผิดชอบในการเก็บ รวบรวม ใช้ หรือการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลตามนโยบายและ แนวปฏิบัติในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด และเป็นไปตามนโยบายและกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครอง ส่วนบุคคล และบริษัทฯ ได้เป้าหมายที่จะไม่ให้เกิดการรั่วไหลของ ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า นอกจากนี้ มีการกำหนดมาตรการ รักษาปลอดภัยสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการทบทวน และประเมินประสิทธิภาพของมาตรการรักษาความปลอดภัย รวมทั้งกระบวนการจัดการในกรณีที่เกิดการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล โดยให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจะดำเนินการ แจ้งให้สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลส่วนบุคคลทราบ ภายใน 72 ชั่วโมงนับแต่ทราบเหตุค่าที่จะสามารถทำได้ เว้นแต่ การละเมิดดังกล่าวนั้นไม่มีความเสี่ยงที่จะมีผลกระทบต่อสิทธิ เสรีภาพของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ในกรณีที่เกิดการละเมิด ความเสี่ยงสูงที่จะมีผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของบุคคล จะดำเนินการแจ้งเหตุการณ์ละเมิดให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ พร้อมกับแนวทางการเยียวยาโดยไม่ชักช้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเก็บ รักษาข้อมูลความลับของลูกค้า ในจริยธรรมและจรรยาบรรณ ในการดำเนินธุรกิจ ให้พนักงานได้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด และมีการกำหนดบทลงโทษทางวินัย เพื่อให้มั่นใจว่าจะต้องไม่นำ ข้อมูลความลับไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัวของบุคคลใดบุคคล หนึ่ง และการนำข้อมูลความลับของลูกค้ามาใช้งานต้องเป็นไปตาม วัตถุประสงค์ที่บริษัทฯ กำหนดไว้เท่านั้น

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้พัฒนาปรับปรุงและดำเนินการแผน สำรองข้อมูลที่สำคัญหรือมีความเสี่ยงสูงเรียบร้อยแล้ว สำหรับการสร้างความตระหนักรู้ถึงภัยไซเบอร์ และการปฏิบัติตาม ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ ได้จัดการอบรม หลักสูตร PDPA & Cybersecurity Awareness ให้กับ ตัวแทนพนักงาน ซึ่งคิดเป็น 10% จากจำนวนพนักงานทั้งหมด เป็นกลุ่มแรกซึ่งเป็นตัวแทนหน่วยงานที่ฝ่าย Information Technology (IT) ประเมินแล้วว่ามีหน้าที่รับผิดชอบที่สำคัญกับ ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูลส่วนบุคคล อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายใน การอบรมเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคลกับพนักงานทุกคน ภายในปี 2570

จากการดำเนินการดังกล่าวทำให้ในปี 2567 ไม่พบเหตุการณ์ การละเมิดหรือรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล และไม่พบกรณี การโจมตีทางไซเบอร์ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการดำเนินงานภายใน ของบริษัท





Sustain The Planet

สิ่งแวดล้อม

- ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
- การจัดการพลังงานและทรัพยากร
- การจัดการของเสียและมลพิษ
- สภาพภูมิอากาศ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



ระบบบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

ด้วยความตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง บริษัทฯให้ความสำคัญในการดูแลและปกป้องสิ่งแวดล้อม โดยมีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในประเด็นต่างๆ อย่างครอบคลุม เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการจัดการสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกภาคส่วน จึงได้มีการกระบวนกรเพื่อส่งเสริมการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
- การบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน
- การบริหารจัดการของเสียอย่างยั่งยืน
- การจัดการมลพิษอากาศอย่างยั่งยืน
- การบริหารจัดการด้านพลังงาน
- การบริหารจัดการด้านพลังงานทดแทน

บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยได้นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ตามข้อกำหนด ISO14001 : 2015 มาประยุกต์ใช้ ดังนี้

- กำหนดให้มีการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งจะวิเคราะห์ครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยวิเคราะห์จากผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ตลอดจนห่วงโซ่คุณค่าของทุกสายงานและกลุ่มธุรกิจภายในองค์กร
- ทำการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การทำให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ การออกแบบการผลิต การขนส่ง การส่งมอบ การใช้ การบำบัดขั้นสุดท้าย และการทำลาย
- ทำการชี้แจงและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และการบริการในส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมุมมองด้านวัฏจักรของผลิตภัณฑ์
- ทำการประเมินความเสี่ยงและโอกาสในส่วนของผลิตภัณฑ์ กิจกรรม และการบริการของบริษัท ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาความเสี่ยง และโอกาสของลักษณะปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทฯขององค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง
- กำหนดแผนกิจกรรม วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม อันจะทำให้ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเหล่านั้นได้รับการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ





การจัดการพลังงานและทรัพยากร

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญใน การบริหารจัดการ วางแผนดำเนินการ พัฒนาและปรับปรุงวิธีการใช้ทรัพยากร การลดการใช้พลังงานฟอสซิล ก๊าซไฟฟ้า เชื้อเพลิง (น้ำมัน ก๊าซ) และการจัดการด้านน้ำ รวมถึงทรัพยากรใดๆ ในกิจกรรมต่างๆของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นเพิ่มการใช้พลังงานทดแทน หรือพลังงานทางเลือกที่เหมาะสม ตลอดจนสร้างจิตสำนึกของพนักงาน เพื่อร่วมอนุรักษ์การใช้พลังงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้สอดคล้องกับเป้าหมายการจัดการด้านพลังงานที่ยั่งยืนขององค์กร

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ตระหนักและใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม จึงดูแลและตรวจสอบการดำเนินงาน ให้มีระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ ทั้งโรงงานเคพาร์กซ์ และโรงงานบางพลี รวมถึงสนับสนุนให้มีกิจกรรมอนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อม โดยมีระบบการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001: 2015 ซึ่งครอบคลุมการใช้ทรัพยากรและควบคุมมลพิษ และดำเนินการเพื่อสอดคล้อง เกณฑ์อุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 เครือข่ายสีเขียว (Green Industry Level 4 : Green Culture) จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดทำนโยบายการจัดการพลังงาน และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการด้านการจัดการพลังงาน ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนของหน่วยงานต่างๆ เพื่อร่วมประสานการทำงานด้านการอนุรักษ์พลังงานและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ให้บรรลุสำเร็จตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. มีการดำเนินการและพัฒนาระบบการจัดการพลังงาน และทรัพยากรอย่างเหมาะสม โดยกำหนดให้อุณหภูมิพลังงาน และทรัพยากรน้ำเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการปรับปรุงเทคโนโลยีและแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดการใช้พลังงานและทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ
3. กำหนดแผนและเป้าหมายการอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากรในแต่ละปี และสื่อสารให้พนักงานทุกคนเข้าใจและปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง
4. ให้การอนุรักษ์พลังงานเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหาร และพนักงานบริษัทฯ ทุกระดับที่จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด ติดตามตรวจสอบ และรายงานต่อคณะกรรมการด้านการจัดการพลังงานและทรัพยากร
5. บริษัทฯ จะได้รับการสนับสนุนที่จะเป็น รวมถึงทรัพยากรบุคคล งบประมาณ เวลาในการทำงาน การอบรม และการมีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อคิดเห็นเพื่อพัฒนางานด้านพลังงาน และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
6. ผู้บริหาร และคณะกรรมการด้านการจัดการพลังงานจะทบทวนและปรับปรุงนโยบาย เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานด้านพลังงานและทรัพยากรทุกปี



เป้าหมายของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทตั้งเป้าหมายด้านการจัดการพลังงานและทรัพยากร ดังนี้

ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 2567	ผลการดำเนินงาน 2567
พลังงานไฟฟ้าและเชื้อเพลิง		
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วยการผลิต (กิโลวัตต์/ตันการผลิต)	ลดลง 0.5% (จากปีฐาน 2566)	ลดลง 0.4%
ปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิงต่อหน่วยการผลิต (Energy intensity) (กิโลวัตต์/ตันการผลิต)	ลดลง 0.5% (จากปีฐาน 2566)	ลดลง 11.7%

ผลการดำเนินงานของการจัดการพลังงานและทรัพยากร

1. การจัดการพลังงานและเชื้อเพลิง

บริษัทฯ ใช้พลังงานไฟฟ้า เชื้อเพลิงโดยเฉพาะก๊าซหุงต้มสูงในกระบวนการผลิต และการขนส่งสินค้าเป็นสำคัญ คิดเป็นสัดส่วน 51.2%, 36.1% และ 12.7% ตามลำดับ ในปี 2567 บริษัทฯ มีการเปิดดำเนินการ KCG Logistics Park และการปรับปรุงและรีโนเวทโรงงานเคพาร์กซ์ทำให้มีการใช้ปริมาณไฟฟ้าและพลังงานต่างๆ เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้ไฟฟ้ารวมที่เพิ่มขึ้นนั้น บริษัทฯ ได้ใช้จากไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ผลิตจาก Solar Roof ที่ติดตั้งใหม่ 5 แห่ง รวมทั้งบริษัทฯ มีการจัดการด้านการใช้ไฟฟ้าและอนุรักษ์การใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง



สัดส่วนการใช้พลังงานไฟฟ้าและเชื้อเพลิงในปี 2567



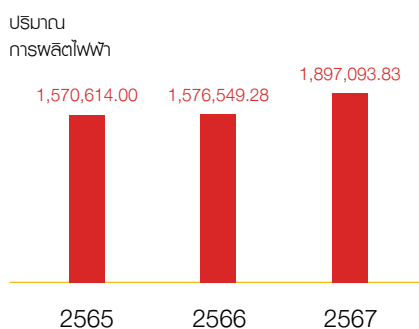
โครงการการจัดการพลังงานและเชื้อเพลิงที่สำคัญ

โครงการติดตั้ง Solar Roof ที่ Logistics Park และ ศูนย์กระจายสินค้า

เพื่อบูมสู่การเป็นองค์กรธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และขับเคลื่อนธุรกิจไทยไปสู่การสร้างสรรค์คาร์บอนต่ำ บริษัทฯ ได้ริเริ่มดำเนินการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Roof) ที่โรงงานสาขาเทพารักษ์ เพื่อใช้เป็นพลังงานหมุนเวียนภายในโรงงานตั้งแต่ปี 2563 โดยมีขนาดกำลังผลิตที่ 1,107 กิโลวัตต์ (kW) ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ขยายโครงการติดตั้ง Solar roof เพิ่มโดยมีขนาดกำลังการผลิต 2,358 กิโลวัตต์ (kW) เพื่อเพิ่มการใช้พลังงานทางเลือกแทนการซื้อไฟฟ้า โดยครอบคลุมโรงงานและศูนย์กระจายสินค้าทุกแห่งของบริษัทฯ 5 แห่ง ได้แก่ โรงงานสาขาบางพลี ศูนย์กระจายสินค้า และคลังสินค้าคลองจั่น (KCG Logistics Park) และศูนย์กระจายสินค้า 3 แห่ง (เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี และขอนแก่น) โดยโครงการติดตั้งแล้วเสร็จเรียบร้อยและเปิดใช้การในเดือนพฤศจิกายน 2567 ซึ่งหากเปิดดำเนินการครบถ้วนจะมีกำลังการผลิตกระแสไฟฟ้ารวมทั้งสิ้นทุกสาขาประมาณ 4,564,489 กิโลวัตต์ ชั่วโมงต่อปี ทำให้สัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนเพิ่มขึ้นในปี 2568



ปริมาณการผลิตไฟฟ้ามาใช้งานแหล่งพลังงานทดแทน (kWh)



ปริมาณการผลิตไฟฟ้า	2565	2566	2567
จำนวนสาขาที่ติดตั้ง Solar roof (แห่ง)	1	1	6
ปริมาณการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ (kWh)	1,570,614.00	1,576,549.28	1,897,093.83
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั้งหมด (kWh)	19,900,675.13	21,851,359.37	23,827,098.28
% สัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน*	7.31%	6.73%	7.37%

*ปริมาณผลิตพลังงานทดแทนไฟฟ้าต่อปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั้งหมด



โดยในปี 2567 การเริ่มใช้งานการผลิตไฟฟ้าที่เพิ่งติดตั้งใหม่ในเดือนพฤศจิกายน ส่งผลให้ปริมาณพลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น 20.3% อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการใช้ไฟฟ้าในการก่อสร้างและทดสอบระบบเครื่องยี่ห้อ KCG Logistics Park ส่งผลให้การใช้พลังงานไฟฟ้าในปี 2567 เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จึงทำให้สัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนในปี 2567 เพิ่มขึ้นเป็น 7.37% เมื่อเทียบกับ 6.73% ในปี 2566 ทั้งนี้ คาดว่าปริมาณการผลิตไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟจะเพิ่มขึ้นในปี 2568 หลังจากเปิดดำเนินการอย่างสมบูรณ์

โครงการรวมศูนย์ระบบเครื่องเย็น (Centralized Chiller System)

เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบเครื่องเย็นของโรงงาน เทพารักษ์ซึ่งเดิมมีการติดตั้งแบบแยกระบบตามพื้นที่อาคารผลิต ทำให้ต้องมีระบบสำรองและกำลังการผลิตเพื่อจากการคำนวณด้านวิศวกรรม บริษัทฯ ได้จัดการระบบทำความเย็นแบบรวมศูนย์ (Chiller System) ซึ่งทำให้สามารถควบคุมแบบศูนย์กลางได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ออกแบบระบบควบคุมและการจัดสรรกำลังสำรองอย่างเพียงพอ สำหรับในกรณีฉุกเฉิน ซึ่งจะช่วยให้สามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าและน้ำประปา และคาดว่าค่าใช้จ่ายทั้งไฟฟ้า น้ำ และการบำรุงรักษาระบบทำความเย็น จะลดลงได้ประมาณ 9.8 ล้านบาทต่อปี โดยโครงการแล้วเสร็จในเดือนธันวาคม 2567

โครงการเปลี่ยนระบบแสงสว่าง เป็นแบบ LED

บริษัทฯ ได้ดำเนินการเปลี่ยนและติดตั้งระบบแสงสว่างและอุปกรณ์แสงสว่าง LED ทดแทน สำหรับหลอดไฟแสงสว่างที่จำเป็นต้องเปิดตลอด 24 ชม. ในพื้นที่การทำงานของโรงงานสาขา เทพารักษ์ ช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้า จากโครงการ ประมาณ 40% เทียบกับการใช้ไฟฟ้าจากหลอดไฟประเภทเดิม

การลดการใช้พลังงานในระบบหม้อไอน้ำ

เพื่อลดการใช้พลังงานสำหรับระบบหม้อไอน้ำซึ่งเป็นระบบที่ใช้พลังงานสูงในการผลิตสินค้า โดยบริษัทฯ ได้นำน้ำส่วนเกินในระบบหม้อไอน้ำกลับมาใช้ (Condensate) ส่งผลให้การใช้พลังงานเพื่อสร้างไอน้ำลดลง ซึ่งสามารถลดปริมาณการใช้ก๊าซหุงต้ม (LPG) ได้ 1,027 kg ต่อปี สำหรับโรงงานเทพารักษ์ อีกทั้ง ยังมีโครงการใช้การเพิ่มอุณหภูมิน้ำก่อนเข้าระบบหม้อไอน้ำ ซึ่งช่วยลดพลังงานที่ใช้ในระบบหม้อไอน้ำได้อีกทางด้วย

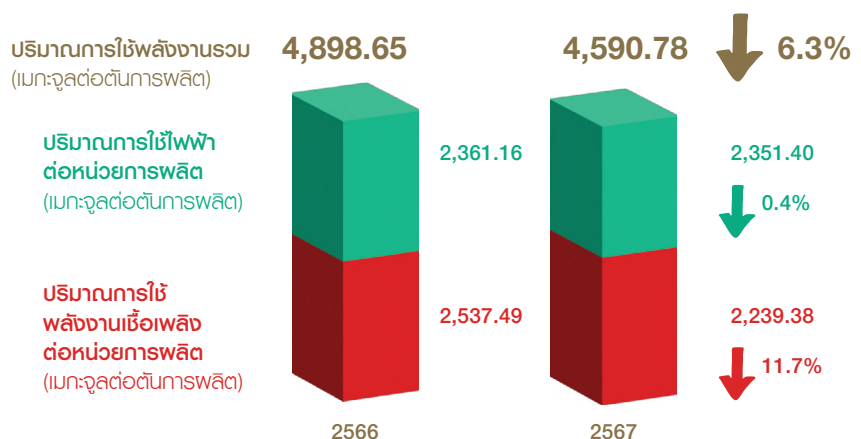
นอกจากนี้ ยังมีโครงการในการอนุรักษ์พลังงานอื่นๆ อาทิ เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพหม้อแปลง การปรับปรุงระบบระบายอากาศ เพื่อลดการใช้พลังงานในการผลิต เป็นต้น



ภาพรวมการจัดการใช้ไฟฟ้า และพลังงานของบริษัท

ในปี 2567 ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วยการผลิตลดลง 0.4% เมื่อเทียบกับจากปี 2566 ในขณะที่ ปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิง (ทั้งก๊าซหุงต้มและเชื้อเพลิงในการขนส่ง) ต่อหน่วยการผลิตลดลง 11.7% ส่งผลให้ปริมาณการใช้พลังงานรวมต่อหน่วยการผลิตลดลง 6.3%

การใช้ไฟฟ้าและพลังงานต่อหน่วย (เมกะจูลต่อตันการผลิต)





2. การจัดการน้ำ

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการกำหนดแนวทางการใช้น้ำด้วยวิธีที่ยั่งยืนพร้อมพัฒนาการบริหารจัดการน้ำอย่างต่อเนื่อง จัดหาแหล่งน้ำที่ได้มาอย่างถูกต้องและไม่เกิดผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง โดยมีความตระหนักดีว่าโลกกำลังเผชิญกับความท้าทายในเรื่องของน้ำมากขึ้นทุกขณะ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการควบคุมและปรับปรุงในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางน้ำที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากโรงงาน พ.ศ. 2560 รวมไปถึงการแสวงหาแนวทางเพื่อหมุนเวียนน้ำที่ใช้ภายในบริษัทกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านน้ำ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ เนื่องจากการดำเนินงาน และกระบวนการผลิตของบริษัท จำเป็นต้องใช้น้ำเป็นหนึ่งในวัตถุดิบที่สำคัญ ซึ่งมีการใช้น้ำในกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทในปริมาณมาก อีกทั้งน้ำทิ้งที่เกิดจากกระบวนการผลิต อาจก่อให้เกิดมลพิษต่อแหล่งน้ำธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของชุมชนใกล้เคียง และความหลากหลายทางชีวภาพในแหล่งน้ำ รวมถึงภัยธรรมชาติต่างๆ ที่อาจกระทบต่อทรัพยากรน้ำ อาทิ ภัยแล้ง หรือน้ำทะเลหนุนจากสภาวะโลกร้อน ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ และปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดปริมาณการใช้น้ำ เพื่อใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงวางแผนบริหารจัดการน้ำทิ้งอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง ปรับปรุงและจัดการน้ำของบริษัทฯ มีดังนี้

การประเมินความเสี่ยงด้านน้ำและมาตรการจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยง	มาตรการจัดการ
ปริมาณน้ำที่ใช้ในการผลิต 	- มีแผนฉุกเฉินรองรับในกรณีที่น้ำไม่เพียงพอ เช่น ชื้อน้ำประปาโดยขนส่งทางรถ ในกรณีที่น้ำประปาไม่เพียงพอ เป็นต้น - จัดให้มีระบบเก็บน้ำสำรองเพื่อใช้ภายในโรงงานได้อย่างน้อย 1.5 วัน - การใช้น้ำอย่างรับผิดชอบ โดยมุ่งเน้นมาตรการลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิต อาทิ การปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตหรือกระบวนการทำความสะอาดด้วยน้ำ เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำต่อตันการผลิต
คุณภาพน้ำที่ใช้ในการผลิต 	มีการตรวจวัดคุณภาพน้ำประปา และคุณภาพน้ำก่อนเข้ากระบวนการผลิต เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้า
การเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับน้ำ 	- ดูแลให้มีการติดตามสถานะการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง - การประเมินความสอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมเป็นประจำ
ความขัดแย้งกับชุมชนโดยรอบสถานประกอบการจากการใช้น้ำ 	- การติดตามความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะความเสี่ยงที่มีต่อบริษัท และชุมชนท้องถิ่น - มีการสื่อสาร ประสานงานกับหน่วยงานกำกับดูแลท้องถิ่นหรือผู้นำชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามสถานการณ์น้ำและมาตรการบรรเทาผลกระทบ
ผลกระทบต่อความเสียหายทางชีวภาพที่เกิดขึ้นจากการใช้น้ำขององค์กร 	จัดทำมาตรการลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิต
ความเสี่ยงด้านน้ำของคู่ค้าบริษัท ที่อาจส่งผลกระทบต่อการใช้งานของบริษัทฯ เช่น ภัยแล้ง ทำให้ผลผลิตเกษตรของคู่ค้าลดลง เป็นต้น 	จัดให้มีรายชื่อคู่ค้าสำรองสำหรับวัตถุดิบหลัก



