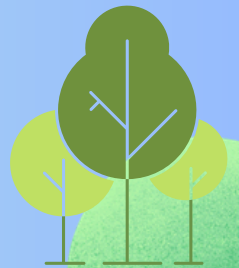
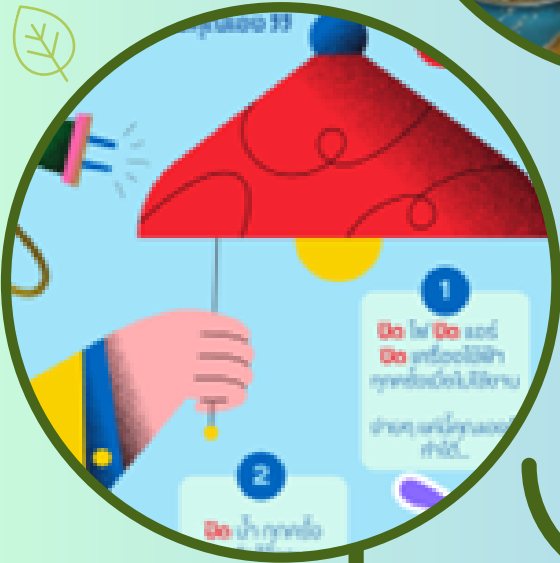




รายงานความ ยั่งยืนปี 2568

บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



รายงานความยั่งยืน

บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เสนอรายงานความยั่งยืนปีที่ 5 ปี 2568

รายงานฉบับนี้มีจุดประสงค์ เพื่อสื่อสารประเด็นความสำคัญทางธุรกิจและการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งมีครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ อันเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ที่ยั่งยืนในปัจจุบัน การจัดทำรายงานความยั่งยืนนี้ได้รับการจัดทำตามกรอบมาตรฐานที่กำหนดใน คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นไปอย่างโปร่งใส ครบถ้วน และสอดคล้องกับแนวทางที่กำหนด

1. ขอบเขตการดำเนินงาน

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2568 ฉบับนี้ นำเสนอผลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2568 ครอบคลุมธุรกิจร้านอาหาร ภายใต้ เซ็น กรุ๊ป ได้แก่ แบนด์ ZEN Japanese Restaurant, AKA, On the Table, Din's, Sushi Cyu & Carnival Yakiniiku, Tetsu, ต๋ามั่ว ลาวญวน และ เชียง รวมถึงสำนักงานใหญ่

2. ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในตลาดสาหรรมอาหารโดยมีธุรกิจร้านอาหารเป็นแกนหลัก มุ่งส่งมอบอาหารและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานแก่ลูกค้า นอกจากนี้ ยังขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจค้าปลีก และบริการเดลิเวอรี่

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าตลอดทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การจัดซื้อจัดจ้าง การผลิต การบริการ การกระจายสินค้า การตลาดและการขาย ตลอดจนการบริการหลังการขาย โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกชั้นตอน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย บริษัทฯ จึงดำเนินการสำรวจความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

2.1 กิจกรรมหลัก

2.1.1 การบริหารปัจจัยการผลิต

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อเรื่องการคัดเลือกคู่ค้าที่มีมาตรฐาน ความปลอดภัย ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานรัฐในการผลิตวัตถุดิบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในมาตรฐานของทางบริษัทการเข้าไปตรวจสอบการผลิตตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางอย่างสม่ำเสมอและครอบคลุม นอกเหนือจากคุณภาพแล้ว ยังคำนึงถึงบริษัทคู่ค้าที่ให้ความใส่ใจในเรื่องของสังคม อาทิเช่น สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลอีกด้วย เพื่อให้มั่นใจว่าตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ มีการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืนอย่างแท้จริง กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใสและเป็นธรรม ที่สำคัญยังให้การสนับสนุนการใช้วัตถุดิบชุมชนหรือ ธุรกิจขนาดกลางถึงเล็กในหลากหลายพื้นที่ ที่มุ่งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชนและสังคม

2.1.2 การปฏิบัติการ

บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งมอบอาหารและบริการคุณภาพเยี่ยม ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องตามความต้องการของผู้บริโภค ควบคู่กับการคำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม บริหารจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดการสูญเสียและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านอาหารและคุณค่าทางโภชนาการ ผ่านระบบการตรวจสอบตามมาตรฐานสากล พร้อมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

2.1.3 การกระจายสินค้าและบริการ

บริษัทฯ ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจระดับสากลในการบริหารจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง ใช้เทคโนโลยีทันสมัยในการบริหารสินค้าคงคลัง ควบคุมคุณภาพการรับ-จ่ายสินค้า และระบบตรวจสอบย้อนกลับ มีระบบติดตามการขนส่งแบบเรียลไทม์ด้วย GPS พร้อมควบคุมอุณหภูมิสินค้าตลอดเส้นทางตามมาตรฐาน มีการพัฒนาระบบงานร่วมกับพันธมิตรอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรองรับการเติบโตในอนาคต

2.1.4 การตลาดและการขาย

บริษัทฯ มุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดผ่านแบรนด์ในเครือ เช่น กรุ๊ป ทั้ง ZEN Japanese Restaurant, AKA, On the Table, Din's, Sushi Cyu & Carnival Yakimiku, Tetsu, ต่ำมั่ว ลาวญวน และเซียง นำเสนอเมนูอาหารรสเลิศ คุณภาพสูง บริการใส่ใจทุกรายละเอียด พร้อมโปรโมชั่นที่คุ้มค่า ใช้กลยุทธ์ Omnichannel เชื่อมโยงประสบการณ์ลูกค้าทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านบริการที่ร้าน บริการส่งถึงบ้าน แพลตฟอร์มสั่งอาหาร โซเชียลมีเดีย และ E-marketplace พร้อมระบบ CRM "ZEN Group Member" ที่ใช้ Big Data วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อนำเสนอสินค้าและโปรโมชั่นที่ตรงใจ

2.1.5 การบริการหลังการขาย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า และพร้อมรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและการให้บริการ โดยบริษัทมีการวัด ความพึงพอใจของลูกค้า ผ่านระบบ NPS เพื่อให้มั่นใจในมาตรฐานการให้บริการและรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังเปิดช่องทางการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อติชม ของลูกค้าผ่านทางโซเชียลมีเดีย และคอลเซ็นเตอร์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าและสามารถดำเนินการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

กิจกรรมหลัก



3. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในการดำเนินการทางธุรกิจต่างๆ ขององค์กรต่างเกี่ยวข้องกับความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลากหลายกลุ่ม บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักและรองเพื่อนำมากำหนดนโยบายการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับหรืออาจได้รับการดำเนินงานของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงต้องทราบความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผลกระทบและประเด็นที่เกี่ยวข้องทั้งทางบวกและลบ อีกทั้งระบุและประเมินความสำคัญของประเด็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบริษัทฯ จึงควรต้องบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความคาดหวัง รวมไปถึงความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อหาวิธีการที่ได้ประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน และผลกระทบทางลบ สร้างเสริมความยั่งยืนในองค์กรต่อไป

3.1 นโยบายการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับหรืออาจได้รับการดำเนินงานของบริษัท

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

3.2 การประเมินการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริษัทฯ ได้มีการประเมินการจัดเรียงลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีผลกระทบมากไปจนถึงน้อย รวมไปถึงประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผลกระทบต่อบริษัทฯ

ประเด็นความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | ประเด็นความคาดหวัง | การตอบสนองความคาดหวัง | ช่องทางการสื่อสาร |
|----------------------|---|---|---|
| 1. พนักงาน | <ul style="list-style-type: none"> - ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม - หน้าที่การงานมั่นคงและก้าวหน้า - มีความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดี - ความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร - การส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาศักยภาพพนักงาน - ความเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ - เคารพในสิทธิมนุษยชนและได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม | <ul style="list-style-type: none"> - ได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม - ได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพและ โอกาสในการเติบโต - มี Career Path และโครงสร้างที่ชัดเจนเพื่อให้มั่นใจว่าจะมีหน้าที่การงานที่มั่นคงและก้าวหน้า - ไม่เลือกปฏิบัติยึดมั่นเคารพสิทธิมนุษยชนและได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม - มีอาชีพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน | <ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี - การจัดกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ - การสื่อสาร กิจกรรม ข่าวสาร - จัดช่องทางภายในเพื่อรับข้อร้องเรียน - มีอบรมหลักสูตรการพัฒนาทักษะ - มีนโยบายด้านการจ้างงานและการบริหารแรงงาน - นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน - นโยบายความปลอดภัย อาชีพอนามัยและ |

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | ประเด็นความคาดหวัง | การตอบสนองความคาดหวัง | ช่องทางการสื่อสาร |
|--|---|--|---|
| | | | <p>สภาพแวดล้อมในการทำงานนโยบายการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพและแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง ประกาศให้พนักงานรับทราบโดยทั่วกัน</p> |
| <p>2. ลูกค้า</p> | <p>-มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยสินค้าและบริการ</p> <p>-วัตถุประสงค์/แหล่งที่มาของวัตถุประสงค์</p> <p>-มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้บริโภค</p> | <p>-สินค้าและบริการมีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ ยอมรับในระดับสากลและตามที่คาดหวัง</p> <p>-ราคาสินค้าและบริการที่เป็นธรรมและเหมาะสม</p> <p>-การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสรับผิดชอบต่อ สังคม และสิ่งแวดล้อม</p> <p>-ตอบสนองต่อความผิดพลาดและติดตามผล ของการแก้ไขปัญหา</p> <p>จนลูกค้ามีความ พึงพอใจ</p> | <p>-การปฏิสัมพันธ์รับข้อเสนอแนะ เพื่อใช้ในการปรับปรุงมาตรฐาน</p> <p>-การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า หลังเข้ารับบริการ (NPS Score)</p> <p>-นำผลวิจัยทางการตลาด มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส์ มุ่งเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า</p> <p>- มีนโยบายการตั้งราคาและการกำหนดราคาขายที่ประกาศผ่านเว็บไซต์ของบริษัท</p> |
| <p>3. คู่ค้า/ คู่ค้าธุรกิจ / พันธมิตรธุรกิจ</p> | <p>-มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ</p> <p>-เป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์พันธมิตรระยะยาวสร้างคุณค่าและผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน</p> <p>-การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน</p> <p>-การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน</p> | <p>-ปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน</p> <p>-มีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้</p> <p>-มีนโยบายการบริหารงานจัดซื้อจัดจ้างและกำหนดหลักการวิธีปฏิบัติ</p> <p>-การให้ความใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล</p> <p>ตลอดห่วงโซ่อุปทาน</p> | <p>- จัดประชุมคู่ค้าประจำปีและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี</p> <p>-มีการรับรองและเข้าร่วมการต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย</p> <p>-การสื่อสารแผนธุรกิจร่วมกับคู่ค้า เป็น ประจำทุกปี</p> <p>รวมทั้งประกาศนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น จรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า นโยบายรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันผ่านเว็บไซต์ของบริษัท</p> <p>-การสนับสนุนแบ่งปันองค์ความรู้ และ พัฒนาร่วมกัน</p> |

