

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3.5 รายงานความยั่งยืน

บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เสนอรายงานความยั่งยืนปีที่ 3 ปี 2566

รายงานฉบับนี้มีจุดประสงค์เพื่อสื่อสารประเด็นความสำคัญทางธุรกิจและการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งมีครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ อันเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนในปัจจุบัน

1. ขอบเขตการดำเนินงาน

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2566 ฉบับนี้ นำเสนอผลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2566 ครอบคลุมธุรกิจร้านอาหาร ภายใต้ เซ็น กรุ๊ป อันได้แก่แบรนด์ ZEN Japanese Restaurant, AKA, On the Table, Din's, Sushi Cyu & Carnival Yakiniku, Tetsu, ตำมั่ว, ลาวญวน และ เชียง รวมถึงสำนักงานใหญ่

2. ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร โดยที่เน้นหลักคือร้านอาหาร เพื่อส่งมอบอาหารและบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้แล้วกลุ่มบริษัทฯ ยังมีธุรกิจอื่นๆ อีก ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหาร อันได้แก่ ธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจค้าปลีก และเดลิเวอรี่ ที่ปัจจุบันมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีสัดส่วนมากขึ้นเรื่อยๆ

โดยทั้งนี้ ในแต่ละกระบวนการในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ ตั้งแต่กระบวนการการจัดซื้อจัดจ้าง การผลิต การบริการ การกระจายสินค้า การตลาด และการขาย การบริการหลังการขาย กลุ่มบริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในกระบวนการเหล่านี้ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง กลุ่มบริษัทฯ จึงมีความจำเป็นที่ต้องทำความเข้าใจและตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้นๆ อย่างสม่ำเสมอและจัดการสำรวจเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างสมดุลระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.1 กิจกรรมหลัก

2.1.1 การบริหารปัจจัยการผลิต

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญ ต่อเรื่องการคัดเลือกคู่ค้าที่มีมาตรฐาน ความปลอดภัย ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานรัฐในการผลิตวัตถุดิบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในมาตรฐานของทางกลุ่มบริษัทฯ การเข้าไปตรวจสอบการผลิตตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางอย่างสม่ำเสมอและครอบคลุม นอกเหนือจากคุณภาพแล้ว กลุ่มบริษัทฯ ยังคำนึงถึงบริษัทคู่ค้าที่ให้ความใส่ใจในเรื่องของสังคม อาทิเช่น สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลอีกด้วย เพื่อให้มั่นใจว่าตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าของทางกลุ่มบริษัทฯ มีการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืนอย่างแท้จริง กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใสและเป็นธรรม ที่สำคัญกลุ่มบริษัทฯ ยังให้การสนับสนุนการใช้วัตถุดิบชุมชนหรือ ธุรกิจขนาดกลางถึงเล็กในหลากหลายพื้นที่ ที่มุ่งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชนและสังคม

2.1.2 การปฏิบัติการ

กลุ่มบริษัทฯ ใส่ใจในการส่งมอบอาหารและบริการอันดีเยี่ยมไปถึงลูกค้า กลุ่มบริษัทฯ มีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องให้เข้ากับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค และไม่ลืมที่จะคำนึงถึงเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อม การลดการสูญเสียและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าที่สุด การคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยในอาหาร โภชนาการอาหารต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ตามมาตรฐานที่แต่ละแบรนด์กำหนดไว้ การมีระบบตรวจสอบเรื่องของอาหาร และการปฏิบัติการอย่างต่อเนื่องตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า การปฏิสัมพันธ์ การรับข้อเสนอแนะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อีเมล และแอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่อนำผลการสำรวจมาปรับปรุงมาตรฐานในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

2.1.3 การกระจายสินค้าและบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ได้มีพันธมิตรทางธุรกิจ ที่มีมาตรฐานระดับสากลในการดำเนินการเรื่องของการจัดเก็บ และกระจายสินค้า มีการใช้เทคโนโลยีในการบริหาร สินค้าคงคลัง และมีระบบการควบคุมคุณภาพในการควบคุมการรับ การจัดเก็บ และการจ่ายสินค้า รวมถึงระบบการขนส่งสินค้าย้อนกลับ ในส่วนระบบการบริหารการขนส่ง ได้ใช้ระบบที่มีมาตรฐานสามารถตรวจติดตามสถานะการขนส่งแบบที่ให้การตอบสนองทันทีทันใด โดยใช้ระบบการหาตำแหน่งทั่วโลก และมีการควบคุมอุณหภูมิสินค้าที่อยู่บนรถให้คงที่อยู่ในมาตรฐานตลอดเส้นทาง สามารถสอบย้อนกลับของอุณหภูมิได้ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้มีการปรึกษาร่วมกับพันธมิตร เพื่อทำความเข้าใจร่วมกัน และพัฒนาปรับปรุงการทำงานในส่วนการบริหารคลังสินค้า และการขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ในอนาคต

2.1.4 การตลาดและการขาย

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการทางการตลาดโดยมุ่งเน้นในการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ผ่านแบรนด์หลากหลายที่อยู่ภายใต้เครือ เซ็น กรุ๊ป ได้แก่ ZEN Japanese Restaurant, AKA, On the Table, Din's, Sushi Cyu & Carnival Yakiniku, Tetsu, ตำมั่ว, ลาวญวน และ เชียง ทั้งจากการสร้างสรรค์เมนูอาหารที่มีความเป็นเลิศทั้งในด้านรสชาติ และคุณภาพ การนำเสนอเมนูและบริการในรูปแบบใหม่ๆ ในราคาที่เหมาะสมรวมทั้งโปรโมชั่นต่างๆ และการบริการที่ใส่ใจในทุกขั้นตอนนอกจากนี้ทางกลุ่มบริษัทฯ

ได้มีการใช้กลยุทธ์ Omnichannel เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้หลากหลายช่องทาง ทั้งออนไลน์ (Digital E-commerce) และออฟไลน์ ทั้งการใช้บริการที่ร้านหรือซื้อกลับบ้าน, การใช้บริการผ่านช่องทาง เดลิเวอรี่ และ Food Applications ต่างๆ, การใช้บริการผ่านโซเชียลมีเดีย และ E-marketplace รวมทั้งทำระบบ CRM ภายใต้ชื่อ ZEN Group Member โดยการนำข้อมูล Big data ของลูกค้ามาวิเคราะห์ และใช้เทคโนโลยี รูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอสินค้า และโปรโมชั่นที่ตรงใจลูกค้ามากที่สุด และเพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดจากทุกแบรนด์ในเครือของกลุ่มบริษัทฯ

2.1.5 การบริการหลังการขาย

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า และพร้อมรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับบริการสินค้าและให้บริการ โดยบริษัทมีการวัด ความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านระบบ NPS (Net Promoter Score) เพื่อให้มั่นใจใน

มาตรฐานการให้บริการและรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังเปิดช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าผ่านทางโซเชียลมีเดีย และคอลเซ็นเตอร์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าและสามารถดำเนินการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างทัน่วงที่

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)



กิจกรรมหลัก



3. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในการดำเนินการทางธุรกิจต่างๆ ขององค์กร ต่างเกี่ยวพันกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลากหลายกลุ่ม กลุ่มบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับความเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักและรอง ดังนั้น เพื่อนำมากำหนดนโยบายการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับหรืออาจได้รับจากการดำเนินงานของบริษัท ทางกลุ่มบริษัทฯ จึงได้ต้องทราบความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผลกระทบและประเด็นที่เกี่ยวข้องทั้งทางบวกและลบ อีกทั้งระบุและประเมินความสำคัญของประเด็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มบริษัทฯ จึงควรต้องบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความคาดหวัง รวมไปถึงความร่วมมือระหว่างกลุ่มบริษัทฯและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อหาวิธีการที่ได้ประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินงานและผลกระทบทางลบ สร้างเสริมความยั่งยืนในองค์กรต่อไป

3.1 นโยบายการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับหรืออาจได้รับจากการดำเนินงานของบริษัท

กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจะช่วยให้บริษัทสามารถประเมินความสำคัญและเข้าใจถึงมุมมอง ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อองค์กร ไม่ละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของกิจการ โดยจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเรียงตามลำดับ ดังนี้ 1. พนักงาน 2. ลูกค้า 3. คู่ค้า/คู่ธุรกิจ/ พันธมิตรทางธุรกิจ 4. นักลงทุน/ผู้ถือหุ้น 5. หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ 6. ชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อม 7. คู่แข่ง

3.2 การประเมินการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการประเมินการจัดเรียงลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีผลกระทบมากไปจนถึงน้อย รวมถึงประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทฯ

ประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเด็นความคาดหวัง	การตอบสนองความคาดหวัง	ช่องทางการสื่อสาร
1. พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> -ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม -หน้าที่การงานที่มั่นคงและก้าวหน้า -มีความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดี -ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร -การส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาศักยภาพพนักงาน -ไม่เลือกปฏิบัติ - เคารพในสิทธิมนุษยชนและได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> -ได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม -ได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพและโอกาสในการเติบโต -มี Career Path และโครงสร้างที่ชัดเจนเพื่อให้มั่นใจว่าจะมีหน้าที่การงานที่มั่นคงและก้าวหน้า -ไม่เลือกปฏิบัติยึดมั่นเคารพสิทธิมนุษยชนและได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม - มีอาชีพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> -การสำรวจความผูกพันประจำปี -การจัดกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ -การสื่อสาร กิจกรรม ข่าวสาร -จัดช่องทางภายในเพื่อรับข้อร้องเรียน -มีอบรมหลักสูตรการพัฒนาทักษะ
2. ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> -มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยสินค้าและบริการ -วัตถุดิบ/แหล่งที่มาของวัตถุดิบ -มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> -สินค้าและบริการมีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและตามที่คาดหวัง -ราคาสินค้าและบริการที่เป็นธรรมและเหมาะสม -การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม -ตอบสนองต่อความผิดพลาดและติดตามผลของการแก้ไขปัญหา จนลูกค้ามีความพึงพอใจ 	<ul style="list-style-type: none"> -การปฏิสัมพันธ์ รับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงมาตรฐาน -การสำรวจความพึงพอใจลูกค้าหลังเข้ารับบริการ -นำผลวิจัยทางการตลาดในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ส์มาเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3. คู่ค้า/ คู่ธุรกิจ / พันธมิตร ธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> -มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ -เป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์พันธมิตรระยะยาวสร้างคุณค่าและผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน -การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน -การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> -ปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน -มีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรมและโปร่งใส -มีนโยบายจัดซื้อจัดจ้างและกำหนดหลักการวิธีปฏิบัติได้ -การให้ความใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล ตลอดห่วงโซ่อุปทาน 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดประชุมคู่ค้าประจำปีและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี -มีการรับรองและเข้าร่วมการต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย -การสื่อสารแผนธุรกิจร่วมกับคู่ค้า เป็นประจำทุกปี รวมทั้งประกาศนโยบายผ่านเว็บไซต์ของบริษัท -การสนับสนุนแบ่งปันองค์ความรู้ และพัฒนาาร่วมกัน

กลุ่มผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	ประเด็นความคาดหวัง	การตอบสนองความคาดหวัง	ช่องทางการสื่อสาร
4. นักลงทุน/ ผู้ถือหุ้น	<ul style="list-style-type: none"> - ผลประกอบการและผลตอบแทนที่ดี - มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลครบถ้วน - ดำเนินการทุกอย่างตามที่กฎหมายกำหนด - ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรม เสมอภาคและเท่าเทียมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีผลประกอบการที่ดีและผลตอบแทนการลงทุนที่คุ้มค่า - มีการกำกับดูแลกิจการและการบริการความเสี่ยงและการจัดการวิกฤตที่ดี - ความโปร่งใสของข้อมูลทางธุรกิจ และเปิดเผยข้อมูลที่ต้องการ เปิดโอกาสให้นักลงทุน/ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี - การจัดกิจกรรมพบนักลงทุนรายย่อย - รายงานผลดำเนินงานต่อตลาดหลักทรัพย์รายไตรมาส - รายงานประจำปี 56-1 และ รายงานความยั่งยืน - การแจ้งข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของทางบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
5. หน่วยงาน กำกับดูแล และภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ ของหน่วยงาน - กำกับดูแลและภาครัฐอย่างเคร่งครัด - มีการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ - สนับสนุนและปฏิบัติตามมาตรการและกิจกรรมของภาครัฐทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ อย่างเคร่งครัด - ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ - ให้การสนับสนุนและปฏิบัติตามมาตรการ หรือกิจกรรมของภาครัฐทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำรายงานประจำปี และประกาศต่อสาธารณะถูกต้องครบถ้วน - เข้าร่วมการประชุม อบรมสัมมนาของหน่วยงาน กำกับดูแลอยู่เสมอ - มีนโยบาย ระเบียบวิธีปฏิบัติที่เป็นไปตามกฎหมาย - จัดกิจกรรม การให้ความรู้ การพัฒนาบุคลากร การควบคุมดูแลการปฏิบัติให้เป็นไปตามที่หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐกำหนดอย่างเคร่งครัด
6. ชุมชน และสังคม	<ul style="list-style-type: none"> - ชุมชนมีรายได้ มีความมั่นคงทางการเงินที่ดี - คุณภาพชีวิตและสุขอนามัยที่ดี - การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมให้ชุมชน - สร้างความมั่นคงให้แก่ชุมชน (GDP สูงขึ้น) 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการผลิตสินค้าของชุมชนและเกษตรกรให้มีรายได้ มีคุณภาพชีวิตและสุขอนามัยที่ดี - พัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนให้ชุมชน - ส่งเสริมการผลิตสินค้าชุมชน เพื่อให้มีมาตรฐาน แข่งขันได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีส่วนร่วม ผ่านการจ้างงาน การจัดซื้อช่วยส่งเสริมการพัฒนาการผลิตสินค้าชุมชน
7. คู่แข่ง	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม - ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ของผู้อื่น - ไม่ดำเนินการแข่งขันทางการค้าด้วยวิธีไม่สุจริต 	<ul style="list-style-type: none"> - ประกอบธุรกิจตามหลักการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม - ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น - ดำเนินธุรกิจอย่างสุจริต ไม่ใส่ร้ายป้ายสี สร้างข่าวเท็จ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีนโยบายการแข่งขันทางการค้าที่ประกาศผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

2. นโยบายการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร

บริษัทมีนโยบาย ในการจัดการด้านความยั่งยืน ที่มุ่งเน้นทั้งสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ในแบบเป็นองค์รวม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งภายในและภายนอก มาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการมุ่งเน้นการตอบสนองให้ ตรงตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการดำเนินการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อและยั่งยืน เพื่อสร้างความสมดุลควบคู่ไปกับการเติบโตทางธุรกิจ ตาม SDGs 6 หัวข้อหลัก ดังนี้

มิติทางด้านสิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENT) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การบริโภคที่ยั่งยืน (Responsible Consumption and Production) การใส่ใจมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง การผลิตและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรับผิดชอบต่อ จากต้นทางไปถึงปลายทาง

การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Action) การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ การจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม

มิติทางด้านสังคม (SOCIAL) คุณภาพชีวิตของผู้คน ได้แก่ การขจัดความหิวโหย (Zero Hunger) การเข้าไปมีส่วนร่วมในสังคมในการช่วยเหลือทางด้านอาหารและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี

การลดความเหลื่อมล้ำ (Reduced Inequalities) การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน การสนับสนุนการจ้างงานผู้พิการ เพื่อให้มีรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืน

มิติทางด้านเศรษฐกิจ (GOVERNANCE) ความเจริญทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและครอบคลุม ได้แก่ งานที่มีคุณค่า และการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Decent Work and Economic Growth) การให้ความมั่นคงกับพนักงาน ทั้งค่าตอบแทนสวัสดิการ ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี การดำเนินการทางธุรกิจที่เติบโตและยั่งยืน โปร่งใส และบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ

เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน (Sustainable Cities and Communities) การสร้างงาน กระจายรายได้ไปสู่ชุมชน ผ่านทางสนับสนุนนวัตกรรมชุมชน

การระบุประเด็นสำคัญ



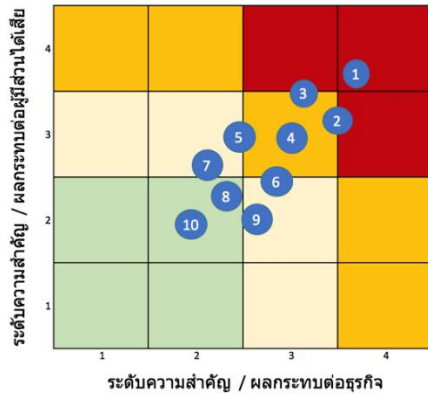
<p>01 การระบุประเด็นสำคัญ</p> <p>คณะทำงานด้านความยั่งยืน ได้ทำการรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาประเด็นให้เป็นไปตามการดำเนินงานของบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นได้แก่ ประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) แนวโน้มของโลก (Global Trend) รวมถึงศึกษาประเด็นอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มค้าปลีกต่างๆ</p>	<p>02 การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ</p> <p>บริษัทได้นำประเด็นความยั่งยืนที่รวบรวมมาผ่านการคัดกรอง และลำดับประเด็นความสำคัญต่างๆตามสิ่งที่มีผลกระทบต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมนั้นๆ มาประเมินประเด็นความสำคัญกับผู้บริหารและพนักงานของบริษัทที่เข้าร่วม นอกจากนี้ ยังได้นำผ่านกระบวนการทบทวนจากที่ปรึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ประเด็นความยั่งยืนที่บริษัทลำดับไว้ได้รับการทบทวนอย่างถี่ถ้วน</p>	<p>03 การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและทบทวน เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</p> <p>ประเด็นด้านความยั่งยืนสำคัญ จะถูกพิจารณาโดยผู้บริหารระดับสูง ผ่านการรับรองและจัดลำดับความสำคัญ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในแง่เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม หลังจากนั้นบริษัทจะทำการประเมินความถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวัง มุมมอง ข้อเสนอแนะต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กรได้ตระหนักถึงประเด็นด้านความยั่งยืน หลังจากนั้นคณะทำงานด้านความยั่งยืน มีการติดตามผลและทบทวนกระบวนการประเมินความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนอย่าง ต่อเนื่อง</p>
--	--	--

จากแนวโน้มที่สำคัญและความท้าทายที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง นวัตกรรมเทคโนโลยี การแข่งขันที่รุนแรง จึงเป็นส่วนในการพิจารณาการประเมินระดับความสำคัญและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้บริษัท ได้จัดเรียงประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเรียงตามลำดับ ดังนี้

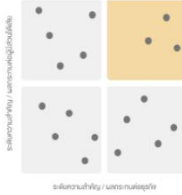
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค	ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค จะทำให้บริษัทดำเนินงานทางธุรกิจ ภายใต้การให้ความสำคัญของการความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภคอย่างรอบด้านอย่างเสมอ หากไม่ได้ดำเนินการแล้ว จะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงความน่าเชื่อถือและธุรกิจ	ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานและคุณภาพทั้งวัตถุดิบ อาหารและบริการ ที่บริษัทมอบให้ และมีการติดตามผล พัฒนา ปรับปรุงการทำงาน เพื่อลดผลกระทบจากข้อร้องเรียน
สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า	สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเลือก ในการเข้ามาใช้บริการ บริษัท และเป็นมาตรฐานที่เป็นพื้นฐานของร้านอาหาร หากไม่ได้ให้ความสำคัญ จะทำให้เกิดผลกระทบต่อชื่อเสียงความน่าเชื่อถือและธุรกิจ	สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับความปลอดภัยทางด้านอาหาร ตั้งแต่วัตถุดิบต้นทางจนถึงปลายทาง รวมไปถึงขั้นตอนและกระบวนการที่มีความปลอดภัย เพื่อลดผลกระทบจากข้อร้องเรียน
ดูแลพนักงานในเรื่องสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	มาตรการการป้องกันและเยียวยาในด้านสิทธิมนุษยชนจะช่วยบรรเทาความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนในกระบวนการธุรกิจจากการใช้แรงงานผิดกฎหมายหรือกรณีพิพาท ทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจ	การกำกับดูแลและการปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชนของบริษัทจะช่วยคุ้มครองสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเสมอภาค พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพทั้งห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ จะช่วยการทำงานที่รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่าย ลดการใช้พลังงาน ลดการสูญเสีย ทำให้บริษัทมีการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน	การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมในการทำงาน และการดำเนินธุรกิจ
นโยบาย โครงสร้าง และระบบกำกับดูแลกิจการ	การกำกับดูแลกิจการที่ดี จะช่วยลดความเสี่ยงที่มี อย่างมีประสิทธิภาพและเตรียมพร้อมธุรกิจสำหรับโอกาสและบรรเทาผลกระทบที่อาจจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม	การกำกับดูแลกิจการที่ดี จะช่วยบรรเทาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท ในทุกส่วน

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน	นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน จะช่วยทำให้การดำเนินงานใดของบริษัท มีความใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาลอย่างเสมอ เพื่อลดผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อสร้างความยั่งยืนในการทำธุรกิจของบริษัท	นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน จะช่วยตอบสนองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกภาคส่วน ให้ได้รับประโยชน์และลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม	การดำเนินธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม เพื่อป้องกันและบรรเทาผลกระทบที่เกิดกับชุมชนหรือสังคม ให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน และส่งผลกระทบต่อกระเทือนต่อธุรกิจด้วย	การดำเนินธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อป้องกันบรรเทาผลกระทบที่เกิดกับชุมชนหรือสังคม ที่ส่งผลกระทบต่อความเสียหายทางด้านทรัพย์สิน สุขภาพ หรือจิตใจได้ รวมถึงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
การคัดเลือกวัตถุดิบอย่างยั่งยืน	การคัดเลือกวัตถุดิบอย่างยั่งยืน ที่มีความปลอดภัย มีมาตรฐาน มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน รวมถึงการคัดเลือกวัตถุดิบ ทำให้บริษัทสามารถสร้างคุณค่าทางธุรกิจที่ดีได้	การคัดเลือกวัตถุดิบอย่างยั่งยืน ที่มีความปลอดภัย มีมาตรฐาน คำนึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีส่วนผลักดันความยั่งยืนให้กับทุกฝ่าย เพื่อสร้างรายได้สร้างอาชีพอย่างยั่งยืน
การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการจัดการขยะและของเสีย	การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการจัดการขยะและของเสีย ส่งผลต่อการดำเนินงานที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และลดปัจจัยลบทั้งสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของธุรกิจ สามารถสร้างคุณค่าทางธุรกิจที่ดีได้	การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการจัดการขยะและของเสีย ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม หากบริษัทได้จัดการทรัพยากรได้อย่างดี และการจัดขยะอย่างเหมาะสม จะช่วยลดภาระของหน่วยงานรัฐและสังคม ในการจัดการ
การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน	การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน สะท้อนถึงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ช่วยลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ	การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน ช่วยตอบสนองหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม เพื่อแก้ไขปัญหาโลกร้อน และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุของภัยธรรมชาติ

การประเมินระดับความสำคัญ (Materiality Assessment)



ประเด็นในแต่ละมิติของ ESG		
มิติสิ่งแวดล้อม (E)	มิติสังคม (S)	มิติบรรษัทภิบาล (G)
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	ดูแลพนักงาน ในสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม	ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค
การคัดเลือกวัตถุดิบอย่างยั่งยืน	ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม	สุจริตและโปร่งใสของธุรกิจ
การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การจัดการขยะและของเสีย	การกำกับดูแลความเสี่ยง	นโยบายโครงสร้างและระบบกำกับดูแลกิจการ
การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน		นโยบายและกลไกการดำเนินงานอื่น





การประเมินระดับความสำคัญ ของแต่ละประเด็นสำคัญ หรือ Materiality Prioritization พิจารณาระดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนใน 2 มิติ ได้แก่


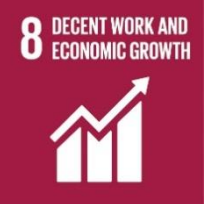


1. ความสำคัญ/ผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ สามารถพิจารณาได้จากหลายด้าน เช่น ด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติการ ด้านกลยุทธ์ ด้านภาพลักษณ์/ชื่อเสียงองค์กร ด้านกฎหมาย/ระเบียบข้อบังคับ
2. ความสำคัญ/ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สามารถพิจารณาได้จาก จำนวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบนั้น หรือระดับความสนใจที่กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมีต่อประเด็นนั้น รวมถึงว่าประเด็นนั้นสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร


4. กลยุทธ์ความยั่งยืน

กลุ่มบริษัทฯ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีผ่านอาหารและบริการแก่ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและครอบคลุม โดยคำนึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเสมอภาคภายใต้รากฐานแนวคิด ZEN model = Goodness to Growth

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนโดยสรุป

Sustainable Development Goals	เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	ผลการดำเนินการปี 2566	เป้าหมายระยะยาว 2569
มิติด้านสิ่งแวดล้อม  	1) การจัดการขยะและของเสีย 2) การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการประหยัดพลังงาน 3) การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์พลาสติกมาเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษ	291 ตัน มีการปรับฐานใหม่ 49.04%	150 ตัน ลดปริมาณ 5% ต่อหน่วย/ ตรม 50 % ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

Sustainable Development Goals	เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	ผลการดำเนินการปี 2566	เป้าหมายระยะยาว 2569
มิติทางด้านสังคม   	1) การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน 2) ความผูกพันกับพนักงานต่อองค์กร 3) การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน 4) การจ้างพนักงานผู้พิการ 5) โครงการสนับสนุนต่างๆ ได้แก่โครงการใจดีฟาร์ม , โครงการ FOOD FOR GOOD, โครงการทุนเงินเพื่อบุตรพนักงาน, มูลนิธิขอฟ้ากว้าง	ไม่มี 100% 92.88% 100% รับพนักงานผู้พิการ กลุ่มมาตรา 33 ทั้งหมด 32 คน 107,270 บาท	- การละเมิดสิทธิมนุษยชน =0 - พนักงานผ่านการอบรม และทดสอบ100% ผลสำรวจไม่ต่ำกว่า 80% Best Employer Brand Awards พนักงาน ระดับหัวหน้างานทั้งในสายงานปฏิบัติการ และสายงานสนับสนุน 100% ได้รับการประเมินสมรรถนะ และ มีแผนพัฒนารายบุคคลครบทั้ง 100% รับพนักงานผู้พิการกลุ่มมาตรา 33 เข้ามาปฏิบัติงานในกลุ่มบริษัท 100% สนับสนุนโครงการอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างรายได้ให้กับโครงการที่สนับสนุนรวม 150,000 บาทต่อปี
มิติทางด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ 	1)มาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ 2) การเพิ่มประสิทธิภาพต่อพื้นที่การขาย และประสิทธิภาพของพนักงานต่อชั่วโมง	QA = 91.39% MS = 91.50% ประสิทธิภาพต่อพื้นที่ การขาย 10,923 บาทต่อ ตรม.	Quality Assurance =92% Mystery Shopping = 90% Productivity พื้นที่การขาย = 12,000 บาทต่อตรม.