ภาพรวมการใช้น้ำของบริษัทฯ

ในปี 2567 บริษัทฯ มีการใช้ทรัพยากรน้ำเพียงพอ ไม่มีการหยุดผลิตเนื่องจากคุณภาพของน้ำ ไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้า มีการปฏิบัติตามคล่องตัวตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับน้ำและไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนรอบข้าง นอกจากนี้ ยังสามารถลดปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิตได้ 23.5% เมื่อเทียบกับปี 2566 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมาย และยังทำให้ค่าใช้จ่ายด้านน้ำลดลงอีกด้วย ดังนี้

ปริมาณการใช้น้ำสุทธิต่อ
หน่วยการผลิต* (ลูกบาศก์เมตร / ตันการผลิต)



เป้าหมายปี 2567 ลดการใช้น้ำลง 0.5%

หมายเหตุ *ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ (Water Consumption) = ปริมาณการใช้น้ำรวม (Total Water Withdrawal) - ปริมาณน้ำทิ้งรวม (Total Water Discharge)

โครงการการจัดการน้ำที่สำคัญ

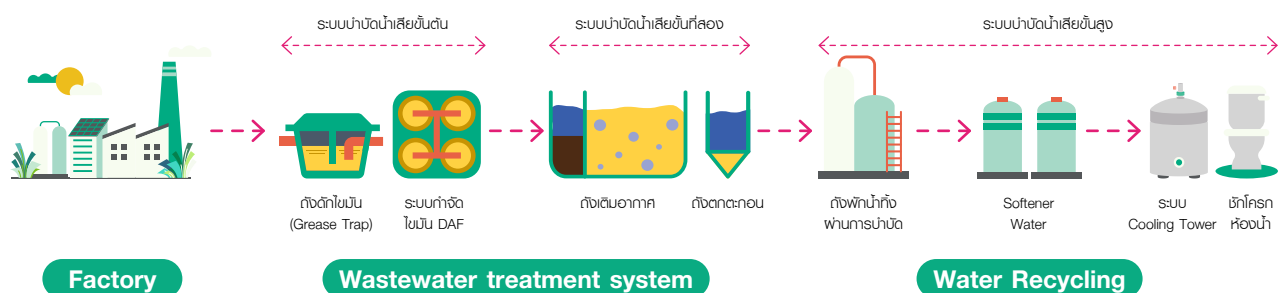
โครงการลดการสูญเสียน้ำในกระบวนการผลิตเยลลี่

บริษัทฯ จัดทำโครงการเพื่อลดการนำน้ำที่ใช้ในการล้างแบบพัมป์ในระหว่างการผลิตเยลลี่ โดยนำน้ำมาทำการ reused ใหม่ โดยผ่านระบบกรอง และเวียนกลับไปในเครื่องจักร จากโครงการนี้สามารถลดการใช้น้ำได้ 77 ลูกบาศก์เมตรต่อการผลิตต่อวัน และยังสามารถลดปริมาณน้ำที่เข้าบ่อบำบัดได้ในระยะยาว

การนำน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Water Recycling)

บริษัทฯ ดำเนินการจัดการบำบัดน้ำเสียควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ เพื่อลดการใช้น้ำประปา โดยออกแบบเลือกใช้ระบบบำบัดน้ำเสียที่มีความเหมาะสมกับคุณลักษณะของน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมของแต่ละโรงงาน เพื่อให้มีระบบบำบัดมลพิษน้ำที่มีประสิทธิภาพ บำบัดน้ำเสียจนได้คุณภาพน้ำทิ้งที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และออกแบบการนำน้ำทิ้งกลับมาใช้ทดแทนในกิจกรรมที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ภายในโรงงานได้โดยที่ไม่กระทบต่อคุณภาพในกระบวนการผลิตสินค้าของโรงงาน และเพื่อเป็นการยกระดับการบริหารจัดการน้ำภายในโรงงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องของบริษัทฯ ปัจจุบันแต่ละโรงงานของบริษัทฯ มีกระบวนการบริหารจัดการน้ำและน้ำเสีย ดังนี้

1. โรงงานเทพารักษ์ น้ำเสียโรงงานเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย ผ่านกระบวนการกำจัดหรือบำบัดขั้นต้นด้วยกระบวนการ ดักไขมัน (Grease trap) และระบบกำจัดไขมัน DAF (Dissolve Air Flotation) จากนั้นน้ำเสียจะถูกส่งเข้าสู่กระบวนการบำบัดน้ำเสียขั้นขั้นที่สองด้วยระบบบำบัดน้ำเสียแบบชีวภาพ AS (Activated Sludge) และระบบบำบัดแบบ SBR (Sequence Batch Reactor) จนได้คุณภาพน้ำทิ้งตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด เมื่อสิ้นสุดกระบวนการบำบัดน้ำเสียจนได้คุณภาพน้ำทิ้งที่สามารถนำกลับไปใช้ประโยชน์ใหม่ได้นำน้ำทิ้งจากระบบบำบัดน้ำเสียเข้าสู่ระบบ softener water และนำน้ำไปใช้งานในระบบ Cooling Tower และชักโครกห้องน้ำ





2. โรงงานบางพลี น้ำเสียโรงงานเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสีย ผ่านกระบวนการกำจัดหรือบำบัดขั้นต้นด้วยกระบวนการฟอกไขมัน และกระบวนการตกไขมัน (Grease trap) จากนั้นน้ำเสียจะถูกส่งเข้าสู่กระบวนการบำบัดน้ำเสียขั้นที่สอง ด้วยระบบบำบัดน้ำเสียแบบชีวภาพ AS (Activated Sludge) โดยระบบจะมีบ่อเติมอากาศ (Aeration Tank) ทั้งหมด 3 บ่อ เพื่อให้อากาศเพียงพอต่อการบำบัดน้ำเสีย ตามแผนผังแสดงทิศทางการไหลของน้ำ จนได้น้ำทิ้งที่ผ่านตามมาตรฐานน้ำทิ้งตามกฎหมายกำหนด โดยน้ำทิ้งที่ผ่านการบำบัดแล้วจะถูกเก็บไว้ในบ่อพักน้ำของบริษัทฯ เพื่อนำกลับมาใช้ในกิจกรรมต่างๆ เช่น รดน้ำต้นไม้ และล้างพื้นถนน เป็นต้น

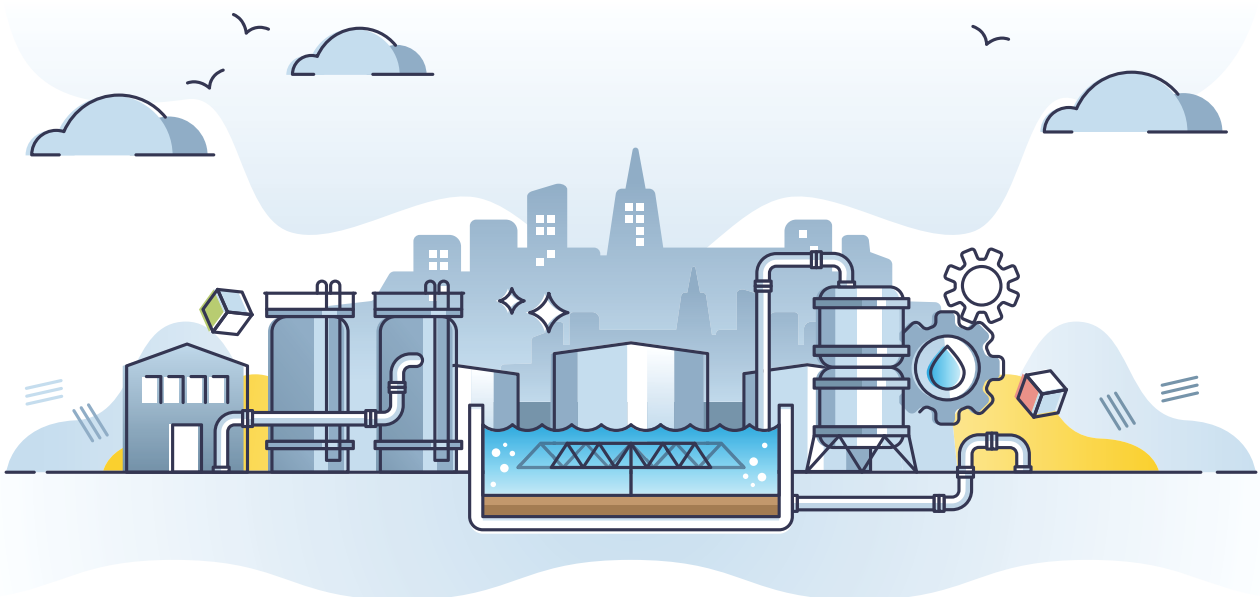
การดำเนินการควบคุมคุณภาพน้ำทิ้งผ่านการบำบัด

นอกจากการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพแล้ว บริษัทฯ กำหนดความถี่ในการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งผ่านการบำบัดของโรงงานเป็นประจำทุกเดือน โดยการว่าจ้างห้องปฏิบัติการวิเคราะห์เอกชนที่ได้รับการรับรองความสามารถตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025 เข้าสู่เก็บตัวอย่างน้ำเข้า-ออกจากระบบบำบัดน้ำเสียไปวิเคราะห์ เพื่อติดตามคุณภาพน้ำทิ้งและตรวจเช็คประสิทธิภาพการทำงานของระบบบำบัดน้ำเสีย พารามิเตอร์ในการตรวจติดตามผลตรวจวัดอิงตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากโรงงาน พ.ศ. 2560



จากการดำเนินการกิจการในทุกปีที่ผ่านมา
บริษัทฯ สามารถนำน้ำทิ้งผ่านการบำบัด
กลับมาใช้ประโยชน์ภายในโรงงานทั้งสองแห่งได้

100% ของปริมาณน้ำ
และปฏิบัติตามคล้อยตามมาตรฐานกฎหมายที่ภาครัฐกำหนด
เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม





การจัดการของเสียและมลพิษ

แนวทางการบริหารจัดการ และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียและมลพิษด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง และมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงได้นำระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมตามข้อกำหนด ISO14001:2015 มาประยุกต์ใช้เพื่อให้ระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมภายในบริษัทฯ เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ทั้งนี้บริษัทฯ มุ่งลดการเกิดของเสียที่ต้นทาง มุ่งพัฒนาวิจัยเพื่อนำของเสียหรือวัตถุดิบเสื่อมสภาพกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงการจัดการและควบคุมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้านทั้งมลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ และมลพิษทางเสียง ที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต การขนส่ง และกระบวนการสนับสนุนต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ให้มีการจัดการอย่างถูกต้องสอดคล้องตามกฎหมาย เป็นไปตามข้อกำหนดของพหุมีส่วนได้ส่วนเสีย และระบบมาตรฐานต่างๆ ที่กำหนดไว้ และบริษัทฯ มีการวางแผนพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องตามเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน



เป้าหมายของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



เป้าหมายลดการกำจัดด้วยวิธีฝังกลบ
เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill)
100% ที่โรงงานเทพารักษ์
ในปี 2567



การลดปริมาณของเสียต่อการผลิต
5% จากปี 2566



ข้อร้องเรียนกรณีเหตุการณ์
ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบต่อ
ด้านสิ่งแวดล้อมเป็น **ศูนย์**

1. การบริหารจัดการของเสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการลดการเกิดขยะและของเสียจากกระบวนการผลิตให้เหลือน้อยที่สุด ผ่านแนวทางการบริหารจัดการของเสียตามหลัก 3Rs คือ การลดการเกิดขยะของเสียตั้งแต่ต้นทาง (Reduce) การนำของเสียกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) เพื่อลดปริมาณขยะและของเสียที่ต้องนำไปฝังกลบตามเป้าหมาย Zero Waste to Landfill กระบวนการในการจัดการของเสียของบริษัทฯ ครอบคลุมทั้งการคัดแยกประเภท การจัดเก็บ การกำจัด การจัดทำบันทึกข้อมูลของเสีย แจ้งต่อหน่วยงานราชการให้เป็นไปตามให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้ง การสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมให้พนักงานโดยให้ความรู้ความเข้าใจให้สอดคล้องตามระเบียบปฏิบัติเรื่องการจัดการสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว รวมถึงการลดของเสียที่เกิดจากการผลิต

ประเภทของเสียและวิธีการจัดการ แบ่งเป็น ดังนี้

1. ของเสียอันตราย

ซึ่งเป็นสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วที่มีองค์ประกอบหรือปนเปื้อนสารอันตรายหรือมีคุณสมบัติที่เป็นอันตรายตามที่กำหนดในประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ได้แก่ อุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ภาชนะและวัสดุปนเปื้อนน้ำมันหรือสารเคมี สารเคมี น้ำมัน น้ำมันหล่อลื่น และขยะติดเชื้อจากห้องพยาบาล เป็นต้น ซึ่งมีวิธีการจัดการโดยการคัดแยกจัดเก็บภายในห้องจัดเก็บขยะอันตรายตามป้ายระบุถัง เพื่อร่อนำออกไปกำจัดโดยผู้รับกำจัดของเสียอันตรายที่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานราชการ ด้วยการนำเชื้อเพลิงผสม ฟังกลบแบบปลอดภัย หรือเผาทำลาย สำหรับขยะติดเชื้อ ทำการคัดแยกขยะติดเชื้อเก็บรวบรวมใส่ถุงรัดปากถุงให้มิดชิด และทางบริษัทฯ ได้ทำสัญญาระบุให้ทางสถานพยาบาลผู้ให้บริการเป็นผู้นำขยะติดเชื้อออกไปกำจัดให้และต้องจัดการให้ถูกต้องตามหลักการและกฎหมายกำหนด



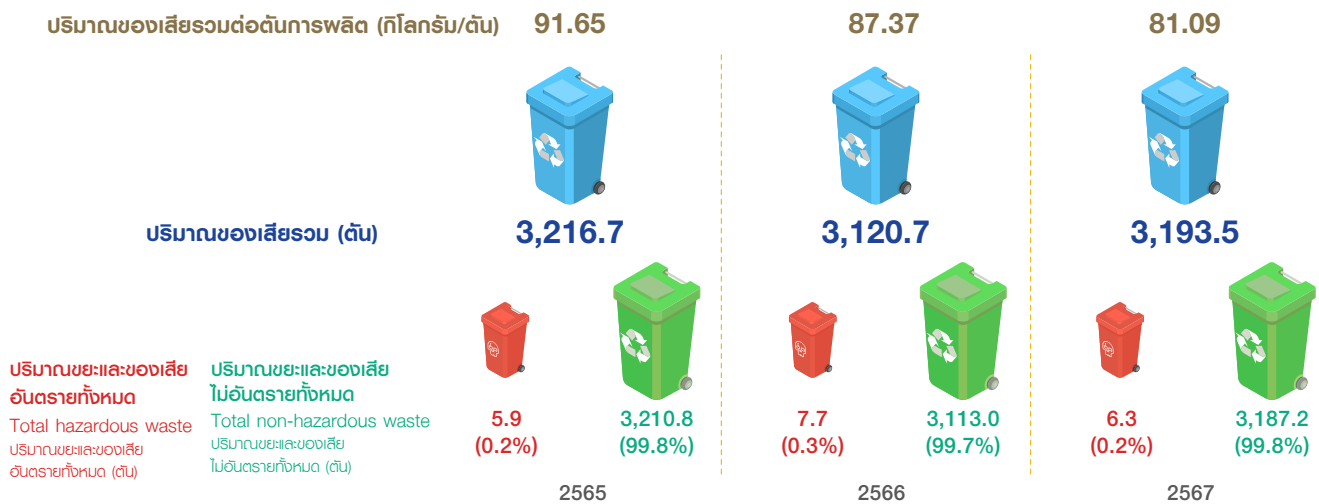
2. ของเสียไม่อันตราย

ที่เกิดจากกิจกรรมการผลิต ได้แก่ ภาคตะกอน ภาคตะกอนไขมัน ผลิตภัณฑ์เสื่อมสภาพ น้ำมัน (เศษซีล เศษเนย และเศษแป้ง) บรรจุภัณฑ์ขวดดัดและผลิตภัณฑ์ (เบียร์หรือถังโลหะ ถังพลาสติก พลาสติก ฟลัมย่น ถุงพลาสติก) และของเสียทั่วไปจากสำนักงาน และร้านอาหาร เศษอาหาร เป็นต้น มีวิธีการจัดการโดยการคัดแยกประเภทของเสียเป็นกลุ่มย่อยก่อนรวบรวมทิ้งในจุดต่างๆ ตามป้ายระบุถัง เป็นประจำทุกวัน สำหรับรอกัดแยกจำหน่าย เพื่อนำไปรีไซเคิล นำไปทำปุ๋ยหมักหรือเป็นสารปรับปรุงดิน หรือนำไปทำอาหารสัตว์ หรือนำออกไปกำจัดโดยผู้รับกำจัดของเสียที่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานราชการ อาทิ คัดแยกทำเชื้อเพลิงหรือ ฟังกลบตามหลักสุขาภิบาล

ผลการดำเนินงานของการจัดการของเสียและมลพิษ

ในปี 2567 ปริมาณขยะและของเสียรวมทั้งสิ้น 3,175.5ตัน เพิ่มขึ้น 2.3% จากปี 2566 เนื่องจากการขยายไลน์การผลิตเนยและชีสเพิ่มขึ้น การก่อสร้าง KCG Logistics Park และการปรับปรุงโรงงานเคพาร์กซ์ อย่างไรก็ตาม ปริมาณขยะส่วนใหญ่กว่า 99% เป็นขยะและของเสียไม่อันตราย ซึ่งบริษัทได้มีการจัดการขยะที่ดีขึ้นทำให้ปริมาณของเสียต่อการผลิต ลดจาก 87.37 กิโลกรัมต่อตัน เป็น 81.09 กิโลกรัมต่อตัน ลดลงคิดเป็น 7.2% และสัดส่วนการนำของเสียไปรีไซเคิลและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ 83.7% ของปริมาณของเสียทั้งหมด

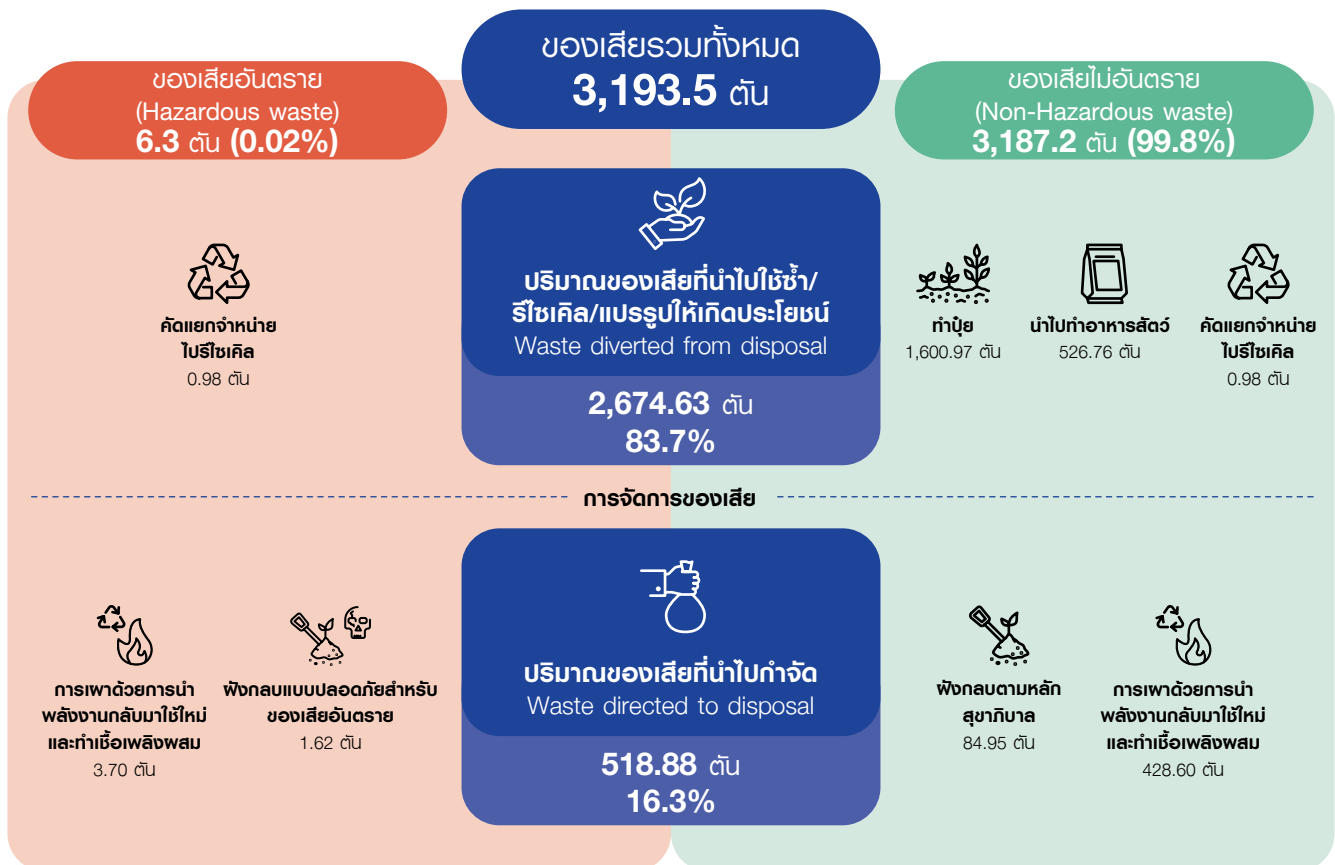
ปริมาณของเสียทั้งหมด แบ่งตามประเภท



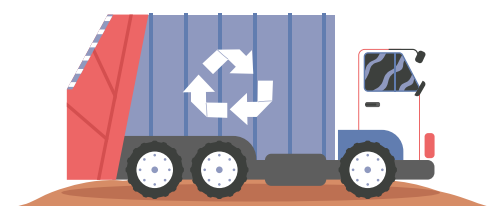


ภาพรวมปริมาณของเสียและการจัดการของเสียในปี 2567 (ตัน)