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | ประเด็นความคาดหวัง | การตอบสนองความคาดหวัง | ช่องทางการสื่อสาร |
|-------------------------------|---|--|---|
| 4. นักลงทุน/ ผู้ถือหุ้น | <ul style="list-style-type: none"> - ผลประกอบการและผลตอบแทนที่ดี - มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลครบถ้วน - ดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนด - ปฏิบัติต่อนักลงทุน/ผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรม เสมอภาคและเท่าเทียมกัน | <ul style="list-style-type: none"> - มีผลประกอบการที่ดีและผลตอบแทนการลงทุนที่คุ้มค่า - มีการกำกับดูแลกิจการและการบริการความเสี่ยงและการจัดการวิกฤตที่ดี - ความโปร่งใสของข้อมูลทางธุรกิจ และการเปิดเผย ข้อมูลที่ถูกต้อง เปิดโอกาสให้นักลงทุน/ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น | <ul style="list-style-type: none"> - การจัดประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี - การจัดกิจกรรมพบนักลงทุนรายย่อย - รายงานผลดำเนินงานต่อตลาดหลัก ทรัพย์สินรายไตรมาส - รายงานประจำปี 56-1 และรายงานความยั่งยืน - การแจ้งข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของทางบริษัทอย่างสม่ำเสมอ |
| 5. หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ | <ul style="list-style-type: none"> - ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ ของหน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐอย่างเคร่งครัด - มีการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ - สนับสนุนและปฏิบัติตามมาตรการและกิจกรรมของภาครัฐทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> - มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ อย่างเคร่งครัด - ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ - ให้การสนับสนุนและปฏิบัติตามมาตรการหรือกิจกรรมของภาครัฐทั้งในระดับท้องถิ่น และ ระดับประเทศ | <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำรายงานประจำปี และเปิดเผยต่อสาธารณะอย่างถูกต้องครบถ้วน - เข้าร่วมการประชุมอบรมสัมมนา ของหน่วยงานกำกับดูแลอยู่เสมอ - มีนโยบาย ระเบียบวิธีปฏิบัติที่เป็นไปตามกฎหมาย - จัดกิจกรรม การให้ความรู้ การพัฒนา บุคลากร การควบคุมดูแลการปฏิบัติ ให้เป็นไปตามที่หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐกำหนดอย่างเคร่งครัด |
| 6. ชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อม | <ul style="list-style-type: none"> - ชุมชนมีรายได้ มีความมั่นคงทางการเงิน - คุณภาพชีวิตและสุขอนามัยที่ดี - การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมให้ชุมชน - สร้างความมั่นคงให้แก่ชุมชน (GDP สูงขึ้น) | <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการผลิตสินค้าของชุมชนและเกษตรกรให้มีรายได้ - มีคุณภาพชีวิตและสุขอนามัยที่ดี - พัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนให้ชุมชน - ส่งเสริมการผลิตสินค้าชุมชน เพื่อให้มีมาตรฐาน แข่งขันได้ - ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมโดยรอบสถานประกอบการ | <ul style="list-style-type: none"> - มีส่วนร่วม ผ่านการจ้างงาน การจัดซื้อ - ช่วยส่งเสริมการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน - มีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจที่ |

| ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | ประเด็นความคาดหวัง | การตอบสนองความคาดหวัง | ช่องทางการสื่อสาร |
|----------------------|---|---|---|
| | | | ประกาศผ่าน เว็บไซต์ของบริษัท |
| 7. คู่แข่ง | <ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม - ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ของผู้อื่น - ไม่ดำเนินการแข่งขันทางการค้าด้วยวิธีไม่สุจริต | <ul style="list-style-type: none"> - ประกอบธุรกิจตามหลักการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม - ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น - ดำเนินธุรกิจอย่างสุจริต ไม่ใส่ร้ายป้ายสี สร้างข่าวเท็จ การโจมตีคู่แข่ง | - มีนโยบายการแข่งขันทางการค้าที่ประกาศผ่านเว็บไซต์ของบริษัท |

4. นโยบายการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร

บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดการด้านความยั่งยืน ที่มุ่งเน้นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ในแบบองค์รวม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทั้งภายในและภายนอกมาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการมุ่งเน้นการตอบสนองให้ ตรงตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการดำเนินการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ และยั่งยืน เพื่อสร้างความสมดุลควบคู่ไปกับการเติบโตทางธุรกิจ ตาม SDGs 6 หัวข้อหลัก ดังนี้

มิติสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การบริโภคที่ยั่งยืน การใส่ใจมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง การผลิตและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรับผิดชอบต่อ ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ

การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการ การจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม

มิติสังคม คุณภาพชีวิตของผู้คน ได้แก่ การจัดความหิวโหยการเข้าไปมีส่วนร่วมในสังคมในการช่วยเหลือทางด้านอาหาร และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี

การลดความเหลื่อมล้ำการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน การสนับสนุนการจ้างงานผู้พิการ เพื่อให้มีรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืน

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ความเจริญทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและครอบคลุม ได้แก่ งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจการให้ความมั่นคงกับพนักงาน ทั้งค่าตอบแทน สวัสดิการ ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี การดำเนินการทางธุรกิจที่เติบโตและยั่งยืน โปร่งใส และบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ เมืองและชุมชนที่น่าอยู่อาศัยอย่างยั่งยืน การสร้างงาน กระจายรายได้ไปสู่ชุมชน ผ่านการสนับสนุนวัตถุประสงค์ชุมชน

การระบุประเด็นสำคัญ

| | | |
|---|---|---|
| <p>01 การระบุประเด็นสำคัญ</p> <p>คณะกรรมการด้านความยั่งยืน ได้ทำการรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาประเด็นให้เป็นไปตามการดำเนินงานของบริษัท และผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGS) แนวโน้มของโลก (Global Trend) รวมถึงการศึกษาประเด็นอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจค้าปลีกต่าง ๆ</p> | <p>02 การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ</p> <p>บริษัทได้นำประเด็นความยั่งยืนที่รวบรวมมา ผ่านการคัดกรองและจัดลำดับประเด็นความสำคัญต่าง ๆ ตามสิ่งที่มีผลกระทบต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียในกิจกรรมนั้น ๆ โดยประเมินประเด็นที่มีความสำคัญร่วมกับผู้บริหารและพนักงานของบริษัท นอกจากนี้ยังผ่านกระบวนการทบทวนจากที่ปรึกษาที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ประเด็นความยั่งยืนที่บริษัทจัดลำดับไว้ ได้รับการทบทวนอย่างครบถ้วน รอบด้าน</p> | <p>03 การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและทบทวน เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง</p> <p>ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ จะถูกพิจารณาโดยผู้บริหารระดับสูง ผ่านการรับรองและจัดลำดับความสำคัญ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม หลังจากนั้นบริษัทจะทำการประเมินความถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวัง มุมมอง ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรได้ตระหนักถึงประเด็นด้านความยั่งยืน ทั้งนี้ คณะทำงานด้านความยั่งยืน มีการติดตามผลและทบทวนกระบวนการประเมินความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง</p> |
|---|---|---|

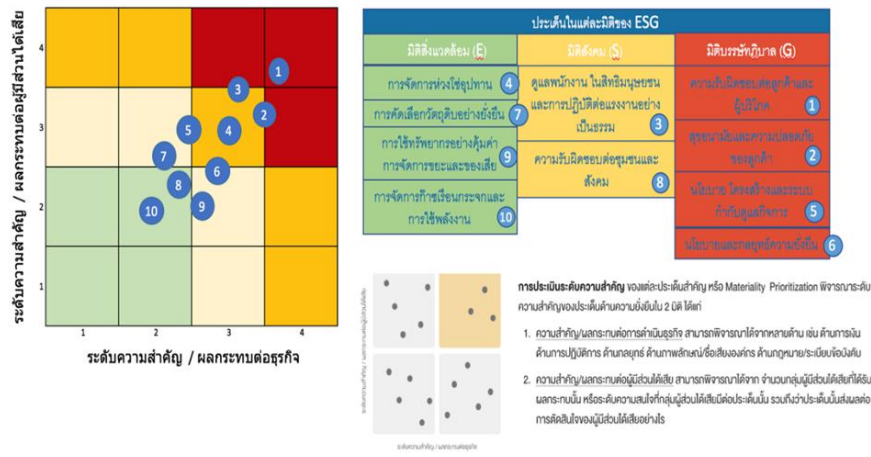
จากแนวโน้มที่สำคัญและความท้าทายที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง นวัตกรรมเทคโนโลยี การแข่งขันที่รุนแรง จึงเป็นส่วนในการพิจารณาการประเมินระดับความสำคัญและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้บริษัท ได้จัดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเรียงตามลำดับ ดังนี้

| ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน | ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ | ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |
|------------------------------------|--|---|
| ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค | ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค จะทำให้บริษัทดำเนินงานทางธุรกิจ ภายใต้การให้ความสำคัญของการความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภคอย่างรอบด้าน หากไม่ได้ดำเนินการแล้ว จะส่งผลต่อชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือและธุรกิจ | ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและบริโภค จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานและคุณภาพทั้งวัตถุดิบ อาหารและบริการ ที่บริษัทมอบให้ และมีการติดตามผล พัฒนา ปรับปรุงการทำงาน เพื่อลดผลกระทบจากข้อร้องเรียน |

| ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน | ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ | ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |
|---|--|---|
| สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า | สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเลือกเข้ามาใช้บริการของบริษัท และเป็นมาตรฐานที่เป็นพื้นฐานของร้านอาหาร หากไม่ได้ให้ความสำคัญ จะทำให้เกิดผลกระทบด้านชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือและธุรกิจ | สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับความปลอดภัยด้านอาหาร ตั้งแต่วัตถุดิบต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมไปถึงขั้นตอนและกระบวนการที่มีความปลอดภัย เพื่อลดผลกระทบจากข้อร้องเรียน |
| ดูแลพนักงานในเรื่องสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม | มาตรการการป้องกันและเยียวยาด้านสิทธิมนุษยชนจะช่วยบรรเทาความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนในกระบวนการธุรกิจจากการใช้แรงงานผิดกฎหมายหรือกรณีเกิดข้อพิพาท ทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจ | การกำกับดูแลและการปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชนของบริษัทจะช่วยคุ้มครองสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเสมอภาค พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม |
| การจัดการห่วงโซ่อุปทาน | การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพทั้งห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ จะช่วยการทำงานที่รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่าย ลดการใช้พลังงาน ลดการสูญเสีย ทำให้บริษัทมีการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน | การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมในการทำงาน และการดำเนินธุรกิจ |
| นโยบาย โครงสร้าง และระบบกำกับดูแลกิจการ | การกำกับดูแลกิจการที่ดี จะช่วยลดความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพและเตรียมพร้อมธุรกิจสำหรับโอกาสและบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม | การกำกับดูแลกิจการที่ดี จะช่วยบรรเทาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทในทุกส่วน |
| นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน | นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน จะช่วยทำให้การดำเนินงานของบริษัท มีความใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม สังคม ธรรมชาติและเศรษฐกิจ อย่างเสมอ เพื่อลดผลกระทบระยะสั้นและระยะยาวเพื่อสร้างความยั่งยืนในการทำธุรกิจของบริษัท | นโยบายและกลยุทธ์ความยั่งยืน จะช่วยตอบสนองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ให้ได้รับประโยชน์และลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้น เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |

| ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน | ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ | ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |
|--|---|--|
| ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม | การดำเนินธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม เพื่อป้องกันและบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนหรือสังคม ให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน และลดผลกระทบต่อธุรกิจ | การดำเนินธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อป้องกันบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนหรือสังคม ที่ส่งผลกระทบต่อความเสียหายทางด้านทรัพย์สิน สุขภาพ หรือจิตใจ รวมถึงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |
| การคัดเลือกวัตถุดิบอย่างยั่งยืน | การคัดเลือกวัตถุดิบอย่างยั่งยืน ที่มีความปลอดภัย มีมาตรฐาน มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน รวมถึงการคัดเลือกวัตถุดิบ ทำให้บริษัทสามารถสร้างคุณค่าทางธุรกิจที่ดี | การคัดเลือกวัตถุดิบอย่างยั่งยืน ที่มีความปลอดภัย มีมาตรฐาน คำนึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีส่วนผลักดันความยั่งยืนให้กับทุกฝ่าย เพื่อสร้างรายได้ สร้างอาชีพอย่างยั่งยืน |
| การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการจัดการขยะและของเสีย | การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการจัดการขยะและของเสีย ส่งผลต่อการดำเนินงานที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และลดปัจจัยด้านลบทั้งสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของธุรกิจ สามารถสร้างคุณค่าทางธุรกิจที่ดี | การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการจัดการขยะและของเสีย ส่งผลกระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม หากบริษัทจัดการทรัพยากรได้ดี และมีการจัดการขยะอย่างเหมาะสม จะช่วยลดภาระของหน่วยงานรัฐและสังคมในการจัดการปัญหาดังกล่าว |
| การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน | การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน สะท้อนถึงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ช่วยลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ | การจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงาน ช่วยตอบสนองของหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาโลกร้อน และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุของภัยธรรมชาติ |


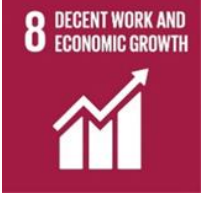

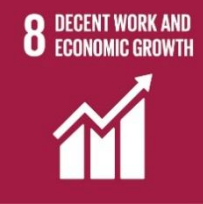

การประเมินระดับความสำคัญ



5. กลยุทธ์ความยั่งยืน

บริษัทฯ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีผ่านอาหารและบริการแก่ผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความเจริญทาง เศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและครอบคลุม โดยคำนึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเสมอภาคภายใต้รากฐานแนวคิด ZEN model = Goodness to Growth

| มิติการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน | เป้าหมายการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน | ผลการ ดำเนินการ ปี 2568 | ผลการ ดำเนินการ ปี 2567 | ผลการ ดำเนินการ ปี 2568 | เป้าหมาย 2569 |
|------------------------------------|---|--|--|--|---|
| มิติด้านสิ่งแวดล้อม | 1) การจัดการขยะและของเสีย 2) การจัดการก๊าซเรือนกระจก 3) การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ พลาสติกมาเป็นบรรจุภัณฑ์ กระดาษ | 291 ตัน เข้าร่วมประเมิน การปล่อยก๊าซ เรือนกระจก 49 % | 718 ตัน เข้าร่วมประเมิน การปล่อยก๊าซ เรือนกระจก 47 % | 611 ตัน เข้าร่วมประเมิน การปล่อยก๊าซ เรือนกระจก 52 % | 150 ตัน เป้าหมาย NET ZERO ปี 2050 (พ.ศ. 2593) 50 % ของ บรรจุภัณฑ์ ทั้งหมด |
| มิติทางด้านสังคม | 1) การดำเนินงานด้านสิทธิ มนุษยชน (การละเมิดสิทธิ มนุษยชน) การอบรมพนักงานด้าน สิทธิมนุษยชน | ไม่มี (การละเมิด=0) ผ่านการอบรม และทดสอบ 100% | ไม่มี (การละเมิด=0) ผ่านการอบรม และทดสอบ 100% | ไม่มี (การละเมิด=0) ผ่านการอบรม และทดสอบ 100% | การละเมิด สิทธิมนุษยชน =0 ผ่านการอบรม และทดสอบ 100% |

| มิติการพัฒนาอย่างยั่งยืน | เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน | ผลการดำเนินการ ปี 2568 | ผลการดำเนินการ ปี 2567 | ผลการดำเนินการ ปี 2568 | เป้าหมาย 2569 |
|---|--|-------------------------------------|----------------------------|----------------------------|---|
|    | 2) ความผูกพันกับพนักงานต่อองค์กร | 92.88 | 90.03 | 89 | ผลสำรวจ ไม่ต่ำกว่า 90% |
| | 3) การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน | 100% | 100% | 100% | 100% |
| | 4) การจ้างพนักงานผู้พิการ รับพนักงานผู้พิการกลุ่มมาตรา 33 และ 35 | ทั้งหมด 32 คน | ทั้งหมด 33 คน | ทั้งหมด 40 คน | มาตรา 33 = 100% |
| | 5) โครงการสนับสนุนต่างๆ ได้แก่ โครงการใจดีฟาร์ม โครงการ เกษตรอินทรีย์ เพื่อชุมชน จังหวัด ปัตตานี โครงการ FOOD FOR GOOD | สนับสนุนอย่าง ต่อเนื่อง | สนับสนุนอย่าง ต่อเนื่อง | สนับสนุนอย่าง ต่อเนื่อง | สนับสนุน โครงการอย่าง ต่อเนื่อง พร้อม ทั้งสร้างรายได้ อย่างยั่งยืน |
| | มิติทางด้าน บรรษัทภิบาลและ เศรษฐกิจ | 1) มาตรฐานคุณภาพสินค้าและ บริการ | QA = 91.39 % | QA = 88.81 % | QA = 90.15 % |
|   | 2) การคัดเลือกและจัดหาวัตถุดิบ ท้องถิ่น ชุมชนและ SME | 15.15 % | 17.90 % | 17 % | มูลค่าการ สั่งซื้อสินค้า จาก SMEและ ชุมชนของทั้ง บริษัท |
| | 3) นวัตกรรมในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตหรือการ ทำงาน | 3 โครงการ | 3 โครงการ | 3 โครงการ | โครงการด้าน เทคโนโลยี ร่วมงานกับ หน่วยงาน ต่างๆ อย่าง น้อย 3 โครงการต่อปี |

6. การดำเนินงานด้านความยั่งยืนมิติสิ่งแวดล้อม

6.1 นโยบายและการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ และให้ความสำคัญกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อกำหนด และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด บริษัทได้กำหนดนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการดูแลสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมการบริหารจัดการพลังงานและการใช้น้ำอย่างคุ้มค่า ตลอดจนการจัดการของเสียและขยะตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อส่งเสริมการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่และลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัด บริษัทได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานและทรัพยากรตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภาวะโลกร้อน

โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมตามแผนที่กำหนดไว้ และสอดคล้องกับเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

6.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีนโยบายหลักด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและนโยบายสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการและลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและการปลูกฝังจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมแก่บุคลากรในทุกกระดับ ควบคู่กับการใช้พลังงานไฟฟ้า น้ำ และทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการดำเนินงานและการผลิต

บริษัทฯ ดำเนินการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมภายใต้กรอบการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดของหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด โดยมุ่งเน้นการป้องกันและลดการเกิดของเสียจากการดำเนินงานตั้งแต่ต้นทาง และสนับสนุนการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ เพื่อจำกัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการลดการใช้พลังงาน โดยส่งเสริมการใช้พลังงานเท่าที่จำเป็นและเกิดประโยชน์สูงสุด

เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ได้จัดให้มีการอบรมและสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจถึงผลกระทบจากกระบวนการดำเนินงานที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม และกระตุ้นให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีกิจกรรมที่ฝ่าฝืนกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม ไม่มีอุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของบริษัทฯ และไม่พบข้อขัดแย้งหรือข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากชุมชนหรือหน่วยงานภายนอกสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการกำกับดูแลและการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท

6.2 การจัดการพลังงาน

6.2.1 แผนการจัดการพลังงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดเป้าหมายและแผนการลดการใช้พลังงานทั้งในสำนักงานและสาขาร้านอาหาร เพื่อควบคุมการใช้พลังงาน ลดต้นทุนการดำเนินงาน และเสริมสร้างจิตสำนึกด้านการประหยัดพลังงานแก่พนักงาน บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการบริหารจัดการพลังงาน เช่น กำหนดช่วงเวลาเปิด-ปิดไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศ การตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์ไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงปรับเปลี่ยนอุปกรณ์เป็นแบบประหยัดพลังงาน เป็นต้น

6.2.2 ปริมาณการใช้พลังงาน (ไฟฟ้า/เชื้อเพลิง)

| การใช้ไฟฟ้า | ปริมาณ (Kwh.) | หน่วย | พื้นที่/ตร.ม | หมายเหตุ |
|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------------|
| ปี 2566 | 12,427,605 | Kwh / ตร.ม. | 40,226 | สนญ. และ 194 สาขา |
| ปี 2567 | 17,642,487 | Kwh / ตร.ม. | 39,119 | สนญ. และ 187 สาขา |
| ปี 2568 | 13,088,237 | Kwh / ตร.ม. | 38,778 | สนญ. และ 184 สาขา |

6.2.3 เป้าหมายการจัดการพลังงาน

เป้าหมาย ในปี 2569 อัตราปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วยในบริษัทลดลง 5%

6.2.4 ปริมาณการใช้พลังงานต่อหน่วย

| การใช้ไฟฟ้า | ปริมาณ | หน่วย | พื้นที่/ตร.ม | หมายเหตุ |
|-------------|--------|-----------|--------------|-------------------|
| ปี 2566 | 308 | Kwh/ตร.ม. | 40,226 | สนญ. และ 194 สาขา |
| ปี 2567 | 450 | Kwh/ตร.ม. | 39,119 | สนญ. และ 187 สาขา |
| ปี 2568 | 337 | Kwh/ตร.ม. | 38,778 | สนญ. และ 184 สาขา |

6.3 การจัดการน้ำ

6.3.1 แผนการจัดการน้ำ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการน้ำในกระบวนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และได้มีการกำหนดแนวทางดำเนินงานการลดการใช้น้ำ ปฏิบัติทั้งในส่วนของสำนักงานและสาขาร้านอาหาร ทั้งยังส่งเสริมการสร้างความตระหนัก ผ่านกิจกรรมการรณรงค์ประหยัดการใช้น้ำ

ทั้งนี้ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีปัญหาการใช้น้ำกับผู้มีส่วนได้เสีย

6.3.2 ปริมาณการใช้น้ำ

สรุปปริมาณการใช้น้ำทั้งบริษัท (สำนักงาน และ หน้าสาขา)

| การใช้น้ำ | ปริมาณ (ลบ.ม.) | หน่วย | พื้นที่/ตร.ม | หมายเหตุ |
|-----------|----------------|---------------|--------------|-------------------|
| ปี 2566 | 391,583 | ลบ.ม. / ตร.ม. | 40,226 | สนญ. และ 194 สาขา |
| ปี 2567 | 542,921 | ลบ.ม. / ตร.ม. | 39,119 | สนญ. และ 187 สาขา |
| ปี 2568 | 376,398 | ลบ.ม. / ตร.ม. | 38,778 | สนญ. และ 184 สาขา |