Sustainable Development Goals	เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน	ผลการดำเนินการปี 2566	เป้าหมายระยะยาว 2569
	3) การคัดเลือกและจัดหาวัตถุดิบท้องถิ่น ชุมชนและ SME	ประสิทธิภาพของพนักงาน 741 บาท ต่อ ชั่วโมง 15.15%	Productivity พนักงาน 550 บาทต่อตรม. มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าจาก SME และชุมชนของทั้งบริษัท
	4) นวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตหรือการทำงาน	3 โครงการ	จัดทำแผนพัฒนาโครงการด้านเทคโนโลยี ร่วมงานกับหน่วยงานต่างๆ อย่างน้อย 3 โครงการต่อปี

6. การดำเนินงานด้านความยั่งยืน มิติสิ่งแวดล้อม

6.1 นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม จึงมีความมุ่งมั่นในการดำเนินการลดผลกระทบทางลบด้านสิ่งแวดล้อม อันเกิดจากการประกอบกิจการของบริษัทในทุกมิติ เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากร การจัดการพลังงาน การจัดการน้ำให้คุ้มค่าสูงสุดและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การนำขยะและของเสียมาใช้หมุนเวียน รวมไปถึงแนวทางการจัดการก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานและทรัพยากรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ที่เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภาวะโลกร้อนให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและสอดคล้องตามเจตนารมณ์ในการประกอบธุรกิจที่จะพัฒนาองค์กร ให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

6.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีนโยบายหลัก ในการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างวัฒนธรรม และการปลูกจิตสำนึกในองค์กรในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงการใช้พลังงานไฟฟ้า น้ำ และทรัพยากรอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการลดปริมาณของเสีย ซึ่งเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎระเบียบ และ ข้อกำหนดต่างๆ ของทางราชการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ดำเนินการป้องกัน ลดการเกิดของเสียจากการดำเนินงานของบริษัท และ สนับสนุนการนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด มุ่งเน้นการลดใช้พลังงาน โดยใช้งานเท่าที่จำเป็น และ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ บริษัทได้มีการจัดอบรมด้านสิ่งแวดล้อมกับบุคลากรภายในบริษัทอย่างสม่ำเสมอ เพื่อกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้มีความตระหนักถึงปัญหาจากกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2566 บริษัทไม่พบการปฏิบัติที่ผิดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม และไม่มีอุบัติเหตุจากสิ่งแวดล้อม อีกทั้งบริษัทไม่มีข้อขัดแย้งหรือข้อร้องเรียนในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนและหน่วยงานภายนอก

6.2 การจัดการพลังงาน

6.2.1 แผนการจัดการพลังงาน

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทได้ตั้งเป้าหมายและจัดทำแผนการลดใช้พลังงานและกำหนดแนวปฏิบัติ ทั้งในส่วนของสำนักงานและสาขาร้านอาหาร เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทางบริษัทสามารถควบคุมการใช้พลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้อย่างแท้จริง พร้อมทั้งส่งเสริมสร้างจิตสำนึกความตระหนักถึงความสำคัญของการประหยัดพลังงานควบคู่ไปด้วย โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินการและปฏิบัติในทางเดียวกัน

แนวทางในการบริหารจัดการพลังงาน บริษัทได้มีการกำหนดเป้าหมายและแผนการลดใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงแนวทางปฏิบัติ เช่น ในอาคารสำนักงาน มีมาตรการกำหนดช่วงเวลาเปิด - ปิดไฟฟ้าแสงสว่าง และ เครื่องปรับอากาศ การตรวจสอบและบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ ให้เป็นแบบประหยัดพลังงาน โดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์บริษัทฯ <https://www.zengroup.co.th>

6.2.2 ปริมาณการใช้พลังงาน (ไฟฟ้า/เชื้อเพลิง)

สรุปปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั้งบริษัท (สำนักงาน และ หน้าสาขา)

การใช้ไฟฟ้า	ปริมาณ	หน่วย	พื้นที่/ตร.ม	หมายเหตุ
ปี 2564	8,292,640.54	Kwh / ตร.ม.	31,430.00	สนญ. และ 140 สาขา
ปี 2565	11,138,442.91	Kwh / ตร.ม.	35,844.40	สนญ. และ 165 สาขา
ปี 2566	12,427,605.60	Kwh / ตร.ม.	40,226.14	สนญ. และ 194 สาขา



6.2.3 เป้าหมายการจัดการพลังงาน

เป้าหมาย ในปี 2566 อัตราปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วย(energy intensity) ในบริษัทลดลง 3%

เป้าหมาย ในปี 2569 อัตราปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วย(energy intensity) ในบริษัทลดลง 5%

6.2.4 ปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วย (Energy Intensity)

การใช้ไฟฟ้า	ปริมาณ	หน่วย	พื้นที่/ตร.ม	หมายเหตุ
ปี 2564	263.83	Kwh / ตร.ม.	31,430.00	สนญ. และ 140 สาขา
ปี 2565	231.35	Kwh / ตร.ม.	35,844.40	สนญ. และ 165 สาขา
ปี 2566	308.90	Kwh / ตร.ม.	40,226.14	สนญ. และ 194 สาขา

หมายเหตุ : ปี 2565 : สนญ. มีรูปแบบการทำงานแบบ Work From Home 30 % และได้งดใช้พื้นที่ส่วนกลาง 30%

ปี 2566 : สนญ. พนักงานเข้าทำงานตามปกติ และ ใช้พื้นที่แบบเต็ม 100%

6.3 การจัดการน้ำ

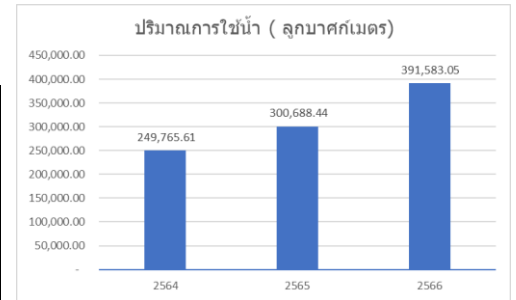
6.3.1 แผนการจัดการน้ำ

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการน้ำในกระบวนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และบริษัทได้มีการกำหนดแนวทางดำเนินงานการลดการใช้น้ำ ปฏิบัติทั้งในส่วนของสำนักงานและสาขาร้านอาหาร ทั้งยังส่งเสริมการสร้างความรู้ความตระหนัก ผ่านกิจกรรมการรณรงค์ประหยัดการใช้น้ำ โดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์บริษัท <https://www.zengroup.co.th>

6.3.2 ปริมาณการใช้น้ำ

สรุปปริมาณการใช้น้ำทั้งบริษัท (สำนักงาน และ หน้าสาขา)

การใช้น้ำ	ปริมาณ	หน่วย	พื้นที่/ตร.ม	หมายเหตุ
ปี 2564	249,765.61	ลบ.ม. / ตร.ม.	31,430.00	สนญ. และ 140 สาขา
ปี 2565	300,688.44	ลบ.ม. / ตร.ม.	35,844.40	สนญ. และ 165 สาขา
ปี 2566	391,583.05	ลบ.ม. / ตร.ม.	40,226.14	สนญ. และ 194 สาขา



6.3.3 ปริมาณการใช้น้ำ

เป้าหมาย ในปี 2566 อัตราปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย(water intensity) ในบริษัทลดลง 3%

เป้าหมาย ในปี 2569 อัตราปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย(water intensity) ในบริษัทลดลง 5%

6.3.4 ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย (water Intensity)

การใช้น้ำ	ปริมาณ	หน่วย	พื้นที่/ตร.ม	หมายเหตุ
ปี 2564	7.94	ลบ.ม. / ตร.ม.	31,430.00	สนญ. และ 140 สาขา
ปี 2565	6.96	ลบ.ม. / ตร.ม.	35,844.40	สนญ. และ 165 สาขา
ปี 2566	9.70	ลบ.ม. / ตร.ม.	40,226.14	สนญ. และ 194 สาขา

หมายเหตุ : ปี 2565 : สนญ. มีรูปแบบการทำงานแบบ Work From Home 30 % และได้ตั้งใช้พื้นที่ส่วนกลาง 30%

ปี 2566 : สนญ. พนักงานเข้าทำงานตามปกติ และ ใช้พื้นที่แบบเต็ม 100%

6.4 การจัดการขยะและของเสีย

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของเมืองต่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมถึงการให้ความสนใจเป็นพิเศษต่อคุณภาพอากาศและการจัดการของเสียของเทศบาล ผ่านการจัดการขยะของเสียที่เกิดจากการผลิตอาหาร เช่น การแยกขยะขวดพลาสติก พลาสติกแข็ง เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนนำมาใช้ใหม่ (Circular Economy)การจัดการแยกเศษอาหารที่มีสัดส่วนเยอะที่สุดในร้านอาหาร เพื่อไปใช้เป็นอาหารสัตว์หรือปุ๋ย เพื่อลดการสร้างขยะให้เกิดขึ้นในหลุมฝังกลบ ผ่านการร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

6.4.1 แผนการจัดการขยะและของเสีย

บริษัท ให้ความสำคัญกับการคัดแยกขยะและการนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือนำมารีไซเคิล ทั้งในส่วนของสำนักงาน และสาขาร้านอาหาร เพื่อลดการถูกส่งไปหลุมฝังกลบ และสนับสนุนการจัดการขยะอย่างยั่งยืนด้วยการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง อย่างเป็นระบบและถูกวิธี

ตลอดจนการสร้างความรู้และความเข้าใจด้านการจัดการขยะอย่างยั่งยืน ผ่านโครงการรณรงค์คัดแยกขยะ ก่อนทิ้ง เพื่อให้บริหารจัดการขยะได้อย่างเป็นระบบ เช่น สำนักงานใหญ่ ทางบริษัท ได้จัดพื้นที่และถังขยะแยก โดยให้พนักงานร่วมกันแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง การแยกขยะกระดาษในสำนักงานเพื่อนำมารีไซเคิลในการใช้ซ้ำ และการนำ Application GEPP ในการบันทึกข้อมูลมอเนิเตอร์ขยะอย่างเป็นระบบ

บริษัท ได้มีความตั้งใจในการจัดการของเสียที่เกิดจากกระบวนการทำอาหาร โดยมุ่งเน้นการคัดแยกขยะที่ร้านอาหาร โดยมีการแยกวัสดุพลาสติกที่สามารถ รีไซเคิลได้ การแยกเศษอาหาร ออกจากกัน และนำไปยังจุดคัดแยกขยะตาม ศูนย์การค้าต่างๆ โดยร่วมกับโครงการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การแยกขยะพลาสติกยึดกับโครงการรณรงค์การคัดแยกขวดพลาสติก กับโครงการเซ็นทรัลทำ การคัดแยกขยะเศษอาหาร เพื่อลดขยะไปสู่หลุมฝังกลบ รวมทั้งให้ความรู้ ความเข้าใจให้กับพนักงานสาขาในการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี

6.4.2 การจัดการของเสียและเศษอาหาร (Food Waste Management)

ในปี 2566 บริษัทตระหนักและคำนึงถึงปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ในเรื่องการจัดการของเสียจากการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการปรับปรุง ควบคุมกระบวนการทำงาน เพื่อช่วยลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นให้น้อยที่สุด เช่น ลดปริมาณการสูญเสียจากการตัดแต่งวัตถุดิบ การบริหารการสั่งซื้อวัตถุดิบที่เหมาะสม การป้องกันการสูญเสียวัตถุดิบ โดยการคำนวณข้อมูลปริมาณวัตถุดิบและวางแผนการสั่งซื้อให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจน บริษัทมีแผนการพัฒนาเมนู เพื่อลดการสูญเสียจากวัตถุดิบในร้านอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้ง ยังได้ร่วมมือกับศูนย์การค้าที่มีการบริหารจัดการขยะเศษอาหาร โดยทำการคัดแยกขยะเศษอาหารออกจากขยะแห้ง โดยการไม่เทรวมกัน โดยบริษัทได้เข้าร่วม กับ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เวิลด์ การนำขยะอาหารไปผลิตเป็นอาหารสัตว์ เพื่อจัดสรรให้เกิดประโยชน์ และ ศูนย์การค้า เซ็นทรัล เฟสติวัล สมุย นำขยะอาหารไปหมักทำปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อลดขยะเศษอาหารสู่การฝังกลบ

ในส่วนของสำนักงานใหญ่จัดทำโครงการนำขยะอาหารไปรีไซเคิล เปลี่ยนขยะอาหารให้กลายเป็นปุ๋ย โดยเริ่มโครงการตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 เป็นต้นมา



การจัดการขยะอาหารที่นำไปใช้ประโยชน์

ขยะเศษอาหาร (Kg.)	2566	
ปริมาณขยะอาหารที่นำไปทำปุ๋ย สุนัข.	174.53	เริ่มโครงการ พ.ย. 2566
ปริมาณขยะอาหารที่นำไปทำปุ๋ย (สาขา)	7,270.00	สาขา สมุย
ปริมาณขยะที่นำไปเป็นอาหารสัตว์ (สาขา)	8,500.00	สาขา เซ็นทรัลเวสต์
รวมปริมาณ (Kg.)	15,944.53	

6.4.3 เป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย

เป้าหมาย ในปี 2565 การจัดการคัดแยกขยะประเภท รีไซเคิล จำนวน 125 ตัน

เป้าหมาย ในปี 2569 การจัดการคัดแยกขยะประเภท รีไซเคิล จำนวน 150 ตัน

6.4.4 ปริมาณขยะและของเสียที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล

1) การคัดแยกขยะกระดาษสำนักงาน

การคัดแยกขยะกระดาษสำนักงานใหญ่ ส่งต่อให้โครงการ “SCG Paper X” โครงการกระดาษเก่าและกระดาษใหม่ เพื่อรวบรวมเศษกระดาษ เพื่อนำกลับไปรีไซเคิล ผลการดำเนินการ ในปี 2566 สามารถรวบรวมกระดาษที่นำไป รีไซเคิลได้ จำนวน 1,800 กิโลกรัม

Environmental Saving Report



วันที่ 01/01/2023 ถึง 31/12/2023

คุณรีไซเคิลกระดาษไปแล้ว 1,800 กิโลกรัม

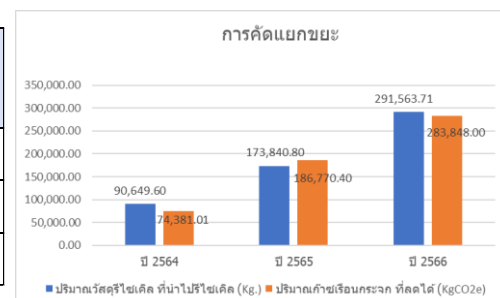
ลดการตัดต้นไม้		31 ต้น
ลดการปล่อยก๊าซ CO2		1,224 กิโลกรัม
ลดการใช้น้ำ		46,800 ลิตร
ลดการปล่อยเสียง		2,520 ลิตร
ลดการปล่อยพลังงาน		7,200 กิโลวัตต์

2) การบริหารจัดการขยะ

ขยะรีไซเคิล จัดแยกประเภทขยะทั้งภายในสำนักงานใหญ่และหน้าสาขา เพื่อบริหารจัดการขยะให้ถูกนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี ตลอดจนสามารถนำกลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน ส่งผลให้บริษัท ได้สามารถคัดแยกขยะที่เกิดจากการใช้ทรัพยากร จากความร่วมมือของสำนักงานใหญ่ และ แบรินด์ในเครือ 7 แบรินด์ จำนวน 91 สาขาทั่วประเทศ ได้ถึง 291 ตัน จากความร่วมมือของพนักงานทุกฝ่าย

ปริมาณการจัดการคัดแยกขยะประเภท รีไซเคิล (สำนักงานใหญ่ และ สาขาร้านอาหาร)

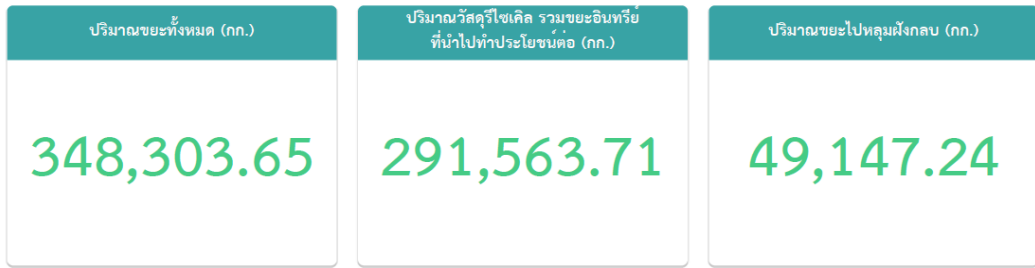
การคัดแยกขยะ	ปริมาณวัสดุรีไซเคิลที่นำไปรีไซเคิล (Kg.)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (KgCO2e)
ปี 2564	90,649.60	74,381.01
ปี 2565	173,840.80	186,770.40
ปี 2566	291,563.71	283,848.00



GEPP ข้อมูลสรุปประเด็นสำคัญ



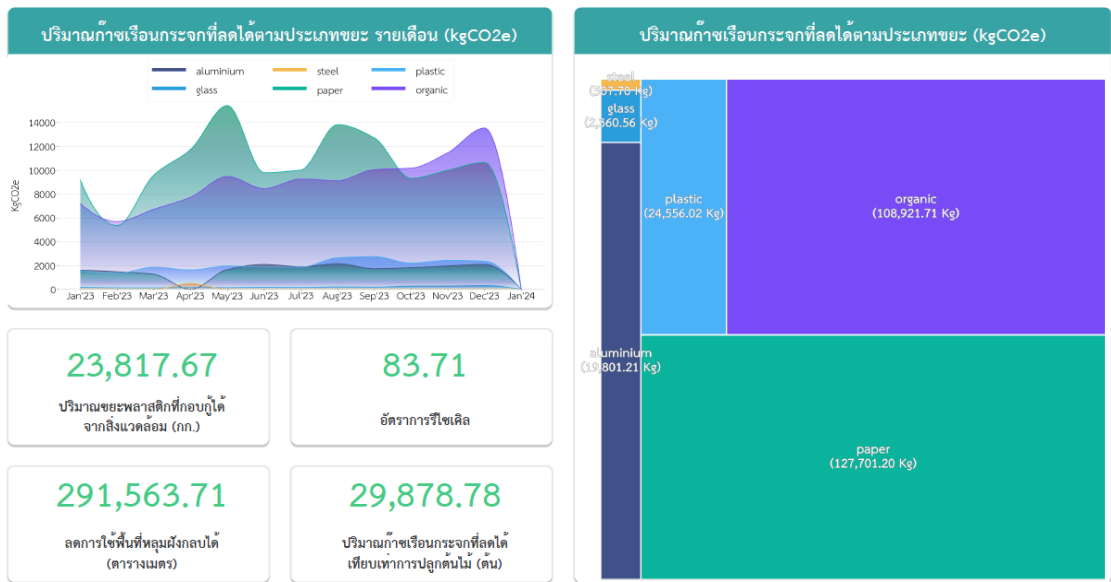
รายงานวันที่ : 2023-01-01 - 2023-12-31



GEPP รายงานด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



รายงานวันที่ : 2023-01-01 - 2023-12-31



3) การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์

มีกระบวนการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่สามารถใช้งานได้ ตั้งแต่การแยกประเภทอุปกรณ์ที่ต้องกำจัดออกเป็นแต่ละหมวดหมู่ ทำการตรวจสอบอุปกรณ์ เพื่อความมั่นใจว่าอุปกรณ์เหล่านั้น ไม่สามารถใช้งานได้แล้ว หรือจะแยกอุปกรณ์บางชนิด ที่สามารถใช้เป็นอุปกรณ์สำรอง เช่น ฮาร์ดดิสก์ หน่วยความจำ (RAM) จัดทำทะเบียน แล้วทำการซึ้มน้ำหนัก หลังจากนั้นทางฝ่ายจะดำเนินการประสานงานติดต่อกับหน่วยงานที่กำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์โดยตรง

การคัดแยกขยะ	2563	2564	2565	2566
ปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ (Kg.)	918.00	1,656.14	2,029.40	6,257.80

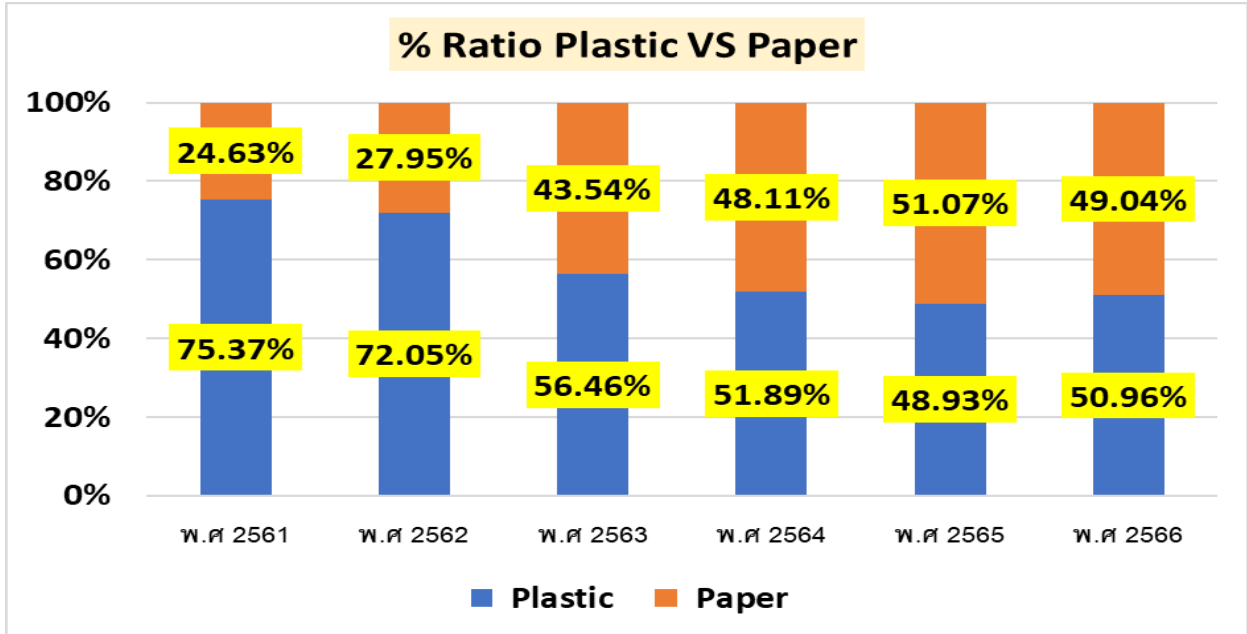
4) การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่บรรจุอาหาร มาเป็นกระดาษหรือวัสดุที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ

ปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การเก็บรักษา และคุณภาพของอาหารจนถึงมือลูกค้า โดยมีความมุ่งมั่นที่จะลดการ

ใช้พลาสติกครั้งเดียวทิ้ง โดยปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษ เป็นหนึ่งในเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและโลกให้
ได้มากที่สุด

เป้าหมาย ในปี 2565 สามารถเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์กระดาษ ได้ 48% ของ บรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

เป้าหมาย ในปี 2569 สามารถเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์กระดาษ ได้ 50% ของ บรรจุภัณฑ์ทั้งหมด



ปริมาณการใช้สินค้ากลุ่มพลาสติกและกระดาษในแต่ละปี (หน่วยเป็น Tons.)