สาขา	ของเสียรวมทั้งหมด 3,193.5 ตัน	
	ของเสียอันตราย (Hazardous waste) 6.3 ตัน	ของเสียไม่อันตราย (Non-Hazardous waste) 3,187.2 ตัน
สำนักงานใหญ่	0.010	12.29
โรงงานเทพารักษ์	2.68	2,653.39
โรงงานบางพลี	3.18	485.03
บางนา	-	9.78
เชียงใหม่	-	4.54
ขอนแก่น	-	8.98
สุราษฎร์ธานี	0.43	13.18



หมายเหตุ : ปริมาณขยะของเสียของบริษัทฯ ไม่รวมบริษัทย่อย





การจัดการขยะอาหาร

บริษัทจัดทำนโยบายจัดการสูญเสียอาหารและของเสียจากอาหาร (Food Loss & Food Waste Policy) ด้วยความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามระบบมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร เพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการลดการสูญเสียอาหาร (Food Loss) และขยะอาหาร (Food Waste) ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหาร เพื่อให้สอดคล้องตามข้อกำหนดตามระบบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร (FSSC 22000) โดยวางแผนกำหนดแนวทางการลดการสูญเสียอาหารและของเสียอาหาร เพื่อป้องกันการเกิดขยะอาหารตั้งแต่ต้นทาง เช่น ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อลดการเกิดของเสียในกระบวนการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ การบริหารจัดการการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง เพื่อลดปริมาณสินค้าค้างจนหมดอายุ เป็นต้น รวมทั้งสร้างความตระหนักและปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายจัดการสูญเสียอาหารและของเสียจากอาหาร

ขยะอาหารของบริษัทฯ แบ่งได้ 2 ประเภท พร้อมมีการจัดการ ดังนี้

1) ขยะอาหารจากกระบวนการผลิต ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสื่อมสภาพที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ เช่น เศษชีส เศษเนย และเศษแป้ง ซึ่งปัจจุบันมีการจัดการโดยคัดแยกเพื่อจำหน่ายสำหรับแปรรูปเพื่อใช้ประโยชน์ เช่น ทำปุ๋ยหรือส่วนประกอบของวัสดุปลูกเพื่อการเกษตร และจำหน่ายเป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์

2) ขยะอาหารทั่วไปจากสำนักงานหรือร้านอาหาร เช่น เศษอาหาร พักและผลไม้ ซึ่งมีสัดส่วนไม่มากเมื่อเทียบกับของเสียจากกระบวนการผลิต บริษัทฯ มีการแยกขยะอาหารที่ร้านอาหารของโรงงานบางพลีและโรงงานเทพารักษ์ และนำไปจัดการผ่านเทศบาลเพื่อฝังกลบตามหลักสุขาภิบาล

ปริมาณขยะอาหาร ตามแหล่งที่มา (ตัน)	2565	2566	2567
 ขยะอาหาร จากการผลิต	425.77 (91.7%)	620.09 (93.4%)	586.52 (93.6%)
 ขยะอาหาร จากขยะทั่วไป	38.6 (8.3%)	43.83 (6.6%)	39.8 (6.4%)
 รวมทั้งรวม	464.37	663.92	626.36

การจัดการขยะอาหาร (ตัน)	2565	2566	2567
 ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ/รีไซเคิล/แปรรูป ให้เกิดประโยชน์ Waste diverted from disposal			
 - นำไปเป็นอาหารสัตว์	342.47 (73.7%)	543.49 (81.9%)	524.33 (83.7%)
 ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด Waste directed to disposal			
 - ฝังกลบตามหลักสุขาภิบาล	31.52 (6.8%)	18.07 (2.7%)	3.64 (0.6%)
 - การเผา (ด้วยการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ เชื้อเพลิงผสม)	90.39 (19.5%)	102.37 (15.4%)	98.38 (15.7%)



โครงการการจัดการของเสียที่สำคัญ

โครงการ Zero Waste to Landfill

จากเป้าหมาย Zero Waste to Landfill 100% บริษัทฯ ดำเนินการปรับเปลี่ยนแนวทางกำจัดที่โรงงานเทพารักษ์ในช่วงปลายปี 2565 โดยเปลี่ยนวิธีการกำจัดของเสียและขยะทั่วไปโรงงานจากการฝังกลบเป็นการเผาทำลายในเตาเผาขยะ (Incineration) ซึ่งเป็นเทคนิคการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ โดยเป็นการเผาขยะในเตาที่ได้มีการออกแบบมาเป็นพิเศษสำหรับเผาขยะที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้จำนวนมาก มีการควบคุมก๊าซหรือเขม่าที่เกิดจากการเผาไหม้ไม่ให้เกิดมลพิษและการรบกวนต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถที่จะนำพลังงานความร้อนที่ได้จากการเผาขยะมาใช้ในการผลิตไอน้ำหรือทำน้ำร้อนเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าได้ รวมทั้งมีการแยกขยะเพื่อนำขยะไปรีไซเคิลอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ในปี 2567 โรงงานเทพารักษ์ได้ดำเนินการจัดการลดปริมาณขยะฝังกลบได้เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) บริษัทฯ มีแผนในการลดปริมาณขยะฝังกลบในโรงงานบางพลี และให้ครอบคลุมทั้งองค์กรในระยะยาว



กิจกรรมสื่อสารนโยบายสิ่งแวดล้อม
และให้ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะ

โครงการปรับปรุงจัดการลดปริมาณของเสียทั่วไป

การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมด้านสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานในโรงงานให้มีการคัดแยกขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระป๋องเครื่องดื่มภายในโรงงาน เพื่อลดปริมาณของเสียทั่วไปที่นำไปส่งเพาท์ทาลายหรือฝังกลบแล้วนำเข้าสู่การจัดการแบบรีไซเคิล และมีแนวทางให้พนักงานฝ่ายผลิตเริ่มมีการคัดแยกถุงพลาสติกที่เกิดจากการบรรจุเตรียมวัตถุดิบ รวมถึงถุงพลาสติกในกระบวนการต่างๆ ที่ไม่มีการปนเปื้อน รวมทั้งขยะต่างๆ จัดเป็นกลุ่มขยะรีไซเคิลแล้วคัดแยกจัดเก็บรอจำหน่าย เพื่อลดปริมาณของเสียทั่วไปที่ส่งเพาท์ทาลายหรือฝังกลบ แล้วนำเข้าสู่การจัดการแบบรีไซเคิล



การคัดแยกของเสียจากกระบวนการผลิต
ที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้เข้าสู่การจัดการแบบรีไซเคิล

WASTE SORTING





2. การจัดการมลพิษทางอากาศ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการคุณภาพอากาศทั้งภายในสถานประกอบการและชุมชนรอบข้าง โดยจัดทำแผนบริหารจัดการควบคุมคุณภาพอากาศให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และหาแนวทางพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพอากาศของบริษัทฯ ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายตรวจวัด และติดตามคุณภาพอากาศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการดำเนินงานที่เป็นไปตามกฎระเบียบและสร้างความมั่นใจกับผู้มีส่วนได้เสียรวมถึงการใช้มาตรการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อควบคุมคุณภาพอากาศให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานตลอดที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมมาพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพอากาศของบริษัทฯ ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

มาตรการควบคุมมลพิษทางอากาศภายในโรงงาน

บริษัทฯ มีแผนงานในการตรวจสอบดูแลรักษา Preventive Maintenance (PM) ระบบดูดควัน (Hood) ในทุกจุดที่มีการติดตั้งใช้งานภายในบริษัทฯ รวมถึงบอยเลอร์ (Boiler) เพื่อติดตามตรวจเช็คประสิทธิภาพการทำงานของระบบดูดควันในห้องปฏิบัติการหม้อต้มชีส และบอยเลอร์ เป็นประจำทุกปี ให้พร้อมใช้งานและสามารถกรองอากาศก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกโรงงานอยู่เสมอ



รูปภาพการตรวจวัด
คุณภาพอากาศที่ปลายปล่อง

การดำเนินการควบคุมตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปลายปล่องของโรงงานปล่อยออกสู่ภายนอก

บริษัทฯ กำหนดความถี่ในการตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปลายปล่องของโรงงานปล่อยออกสู่ภายนอกปีละ 2 ครั้งตามกฎหมายกำหนด โดยการว่าจ้างห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ห้องเคมีที่ได้รับการรับรองความสามารถตามมาตรฐาน ISO/IEC17025 เข้าตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปลายปล่อง เพื่อติดตามตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปลายปล่องของโรงงานปล่อยออกสู่ภายนอก พารามิเตอร์ในการตรวจติดตามผลตรวจวัดอิงตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดค่าปริมาณของสารเจือปนในอากาศที่ระบายออกจากโรงงาน ปี 2549 ได้แก่

1. ฟุ้งละอองรวม (TSP)
2. ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO_2) และก๊าซออกไซด์ของไนโตรเจน (NO_x as NO_2)

โดยผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปลายปล่อง Y2023-Y2024 เป็นไปตามกฎหมายกำหนดทุกพารามิเตอร์

3. การบริหารจัดการข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีการดำเนินการรับข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบตามมาตรฐาน ISO 14001: 2015 เพื่อจำแนกและจัดการข้อร้องเรียนแต่ละประเภทได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม และมีการจัดให้มีช่องทางในการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลายเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบจากมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม สามารถเข้าถึงได้ง่าย แจ้งข้อ มูลได้โดยตรงเพื่อทางบริษัทฯ ได้เข้าไปจัดการแก้ไขได้ทันท่วงที รวมทั้งมีการรวบรวมสรุปผลการแก้ไขข้อร้องเรียนเพื่อรายงานเป็นประจำและนำไปปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

(สำหรับกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน ดูรายละเอียดได้ที่ “ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบต่อลูกค้าและพันธมิตร” หน้า 81)

ผลการดำเนินงาน

ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่มีการรั่วไหลของน้ำมันและสารเคมีสู่ภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน อีกทั้ง ไม่พบข้อร้องเรียนด้านของเสียและมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ทั้งจากชุมชนใกล้เคียง และหน่วยงานภาครัฐ



สภาพภูมิอากาศ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อสิ่งแวดล้อม สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นผลกระทบที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสของการเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และบริหารจัดการให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ และของประเทศไทย

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ จัดตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืนและนวัตกรรมองค์กร (Sustainability Development and Innovation Working Team) ที่ดูแลการบริหารงานความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านบรรษัทภิบาล รวมทั้งดูแลสภาพภูมิอากาศ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงาน และทรัพยากร กำหนดเป้าหมายและแผนงานในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พักดำเนินการดำเนินการต่างๆ เพื่อจัดการให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่บริษัทกำหนด นอกจากนี้ ยังมีคณะทำงานการจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ระดับองค์กร เพื่อจัดทำข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint of Organization: CFO) เพื่อส่งขอการรับรองจากองค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เป็นประจำทุกปี

การเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

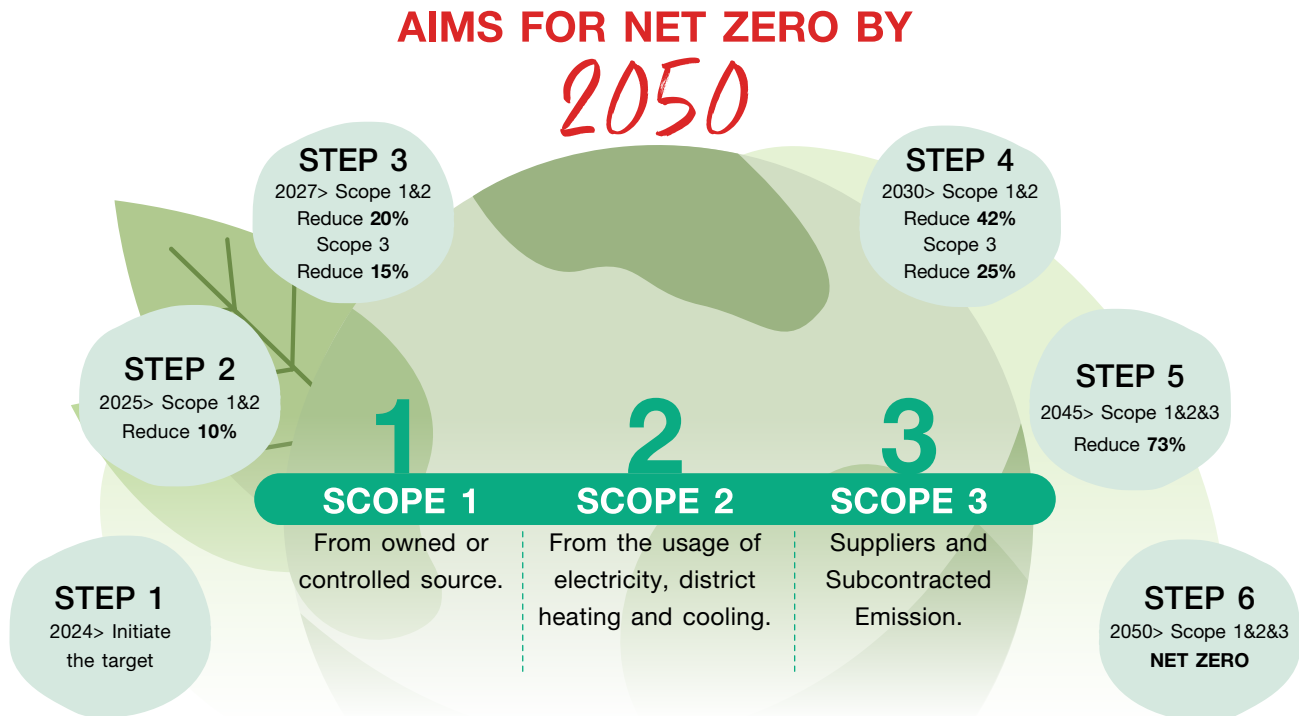
บริษัทฯ มีการจัดทำข้อมูลเพื่อประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของโรงงานเฉพาะกิจ โรงงานบางพลี สำนักงานใหญ่ สาขาบางนา ศูนย์กระจายสินค้าเชียงใหม่ ขอนแก่น และสุราษฎร์ธานี ซึ่งเก็บข้อมูลครอบคลุมกิจกรรมทั้ง 3 ขอบเขต ตามข้อกำหนดของการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร จากนั้นนำข้อมูลเข้าสู่กระบวนการประเมินและทวนสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยผู้ทวนสอบที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ Thailand Greenhouse Gas Management Organization Public Organization) ก่อนการเปิดเผยข้อมูลการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นกิจกรรมที่องค์กรจะดำเนินการต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีแยกตามรายสาขา ตั้งแต่ปี 2565 บริษัทฯ ยังได้รับการอนุญาตให้ใช้ เครื่องหมายรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint of Organization: CFO) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และจะมีการต่ออายุเครื่องหมายรับรองทุกปีทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดทำบัญชีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมทุกสาขาเข้าเป็นหนึ่งบัญชีเพื่อให้สะท้อนการดำเนินงานและกิจกรรมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ถูกต้องและไม่มีการนับซ้ำซ้อนสำหรับกิจกรรมภายในองค์กรที่เป็นระหว่างสาขา และได้รับการทวนสอบข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจาก บริษัท วี กรีน เคยู จำกัด





การตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การตั้งเป้าหมายเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากปีฐานซึ่งทางองค์กรได้ดำเนินการตามแนวทางของ Science Based Targets initiative (SBTi) โดยใช้ SBTi Tool ตั้งเป้าหมายเฉพาะในส่วนของบริษัท 1, 2 และ 3 ในระยะสั้นและระยะยาว และวางแผน Net Zero Action เพื่อรองรับการเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้งระยะสั้น และระยะยาว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



แผนระยะสั้น

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ลง 10% ในปี 2568 จากปี 2567 ซึ่งตั้งเป็นปีฐาน
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ลง 20% กับขอบเขตที่ 3 ลง 15% ในปี 2570 จากปี 2567 ซึ่งตั้งเป็นปีฐาน

แผนระยะยาว

- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็น Net Zero ในปี 2593 จากปี 2567 ซึ่งตั้งเป็นปีฐาน

ทั้งนี้บริษัทฯ อยู่ระหว่างการวางแผนในการดำเนินงานมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมาย Net Zero (Net Zero Target and Roadmap) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเป้าหมายในปี 2568 บริษัทฯ ได้วางแผนในการจัดการด้านพลังงานและการจัดการของเสีย เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 และ 2 (Scope 1 & 2) ซึ่งเป็นการลดจากภายในบริษัทฯ ลดลง 10% จากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปีฐาน 2567 และหาแนวทางในการลดก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 ซึ่งต้องพัฒนาความร่วมมือกับคู่ค้าในห่วงโซ่มูลค่าต่อไป

การประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ (Climate change risk management)

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ โดยศึกษาแนวทางของ Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) เพื่อใช้ในการระบุและประเมินผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศต่อการดำเนินงานให้รอบด้าน ครอบคลุมความเสี่ยงและโอกาสจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในเชิงกายภาพ (Physical Risk) จากด้านภัยธรรมชาติที่รุนแรง เช่น น้ำท่วมฉับพลัน โรคติดต่อทั้งในพืชและสัตว์ พายุหรือระเบิดฝน (Rain bomb) ภัยแบบเรื้อรัง อาทิ ภัยแล้งที่ทำให้เกิดการขาดแคลนน้ำจัดในพื้นที่เกษตรหรือการทำปศุสัตว์ อาจทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบหลัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ที่ทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจทั้งด้านการผลิตและการขนส่ง รวมถึงแนวโน้มต้นทุนการผลิตของวัตถุดิบการเกษตรที่สูงขึ้น สำหรับความเสี่ยงการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) อาทิ นโยบายรัฐและกฎด้านราคาคาร์บอน การเปิดเผยข้อมูลผลกระทบต่อด้านการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงหากไม่สามารถดำเนินการได้ตามที่ตั้งเป้าหมาย ในขณะเดียวกันมีโอกาสในการพัฒนาสินค้าและแพคเกจจิ้งด้วยนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งบริษัทฯ ได้นำความเสี่ยงดังกล่าวเพื่อจัดทำมาตรการรับมือและแผนรับมือที่เหมาะสมในอนาคตต่อไป



มาตรการและแนวทางการรับมือความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยง	กรอบเวลา	ผลกระทบ	มาตรการและแนวทางการรับมือ
1. ความเสี่ยงทางกายภาพ Physical Risk			
1.1 ความเสี่ยงฉับพลัน (Acute risks) - น้ำท่วมฉับพลัน - พายุหรือระเบิดฝน (Rain bomb)	ระยะสั้น 0 - 1 ปี	การหยุดชะงักของธุรกิจทั้งด้านการผลิตและการขนส่งสินค้า รวมถึงการดำเนินการต่างๆ	- จัดให้มีแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจรองรับในภัยธรรมชาติฉับพลัน - ศึกษาประกันที่ครอบคลุมภัยธรรมชาติ
1.2 ความเสี่ยงเรื้อรัง (Chronic risks) - ภัยแล้ง - อากาศแปรปรวน	ระยะกลาง 2 - 5 ปี	ทำให้เกิดการขาดแคลนน้ำจัดในพื้นที่การเกษตรหรือการกักเก็บน้ำ อาจทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้า	- จัดให้มีแหล่งสำรองของวัตถุดิบในทวีปที่แตกต่างกัน - พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบสำรอง
2. ความเสี่ยงการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk)			
2.1 นโยบายรัฐและกฎด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ระยะสั้น 0 - 1 ปี	ภาษีคาร์บอนอาจส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าอาจเพิ่มสูงขึ้น และเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยากขึ้น	- ติดตามความเคลื่อนไหวของนโยบายรัฐ และกฎหมายใหม่อย่างใกล้ชิด
2.2 การเปิดเผยข้อมูลผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ	ระยะกลาง 2 - 5 ปี	ความเสี่ยงด้านและความน่าเชื่อถือไม่สามารถเปิดเผยได้ตามมาตรฐานหรือกฎเกณฑ์	- นำมาตรฐานสากลมาปรับใช้ในการเปิดเผยข้อมูล
2.3 ต้นทุนในการลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อลดก๊าซเรือนกระจก (Costs to transition to lower emissions technology)	ระยะยาว 6 - 10 ปี	เพื่อให้สามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ตามเป้าหมาย Net Zero มีความจำเป็นต้องลงทุนในเทคโนโลยีใหม่มาใช้ ซึ่งส่งผลให้ต้องมีการลงทุนและค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยี	- ศึกษาแนวทางการใช้เครื่องจักรหรือเทคโนโลยีที่ช่วยลดพลังงาน หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดของเสียที่เกิดจากการผลิต
3. โอกาส			
3.1 การพัฒนาสินค้าและแพคเกจจิ้ง	ระยะสั้น 0 - 1 ปี	ลูกค้าและพันธมิตรให้ความสำคัญกับสินค้าที่คาร์บอนต่ำ เป็นโอกาสทางตลาด	- มีแผนพัฒนาสินค้าและแพคเกจจิ้งด้วยวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