6.3.3 ปริมาณการใช้น้ำ

เป้าหมาย ในปี 2569 อัตราปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย ในบริษัทลดลง 5%

6.3.4 ปริมาณการใช้น้ำต่อหน่วย

| การใช้น้ำ | ปริมาณ | หน่วย | พื้นที่/ตร.ม | หมายเหตุ |
|-----------|--------|-------------|--------------|-------------------|
| ปี 2566 | 9.70 | ลบ.ม /ตร.ม. | 40,226 | สนญ. และ 194 สาขา |
| ปี 2567 | 13.87 | ลบ.ม./ตร.ม. | 39,119 | สนญ. และ 187 สาขา |
| ปี 2568 | 9.70 | ลบ.ม./ตร.ม. | 38,778 | สนญ. และ 184 สาขา |

6.4 การจัดการขยะ ของเสีย และเศษอาหาร

บริษัทฯ ส่งเสริมการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางและ การบริหารจัดการเศษอาหารซึ่งเป็นของเสียในสัดส่วนสูงจากการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร โดยดำเนินการคัดแยกอย่างเหมาะสม เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อในรูปแบบอาหารสัตว์ หรือแปรรูปเป็นปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดในหลุมฝังกลบ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกระบวนการกำจัดขยะ และ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง

6.4.1 แผนการจัดการขยะและของเสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดแยกขยะและการนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือนำมารีไซเคิล ทั้งในส่วนของสำนักงานและสาขาร้านอาหาร เพื่อลดการถูกส่งไปหลุมฝังกลบ และสนับสนุนการจัดการขยะอย่างยั่งยืนด้วยการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางอย่างเป็นระบบและถูกวิธี ซึ่งให้ความสำคัญในการปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานในการร่วมดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิอากาศของสังคมโดยรวมตลอดจนการสร้างตระหนักรู้และความเข้าใจด้านการจัดการขยะอย่างยั่งยืน ผ่านโครงการรณรงค์คัดแยกขยะก่อนทิ้ง เพื่อให้บริหารจัดการขยะได้อย่างเป็นระบบ เช่น สำนักงานใหญ่ ทางบริษัท ได้จัดพื้นที่และถังขยะแยก โดยให้พนักงานร่วมกันแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง การแยกขยะกระดาษในสำนักงานเพื่อนำมารีไซเคิลในการใช้ซ้ำ และการนำ Application GEPP ในการบันทึกข้อมูลมอนิเตอร์ขยะอย่างเป็นระบบ

6.4.2 การดำเนินการของเสียและเศษอาหาร

สาขา ร้านอาหาร

ปี 2568 ร่วมมือกับศูนย์การค้าที่มีการบริหารจัดการขยะเศษอาหาร โดยการไม่เทรวมกัน โดยบริษัทฯ ได้เข้าร่วม กับศูนย์การค้าต่างๆ เพื่อนำไปแปรรูปเป็นอาหารสัตว์ และ นำไปผลิตเป็นปุ๋ยหมักหรือก๊าซชีวภาพ (Biogas) จำนวน 486,639 กิโลกรัม

สำนักงานใหญ่

ปี 2568 จัดทำโครงการนำขยะอาหารไปรีไซเคิลให้เป็นปุ๋ยอินทรีย์ ผ่านเครื่องย่อยเศษอาหาร และแจกให้กับพนักงาน และประชาชนผู้สนใจทั่วไป ซึ่งนอกจากเป็นการลดปริมาณขยะที่เป็นปัญหาใหญ่ของสังคมแล้ว ยังเป็นการสร้างอาหารบำรุงพืชและช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมได้อีกด้วย จำนวน 2,477 กิโลกรัม



6.4.3 เป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย

เป้าหมาย ในปี 2569 การจัดการคัดแยกขยะประเภทรีไซเคิล จำนวน 150 ตัน

6.4.4 การจัดการขยะและของเสียที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล

โครงการ มื้อพิเศษกรุงเทพ เพื่อ พี่ไม้กวาด

ปี 2568 บริษัทฯ ร่วมกับ ไทยน้ำทิพย์ โคคา-โคล่า และ เวสท์บาย เดลิเวอรี่ เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนเมษายน 2568 โดยเก็บกลับบรรจุภัณฑ์ จากร้านอาหารในเครือ บริษัทฯ กว่า 80 แห่ง ทั้งประเภทขวดน้ำพลาสติกใส (PET) และกระป๋องอะลูมิเนียม รวมทั้งวัสดุประเภทอื่นๆ ในร้านที่สามารถรีไซเคิลได้ และส่งต่อให้เวสท์บาย เดลิเวอรี่ นำขยะแต่ละประเภทกลับเข้าสู่ระบบการรีไซเคิล ซึ่งขวดน้ำดื่มแบบพลาสติกใส ถูกนำไปอัดรีไซเคิลผลิตเป็นเสื้อกั๊กสะท้อนแสง สนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กวาดถนนของกรุงเทพมหานคร รวมขยะน้ำหนัก 29,825 กิโลกรัม เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลต่อได้ 100% ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 90,464 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือคิดเป็นการปลูกต้นไม้ได้จำนวน 9,414 ต้น



โครงการ ZCG ร่วมใจ ลดขยะไปยังหลุมฝังกลบ

ในปี 2568 บริษัทฯ สำนักงานใหญ่ ได้ทำกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง เพื่อลดการถูกส่งไปหลุมฝังกลบ อาทิ โครงการ “ส่งขยะกลับบ้าน” กับบริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน) หรือ BWG ส่งเสริมการลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปฝังกลบ เข้าสู่กระบวนการแปรรูปเป็นก้อนเชื้อเพลิง (RDF) เพื่อนำไปใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้า รวมจำนวน 520 กิโลกรัม และ โครงการ “SCG Paper X “กระดาษเก่าแลกกระดาษใหม่” รวมทั้งสิ้น 280 กิโลกรัม



โครงการส่งต่อปฏิทินเก่าสร้างโอกาสใหม่ให้ผู้พิการทางสายตา และอะลูมิเนียมเพื่อจัดทำขาเทียมพระราชทาน

ปี 2568 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมกิจกรรม “ปฏิทินปีเก่า เราขอ” ร่วมกับสำนักงานเขตสวนหลวง โดยส่งมอบปฏิทินตั้งโต๊ะของปีเก่าที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อนำไปมอบให้แก่มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์ เพื่อนำไปผลิตเป็นสื่อการเรียนการสอนอักษรเบรลล์สำหรับผู้พิการทางสายตา รวมน้ำหนักทั้งสิ้น 115 กิโลกรัม และ เข้าร่วมโครงการบริจาคอะลูมิเนียมเพื่อจัดทำขาเทียมพระราชทาน ของมูลนิธิในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มีแผนดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องในปี 2569

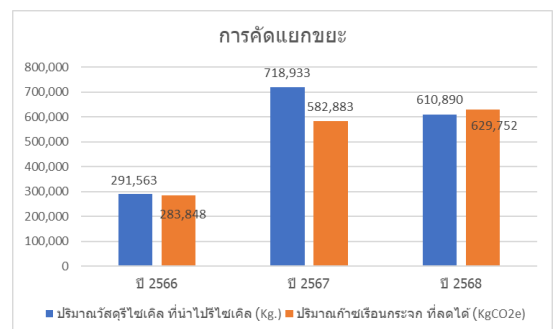


6.4.5 การบริหารจัดการขยะ

การคัดแยกประเภทขยะทั้งภายในสำนักงานใหญ่และสาขาร้านอาหาร บริษัทฯ ใช้แพลตฟอร์มบันทึกน้ำหนักขยะเพื่อช่วยติดตามปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ทำให้สามารถวิเคราะห์แนวโน้มและหาแนวทางลดขยะดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีเป้าหมายในการลดขยะทั่วไป ที่จะไปยังบ่อฝังกลบ เพื่อช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยสามารถคัดแยกขยะที่เกิดจากการใช้ทรัพยากร จากความร่วมมือของสำนักงานใหญ่ และแบรนด์ในเครือ 7 แแบรนด์ จำนวน 163 สาขา ทั่วประเทศ ได้ถึง 610 ตัน จากความร่วมมือของพนักงานทุกฝ่าย

ปริมาณการจัดการคัดแยกขยะประเภท รีไซเคิล (สำนักงานใหญ่ และ สาขาร้านอาหาร)

| การคัดแยกขยะ | ปริมาณวัสดุรีไซเคิลที่นำไปรีไซเคิล (Kg.) | ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (KgCO2e) |
|--------------|--|---------------------------------------|
| ปี 2566 | 291,563 | 283,848 |
| ปี 2567 | 718,933 | 582,883 |
| ปี 2568 | 610,890 | 629,752 |



6.4.6 การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์

ปี 2568 ขยะอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Waste บริษัทฯ ดำเนินการคัดแยกอุปกรณ์ตามประเภทการใช้งาน จัดทำทะเบียนควบคุมแล้วเก็บข้อมูลน้ำหนัก จำหน่ายหรือส่งมอบให้กับบริษัทหรือหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อสื่อบรรณรีไซเคิลอย่างถูกต้องและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสิ้น 2,388 กิโลกรัม

6.4.7 การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่บรรจุอาหาร มาเป็นกระดาษหรือวัสดุที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ

ปี 2568 บริษัทฯ ตระหนักถึงบทบาทสำคัญในการร่วมแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยการจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การเก็บรักษา และคงคุณภาพของอาหารจนถึงมือลูกค้า โดยมีความมุ่งมั่นที่จะลดการใช้พลาสติกครั้งเดียวทิ้ง โดยปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปริมาณขยะที่ไม่ย่อยสลายให้ได้มากที่สุด

เป้าหมาย ในปี 2569 สามารถเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์กระดาษได้ 50% ของ บรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

| กลุ่มบรรจุภัณฑ์ | จำนวนรายการ | 2566 | | 2567 | | 2568 | |
|-----------------|-------------|---------|------|---------|------|---------|------|
| | | ปริมาณ | % | ปริมาณ | % | ปริมาณ | % |
| พลาสติก | 127 | 105,014 | 51% | 102,427 | 53% | 86,995 | 48% |
| กระดาษ | 80 | 101,067 | 49% | 91,747 | 47% | 93,435 | 52% |
| รวมทั้งหมด | 207 | 206,080 | 100% | 194,174 | 100% | 180,430 | 100% |

6.5 การจัดการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

คณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งก่อให้เกิดปัญหาก๊าซเรือนกระจก จึงได้กำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อมและนโยบายการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยมุ่งมั่นเพื่อแก้ไขปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการอนุมัติงบประมาณในการดำเนินการต่างๆ และมีคณะกรรมการชุดย่อย คณะทำงานฯ เพื่อทำหน้าที่ในการบริหารจัดการแก้ปัญหาก๊าซเรือนกระจก โดยมีบทบาทและความรับผิดชอบ ดังนี้

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

- ดูแลการประเมิน ติดตาม และ จัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ
- มีการประเมินความเสี่ยงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- รายงานความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำ

คณะกรรมการการตลาดและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

- รายงานความคืบหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศต่อคณะกรรมการบริษัท (BOB)
- ทบทวนและติดตามการดำเนินงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