Description	Qty (Tons.)						% (ปี 2566)
	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	
Plastic	118.92	121.60	131.07	171.61	125.70	105.01	50.96%
Paper	38.85	47.18	101.10	159.09	131.21	101.07	49.04%
Grand Total	157.77	168.79	232.17	330.70	256.91	206.08	100.00%

6.5 การจัดการก๊าซเรือนกระจก

คณะทำงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นหน่วยงานหลักในการทำหน้าที่วางแผนและกำหนดเป้าหมายแผนงาน
การดำเนินงานต่างๆ ตลอดจนการตรวจสอบและวิเคราะห์การดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและแผนที่วางไว้ โดยมี
การรายงานผลการดำเนินงานต่างๆ กับ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการการตลาดและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และ
คณะกรรมการบริษัท ทุกไตรมาส

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่และรับผิดชอบในการกำกับดูแลการจัดการความเสี่ยง รวมถึงการอนุมัติงบประมาณ
นโยบาย และแผนการดำเนินงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ โดยมีบทบาทและความรับผิดชอบ
ดังนี้

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

- ดูแลการประเมิน ติดตาม และ จัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ
- มีการประเมินความเสี่ยงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- รายงานความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำ

คณะกรรมการการตลาดและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

- รายงานความคืบหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศกับคณะกรรมการบริษัท (BOD)
- ทบทวนและติดตามการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

คณะกรรมการบริหาร (Executive Committee)

- อนุมัติงบประมาณต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศ
- กำกับดูแลการดำเนินงานและความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการกำหนดความรับผิดชอบและแต่งตั้งคณะทำงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

คณะทำงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (ตัวแทนจากหน่วยงานที่ได้รับการแต่งตั้ง)

- ประสานงาน และ ดำเนินงานต่างๆให้เป็นไปตามเป้าหมายและแผนการดำเนินการที่กำหนดไว้
- รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศและรายงานต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการการตลาดและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทุกไตรมาส
- การพัฒนาความรู้ความเข้าใจและสร้างความตระหนักถึงปัญหาและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดจากการดำเนินงาน เพื่อร่วมกันบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.5.1 แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก

เป็นที่ทราบกันดีว่าระบบอาหารเกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซมีเทนที่ทำให้โลกร้อนขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตอาหารทางการเกษตร การปศุสัตว์ ล้วนเป็นปัจจัยทางอ้อมที่ส่งผลต่อก๊าซเรือนกระจก แต่กิจกรรมหลักที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของร้านอาหารรวมถึงการขนส่ง การแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการทำความเย็น และการจัดการขยะต่างก็ต้องใช้พลังงานมาก ซึ่งทำให้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากตามขึ้นไปด้วย

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร จึงได้เข้าร่วมดำเนินโครงการฯ เพื่อประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร และพิจารณาหาแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

แนวทางการจัดการ ในปี 2566 บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพลังงาน การลดใช้พลังงาน การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร การลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิต เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้มากที่สุด และอยู่ระหว่างจัดทำแผนการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Neutral) เพื่อมีส่วนร่วมของประเทศในการลดก๊าซเรือนกระจกและการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และรับผิดชอบต่อสังคม

6.5.2 การทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร จัดทำรายงานการปล่อยและดูดกลับก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง โดยมีที่ปรึกษา คือ ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านกลยุทธ์ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คณะสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วีกรีน) ทั้งนี้ ข้อมูลการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรได้รับการทวนสอบ จากบริษัท แอลอาร์คิวเอ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ขึ้นทะเบียนกับองค์กรการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการทวนสอบข้อมูลก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นอิสระ

6.5.3 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3

ในปี 2566 ทางบริษัทฯ ได้มีการปรับการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ใหม่ ภายใต้แบรนด์ ZEN จำนวน 46 สาขา โดยวัดผล ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2565 ระดับการรับรองแบบจำกัด ที่ระดับความมีสาระสำคัญร้อยละ 5 และได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2566

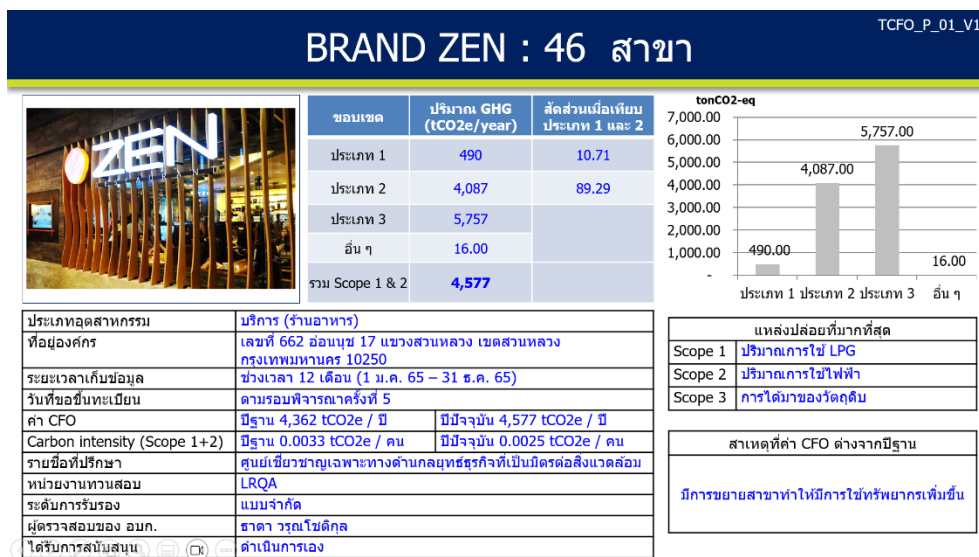
การดำเนินการ	ระยะเวลา วัดผล	BRAND ZEN	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (TonCO2e)			อบก. รับรอง
			ขอบเขตที่ 1	ขอบเขตที่ 2	ขอบเขตที่ 3	
ปี 2565	1 มค - 31 ธค 2564	42 สาขา	430	4,261	5,623	29 พฤศจิกายน 2565
ปี 2566	1 มค - 31 ธค 2565	46 สาขา	490	4,087	5,757	28 สิงหาคม 2566

หมายเหตุ : TonCO2e : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

6.5.4 เป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก

จะร่วมประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์เป็นประจำทุกปี พร้อมค้นหาแนวทางในการลดใช้ก๊าซเรือนกระจกอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก ชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อย่างต่อเนื่อง

6.5.5 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วย (carbon intensity)



แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณ : หน่วย	
	TonCo2e/คน	
	ปี 2564	ปี 2565
Carbon Intensity (ประเภทที่ 1 + 2)	0.0033	0.0025
Carbon Intensity (ประเภทที่ 1 + 2 + 3)	0.0070	0.0056

หมายเหตุ : ในปี 2566 ประเมิน ภายใต้แบรนด์ ZEN จำนวน 46 สาขา

โดยวัดผล ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2565 รายละเอียดตาม หัวข้อ 6.5.3

6.5.6 การชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างยั่งยืน โดยบริษัทชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Offset) ผ่านการเข้าร่วมโครงการคาร์บอนเครดิตจากโครงการโรงไฟฟ้าชีวมวล เบตง กรีน เพาเวอร์ ขนาด 7.5 เมกะวัตต์

Transfer Notification

Dear Sir,

The following transfer has been completed in the registry:

Transfer Details:

From

Account Name: Betong Green Power Company Limited
 Account ID: TH-710-10236-0
 Project Name: 7.5 Megawatt Biomass Based Power Plant Betong Green Power
 Credit Type: TVERs (tCO₂e)
 Amount of Transfer: 2300 tCO₂e

Serial Number: TH1-VER-S0194-40-2020-8039225-8041524-0-0
Issuance Date: 26 August 2021
Vintage Year: 1 January 2020 - 31 December 2020

TO

Account Name: ZEN RESTAURANT HOLDING CO., LTD.
 Account ID: TH-710-10556-0
 Transfer Date: 23 November 2023

7. การดำเนินงานด้านความยั่งยืน มิติสังคม

7.1 สิทธิมนุษยชน

7.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน

ในปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักธรรมาภิบาล และจรรยาบรรณของบริษัทฯ โดยให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักการที่ระบุว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ ข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นรากฐานของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ และดำเนินการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้พนักงานได้เข้าใจถึงสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารจะบรรจุนโยบายสิทธิมนุษยชนไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อสื่อสารไปยังบุคคลภายนอกองค์กร ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ ผู้รับเหมา คู่ค้า และผู้ร่วมธุรกิจ ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ได้ให้ความเคารพ และปฏิบัติต่อทุกคนตามหลักสิทธิมนุษยชน โดยยึดมั่นในมาตรฐานการรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกับบริษัทฯ

7.1.2 การประเมินความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในการดำเนินธุรกิจ (Human Rights Due Diligence: HRDD) พร้อมมาตรการแก้ไข

กลุ่มบริษัทจัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติ เกี่ยวกับระบบการตรวจสอบรอบด้านในการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในการดำเนินธุรกิจ(Human Rights Due Diligence) พร้อมมาตรการแก้ไข www.zengroup.co.th และมีการประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้าน ทั้ง ด้านพนักงาน ด้านลูกค้า ด้านคู่ธุรกิจ/ผู้รับเหมาในห่วงโซ่อุปทานและด้านชุมชน นำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

ทุกด้าน

		ผลกระทบ (Severity)				
		ต่ำมาก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สูงมาก
		1	2	3	4	5
โอกาสที่จะเกิด (Likelihood)	สูงมาก	5				
	สูง	4				
	ปานกลาง	3				
	ต่ำ	2	3	3		
	ต่ำมาก	1	1	4		
ค่าเฉลี่ย = 3.94 (ความเสียหาย)						

ประเด็นการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

1. ด้านพนักงาน
2. ด้านลูกค้า
3. ด้านคู่ธุรกิจ / ผู้รับเหมาในห่วงโซ่อุปทาน
4. ด้านชุมชน

ค่าเฉลี่ย 3.94 ความเสี่ยงต่ำ

สรุปสิทธิมนุษยชนของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

การเคารพในสิทธิของความเท่าเทียม/ความเสมอภาคของบุคคล	ดูแลลูกค้าโดยเท่าเทียม และปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ โดยเคร่งครัด อย่างเสมอภาค โดยไม่คำนึงถึง เชื้อชาติ ศาสนา เพศ การศึกษา และสถานะทางสังคม
การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล	ปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ให้ได้รับความปลอดภัยสูงสุด เนื่องจากการใช้สินค้าหรือบริการ ของบริษัทฯ
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า	คำนึงถึงและระมัดระวัง ในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ในการติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการขาย กิจกรรมทางการตลาด อันเกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือการให้บริการ
การคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัย ของลูกค้า	ดูแลสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ รวมถึง อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ หรือ ดูแลเกี่ยวกับชีวอนามัย ความสะอาด สุขอนามัย ตามมาตรฐานของสินค้าบริการ ที่จะส่งมอบแก่ลูกค้า

7.1.3 จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา

ทั้งนี้ในปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีเหตุข้อพิพาทแรงงาน หรือมีประเด็นที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนทั้งในองค์กรและภายนอก นอกจากนี้มีเหตุการณ์ที่มีผู้ใช้บริการหน้าสาขามีอุบัติเหตุเพียงเล็กน้อย 2 ครั้ง ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้มีการเยียวยาทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงินอย่างเหมาะสม จนได้ข้อยุติทุกราย

7.2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องการจ้างพนักงาน โดยจัดทำเป็นนโยบายด้านการจ้างงาน และการบริหารแรงงานที่ได้กำหนดให้สอดคล้องกับแนวทาง และ มาตรฐานสิทธิมนุษยชน ระหว่างประเทศ อันประกอบด้วย ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และปฏิญญาว่าด้วยหลักการ และสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ รวมทั้งกฎหมายแรงงานของประเทศที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ โดยมีหลักเกณฑ์ตาม มาตรฐานสากล และตาม

นโยบายการบริหารของบริษัทฯ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงานของบริษัทฯ เพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีและความผูกพันต่อบริษัทฯ ของพนักงานบนพื้นฐานการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และการเคารพซึ่งกันและกัน

7.2.1 การเคารพความแตกต่างและความเสมอภาค

7.2.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเคารพความแตกต่างและความเสมอภาคภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน โดยไม่แบ่งเพศ อายุ สัญชาติ ความพิการ ศาสนา และอื่นๆ

- แรงงานเด็ก** บริษัทฯ จะปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยอายุขั้นต่ำในการจ้างงาน และจะไม่ให้แรงงานผู้เยาว์ทำงานที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและพัฒนาการ รวมถึงส่งผลกระทบต่อการศึกษาภาคบังคับ
- แรงงานบังคับ** บริษัทฯ จะไม่กระทำ หรือสนับสนุนให้มีการใช้แรงงานบังคับในทุกรูปแบบ และจะไม่เรียก เก็บเงิน หรือเก็บยึดเอกสาร ประจำตัวใดๆ ของพนักงาน เว้นแต่เป็นการดำเนินการที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย
- การไม่เลือกปฏิบัติ** บริษัทฯ จะเคารพในความแตกต่าง และปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เอื้อประโยชน์หรือลิดรอนสิทธิของพนักงานอย่างไม่เป็นธรรม ด้วยสาเหตุมาจากเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว ต้นตระกูล ศาสนา สถานะทางสังคม เพศ อายุ ความพิการหรือทุพพลภาพ แนวคิดทาง การเมือง ตลอดจนสถานภาพเกี่ยวกับการสมรส นอกจากนี้จะกำหนดมาตรการป้องกัน และแก้ปัญหาเกี่ยวกับการล่วงละเมิดทางเพศ บริษัทฯ จะสนับสนุนชุมชนโดยการจ้างงานคนในชุมชน รวมถึงบุคคลด้อยโอกาสในสังคม
- การจ่ายค่าตอบแทน** บริษัทฯ จะจ่ายค่าจ้าง ค่าตอบแทนรวมทั้งค่าครองชีพ และผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน บริษัทฯ จะปฏิบัติตามแนวคิดการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกันสำหรับงานที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศชาย และเพศหญิง
- ชั่วโมงการทำงาน** บริษัทฯ จะกำหนดชั่วโมงการทำงานปกติไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด และจะดูแลให้ชั่วโมงการทำงานล่วงเวลาของพนักงานเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
- เสรีภาพในการสมาคม และการเจรจาต่อรอง** บริษัทฯ จะเคารพสิทธิพนักงานในการสมาคม หรือ รวมกลุ่มในรูปแบบใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อกฎหมายรวมถึงการเข้าร่วมใน กระบวนการเจรจาต่อรองตามขั้นตอน ของกฎหมาย
- ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก** บริษัทฯ จะดำเนินการส่งเสริมสนับสนุน คงไว้ และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้เกิดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ป้องกันมิให้ เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของพนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง
- การคุ้มครองแรงงานหญิงมีครรภ์** บริษัทฯ จะจัดให้พนักงานหญิงที่มีครรภ์ทำงานที่ปลอดภัย ในช่วง เวลาที่เหมาะสม และไม่เป็นอันตรายต่อการมีครรภ์ หรือเป็นอันตรายต่อบุตรในครรภ์
- วินัยและการลงโทษ** บริษัทฯ จะไม่ใช้วิธีการลงโทษทางวาจาที่ไม่เหมาะสม และไม่ลงโทษทางร่างกาย

กลุ่มบริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้การเคารพสิทธิแรงงานของพนักงาน ตลอดจนยึดมั่นหลักมาตรฐานด้านแรงงานเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่มีความเป็นเลิศ ตลอดจนการให้เสรีภาพในการแสดงออก แสดงความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของบริษัทฯ พร้อมทั้งมุ่งสร้างความเป็นธรรมและ ความเหมาะสมด้านการจ้างงาน ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน และพักจากการทำงาน รวมไปถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และสวัสดิการทาง

สังคม โดยบริษัทฯ ได้จัดสรรสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ด้วยความเป็นธรรมและเหมาะสมให้กับพนักงาน ตามตัวอย่างในตารางด้านล่าง

สวัสดิการ	สิทธิตามกฎหมายกำหนด	สิทธิที่บริษัทฯ มอบให้พนักงาน
จำนวนวันเพื่อเลี้ยงดูบุตรสำหรับพนักงานหญิง	98 วัน	98 วัน
วันหยุดตามประเพณี	ไม่น้อยกว่าปีละ 13 วัน	14-16 วัน
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	ไม่น้อยกว่าปีละ 7 วัน	7-15 วัน
วันลาภิก	3 วัน	3 วัน

นอกจากนี้ ยังมีการจัดสรรสวัสดิการด้านเศรษฐกิจอื่น ๆ ให้กับพนักงานด้วย เช่น สวัสดิการเงินกู้จากสถาบันการเงิน ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เงินช่วยเหลือกรณีเดินทางไปปฏิบัติงานต่างประเทศ / ต่างจังหวัด ค่าเบี้ยเลี้ยง ฯลฯ เป็นต้น ตลอดจนพนักงานได้รับสิทธิพิเศษด้านความมั่นคงของชีวิต อาทิ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันกลุ่ม (ประกันชีวิต, ประกันอุบัติเหตุ, ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยใน – ผู้ป่วยนอก), เงินช่วยเหลือกรณีพนักงานมรณกรรม, การให้ทุนการศึกษาบุตรพนักงาน, เงินรางวัลอายุงาน, และเงินช่วยเหลือกรณีประสบภัยพิบัติ ฯลฯ เป็นต้น

7.2.1.2 จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาคและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา

ทางบริษัทฯ ไม่มีกรณีเหตุการณ์ หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาคและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม

7.2.2 การจ้างงาน

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายเรื่องการว่าจ้างที่เป็นธรรม และมีความเสมอภาคโดยไม่เลือกปฏิบัติ ให้โอกาสผู้ที่มีความรู้ความสามารถ เท่าเทียมกัน และโปร่งใส โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

ตามระเบียบเรื่องการว่าจ้างพนักงาน กลุ่มบริษัทฯ เปิดโอกาสการจ้างงานอย่างเท่าเทียมจากความรู้ความสามารถ และคุณสมบัติที่เป็นไปตามคุณสมบัติของพนักงาน และมีกระบวนการคัดเลือกอย่างโปร่งใส โดยมีการประกาศรับสมัครและพิจารณา คุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ ความมุ่งมั่น และทัศนคติที่ดี โดยมีกลุ่มทรัพยากรบุคคล แผนกสรรหาและว่าจ้าง รวมถึงผู้บังคับบัญชาของหน่วยงานร่วมกันทำหน้าที่พิจารณาสรรหาและคัดเลือก

การประกาศรับสมัครงานของบริษัทในตำแหน่งต่าง ๆ เคารพ สิทธิมนุษยชน ให้โอกาสที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศในการสมัครงาน รวมถึงมีการประกาศรับสมัครตำแหน่งพิเศษสำหรับผู้พิการ เพื่อเป็นการ เปิดโอกาสในการทำงานให้กับผู้พิการ และกลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พร้อมทั้งยังมีแนวทางในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมคนพิการให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจ้างงาน การให้การสนับสนุนด้านทุนทรัพย์ เพื่อพัฒนาอาชีพ และการให้ความช่วยเหลืออื่นใด รวมถึงการสนับสนุนเงิน ตามที่กฎหมายกำหนด

7.2.2.1 จำนวนพนักงานแยกตามเพศ อายุ ระดับตำแหน่ง รวมไปถึงผู้พิการ

รายละเอียดพนักงาน	2564		2565		2566	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานจำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง						
พนักงานประจำ (คน)	722	1,016	915	1,304	1,005	1,505
พนักงานพาร์ทไทม์ (คน)	191	375	339	613	367	710
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับปฏิบัติงาน					ชาย	หญิง
ผู้บริหารระดับสูง (คน)	5	5	7	7	3	2
ผู้บริหารระดับผู้อำนวยการ (คน)	4	9	3	10	6	15
ผู้บริหารระดับผู้จัดการ (คน)	81	91	56	45	26	31
ผู้บริหารระดับหัวหน้าส่วน (คน)	105	180	50	141	45	43
พนักงานปฏิบัติการ	718	1,106	1,138	1,714	1,292	2,124
จำนวนพนักงานผู้หญิง จำแนกตามระดับตำแหน่ง					ชาย	หญิง
ผู้บริหารระดับสูง					9	17
ผู้บริหาร					71	74
พนักงาน					1,292	2,124
จำนวนพนักงานแยกตามอายุ					ชาย	หญิง
อายุ <30	581	819	852	1,244	1,000	1,485
อายุ 30-50	333	499	381	606	351	638
อายุ >50	12	60	21	67	21	92
จำนวนพนักงานแยกตามสัญชาติ					ชาย	หญิง
ไทย					1,249	2,129
พม่า					115	84
กัมพูชา					3	-
ลาว					3	2
อื่นๆ					2	-

รายละเอียดพนักงาน	2564		2565		2566	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานพิการ (คน)					ชาย	หญิง
พนักงานพิการ					9	20
จำนวนพนักงานทั้งหมด (คน)	913	1,391	1,254	1,917	1,372	2,215
	2,304		3,171		3,587	

7.2.2.2 จำนวนพนักงานผู้พิการและ/ หรือผู้สูงอายุ

พนักงานผู้พิการ

ในปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 โดยการสนับสนุนผู้พิการมีแนวทางการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม การจัดงานให้เหมาะสมกับผู้พิการ โดย ผู้พิการสามารถทำงานในถิ่นที่พำนัก ตามปณิธานสร้างงาน สร้างอาชีพ เพื่อคนพิการ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนที่อยู่อาศัย

โดยทางกลุ่มบริษัทฯ ให้การสนับสนุนกลุ่มผู้พิการในปี 2566 จำนวน 44 คน และแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มมาตรา 33 บริษัทฯ ได้ดำเนินการรับผู้พิการเข้ามาเป็นพนักงานบริษัทฯ จำนวน 32 คน
2. กลุ่มมาตรา 35 บริษัทฯ สนับสนุนผู้พิการแบบจำเพาะดูแลโครงการ และสนับสนุนโครงการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 โครงการ รวมผู้พิการที่บริษัทฯ สนับสนุนจำนวน 12 คน ดังนี้
 - 2.1 โครงการใจดีฟาร์มหันคา/ไพรงกยุง จังหวัดชัยนาท จำนวน 8 คน
 - 2.2 จำรงกยุงภายใต้ดูแลโครงการใจดีฟาร์มจำนวน 4 คน