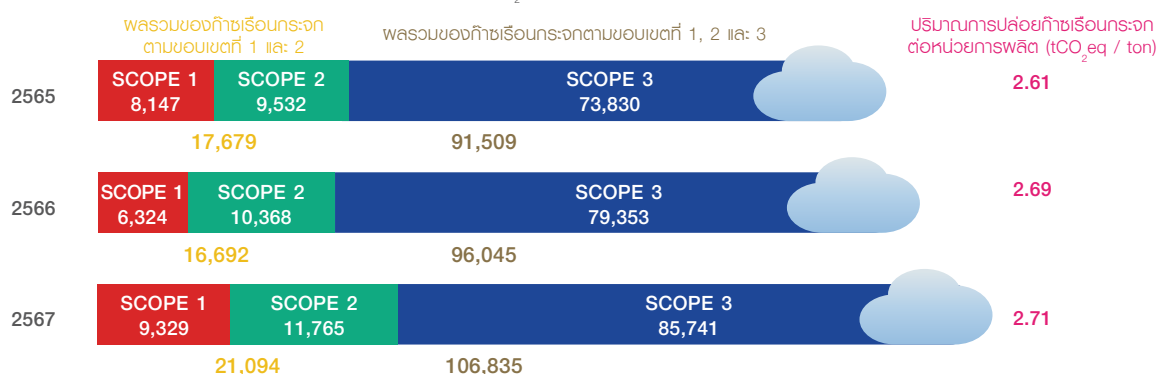
ผลการดำเนินงาน

สถานการณ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปี 2567 บริษัทฯ มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 เท่ากับ 21,094 tCO₂e และปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม (Scope 1, 2, และ 3) เท่ากับ 106,835 tCO₂e โดยเพิ่มจากปี 2566 คิดเป็น 20.9% และ 10.1% ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องมาจากการเปิดดำเนินการของ KCG Logistics Park ที่เป็นทั้งศูนย์กระจายสินค้าและคลังสินค้าที่ทดแทนการเช่าคลังสินค้านอก ทำให้ปริมาณการใช้พลังงานเพิ่มมากขึ้นจากปีก่อน อีกทั้ง มีการใช้พลังงานในการรีไซเคิลโรงงานเทพารักษ์ ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับกำลังการผลิตพบว่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยการผลิตเท่ากับ 2.71 เพิ่มขึ้น 0.9% จากปีก่อน การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงสุดของบริษัทฯ มาจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากขอบเขตที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญคิดเป็น 80% ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (หน่วย : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า, tCO₂e)



หมายเหตุ ไม่รวมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทย่อย ซึ่งมีแผนในการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ครอบคลุมในปี 2568



ภาพรวมการดำเนินงานจาก Green Logistics

บริษัทฯ ได้ดำเนินแผนงานด้านสิ่งแวดล้อม และการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ผ่านการเพิ่มสัดส่วนของพลังงานทดแทน โดยเฉพาะพลังงานไฟฟ้าแสงอาทิตย์ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะด้านการขนส่งและจัดเก็บตามแนวคิด Green Logistics เพื่อสอดคล้องกับพันธกิจด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการพลังงานเพื่อลดก๊าซเรือนกระจก โดยมีโครงการดังนี้

• เพิ่มสัดส่วนการใช้รถบรรทุก EV และ รถยกไฟฟ้า

ทยอยเปลี่ยนเป็นรถยกไฟฟ้าแทนรถยกแบบเดิมที่เป็นรถยกน้ำมัน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้รถยกไฟฟ้าไม่ก่อให้เกิดควันหรือไอเสียอันจะเป็นการช่วยลดมลพิษทางอากาศแล้ว และยังเพิ่มความปลอดภัยจากการใช้งานให้กับพนักงาน เนื่องจากไม่ต้องเก็บสำรองน้ำมันเชื้อเพลิงอันเป็นวัตถุไวไฟที่อาจเป็นต้นเหตุของเพลิงไหม้ได้

• เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน

เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแอลอีดี (LED) แทนหลอดรุ่นเก่าใน KCG LOGISTICS PARK รวมถึงคลังสินค้า และ ศูนย์กระจายสินค้าต่างจังหวัด

• เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคาใน KCG LOGISTICS PARK และ ศูนย์กระจายสินค้าต่างจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี และขอนแก่น

ภาพรวมการดำเนินงาน

เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน

เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแอลอีดี (LED)
แทนหลอดรุ่นเก่าใน KCG LOGISTICS PARK
รวมถึงคลังสินค้า และ ศูนย์กระจายสินค้าต่างจังหวัด

เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน

ติดตั้งโซลาร์รูฟ เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า
จากพลังงานแสงอาทิตย์แบบ
ติดตั้งบนหลังคาใน KCG LOGISTICS PARK
และศูนย์กระจายสินค้าต่างจังหวัด

เพิ่มสัดส่วนการใช้ รถบรรทุก EV และ รถยกไฟฟ้า

ทดลองการใช้รถบรรทุกพลังงานไฟฟ้า
6 ล้อ และ 4 ล้อ เดิมรูปแบบ (EV: Electric Vehicle)
สำหรับขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้า
ไปยังลูกค้าที่กรุงเทพฯ และ เชียงใหม่

ปรับเปลี่ยนเป็นรถยกชนิดไฟฟ้า (Forklift)
ใน KCG LOGISTICS PARK รวมถึงคลังสินค้า
และ ศูนย์กระจายสินค้าต่างจังหวัด

ติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้าในพื้นที่ KCG LOGISTICS PARK
และศูนย์กระจายสินค้าสาขาเทพารักษ์

ผลการดำเนินงานปี 2567



เปลี่ยนเป็นหลอดไฟแอลอีดี (LED) 1,500 ดวง
ใน 5 สาขา



ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน 143,320 บาทต่อปี



ลดการใช้ไฟฟ้า 44,928 กิโลวัตต์ ชั่วโมงต่อปี



ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
22.46 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



ติดตั้งโซลาร์รูฟ 5 แห่ง
ขนาดติดตั้งรวม 2,358 กิโลวัตต์



ใช้พลังงานไฟฟ้าจากโซลาร์รูฟ
2,850,096 กิโลวัตต์ต่อปี



ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
788.12 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



จำนวนรถบรรทุกพลังงานไฟฟ้า ทั้งหมด 10 คัน
4 ล้อ จำนวน 7 คัน และ 6 ล้อ จำนวน 3 คัน



ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 39.47
ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



จำนวนรถยกชนิดไฟฟ้าแบบเตอรี่ลิเทียม 53 คัน



ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
33.70 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



จำนวนสถานีชาร์จรถไฟฟ้า 3 สถานี



การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ดำเนินการเพิ่มสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยังคงคุณภาพของสินค้า โดยปรับเปลี่ยนประเภทของวัสดุบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น การปรับเปลี่ยนวัสดุพลาสติกที่ย่อยสลาย ทำลายยาก ให้เป็นประเภทที่ย่อยสลาย ทำลายง่ายขึ้น หรือวัสดุที่สามารถนำมารีไซเคิลได้ การลดปริมาณการใช้วัสดุให้น้อยลง เช่น การปรับลดขนาดและคุณสมบัติของกล่องกระดาษให้เหมาะสม ปกป้องผลิตภัณฑ์ได้อย่างสมบูรณ์ระหว่างการขนส่ง โครงการศึกษาและปรับลดความหนาของเหล็กของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องลง

บริษัทฯ มีแผนในการปรับบรรจุภัณฑ์กลุ่มฟิล์มพลาสติก ให้เป็นพลาสติกประเภทเดียว (Mono Material) ที่สามารถคัดแยกและเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ง่ายขึ้น โดยมีแผนสื่อสารสัญลักษณ์การ Recycle ผ่านบรรจุภัณฑ์ โดยปัจจุบันมีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ ถึง กว่า 61% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดที่ใช้กับสินค้าของบริษัท





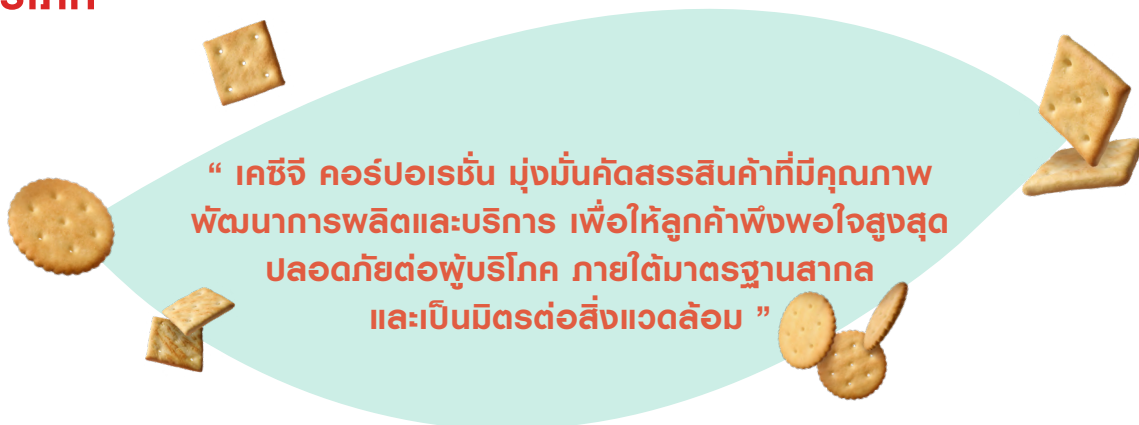
Nourish Our Communities

สังคม

- ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค
- การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน
- การมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน



ความปลอดภัยอาหารของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค



บริษัทฯ กำหนด นโยบายคุณภาพ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยอาหาร ด้วยมุ่งสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยยึดหลักการดำเนินงานที่เน้นคุณภาพ และความปลอดภัยอาหาร การรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานสากล และยกระดับมาตรฐานเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บริษัทฯ มีระบบคุณภาพในการบริหารจัดการการดำเนินงานด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของผลิตภัณฑ์ และมีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างเข้มงวด เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานระดับสากล ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการสู่มือของลูกค้าและผู้บริโภค

นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ โดยเผยแพร่ข้อมูลด้านโภชนาการ และรายละเอียดสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง โปร่งใส และเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้าและผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถเลือกซื้อสินค้าที่ตรงตามความต้องการได้อย่างมั่นใจ อีกทั้งให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนและแก้ไขปัญหาสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ และมุ่งมั่นในการตอบสนองของลูกค้าและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เพื่อลดข้อร้องเรียนและตอบกลับลูกค้าอย่างทันเวลาที่รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้บริโภค และความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการบริษัทฯ อย่างยั่งยืน

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่

นโยบายคุณภาพ สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยอาหาร



เป้าหมายของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ตัวชี้วัด	เป้าหมายด้านความยั่งยืนในปี 2567	ผลดำเนินการ
ความพึงพอใจของลูกค้า	75%	72%
จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าและผู้บริโภค*	จำนวนข้อร้องเรียนลดลง 5% จากปีก่อนหน้า เทียบปริมาณการผลิตต่อปี (ตัน)	ลดลง 0.9%
ระยะเวลาในการตอบกลับข้อร้องเรียนสาเหตุ และแนวทางแก้ไขป้องกันภายใน 2 วันทำการ เมื่อได้รับแจ้งจากระบบการแจ้งเตือนของทางบริษัทฯ	ต้องไม่น้อยกว่า 70%	73.2%

หมายเหตุ *คำนวณจาก

จำนวนข้อร้องเรียน ในหน่วย ppm (part per million) = $\frac{(\text{จำนวนข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน})}{(\text{ปริมาณการผลิตต่อปี (ตัน)})} \times 1,000,000$



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้นำระบบมาตรฐานทางด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหารที่เป็นสากลมาปฏิบัติใช้เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ป้องกันความเสี่ยงและผลกระทบด้านสุขภาพของผู้บริโภค รวมทั้งตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมของลูกค้าและผู้บริโภค โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ดังนี้



1. FSSC22000

เป็นระบบมาตรฐานการรับรองคุณภาพ
และความปลอดภัยอาหารสำหรับ
การผลิตอาหาร



2. GHP

เป็นระบบบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับ
มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย
อาหารในอุตสาหกรรมอาหาร



3. HACCP

เป็นระบบที่ใช้ในการวิเคราะห์อันตราย
และควบคุมจุดวิกฤตในกระบวนการ
ผลิตอาหาร



4. ISO 9001

เป็นมาตรฐานระบบการจัดการ
คุณภาพ (QMS) ที่ได้รับการยอมรับ
ในระดับสากล



5 ISO/IEC 17025

เป็นมาตรฐานความสามารถ
ห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ
ที่ได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์
การแพทย์และสำนักงานมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม



6. HALAL

เป็นมาตรฐานที่ผลิตกันที่ได้รับ
การอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
ซึ่งมุสลิมสามารถบริโภค
หรือใช้ประโยชน์ได้



7. HAL-Q

เป็นระบบการบริหารจัดการครบวงจร
ที่ออกแบบมาเพื่อรับประกันคุณภาพและ
ความปลอดภัยอาหาร
ของอาหารฮาลาล



4-1252-20-100-00

8. RSPO

เป็นมาตรฐานการผลิตปาล์มน้ำมัน
และน้ำมันปาล์มอย่างยั่งยืน
และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



9. Thailand Trust Mark

เป็นตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพ
สินค้า และบริการที่มาจากประเทศไทย
เพื่อส่งเสริมคุณค่าที่โดดเด่นของสินค้า
และบริการของไทย ตั้งแต่กระบวนการ
ผลิตที่มีคุณภาพ มีการดำเนินงาน
ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
และสังคม รวมทั้งมีการใช้แรงงาน
ที่เป็นธรรม



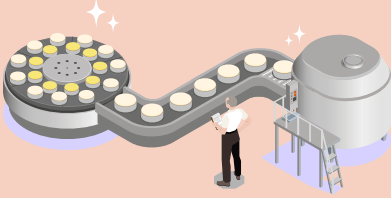
10. GIP Plus

เป็นมาตรฐานที่ดีในการนำเข้าหรือ
ส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพเข้ามา
ในราชอาณาจักร



แผนงานของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

1. การดำเนินการด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของผลิตภัณฑ์



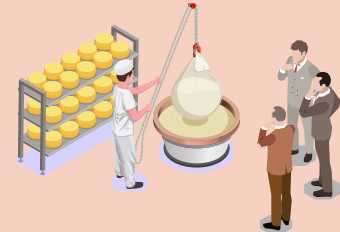
1.1 การตรวจสอบ Good Hygiene Practices (GHP)

จัดให้มีการตรวจสอบ GHP เป็นประจำทุกเดือนโดยการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมมาตรฐานความสะอาดในกระบวนการผลิตการตรวจสอบทุกเดือนนี้ทำให้มั่นใจได้ว่าทุกขั้นตอนในสายการผลิตจะมีความสะอาดและถูกสุขลักษณะอยู่เสมอ โดยคณะตรวจสอบประเมินภายในด้าน GHP ของบริษัทฯ

1.2 การตรวจสอบความสอดคล้อง

ตามมาตรฐานของกระบวนการผลิต (Process Audit)

จัดให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามมาตรฐานของกระบวนการผลิตเป็นประจำทุกเดือนนั้นเป็นการช่วยตรวจสอบกระบวนการผลิตให้มีการปฏิบัติตามกระบวนการที่กำหนดไว้และเป็นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถระบุและแก้ไขปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากระบวนการผลิตโดยหน่วยงานควบคุมคุณภาพของบริษัทฯ

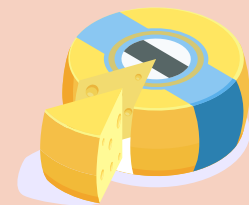


1.3 การส่งตัวอย่างสินค้าเพื่อพิจารณาเพื่อพิจารณาคุณภาพและความปลอดภัยทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ประจำปี

บริษัทฯ มีการส่งตัวอย่างสินค้าจากทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อตรวจสอบวิเคราะห์และพิจารณาคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของผลิตภัณฑ์ทุกปีเพื่อช่วยให้สามารถตรวจสอบคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยอาหาร ที่ยังคงประสิทธิภาพตามมาตรฐานสินค้าที่กำหนดไว้ รวมถึงความสอดคล้องตามข้อกำหนดกฎหมายที่ระบุไว้ และยังสามารถตรวจสอบการปนเปื้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยหน่วยงานประกันคุณภาพของบริษัทฯ

1.4 การจัดทำและพัฒนาระบบคุณภาพและความปลอดภัยอาหารที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาระบบคุณภาพและความปลอดภัยอาหารอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยรับรองที่มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์อาหารที่จำหน่ายและส่งออกนั้นสอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากล โดยหน่วยงานบริหารระบบคุณภาพของบริษัทฯ





1.5 การตรวจประเมินผู้ส่งมอบ (Supplier Audit)

จัดให้มีการตรวจประเมินความเสี่ยงและการพิจารณาผู้ส่งมอบเป็นประจำทุกปี ทำให้บริษัทฯ สามารถเลือกและควบคุมวัตถุดิบและบรรจุก้นที่นำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงจากการใช้วัตถุดิบและบรรจุก้นที่ไม่ได้มาตรฐานซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของผลิตภัณฑ์ โดยหน่วยงานประกันคุณภาพของบริษัทฯ

1.6 การพัฒนาวิธีการตรวจวิเคราะห์ที่รวดเร็วและแม่นยำต่อเนื่องทุกปี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาวิธีการตรวจวิเคราะห์ที่ทันสมัยเพื่อให้สามารถตรวจวิเคราะห์ผลได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำสูง ซึ่งการพัฒนาเชิงนี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยในการประเมินคุณภาพและความปลอดภัยอาหารและผลิตภัณฑ์ โดยหน่วยงานห้องปฏิบัติการของบริษัทฯ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 17025 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม



1.7 การให้ความรู้แก่พนักงานทุกระดับในเรื่อง Food Quality & Safety Standard

พร้อมทบทวนความรู้ทุกปี เพื่อให้เข้าใจในมาตรฐาน Food Quality & Safety ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็น โดยสามารถปฏิบัติงานตามมาตรฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพและช่วยเสริมสร้างความตระหนักและการปฏิบัติที่ดีในด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของอาหารโดยหน่วยงานบริหารระบบคุณภาพของบริษัทฯ

1.8 การบริหารจัดการวัตถุดิบ สินค้าที่ไม่เป็นไปตามคุณภาพที่กำหนด ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ที่โดยการบริหารจัดการของคณะทำงาน Material Review Board (MRB) ที่มีการร่วมตัดสินใจร่วมกัน ภายในทีม MRB ซึ่งช่วยให้ลดปริมาณวัตถุดิบและสินค้าที่ไม่เป็นไปตามคุณภาพที่กำหนด และการเกิดปัญหาซ้ำเดิม นอกจากนี้มีการประชุม Operation ประจำสัปดาห์และการประชุม Quality ประจำเดือนร่วมกับคณะผู้บริหารที่มีการทบทวนประสิทธิภาพด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง





2. การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า เพื่อรักษาความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมทางการตลาดด้วยความรับผิดชอบ จัดให้มีข้อมูลและบริการที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือนและให้ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าสำหรับลูกค้าและพันธมิตร พัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและมีการบริหารจัดการข้อร้องเรียนหรือแก้ไขปัญหาสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในแบรนด์สินค้า เป็นแบรนด์ในใจของลูกค้าและพันธมิตร และสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืนและเติบโตไปด้วยกัน

ในปี 2567 จำนวนสินค้าที่มีการแสดงฉลากโภชนาการทั้งหมด 195 รายการ ซึ่งเป็นสินค้าที่แสดงฉลากโภชนาการตามข้อกำหนดกฎหมายอาหารครบ 100% และมีสินค้าแสดงฉลากโภชนาการเพิ่มเติมที่ไม่ได้กำหนดเป็นสินค้าที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเพิ่มขึ้น อีกเกือบ 50% ของสินค้าแสดงฉลากโภชนาการทั้งหมด โดยสินค้าที่มีการแสดงฉลากโภชนาการคิดเป็นร้อยละ 40.4 ของสินค้าทั้งหมดที่ดำเนินการผลิตเอง

ตัวอย่างการแสดงฉลากโภชนาการ



ส่วนประกอบสำคัญ และข้อมูลสำหรับ ผู้แพ้อาหาร

ส่วนประกอบสำคัญ / Main Ingredients : แป้งสาลี / Wheat Flour 48%, เนยผสมรส / Butter Blend 25%, น้ำตาลทราย / Sugar 11%, แป้งสาลี / icing Sugar 10%, ไข่ไก่ / Eggs 2%, เนยเนื้อมะพร้าว / Coconut Butter 1%, สีผสมอาหาร / Food Additive (INS 5000), INS 5000, INS 471, INS 450(iii), INS 341(ii), INS 330, INS 322(i), INS 321, INS 300, Essences / Natural Colour (INS 160(ii)), สารกันบูดสังเคราะห์ / Artificial Flavour Added