คณะกรรมการบริหาร

- อนุมัติงบประมาณต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศ
- กำกับดูแลการดำเนินงานและความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการกำหนดความรับผิดชอบและแต่งตั้งคณะทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

คณะทำงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (ตัวแทนจากหน่วยงานที่ได้รับการแต่งตั้ง)

- ประสานงาน และดำเนินงานต่างๆ ให้เป็นไปตามเป้าหมายและแผนการดำเนินการที่กำหนดไว้
- รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ การจัดการแก้ไขปัญหาก๊าซเรือนกระจก และรายงานต่อคณะกรรมการบริหารคณะกรรมการการตลาดและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนและคณะกรรมการบริษัททุกไตรมาส

- การพัฒนาความรู้ความเข้าใจและสร้างความตระหนักถึงปัญหาและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดจากการดำเนินงาน เพื่อร่วมกันบริหารจัดการลดก๊าซเรือนกระจกภายในบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- คณะทำงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีนางสาวจอมขวัญ จิราธิวัฒน์ กรรมการบริษัท รักษาการผู้จัดการทั่วไป สายงานพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เป็นหัวหน้าคณะทำงาน

6.5.1 แผนการจัดการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดเป้าหมาย NET ZERO ในปี พ.ศ. 2593 (ค.ศ. 2050)

เป้าหมาย NET ZERO

| | |
|---------------------|---|
| เป้าหมาย NET ZERO | ▶ ปี 2050 |
| เป้าหมายระยะสั้น | ▶ ปี 2030 ลดลง /ชดเชยคาร์บอน 30 % |
| เป้าหมายระยะปานกลาง | ▶ ปี 2040 ลดลง/ชดเชยคาร์บอน 60% |
| เป้าหมายระยะยาว | ▶ ปี 2050 ลดลง90 % อีก 10% ใช้ วิธีคาร์บอนเครดิตแบบ Removal คุณภาพสูง |

ใช้ปี 2023 (2565) เป็นปีฐานในการคำนวณ Net Zero

แผนการดำเนินการ

| ปีฐาน 2023 -0% การดำเนินงาน-ปัจจุบัน | เป้า/แผนระยะสั้น 2030 - 30% ลดปล่อย GHGs ใช้พลังงาน หมุนเวียนบางส่วน | เป้า/แผนระยะกลาง 2040 - 60%ทำต่อเนื่อง | บรรลุเป้าหมาย NET ZERO 2050 -90% ไม่ปล่อย/แทบไม่ ปล่อย GHGs ใช้พลังงาน หมุนเวียนทั้งหมด ปลุกต้นไม้ ชดเชยคาร์บอน 10% |
|--|---|--|--|
| Scope 1: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยตรงจากแหล่งที่บริษัทเป็นเจ้าของหรือควบคุม | | | |
| การใช้ LPG, ใช้สาร ดับเพลิง CO2, สารทำ ความเย็นตู้เย็น/ตู้แช่, Septic tank, การใช้น้ำมัน ดีเซล | ใช้เตาไฟฟ้า,ลดใช้สาร CO2, เปลี่ยนใช้สารทำความเย็นคาร์บอนต่ำ, ปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสีย,ใช้ รถยนต์ไฟฟ้า วางแผนทาง เดียวกันไปด้วยกัน | ทำต่อเนื่อง และ ปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ลด คาร์บอนจนครบ, วิเคราะห์ และปรับปรุงส่วนที่ปล่อย คาร์บอนสูง | งดใช้แก๊สกระป๋อง,ใช้สารดับเพลิง เคมีเปียก, เปลี่ยนวิธีทำความเย็น/ แช่แข็ง, นำน้ำเสียกลับมาใช้ ใหม่, ใช้รถไฟฟ้าทั้งหมด,จัดผู้ดูแล แต่ละโซนตามที่อยู่อาศัย |
| Scope 2: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงานที่บริษัทซื้อ | | | |
| - การใช้ไฟฟ้าขององค์กร - การใช้พลังงานไฟฟ้าของ ระบบปรับอากาศ AHU ห้างสรรพสินค้า | ใช้พลังงานแสงอาทิตย์, ใช้ หลอดไฟ LED, ใช้อุปกรณ์เบอร์ 5, หมั่นตรวจและทำความสะอาด, ออกแบบร้านให้ระบายอากาศ | ซ่อมแซม ทำความสะอาด แผงโซลาร์เซลล์ อุปกรณ์ ไฟฟ้าต่างๆ , ทำโครงการ ร่วมกับห้าง/คู่ค้าในการใช้ พลังงานสะอาดร่วมกัน | ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์คุม เครื่องใช้ไฟฟ้า, ใช้ฉนวนกันความ ร้อนสร้างร้าน/อาคาร, ทำโครงการ ร่วมกับห้าง/คู่ค้าเพื่อใช้พลังงาน หมุนเวียนทั้งหมดร่วมกัน |

| Scope 3: การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ทั้งในส่วนของต้นน้ำ (upstream) และปลายน้ำ (downstream) | | | |
|---|---|---|---|
| การใช้น้ำประปา, วัตถุดิบอาหารและของใช้, ไฟฟ้า, การขนส่งจากผู้ผลิต วัตถุดิบ, ขยะเศษอาหาร, การขนส่งและกระจายสินค้า, กำจัดซากผลิตภัณฑ์ | ติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำ ใช้ภาชนะรองน้ำ ซ่อมจุดรั่ว, ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาล, ติดตั้งโซล่าเซลล์, สนับสนุนผู้มีส่วนได้เสียใช้พลังงานหมุนเวียน, สนับสนุนผู้ผลิตใช้รถยนต์ไฟฟ้า, เลือกคู่ค้าที่ลดการใช้น้ำมัน, วางแผนสั่งสินค้าลดจำนวนรอบส่ง, ปรึกษาขยะเศษอาหารทำปุ๋ยหมัก, รณรงค์ไม่ทานเหลือ, วางแผนรวมส่งเอกสารลดวันลง, ส่งเสริมการใช้รถสาธารณะ, วางแผนตั้งสาขาเคลื่อนที่, เพิ่มการใช้บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้, รณรงค์คัด/ไม่ใช้ถุงหิ้วภาชนะหลอด ซ้อนส้อมที่เป็นพลาสติก | ใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนเกือบ 80%, จัดโปรโมชั่นทานไม่เหลือ เศษอาหาร, ส่งเอกสารแบบอิเล็กทรอนิกส์แทน, สนับสนุนและร่วมเปลี่ยนพฤติกรรมลูกค้าให้ใช้ถุงผ้า กล่องอาหาร แก้วน้ำ ขวดน้ำ อุปกรณ์ทานอาหาร นำมาเอง/ นำกลับมาใช้ใหม่/ รีไซเคิลได้ | สนับสนุนเจ้าของพื้นที่ใช้ระบบรีไซเคิลน้ำทั้งหมดและวางแผนใช้น้ำไม่เหลือทิ้ง, ออกแบบเมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบปล่อยคาร์บอนต่ำ/ไม่เหลือเศษอาหารทิ้ง, หาพันธมิตรปลูกพืช เพื่อเป็นวัตถุดิบและชดเชยคาร์บอน, เลือกใช้เฉพาะคู่ค้าที่ใช้พลังงานหมุนเวียน, เลือกส่งของ Supplier ที่ใกล้กับสาขานั้นๆ, ร่วมทำโครงการรับ-ส่งพลังงานสะอาด บริการตามเส้นทางต่างๆ มายังสาขาใกล้เคียง, ส่ง/ใช้วิธีกำจัดซากบรรจุภัณฑ์แบบไม่ปล่อย GHGs, ใช้ถุงหิ้ว ภาชนะ อื่นๆเป็นวัสดุธรรมชาติหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ |

บริษัทฯ เห็นถึงความสำคัญของการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization : CFO) ตลอดจนการตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจัดการพลังงาน และการบริหารกระบวนการทำงาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมาย SDG 13 : Climate action การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยดำเนินโครงการประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และพิจารณาหาแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

แนวทางการจัดการ ในปี 2568 บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพลังงาน การลดใช้พลังงาน การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร การลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิต เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้มากที่สุด และ อยู่ระหว่างจัดทำแผนการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อมีส่วนร่วมของประเทศในการลดก๊าซเรือนกระจกและการดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และรับผิดชอบต่อสังคม

6.5.2 การทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหน่วยงานภายนอก

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร จัดทำรายงานการปล่อยและดูดกลับก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง โดยมีที่ปรึกษา คือ บริษัท วี กรีน เคยู จำกัด ทั้งนี้ ข้อมูลการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กรได้รับการทวนสอบจาก สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ ที่ขึ้นทะเบียนกับองค์กรการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการทวนสอบข้อมูลก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นอิสระ

6.5.3 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3

ในปี 2568 ทางบริษัทฯ ได้มีการปรับการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ใหม่ ภายใต้แบรนด์ ZEN จำนวน 53 สาขา โดยวัดผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2567 ระดับการรับรองแบบจำกัด ที่ระดับความมีสาระสำคัญร้อยละ 5 และได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2568

| ปี | ระยะเวลาวัดผล | BRAND | ปริมาณก๊าซเรือนกระจก (TonCO2e) | | | อบก. |
|------|-----------------------|---------|--------------------------------|-------------|-------------|--------------|
| | | ZEN | ขอบเขตที่ 1 | ขอบเขตที่ 2 | ขอบเขตที่ 3 | รับรอง |
| 2566 | 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2565 | 46 สาขา | 490 | 4,087 | 5,757 | 28 ส.ค. 2566 |
| 2567 | 1ม.ค. - 31 ธ.ค. 2566 | 54 สาขา | 533 | 4,815 | 7,721 | 26 พ.ย. 2567 |
| 2568 | 1ม.ค. - 31 ธ.ค. 2567 | 53 สาขา | 759 | 4,560 | 9,748 | 8 ต.ค. 2568 |

หมายเหตุ : TonCO2e : คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

6.5.4 เป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก

จะร่วมประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์เป็นประจำทุกปี พร้อมทำหาแนวทางในการลดใช้ก๊าซเรือนกระจกอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจก และ เป้าหมาย NET ZERO ในปี 2593

6.5.5 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วย



หมายเหตุ : ในปี 2568 ประเมิน ภายใต้แบรนด์ ZEN จำนวน 53 สาขา โดยวัดผล ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2567 รายละเอียดตาม หัวข้อ 6.5.3

| แหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก | ปริมาณ : หน่วย | | |
|---------------------------------------|----------------|---------|---------|
| | TonCo2e/คน | | |
| | ปี 2565 | ปี 2566 | ปี 2567 |
| Carbon Intensity (ประเภทที่ 1 + 2) | 0.0025 | 0.0022 | 0.0022 |
| Carbon Intensity (ประเภทที่ 1 + 2 +3) | 0.0056 | 0.0055 | 0.0064 |



เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2568 บริษัทฯ ในนาม บริษัท เซ็นเรสเทอรองโฮลดิ้ง จำกัด (ร้าน ZEN) เข้ารับมอบประกาศนียบัตรเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ณ ห้อง Conference Hall สถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย

6.5.6 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การจัดการขยะอย่างถูกวิธี เป็นการลดการเกิดขยะตั้งแต่ต้นทางด้วยการลดการใช้ (Reduce) การคัดแยกขยะก่อนทิ้งอย่างถูกวิธี เพิ่มการนำกลับมาใช้ประโยชน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) เพื่อยืดอายุของสิ่งนั้นให้นานขึ้นก่อนกลายเป็นขยะ การคัดแยกส่งเข้ากระบวนการรีไซเคิล (Recycle) เพื่อให้เหลือขยะที่ต้องถูกส่งไปกำจัดน้อยที่สุด ซึ่งจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมาก ในปี 2568 จากการคัดแยกขยะ สามารถลดก๊าซเรือนกระจก 630 TonCo2e

7. การดำเนินงานด้านความยั่งยืน มิติสังคม

7.1 สิทธิมนุษยชน

7.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน

ในปี 2568 บริษัทฯ มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักธรรมาภิบาล และจรรยาบรรณของบริษัทฯ โดยให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนตามหลักการที่แน่วแน่ด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ ข้อตกลงแห่งสหประชาชาติ และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นรากฐานของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ และดำเนินการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้พนักงานได้เข้าใจถึงสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชนไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อสื่อสารไปยังบุคคลภายนอกองค์กร ผู้ส่งมอบสินค้าและบริการ ผู้รับเหมา คู่ค้า และผู้ร่วมธุรกิจ ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ได้ ยึดมั่นและปฏิบัติต่อทุกคนตามหลักสิทธิมนุษยชน โดยยึดมั่นในมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกับบริษัทฯ

7.1.2 การประเมินความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในการดำเนินธุรกิจ พร้อมมาตรการแก้ไข

บริษัทฯ จัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติ เกี่ยวกับระบบการตรวจสอบ การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน การดำเนินธุรกิจ พร้อมมาตรการแก้ไข www.zengroup.co.th และมีการประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้าน ทั้งด้านพนักงาน ด้านลูกค้า ด้านคู่ธุรกิจ

/ผู้รับเหมาในห่วงโซ่อุปทานและด้านชุมชน นำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทั้งนี้ผลการประเมินเสี่ยง ณ สิ้นสุดปี 2568 ความเสี่ยงอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD)

| | | | | | | |
|-----------|-------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| โอกาสเกิด | 5 | (5) ปานกลาง | (10) ปานกลาง | (15) สูง | (20) สูง | (25) สูงมาก |
| | 4 | (4) ต่ำ | (8) ปานกลาง | (12) ปานกลาง | (16) สูง | (20) สูง |
| | 3 | (3) ต่ำ | (6) ปานกลาง | (9) ปานกลาง | (12) ปานกลาง | (15) สูง |
| | 2 | (2) ต่ำ | 2 3 | (6) ปานกลาง | (8) ปานกลาง | (10) ปานกลาง |
| | 1 | (1) ต่ำมาก | 1 | 4 | (4) ต่ำ | (5) ปานกลาง |
| | คะแนน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ผลกระทบ | | | | | | |

ประเด็นการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

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

ค่าเฉลี่ย (31 ธ.ค. 2568) 3.25 ความเสี่ยงต่ำ

| ด้านแรงงาน/พนักงาน | ด้านลูกค้า/ผู้ให้บริการ | ด้านพันธมิตร/คู่ค้า/คู่ธุรกิจ/ผู้รับเหมา ในการดำเนินงาน และในห่วงโซ่อุปทาน | ด้านชุมชน |
|---|--|--|--------------------------------------|
| สภาพการจ้าง | สุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้/ผู้บริโภค | อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานคู่ค้า/ในห่วงโซ่อุปทาน | อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของชุมชน |
| สภาพแวดล้อมในการทำงาน | การไม่เลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด | การไม่เลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด | การมีส่วนร่วม |
| อาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน | การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า | การใช้แรงงานไม่ผิดกฎหมาย (แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก การค้ามนุษย์) | การจัดการของเสีย |
| การไม่เลือกปฏิบัติและล่วงละเมิด | การคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค | สภาพการจ้าง | การจัดการน้ำใช้ |
| เสรีภาพในการสมาคมและการมีส่วนร่วมในการต่อรอง | การให้ข้อมูลทางการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ | จรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้า | การแจ้งข้อร้องเรียน |
| การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน | การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน | การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน | การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน |
| การใช้แรงงานไม่ผิดกฎหมาย (แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก การค้ามนุษย์) | เสรีภาพในการแจ้งข้อร้องเรียน | ความลับของคู่ค้า | |

7.1.3 จำนวนเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา

ทั้งนี้ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีเหตุข้อพิพาทแรงงาน หรือมีประเด็นที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนทั้งในองค์กรและภายนอก นอกจากนี้มีเหตุการณ์ที่มีผู้ใช้บริการหน้าสาขามีอุบัติเหตุเพียงเล็กน้อย ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการเยียวยาทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงินอย่างเหมาะสม จนได้ข้อยุติทุกราย

7.2 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

นอกจากนี้บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องการจ้างพนักงาน โดยจัดทำเป็นนโยบายด้านการจ้างงาน และการบริหารแรงงานที่ได้กำหนดให้สอดคล้องกับแนวทาง และ มาตรฐานสิทธิมนุษยชน ระหว่างประเทศ อันประกอบด้วยปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ รวมทั้งกฎหมายแรงงานของประเทศที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ โดยมีหลักเกณฑ์ตาม มาตรฐานสากล และตามนโยบายการบริหารของบริษัทฯ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงานของบริษัทฯ เพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีและความผูกพันต่อบริษัทฯ ของพนักงานบนพื้นฐานการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และการเคารพซึ่งกันและกัน

7.2.1 การเคารพความแตกต่างและความเสมอภาค

7.2.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเคารพความแตกต่างและความเสมอภาคภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน โดยไม่แบ่งเพศ อายุ สัญชาติ ความพิการ ศาสนา และอื่นๆ

- แรงงานเด็ก** บริษัทฯ จะปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยอายุขั้นต่ำในการจ้างงานโดยบริษัทฯ จะไม่ว่าจ้างหรือสนับสนุนให้มีการว่าจ้างเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปีรวมทั้งจะดำเนินการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปีในห่วงโซ่อุปทาน และจะไม่ให้แรงงานผู้เยาว์ทำงานที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและพัฒนาการ รวมถึงส่งผลกระทบต่อการศึกษาภาคบังคับ
- แรงงานบังคับ** บริษัทฯ จะไม่กระทำ หรือสนับสนุนให้มีการใช้แรงงานบังคับในทุกรูปแบบ และจะไม่เรียก เก็บเงินหรือเก็บยึดเอกสาร ประจำตัวใดๆ ของพนักงาน เว้นแต่เป็นการดำเนินการที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย
- การไม่เลือกปฏิบัติ** บริษัทฯ จะเคารพในความแตกต่าง และปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่เอื้อประโยชน์หรือลิดรอนสิทธิของพนักงานอย่างไม่เป็นธรรม ด้วยสาเหตุมาจากเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติ เผ่าพันธุ์ สีผิว ต้นตระกูล ศาสนา สถานะทางสังคม เพศ อายุ ความพิการหรือทุพพลภาพ แนวคิดทางการเมือง ตลอดจนสถานภาพเกี่ยวกับการสมรส นอกจากนี้จะกำหนดมาตรการป้องกัน และแก้ปัญหาเกี่ยวกับการล่วงละเมิดทางเพศ บริษัทฯ จะสนับสนุนชุมชนโดยการจ้างงานคนในชุมชนรวมถึงบุคคลด้อยโอกาสในสังคม
- การจ่ายค่าตอบแทน** บริษัทฯ จะจ่ายค่าจ้าง ค่าตอบแทนรวมทั้งค่าครองชีพ และผลประโยชน์ในรูปแบบ ต่างๆ ที่สอดคล้องกับกฎหมายแรงงานตรงตามเวลาที่กำหนดโดยจะไม่หักค่าจ้างพนักงาน เว้นแต่การดำเนินการที่ไม่ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ บริษัทฯ จะปฏิบัติตามแนวคิดการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน สำหรับงานที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศชาย และเพศหญิง
- ชั่วโมงการทำงาน** บริษัทฯ จะกำหนดชั่วโมงการทำงานปกติไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด และจะดูแลให้ ชั่วโมงการทำงานล่วงเวลาของพนักงานเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
- เสรีภาพในการสมาคม และการเจรจาต่อรอง** บริษัทฯ จะเคารพสิทธิพนักงานในการสมาคม หรือ รวมกลุ่มในรูปแบบใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อกฎหมายรวมถึงการเข้าร่วมใน กระบวนการเจรจาต่อรองตามขั้นตอน ของกฎหมาย

7. **ความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก**
บริษัทฯ จะดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน คงไว้ และปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ป้องกันมิให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพ ป้องกัน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมของบริษัทฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องโดยปฏิบัติให้สอดคล้องตามกฎหมาย นอกจากนี้บริษัทฯ จะจัดให้มีห้องน้ำที่ถูกต้องลักษณะ น้ำดื่มที่สะอาดถูกสุขอนามัย เครื่องมือในการปฐมพยาบาลที่เหมาะสม สถานที่รับประทานอาหารและสถานที่สำหรับเก็บรักษาอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัยเป็นอย่างดีเพียงพอและเหมาะสม
8. **การส่งเสริมสิทธิสตรี** ไม่แบ่งแยกหรือกีดกันและให้ความเท่าเทียมในสถานประกอบการไม่เลือกปฏิบัติในความแตกต่างทางเพศทั้งในเรื่องการสรรหาและว่าจ้าง การเลื่อนและย้ายตำแหน่ง การฝึกอบรมและพัฒนาอาชีพ สวัสดิการและค่าตอบแทน
9. **การคุ้มครองแรงงานหญิงมีครรภ์** บริษัทฯ จะจัดให้พนักงานหญิงที่มีครรภ์ทำงานที่ปลอดภัย ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และไม่เป็นอันตรายต่อการมีครรภ์ หรือเป็นอันตรายต่อบุตรในครรภ์
10. **วินัยและการลงโทษ** บริษัทฯ จะไม่ใช้วิธีการลงโทษทางวาจาที่ไม่เหมาะสม และไม่ลงโทษทางร่างกาย

บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจภายใต้การเคารพสิทธิแรงงานของพนักงาน ตลอดจนยึดมั่นหลักมาตรฐานด้านแรงงานเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่มีความเป็นเลิศ ตลอดจนการให้เสรีภาพในการแสดงออก แสดงความคิดเห็นและข้อกังวล ผ่านช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของบริษัทฯ พร้อมทั้งมุ่งสร้างความเป็นธรรมและ ความเหมาะสมด้านการจ้างงาน ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน และพักจากการทำงาน รวมไปถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และสวัสดิการทางสังคม โดยบริษัทฯ ได้จัดสรรสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ด้วยความเป็นธรรมและเหมาะสมให้กับพนักงาน ตามตัวอย่างในตารางด้านล่าง

| สวัสดิการ | สิทธิตามกฎหมายกำหนด | สิทธิที่บริษัทฯ มอบให้พนักงาน |
|--|------------------------|-------------------------------|
| จำนวนวันเพื่อเลี้ยงดูบุตรสำหรับพนักงานหญิง | 120 วัน | 120 วัน |
| วันหยุดตามประเพณี | ไม่น้อยกว่าปีละ 13 วัน | 13-15 วัน |
| วันหยุดพักผ่อนประจำปี | ไม่น้อยกว่าปีละ 7 วัน | 7-15 วัน |
| วันลาภิกข | 3 วัน | 3 วัน |