พนักงานผู้สูงอายุ

ตามระเบียบข้อบังคับการทำงานของพนักงาน กลุ่มบริษัทฯ กำหนดให้พนักงานเกษียณอายุเมื่ออายุครบ 60 ปี บริบูรณ์ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ มีนโยบายต่อเกษียณอายุให้กับพนักงานในรูปแบบปีต่อปี ซึ่งการต่อเกษียณอายุบริษัทฯ และพนักงานจะมีความเห็นชอบร่วมกันทั้ง 2 ฝ่ายด้วยความสมัครใจ

ในปี 2566 ทางกลุ่มบริษัทฯ มีพนักงานเกษียณอายุจำนวน 3 คน ประสงค์ให้บริษัทฯ เลิกจ้างกรณีสิ้นสุดเกษียณอายุ และได้รับเงินชดเชยเลิกจ้างตามกฎหมายแรงงาน

7.2.3 การส่งเสริมแรงงานสตรี

7.2.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสตรีในสถานประกอบการอย่างเท่าเทียม

กลุ่มบริษัทฯ อยู่ในระหว่างการดำเนินงานจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติโดยเฉพาะเกี่ยวกับการส่งเสริมสตรีในสถานประกอบการอย่างเท่าเทียม เพื่อให้สะท้อนถึงการสร้างโอกาสในการเติบโตทางวิชาชีพให้แก่บุคลากรในสถานประกอบการอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติทางเพศ

7.2.4 การต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก

ทางบริษัทฯ ได้มีนโยบายเรื่องสิทธิมนุษยชน ในข้อ 5 (5.3) บริษัทฯจะไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างเด็ดขาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบังคับใช้แรงงาน การใช้แรงงานข้ามชาติโดยผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก และการค้ามนุษย์

7.2.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กร

กลุ่มบริษัทฯ อยู่ในระหว่างการดำเนินงานจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับมีเจตจำนงในการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กหรือจ้างงานเด็ก ซึ่งเป็นบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปีบริบูรณ์ตามนิยามขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯไม่มีการใช้แรงงานเด็กตามนิยามดังกล่าว

7.2.4.2 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้าเพื่อให้คู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัท และบริษัทย่อย ภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน ได้ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเป็นไปตามกฎหมาย ยึดถือและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ทั้งนี้ตามจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้าข้อ 2.2 คู่ค้าจะไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบังคับใช้แรงงาน การใช้แรงงานข้ามชาติโดยผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก และการค้ามนุษย์

7.2.4.3 จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่ได้รับร้องเรียนหรือตรวจพบการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา

ทางบริษัทฯ ไม่มีกรณีเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน

7.2.5 การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

การจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงาน โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้พิจารณาค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามตำแหน่งและรายละเอียดหน้าที่การทำงานของพนักงาน รวมทั้งจัดให้มีสวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม บริษัทฯ มีสวัสดิการที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานได้ อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการพิจารณาปรับเงินเดือนประจำปี โดยนำผลการปฏิบัติงาน ของพนักงานเป็นเครื่องมือในการพิจารณาการปรับเงินเดือนประจำปี เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างต่อเนื่อง และรักษาบุคลากรที่มีความสามารถให้มีความผูกพันกับบริษัทฯ

7.2.5.1 จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน

กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสมตามตำแหน่งงาน สำหรับในปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ ได้จ่ายค่าตอบแทนรายได้คงที่รวมให้กับพนักงาน เท่ากับ 742.74 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

ประเภทพนักงาน	ค่าตอบแทนรวมพนักงาน ประจำปี 2566 / ล้านบาท
พนักงานประจำ	633.59
พนักงานพาร์ทไทม์	109.15
รวม	742.74

7.2.5.2 ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

กลุ่มบริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยตั้งใจให้พนักงานประจำและบุคลากรที่มีศักยภาพสนใจเข้าร่วม เพื่อสร้างหลักประกันทางการเงินของพนักงานก่อนเข้าสู่วัยเกษียณ โดย ณ สิ้นปี 2566 มีพนักงานสมัครเข้าเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 665 คน คิดเป็น 42% ของพนักงานประจำทั้งหมด

7.2.5.3 ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศ

กลุ่มบริษัทฯ ได้คำนวณสัดส่วนค่าตอบแทนของพนักงานหญิงต่อพนักงานชายในปี 2566 เท่ากับ 0.80 : 1 หมายความว่าพนักงานชายของกลุ่มบริษัทฯ ได้รับค่าตอบแทนสูงกว่าพนักงานหญิงประมาณ 0.29%

7.2.6 การพัฒนาพนักงาน

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ “การพัฒนาและสนับสนุนทรัพยากรมนุษย์” เป็นอย่างมากและถูกสะท้อนอยู่ใน ค่านิยมและแผนกลยุทธ์หลักของการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร โดยกลุ่มบริษัทฯ มีความเชื่อว่าบุคลากรที่มีความสามารถและมีทัศนคติเชิงบวกจะช่วยให้องค์กรสามารถเติบโตและคงความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งสามารถส่งเสริมคุณค่าให้กับสังคมโดยรวมอีกด้วย กลุ่มบริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมีอาชีพความมีที่ติ และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับพนักงานระดับ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาสายอาชีพควบคู่ไปกับการสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งกลุ่มเป้าหมายด้านการพัฒนาบุคลากร 3 ระดับ ได้แก่

- กลุ่มสมาชิกชุมชนและสถานศึกษา
- กลุ่มพนักงาน
- กลุ่มผู้บริหารศักยภาพสูงและผู้นำ

7.2.6.1 แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน

1) กลุ่มสมาชิกชุมชนและสถานศึกษา

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนและสังคมต่อเนื่องเสมอมา จึงได้มีโครงการต่างๆ ร่วมกับสถานบันการศึกษา และภาคราชการ โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้ามาปฏิบัติงานจริงกับองค์กรโดยเริ่มต้นจากการปฐมนิเทศน์ให้พนักงานได้ทำความรู้จักองค์กร มีความเข้าใจในธุรกิจร้านอาหาร จากนั้นบริษัทฯ ได้จัดแผนการเรียนรู้อย่างเป็นทางการให้นักศึกษาได้เรียนรู้งานทั้งสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน รวมทั้งเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้พบปะพูดคุยกับผู้บริหารขององค์กรอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดการเรียนรู้ผ่านระบบดิจิทัลไว้เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้คู่กับการลงมือปฏิบัติงานจริงอีกด้วย

2) กลุ่มพนักงาน

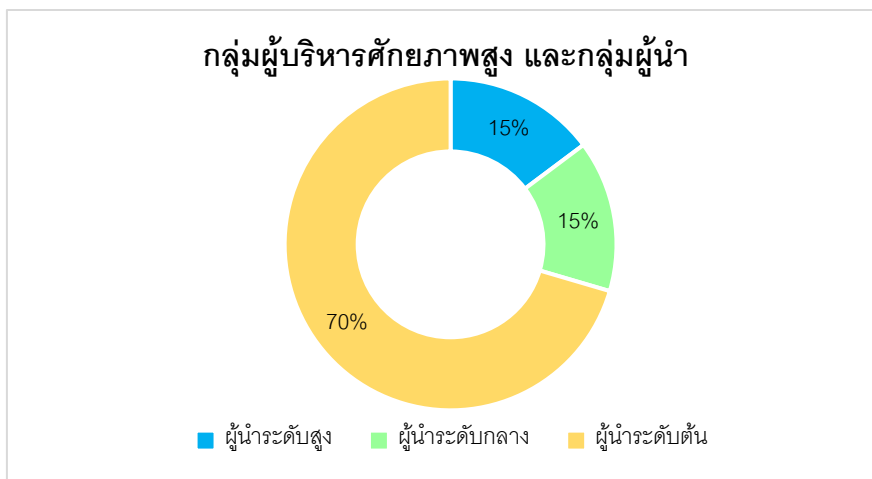
กลุ่มบริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งเสริมพัฒนาความรู้และศักยภาพของพนักงานในทุกระดับครอบคลุมพนักงานทุกหน่วยงานทั้งสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน โดยมีการจัดทำและวิเคราะห์สมรรถนะ และจัดทำแผนพัฒนาของสายงานและแผนพัฒนารายบุคคล จากนั้น บริษัทฯ จึงทำการพัฒนาพนักงานผ่านกรอบแนวคิด 70/20/10 กล่าวคือ 70% ส่งเสริมให้พนักงานได้ฝึกอบรมจากการปฏิบัติงานจริงคู่กับที่เลี้ยง 20% ส่งเสริมการอบรมในห้องเรียน และ

10% ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผ่านระบบดิจิทัล โดยมีการติดตามผลการพัฒนาตามระยะเวลาที่กำหนด และมีการวางแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงวางแผนพัฒนาสายอาชีพไว้รองรับด้วย ดังนี้



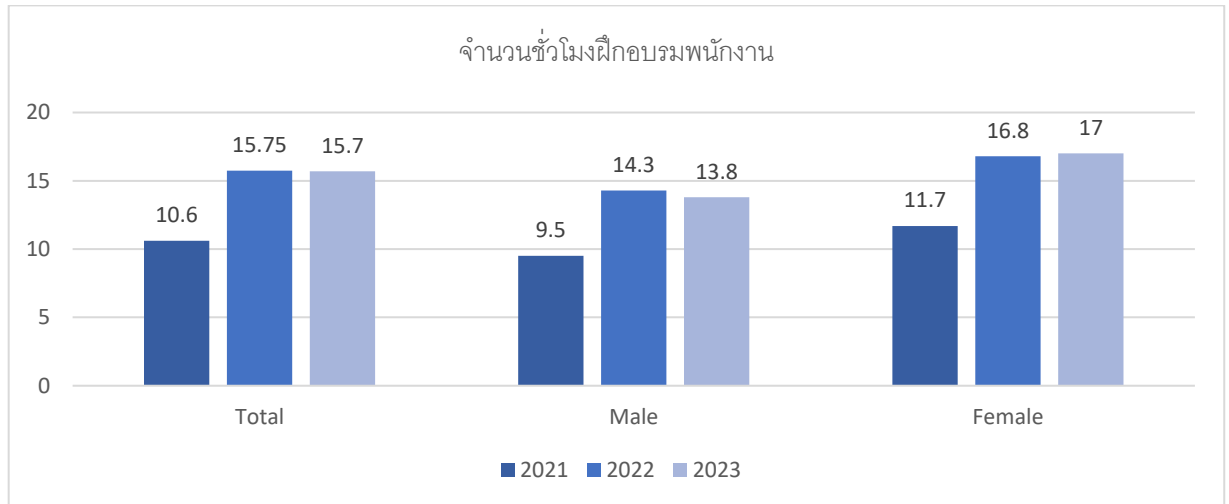
3) กลุ่มผู้บริหารศักยภาพสูงและผู้นำ

กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการคัดเลือก กลุ่มพนักงานศักยภาพสูง และผู้สืบทอดตำแหน่ง และได้จัดให้มีแผนพัฒนาผู้บริหารและผู้นำที่มีศักยภาพสูง (Executive Program & Leadership Program) ตามสมรรถนะที่ได้กำหนด และทำการประเมินไว้ เพื่อส่งเสริมทักษะความรู้ด้านการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรต่างๆ ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งส่งเสริมทัศนคติเชิงบวก เพื่อให้กลุ่มผู้บริหารและผู้นำระดับสูงเป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพต่อองค์กรและสังคมอย่างยั่งยืน



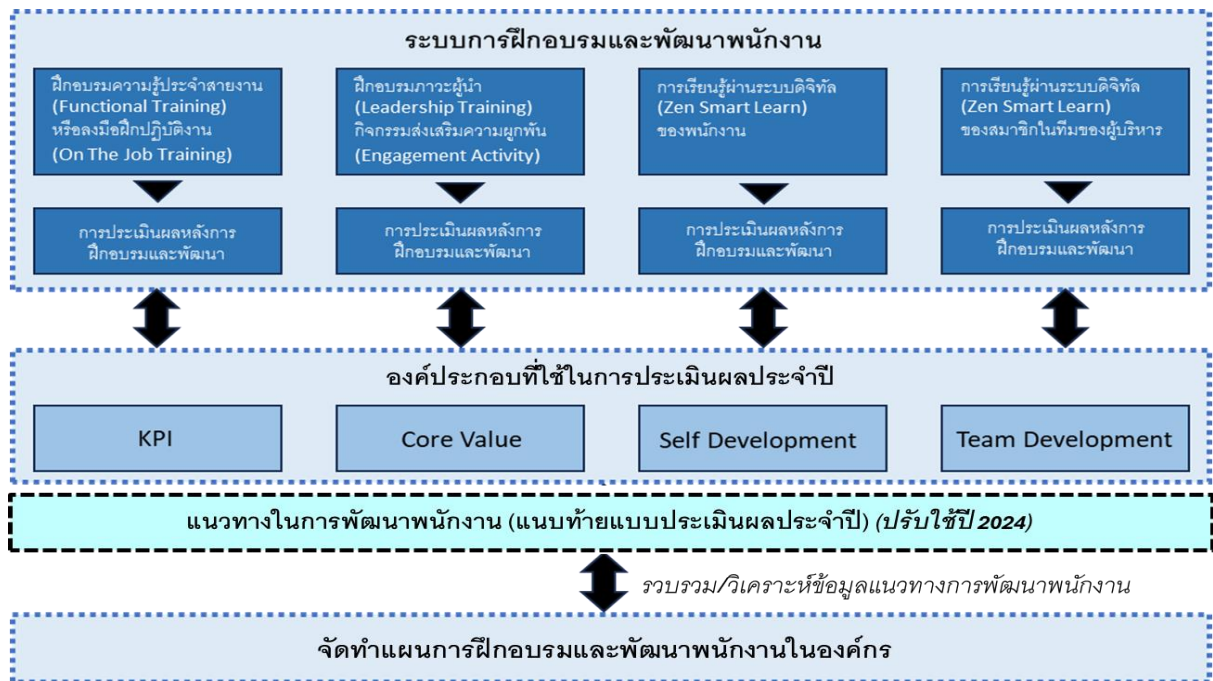
นอกเหนือจากการพัฒนาพนักงาน บริษัทฯ ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญกับการการอบรมด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อช่วยให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง โดยกลุ่มพนักงานใหม่จะได้รับการอบรมตั้งแต่วันปฐมนิเทศ และกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่แล้วจะเข้าเรียนเพื่อทบทวนความรู้ผ่านระบบการเรียนแบบดิจิทัล โดยหลังการอบรมพนักงานจะต้องทำแบบทดสอบและผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังทำการเก็บประวัติการเข้าอบรมและการผ่านการอบรมของพนักงานไว้อีกด้วย

7.2.6.2 จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน



7.2.6.3 แผนการพัฒนาพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรของบริษัทเป็นอย่างมาก และได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนพัฒนาพนักงานในรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมพนักงานในทุกระดับ ที่สำคัญคือบริษัทได้เชื่อมโยงการพัฒนาพนักงานเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานอย่างชัดเจน โดยยึดกรอบแนวคิดดังนี้



การพัฒนาความรู้ด้านการปฏิบัติงาน หรือ Functional Training รวมทั้งการฝึกฝึกลงมือปฏิบัติจริงคู่กับพี่เลี้ยง หรือ On the job training (OJT) นั้นนอกจากมีการทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรมแล้ว บริษัทฯ ยังเชื่อมโยงพัฒนาพนักงานส่วนนี้เข้ากับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีส่วนที่เรียกว่า KPI ด้วย

การพัฒนาพฤติกรรมที่พึงประสงค์ (Leadership Training) เป็นการพัฒนาส่งเสริมภาวะผู้นำให้กับพนักงาน ซึ่งนอกจากมีการทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรมแล้ว บริษัทฯ ยังเชื่อมโยงการพัฒนาพนักงานส่วนนี้เข้ากับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีส่วนที่เรียกว่าการประเมินพฤติกรรมด้วย Core Value ด้วย

การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบดิจิทัล (E-Learning) หรือที่เรียกว่าระบบ Zen Smart Learn นั้นมีการกำหนดเป้าหมายเป็นรายไตรมาสให้กับพนักงานทุกระดับอย่างชัดเจน และมีการเก็บประวัติการเรียนรู้มาเป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินผลประจำปีส่วนที่เรียกว่าการเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือ Self-Development ด้วย และผลการเรียนรู้ส่วนนี้ของพนักงานบริษัทนำมาเป็นส่วนหนึ่งของคะแนน Team Development ในระดับผู้บริหารด้วย

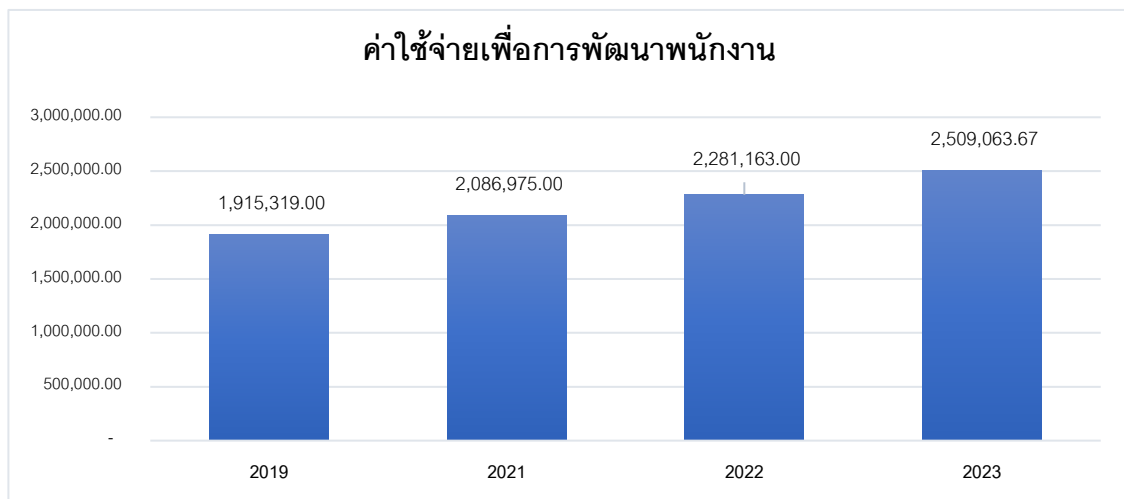
นอกจากนี้การส่งเสริมการเรียนรู้ของทีมงานเป็นเกณฑ์การประเมินของระดับบริหารที่บริษัทฯ กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยพิจารณาจากจำนวนเปอร์เซ็นต์การเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือ Self-Development ของทุกคนในทีมมาประกอบเป็นการประเมินผลหัวหน้าทีม

สำหรับแผนในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงแบบฟอร์มเพื่อระบุแนวทางการพัฒนาพนักงานแบบท้ายแบบฟอร์มการประเมินผลปฏิบัติงานประจำปีเพิ่มเติม เพื่อนำผลที่ได้ของพนักงานทุกระดับมาประมวลและวิเคราะห์ เพื่อจัดทำแผนการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานขององค์กรต่อไป

7.2.6.4 เป้าหมายการพัฒนาพนักงาน

กลุ่มสมาชิกชุมชนและสถานศึกษา	กลุ่มสมาชิกชุมชนและสถานศึกษา	กลุ่มพนักงาน	กลุ่มผู้บริหารศักยภาพสูงและผู้นำ
เป้าหมาย: นักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงานกับองค์กรในอัตราส่วน 50% ของจำนวนพนักงาน Part Time ทั้งหมด	เป้าหมาย: การจ้างงานผู้พิการและสนับสนุนหน่วยงานที่ส่งเสริมการจ้างงานผู้พิการอัตราส่วน 100% ตามข้อกำหนด	เป้าหมาย: อบรมพนักงานภายในองค์กรทุกระดับ 100% ทั้งสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน	เป้าหมาย: อบรมกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้นำในสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุนครบ 100%
สำเร็จมากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ มีนักศึกษาเข้าฝึกปฏิบัติงานกับองค์กรในอัตราส่วน 75% ของจำนวนพนักงาน Part Time	สำเร็จมากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ มีการจ้างงานผู้พิการและสนับสนุนหน่วยงานส่งเสริมการจ้างงานผู้พิการในอัตราส่วน 164.3% เมื่อเทียบกับข้อกำหนด	สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ มีการอบรมพนักงานภายในองค์กรทุกระดับจำนวน 100% ทั้งสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน	สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ มีการอบรมกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้นำในสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุนครบ 100%
การติดตามประเมินผล		: การทวนสอบโดยผู้ประเมินภายนอก (การจ้างงาน และชุมชน) : การติดตามผลภายใน โดยการจัดการฝึกอบรมและการให้การศึกษา	
หน่วยงานผู้รับผิดชอบ		: กลุ่มงานทรัพยากรบุคคล	

7.2.6.5 จำนวนค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน



7.2.6.6 ประโยชน์ที่พนักงานและ/ หรือองค์กรได้รับจากการพัฒนาพนักงาน

ประโยชน์ที่พนักงานได้รับจากการพัฒนาพนักงาน

การได้รับการพัฒนาเปรียบเสมือนการส่งเสริมศักยภาพ ให้แนวทาง วิธีการ และเครื่องมือ ที่จะช่วยให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจและทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ลดความกังวลของพนักงานในการปฏิบัติงาน ช่วยให้เกิดการทำงานเป็นทีม ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้นี้สะท้อนผ่านระดับคะแนนความผูกพันที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้พนักงานที่ได้รับการพัฒนาและมีความพร้อมตามเกณฑ์สมรรถนะที่กำหนดบริษัทได้จัดทำแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพรองรับไว้ ซึ่งพนักงานที่ได้รับการปรับตำแหน่งจะได้เข้าร่วมพิธีปรับตำแหน่งประจำปี โดยมีผู้บริหารและพนักงานจำนวนมากร่วมแสดงความยินดี เพื่อสร้างงานที่มีคุณค่าสำหรับพนักงานและ ความมั่นคงในสายอาชีพ

ประโยชน์ที่องค์กรได้รับจากการพัฒนาพนักงาน

การที่พนักงานขององค์กรได้รับการพัฒนาช่วยให้องค์กรมีพนักงานที่มีศักยภาพสูง มีความรู้ ความสามารถ รวมถึงมีทัศนคติและพฤติกรรมเชิงบวก ช่วยส่งผลให้กระบวนการปฏิบัติงานทั้งระบบเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในระดับสูง ช่วยให้องค์กรเจริญเติบโต มีศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ สถานการณ์ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจมหภาคเกิดขึ้นได้เสมอซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่มีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา การพัฒนาศักยภาพของพนักงานช่วยส่งเสริมให้องค์กรและพนักงานพร้อมรับมือกับการเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างรวดเร็วทันต่อสถานการณ์อีกด้วย อีกทั้ง การพัฒนาพนักงานยังส่งเสริมให้ระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรอยู่ในระดับที่สูงขึ้นอีกด้วย โดยในปี 2565 เท่ากับ 80.35 และในปี 2566 เพิ่มขึ้นเป็น 90.22 นอกจากนี้ ยังช่วยให้อัตราการลาออกของพนักงานกลุ่มงานสนับสนุนลดลงจากเดิมในปี 2565 เท่ากับ 22.9% ลดเหลือเพียง 13.0% ในปี 2566 ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานทดแทนลดลงจำนวน 90,000 บาท หรือลดลง 41.25%

อัตราการลาออกของพนักงาน (สนับสนุน)



ค่าใช้จ่ายในการสรรหาพนักงานทดแทน (บาท)



7.2.7 การปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

7.2.7.1 แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน จึงกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางในการยึดถือในการปฏิบัติงาน โดยให้มีการวางแผน จัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยและระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพในปริมาณที่เพียงพอ และเหมาะสมในสำนักงาน และสถานประกอบการเพื่อป้องกันและควบคุมความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดความสูญเสียอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ หรือความเจ็บป่วยจากการปฏิบัติงาน

ทรัพย์สินสูญเสียชีวิตหรือเสียหาย การปฏิบัติงานไม่ถูกวิธีและความผิดพลาดอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้น โดยได้กำหนดไว้เป็นนโยบายสรุปได้ ดังนี้