ข้อมูลทางโภชนาการต่อ 100 กรัม (ข้อมูลต่อ 100 กรัม)

พลังงาน	ไขมัน	คาร์โบไฮเดรต	โปรตีน
540	24	27	210
27%	37%	42%	10%

ข้อมูลค่าพลังงาน



ข้อมูล โภชนาการ

ข้อมูลทางโภชนาการต่อ 100 กรัม (ข้อมูลต่อ 100 กรัม)

พลังงาน	ไขมัน	คาร์โบไฮเดรต	โปรตีน
540	24	27	210
27%	37%	42%	10%

มาตรฐานรับรองและค่าเตือนต่างๆ



ข้อมูล โภชนาการ

ข้อมูลทางโภชนาการต่อ 100 กรัม (ข้อมูลต่อ 100 กรัม)

พลังงาน	ไขมัน	คาร์โบไฮเดรต	โปรตีน
540	24	27	210
27%	37%	42%	10%

มาตรฐานรับรองและค่าเตือนต่างๆ

2.1 การสื่อสารด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายต่อผู้บริโภคผ่านฉลากบนบรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ ด้วยตระหนักถึง แนวปฏิบัติการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของ ผู้บริโภค (เช่น การแพ้อาหาร เป็นต้น) และความจำเป็นในการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับข้อมูลโภชนาการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกรับประทานอาหาร สนับสนุนการให้ข้อมูลโภชนาการรูปแบบใหม่ ตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในการรณรงค์ให้ความรู้เรื่อง ฉลากที่แสดงค่าพลังงาน (Guideline Daily Amounts: GDA) ซึ่งเป็นการแสดงข้อมูลค่าพลังงาน ไขมัน น้ำตาล และโซเดียม ต่อหนึ่งหน่วยบริโภค รวมถึงข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหารและค่าเตือนต่างๆ เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยให้ลูกค้าและพันธมิตรสามารถเปรียบเทียบคุณค่าทางโภชนาการ และสามารถบริโภคอาหารอย่างสมดุลและเหมาะสมต่อสุขภาพ



2.2 การจัดการข้อร้องเรียน

• กระบวนการรับเรื่องร้องเรียน

บริษัทฯ มีระบบการรับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและบริการ รวมถึงข้อร้องเรียนในเรื่องต่างๆจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และจัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนหลากหลาย สะดวก ผ่านทุกช่องทางติดต่อของบริษัททั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว มีหน่วยงาน Customer Service รับพิพดชอบในการประสานงานเพื่อแก้ปัญหา กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำหรับปัญหาด้านคุณภาพ จะส่งให้กับหน่วยงานประกันคุณภาพและควบคุมคุณภาพของทางบริษัทฯ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไขป้องกัน ร่วมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง พร้อมจัดทำรายงานและตอบกลับข้อร้องเรียนลูกค้านั้นๆ ถึงสาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไขป้องกัน ภายใน 2 วันทำการ ผ่านระบบบริหารข้อร้องเรียนลูกค้า ซึ่งเป็นระบบที่มีการบันทึกเรื่องร้องเรียนและแนวทางแก้ไขปัญหาย่อยรายการ เพื่อที่จะได้รับรู้ข้อบกพร่องทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัญหาอื่นๆจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และมีการประชุมติดตามผลการดำเนินงาน ร่วมกับผู้บริหารในทุกเดือน อันนำไปสู่การพิจารณา ป้องกัน พร้อมทั้งจัดการปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์และบริการให้ดีขึ้นต่อไป



• การพัฒนาการรับเรื่องร้องเรียนลูกค้าและผู้บริโภค

บริษัทฯ กำหนดเป้าหมายด้านการแก้ปัญหาเรื่องร้องเรียนด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า การลดจำนวนข้อร้องเรียนด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าลง 5 %จากปีก่อนหน้า เทียบปริมาณการผลิตต่อปี (ตัน)

ในปี 2567 จำนวนข้อร้องเรียน ลดลง 0.9% จากปี 2566 จากผลการดำเนินการของจำนวนข้อร้องเรียนที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด บริษัทฯ มีแนวทางในการลดข้อร้องเรียนโดยเพิ่มระดับความเข้มงวดของการประกันคุณภาพ และการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิตสินค้าให้อยู่ในมาตรฐานที่กำหนดไว้ ทางหน่วยงานประกันคุณภาพและควบคุมคุณภาพของทางบริษัทฯ ได้ดำเนินการวิเคราะห์สาเหตุและกำหนดแนวทางแก้ไขป้องกันปัญหาข้อร้องเรียนนั้นๆไม่ให้เกิดขึ้นซ้ำร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งมีการติดตามและทวนสอบผลการดำเนินการแก้ไขและรายงานความคืบหน้าในการแก้ไขปัญหาคู่ต่อผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกเดือน

• ระยะเวลาในการตอบกลับข้อร้องเรียนสาเหตุและแนวทางแก้ไขป้องกัน

ในปี 2567 บริษัทฯ ปรับเพิ่มระดับเป้าหมายความสำเร็จในการตอบกลับข้อร้องเรียนลูกค้า ถึงสาเหตุและแนวทางแก้ไขป้องกันปัญหา ที่ทันเวลาภายใน 2 วันทำการ ต้องไม่น้อยกว่า 70% เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มากขึ้น ทั้งนี้ ความสำเร็จในการตอบกลับข้อร้องเรียนลูกค้าที่ได้มีการตอบกลับทันเวลากายใน 2 วันทำการ ของปี 2567 อยู่ที่ 73.2% ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงการตอบกลับข้อร้องเรียนให้รวดเร็ว ทำงานประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการมุ่งแก้ปัญหาด้านคุณภาพตั้งแต่ต้นทางเพื่อลดข้อร้องเรียนจากลูกค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง



2.3 การพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปี เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ มาเป็นแนวทางหรือข้อเสนอแนะด้านการบริหารในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อลดข้อร้องเรียน และก่อให้เกิดความผูกพันกับแบรนด์และบริษัทอย่างยั่งยืน

ในปี 2567 บริษัทฯ ปรับปรุงวิธีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าโดยใช้ Net Promoting Score (NPS) ตัวชี้วัดที่ธุรกิจใช้เพื่อวัดความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์สินค้าหรือบริการ โดยประเมินผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ ใน 5 ด้าน ได้แก่ สินค้าผลิตภัณฑ์ การขนส่ง การขายและบริการ การรับเรื่องร้องเรียน และการชำระเงิน รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าทุกกลุ่ม และจากทุกช่องทางการขาย วิเคราะห์ปัญหาข้อร้องเรียน ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อนำไปปรับปรุง มีการจัดประชุมและส่งสรุปรายงานข้อร้องเรียนของลูกค้าให้แก่ผู้เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกเดือน ในปี 2567 ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ที่ 72% อยู่ในระดับพอใช้ และมีการวิเคราะห์ปัญหาและ GAP เพื่อพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละด้านให้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้นำความเห็นจากลูกค้าโดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าต่อไป





การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผ่านการส่งเสริมการจ้างงานอย่างเท่าเทียม บนพื้นฐานของการเคารพสิทธิมนุษยชน และสนับสนุนการดัดศักยภาพในการทำงานของบุคลากรอย่างเต็มที่ ผ่านการดำเนินการพัฒนาพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ มีทักษะใหม่ๆ ที่จำเป็นและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคต เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รวมถึงการสร้างบรรยากาศให้พนักงานได้ริเริ่มพัฒนานตนเอง ส่งต่อความรู้ และสร้างคุณค่าสู่องค์กร สังคม ชุมชน ผ่านรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการอย่างเท่าเทียมกันในทุกกลุ่ม นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการจ้างงานทั้งในคนรุ่นใหม่ และคนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน และมีคุณลักษณะสอดคล้องกับงาน และคำนึงขององค์กรเข้ามาเพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ช่วยเสริมสร้างให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (TLS 8001) ตั้งแต่วันที่ 2563 โดยมีดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชนตามนโยบายการพัฒนาความยั่งยืน และนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและแรงงานอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน



เป้าหมายของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ตัวชี้วัด	เป้าหมายด้านความยั่งยืน	ผลการดำเนินงาน 2567
จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงาน	เหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงานอย่างมีนัยยะสำคัญ = 0	ไม่มีเหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงาน
ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (%)	คะแนนไม่ต่ำกว่า 75% ในปี 2567 และไม่ต่ำกว่า 80% ในปี 2570	78.4%
จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อคนต่อปี	จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อพนักงานต่อคนต่อปี ไม่น้อยกว่า 12 ชั่วโมงต่อคนต่อปี	16 ชั่วโมงต่อคนต่อปี
การรับรู้เรื่อง Digital Transformation ของพนักงานในองค์กร	จำนวนพนักงานที่รับรู้เรื่อง Digital Transformation 100%	100 %

สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ สนับสนุนและเคารพสิทธิมนุษยชนตามที่ระบุไว้ในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights หรือ UDHR) หลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGP) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (The International Labour Organization Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) โดยบริษัทฯ ได้ประยุกต์เนื้อหาดังกล่าวทั้งความรับผิดชอบต่อสังคม การเคารพสิทธิ และการเยียวยา ความผูกพันเชิงนโยบาย ความเสี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่อยู่ภายใต้การดำเนินธุรกิจมาวางเป็นกรอบนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ

ข้อมูลเพิ่มเติมดูรายละเอียดได้ที่
นโยบายสิทธิมนุษยชน



บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม เคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชน โดยปฏิบัติต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ชุมชน และสังคมรอบข้าง ด้วยความเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ คำนึงถึงความเสมอภาคและเสรีภาพที่เท่าเทียมกัน ไม่ละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐาน และไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา ภาษา สีผิว เพศ อายุ การศึกษา สภาวะทางร่างกาย หรือสถานะทางสังคม รวมถึงจัดให้มีการดูแล ไม่ให้ธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน การใช้แรงงานบังคับและแรงงานเด็ก ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อพนักงานและผู้เข้ามาปฏิบัติงานในด้านของความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนใกล้เคียงพื้นที่ของบริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงานอย่างเป็นธรรมของคู่ค้ารายสำคัญและคู่ค้าใหม่ตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ จัดให้มีช่องทางการร้องเรียนที่เข้าถึงง่าย พร้อมเตรียมแนวทางการแก้ไขปัญหากลไกการเยียวยาความเสียหายให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบหากเกิดกรณีละเมิดสิทธิมนุษยชน โดยพิจารณาการชดเชยตามความเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ แพนในการดำเนินการกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) เพื่อให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ

ในปี 2567 ยังไม่พบเหตุการณ์ละเมิดหรือร้องเรียนด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชนและแรงงาน จากทั้งภายในและภายนอกองค์กร



จำนวนเหตุการณ์ และข้อร้องเรียนด้าน การละเมิดสิทธิมนุษยชน และแรงงาน

2565 - 2567 **0** กรณี

การบริหารทรัพยากรมนุษย์

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ในการผลักดันให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมาย และสร้างความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตที่ยั่งยืน ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งพัฒนาทรัพยากรบุคคลและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม บริษัทฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการทรัพยากรบุคคลที่มีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธานคณะกรรมการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคลเป็นไปอย่างราบรื่นและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะกลาง พิจารณากลับกรองนโยบายด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการกลยุทธ์และแผนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ก่อนนำเสนอคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน เพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งมีการบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและพนักงานการบริหารความก้าวหน้าในอาชีพ ให้เติบโตไปกับบริษัท เปิดโอกาสในการมีส่วนร่วม รวมถึงการจัดการความเป็นอยู่ที่ดีในองค์กร ให้กับพนักงานอย่างเท่าเทียม

การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิของพนักงานตามหลักสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน โดยจัดให้มีกระบวนการจ้างงาน และเงื่อนไขการจ้างงานเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่จำกัดหรือกีดกันในเรื่องของเพศ เชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม ตั้งแต่การสรรหาจ้างงาน รวมถึงการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมเหมาะสมตามศักยภาพ ตำแหน่งหน้าที่ และความสามารถของพนักงาน และการพิจารณาผลงานภายใต้กระบวนการประเมินผลการทำงานที่เป็นธรรมเพื่อสร้างความมั่นคงในสายอาชีพและส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ

การบริหารค่าตอบแทน และผลประโยชน์พนักงาน

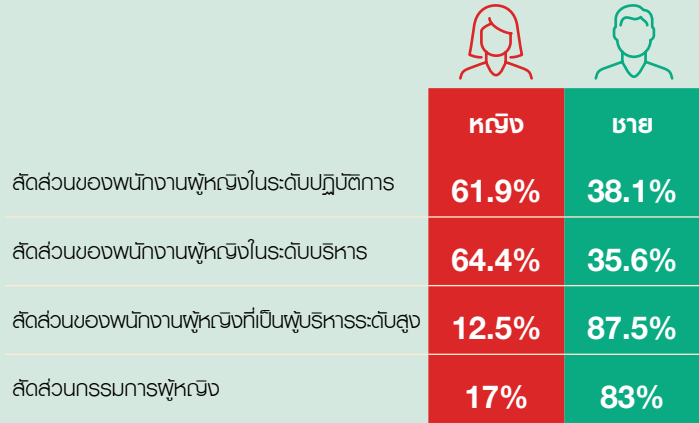
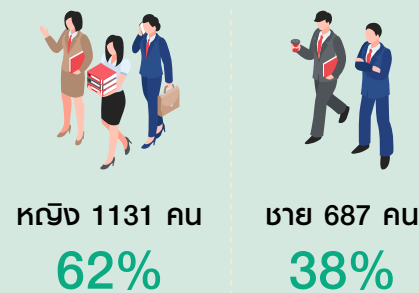
บริษัทฯ มีการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีในการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ไว้อย่างชัดเจน และโปร่งใส อยู่ในหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม สามารถเทียบเคียงได้กับอุตสาหกรรมในลักษณะเดียวกัน โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน จะเป็นผู้พิจารณาค่าตอบแทนในเบื้องต้น และนำข้อมูลที่ได้ เสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อพิจารณา อีกทั้ง บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการ ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนพนักงานจำนวนทั้งสิ้น 5 คน โดยมีอำนาจหน้าที่ในการร่วมหารือกับนายจ้างเพื่อจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง ให้คำปรึกษา และ/หรือ เสนอแนะความเห็นแก่นายจ้าง ในการจัดสวัสดิการสำหรับลูกจ้าง อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการตรวจสอบ ควบคุม ดูแล การจัดสวัสดิการที่นายจ้างจัดให้แก่ลูกจ้าง ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายการจ้างค่าตอบแทน ตามหน้าที่ความรับผิดชอบ ประสบการณ์ และวุฒิการศึกษา ซึ่งไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศมาเป็นเกณฑ์พิจารณาในปี 2567 การบริหารค่าตอบแทนมีการทำกระบอกเงินเดือนใหม่เพื่อปรับฐานเงินเดือนให้เหมาะสม และแข่งขันได้กับอุตสาหกรรม ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการให้ค่าแรงขั้นต่ำ โดยใช้อัตราค่าแรงขั้นต่ำ ของกรุงเทพมหานคร และปริมาณผลเป็นเกณฑ์ และสำหรับจังหวัดที่มีอัตราค่าแรงสูงกว่าเกณฑ์ของบริษัทฯ บริษัทฯ จะจ่ายค่าแรงให้เท่ากับอัตราค่าแรงสำหรับจังหวัดนั้น และมีการจัดให้มีประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีอย่างทั่วถึงและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการขึ้นเงินเดือนและค่าตอบแทน ซึ่งมีพนักงานได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี คิดเป็น 100%



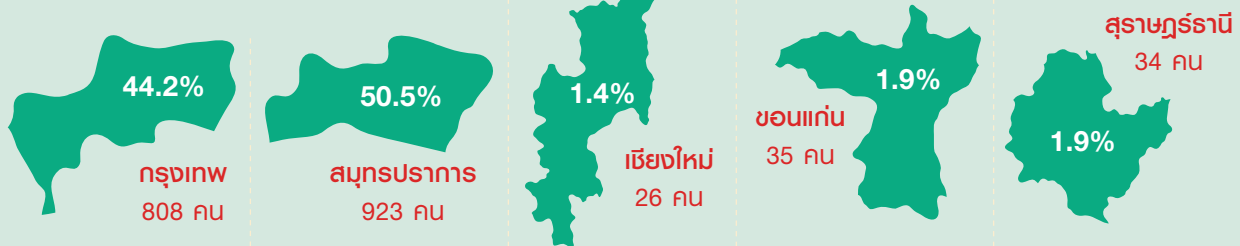
นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการให้พนักงานมีการจัดการด้านการเงินส่วนตัว เพื่อความมั่นคงและคุณภาพชีวิตที่ดี ให้ความรู้ด้านการเงิน โดยจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดสรรเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับผู้บริหารและพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีเงินออมไว้ใช้จ่าย ยามเกษียณอายุ ออกจากงาน ทุพพลภาพ หรือเป็นหลักประกันให้แก่ครอบครัว มีการจัดให้ความรู้สำหรับพนักงานใกล้เกษียณอายุ นอกจากนี้ จัดให้มีโครงการช่วยเหลือปรับโครงสร้างหนี้ให้พนักงานที่มีปัญหาทางการเงิน โดยประสานกับธนาคารเพื่อช่วยพนักงานในการจัดการหนี้สินของพนักงาน ซึ่งทำให้พนักงานสามารถบริหารจัดการด้านการเงินได้ดีขึ้น ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพจิตและกำลังใจในการทำงาน

ภาพรวมด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

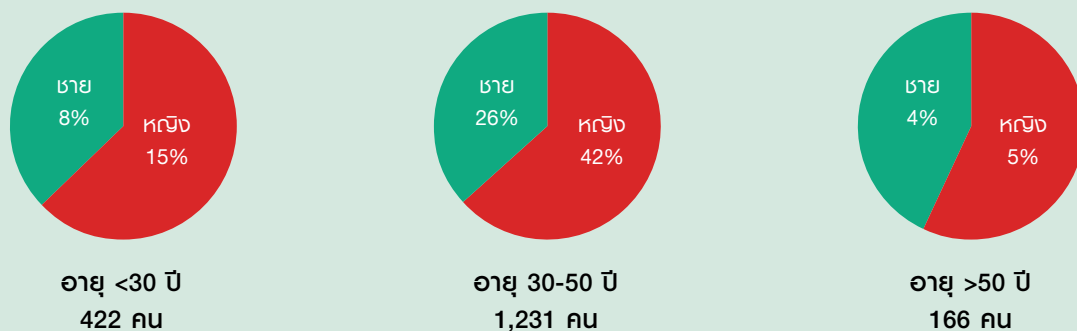
จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เท่ากับ 1,818 คน



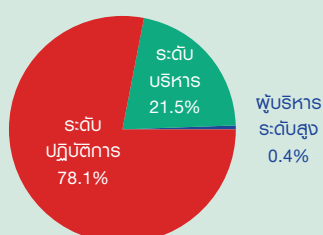
จำนวนพนักงาน แยกตามพื้นที่



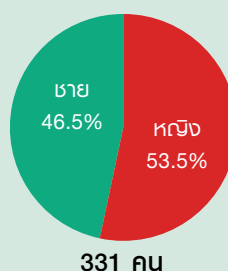
จำนวนพนักงาน แยกตามอายุ



จำนวนพนักงานแยกตามระดับ



พนักงานใหม่



การจ้างงานคนพิการ





การบริหารความสัมพันธ์พนักงาน

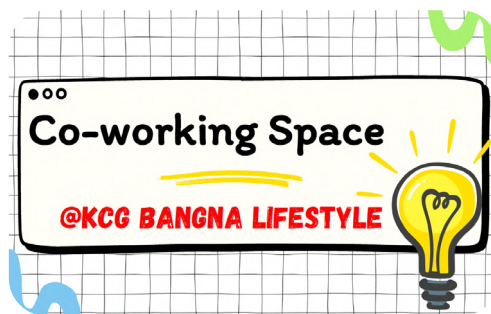
• การประเมินความผูกพันขององค์กร

บริษัทจัดให้มีการประเมินความผูกพันขององค์กร (Engagement Survey) เพื่อวัดระดับความพอใจและความผูกพันของพนักงานกับองค์กร เพื่อให้สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ มีการปรับเกณฑ์ในการประเมินความผูกพันขององค์กรและกระบวนการจัดทำ Engagement Survey เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร โดยใช้การสำรวจทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อที่จะทราบถึงความผูกพันและการสำรวจเชิงปริมาณโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามมาผนวกรวมเพื่อที่จะทราบคะแนนความผูกพันขององค์กรว่าอยู่ในระดับใด เพื่อสามารถกำหนดแผนพัฒนาในปีต่อมา ซึ่งมีการรับเป้าหมายคะแนนการประเมินความผูกพันขององค์กรเป็น 75% เนื่องจากเป็นครั้งแรกที่ทำการประเมินตามเกณฑ์และกระบวนการใหม่ โดยในปี 2567 คะแนนการประเมินความผูกพันขององค์กรเท่ากับ 78.4% สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

การประเมินความผูกพัน	2566	2567
เป้าหมาย*	80%	75%
คะแนน	75.31%	78.40%

หมายเหตุ มีการปรับเป้าหมายในปี 2567 เนื่องจากมีการปรับเกณฑ์และกระบวนการในการประเมินความผูกพันขององค์กร

ทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีโครงการเพื่อพัฒนาและปรับปรุงสภาพการทำงาน สวัสดิการและอื่นๆ ตามข้อเสนอแนะจากพนักงานจากผลการประเมินความผูกพันประจำปี 2566 อาทิเช่น การปรับพื้นที่การทำงานเป็น Co-Working Space ที่สาขาบางนา การเพิ่มลานจอดรถสำหรับพนักงานที่โรงงานบางพลี และการรีโนเวตสำนักงานใหญ่เพื่อให้มีความทันสมัย รองรับไลฟ์สไตล์การทำงานของพนักงาน และมีพื้นที่เพื่อทำสันทนาการ และกิจกรรมของพนักงานเพิ่มมากขึ้นซึ่งทยอยดำเนินการคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2568



• การสื่อสารภายในองค์กร



บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานทุกระดับได้รับทราบวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ทางธุรกิจ นโยบาย กลยุทธ์ และกิจกรรมหรือข่าวสารของบริษัทฯ อย่างทั่วถึง เพื่อเกิดความเข้าใจและสามารถดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีหน่วยงาน Internal Communications รับผิดชอบในการเป็นศูนย์กลางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ตรงสู่พนักงาน ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีกิจกรรม KCG Townhall ปีละ 2 ครั้ง

Townhall ครั้งที่ 1

เป็น Townhall and Staff Party 2024 โดยรวม การจัด Townhall กับงานเลี้ยงประจำปีเพื่อสื่อสารผลการดำเนินงานทั้งปี และเป็นการขอบคุณพนักงานที่ร่วมใจในการขับเคลื่อนธุรกิจได้ตามเป้าหมาย (ในวันที่ 8 มีนาคม 2567 ณ โรงแรมฮิลตันฮอโนลูลูฮอนολουอาฮากาฮากา)



Townhall ครั้งที่ 2

โดยมีหัวข้อหลักในการสื่อสารกับพนักงานถึงแผนกลยุทธ์บริษัท ผลประกอบการครึ่งปี 2567 ศูนย์กระจายสินค้าและคลังสินค้า KCG Logistics Park และ Digital Transformation (วันที่ 15 สิงหาคม 2567 ณ โรงงานเทพารักษ์และถ่ายทอดออนไลน์)



กิจกรรมสัมพันธ์อื่นๆ

กิจกรรม Staff Party

“Heart Working Day วนรวมใจ KCG”

วันที่ 8 มีนาคม 2567



Digital Heart Driven

ขับเคลื่อนด้วยใจ ก้าวไปด้วยนวัตกรรม

วันที่ 17 มกราคม 2568



การมอบทุนการศึกษาบุตร-ธิดาพนักงาน ประจำปี 2567

เพื่อเป็นการสนับสนุนให้บุตร - ธิดาของพนักงานได้มีโอกาสก้าวหน้าทางการศึกษา บริษัทฯ จึงได้จัดให้มีการมอบทุนการศึกษาสำหรับบุตร - ธิดาของพนักงานที่มีผลการเรียน และมีความสามารถพิเศษที่โดดเด่น เป็นประจำทุกปี





กิจกรรมต่างๆ

เช่น KCG Market พนักงาน
นำสินค้ามาขาย และจัดขายสินค้าของ
บริษัทในราคาพิเศษสำหรับพนักงาน



โครงการจัดตั้งชมรมในสถานประกอบการ

ให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อพนักงาน
รวมถึงโครงการที่มีประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ชมรม บันน้ำใจให้โรงพยาบาล

พนักงานบริจาคจากซองกระดาษ A4
เพื่อส่งต่อให้โรงพยาบาลสมุทรปราการ



ชมรมแบดมินตัน



ชมรม KCG FOOTBALL CLUB



จัดแข่งขันระหว่าง
สาขาบางพลี - เทพารักษ์



จัดแข่งขันภายนอก
เทพารักษ์ - พุริสธมา

การพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการดูแลพนักงานที่ถือเป็นปัจจัยส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร และกำหนดเป้าหมายในด้านการพัฒนาพนักงาน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทใน 4 ด้านหลัก ดังนี้



1) ทักษะด้านดิจิทัล (Digital Skill) เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล (Digital Transformation)



2) ทักษะการบริหารและความเป็นผู้นำ (Leadership and Management skill) สำหรับกลุ่มผู้บริหารระดับกลาง



3) เสริมสมรรถนะตามตำแหน่งงาน (Competency base) เพื่อเสริมสร้างทักษะและสมรรถนะของพนักงานให้สอดคล้องกับบทบาทความรับผิดชอบ



4) การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมขององค์กร (Cultural & Core Value) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและปลูกฝังให้พนักงานเกิดพฤติกรรมที่เชื่อมโยงสนับสนุนสู่การเติบโตที่ยั่งยืนขององค์กร



ในปี 2567 ภาพรวมการดำเนินการด้านการพัฒนาพนักงาน
ของบริษัทฯ มีดังนี้



• แผนการฝึกอบรมประจำปี

โดยเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กร และผลการสำรวจ
ความต้องการฝึกอบรม (Training Need Survey) จากแต่ละ
หน่วยงาน เพื่อให้แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของพนักงาน
ให้สอดคล้องควบคู่ไปกับเป้าหมายแต่ละหน่วยงาน



• แผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan)

ได้กำหนดกรอบรูปแบบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการระบ
การพัฒนาแต่ละบุคคล ตั้งแต่การประเมินสมรรถนะ วิธีการพัฒนา
รวมถึงการบริหารจัดการเส้นทางความก้าวหน้าให้กับพนักงาน



• การแบ่งกลุ่มพนักงาน

ได้มีการปรับการจำแนกกลุ่มพนักงานใหม่เพื่อให้สามารถ
บริหารจัดการ รวมไปถึงพัฒนาพนักงานในแต่ละกลุ่มได้อย่าง
เหมาะสมในแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มพนักงานที่มีศักยภาพสูง หรือ
กลุ่ม Talent ขององค์กร เพื่อเป็นอีกหนึ่งวิธีในการรักษากลุ่ม
พนักงานดังกล่าว เป็นต้น



• โปรแกรม Onboarding สำหรับผู้บริหารใหม่

เพื่อให้ผู้บริหารใหม่สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรม
การทำงานและทีมงานภายในบริษัทฯ ได้อย่างรวดเร็ว บริษัทฯ
ได้จัดให้มีเพื่อนพนักงานที่ช่วยดูแล ให้ข้อมูลและให้คำแนะนำ
เกี่ยวกับบริษัท และมีการติดตามผลว่าผู้บริหารใหม่จะสามารถปรับ
ตัวได้หรือมีสิ่งที่ต้องเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมี
ประสิทธิภาพและมีความสุขกับเพื่อนร่วมงานและสภาพแวดล้อมใหม่



• การสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงานทั้งองค์กร

ได้มีการวางแผนการให้พนักงานเข้าใจ และปรับตัวในเรื่อง
สำคัญกับองค์กรเพื่อเป็นรากฐานให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน
เช่น Digital transformation awareness, การบริหารความเสี่ยง
Risk management, การพัฒนาอย่างยั่งยืน (ESG Reporting),
Corporate governance: Code of conduct, Anti-corruption
และ PDPA เป็นต้น



• การพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งงาน

บริษัทฯ มีกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาการสรรหา
ผู้สืบทอดตำแหน่งงานที่สำคัญ (Succession Plan) โดยมีการวาง
กรอบการพิจารณาและดำเนินการตั้งแต่แผนสืบทอดตำแหน่งงาน
ของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง
รวมถึงตำแหน่งสำคัญในองค์กร ซึ่งครอบคลุมถึงแผนการ
พัฒนาบุคลากรให้มีจำนวน ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์
และคุณลักษณะที่เหมาะสม โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการ
ผู้อำนวยการ และผู้บริหารระดับสูงจะต้องเตรียมความพร้อม
เป็นแผนที่ต่อเนื่องสำหรับบุคคลที่เป็นผู้สืบทอดตำแหน่งเพื่อ
ให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว
โดยให้กรรมการผู้อำนวยการรายงานผลการดำเนินงานตาม
แผนพัฒนา และสืบทอดตำแหน่งงานต่อคณะกรรมการเพื่อทราบ
เป็นระยะอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยในปี 2567 ที่ผ่านมามี
การทบทวนหลักเกณฑ์การจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งประธาน
เจ้าหน้าที่บริหาร และมีการระบุรายชื่อพนักงานที่เข้าสู่กระบวนการ
สืบทอดตำแหน่งงานที่สำคัญ ตั้งแต่ระดับผู้อำนวยการขึ้นไป



ประโยชน์จากการดำเนินการพัฒนา พนักงาน ส่งผลต่อทั้งพนักงาน และบริษัทฯ

• สิ่งที่พนักงานได้รับ

คือ การได้รับการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและทักษะของ
ตนเองเพื่อใช้ในงาน (Up-Skill) และได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้
ทักษะใหม่ที่จำเป็น (Re-Skill) ในการทำงาน ที่ช่วยให้พนักงาน
สามารถนำไปปรับใช้ในการทำงาน และปรับตัวในการรับมือ
กับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง
เสริมสร้างโอกาสทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path)
ให้กับพนักงาน และการประยุกต์ใช้ทักษะในบทบาทหน้าที่ความรับ
ผิดชอบที่สูงขึ้น หรือสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
ในยุคปัจจุบัน

• สิ่งที่องค์กรได้รับ

คือ การช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้
และสนับสนุนให้พนักงานสามารถนำความรู้ หรือทักษะใหม่ไป
ปรับใช้ในการทำงานของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง
องค์กรมีพนักงานที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จ
เชิงกลยุทธ์ขององค์กร ทั้งในด้านของการขยายฐานลูกค้า
การเพิ่มยอดขาย และการนำ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยีมาปรับ
ใช้ในกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และ
สร้างผลกำไรเพื่อความสำเร็จเชิงธุรกิจ



ผลการดำเนินการด้านการพัฒนาพนักงาน

การพัฒนาพนักงาน	หน่วย	2565	2566	2567
จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	1,928	1,966	1,818
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมรวม	ชั่วโมง	16,176	19,416	29,229
จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย	ชั่วโมง/คน/ปี	8.4	9.9	16
แยกตามเพศ				
จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย - ชาย	ชั่วโมง/คน/ปี	23.0	29.2	42.5
จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย - หญิง	ชั่วโมง/คน/ปี	13.2	14.9	25.8
แยกตามตำแหน่ง				
จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย - ระดับปฏิบัติการ	ชั่วโมง/คน/ปี	10.6	12.2	20.6
จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย - ระดับบริหาร ขึ้นไป	ชั่วโมง/คน/ปี	41.0	52.1	73.4
จำนวนเงินที่ใช้สำหรับการฝึกอบรม	บาท	1,923,634.85	4,070,928.20	3,249,976.74

ในปี 2567 บริษัทฯ มีการกำหนดเป้าหมายการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน 8 ชั่วโมงต่อคนต่อปี ซึ่งผลบริษัทฯ มีการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน คิดเป็น 16 ชั่วโมงต่อคนต่อปี และสร้างการรับรู้เรื่อง Digital Transformation ของพนักงานในองค์กรครบ 100% ทั้งนี้ จากแนวโน้มการอบรมที่ผ่านมาจะเห็นว่าบริษัทฯ มีการเน้นการเพิ่มการอบรมให้แกพนักงานอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี นอกจากนี้ มีการพัฒนากลุ่ม Talent ขององค์กรโดยการจัดส่งอบรมหลักสูตร Mini MBA ตั้งแต่ปี 2566 และได้มีการต่อยอดการพัฒนาพนักงานกลุ่มนี้ในปี 2567 โดยจัดเป็น Boost camp ที่มีการโฟกัสหลักสูตรตามสมรรถนะที่จำเป็นต่อการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น





ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงมาตรฐานการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กร ภายใต้นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการดูแลพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ปฏิบัติงานให้กับบริษัทฯ มีสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเหมาะสมและมีความปลอดภัย เนื่องจากทุกกิจกรรมล้วนแล้วแต่มีความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้จากการกระทำที่ไม่ปลอดภัย (Unsafe Action) และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ไม่ปลอดภัย (Unsafe Condition) อาจส่งผลให้เกิดการเสียชีวิต การบาดเจ็บ การเจ็บป่วย ความเสียหายต่อทรัพย์สิน หรือการหยุดชะงักของกระบวนการผลิตที่สำคัญ จนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันทางการค้าของบริษัทฯ

แนวทางการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ได้กำหนด นโยบายความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และสิ่งแวดล้อม และแนวทางการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย ที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและความตระหนักของพนักงาน ผู้บริหาร รวมถึงบุคคลภายนอก หรือบุคคลภายนอกที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมภายในพื้นที่บริษัทฯ ในปี 2567 บริษัทฯ ยกระดับการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย โดยได้รับการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ตามมาตรฐาน ISO45001:2018

บริษัทฯ ดำเนินการผลิตอาหาร บริการ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทฯ ถือว่าความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน เป็นองค์ประกอบสำคัญสูงสุดต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการ ดังนี้

1. ปฏิบัติตามกฎหมายด้านความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน และสิ่งแวดล้อม ข้อกำหนดขององค์กร มาตรฐานสากลและพันธสัญญาที่เกี่ยวข้อง ที่องค์กรได้ทำข้อตกลง
2. ลดความเสี่ยง ปรับปรุงและป้องกันอันตรายจากการเจ็บป่วย โรคที่เกิดจากการทำงาน อัคคีภัย สารเคมี ไฟฟ้า การเกิดความเสี่ยงเสียจากอุบัติเหตุต่อชีวิต ชุมชน ทรัพย์สิน กระบวนการผลิต และการขนส่ง โดยเป็นไปตามวัตถุประสงค์และกรอบเวลา พร้อมกำหนดแนวทางเพื่อให้ธุรกิจมีความต่อเนื่อง ปกป้ององค์กรจากภัยคุกคามด้านความมั่นคง ด้วยมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด
3. บริษัทฯ จะสื่อสารการดำเนินงานและประสิทธิภาพด้าน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างโปร่งใส
4. ผู้บริหารทุกระดับต้องเป็นแบบอย่างที่ดีและให้การสนับสนุน บุคลากร เวลา งบประมาณและการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง หัวหน้างานทุกระดับจะต้องกระทำตนให้เป็นแบบอย่างที่ดี ผู้ปฏิบัติงานทุกคนต้องรับทราบ เข้าใจและปฏิบัติงานตามขั้นตอนอย่างเคร่งครัด



เป้าหมายของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ตัวชี้วัด	เป้าหมายด้านความยั่งยืน
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานของพนักงานสาขาเทฟารักษ์ และบางพลี (LTIFR) ต่อหนึ่งล้านชั่วโมงการทำงานของพนักงาน	LTIFR $\leq$ 3

การดำเนินการ

1. การประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และจัดทำแผนการควบคุมและลดความเสี่ยงจากผลการประเมิน

เพื่อให้มีการดำเนินการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยอย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ มีการนำหลักการป้องกันอันตราย และการประเมินความเสี่ยง มาใช้หาความเสี่ยง (Risk) และโอกาส (Opportunity) ให้ครอบคลุมทุกกิจกรรมการทำงานของทั้งพนักงานภายในบริษัทฯ และผู้รับเหมา รวมถึงบุคคลภายนอก โดยพิจารณาถึงเหตุการณ์ปกติ และเหตุการณ์ฉุกเฉิน นำมาซึ่งการวางแผนลดระดับความเสี่ยง แผนควบคุมความเสี่ยง และแผนในการปรับปรุงเพิ่มเติมต่อไป



2. การบริหารจัดการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

บริษัทฯ มีความมั่นใจในการเตรียมความพร้อมต่อสถานการณ์ฉุกเฉินต่างๆ และอุปกรณ์ความปลอดภัยที่มีอยู่ภายในบริษัทฯ ในกรณีเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินขึ้น อาทิ มีการซ่อมแซมอพยพหนีไฟประจำปี การอบรมดับเพลิงขั้นต้น กรณีเกิดเหตุเพลิงไหม้ภายใน บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับทุกคน การสื่อสารเคมีหรือก่อส่งก๊าซรั่วไหล กรณีเกิดการหกรั่วไหล ในพื้นที่ที่มีการใช้งานสารเคมีและก๊าซ การซ่อมแซมอพยพกรณีแอมโมเนียรั่วไหลในกระบวนการผลิต หรือกระบวนการทำความเย็น ให้ความสำคัญกับพนักงานที่ทำงานในพื้นที่นั้นๆ และเรามีการสื่อสารขั้นตอนการอพยพกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆ การเดินสัญจรในพื้นที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับบุคลากรภายนอกที่เข้ามาดำเนินกิจกรรม หรือเยี่ยมชมบริษัทฯ ให้รับทราบทุกครั้ง เพื่อความปลอดภัย เป็นต้น

3. การตรวจวัดสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน

ดำเนินการตรวจสภาพแวดล้อม ความปลอดภัยในการทำงานตามแผน หากไม่ได้ตามมาตรฐาน จะทำการปรับปรุงและติดตามอย่างเป็นระบบ โดยดำเนินการดังนี้

1) สำรวจสภาพแวดล้อมในการทำงานแต่ละพื้นที่ที่มีกิจกรรมการทำงานและปัจจัยเสี่ยงในด้านต่างๆ ดังนี้

- สภาพแวดล้อมทางเคมี
- สภาพแวดล้อมทางกายภาพ
- สภาพแวดล้อมทางชีวภาพ

ซึ่งจะได้ปัจจัยเสี่ยงที่จะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น ความร้อน (Heat Stress) ระดับความร้อน WBGT แสงสว่าง (Light) เสียง (Noise) สารเคมี (Chemical Agents) การตรวจวัดและประเมินคุณภาพอากาศภายในอาคาร (Indoor Air Quality)

2) กำหนดให้มีการตรวจวัด,วิเคราะห์และประเมินผลเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานตามกฎหมายหรือมาตรฐานตามข้อแนะนำของสถาบันหรือองค์กรที่เป็นที่ยอมรับจัดทำรายงานให้ข้อคิดเห็นและเสนอแนะเพื่อการควบคุมป้องกันต่อไป

4. การส่งเสริมและการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย

บริษัทฯ มีการดำเนินงานส่งเสริมความปลอดภัยมาโดยตลอด เพื่อมุ่งเน้นให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย โดยมีกิจกรรมการค้นหาอันตราย ดำเนินการผ่านตัวแกนคณะกรรมการความปลอดภัยฯ ของแต่ละพื้นที่การทำงาน ร่วมกันค้นหาความเป็นอันตรายแบบเชิงรุก ของทุกๆ สิบดาห์ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัยในพื้นที่การทำงาน และยังมีกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยอื่นๆ เช่น การอบรมความปลอดภัยให้กับพนักงาน กิจกรรม Morning Talk และกิจกรรมวันความปลอดภัยฯ และสิ่งแวดล้อม (Safety & Envi Day) ให้พนักงานได้มีส่วนร่วม เข้าถึงสื่อความรู้ทางด้านความปลอดภัยในรูปแบบต่างๆ เป็นการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยที่ดีในองค์กร





ผลการดำเนินการ

ผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปี 2567 มีดังนี้

สถิติอุบัติเหตุ อาชีวอนามัย และ ความปลอดภัยของพนักงาน

ผลการดำเนินงาน (ตัวชี้วัด)	2566	2567
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้น หยุดงานของพนักงาน (LTIFR) ต่อหนึ่งล้านชั่วโมง การทำงานของพนักงาน	5.9	6.2
จำนวนครั้งการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (1 วัน) - พนักงาน	13	12
จำนวนครั้งการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (1 วัน) - ผู้รับเหมา	1	0
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการทำงาน (คน)	0	0
จำนวนผู้รับเหมาที่เสียชีวิตจากการทำงาน (คน)	0	0
จำนวนพนักงานที่เจ็บป่วยจากการทำงาน (คน)	0	0
จำนวนผู้รับเหมาที่เจ็บป่วยจากการทำงาน (คน)	0	0

สำหรับอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานของพนักงาน (LTIFR) ต่อหนึ่งล้านชั่วโมงการทำงานของพนักงานไม่ได้ตามเป้าหมาย ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ได้มีการตรวจสอบถึงสาเหตุที่แท้จริงเพื่อแก้ไขกระบวนการทำงานให้เกิดความปลอดภัยยิ่งขึ้น รวมทั้งจะดำเนินการจัดทำมาตรการเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยและมาตรการควบคุมและลดความเสี่ยงจากการทำงานที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น





การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และยึดมั่นการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน โดยมีนโยบายส่งเสริมการสร้างความรู้และเพิ่มโอกาสในการสร้างงานสู่ชุมชนเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนเพื่อการพัฒนาสังคมและประเทศอย่างยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมขับเคลื่อนสังคมไทยให้มีการพัฒนาในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดโอกาสให้ชุมชน สังคม หรือผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ตามความเป็นจริงสามารถสื่อสาร เสนอแนะ หรือร้องทุกข์ ผ่านช่องทางที่บริษัทฯ ได้จัดเตรียมไว้

แนวทางการบริหารจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการสร้างความเชื่อมั่นและสร้างสรรค์ความสัมพันธ์กับชุมชน ผ่านกิจกรรมที่มีส่วนร่วมจากชุมชนโดยตรง ซึ่งการพัฒนาสังคมไปพร้อมๆ กับการเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ เป็นหนึ่ง

ในความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการพัฒนาทั้งองค์กรและชุมชนที่บริษัทฯ ตั้งอยู่อย่างยั่งยืน โดยกิจกรรมการสนับสนุนของบริษัทฯ จะเน้นที่การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้ชุมชน และสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ กับหน่วยงานที่ดูแลและพัฒนาชุมชน โดยสามารถนำองค์ความรู้ด้านอาหาร เข้าไปช่วยเหลือและยกระดับชุมชนสู่การสร้างคุณค่าร่วมได้ทั้งสองฝ่าย



เป้าหมายของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ตัวชี้วัด	เป้าหมายด้านความยั่งยืน	ผลการดำเนินงาน 2567
 จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคม พร้อมมาตรการแก้ไข	ข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทจากชุมชน หรือสังคม ที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจเป็น 0	ข้อร้องเรียนจากชุมชนเป็น 0
 โครงการ/กิจกรรม ในการพัฒนา และมีส่วนร่วมกับชุมชน/สังคม ที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ	โครงการหรือกิจกรรมเพื่อสังคม ในการพัฒนา และมีส่วนร่วมกับชุมชน อย่างน้อย 1 โครงการ/กิจกรรม ในปี 2567	- โครงการ KCG จุดไฟปลูกฟัน ครั้งที่ 2 - กิจกรรมให้ความรู้ - การสร้างความร่วมมือ และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในเครือให้แก่นักเรียนที่ดูแลสังคมและพัฒนาชุมชน

แผนงานของประเด็นด้านความยั่งยืน

• กระบวนการดูแลและตอบสนองต่อชุมชนและสังคม

ด้วยความตระหนักถึงการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและชุมชน บริษัทฯ คำนึงถึงการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจใด ก็ตาม ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ มุ่งดำเนินการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี และสร้างคุณค่าร่วมระหว่างบริษัทกับชุมชน พร้อมทั้งหาแนวทางในการตอบสนองความต้องการในทุกกิจกรรมทางธุรกิจ ทั้งในการจัดซื้อ จัดจ้าง สร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยรอบที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ มีช่องทางการสื่อสารเพื่อรับฟังข้อคิดเห็น ทักทาย ความคาดหวัง และข้อห่วงกังวลของชุมชน ผ่านช่องทางต่างๆ ที่เข้าถึงได้ง่าย บริษัทฯ ยังมีการติดตามเสียงจากพหุริภาค ชุมชนและหน่วยงานกำกับดูแลต่อบริษัทฯ จากสื่อออนไลน์ และออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินกิจการของบริษัทฯ ไม่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบ และสามารถบริหารจัดการให้บรรลุความคาดหวังลดข้อห่วงกังวลของชุมชน และการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

บริษัทมีกระบวนการตอบสนองความต้องการและลดข้อร้องเรียนจากชุมชน เพื่อจัดการข้อห่วงกังวลกับชุมชน/สังคม โดยมีมาตรการจัดการกับสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างทันก่วงที่ ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษา ตรวจสอบข้อมูลเรื่องข้อกังวลและข้อร้องเรียน
2. ประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นและประสานงานเพื่อติดต่อผู้นำชุมชน/ผู้ร้องเรียน
3. เข้าพบ และเจรจาเพื่อหาทางออกร่วมกัน
4. กำหนดแผนมาตรการป้องกันการและลดผลกระทบ พร้อมแนวทางการเยียวยาและชดเชยอย่างเหมาะสมตามมูลค่าความเสียหาย

ที่ประเมินมูลค่าได้

ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทจากชุมชน หรือสังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ



• โครงการหรือกิจกรรมในการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน

บริษัทฯ ตอบแทนชุมชนผ่านโครงการและกิจกรรมต่างๆ โดยมีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาสังคมให้เติบโตอย่างยั่งยืน รวมทั้งดำเนินกิจการโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง รับฟังข้อเสนอแนะ ลดข้อกังวล เพื่อนำมาปรับปรุงให้เกิดคุณค่าร่วมกันทุกฝ่าย นอกจากนี้ในทุกกิจกรรมของบริษัทฯ จะดำเนินไปด้วยความเป็นกลางทางการเมือง ตามครรลองของกฎหมาย สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการทำนุบำรุงในทุกศาสนา พร้อมทั้งสนับสนุนกิจกรรมสาธารณกุศลกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง อาทิ สถานศึกษา โรงพยาบาล สภาเกษตรกรไทย ศาสนสถาน มูลนิธิและองค์กรอย่างหลากหลาย ทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและสนับสนุนการมีส่วนร่วมกับชุมชน 2,549,920.41 บาท และได้สนับสนุนองค์กรกว่า 60 หน่วยงานตลอดปี โครงการและกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้

• โครงการ KCG จุดไฟปฐมนิเทศ ครั้งที่ 2

โครงการ KCG จุดไฟปฐมนิเทศ เป็นโครงการเพื่อสังคม มีวัตถุประสงค์ในการนำความเชี่ยวชาญและองค์ความรู้ด้านวัตถุดิบและการทำเบเกอรี่ของบริษัทฯ มาพัฒนาและช่วยเหลือสังคมและชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อยกระดับความรู้ พัฒนากิจการและความชำนาญในการทำอาหาร เบเกอรี่ ด้านการตลาด และดิจิทัล และด้านบัญชีและการเงิน ให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก สามารถต่อยอดสร้างเป็นอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ตนเองได้ โดยบริษัทฯ ได้ร่วมกับ กรุงเทพมหานคร ธนาคารไทยพาณิชย์, บริษัท บีที พาร์ท จำกัด และบริษัท พา-ดี ดีทอลล์ จำกัด จัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการโครงการ ซึ่งได้รับการคัดเลือกโรงเรียนฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร โดยผู้ประกอบการจะได้รับความรู้ทั้งทักษะการสร้างสรรค์เมนูระดับมืออาชีพจากเชฟผู้เชี่ยวชาญของ KCG การสร้างแบรนด์และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงความรู้พื้นฐานการเงินสำหรับธุรกิจ กิจกรรมนี้จะจัดขึ้นระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ -เมษายน 2568



• กิจกรรมให้ความรู้

กิจกรรมปรุงอาหารรักษ์สมองครั้งที่ 1 ร่วมกับชมรมสมองใส ใจสบาย ภายใต้ศูนย์ดูแลภาวะสมองเสื่อม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย

บริษัทฯ สนับสนุนกิจกรรมการทำอาหารที่มีวัตถุประสงค์และส่วนผสมสำหรับบำรุงสมอง เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการดูแลสุขภาพสมอง และตระหนักในเรื่องภาวะสมองเสื่อม ให้แก่สมาชิกชมรมสมองใส ใจสบาย ในกลุ่มผู้สูงอายุ และผู้เกษียณอายุ 60 ปีขึ้นไป ภายใต้ศูนย์ดูแลภาวะสมองเสื่อม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โดยได้รับเกียรติจากคุณรัชชณา รักตะกนิษฐ (เชฟบีบี) ผู้อำนวยการ Creating Center และ KCG Ambassador chef เป็นวิทยากรบรรยายและร่วมทำกิจกรรมเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2567



สนับสนุนกิจกรรมเสวนา “Me-mory เพราะความจำฉันนั้นสำคัญร่วมป้องกันอัลไซเมอร์” ชมรมสมองใส ใจสบาย ศูนย์ดูแลภาวะสมองเสื่อม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่4

บริษัทฯ มุ่งมั่นตอบแทนสังคมผ่านการสนับสนุนกิจกรรมที่ช่วยพัฒนาสังคมให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยได้สนับสนุนกิจกรรมเสวนา “Me-mory เพราะความจำฉันนั้นสำคัญร่วมป้องกันอัลไซเมอร์” ของชมรมสมองใส ใจสบาย ศูนย์ดูแลภาวะสมองเสื่อม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ภายใต้การสนับสนุนจากสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เพื่อรณรงค์ ให้ตระหนักถึงความสำคัญและความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับภาวะสมองเสื่อม รวมถึงโรคอัลไซเมอร์ผ่านการเสวนาโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้รับเกียรติจาก ‘รศ.นพ.ฉันทนา สิริพิพันธุ์’ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย เป็นประธานพิธีเปิดงาน เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2567



• การสร้างความร่วมมือและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในเครือ ให้แก่หน่วยงานที่ดูแลสังคมและพัฒนาชุมชน

บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญกับการแบ่งปันและทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ผ่านการบริจาคผลิตภัณฑ์ในเครือ และการสนับสนุนกิจกรรมด้านสังคมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เด็ก เยาวชน ประชาชนทั่วไปและกลุ่มผู้เปราะบาง มีโอกาสเข้าถึงองค์ความรู้ ได้รับทักษะวิชาชีพในการประกอบอาหารเบเกอรี่ สามารถนำความรู้ไปส่งเสริมและพัฒนาอาชีพได้อย่างยั่งยืน

• การให้ความช่วยเหลือชุมชน

จากเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ในปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดโครงการ เฉพาะกิจ “ร่วมใจช่วยเหลือภัยน้ำท่วมปี 2567” ที่นอกจากจะ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น กับผู้ประสบภัยแล้ว บริษัทฯ ยังได้ประสานงานส่งทีมช่วยเหลือจาก สาขาในภูมิภาคนั้นเพื่อสนับสนุนลูกค้าในพื้นที่ที่ประสบภัย และเป็น ตัวแทนประสานงานการช่วยเหลือและบริจาคกับประชาชนผู้ประสบ ภัยน้ำท่วมในท้องถิ่น

นอกจากนี้ บริษัทฯ จึงได้มีการเปิดรับบริจาค และจัดกา ดุงยังชีพ เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยทุกภัยในพื้นที่ต่างๆ โดยจัดส่งถุงยังชีพผ่านทางศูนย์กระจายสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น และสุราษฎร์ธานี



โครงการปลูกป่าชายเลน ช่วยสู่โลกร้อน
เพิ่มออกซิเจนให้โลก ปี 2567

• กิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานมีความตระหนักถึง การเป็นพลเมืองที่ดี

บริษัทฯ ได้มีจัดกิจกรรมเพื่อให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วม และมีจิตสำนึกในการดูแลรักษาสังคม อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เช่น การบริจาคเลือดประจำปี กิจกรรมส่งมอบ กิจกรรมอาสาปลูกป่าชายเลน ให้กับพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงงานทั้งสองแห่ง ฯลฯ





Appendix

ภาคผนวก

- ข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- GRI Content Index



ข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

สรุปผลการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565	2566	2567
ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ					
201-1	รายได้				
	รายได้จากการขายและการให้บริการ	ล้านบาท	6,156.90	7,157.00	7,743.40
	รายได้รวม	ล้านบาท	6,232.70	7,204.70	7,790.30
	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	ล้านบาท	241.10	305.90	405.80
	EBITDA	ล้านบาท	551.90	647.40	777.00
201-1	ค่าใช้จ่ายเพื่อกระจายรายได้ไปยังผู้มีส่วนได้เสีย				
	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	ล้านบาท	5,865.50	6,738.50	7,205.00
	ค่าจ้างและตอบแทนพนักงาน	ล้านบาท	824.85	896.86	916.76
	จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	ล้านบาท	n/a	0.84	2.55
	ภาษีเงินได้	ล้านบาท	73.60	80.30	105.40
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน					
308-1, 414-1	สัดส่วนของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน (สังคม สิ่งแวดล้อม)	%	-	-	-
308-2, 414-2	สัดส่วนของคู่ค้ารายสำคัญของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน (สังคม สิ่งแวดล้อม)	%	-	-	100%
414-2	สัดส่วนของคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	%	-	-	100%
การปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎระเบียบ และกฎหมาย					
416-2, 416-3, 417-2, 417-3	จำนวนเหตุการณ์ของการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎระเบียบ และกฎหมาย เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อมูลบนฉลาก และการสื่อสารด้านการตลาด	กรณี	0	0	0
417-3	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ของการละเมิดกฎหมาย กฎระเบียบ - สิ่งแวดล้อม	กรณี	0	0	0
	จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ของการละเมิดกฎหมาย กฎระเบียบ - แรงงานและสิทธิมนุษยชน	กรณี	0	0	0
418-1	จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหล	กรณี	0	0	0
การพัฒนาวัฒนธรรม					
-	ค่าใช้จ่ายการทําวิจัยและพัฒนาวัฒนธรรม	ล้านบาท	37.92	39.56	47.74
ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการ					
	รายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของพูนริโกคกลุ่มเสี่ยง เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มโซเดียมต่ำ ไม่มีน้ำตาล ไม่มีไขมันทรานส์ เป็นต้น	ล้านบาท	33.51	44.31	41.72
	รายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและโภชนาการของพูนริโกคที่ต้องการเพิ่มสารอาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมวิตามิน โยเกิร์ต เกลลี่แอร์ เป็นต้น	ล้านบาท	58.80	158.29	157.71
	สัดส่วนรายได้สินค้าส่งเสริมสุขภาพต่อยอดขายรวม	% ยอดขายรวม	1.5%	2.8%	2.6%



สรุปผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565	2566	2567
การใช้วัตถุดิบ					
301-1	วัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมด	ตัน	n/a	54,171.90	55,841.90
	วัตถุดิบหมุนเวียน	ตัน	n/a	n/a	51,946.33
	วัตถุดิบไม่หมุนเวียน	ตัน	n/a	n/a	3,895.57
การใช้พลังงาน					
302-1	การใช้พลังงานภายในองค์กร				
	ปริมาณการใช้พลังงานรวม	กิโลวัตต์	46,766,397.49	48,605,338.38	50,222,848.90
		เมกะจูล	168,359,030.97	174,979,218.18	180,802,256.05
	การใช้พลังงานไม่หมุนเวียนทั้งหมด	กิโลวัตต์	45,195,783.49	47,028,789.10	48,325,755.07
		เมกะจูล	162,704,820.57	169,303,640.77	173,972,718.27
	ปริมาณการซื้อไฟฟ้ามาใช้	กิโลวัตต์	19,900,675.13	21,851,359.37	23,827,098.28
		เมกะจูล	71,642,430.46	78,664,893.73	85,777,553.81
	ปริมาณการใช้เชื้อเพลิง	เมกะจูล	91,062,390.10	90,638,747.04	88,195,164.46
	น้ำมันดีเซล	เมกะจูล	31,458,169.43	26,442,279.56	19,969,936.41
	น้ำมันเบนซิน	เมกะจูล	2,534,861.24	2,815,757.88	3,031,928.83
	ก๊าซหุงต้ม	เมกะจูล	57,068,814.50	61,379,502.87	65,192,914.24
	ก๊าซธรรมชาติ	เมกะจูล	544.93	1,206.73	384.98
	การใช้พลังงานหมุนเวียนทั้งหมด	กิโลวัตต์	1,570,614.00	1,576,549.28	1,897,093.83
	การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	เมกะจูล	5,654,210.40	5,675,577.41	6,829,537.79
	การจำหน่ายพลังงานที่ผลิตได้ (พลังงานไฟฟ้า ความร้อน ความเย็น)	เมกะจูล	-	-	-
302-2	การใช้พลังงานภายนอกองค์กร				
	การใช้พลังงานรวมต่อหน่วย				
	ปริมาณการใช้พลังงานรวมต่อหน่วย	กิโลวัตต์ / ตัน	1,332.50	1,360.74	1,275.22
		เมกะจูล / ตัน	4,797.00	4,898.65	4,590.78
	ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวมต่อหน่วย (กิโลวัตต์-ชั่วโมง / ตันผลิตภัณฑ์)	กิโลวัตต์ / ตัน	611.78	655.88	653.17
		เมกะจูล / ตัน	2,202.39	2,361.16	2,351.40
	ปริมาณการใช้เชื้อเพลิงรวมต่อหน่วย (เมกะจูล / ตันผลิตภัณฑ์)	กิโลวัตต์ / ตัน	720.73	704.86	622.05
		เมกะจูล / ตัน	2,594.61	2,537.49	2,239.38
	สัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน / พลังงานรวม	%	12.1%	11.7%	13.6%
-	ปริมาณการผลิตรวม	ตัน	35,096,708.32	35,719,902.01	39,383,812.87
	ค่าใช้จ่ายพลังงานรวม	บาท	141,259,599.70	158,444,151.88	154,057,564.77
	ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้ารวม	บาท	86,203,710.49	102,313,572.15	102,856,102.86
	ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงรวม	บาท	55,055,889.21	56,130,579.73	51,201,461.91
	เป้าหมายของปริมาณการใช้ไฟฟ้า	กิโลวัตต์	n/a	n/a	0.5% reduction in intensity
GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565	2566	2567
การจัดการน้ำ					
303-3	ปริมาณการดื่มน้ำมาใช้				
	ปริมาณการดื่มน้ำรวม แบ่งตามแหล่งน้ำ	ลูกบาศก์เมตร	254,564.00	276,543.30	228,015.00
	ปริมาณการใช้น้ำประปาหรือน้ำจากองค์กรอื่น	ลูกบาศก์เมตร	253,173.00	274,840.30	224,861.00
	ปริมาณการใช้น้ำบาดาล	ลูกบาศก์เมตร	1,391.00	1,703.00	3,154.00
	ปริมาณการใช้น้ำผิวดิน	ลูกบาศก์เมตร	-	-	-
	ปริมาณการใช้น้ำทะเล	ลูกบาศก์เมตร	-	-	-
	ปริมาณการใช้น้ำจากกระบวนการผลิต	ลูกบาศก์เมตร	-	-	-



GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565	2566	2567
	ปริมาณการใช้น้ำรวม แบ่งตามประเภท	ลูกบาศก์เมตร	254,564.00	276,543.30	228,015.00
	น้ำทั้งหมดที่มีของแข็งแขวนลอยหรือละลายอยู่ในน้ำน้อยกว่า 1,000mg/L	ลูกบาศก์เมตร	254,564.00	276,543.30	228,015.00
	น้ำอื่นๆทั้งหมดที่มีของแข็งแขวนลอยหรือละลายอยู่ในน้ำมากกว่า 1,000mg/L	ลูกบาศก์เมตร	-	-	-
	ปริมาณการใช้น้ำรวม ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ	ลูกบาศก์เมตร	n/a	n/a	n/a
	น้ำทั้งหมดที่มีของแข็งแขวนลอยหรือละลายอยู่ในน้ำน้อยกว่า 1,000mg/L	ลูกบาศก์เมตร	n/a	n/a	n/a
	น้ำอื่นๆทั้งหมดที่มีของแข็งแขวนลอยหรือละลายอยู่ในน้ำมากกว่า 1,000mg/L	ลูกบาศก์เมตร	n/a	n/a	n/a
303-4	ปริมาณน้ำทิ้ง				
	ปริมาณน้ำทิ้ง แบ่งตามแหล่งปล่อยน้ำทิ้ง	ลูกบาศก์เมตร	53,856.80	22,262.64	13,596.00
	ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่องค์กรอื่น	ลูกบาศก์เมตร	53,856.80	22,262.64	13,596.00
	ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่แหล่งน้ำผิวดิน	ลูกบาศก์เมตร	-	-	-
	ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่แหล่งน้ำบาดาล	ลูกบาศก์เมตร	-	-	-
	ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่ทะเล	ลูกบาศก์เมตร	-	-	-
	ปริมาณการใช้น้ำ ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ	ลูกบาศก์เมตร	n/a	n/a	n/a
	ปริมาณน้ำทิ้งทั้งหมดที่มีของแข็งแขวนลอยหรือละลายอยู่ในน้ำน้อยกว่า 1,000mg/L	ลูกบาศก์เมตร	n/a	n/a	n/a
	ปริมาณน้ำอื่นๆทั้งหมดที่มีของแข็งแขวนลอยหรือละลายอยู่ในน้ำมากกว่า 1,000mg/L	ลูกบาศก์เมตร	n/a	n/a	n/a
303-4-d	คุณภาพน้ำทิ้ง¹				
	ความเป็นกรดแอมโมเนีย (pH)	-	8.20	7.90	7.93
	ปริมาณออกซิเจนที่จุลินทรีย์ใช้ในการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำ (BOD)	มิลลิกรัม / ลิตร	3.90	4.90	3.33
	ปริมาณออกซิเจนที่สารเคมีใช้ในการย่อยสลายสารอินทรีย์ในน้ำ (COD)	มิลลิกรัม / ลิตร	37.80	43.50	33.97
	สารแขวนลอยทั้งหมด (TSS)	มิลลิกรัม / ลิตร	15.80	23.50	12.90
	ปริมาณของแข็งที่ละลายน้ำทั้งหมด (TDS)	มิลลิกรัม / ลิตร	819.30	816.80	844.00
	ทเคเอ็น (TKN)	มิลลิกรัม / ลิตร	3.80	4.30	2.67
	น้ำมันและไขมัน (Oil & Grease)	มิลลิกรัม / ลิตร	2.90	3.10	3.03
303-5	ปริมาณการใช้น้ำ				
	ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด	ลูกบาศก์เมตร	200,707.20	254,286.66	214,419.00
	ปริมาณการใช้น้ำทั้งหมดในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ	ลูกบาศก์เมตร	n/a	n/a	n/a
	ความเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำที่กักเก็บ	ลูกบาศก์เมตร	n/a	n/a	n/a
	ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ	ลูกบาศก์เมตร	200,707.20	254,280.66	214,419.00
	ปริมาณการใช้น้ำสุทธิต่อหน่วย	ลูกบาศก์เมตร / ตัน	5.719	7.119	5.444
-	ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำรวม	บาท	4,410,645.17	4,771,129.48	3,892,242.71
	ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำประปาหรือน้ำจากองค์กรอื่น	บาท	4,407,614.79	4,766,791.22	3,883,456.00
	ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำอื่น ๆ	บาท	3,030.38	4,338.26	8,786.71