นอกจากนี้ ยังมีการจัดสรรสวัสดิการด้านเศรษฐกิจอื่น ๆ ให้กับพนักงานด้วย เช่น สวัสดิการเงินกู้จากสถาบันการเงิน ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เงินช่วยเหลือกรณีเดินทางปฏิบัติงานต่างประเทศ / ต่างจังหวัด ค่าเบี้ยเลี้ยง ฯลฯ เป็นต้น ตลอดจนพนักงานได้รับสิทธิพิเศษด้านความมั่นคงของชีวิต อาทิ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันกลุ่ม (ประกันชีวิต ประกันอุบัติเหตุ ค่ารักษาพยาบาล ผู้ป่วยใน – ผู้ป่วยนอก) เงินช่วยเหลือกรณีพนักงานมรณกรรม การให้ทุนการศึกษาบุตรพนักงานเงินรางวัลอายุงาน และเงินช่วยเหลือกรณีประสบภัยพิบัติ ฯลฯ เป็นต้น

7.2.1.2 จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาคและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา

ทางบริษัทฯ ไม่มีกรณีเหตุการณ์ หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ ความเสมอภาคและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม

7.2.2 การจ้างงาน

บริษัทฯ มีนโยบายเรื่องการว่าจ้างที่เป็นธรรม และมีความเสมอภาคโดยไม่เลือกปฏิบัติ ให้โอกาสผู้ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมกัน และโปร่งใส โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

ตามระเบียบเรื่องการว่าจ้างพนักงานบริษัทฯ เปิดโอกาสการจ้างงานอย่างเท่าเทียมจากความรู้ความสามารถ และคุณสมบัติที่เป็นไปตามคุณสมบัติของพนักงาน และมีกระบวนการคัดเลือกอย่างโปร่งใส โดยมีการประกาศรับสมัครและพิจารณาคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ ความมุ่งมั่น และทัศนคติที่ดี โดยมีกลุ่มทรัพยากรบุคคล แผนกสรรหาและว่าจ้าง รวมถึงผู้บังคับบัญชาของหน่วยงานร่วมกันทำหน้าที่พิจารณาสรรหาและคัดเลือก

การประกาศรับสมัครงานของบริษัทในตำแหน่งต่าง ๆ เคารพ สิทธิมนุษยชน ให้โอกาสที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศในการสมัครงาน รวมถึงมีการประกาศรับสมัครตำแหน่งพิเศษสำหรับผู้พิการ เพื่อเป็นการ เปิดโอกาสในการทำงานให้กับผู้พิการ และบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พร้อมทั้งยังมีแนวทางในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมคนพิการให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจ้างงาน การให้การสนับสนุนด้านทุนทรัพย์ เพื่อพัฒนาอาชีพ และการให้ความช่วยเหลืออื่นใด รวมถึงการสนับสนุนเงิน ตามที่กฎหมายกำหนด

7.2.2.1 จำนวนพนักงานแยกตามเพศ อายุ ระดับตำแหน่ง รวมไปถึงผู้พิการ

| รายละเอียดพนักงาน | 2566 | | 2567 | | 2568 | |
|--|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง |
| จำนวนพนักงานจำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง | | | | | | |
| พนักงานประจำ (คน) | 1,005 | 1,505 | 959 | 1,391 | 862 | 1,251 |
| พนักงานพาร์ทไทม์ (คน) | 367 | 710 | 341 | 580 | 286 | 448 |
| จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับปฏิบัติงาน | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง |
| ผู้บริหารระดับสูง (คน) | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| ผู้บริหารระดับผู้อำนวยการ (คน) | 6 | 15 | 9 | 14 | 9 | 13 |
| ผู้บริหารระดับผู้จัดการ (คน) | 26 | 31 | 23 | 29 | 20 | 26 |
| ผู้บริหารระดับหัวหน้าส่วน (คน) | 45 | 43 | 43 | 45 | 43 | 40 |
| พนักงานปฏิบัติการ | 1,292 | 2,124 | 1,223 | 1,881 | 1,074 | 1,618 |
| จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามระดับตำแหน่ง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง |
| ผู้บริหารระดับสูง | 9 | 17 | 11 | 16 | 11 | 15 |
| ผู้บริหาร | 71 | 74 | 66 | 74 | 63 | 66 |
| พนักงาน | 1,292 | 2,124 | 1,223 | 1,881 | 1,074 | 1,618 |
| จำนวนพนักงานแยกตามอายุ | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง |
| อายุ <30 | 1,000 | 1,485 | 880 | 1,211 | 746 | 999 |
| อายุ 30-50 | 351 | 638 | 399 | 674 | 376 | 607 |
| อายุ >50 | 21 | 92 | 21 | 86 | 26 | 93 |

| จำนวนพนักงานแยกตามสัญชาติ | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง |
|---------------------------------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| ไทย | 1,249 | 2,129 | 1,083 | 1,777 | 960 | 1,537 |
| พม่า | 115 | 84 | 188 | 173 | 168 | 152 |
| กัมพูชา | 3 | - | 2 | 0 | 2 | 0 |
| ลาว | 3 | 2 | 26 | 21 | 17 | 10 |
| อื่นๆ | 2 | - | 1 | 0 | 1 | 0 |
| จำนวนพนักงานพิการ (คน) | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง |
| พนักงานพิการ | 9 | 20 | 10 | 19 | 8 | 23 |
| | 1,372 | 2,215 | 1,300 | 1,971 | 1,148 | 1,699 |
| จำนวนพนักงานทั้งหมด (คน) | 3,587 | | 3,271 | | 2,847 | |

7.2.2.2 จำนวนพนักงานผู้พิการและ/ หรือผู้สูงอายุ พนักงานผู้พิการ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 โดยการสนับสนุนผู้พิการมีแนวทางการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม การจัดงานให้เหมาะสมกับผู้พิการ โดยผู้พิการสามารถทำงานในถิ่นที่พำนักตามปณิธานสร้างงาน สร้างอาชีพ เพื่อคนพิการ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนที่อยู่อาศัย

โดยทางบริษัทฯ ให้การสนับสนุนกลุ่มผู้พิการในปี 2568 จำนวน 40 คน และแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มมาตรา 33 บริษัทฯ ได้ดำเนินการรับผู้พิการเข้ามาเป็นพนักงานบริษัทฯ จำนวน 28 คน
2. กลุ่มมาตรา 35 บริษัทฯ สนับสนุนผู้พิการแบบจำเพาะดูแลโครงการ และสนับสนุนโครงการวิสาหกิจชุมชนจำนวน 2 โครงการ รวมผู้พิการที่บริษัทฯ สนับสนุนจำนวน 12 คน ดังนี้
 - 2.1 โครงการใจดีฟาร์ม จังหวัดชัยนาท จำนวน 3 คน
 - 2.2 โครงการเกษตรอินทรีย์ เพื่อชุมชน จ.ปทุมธานี จำนวน 9 คน

พนักงานผู้สูงอายุ

ตามระเบียบข้อบังคับการทำงานของพนักงาน บริษัทฯ กำหนดให้พนักงานเกษียณอายุเมื่ออายุครบ 60 ปีบริบูรณ์ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ มีนโยบายต่อเกษียณอายุให้กับพนักงานในรูปแบบปีต่อปี ซึ่งการต่อเกษียณอายุ บริษัทฯ และพนักงานจะมีความเห็นชอบร่วมกันทั้ง 2 ฝ่ายด้วยความสมัครใจ

ในปี 2568 ทางบริษัทฯ มีพนักงานเกษียณอายุจำนวน 12 คน ประสงค์ให้บริษัทฯ เลิกจ้างกรณีสิ้นสุดเกษียณอายุ โดยจ่ายเงินชดเชยเลิกจ้างตามกฎหมายแรงงานจำนวน 9 คน และต่อเกษียณอายุจำนวน 3 คน

7.2.3 การส่งเสริมแรงงานสตรี

7.2.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสตรีในสถานประกอบการอย่างเท่าเทียม

บริษัทฯ มีนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการส่งเสริมสิทธิสตรีในสถานประกอบการอย่างเท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยกหรือกีดกันและให้ความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติในความแตกต่างทางเพศทั้งในเรื่องการสรรหาและการว่าจ้าง การเลื่อนและย้ายตำแหน่ง การฝึกอบรมและการพัฒนาอาชีพ สวัสดิการและค่าตอบแทน

7.2.4 การต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก

บริษัทฯ ได้มีนโยบายเรื่องสิทธิมนุษยชน ในข้อ 5 (5.3) บริษัทฯ จะไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างเด็ดขาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบังคับใช้แรงงาน การใช้แรงงานข้ามชาติโดยผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก และการค้ามนุษย์

7.2.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กร

บริษัทฯ มีนโยบายด้านการจ้างงานและบริหารแรงงานที่ประกาศไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับการใช้แรงงานเด็กว่าบริษัทฯ จะปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยอายุขั้นต่ำในการจ้างงานโดยจะไม่ว่าจ้างหรือสนับสนุนให้มีการว่าจ้างเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี รวมทั้งจะดำเนินการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปีในห่วงโซ่อุปทานและจะไม่ให้แรงงานผู้เยาว์ทำงานที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและพัฒนาการรวมถึงส่งผลกระทบต่อการศึกษาภาคบังคับ

7.2.4.2 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการใช้แรงงานเด็กในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจของคุณค่าเพื่อให้ลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัท และบริษัทย่อย ภายใต้ห่วงโซ่อุปทานได้ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเป็นไปตามกฎหมาย ยึดถือและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ทั้งนี้ตามจรรยาบรรณธุรกิจของคุณค่าข้อ 2.2 ลูกค้าจะไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบังคับใช้แรงงาน การใช้แรงงานข้ามชาติโดยผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก และการค้ามนุษย์

7.2.4.3 จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่ได้รับร้องเรียนหรือตรวจพบการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กรและ

ห่วงโซ่อุปทาน พร้อมมาตรการแก้ไขและเยียวยา

บริษัทฯ ไม่มีกรณีเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้แรงงานเด็กภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน

7.2.5 การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

การจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงาน โดยบริษัทฯ ได้พิจารณาค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามตำแหน่งและรายละเอียดหน้าที่การทำงานของพนักงาน รวมทั้งจัดให้มีสวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม มีสวัสดิการที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานได้ อีกทั้งยังมีการพิจารณาปรับเงินเดือนประจำปี โดยนำผลการปฏิบัติงาน ของพนักงานเป็นเครื่องมือในการพิจารณาการปรับเงินเดือนประจำปี เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างต่อเนื่อง และรักษานบุคลากรที่มีความสามารถให้มีความผูกพันกับบริษัทฯ

7.2.5.1 จำนวนค่าตอบแทนรวมของพนักงาน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสมตามตำแหน่งงาน สำหรับในปี 2568 ได้จ่ายค่าตอบแทนรายได้คงที่รวมให้กับพนักงาน จำนวน 898.25 ล้านบาท