- ส่งเสริมให้พนักงานทำงานด้วยความปลอดภัย ปลอดภัยเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานทุกคน ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สินของพนักงาน กลุ่มบริษัทฯ และผู้ที่เกี่ยวข้อง
- พนักงาน บริษัทฯทุกคนจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ พระราชบัญญัติหรือประกาศของหน่วยงานราชการ ระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ ในที่เกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างเคร่งครัด
- บริษัทฯ จะส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน พัฒนาเพื่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัย ในการทำงาน รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยให้เพียงพอ และจัดให้มีการฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญและอันตรายที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งให้ทราบถึงสาเหตุ วิธีการป้องกันที่ถูกต้อง
- บริษัทฯ จะดำเนินการพัฒนาสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน และโดยรอบบริเวณสำนักงานให้สะอาด ถูกสุขลักษณะ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของส่วนรวม
- ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมเพื่อความปลอดภัยและกิจกรรมเพื่อเป็นการปรับปรุงสภาพการทำงาน ที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงานโดยรวม
- บริษัทฯจะมีการทบทวน ประเมินผล ด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงานอยู่เสมอเพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม
- ให้ผู้บังคับบัญชาต้องปฏิบัติเป็นตัวอย่างที่ดี มีการประเมินผลตามนโยบายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด พนักงานต้องให้ความสำคัญของการเกิดอุบัติเหตุ อุบัติภัยที่จะกระทบต่อสุขอนามัย ความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบได้อย่างทันที และเต็มกำลังความสามารถ ค้นหาสาเหตุและป้องกันการเกิดซ้ำ
- บริษัทฯ พิจารณาลงโทษตามระเบียบการทำงานของพนักงาน ในกรณีพนักงานผู้ฝ่าฝืน ต่อระเบียบและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มบริษัทฯ มุ่งสร้างวัฒนธรรม และปลูกจิตสำนึกความปลอดภัยในองค์กร เพื่อให้บุคลากรทุกระดับให้ความสนใจและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยในการปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวัง ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบด้านความปลอดภัย บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมด้านความปลอดภัยดังนี้

1. การให้ความรู้ ชี้แนะนำ ด้านความปลอดภัย
2. การฝึกอบรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้
3. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านความปลอดภัยผ่านอีเมลล์

ในปี 2566 ได้มีการฝึกอบรมหลักสูตรเพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ให้กับพนักงานใหม่ และพนักงานทั่วไป ครอบคลุมทั้งพนักงานในสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน ได้แก่ หลักสูตรความปลอดภัยเบื้องต้นสำหรับพนักงานใหม่ และหลักสูตรความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานซึ่งครอบคลุมหัวข้อ (1)

ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (2) กฎหมายที่เกี่ยวข้อง (3) ข้อบังคับว่าด้วยความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้ให้ผู้รับผิดชอบตรวจสอบอุปกรณ์ทั้งหมดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีสภาพพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

7.2.7.2 จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน / อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน

โดยในปี 2566 มีพนักงานเกิดอุบัติเหตุ และได้รับบาดเจ็บจากการปฏิบัติงานในร้าน/สาขาจำนวน 86 ครั้ง คิดเป็น 2.40 % ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และมีจำนวนพนักงานที่ได้รับการบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไปจำนวน 86 คน

7.2.7.3 เป้าหมายการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดให้มีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน กลุ่มบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการเป็นกลุ่มธุรกิจร้านอาหารชั้นนำ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยฯ ในการทำงาน เพื่อปฏิบัติตามกฎกระทรวงแรงงานว่าด้วยเรื่อง กำหนดมาตรฐานในการบริหาร และจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ.2549 และมีเป้าหมายที่จะให้การเกิดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด หรือจำนวนพนักงานที่บาดเจ็บเท่ากับศูนย์

7.2.8 การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของพนักงาน

7.2.8.1 แผนการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความผูกพันเพื่อรักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้ปฏิบัติงานอยู่กับองค์กรในระยะยาว จึงได้จัดทำ Knowledge Management Framework ขึ้นโดยเน้นการดำเนินการ 5 ด้านคู่ขนานกันไปอย่างต่อเนื่องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด โดยตั้งเป้าหมายพนักงานกลุ่มเป้าหมายทุกคน (100%) ได้รับการพัฒนา มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ มีส่วนร่วมในกิจกรรมตามแผนที่กำหนดไว้ และผลการดำเนินงานสำเร็จตามเป้าหมายในทุกด้าน รายละเอียดดังนี้

ภารกิจหลัก กลุ่มงานทรัพยากรบุคคลจะเป็น Strategic Partner กับผู้บริหารและพนักงานทุกคน เพื่อช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้				
ฝึกอบรมหลักสูตรมาตรฐานของสายงาน (Functional Knowledge)	ฝึกอบรมหลักสูตรมาตรฐานภาวะผู้นำ (Leadership Knowledge)	จัดทำและประเมินสมรรถนะ (Competency) และจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล	พัฒนาหลักสูตรมาตรฐานและบรรจุให้เกิดการเรียนรู้ในระบบดิจิทัล (Zen Smart Learn)	จัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกสายงานและทุกระดับงานอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม
กลุ่มเป้าหมาย 100% ของพนักงานและหัวหน้างานกลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย 100% ของพนักงานและหัวหน้างานกลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย 100% ของพนักงานและหัวหน้างานกลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย 100% ของพนักงานและหัวหน้างานกลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมาย 100% ของพนักงานและหัวหน้างานกลุ่มเป้าหมาย
ผลการดำเนินงาน ดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	ผลการดำเนินงาน ดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	ผลการดำเนินงาน ดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	ผลการดำเนินงาน ดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	ผลการดำเนินงาน ดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
พัฒนาวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นมาตรฐานพฤติกรรมและทัศนคติของพนักงานในองค์กรทุกระดับ				

7.2.8.2 ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ

ตามที่กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการรักษาพนักงานให้มีความรัก ความผูกพัน และให้อยู่กับองค์กรนาน การดูแลพนักงานจึงเป็นเรื่องสำคัญ อย่างไรก็ตามตลาดแรงงานยังมีการแข่งขันสูง และยังมีพนักงานลาออกในทุกเดือน กลุ่มบริษัทฯ จึงมีการกำหนดเป้าหมายจำนวน การลาออกของพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมดูแล และรักษาพนักงาน

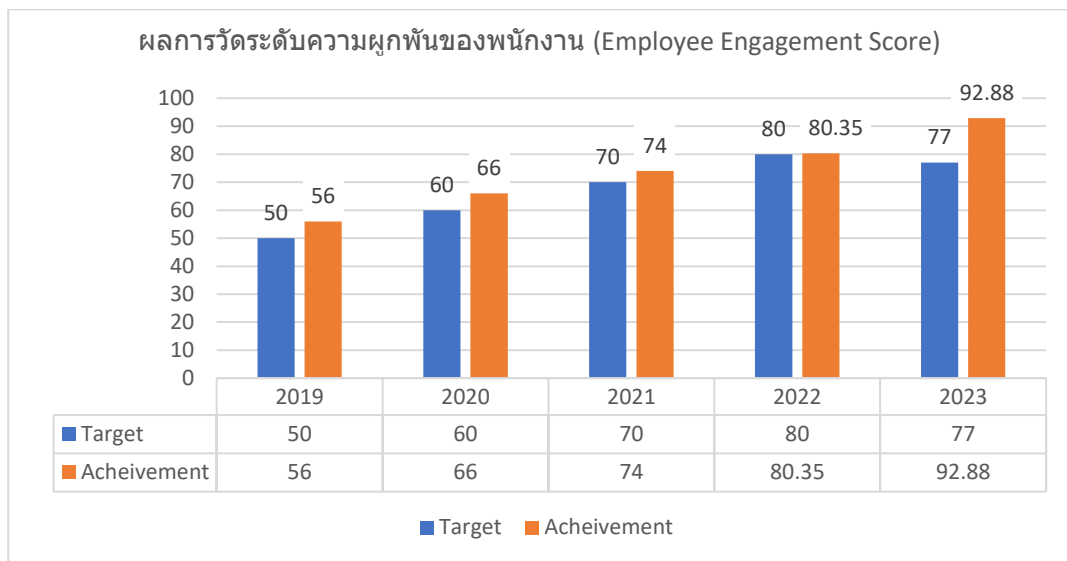
ดังนั้นข้อมูลการลาออกของพนักงานในปี 2566 สามารถสรุปได้ว่าเหตุผลการลาออกของพนักงานลาออกโดยสมัครใจคิดเป็น 100% ของพนักงานที่ลาออกทั้งหมด

7.2.8.3 จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ พร้อมมาตรการแก้ไข

ในปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีเหตุข้อพิพาทแรงงานกับพนักงาน ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับพนักงาน โดยการดำเนินการเกี่ยวกับพนักงานจะปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของพนักงาน จะยึดหลักในการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานเป็นสำคัญ

7.2.8.4 เป้าหมายการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานทุกระดับ บริษัทฯ จึงจัดให้มีการประเมินความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยกลุ่มเป้าหมายที่ทำการประเมิน คือ พนักงานประจำทุกระดับจำนวน 100% โดยเป้าหมายระดับความผูกพันและผลลัพธ์ที่ได้ ดังนี้



หมายเหตุ: เนื่องจากในปี 2566 มีการปรับระดับการวัดผล (Scale) จากเดิม 5 ระดับเป็น 6 ระดับ ดังนั้นการตั้งเป้าหมาย 77 ในปี 2566 จึงเป็นการปรับตามสัดส่วนที่ล้อยกกับระดับการวัดผลที่เปลี่ยนแปลงไป

หลังจากได้ผลการประเมินความผูกพันของพนักงาน บริษัทฯ ได้นำระบบ Power BI มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์มาจัดทำแผนการดำเนินงานประจำปีต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมระดับความผูกพันและคุณภาพชีวิตของพนักงานที่ดียิ่งขึ้น

7.2.8.5 การรวมกลุ่มของพนักงานเพื่อเจรจาหรือกับบริษัทฯ เกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการของพนักงาน

กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดสวัสดิการในรูปแบบตัวเงิน และไม่ใช้ตัวเงินให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม และมีประกาศนโยบายฯ การให้สวัสดิการที่ชัดเจนกับพนักงาน เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ, ประกันกลุ่มพนักงาน (ประกันชีวิต, ประกันอุบัติเหตุ, ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยใน-ผู้ป่วยนอก), ส่วนลดร้านอาหารในเครือฯ เป็นต้น

ดังนั้นในปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ ได้ดูแลพนักงานและจัดสวัสดิการให้เหมาะสมอย่างเทียบเท่า หรือมากกว่า ตลาดแรงงาน จึงไม่มีพนักงานเจรจา หรือเรียกร้องเกี่ยวกับผลประโยชน์ และสวัสดิการของพนักงาน

7.3 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ ผู้บริโภค

7.3.1 สิทธิผู้บริโภค

กลุ่มบริษัทฯ เดิมทีเห็นว่ามาตรฐานสินค้าและบริการมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจด้านร้านอาหาร แต่อาจยังไม่อาจเพียงพอต่อโลกในปัจจุบัน การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและการสร้างประสิทธิภาพการบริโภคและการผลิตให้เกิดสูงสุด (Efficiency and Productivity) ผ่านนวัตกรรมหรือการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้ทรัพยากรมนุษย์ หรือธรรมชาติได้อย่างอย่างคุ้มค่า จะสร้างความยั่งยืนต่อเศรษฐกิจต่อบริษัทและประเทศไทย อย่างแท้จริง

7.3.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

การดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

กลุ่มบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยได้ประกาศนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สำหรับทั่วไปและนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สำหรับพนักงาน เพื่อให้การปฏิบัติทั้งการเก็บรวบรวม การใช้ข้อมูล การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ของกลุ่มบริษัทมีการดำเนินการอย่างถูกต้อง มีความปลอดภัย มีการใช้งานอย่างสุจริต โปร่งใส ไม่ให้ถูกนำไปใช้หรือถูกเปิดเผยโดยมิชอบ รวมทั้งสิทธิของเจ้าของข้อมูลในการดำเนินการต่างๆที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติของผู้ที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างละเอียด

กลุ่มบริษัทฯ ได้จัดอบรมให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกคนเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

7.3.1.2 จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข

ในรอบปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ ไม่มีกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล ทั้งของลูกค้า คู่ค้า คู่สัญญา และพนักงาน แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัทได้กำหนดการดำเนินงานและมาตรการแก้ไขกรณีเกิดเหตุข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล ไว้ในคู่มือการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยเป็นไปตามที่พระราชบัญญัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกำหนดรวมทั้งให้ผู้รับผิดชอบติดตามประกาศของคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างใกล้ชิด

7.3.1.3 จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคพร้อมมาตรการแก้ไข การดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งต้องถือปฏิบัติทั้งในเรื่องการโฆษณา ความปลอดภัยในสินค้าและบริการ การชดเชยความเสียหายและเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการอบรมผู้ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความเข้าใจในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เป็นระยะอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด รวมทั้งมีฝ่ายกฎหมายเป็นผู้ให้คำแนะนำ/ให้ความเห็นในการออกโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าว ทั้งนี้ในรอบปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มีการร้องเรียนจากผู้ใช้บริการต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 1 รายซึ่งได้มีการเจรจาไกล่เกลี่ยจนได้ข้อยุติเป็นที่พึงพอใจทั้งสองฝ่าย

7.3.1.4 ช่องทางที่บริษัทรับร้องเรียนจากลูกค้า/ ผู้บริโภค

หนึ่งในช่องทางการร้องเรียนจากลูกค้าและผู้บริโภคต่อสินค้าบริการหรือเรื่องอื่นๆ ลูกค้า/ผู้บริโภคสามารถดำเนินการได้โดยเป็นไปตามนโยบายเกี่ยวกับการร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส (Whistleblower Policy) ได้ที่

- ผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายใน (อีเมล: internalaudit@Zengroup.co.th) หรือ
- เลขานุการบริษัท (อีเมล: corporatesecretary@Zengroup.co.th) หรือ
- กรรมการตรวจสอบและธรรมาภิบาล (อีเมล: auditcom@Zengroup.co.th)

7.3.1.5 แผนการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า

1) การพัฒนาสินค้าและบริการ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบกิจการธุรกิจร้านอาหาร โดยมีความมุ่งมั่นสูงสุดที่จะส่งมอบอาหารที่มีคุณภาพ อร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัยและมีมาตรฐาน ควบคู่กับการบริการในร้านอาหารที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

โดยมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแต่ละแบรนด์ในการพัฒนาคิดค้นเมนูอาหารใหม่ ไม่ว่าจะเป็นอาหารพิเศษตามเทศกาล เมนูโปรโมชันเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเมนูหลัก อย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็น New year party set จากแบรนด์ On the Table มะนาวชอต จากแบรนด์ AKA เมนูมังกรมงคล จากแบรนด์ ZEN และหมอลำทั้งจัมโบ้ จากแบรนด์ Din's รวมทั้งมีการนำวัตถุดิบจากกลุ่มเกษตรกร มาพัฒนาวัตถุดิบ เพื่อออกเป็น เมนูใหม่ อาทิ เมนูน้ำแดงโมโห้เม็ด ที่มีความหวานจากธรรมชาติ จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอ ท่าอุเทน จังหวัด นครพนม , เมนูไก่ต้มริมโขง จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประชารัฐรักสามัคคี จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นการสนับสนุนช่วยเหลือชุมชน และ เพื่อให้บริษัท สามารถแข่งขันกับตลาดและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างทันทั่วทั้งที่ นอกจากการพัฒนาเมนูใหม่แล้ว การปรับปรุงสูตรอาหารควบคู่กันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้อาหารคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละแบรนด์ รวมไปถึงคิดค้นกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและลดต้นทุนค่าใช้จ่าย การฝึกอบรมการทำอาหารขั้นพื้นฐาน การสุ่มตรวจสอบคุณภาพและรสชาติอาหารของทุกแบรนด์ร้านอาหาร เพื่อให้มั่นใจว่าอาหารที่ให้บริการแก่ลูกค้า นั้น มีคุณภาพและรสชาติเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด และสามารถส่งมอบความมั่นใจถึงผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงและเพื่อตอบสนองโจทย์ของการใช้ชีวิตในปัจจุบัน บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการคิดค้นเมนูเดลิเวอรี่ ซึ่งสามารถสร้างยอดขายได้เป็นอย่างดี และการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด



2) มาตรฐานวัตถุดิบของกลุ่มบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทฯ มีการจัดหาวัตถุดิบที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค โดยคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งที่มีมาตรฐานตรงตามข้อกำหนดของบริษัท มีเอกสารมาตรฐานคุณภาพ ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับ ไปยังผู้ผลิตได้ มีการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยตั้งแต่การจัดเก็บ การขนส่งและการกระจายสินค้าเพื่อรักษามาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากลเช่น ISO 22000, BRC และGMP/HACCP เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่า วัตถุดิบอาหารภายใต้ ร้านอาหารในเครือ กลุ่มบริษัทฯ มีมาตรฐานและปลอดภัยอย่างแท้จริง

3) การคัดเลือกแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

กลุ่มบริษัทฯมีมาตรฐานในการคัดเลือกแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพและปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนมีแนวทางการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าภายใต้กระบวนการจัดหา และบริหารห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ มีการตรวจสอบความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตลอดกระบวนการจัดซื้อ จัดหา โดยเริ่มตั้งแต่ การลงทะเบียนคู่ค้ารายใหม่ การคัดเลือกคู่ค้า การตรวจประเมินคู่ค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของลูกค้า ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนถูกจำแนกเป็นสามมิติตามหลักสากล ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืนหลากหลายประเด็น เช่น การจัดการทรัพยากรน้ำ สิทธิมนุษยชน จริยธรรมทางธุรกิจ อีกด้วย

4) การวิจัยพัฒนาด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังได้ดำเนินการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งรวมถึงการปรับกระบวนการ (Process Reengineering) ควบคู่กัน เพื่อที่จะทำให้อัตราขั้นตอนในการทำงานและเพิ่มการทำงานให้มีประสิทธิภาพที่หน้าสาขาในระยะยาวอย่าง ยั่งยืน รวมไปถึงการเข้าถึงข้อมูลในทันที เพื่อใช้ในการตัดสินใจ กำหนดกลยุทธ์หรือแผนดำเนินงาน ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างทันที่

ในด้านการควบคุมกระบวนการการทำงาน (Governance Process) ทั้งในส่วนของสำนักงานใหญ่และสาขา ตัวอย่างเช่น การจัดการประชุมกรรมการ และการประชุมฝ่ายบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นทั้งการประชุมแบบออนไลน์และออฟไลน์ บริษัทได้มีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอเพื่อความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในทุกกระบวนการ

5) การพัฒนาด้านรูปแบบร้านอาหารใหม่ และเพิ่มประสิทธิภาพต่อพื้นที่การขายให้สูงขึ้น

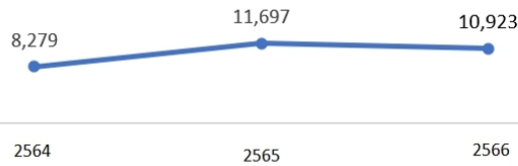
กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการพัฒนารูปแบบร้านอาหารฟูลเซอร์วิสโดยใช้พื้นที่อยู่ที่ 60-100-150 ตารางเมตร จากเดิม 200 ตารางเมตร เพื่อให้ได้มีการใช้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ลดค่าใช้จ่ายทางด้านพลังงานต่างๆ รวมไปถึงการพัฒนารูปแบบร้านอาหารขนาดเล็ก เช่นแบรนด์เซียง, แบรนด์ Din's เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบัน ที่เน้นในเรื่องความสะดวก และราคาคุ้มค่า นอกจากนี้บริษัทได้มีค่านวนยอดขาย ต่อตารางเมตร เพื่อมั่นใจได้ว่า บริษัท ได้บริหารพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด คุ้มค่ากับการลงทุน



การพัฒนาแนวทางการออกแบบร้านทั้งในส่วนพื้นที่ครัว ได้กำหนดรูปแบบมาตรฐานของอุปกรณ์ต่างๆ ที่สามารถผลิตและใช้งานร่วมกันได้ทุกแบรนด์ โดยคิดเป็นประมาณร้อยละ 90 ยกเว้นอุปกรณ์พิเศษ เช่น เตาปิ้งย่างของ แบรนด์ AKA เป็นต้น ในส่วนของพื้นที่บริการ บริษัทได้กำหนดให้มีการจัดวางที่นั่ง ที่ลูกค้าสามารถสัมผัสและเข้าถึงได้ เช่น การจัดซูชิบาร์ บาร์เครื่องดื่มและขนมหวาน รวมทั้งบาร์สัมผัส ทำให้อยู่ในส่วนเดียวกับโซนที่นั่งของลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถมองเห็นจัดเตรียมอาหารอย่างพิถีพิถันความใส่ใจของพนักงาน และสร้างให้ลูกค้ามีความมั่นใจในความสะดวก และมาตรฐานของบริษัท นอกจากนี้ สำหรับเฟอร์นิเจอร์ จะเน้นเป็นแบบลอยตัว ที่สามารถถอดและติดตั้ง เคลื่อนย้ายในภายหลังได้ โดยส่งจากโรงงานผลิตที่ช่วยให้มีต้นทุนต่อตารางเมตรที่ลดลงจากในอดีต ซึ่งส่งผลให้ปัจจุบัน บริษัทใช้เงินลงทุนก่อสร้างต่อตารางเมตรและต่อสาขาลดลง ค่าเช่าพื้นที่บริการลดลงอย่างเห็นได้ชัด

ก่อนการลงทุน บริษัทจะมีการประเมินการลงทุนและยอดขาย การคำนวณพื้นที่บริการและครัวที่เหมาะสม ต้นทุนสินค้าและบริการต่างๆ ค่าเช่า ก่อนตัดสินใจ เมื่อเปิดบริการแล้ว ฝ่ายจัดการร้านอาหารจะมีการบริหารจัดการร้านอาหารให้มีประสิทธิภาพสูงสุด การส่งมอบอาหารและบริการที่เป็นมาตรฐาน และผลักดันยอดขายให้เป็นไปตามที่บริษัทตั้งไว้

SALES PER SQM



6) การพัฒนาศักยภาพของพนักงานเพื่อให้มีความรู้ในงานที่ทำและพัฒนาคุณภาพบริการ จะส่งผลต่อการพัฒนาของการบริการอย่างยั่งยืนและเพิ่มความผูกพันของลูกค้าต่อองค์กร

นอกจากการบริหารพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว การวัดประสิทธิภาพของพนักงานในร้านอาหาร ก็ได้นำมาใช้ในการทำให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด โดยการเทียบยอดขายและจำนวนพนักงาน รวมไปถึงการจัดตารางการทำงานให้เหมาะสมและเพียงพอกับยอดขายที่วางไว้ในแต่ละวัน เพื่อเตรียมพร้อมในการส่งมอบการบริการที่ดี ไม่ให้มีผลกระทบต่อลูกค้า ลดข้อเรียนและได้รับการชื่นชมจากลูกค้าแทน

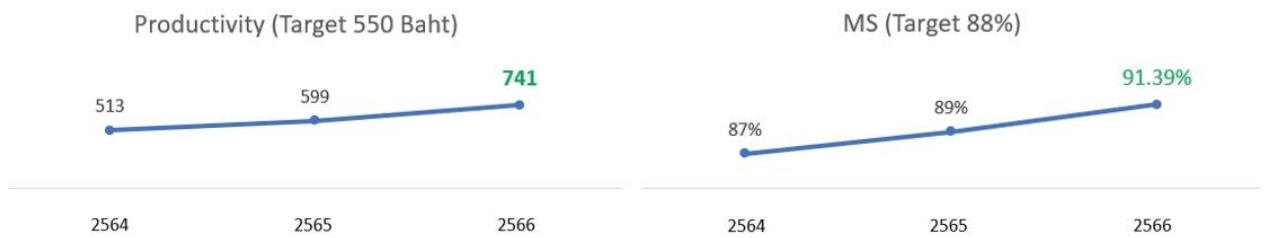
นอกจากการวัดประสิทธิภาพของพนักงานแล้ว เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการที่ดี บริษัทยังได้นำเครื่องมือ MS (Mystery Shopper) ซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อรวบรวมความเห็นของลูกค้านิรนามมาใช้ โดยทางบริษัทได้ทำการส่งตัวแทนไปใช้บริการโดยไม่แจ้งให้สาขาทราบ และมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ ของการบริการเช่นด้านความสะอาดของร้านและความพร้อมของการให้บริการ และความถูกต้องและความสะอาดของอาหารและนำมาทำการปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และ ในส่วนมุมของการพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบัน บริษัทมีการวัด Labour Productivity และ MS (Mystery Shopper) บริษัทก็มีแผนการพัฒนาการทำงาน โดยมี แผนการอบรมพนักงานใหม่ พนักงานเก่า ในเรื่องอาหาร การบริการ ตลอดทั้งปี และยังได้มีการนำระบบ Mobile ordering เข้ามาใช้ในร้าน เพื่อเพิ่ม Labor Productivity รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้า ให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