หมายเหตุ ¹ผลการตรวจสอบน้ำเสียในบ่อบำบัดของโรงงานเทพารักษ์และโรงงานบางพลี ทั้งนี้ ทั้งสองโรงงานไม่มีการปล่อยน้ำเสียออกสู่สาธารณะ



GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565	2566	2567
การจัดการของเสีย¹					
306-3	ปริมาณของเสียทั้งหมด				
	ปริมาณของเสียทั้งหมด แบ่งตามประเภท	ตัน	3,216.7	3,120.7	3,193.5
	ปริมาณขยะและของเสียอันตรายทั้งหมด	ตัน	5.9	7.7	6.3
	ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายทั้งหมด	ตัน	3,210.8	3,113.0	3,187.2
306-4	ปริมาณของเสียทั้งหมดต่อตันการผลิต		0.09	0.09	0.08
	ปริมาณของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ/รีไซเคิล/แปรรูปให้เกิดประโยชน์	ตัน	2,624.76	2,617.82	2,674.63
	ของเสียอันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ/รีไซเคิล/แปรรูปให้เกิดประโยชน์	ตัน	0.73	0.76	0.98
	- การเตรียมการเพื่อนำไปใช้ซ้ำ	ตัน			
	ดำเนินการในพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการนอกพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	- รีไซเคิล	ตัน			
	ดำเนินการในพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการนอกพื้นที่บริษัท	ตัน	0.73	0.76	0.98
	- การแปรรูปหรือฟื้นฟูเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่อื่นๆ	ตัน			
	ดำเนินการในพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการนอกพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ/รีไซเคิล/แปรรูปให้เกิดประโยชน์	ตัน	2,624.03	2,617.06	2,673.65
	การเตรียมการเพื่อนำไปใช้ซ้ำ	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการในพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการนอกพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	- รีไซเคิล	ตัน	1,224.06	1,027.81	1,072.68
	ดำเนินการในพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการนอกพื้นที่บริษัท	ตัน	1,224.06	1,027.81	1,072.68
	- คัดแยกจำหน่ายไปรีไซเคิล	ตัน	761.10	484.32	545.92
	- นำไปทำอาหารสัตว์	ตัน	462.97	543.49	526.76
	- ทำปุ๋ย	ตัน	1,399.97	1,589.25	1,600.97
	ดำเนินการในพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการนอกพื้นที่บริษัท	ตัน	1,399.97	1,589.25	1,600.97
306-5	ปริมาณของเสียที่นำไปกำจัด	ตัน	591.99	502.90	518.88
	ของเสียอันตรายที่นำไปกำจัด	ตัน	5.17	6.97	5.33
	ดำเนินการในพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการนอกพื้นที่บริษัท	ตัน	5.17	6.97	5.33
	- การเผา (ด้วยการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ เชื้อเพลิงผสม)	ตัน	4.60	5.75	3.70
	- การเผา (ไม่มีการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่)	ตัน	-	-	-
	- การฝังกลบ	ตัน	0.57	1.22	1.62
	ของเสียไม่อันตรายที่นำไปกำจัด	ตัน	586.81	495.93	513.55
	ดำเนินการในพื้นที่บริษัท	ตัน	-	-	-
	ดำเนินการนอกพื้นที่บริษัท	ตัน	586.81	495.93	513.55
	- การเผา (ด้วยการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ เชื้อเพลิงผสม)	ตัน	324.09	445.83	428.60
	- การเผา (ไม่มีการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่)	ตัน	-	-	-
	- การฝังกลบ	ตัน	262.73	50.11	84.95
	ขยะอาหาร				
	ปริมาณขยะอาหาร ตามแหล่งที่มา	ตัน	464.37	663.92	626.36
	ขยะอาหาร จากการผลิต	ตัน	425.77	620.09	586.52
	ขยะอาหาร จากขยะทั่วไป	ตัน	38.60	43.83	39.83
	ปริมาณขยะอาหาร ตามวิธีการจัดการ	ตัน	464.37	663.92	626.36
	- นำไปทำปุ๋ย	ตัน	0.00	0.00	0.00
	- ฝังกลบ	ตัน	31.52	18.07	3.64
	- การเผา (ด้วยการนำพลังงานกลับมาใช้ใหม่ เชื้อเพลิงผสม)	ตัน	90.39	102.37	98.38
	- นำไปทำอาหารสัตว์	ตัน	342.47	543.49	524.33
306-3	การรั่วไหลของน้ำมันและสารเคมีสู่สิ่งแวดล้อม²				
	จำนวนครั้งของการรั่วไหลของน้ำมันและสารเคมีที่มีนัยสำคัญ (ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ภายนอกหรือสิ่งแวดล้อม)	ครั้ง	0	0	0
	ปริมาณการรั่วไหลของน้ำมันและสารเคมี	ลิตร	0	0	0

หมายเหตุ ¹ ครอบคลุมเฉพาะบริษัท ไม่รวมบริษัทย่อย² ครอบคลุมบริษัทและบริษัทย่อย



GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565	2566	2567
การจัดการก๊าซเรือนกระจก¹					
305-1	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตรง (ขอบเขตที่ 1)				
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 1	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	8,147.00	6,324.00	9,329.00
	คาร์บอนไดออกไซด์จากไบโอเอทานอล	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	n/a	n/a	7,537.22
305-2	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการซื้อไฟฟ้าและพลังงาน (ขอบเขตที่ 2)				
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 2 (Market-based)	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	9,532.00	10,368.00	11,765.00
305-3	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3				
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 3	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	73,830.00	79,353.00	85,741.00
	การซื้อสินค้าและบริการ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	n/a	n/a	77,351.00
	การขนส่งและกระจายสินค้าของธุรกิจต้นน้ำ	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	n/a	n/a	3,047.28
	การจัดการของเสียที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัท	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	n/a	n/a	150.68
305-1, 305-2	ผลรวมของก๊าซเรือนกระจกตามขอบเขตที่ 1 และ 2	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	17,679.00	16,692.00	21,094.00
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิต	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า / ตัน	0.50	0.47	0.54
305-4	ผลรวมของก๊าซเรือนกระจกตามขอบเขตที่ 1, 2 และ 3	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	91,509.00	96,045.00	106,835.00
	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิต	ตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า / ตัน	2.61	2.69	2.71

หมายเหตุ ¹ครอบคลุมเฉพาะบริษัท ไม่รวมบริษัทย่อย



สรุปผลการดำเนินงานด้านสังคม

GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565		2566		2567	
			หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
การจ้างงานพนักงาน								
2-7	จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	1928		1966		1818	
		คน	1225	703	1301	666	1131	687
		%	64%	36%	66%	34%	62%	38%
	จำนวนพนักงาน แยกตามสาขา							
	สำนักงานใหญ่	คน	478	292	556	234	505	291
	บางนา	คน	32	20	5	6	3	4
	บางพลี	คน	428	170	457	201	368	183
	เทพารักษ์	คน	237	135	232	148	213	149
	เชียงใหม่	คน	15	28	14	23	12	13
	ขอนแก่น	คน	14	26	14	24	13	22
2-7	สุราษฎร์ธานี	คน	12	24	14	23	11	22
	อินโดจีน	คน	9	8	9	7	6	3
	จำนวนพนักงาน แยกตามพื้นที่							
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	คน	1809		1854		1725	
		คน	1184	625	1259	595	1095	630
	ภาคเหนือ	คน	43		37		25	
		คน	15	28	14	23	12	13
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คน	40		38		35	
		คน	14	26	14	24	13	22
	ภาคใต้	คน	36		37		33	
	คน	12	24	14	23	11	22	
405-1	จำนวนพนักงาน แยกตามอายุ							
	อายุ <30 ปี	คน	529		532		422	
		คน	340	189	356	176	268	154
		%	18%	10%	18%	9%	15%	8%
	อายุ 30-50 ปี	คน	1254		1281		1230	
		คน	801	453	851	430	765	465
		%	42%	23%	43%	22%	42%	26%
	อายุ >50 ปี	คน	145		153		166	
		คน	84	61	94	59	98	68
		%	4%	3%	5%	3%	5%	4%
	จำนวนพนักงาน แยกตามระดับ							
	ระดับปฏิบัติการ	คน	1533		1593		1420	
		คน	951	582	1040	553	879	541
		%	49%	30%	53%	28%	48%	30%
	ระดับบริหาร	คน	387		367		390	
		คน	273	114	260	107	251	139
		%	14%	6%	13%	5%	14%	8%
	ผู้บริหารระดับสูง	คน	8		6		8	
		คน	1	7	1	5	1	7
		%	0.1%	0.4%	0.1%	0.3%	0.1%	0.4%
	จำนวนพนักงาน แยกตามระดับ							
	ไทย	คน	1225	687	1301	649	1131	671
	อื่นๆ	คน	0	8	0	8	0	8
	- สิงคโปร์	คน	0	1	0	1	0	1
	- เมียนมาร์	คน	0	7	0	7	0	7
	การจ้างผู้พิการ							
	จำนวนการจ้างงานผู้พิการ	คน	2		2		2	
		คน	1	1	1	1	1	1
	อัตราพนักงานผู้พิการต่อจำนวนพนักงานทั้งหมด	% ของพนักงานทั้งหมด	0.10%		0.10%		0.11%	
404-1	พนักงานใหม่							
	จำนวนพนักงานใหม่	คน	928		681		331	
		คน	614	314	433	248	177	154



GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565		2566		2567	
			หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
	อัตราการจ้างงานใหม่	% ของพนักงานทั้งหมด	48.1%		34.6%		18.2%	
		% ของพนักงานทั้งหมด	31.8%	16.3%	22.5%	12.9%	9.2%	8.0%
401-1	การพัฒนภาพ							
	จำนวนพนักงานลาออกรวม	คน	779		650		462	
		คน	515	264	416	234	273	189
	อัตราการลาออก	% ของพนักงานทั้งหมด	40.4%		33.1%		25.4%	
		% ของพนักงานทั้งหมด	26.7%	13.7%	21.2%	11.9%	15.0%	10.4%
	อัตราการลาออกโดยสมัครใจ	% ของพนักงานทั้งหมด	40.4%		33.1%		25.4%	
		% ของพนักงานทั้งหมด	26.7%	13.7%	21.2%	11.9%	15.0%	10.4%
401-3	การลาคลอดบุตร							
	จำนวนพนักงานหญิงที่มีสิทธิ์ลาคลอดบุตร	คน	1225		1301		1131	
	จำนวนพนักงานหญิงที่ใช้สิทธิ์ลาคลอดบุตร	คน	37		28		19	
	จำนวนพนักงานหญิงที่กลับมามีงานหลังจากลาคลอดบุตร	คน	36		22		16	
	อัตราพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลาคลอดบุตรแล้วกลับมามีงาน	%	97%		79%		84%	
ความหลากหลายและโอกาสที่เท่าเทียมกัน								
405	สัดส่วนของพนักงานผู้หญิงทั้งหมด	% ของพนักงานทั้งหมด	63.5%		66.2%		62.2%	
	สัดส่วนของพนักงานผู้หญิงในระดับปฏิบัติการ	% ของพนักงานทั้งหมด	62.0%		65.3%		61.9%	
	สัดส่วนของพนักงานผู้หญิงในระดับบริหาร	% ของพนักงานทั้งหมด	70.4%		70.8%		64.4%	
	สัดส่วนของพนักงานผู้หญิงที่เป็นผู้บริหารระดับสูง	% ของพนักงานทั้งหมด	12.5%		16.7%		12.5%	
	จำนวนกรรมการผู้หญิง	คน	2		2		2	
	สัดส่วนกรรมการผู้หญิง	%	17%		17%		17%	
405-2	สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน							
	ค่าตอบแทนรวมพนักงาน	ล้านบาท	824.85		896.86		916.76	
		ล้านบาท	458.42	366.43	489.82	407.05	496.12	420.63
	สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงานหญิงต่อชาย	อัตราส่วนหญิงต่อชาย	0.72		0.62		0.72	
	สัดส่วนค่าตอบแทนของระดับผู้บริหารระดับสูง	%	6.5%		6.7%		7.3%	
-	ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน							
	จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	คน	1,669		1,678		1,605	
	สัดส่วนจำนวนพนักงานที่เข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (%)	%	86.6		85.4		88.3	
	จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)	บาท	29,431,418.42		31,270,000.28		32,045,163.32	
404-1	การพัฒนาพนักงาน							
	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมรวม	ชั่วโมง	16,176		19,416		29,229	
	จำนวนชั่วโมงการอบรมเฉลี่ย	ชั่วโมง/คน/ปี	8.4		9.9		16.1	
	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมแยกตามเพศ	ชั่วโมง/คน/ปี	13.2	23.0	14.9	29.2	25.8	42.5
	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมแยกตามระดับ							
	ระดับปฏิบัติการ	ชั่วโมง/คน/ปี	10.6		12.2		20.6	
	ระดับบริหารขึ้นไป	ชั่วโมง/คน/ปี	41.0		52.1		73.4	
	จำนวนเงินที่ใช้สำหรับการฝึกอบรม	บาท	1,923,634.85		4,070,928.20		3,249,976.74	
	จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้สำหรับการฝึกอบรม	ชั่วโมง/คน/ปี	997.74		2,070.67		1,787.67	



GRI	ตัวชี้วัด	หน่วย	2565	2566	2567
-	ความผูกพันต่อองค์กร				
	ระดับความผูกพันต่อองค์กร	%	-	75.31%	78.40%
	อัตราการตอบแบบสอบถาม	%	-	85.35%	94.06%
	เป้าหมายระดับความผูกพันต่อองค์กร ¹	%	-	80%	75%
	จำนวนเหตุละเมิด/ร้องเรียน				
	จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน	จำนวน	0	0	0
	จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ	จำนวน	0	0	0
อาชีพอนามัยและความปลอดภัย					
403-9	ชั่วโมงการทำงานรวม				
	พนักงาน	ชั่วโมง	n/a	5,555,996.00	5,504,929.00
	ผู้รับเหมา	ชั่วโมง	n/a	n/a	n/a
	การเสียชีวิตจากการทำงาน				
	พนักงาน	คน	0	0	0
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0
	อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน				
	พนักงาน	คน	0	26	23
		จำนวนครั้ง/ หนึ่งล้านชั่วโมง การทำงาน	n/a	5.9	6.19
	ผู้รับเหมา	คน	0	1	0
		จำนวนครั้ง/ หนึ่งล้านชั่วโมง การทำงาน	n/a	n/a	n/a
	การเจ็บป่วยจากการทำงาน				
	อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน				
	พนักงาน	คน	0	0	0
	ผู้รับเหมา	คน	0	0	0
ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค					
416	สุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า				
	เป้าหมายการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า ²	%	n/a	80%	75%
	ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	%	n/a	85%	72%
	การตลาดและฉลากสินค้า				
417-1	ร้อยละของผลิตภัณฑ์ที่มีการแสดงฉลากโภชนาการ	%	100%	100%	100%
ความรับผิดชอบต่อชุมชน					
413-1	ชุมชน				
	จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคม	จำนวน	0	0	0
	จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	ล้านบาท	n/a	0.84	2.55

หมายเหตุ : ¹ มีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายเนื่องจากมีการปรับเกณฑ์และกระบวนการในการประเมินความผูกพันขององค์กรในปี 2567

² ในปี 2567 บริษัทฯมีการเปลี่ยนเกณฑ์และวิธีการในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าใหม่

**GRI Content Index**

Statement of use	KCG Corporation Public Company Limited has reported in accordance with the GRI Standards for the period of 1 January 2024 to 31 December 2024.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	None

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
General disclosures						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	6-10	A gray cell indicates that reasons for omission are not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.			
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	5				
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	5				
	2-4 Restatements of information	There are no restatements of information in this report.				
	2-5 External assurance	External assurance was not sought for this report as a whole. KCG sought and received external assurance from a third party with respect to certain emissions.				
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	14				
	2-7 Employees	83 - 90, 103-105				
	2-8 Workers who are not employees	-	a, b, c	Information unavailable/incomplete	The company hires temporary workers from the outsourcing company which the number of workers are vary by period.	
	2-9 Governance structure and composition	30				
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	56-1 One Report 81 - 82, 119 - 121				
	2-11 Chair of the highest governance body	30				
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	12 - 13				
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	12 - 13, 20				
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	12 - 13, 20				
	2-15 Conflicts of interest	56-1 One Report 86				
	2-16 Communication of critical concerns	56-1 One Report 91, 94				
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	56-1 One Report 81-83, 98-100				
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	56-1 One Report 119-120				
	2-19 Remuneration policies	56-1 One Report 82-83				
	2-20 Process to determine remuneration	56-1 One Report 123-129				
	2-21 Annual total compensation ratio	56-1 One Report 128-129				
	2-22 Statement on sustainable development strategy	-	a, b	Not applicable	None of our employees are covered by collective bargaining agreements	
	2-23 Policy commitments	83 - 84				
	2-24 Embedding policy commitments	-				



GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
	2-25 Processes to remediate negative impacts	-				
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	-				
	2-27 Compliance with laws and regulations	-				
	2-28 Membership associations	-				
	2-29 Approach to stakeholder engagement	-				
	2-30 Collective bargaining agreements	-	a, b	Not applicable	None of our employees are covered by collective bargaining agreements	
Material topics						
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	19 - 20	A gray cell indicates that reasons for omission are not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.			
	3-2 List of material topics	21 - 24				
Economic performance						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	9, 25 - 27				
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	4, 97				
	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	71 - 72	a-iii, a-v	Information unavailable/incomplete		
	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans	84, 104				
	201-4 Financial assistance received from government	56-1 One Report: 35				
Anti-corruption						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	29, 32				
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	32 - 33				
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	32 - 33				
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	33				
Tax						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	9				
GRI 207: Tax 2019	207-1 Approach to tax	9				
	207-2 Tax governance, control, and risk management	9				
	207-3 Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	9				
	207-4 Country-by-country reporting	-		Not applicable		
Materials						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	50				
GRI 301: Materials 2016	301-1 Materials used by weight or volume	98				
	301-2 Recycled input materials used	-		Information unavailable/incomplete		
	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	-		Information unavailable/incomplete		



GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
Energy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	58 - 60				
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	60, 99				
	302-2 Energy consumption outside of the organization	-	a,b,c	Not applicable		
	302-3 Energy intensity	99				
	302-4 Reduction of energy consumption	58 - 60				
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services	-		Information unavailable/incomplete		
Water and effluents						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	61				
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	61-63, 99-100				
	303-2 Management of water discharge-related impacts	61 - 63				
	303-3 Water withdrawal	99-100				
	303-4 Water discharge	100				
	303-5 Water consumption	100				
Emissions						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	70 - 74				
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	72, 102				
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	72, 102				
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	72, 102				
	305-4 GHG emissions intensity	72, 102				
	305-5 Reduction of GHG emissions	71 - 74				
	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	-		Information unavailable/incomplete		
	305-7 Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	-		Information unavailable/incomplete		
Spills						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	64 - 69				
GRI 306: Effluents and Waste 2016	306-3 Significant spills	101				
Waste						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	64 - 69				
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	64 - 67, 101				
	306-2 Management of significant waste-related impacts	64 - 69				
	306-3 Waste generated	101				
	306-4 Waste diverted from disposal	101				
	306-5 Waste directed to disposal	101				
Supplier environmental assessment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	47 - 52				
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	47 - 49				
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	49 - 52				



GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
Employment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	83 - 85				
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	103-104				
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	104				
	401-3 Parental leave	104				
Labor/management relations						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	84 - 88				
GRI 402: Labor/ Management Relations 2016	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes	86				
Occupational health and safety						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	91 - 92				
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	91 - 92				
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	91 - 92				
	403-3 Occupational health services	92 - 93				
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	92 - 93				
	403-5 Worker training on occupational health and safety	92				
	403-6 Promotion of worker health	92				
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	91 - 92				
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	91 - 93, 103				
	403-9 Work-related injuries	105				
	403-10 Work-related ill health	105				
Training and education						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	88 - 90				
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	104				
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	88 - 90				
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	84				
Diversity and equal opportunity						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	83 - 85				
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	104				
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	104				



GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
Child labor						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	83 - 84				
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	83 - 84				
Forced or compulsory labor						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	83 - 84				
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	83 - 84				
Local communities						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	94 - 96				
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	18, 94 - 96				
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	24, 69, 94 - 96				
Supplier social assessment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	47 - 51				
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	47 - 49				
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	49 - 52				
Customer health and safety						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	76 - 82				
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	76 - 82				
	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	97				
Marketing and labeling						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	76 - 82				
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling	16, 80				
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	98				
	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	98				
Customer privacy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	53 - 55				
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	55, 98				



บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
3059-3059/1-3 ถ.สุขุมวิท บางจาก
พระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
www.kcgcorporation.com