ทางบริษัทให้ความสำคัญในการให้หน่วยงานภายนอกได้เข้ามาประเมินคุณภาพการทำงานในส่วน คุณภาพอาหาร การบริการ และความสะอาด สำหรับร้านอาหาร โดยมีการส่งเข้าร่วมโครงการ Thai Select ซึ่งจัดโดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งทางแบรนด์ได้รับใบประกาศเกียรติคุณ ตราสัญลักษณ์ Thai Select ประจำปี 2566 สำหรับแบรนด์ ต๋ามั่วและ ลาวญวน



7.3.1.6 เป้าหมายการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า และ ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า



7.3.2 การตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

7.3.2.1 แนวปฏิบัติด้านการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

หลักการพื้นฐานในการตลาดและโฆษณา

1. การโฆษณาทุกชิ้นจะต้องถูกกฎหมาย มีเกียรติ ชื่อสัตย์ และนำเสนอความจริง
2. การโฆษณาไม่ควรมีความขัดแย้งกับศีลธรรมอันดี และระเบียบสังคม ในการสร้างสรรคงานโฆษณา ควรกระทำด้วยการตระหนักถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และอยู่ภายใต้หลักของการแข่งขันที่ยุติธรรมที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในวงการธุรกิจ
3. การโฆษณาต้องไม่ทำให้สาธารณชนเกิดความรู้สึกไม่มั่นใจในการโฆษณา

รายละเอียดปฏิบัติ

1. ประกอบวิชาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักปฏิบัติและวิชาการ และอยู่ภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมาย
2. ไม่ทำการใดๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ
3. มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียในจริยธรรมและวัฒนธรรมอันดีงาม
4. ไม่ควรกระทำการตลาด/โฆษณาอันเป็นการดูหมิ่นเชื้อชาติ ศาสนา หรือความเชื่อ หรือสิ่งอันเป็นที่เคารพสักการะของบุคคลทั่วไป
5. ไม่ควรกระทำการตลาด/โฆษณาอันทำให้เกิดความสำคัญผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับ สินค้า บริการ การแสดง หรืออื่นๆ หรือโอ้อวดสรรพคุณจนเกินความจริงจนทำให้ผู้เห็นหรือผู้ฟังเกิดความสำคัญผิด
6. ไม่ควรกระทำการตลาด/โฆษณาโดยใช้ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์ หรือเรื่องโชคลางมาเป็นข้อจูงใจ
7. ไม่ควรกระทำการตลาด/โฆษณาโดยการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า คำขวัญ หรือข้อความสำคัญหรืออื่น ๆ จากการโฆษณาของผู้อื่น อันทำให้ผู้อื่นเห็น หรือผู้อื่นได้ยินเกิดความเข้าใจผิดหรือไขว้เขวเกี่ยวกับ สินค้า บริการ หรือการแสดงของผู้อื่น
8. ไม่ควรกระทำการตลาด/โฆษณาโดยใช้ศัพท์สแลง ผลการวิจัย หรืออ้างอิงรายงานทางวิทยาศาสตร์ในทางที่ไม่สมควร หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยที่สินค้านั้นไม่มีคุณสมบัติตามที่อ้าง
9. ไม่ควรกระทำการตลาด/โฆษณาโดยอ้างถึงตัวบุคคล หรือสถาบัน โดยที่ตัวบุคคล หรือสถาบันนั้นไม่มีตัวตนอยู่จริงและไม่ได้ใช้สินค้าและบริการ หรือชมการแสดงนั้นจริง

10. ไม่ควรกระทำการตลาด/โฆษณาอันอาจมีผลเป็นอันตรายต่อเด็ก หรือผู้เยาว์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ หรือทำให้ขาดความรู้สึกลึกซึ้ง หรือโดยอาศัยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของบุคคลดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจโดยไม่สมควร

7.3.2.2 แนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค

การเกิดวิกฤตกับทางธุรกิจสามารถเกิดได้ตลอดเวลา แต่ที่ เราจะเห็นกันบ่อยในยุคที่โซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลมาก จะเรียกว่า Social Media Crisis เนื่องจากสารเผยแพร่ข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ผู้คนในโซเชียลมีเดีย เกิดการมีส่วนร่วมเช่น คอมเมนต์ แชร์ ยิ่งเกิดการมีส่วนร่วมมากเท่าไร อัลกอริทึมของโซเชียลมีเดีย จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งในประเทศไทยนั้นเราสามารถพบเห็น Social Media Crisis ได้บ่อยครั้ง แต่จะมีวิธีใดบ้างที่จะช่วยยับยั้งวิกฤตบนโลกโซเชียลมีเดีย โดยมีแนวทางปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค ดังนี้

- หยุดการสื่อสารในช่องทางโซเชียลมีเดีย (ในระยะแรก)

ในช่วงแรกเมื่อเกิดวิกฤต ช่องคอมเมนต์และ Inbox จะเต็มไปด้วยข้อความมากมายจากกลุ่มผู้ใช้งาน Social Media ซึ่งในตอนนี้อย่าหยุดการสื่อสารกลับหาผู้บริโภค และหาหรืออย่างเป็นทางการกับทีมงานถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นรวมถึงแนวการตอบกลับเพื่อลดความรุนแรง รวมถึงหยุดการตอบแบบบอท ที่เป็นแพทเทิร์น และการโพสต์คอนเทนต์ที่ตั้งเวลาไว้ด้วย เพราะจะทำให้ดูเหมือนไม่ใส่ใจกับผลกระทบที่เกิดขึ้น

- แถลงการณ์เพื่อรับทราบถึงปัญหา และวิธีการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม

ในขั้นตอนนี้ควรจัดการอย่างรวดเร็ว อย่าปล่อยเวลาเอาไว้นาน เพราะถ้าปล่อยไว้นานจะทำให้ดูเหมือนเป็นการไม่ใส่ใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น แถลงการณ์ในลักษณะที่สั้นกระชับ อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย แฝงถึงความจริงใจ และความใส่ใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงวิธีการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ไขในเบื้องต้น สามารถทำได้ทั้งลักษณะทั้งรูป ข้อความ หรือวิดีโอก็ได้ ถ้าจะให้ดีควรมีหน้า FAQ เพื่อรองรับวิกฤตนี้โดยเฉพาะ

- ตอบคอมเมนต์ได้ แต่อย่าต่อความ ให้เน้นถึงว่ารับทราบถึงปัญหาและวิธีการแก้ไข

ในขั้นตอนนี้สามารถตอบคอมเมนต์ได้แล้ว แต่พยายามให้จำกัดถึงวิธีรับทราบถึงปัญหาที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการแก้ไข อย่าต่อความยาวสาวความยืด เพราะอาจก่อให้เกิดความไม่พอใจได้ หยุดการตอบแบบบอท หรือเป็นแพท

เทิร์น ให้ตอบโดยใส่ความเป็นมนุษย์เข้าไปให้มากขึ้น จะช่วยบรรเทาวิกฤตไปได้

7.4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน / สังคม

7.4.1 นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน / สังคมที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจ

บริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการ จัดทำนโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน / สังคมที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจ

7.4.2 แผนส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน / สังคม

ในปี 2566 กลุ่มบริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการตอบแทนสังคมด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผ่านโครงการต่างๆ ที่มุ่งเน้นให้ผู้พิการ มีความพร้อมและพัฒนาตนเอง จนสามารถช่วยเหลือและ เลี้ยงดูตัวเองได้ เพื่อให้ผู้พิการมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง สามารถพึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในการช่วยเหลือผู้พิการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและ พัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยสนับสนุนเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ภายใต้โครงการใจดีฟาร์ม

นอกเหนือจากพนักงานภายในองค์กรแล้ว บริษัทฯ เชื้อมนั้นว่าการรับผิดชอบต่อสังคม เป็นพันธกิจที่สำคัญที่ละเลยไม่ได้ การส่งเสริมสังคมและนำเข้ามาอยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ นั้น เพื่อสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศอย่างยั่งยืน

7.4.3 จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/ สังคม พร้อมมาตรการแก้ไข

ในรอบปี 2566 กลุ่มบริษัทไม่มีข้อพิพาทกับชุมชนและสังคมรอบบริเวณที่ทำการ ทั้งนี้ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มบริษัท เช่น การซ่อมอพยพหนีไฟ จะแจ้งชุมชนรอบข้างทั้งด้วยวาจาและ/หรือเป็นหนังสือ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทยังได้จัดทำกล่องรับความคิดเห็นติดไว้หน้าทำการบริษัทสำหรับให้บุคคลในชุมชนและสังคมรอบบริเวณที่ทำการสามารถให้ความเห็น ร้องเรียน มายังบริษัทได้โดยตรง

7.4.4 ประโยชน์และจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม

โครงการใจดีฟาร์ม

โครงการเกษตรอินทรีย์ เพื่อชุมชน จังหวัดชัยนาท โดยมีมูลนิธิพัฒนาศักยภาพคนพิการเป็นที่ปรึกษา พื้นที่ปฏิบัติงานกลุ่มคนพิการอยู่ที่ บ้านเลขที่ 109 หมู่ 6 ต.ไพรมญง อ.หันคา จ.ชัยนาท

โดยมี วัตถุประสงค์ ในการดำเนินโครงการ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มคนพิการและครอบครัวมีอาชีพและรายได้ ด้านการเกษตรอินทรีย์ที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ตามความเหมาะสม สร้างตลาดชุมชนด้านการเกษตรอินทรีย์ ขนาดเล็กโดยมีสมาชิกในโครงการเป็นฐานการผลิต ที่เป็นต้นแบบการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ร่วมกันระหว่างกลุ่มคนพิการ คนไม่พิการ และ ภาคธุรกิจ

โดยยึดหลักสำคัญคือการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มคนพิการและครอบครัวให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ด้วยการประกอบอาชีพเลี้ยงไก่ การทำเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการจัดการเรื่องการตลาด ที่สามารถสร้างรายได้ ให้กับคนพิการ และเป็นตัวอย่างที่ดีงามกับชุมชน สังคม เพื่อให้คนพิการสามารถอยู่ในสังคมอย่างภาคภูมิใจ และเสมอภาคทัดเทียมกับคนทั่วไป และจะเป็นอีกหนึ่ง ช่องทางที่ทำให้กลุ่มคนพิการอยู่รอดและผ่านวิกฤตไปได้

ซึ่งดำเนินการในรูปแบบกลุ่ม มีการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ ด้วยการเลี้ยงไก่ไข่ ปลูกพืชผักอินทรีย์ ทั้งใน และนอกโรงเรือน ผลตอบแทนสำหรับสมาชิกกลุ่ม รายได้จากการจำหน่าย จะมีการคิดคำนวณ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายต่างๆ และนำส่วนที่เหลือนำมาจัดสรรเป็นเงินปันผลให้กับสมาชิก





เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 คณะทำงานพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เยี่ยมชมและติดตามการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรคนพิการ “โครงการใจดีฟาร์ม” ณ ศูนย์พัฒนาศักยภาพคนพิการ จังหวัดชัยนาท

นอกเหนือจากงานเกษตร ที่ออกแบบสำหรับคนพิการให้สามารถทำการเกษตรได้แล้ว ใจดีฟาร์มยังเป็นศูนย์ฝึกทักษะการดำรงชีวิตสำหรับคนพิการ ที่สามารถมาฝึกทักษะการใช้ชีวิต ทักษะการเข้าสังคม และ ฝึกการทำงานเกษตร รองรับกลุ่มคนพิการจากจังหวัดชายแดนภาคได้อีกด้วย



เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2566 คณะทำงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ได้เข้าร่วมพิธีเปิดโครงการ “แม่บ้านทัพฟ้าพัฒนาศักยภาพคนพิการจังหวัดชายแดนใต้ ประจำปี พ.ศ. 2566 ” ณ กองกำลังทางอากาศเฉพาะกิจที่ 9 สนามบินบ่อทอง อำเภอนองจิก จังหวัดปัตตานี

ซึ่งที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนการว่าจ้างคนพิการมาโดยตลอด ผ่านโครงการ “ใจดี ฟาร์ม” ที่ศูนย์พัฒนาศักยภาพชัยนาท และเป็นศูนย์ต้นแบบการช่วยเหลือในการพัฒนาศักยภาพของคนพิการให้มีประสิทธิภาพ โดยรับผู้พิการที่จังหวัดชายแดนใต้ ขึ้นมาพัฒนาศักยภาพที่ศูนย์พัฒนาศักยภาพชัยนาท ผ่านการปฏิบัติงานในโครงการใจดีฟาร์ม จนมีความพร้อมในการกลับไปเป็นเจ้าหน้าที่ เพื่อพัฒนาศักยภาพคนพิการจังหวัดชายแดนใต้ต่อไป

โครงการ Food For Good

ในปี 2566 บริษัทมีนโยบายส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับเด็กในพื้นที่ห่างไกลอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการ Food For Good ภายใต้แนวคิด “โภชนาการที่ดี คือ รากฐานของการเจริญเติบโต” มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้เด็กนักเรียนในประเทศไทยได้รับความสมดุลทางโภชนาการ และสนับสนุนให้เกิดกลไกการดูแลโภชนาการเด็กอย่างยั่งยืน

การดำเนินงาน โดยการเข้าไปส่งเสริมความรู้ อย่างเป็นระบบและมีการติดตามผล ในการทำอาหารให้แก่ครูตามโรงเรียนต่างจังหวัด ให้เด็กนักเรียนได้รับสารอาหารที่ครบถ้วน เพื่อสนับสนุนให้เกิดกลไกการดูแลโภชนาการเด็กที่ดี ลดจำนวนเด็กที่มีภาวะทุพโภชนาการในประเทศไทย เป็นการให้ที่ไม่จบแค่มืออาหาร



ปี 2566 บริษัทมอบเงินทุน จำนวน 200,000 บาท ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ในการสนับสนุนงบประมาณอาหารและเกษตร เพื่อเพิ่มความสามารถในการจัดบริการอาหารแก่เด็กนักเรียน ให้ได้สารอาหารครบถ้วน และหลากหลาย มีปริมาณที่เพียงพอต่อการเจริญเติบโต และมีภาวะโภชนาการที่ดี รวมถึงการเสริมสร้างความรู้โภชนาการครบถ้วนให้กับบุคลากรในโรงเรียน เพื่อให้โรงเรียนสามารถดูแลเรื่องอาหารให้กับเด็กนักเรียนได้อย่างถูกต้อง <https://www.zengroup.co.th/csr-detail/79/esg-food-for-good-2>



และเป้าหมาย ในการสนับสนุนงบประมาณ เพื่อให้ทางโรงเรียน สามารถเติมเต็มมืออาหารได้ตามโภชนาการ และการส่งมอบความรู้ ที่จะทำให้บุคลากรโรงเรียนในสามารถจัดบริการอาหารในโรงเรียนได้อย่างมีคุณภาพ ผลดำเนินงานรายละเอียด

ตาราง จำนวนโรงเรียนที่ได้รับการสนับสนุน 2 โรงเรียน อยู่ใน อ.สันติสุข จ.พะเยา

1. โรงเรียนบ้านสบยาง (ระดับชั้นอนุบาล-ประถมศึกษา)
เด็กนักเรียน 40 คน

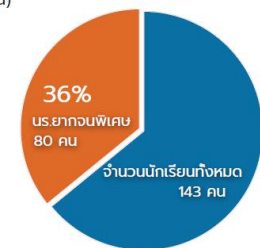
โรงเรียนบ้านสบยาง เป็นโรงเรียนขนาดเล็กที่มีความเสี่ยงต่อการถูกยุบ เนื่องจากมีจำนวนนักเรียนน้อย ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราการเกิดในพื้นที่ที่ขงพื้นที่บริการ 4 หมู่บ้าน มีจำนวนน้อยมาก โดยปัจจุบันอัตราการเกิดอยู่ที่ 2 คน โรงเรียนพบว่า นักเรียนกลุ่มที่มีปัญหาภาวะโภชนาการ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นอยู่ของครอบครัว ฐานะทางการเงิน และสุขภาพร่างกายของนักเรียน ซึ่งแต่ละครอบครัวยังขาดการให้ความรู้ในเรื่องการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ และความรู้ของบุคลากรในเรื่องการส่งเสริมโภชนาการของเด็ก



2. โรงเรียนบ้านห้วยแอ้ว (ระดับชั้นอนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น)

- นักเรียนทั้งหมด 103 คน
- เด็กนักเรียนยากจนพิเศษ 80 คน
- นักเรียนมัธยมที่ไม่ได้รับงบอาหารกลางวัน จำนวน 28 คน

โรงเรียนบ้านห้วยแอ้ว เป็นโรงเรียนขยายโอกาส เด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษาไม่ได้รับงบสนับสนุนค่าอาหารจากรัฐบาล แต่ทางโรงเรียนได้รับอาหารให้เด็กมัธยม โดยการนำของน้องประมาณเฉลี่ยเพื่อให้นักเรียนได้กินด้วย ทำให้งบประมาณค่าอาหารเฉลี่ยอยู่ที่ 15 บาทต่อคน ไม่เพียงพอต่อการจัดซื้อวัตถุดิบอาหารนักเรียนส่วนใหญ่มาจากครอบครัวยากจน และอาศัยอยู่กับผู้ตาย เพราะพ่อแม่เข้าไปทำงานในเมือง จึงทำให้การดูแลเรื่องอาหารและโภชนาการไม่ดีขึ้น



จำนวนนักเรียนที่ได้รับการดูแลโภชนาการ รวม 2 โรงเรียน





เมื่อวันที่ 16 – 17 สิงหาคม 2566 คณะทำงานพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ได้เข้าเยี่ยมชมการดำเนินงานพัฒนา
โภชนาการ โรงเรียนบ้านสบยาง และ โรงเรียนบ้านห้วยแก้ว จังหวัดน่าน

โครงการ ไข่ไก่ไร้กรง (Cage Free Egg)

ในปี 2566 ตอกย้ำความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคม โดย กลุ่มบริษัทฯ ให้การ
สนับสนุนการจัดหาวัตถุดิบอาหารอย่างยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ในการ
ส่งเสริมการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน หลักปฏิบัติเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มี
คุณภาพไปสู่ผู้บริโภค

กังฟูฟาร์ม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มบริษัทฯ ได้มีการสนับสนุนวัตถุดิบที่เป็น ไข่ไก่ Cage Free ซึ่งเป็นไข่ไก่ที่ผ่านกรรมวิธีการเลี้ยงแม่ไก่แบบ
ปล่อยอิสระ ไม่ขังกรง ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ ปรากฏจากการใช้ยาปฏิชีวนะ เพื่อสุขภาพและรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้ได้ผล
ผลิตที่มีคุณภาพ พร้อมส่งต่อถึงผู้บริโภคผ่าน 3 ร้านอาหารในเครือ ได้แก่ ZEN Restaurant, AKA และ On the Table โดยได้
มีการเริ่มใช้วัตถุดิบ ไข่ไก่ Cage Free ที่สาขา เซ็นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่ เฟสติวัล ก่อนเป็นอันดับแรก และจะทยอยเริ่มใช้
ให้ครบทุกสาขาในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่กรกฎาคม 2566 เป็นต้นมา เป็นจำนวนเงิน 82,830 บาท
<https://www.zengroup.co.th/csr-detail/84/cage-free-3>

ทั้งนี้ทางบริษัทฯ มีความตั้งใจและให้ความสำคัญในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการสนับสนุน กังฟูฟาร์ม ซึ่งเป็นการ
รวมตัวของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ ผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไข่ไก่ จากชาวบ้านในหมู่บ้าน เลี้ยงไก่ไร้
กรง และผู้ประกอบการรายย่อยอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมอาชีพให้ชุมชนมีรายได้ที่ยั่งยืนอีกด้วย

ใจดีฟาร์ม อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท

โดยสนับสนุนการจัดซื้อไข่ไก่อินทรีย์ (Cage Free) จากโครงการคนพิการ ตามปริมาณที่เหมาะสมกับกำลังการผลิต
เพื่อส่งเสริมอาชีพของกลุ่มพิการในโครงการอย่างยั่งยืนด้วย โดยทางบริษัทได้เริ่มใช้วัตถุดิบไข่ไก่อินทรีย์จากโครงการที่
ร้านอาหาร ZEN Japanese Restaurant สาขา เซ็นทรัลลาดพร้าว เป็นสาขาแรกในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เดือน
สิงหาคม 2566 เป็นต้นมา สร้างรายได้ถึงสิ้นปีเป็นเงิน 24,440 บาท

อีกทั้งเงินสนับสนุนโครงการคนพิการ ทางโครงการนำไปซื้อแม่ไก่ เพื่อประกอบอาชีพเลี้ยงไก่ไข่อินทรีย์ขายในชุมชน
เพื่อนำเงินมาหมุนเวียนในโครงการ ตั้งแต่ มกราคม - ธันวาคม 2566 เป็นจำนวนเงิน 64,114.80 บาท

นอกจากนี้ บ้านสมาชิกคนพิการได้รับแม่ไก่ บ้านละ 30 ตัว จำนวน 5 ครอบครัว สร้างรายได้จากการขายไข่ที่บ้าน โดยประมาณเดือนละ 2,500 บาท ประมาณ 150,000 บาท ต่อปี

รายได้ที่ได้รับของโครงการใจดีฟาร์ม รวมทั้งสิ้น 238,554.80 บาท

ฟาร์มไก่ไข่ออร์แกนิกเนวิลส์ จังหวัดอ่างทอง

โดยมีการร่วมสนับสนุนการใช้ไข่ (Cage Free) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานปศุสัตว์อินทรีย์และมาตรฐานฟาร์มสัตว์ปีกแบบเลี้ยงปล่อยอิสระตามธรรมชาติ ปลอดภัยจากยาปฏิชีวนะ และสารเร่งการเจริญเติบโต ซึ่งไข่ทุกฟองที่ออกมาจากแม่ไก่อารมณ์ดี สุขภาพแข็งแรง เหล่านี้ ได้ถูกส่งต่อสู่มืออาหารที่มีคุณภาพของทุกจานในร้าน On the Table รวมทั้งหมด 20 สาขาในกรุงเทพฯ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2566 เป็นต้นมา เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 309,285 บาท และตั้งเป้าที่จะทยอยเพิ่มจำนวนปริมาณการใช้ Cage Free สำหรับร้านอาหารในเครือให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามนโยบายของบริษัทฯ <https://www.zengroup.co.th/csr-detail/90/on-the-table-cage-free-20>



7.4.5 เป้าหมายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/ สังคม

เป้าหมายในโครงการที่บริษัทฯ สนับสนุน ในปี 2565 นอกเหนือจากเงินสนับสนุนแล้ว จะสามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในชุมชน 100,000 บาท ต่อปี

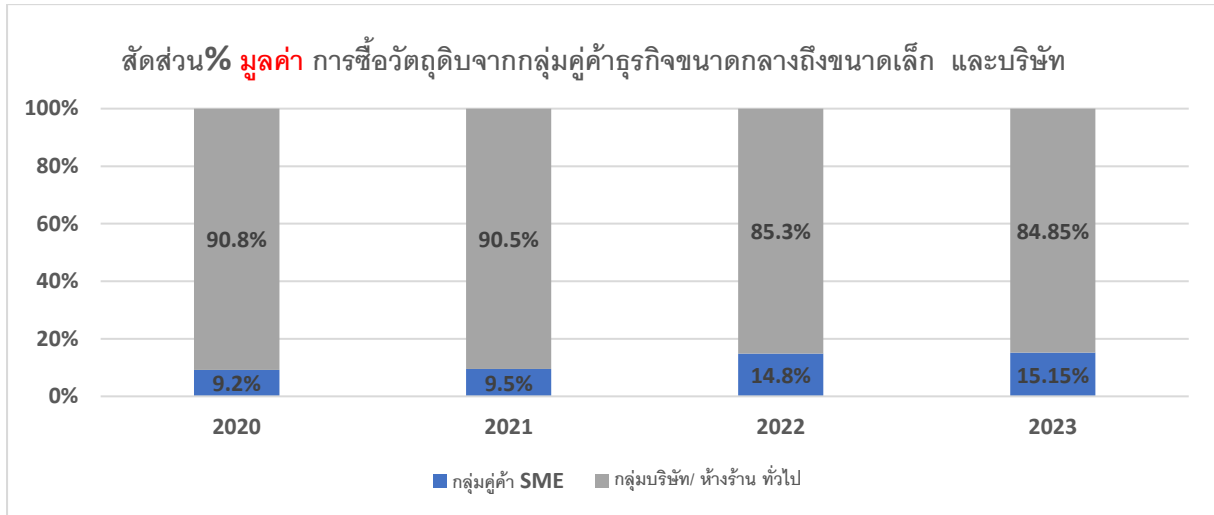
เป้าหมายในโครงการที่บริษัทฯ สนับสนุน ในปี 2569 นอกเหนือจากเงินสนับสนุนแล้ว จะสามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในชุมชน 300,000 บาท ต่อปี

7.4.6 การสร้างสมดุลระหว่างการสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ไปยังสังคม

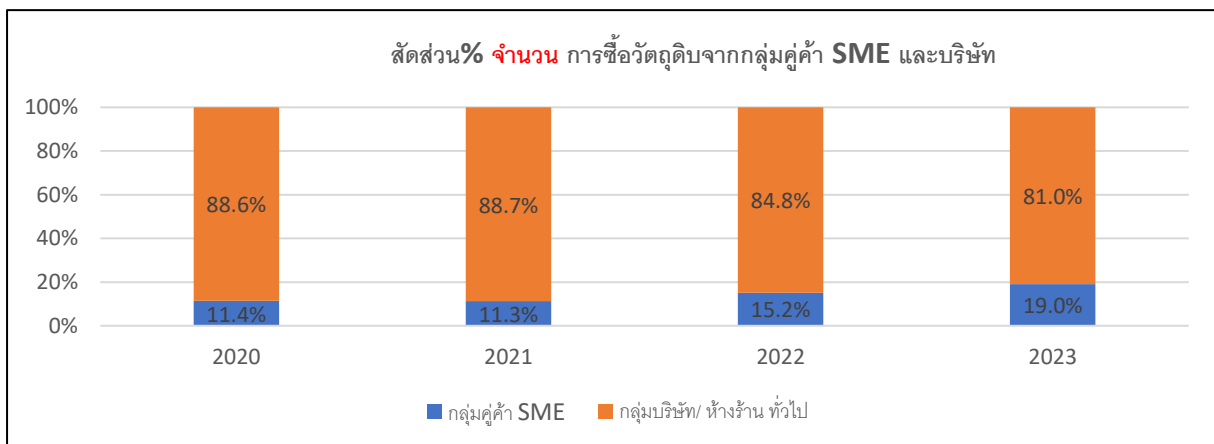
การสนับสนุนการจ้างงานในชุมชน การสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย ส่งเสริมอาชีพให้ชุมชนเพื่อให้มีรายได้ที่ยั่งยืน เพื่อการกระจายรายได้เศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้นอย่างแท้จริง บริษัทฯ มีความตั้งใจและให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก และมองเห็นถึงบทบาทที่บริษัทฯ จะเข้าไปมีส่วนร่วมเสริมสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดี จากการเติบโตทั้งรายได้ และผู้ขาย และบริษัทฯ เชื่อว่า ความมุ่งมั่นในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ได้มาตรฐาน คุณภาพที่ดี จะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง

Year	มูลค่าซื้อขายรวม	กลุ่มคู่ค้าธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดเล็ก	กลุ่มบริษัท/ ห้างร้าน ทั่วไป
2563	811,449,103.36	75,001,539	736,447,564
2564	917,809,425.47	87,117,453	830,691,973

Year	มูลค่าซื้อขายรวม	กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดเล็ก	กลุ่มบริษัท/ ห้างร้าน ทั่วไป
2565	1,091,667,147.30	162,073,227	931,356,885
2566	1,308,869,578.66	198,243,238	1,110,626,340
		15.15%	84.85%



Year	จำนวนผู้ขาย	กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดเล็ก	กลุ่มบริษัท/ ห้างร้าน ทั่วไป
2563	429	49	380
2564	391	44	347
2565	422	64	358
2566	421	80	341



7.4.7 จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชนและสังคม

เป้าหมาย ในปี 2565 มีสัดส่วนการซื้อขายสินค้า ทั้งในแง่มูลค่าการซื้อขายและจำนวนของชุมชน/ กลุ่มคู่ค้าธุรกิจ ขนาดกลางถึงขนาดเล็ก 12% เมื่อเทียบกับการซื้อขายทั้งหมดในบริษัท

เป้าหมาย ในปี 2569 สัดส่วนการซื้อขายสินค้า ทั้งในแง่มูลค่าการซื้อขายและจำนวนของชุมชน กลุ่มคู่ค้าธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดเล็ก เติบโตขึ้นปีละ 1% และตั้งเป้าให้ถึง 15 % เมื่อเทียบกับการซื้อขายทั้งหมดในบริษัท

8. การดำเนินงานด้านความยั่งยืน มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

8.1 สุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค

8.1.1 นโยบายและมาตรการจัดการวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรอย่างปลอดภัย

บริษัทฯ มีมาตรการในการจัดการและพัฒนาอุตสาหกรรมทางการเกษตรอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดความสมดุลและเกิดประโยชน์สูงสุดในทุกมิติ ทั้งทางด้านคุณภาพของวัตถุดิบ สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญและตระหนักถึงความปลอดภัยของอาหารต่อผู้บริโภค โดยปัจจุบันมีการจัดหาคัดเลือกวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรที่นำมาเป็นอาหารจากผู้ประกอบการทั้งกลุ่มรายใหญ่ กลุ่มรายย่อย และกลุ่มชุมชน หรือ กลุ่ม SME เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกกลุ่มผู้ประกอบการภายในประเทศ และเป็นการลดความเหลื่อมล้ำระหว่างสังคม โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณามาตรฐานการจัดการวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรอย่างปลอดภัย

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อยู่ระหว่างการดำเนินงาน จัดทำนโยบายและมาตรการจัดการวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรอย่างปลอดภัย

กลุ่มวัตถุดิบ	มาตรฐานพื้นฐาน	มาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัย
กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อวัว/โค	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) - ใบอนุญาตให้ทำการค้าสัตว์หรือ ซากสัตว์(แบบ ร.10) - ใบอนุญาตให้เคลื่อนย้ายสัตว์ ซากสัตว์ (แบบ ร.3 หรือแบบ ร.4) - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000
กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) - ใบอนุญาตให้ทำการค้าสัตว์หรือ ซากสัตว์(แบบ ร.10) - ใบอนุญาตให้เคลื่อนย้ายสัตว์ ซากสัตว์ (แบบ ร.3 หรือแบบ ร.4) - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000
กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก ได้แก่ ไก่ เป็ด ไช้ไก่ เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) - ใบอนุญาตให้ทำการค้าสัตว์หรือ ซากสัตว์(แบบ ร.10) 	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000

กลุ่มวัตถุดิบ	มาตรฐานพื้นฐาน	มาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัย
	<ul style="list-style-type: none"> - ใบอนุญาตให้เคลื่อนย้ายสัตว์ ซากสัตว์ (แบบ ร.3 หรือแบบ ร.4) - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 	
กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ได้แก่ ปลา กุ้ง หอย ปู หมึก เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) - ใบอนุญาตให้นำเข้าสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ - ใบแจ้งอนุมัตินำสัตว์หรือซากสัตว์เข้าและผ่านราชอาณาจักร (นำเข้า) - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมประมง, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000
กลุ่มผลิตภัณฑ์ผัก/ผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 	GMP 386 อย., GAP, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000, ISO9001

8.1.2 ร้อยละของผลิตภัณฑ์หรือผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย

มีการคัดเลือกวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งจะพิจารณาจากมาตรฐานระบบคุณภาพโรงงานผู้ผลิตหรือมาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบที่ได้รับการรับรอง นั้นหมายรวมถึงคู่ค้าที่เป็น 3rd supplier (คู่ค้าที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง) เพื่อเป็นการช่วยการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้นของวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรก่อนการพิจารณาคัดเลือกผู้ขายเข้าร่วมนำเสนอสินค้า

กลุ่มวัตถุดิบ	มาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัย	ร้อยละของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย
กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อวัว/โค	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000	88.89%
กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000	88.24%
กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000	86.67%
กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมประมง, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000	82.93%

กลุ่มวัตถุดิบ	มาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัย	ร้อยละของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย
กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช	GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000	100%

หมายเหตุ: ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานของสถานที่ผลิตอาหารส่วนที่ไม่ครบ 100% เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย เช่น รัฐวิสาหกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาชุมชน กลุ่ม OTOP ซึ่งจะมีใบอนุญาตผลิตอาหารจากหน่วยงานราชการ เช่น ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อย.2) ใบอนุญาตผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (สบ.1) เป็นต้น

8.2 การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน

8.2.1 นโยบายและหลักปฏิบัติเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare Principles)

บริษัทเล็งเห็นความสำคัญถึงสวัสดิภาพสัตว์ เพราะมีผลต่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารในห่วงโซ่อุปทาน จึงได้มีการสนับสนุนในการคัดเลือกคู่ค้า (Supplier) สำคัญที่มีการดำเนินธุรกิจบนหลักการที่ถูกต้องเหมาะสมและใส่ใจในสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare Principles) จริยธรรมด้านการเลี้ยงสัตว์ การกำกับดูแล

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดทำนโยบายและหลักปฏิบัติเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์

ผลิตภัณฑ์	ชื่อมาตรฐานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย	ร้อยละของปริมาณการผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย	ร้อยละของปริมาณการซื้อเทียบกับการซื้อผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทั้งหมด
กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อวัว/โค	- มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มสุกรจากกรมปศุสัตว์ (GAP) - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมปศุสัตว์	99.83%	16.49%
กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร	- มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มสุกรจากกรมปศุสัตว์ (GAP) - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมปศุสัตว์	91.79%	21.14%
กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก	- การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีด้านปศุสัตว์ สำหรับผู้ประกอบการฟาร์มสัตว์ปีกแบบเลี้ยงปล่อย จากกรมปศุสัตว์ - ฟาร์มสัตว์ปีกแบบเลี้ยงปล่อยอิสระ (ไก่ไข่) จากกรมปศุสัตว์ - มาตรฐาน Q-Mark จากกรมปศุสัตว์	94.19%	6.10%

ผลิตภัณฑ์	ชื่อมาตรฐานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย	ร้อยละของปริมาณการผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย	ร้อยละของปริมาณการซื้อเทียบกับการซื้อผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทั้งหมด
	<ul style="list-style-type: none"> - มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่เนื้อจากกรมปศุสัตว์ (GAP) - มาตรฐานฟาร์มไก่ไข่แบบไม่ใช้กรง (Cage Free) จากกรมปศุสัตว์ - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมปศุสัตว์ 		
กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - มาตรฐานการปฏิบัติทางการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี (GAP) จากกรมประมง - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมประมง 	97.11%	52.42%

หมายเหตุ: สวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) คู่ค้าที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพโรงงาน ที่มีการกำหนดนโยบายสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ส่วนที่ไม่ครบ 100% เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย เช่น รัฐวิสาหกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาชุมชน กลุ่ม OTOP ซึ่งจะมีใบอนุญาตสถานผลิตอาหารจากหน่วยงานราชการ เช่น ใบอนุญาตสถานที่ผลิตอาหาร (แบบ อ.2) ใบอนุญาตสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (สบ.1) เป็นต้น

8.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

8.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญและมุ่งมั่นการบริหารจัดการคู่ค้า (Supplier) ตลอดห่วงโซ่อุปทานในการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับคู่ค้า (Supplier) รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า (Supplier) ทั้งคู่ค้าปัจจุบันและคู่ค้ารายใหม่ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1.1 การกำหนดรายละเอียดหัวข้อการตรวจประเมินคู่ค้า (Supplier) ในแบบการตรวจประเมินสถานที่ผลิต (Supplier Audit Checklist)

กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญถึงประเด็นทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการจัดหาวัตถุดิบจากคู่ค้า (Supplier) ที่มีการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยมีการระบุหัวข้อ “การจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental management)” ลงใน “รายงานการตรวจประเมินคู่ค้า [Supplier Audit Report]” ในทุกกลุ่มคู่ค้า (Supplier) และ แบบประเมินด้านแรงงาน “รายงานการตรวจสอบความยั่งยืนของคู่ค้า [Sustainability Supplier Audit Report]” ซึ่งใช้ในการตรวจประเมินคู่ค้า (Supplier) ทุกรายที่ดำเนินการเข้าตรวจประเมิน

การตรวจประเมินผู้ค้า (Supplier)	ปี 2565		ปี 2566		ปี 2567
	เป้าหมาย การ ดำเนินงาน	ผลการ ดำเนินงาน	เป้าหมาย การ ดำเนินงาน	ผลการ ดำเนินงาน	เป้าหมาย การ ดำเนินงาน
การประเมินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental management) และการ ประเมินความยั่งยืนด้วยตนเอง (Management Practice & Labour standard)	ผู้ค้า 31 ราย	ผู้ค้า 31 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100%)	ผู้ค้า 36 ราย	ผู้ค้า 36 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100%)	ผู้ค้า 37 ราย

1.2 การพัฒนาผู้ค้า (Supplier)

กลุ่มบริษัท ให้ความสำคัญในการพัฒนาผู้ค้า (Supplier) เพราะผู้ค้าถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะส่งเสริมให้บริษัทสามารถพัฒนาและเติบโตได้อย่างยั่งยืน หากผู้ค้าที่มีความเสี่ยงก็อาจจะส่งผลกระทบต่อบริษัทได้ ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการคัดเลือกผู้ค้าสำคัญ เพื่อร่วมพัฒนาโดยการเข้าตรวจประเมินสถานที่พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำในการปรับปรุง

การพัฒนาผู้ค้า (Supplier)	ปี 2565		ปี 2566		ปี 2567
	เป้าหมายการ ดำเนินงาน	ผลการ ดำเนินงาน	เป้าหมาย การ ดำเนินงาน	ผลการ ดำเนินงาน	เป้าหมายการ ดำเนินงาน
การพัฒนาผู้ค้าสำคัญ (Supplier Development)	ผู้ค้า 4 ราย	ผู้ค้า 4 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100%)	ผู้ค้า 5 ราย	ผู้ค้า 4 ราย (คิดเป็นร้อยละ 80%)	ผู้ค้า 4 ราย

ผู้ค้าปัจจุบัน (Current Supplier) เป็นการตรวจติดตามเพื่อพัฒนาคุณภาพและรักษามาตรฐานของวัตถุดิบและช่วยพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผู้ค้า (Supplier) ให้อยู่ในระดับ “ดีมาก (เกรด A)” และ “ดี (เกรด B)” โดยดำเนินการจัดทำแผนการตรวจประเมินสถานที่ผลิตประจำปี ซึ่งจะมีการพิจารณาการเข้าตรวจประเมินเพื่อพัฒนาระบบคุณภาพผู้ค้า (Supplier) ดังนี้

1. ผู้ค้า (Supplier) ในกลุ่มสินค้าหลักที่มียอดซื้อขายตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป และเกรดคะแนนในการตรวจประเมินครั้งล่าสุดตั้งแต่ เกรด B , เกรด C และ เกรด D จะนำมาพิจารณาเพื่อวางแผนในการตรวจประเมินเพื่อพัฒนาผู้ค้า (Supplier)
2. ผู้ค้า (Supplier) ที่พบข้อร้องเรียนอย่างต่อเนื่อง จะนำมาพิจารณาเพื่อวางแผนในการตรวจประเมิน เพื่อพัฒนาผู้ค้า (Supplier) และลดจำนวนข้อร้องเรียน

การตรวจติดตามและการพัฒนาผู้ค้าปัจจุบัน (Current Supplier) ตามแผนการตรวจประเมินประจำปี

Year	ผู้ค้า (Supplier) ทั้งหมด	ผู้ค้า (Supplier) ระดับ "ดีมาก (A)"	ผู้ค้า (Supplier) ระดับ "ดี (B)"	รวมทั้งหมด	
				จำนวน	%
2021	50 ราย	27 ราย	6 ราย	32 ราย	64 %
2022	31 ราย	16 ราย	8 ราย	24 ราย	77.42 %
2023	36 ราย	26 ราย	7 ราย	33 ราย	91.67

1.3 การจัดแบ่งกลุ่มผู้ค้า (Supplier)

เนื่องจากผู้ค้า (Supplier) วัตถุประสงค์และผลผลิตทางการเกษตรในปัจจุบันมีความหลากหลายทั้งกลุ่มประเภทของสินค้า และกลุ่มการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสและกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการในทุกระดับได้มีโอกาสในการดำเนินการธุรกิจและสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารอย่างยั่งยืน จึงมีการจัดแบ่งกลุ่มผู้ค้า (Supplier) ในการตรวจประเมินผู้ค้า (Supplier) ตามกลุ่มคุณภาพโรงงาน เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มผู้ค้า (Supplier)	มาตรฐานที่ได้รับการรับรอง
กลุ่มที่มีระบบคุณภาพ	GMP 420 อย., GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000 เป็นต้น
กลุ่มกำลังพัฒนาระบบคุณภาพ	สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) , ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) , มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น
กลุ่มโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP), GMP 386 อย., GAP เป็นต้น
กลุ่มคลังจัดเก็บสินค้า	ISO9001, ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (มอก.18001-2542) , GHPs, HACCP เป็นต้น
กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสอาหาร (Non-food)	ISO9001, ISO22000, GHPs, HACCP เป็นต้น
กลุ่มฟาร์มสาหร่ายทะเล	มาตรฐานสินค้าเกษตร, GAP, GHPs, HACCP เป็นต้น

8.3.2 ร้อยละของผู้ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน

การตรวจประเมินผู้ค้า (Supplier) มีความจำเป็นต่อห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ขององค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและลดปัญหาหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ทางบริษัทจึงให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก ซึ่งการตรวจประเมินผู้ค้า (Supplier) จะช่วยในกระบวนการตัดสินใจในการคัดเลือกผู้ค้า (Supplier) ที่เข้าร่วมสำหรับผู้ค้ารายใหม่ (New Supplier) และยังเป็น การตรวจติดตามประสิทธิภาพและคุณภาพของวัตถุดิบอย่างต่อเนื่องสำหรับผู้ค้ารายปัจจุบัน (Current Supplier) โดยการเข้าตรวจประเมินสถานที่ผลิต (On site Audit) ดังนี้

ผู้ค้ารายใหม่ (New Supplier) ก่อนเข้าร่วมการเสนอประมูลราคา (Bidding) จะมีการเข้าตรวจประเมินสถานที่ผลิตแบบ On site Audit เพื่อเป็นการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้นถึงความปลอดภัยของวัตถุดิบ รวมถึงการตรวจประเมิน

ทางด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental management) และการประเมินความยั่งยืนด้วยตนเอง (Management Practice & Labour standard) เพื่อเป็นการเปิดโอกาสทางการค้าให้กับคู่ค้ารายใหม่ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ภายในประเทศและสนับสนุนการจ้างงาน

คู่ค้ารายใหม่ (New Supplier)	ปี 2565		ปี 2566		ปี 2567
	เป้าหมาย การ ดำเนินงาน	ผลการ ดำเนินงาน	เป้าหมาย การ ดำเนินงาน	ผลการ ดำเนินงาน	เป้าหมายการ ดำเนินงาน
การประเมินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental management) และการประเมินความยั่งยืนด้วยตนเอง (Management Practice & Labour standard)	คู่ค้า 9 ราย	คู่ค้า 9 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100%)	คู่ค้า 4 ราย	คู่ค้า 4 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100%)	คู่ค้า 5 ราย

8.3.3 จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ (Supplier Code of Conduct)

บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้าเพื่อให้คู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัท และบริษัทย่อย ภายใต้ห่วงโซ่อุปทานได้ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเป็นไปตามกฎหมาย ยึดถือและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย ธรรมชาติและให้ความสำคัญกับการเป็นมิตรและรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเจริญเติบโตและยั่งยืนไปด้วยกัน ซึ่งคู่ค้า หมายถึง ผู้ขายสินค้า ผู้รับจ้าง และ/หรือผู้ให้บริการ ให้กับบริษัท และบริษัทย่อย ทั้งที่เป็นนิติบุคคลหรือ บุคคลธรรมดาโดยมีแนวทางและขอบเขตในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า ดังนี้

1. การมีจริยธรรมทางธุรกิจ ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและข้อกำหนด
 - 1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต การปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนด ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ยึดมั่นในความถูกต้อง ซื่อสัตย์สุจริต มีจริยธรรมและความโปร่งใส ไม่ดำเนินการในลักษณะที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและข้อกำหนด
 - 1.2 การมีคุณธรรม ต้องดำเนินธุรกิจด้วยการยึดมั่นค่านึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย มีการดำเนินงานและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียด้วยความเสมอภาค
 - 1.3 ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ คู่ค้าจะต้องไม่มีความเกี่ยวโยงหรือความสัมพันธ์อื่นใดกับกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทในลักษณะการเกี่ยวโยงกันหรือการมีผลประโยชน์ทับซ้อน ทั้งนี้หากเข้าข่ายในลักษณะดังกล่าวจะต้องแจ้งให้บริษัททราบและต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด
 - 1.4 การเปิดเผยข้อมูลและรักษาความลับ คู่ค้าต้องเปิดเผยข้อมูลตามข้อตกลงต่อบริษัท และบริษัทย่อยอย่างครบถ้วน รวมทั้งต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบริษัท และบริษัทย่อยโดยไม่ได้รับความยินยอมให้บุคคลอื่นทราบเพื่อนำไปใช้เป็นผลประโยชน์ของบุคคลหนึ่งบุคคลใด รวมทั้งต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- 1.5 การเคารพทรัพย์สินทางปัญญา ต้องเคารพในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น มีการดำเนินการที่ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
- 1.6 การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน คู่ค้าจะต้องมีการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกกรณี ทั้งนี้ การทุจริตคอร์รัปชัน หมายถึง การปฏิบัติ หรือละเว้นการปฏิบัติในตำแหน่งหน้าที่ หรือการใช้อำนาจในตำแหน่งหน้าที่โดยมิชอบในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการให้ หรือรับสินบน การนำเสนหรือการให้คำมั่นว่าจะให้การขอ หรือการเรียกร้อง ทั้งที่เป็นทรัพย์สิน เงิน สิ่งของ สิทธิ หรือผลประโยชน์อื่นใด ที่เป็นการขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม และกฎหมาย กฎ ระเบียบ นโยบาย ต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือบุคคลอื่นใดที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัท บริษัทย่อยหรือบริษัทในกลุ่ม ไม่ว่าจะในประเทศ หรือต่างประเทศ เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์อันมิควรได้ ทั้งต่อองค์กร ตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง
2. การไม่เลือกปฏิบัติ ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและหลักสิทธิมนุษยชน โดยคู่ค้าจะต้องมีการดำเนินการ ดังนี้
 - 2.1 การไม่เลือกปฏิบัติ จะต้องเคารพในความแตกต่างและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เอื้อประโยชน์หรือลดทอนสิทธิของพนักงานอย่างไม่เป็นธรรมด้วยสาเหตุจากเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว ศาสนา สถานะทางสังคม เพศ อายุ ความพิการหรือทุพพลภาพ แนวคิดทางการเมือง สถานภาพเกี่ยวกับการสมรส นอกจากนี้ให้มีการกำหนดมาตรการป้องกันและแก้ปัญหาเกี่ยวกับการล่วงละเมิดทางเพศ
 - 2.2 ไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบังคับใช้แรงงาน การใช้แรงงานข้ามชาติโดยผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก และการค้ามนุษย์
 - 2.3 การคุ้มครองแรงงาน โดยในการว่าจ้างแรงงานต่างด้าว คู่ค้าจะต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดอย่างถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ในกรณีหญิงมีครรภ์ จะจัดให้มีการทำงานที่ปลอดภัยในช่วงเวลาที่เหมาะสมและไม่เป็นอันตรายต่อการมีครรภ์หรือเป็นอันตรายต่อบุตรในครรภ์ ทั้งจะไม่เลิกจ้าง ลดตำแหน่ง หรือลดสิทธิประโยชน์อันเนื่องจากการมีครรภ์
 - 2.4 การจ่ายค่าตอบแทน มีการจ่ายค่าจ้าง ค่าตอบแทน รวมทั้งค่าครองชีพและผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องกับกฎหมายแรงงานและตรงตามเวลาที่กำหนด และไม่หักค่าจ้างพนักงานเว้นแต่เป็นการดำเนินการที่ไม่ขัดกับกฎหมาย มีการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง
 - 2.5 มีการกำหนดชั่วโมงการทำงานที่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งดูแลชั่วโมงการทำงานล่วงเวลาของพนักงานให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
 - 2.6 ให้เสรีภาพในการสมาคมและการเจรจาต่อรอง โดยการเคารพสิทธิของพนักงานในการสมาคม หรือการรวมกลุ่มในรูปแบบใดๆ ที่ไม่ขัดกับกฎหมาย รวมถึงการเข้าร่วมในกระบวนการเจรจาต่อรองตามขั้นตอนของกฎหมาย
3. การดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
 - 3.1 ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน คงไว้ และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้เกิดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ป้องกันมิให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - 3.2 มุ่งเน้นการดูแลรักษา ป้องกัน ลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมในการทำงานอันเนื่องมาจากกิจกรรมของกิจการ
 - 3.3 มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน อย่างสม่ำเสมอ

4. การดำเนินการที่เป็นมิตรและรักษาสิ่งแวดล้อม
- 4.1 ปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อกำหนดอันเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยเคร่งครัด
- 4.2 มีการจัดหาแหล่งวัตถุดิบและสร้างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การไม่ใช้สารพิษที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและสังคม
- 4.3 ให้ความร่วมมือและมีแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศรวมถึงปัญหาจากก๊าซเรือนกระจกและผลกระทบที่เกิดจากการประกอบกิจการของลูกค้า การแก้ไขปัญหาโลกร้อน
- 4.4 มีการแก้ไขปัญหาการจัดการขยะและของเสียอย่างเป็นระบบ โดยการส่งเสริมให้ความรู้ในการลดขยะในสถานที่ประกอบการทั้งหมด การนำกลับมาใช้ซ้ำ การสร้างระบบการคัดแยกตั้งแต่ต้นทาง เพื่อลดปริมาณและต้นทุนในการบริหารจัดการ
- 4.5 การดำเนินการด้านสังคม มีการดำเนินธุรกิจที่ตระหนักและให้ความสำคัญต่อผลกระทบที่มีต่อสังคมและชุมชน รวมทั้งการเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม สิทธิและความคิดเห็นของชุมชนในพื้นที่ประกอบธุรกิจ มีการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

8.3.4 ร้อยละลูกค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้าทางธุรกิจ

บริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการ ให้ลูกค้าลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้าทางธุรกิจ

8.4 การพัฒนานวัตกรรม

จากกระแสการปรับตัวของแต่ละองค์กร ที่มุ่งเน้นในนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ ให้เดินหน้าแข่งขันและเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานจากการนำข้อมูลข่าวสาร การปรับตัวการใช้บริการของลูกค้าจากทุกด้าน มาทำการวิเคราะห์เชิงลึกและนำกลับมาปรับปรุง เพื่อพัฒนาและส่งมอบบริการที่ตรงจุดให้กับลูกค้า

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสม และสนับสนุนให้มีการ พัฒนานวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองต่อความสุขของลูกค้า สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนด้านการวิจัย และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสนับสนุน

ความร่วมมือต่างๆ การจัดการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมสร้างนวัตกรรม ไม่ได้เพียงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังมองไปไกลในอนาคต ที่รูปแบบการใช้ชีวิตจะเปลี่ยนไป ควบคู่กับการคำนึงถึงความยั่งยืนของสังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันไปใช้ในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในแต่ละขั้นตอน

8.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กร

บริษัทฯ มุ่งสู่ความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ โดยยึดหลักการเจริญเติบโตทางธุรกิจ (Economic viability) นวัตกรรมที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง (Innovation) และผลกระทบต่อสังคม (Environment Impact) จึงได้กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม โดยมีเป้าหมายเป็นองค์กรมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเหมาะกับการสถานะการณ์ของการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน

1. สนับสนุนการบริหารจัดการเลือกเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมเข้ามาใช้ในองค์กร ลดการสร้างขยะอิเล็กทรอนิกส์ ส่งขยะให้หน่วยงานที่ทำลายขยะอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการทำลายที่ถูกต้อง หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ตามวัตถุประสงค์

- ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการปฏิบัติการ และพัฒนากระบวนการที่เกี่ยวกับสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ สื่อสารนโยบายหรือมาตรการด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยี และตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาและการนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ เพื่อความปลอดภัยและการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยไม่ผิดต่อกับข้อกำหนดขององค์กร และกฎหมาย
- สนับสนุนทรัพยากร ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ และการฝึกอบรม เพื่อให้ดำเนินงานด้านเทคโนโลยีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

8.4.2 กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมขององค์กร

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้า มุ่งเน้นที่จะพัฒนา ปรับปรุง และเพิ่มศักยภาพทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นโครงการที่มีการวางแผนและอนุมัติการดำเนินการร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรและส่งเสริมประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค โดยมีโครงการที่น่าสนใจ อาทิ

- 1.) โครงการยกระดับระบบคอมพิวเตอร์ส่วนกลางหรือเครื่องเซิร์ฟเวอร์เป็นระบบคลาวด์ โดยยึดหลักการบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าเป็นหลัก เพิ่มขีดความสามารถของระบบให้รองรับปริมาณการเติบโตของผู้ใช้ สอดคล้องกับแผนที่จะต้องรองรับการใช้งานของลูกค้าที่จะมีปริมาณเพิ่มขึ้นตามแผนการที่จะขยาย หรือสามารถปรับระดับให้ระบบมีขีดความสามารถลดลงในช่วงเวลาที่ไม่มีการใช้งานหรือใช้งานน้อย หรือปิดการใช้งาน เมื่ออยู่ในช่วงเวลาที่ไม่มีผู้ใช้ และเพื่อรองรับแผนการต่อเนื่องทางธุรกิจได้ตามมาตรฐานสากล

โครงการใช้ระบบงานคลาวด์ จะใช้เฉพาะในระบบงานที่ติดต่อกับลูกค้า เนื่องจากมีความสะดวกในเรื่องของการสนับสนุนของโปรแกรมในยุคสมัยใหม่ที่เข้ามาช่วยเสริมการทำงานได้ดียิ่งขึ้น และมีระบบรองรับเรื่องความต่อเนื่องของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

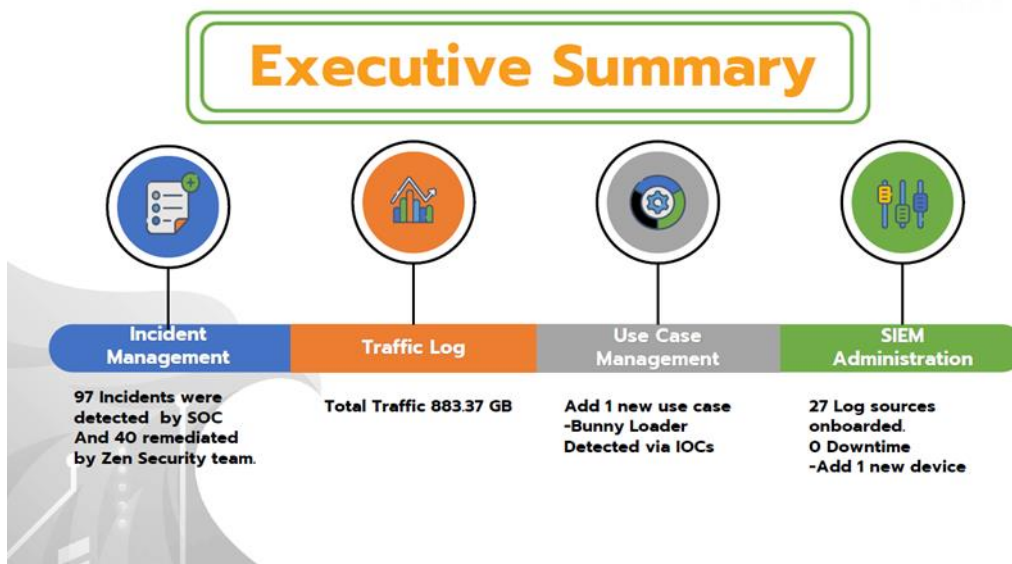
การดำเนินการโครงการปัจจุบันดำเนินการไปแล้ว 75% จะแล้วเสร็จประมาณเดือนกุมภาพันธ์ โดยงบประมาณการดำเนินงานจะเป็นลักษณะที่จ่ายตามการใช้งานจริง ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับการลงทุนจัดซื้ออุปกรณ์และค่าใช้จ่ายอื่น เช่น ใบอนุญาตระบบปฏิบัติการ (Windows License) ใบอนุญาตโปรแกรมฐานข้อมูล ค่าบริการด้านความปลอดภัย การบำรุงรักษารายปี เป็นต้น ซึ่งจะพบว่าค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับระยะเวลาการใช้งาน

- 2.) ปรับปรุงระบบความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานแล้ว ระบบความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้รองรับกับการปรับเปลี่ยนของโครงสร้างพื้นฐานและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการใช้งานของระบบโปรแกรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้โปรแกรมที่ต้องบริการลูกค้า จะต้องมีการนำเสนอที่รวดเร็วและมุ่งตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ต้องพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ จะทำให้เกิดช่องโหว่ ให้มีการโจมตีจากผู้ไม่หวังดีภายนอก หรือความไม่มั่นคงของระบบภายในเมื่อมีปริมาณการใช้ที่มากขึ้น

ทางฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงต้องปรับปรุงวิธีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อยกระดับให้สูงขึ้น และทันสมัย ป้องกันการไม่หวังดีจากภายนอกและภายใน โดยมีการจัดทำศูนย์เฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Security Operation Center – SOC) ที่จะคอยตรวจสอบ เฝ้าระวังและ

ป้องกันระบบหรืออุปกรณ์สำคัญขององค์กรจากการบุกรุกหรือการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งหากมีเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยเกิดขึ้น เช่น ระบบถูกบุกรุก โจม หรือการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต ระบบจะทำหน้าที่ประเมิน ตรวจสอบและแก้ไขเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อลดผลกระทบและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร ให้อยู่ในระดับที่ไม่รุนแรง ซึ่งใช้งบประมาณในการดำเนินงาน 930,000 บาท สำหรับการดำเนินงานในปีแรก ซึ่งจะมีการดำเนินงานต่อเนื่อง เพื่อรักษาความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยี

นอกจากการเฝ้าระวังความปลอดภัยที่จะเกิดขึ้นแล้ว ทางศูนย์เฝ้าระวัง ยังมีหน้าที่ในการอัปเดตข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัยที่เกิดขึ้น เพื่อนำกลับมาป้องกัน หรือปรับปรุงการตั้งค่าการเฝ้าระวัง ให้สอดคล้องและเหตุการณ์ ศูนย์เฝ้าระวังจะจัดทำรายงานสรุปเหตุการณ์รายเดือนที่เกิดขึ้น เช่น มีเหตุการณ์ที่พยายามเข้าระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต รายงานการเข้าและออกจากระบบของแต่ละผู้ใช้ รายงานการถูกโจมตีจากกลุ่มไม่หวังดี (Blacklist) เป็นต้น



รูป 1 ตัวอย่างรายงานการเฝ้าระวังความปลอดภัยทางด้านไซเบอร์

- 3.) ดำเนินการตรวจสอบค้นหาช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) ตั้งแต่ช่องโหว่ในกระบวนการทำงานของระบบเซิร์ฟเวอร์ และเครือข่าย ไปจนถึงอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ทำให้ได้ทราบถึงช่องโหว่ภายในองค์กร และนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงได้อย่างถูกต้อง

โดยการดำเนินงานจะดำเนินงานโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านความมั่นคงปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะ ซึ่งจะมีความละเอียดและมีความชำนาญ มีประสบการณ์ช่วยแก้ไขปรับปรุง ให้ระบบของบริษัท มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

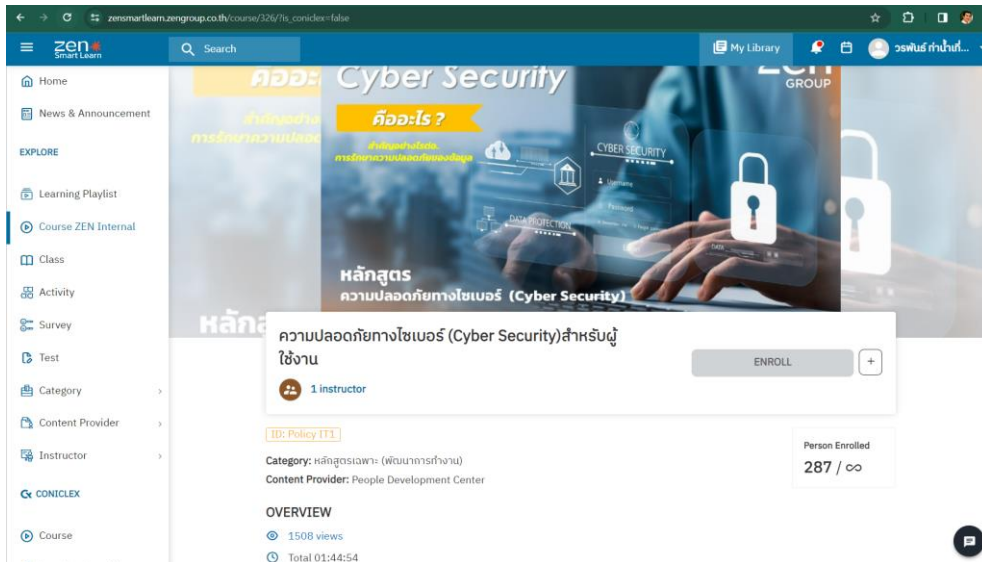
นอกจากนี้ ยังได้มีการทดสอบการบุกรุกโดยละเอียด (Penetration Test) ของระบบสมาชิกเซ็น กรุ๊ป และระบบการขายผ่านช่องทางออนไลน์ที่เว็บ 1376Delivery.com อันเป็นการลดความเสี่ยงจากภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะทำให้กระทบกับลูกค้าโดยตรง



- 4.) เสริมสร้างพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจัดอบรมความรู้ความเข้าใจด้านภัยคุกคามที่เกิดขึ้น ให้กับพนักงานทุกระดับ และเฉพาะด้านให้กับฝ่ายเทคโนโลยี
- หลักสูตรเฉพาะสำหรับฝ่ายเทคโนโลยี จะมุ่งเน้นทั้งภาคทฤษฎีและจำลองเหตุการณ์ ซึ่งจะเป็นกลุ่มหลักที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดเพื่อป้องกัน และแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดเหตุการณ์ ตลอดจนสามารถช่วยพนักงานทั่วไปให้มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการปฏิบัติงาน



หลักสูตรสำหรับพนักงานทั่วไป จะมุ่งเน้นความปลอดภัยเบื้องต้น และรู้ทันกับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ สามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นเมื่อประสบเหตุการณ์ และแจ้งปัญหาให้กับหน่วยงานที่รับผิดชอบ ตามขั้นตอนได้ โดยเนื้อหาการฝึกอบรมจะถูกบรรจุไว้ในหลักสูตรบังคับให้พนักงานต้องมีการอบรมอย่างน้อย 1 หลักสูตร โดยช่องทางออนไลน์ด้วย เพื่อง่ายต่อการอบรม



รูป 2 หลักสูตรความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีที่ถูกบรรจุในช่องทางออนไลน์

Cyber Security หรือ ความปลอดภัยทางไซเบอร์

คือ วัสดุความเสี่ยงจากการโจมตีทางอินเทอร์เน็ต ที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน อุปกรณ์ และบริการที่ใช้กัน ซึ่ง Cyber Security ถือว่าเป็นตัวช่วยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะสร้างความมั่นคงเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลบนไซเบอร์เป็นสำคัญ

หลักสูตร ความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) (Cyber Security for User)

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญใน Cyber Security หรือ ความปลอดภัยทางไซเบอร์
- เพื่อให้พนักงานสามารถใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้อย่างปลอดภัยและแก้ปัญหาเบื้องต้นได้เมื่อ ต้องพบกับภัยคุกคาม
- เพื่อให้พนักงานสามารถประเมินความเสี่ยงด้านไซเบอร์ และมีแนวทางการดำเนินงานที่ถูกต้องเหมาะสม

เพื่อปฏิบัติตามนโยบายด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์
จึงขอเรียนเชิญพนักงานทุกท่านลงทะเบียนเข้ารับอบรม



วันที่อบรม :

10 ต.ค. 2566
เวลา 13.30-15.30 น.



สถานที่อบรม :
MS Team



กลุ่มเป้าหมาย :

พนักงาน Zen Group ทุกคน

เมื่อท่านลงทะเบียนเรียบร้อยแล้วทาง ผู้จัดการอบรม
จะนำส่ง Link อบรมให้ทุกท่านภายในวันที่ 8 ต.ค. 2566

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

กุมารี (ต่อม) 081-550-5788

หัวข้อการอบรม

- ความปลอดภัยทางไซเบอร์คืออะไร ?
- ประเภทของการคุกคามทางไซเบอร์
- วิธีการป้องกัน
- นโยบายการรักษาความปลอดภัย
- กรณี พบการคุกคามควรทำอย่างไร

**วิทยากร : วัชรลักษณ์ พงษ์ปวีระ
บริษัท อควิทเมซ จำกัด**

ลงทะเบียนเข้าอบรม

เปิดลงทะเบียนตั้งแต่วันที่ - 6 ต.ค. 2566 เท่านั้น



รูป 3 ตัวอย่างหลักสูตรสำหรับฝึกอบรม

การฝึกอบรมจะมีการทดสอบความรู้ความเข้าใจก่อนและหลังการฝึกอบรม โดยมีการจำลองสถานการณ์การโจมตีภัยคุกคามไซเบอร์ โดยไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า เพื่อตรวจสอบความรู้ความเข้าใจของพนักงานในองค์กร ซึ่งมีการสุ่มทดสอบจาก 100 คน พบว่า ก่อนดำเนินการอบรม จะมีพนักงานที่มีความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดผลกระทบ 64 คน และมีความเสี่ยงสูง 4 คน ซึ่งหลังจากมีการอบรมและทำการทดสอบ พบว่าไม่พบผู้มีความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดผลกระทบเลย

นอกจากการฝึกอบรมที่จะย้ำเตือนพนักงานให้มีความตื่นตระหนกกับภัยคุกคามทางด้านไซเบอร์และ ทางฝ่ายเทคโนโลยีจะมีข่าวเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีอัปเดตให้กับพนักงานเป็นประจำ เพื่อให้พนักงานมีความตื่นตัว ซึ่งจะทำให้ข้อมูลมีความปลอดภัยมากขึ้น

Microsoft Defender ยกเลิกฟงง แก๊ซ.. Tor ไม่ใช่มัลแวร์

มีรายงานว่าโปรแกรม TorBrowser ในเวอร์ชันล่าสุด
ถูก Windows Defender ปกป้องว่าอาจก่อให้เกิดความเสี่ยง

ทั้งนี้ ผู้ใช้จะได้รับแจ้งเตือนว่าเป็นโทรจันและก่อให้เกิดความปั่นป่วนภายใน
ชุมชนผู้ใช้งาน ซึ่งแท้จริงแล้วเป็นเรื่องของความผิดพลาด (False Positive)

TorBrowser ได้อัปเดตในประเด็นนี้ภายหลังการประสานงานไป
ยังไมโครซอฟต์ ซึ่งไมโครซอฟต์ ระบุว่า เมื่อได้ทบทวนแล้วจึง
พิจารณาว่าไม่สอดคล้องกับคำจำกัดความของมัลแวร์หรือ
แอปพลิเคชันที่ไม่เป็นที่ต้องการของตน จึงได้นำข้อมูลนี้ออกจาก
เงื่อนไขในการตรวจสอบของ Windows Defender

ไฟล์ Tor.exe ที่เป็นปัญหามาจาก TorBrowser เวอร์ชัน 12.5.6 ซึ่งไม่ใช่เป็น
ไฟล์ที่สร้างขึ้นใหม่ แต่เป็นไฟล์ที่เหมือนกับกับเวอร์ชัน 12.5.5 แบบ Byte-for-
Byte

ล่าสุด จากฐานข้อมูลล่าสุดของ Windows Defender (เวอร์
ชัน 1.397.1910.0) พบว่า ได้ระงับการระบุไฟล์ tor.exe เป็น
โทรจันอีกต่อไป



Fortinet อัปเดตช่องโหว่ RCE สำหรับ FortiOS, FortiProxy และ FortiWeb

Fortinet ประกาศเผยแพร่อัปเดตสำหรับ FortiOS, FortiProxy และ
FortiWeb แก๊ซช่องโหว่ที่ส่งผลให้ได้รับสิทธิ์ระดับเดียวกับ Service
Account ที่ใช้งานในขณะนั้น และสามารถติดตั้งโปรแกรม เข้าดู
เปลี่ยนแปลง ลบข้อมูล สร้างบัญชีผู้ใช้งาน กำหนดสิทธิ์ผู้ใช้งานเต็ม
รูปแบบ (Full User Rights)

- ช่องโหว่ CVE-2023-29183 (CVSS: 7.3)
เป็นช่องโหว่ Cross-site Scripting ใน FortiOS และ FortiProxy อาจส่งผลให้ผู้โจมตีที่
ผ่านการตรวจสอบสิทธิ์แล้วสามารถใช้ประโยชน์จากช่องโหว่นี้ในการโจมตีเพื่อ execute
โค้ด JavaScript ที่เป็นอันตรายผ่านตั้งค่า guest management setting ที่เป็น
อันตรายโดยผู้ไม่หวังดี
- ช่องโหว่ CVE-2023-34984 (CVS: 7.1)
เป็นช่องโหว่ของ protection mechanism ที่ไม่เหมาะสมใน FortiWeb ที่อาจส่งผลให้
ไม่หวังดีสามารถใช้ประโยชน์จากช่องโหว่นี้ในการโจมตีเพื่อ bypass การป้องกันของ XSS
protection และ CSRF protection ได้

ซอฟต์แวร์ที่ได้รับผลกระทบ มีหลายเวอร์ชัน FortiProxy (7.2.0 ถึง 7.2.4, 7.0.0 ถึง 7.0.10)
FortiOS (7.2.0 ถึง 7.2.4, 7.0.0 ถึง 7.0.11, 6.4.0 ถึง 6.4.12, 6.2.0 ถึง 6.2.14)
FortiWeb (7.2.0 ถึง 7.2.1, 7.0.0 ถึง 7.0.6, 6.4 และ 6.3 ทุกเวอร์ชัน)

แนะนำให้องค์กรที่ใช้งานผลิตภัณฑ์ที่ได้รับผลกระทบจากช่องโหว่นี้
ดำเนินการอัปเดตซอฟต์แวร์จาก Fortinet ทันที



รูป 4 ตัวอย่างข่าวสารที่มีการนำเสนอ

ทั้งนี้ ยังมีโครงการด้านเทคโนโลยีอื่นที่บริษัท ยังคงดำเนินการต่อเนื่อง เช่น โครงการขยายความสามารถการ
นำโปรแกรม Power BI มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ให้กับบุคลากรอื่นในองค์กร เพื่อใช้ในการพัฒนาขีดความสามารถต่อยอด
โครงการปรับปรุงกระบวนการนำส่งสินค้าให้กับร้านค้าในเครือ เพื่อลดขั้นตอนให้มีความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น บริษัทจะ
ยังดำเนินการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อช่วยพัฒนาประสบการณ์การส่งมอบอาหารและบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ผู้มีส่วน
ได้เสียต่อไป (Link: <https://www.zengroup.co.th/Innovations>)