7.2.5.2 ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยมุ่งใจให้พนักงานประจำและบุคลากรที่มีศักยภาพสนใจเข้าร่วม เพื่อสร้างหลักประกันทางการเงินของพนักงานก่อนเข้าสู่วัยเกษียณ โดย ณ สิ้นปี 2568 มีพนักงานสมัครเข้าเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 726 คน คิดเป็น 56% ของพนักงานประจำ

7.2.5.3 ความแตกต่างของค่าตอบแทนระหว่างเพศ

บริษัทฯ ได้คำนวณสัดส่วนค่าตอบแทนของพนักงานหญิงต่อพนักงานชายในปี 2568 เท่ากับ 1.5 : 1 หมายความว่าพนักงานหญิง ได้รับค่าตอบแทนสูงกว่าพนักงานชาย ประมาณ 50%

7.2.6 การพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ “การพัฒนาและสนับสนุนทรัพยากรมนุษย์” เป็นอย่างมากซึ่งสะท้อนผ่านค่านิยมและแผนกลยุทธ์หลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยมีความเชื่อว่าบุคลากรที่มีความสามารถและมีทัศนคติที่ดีจะช่วยให้บริษัทฯ เติบโตและคงความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมคุณค่าให้กับสังคมโดยรวม บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยและมีอาชีพที่น่าพอใจ และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับพนักงานทุกระดับ นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาสายอาชีพควบคู่ไปกับการสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งกลุ่มเป้าหมายด้านการพัฒนาบุคลากร 3 ระดับ ได้แก่

- กลุ่มสมาชิกชุมชนและสถานศึกษา
- กลุ่มพนักงาน
- กลุ่มผู้บริหารศักยภาพสูงและผู้นำ

7.2.6.1 แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาพนักงาน

1) กลุ่มสมาชิกชุมชนและสถานศึกษา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนและสังคมต่อเนื่องเสมอมา จึงมีโครงการต่าง ๆ ร่วมกับสถาบันการศึกษา และภาคราชการ โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้ามาฝึกปฏิบัติงานจริงกับบริษัทฯ โดยเริ่มต้นจากการปฐมนิเทศให้พนักงานได้ทำความรู้จักองค์กร มีความเข้าใจในธุรกิจร้านอาหารและได้จัดแผนการเรียนรู้อย่างเป็นทางการให้นักศึกษาได้เรียนรู้งานทั้งสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน รวมทั้งเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้พบปะพูดคุยกับผู้บริหารขององค์กรอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดการเรียนรู้ผ่านระบบดิจิทัลไว้เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้คู่กับการลงมือปฏิบัติงานจริงอีกด้วย

2) กลุ่มพนักงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการส่งเสริมพัฒนาความรู้และศักยภาพของพนักงานในทุกระดับครอบคลุมพนักงานทุกหน่วยงาน ทั้งสายงานปฏิบัติการ และสายงานสนับสนุน โดยมีการจัดทำและวิเคราะห์สมรรถนะ และจัดทำแผนพัฒนาของสายงานและแผนพัฒนารายบุคคล จากนั้น บริษัทฯ จึงทำการพัฒนาพนักงานผ่านกรอบแนวคิด 70/20/10 กล่าวคือ 70% ส่งเสริมให้พนักงานได้ฝึกอบรมจากการปฏิบัติงานจริงกับพี่เลี้ยง 20% ส่งเสริมการอบรมในห้องเรียน และ 10% ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผ่านระบบดิจิทัล โดยมีการติดตามผลการพัฒนาตามระยะเวลาที่กำหนด และมีการวางแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงวางแผนพัฒนาสายอาชีพไว้รองรับด้วย ดังนี้



การประเมินและวิเคราะห์สมรรถนะ

- พนักงานสายงานปฏิบัติการ
- พนักงานสายงานสนับสนุน

แผนพัฒนาของสายงาน และแผนพัฒนารายบุคคล

70% การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงคู่กับพี่เลี้ยง

20% การเรียนรู้ผ่านการอบรมในห้องเรียน

10% การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบดิจิทัล



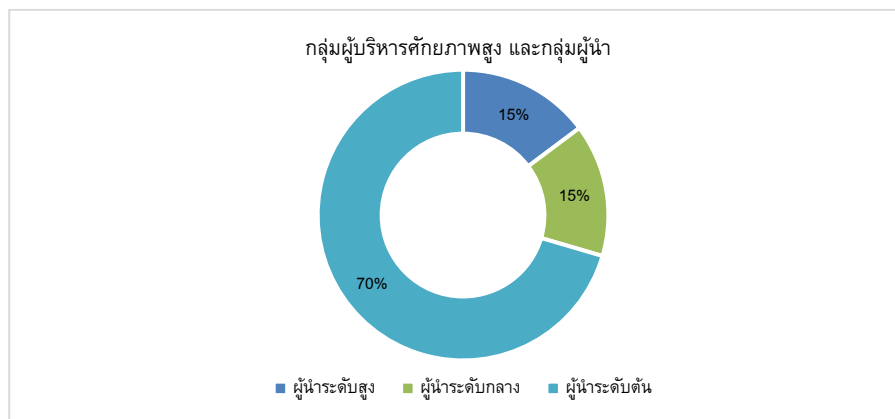
การติดตามและประเมินผลการพัฒนาตามกำหนดระยะเวลา



วางแผนพัฒนาต่อเนื่อง วางแผนพัฒนาสายอาชีพ

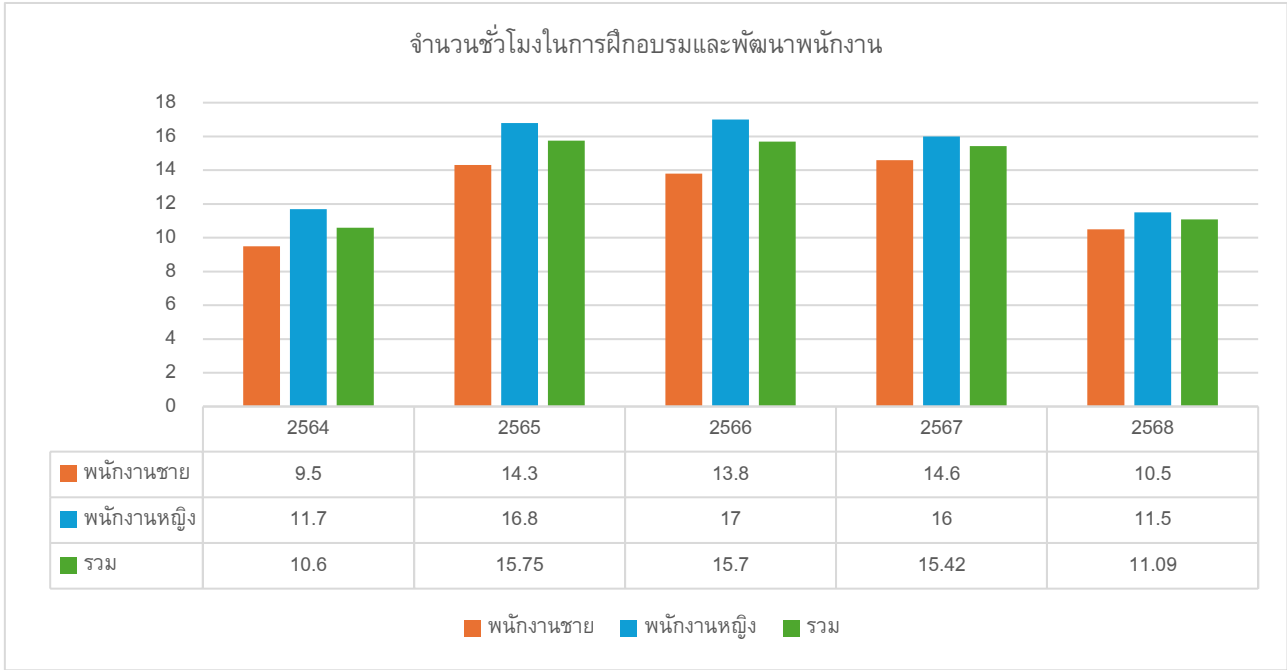
3) กลุ่มผู้บริหารศักยภาพสูงและผู้นำ

บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการคัดเลือก กลุ่มพนักงานศักยภาพสูง และผู้สืบทอดตำแหน่ง และได้จัดให้มีแผนพัฒนาผู้บริหารและผู้นำที่มีศักยภาพสูงตามสมรรถนะที่ได้กำหนดและทำการประเมินไว้ เพื่อส่งเสริมทักษะความรู้ด้านการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรต่างๆ ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งส่งเสริมทัศนคติเชิงบวก เพื่อให้กลุ่มผู้บริหารและผู้นำระดับสูงเป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพต่อองค์กรและสังคมอย่างยั่งยืน

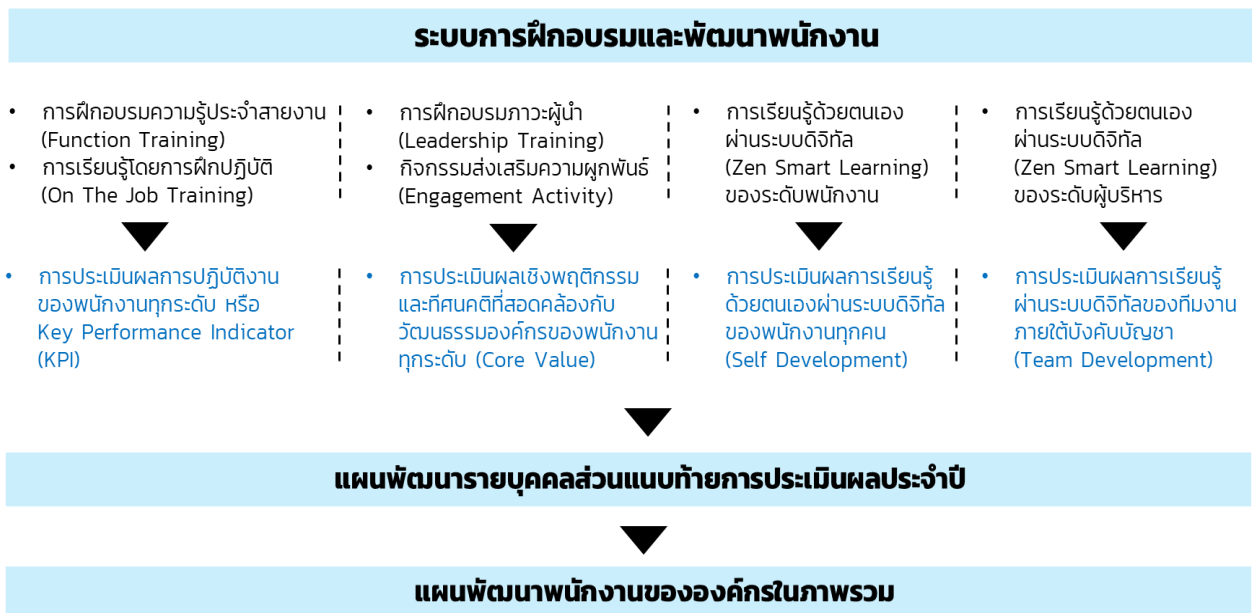


นอกเหนือจากการพัฒนาพนักงาน บริษัทฯ ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญกับการการอบรมด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจเพื่อช่วยให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง โดยกลุ่มพนักงานใหม่จะได้รับการอบรมตั้งแต่วันปฐมนิเทศ และกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่แล้วจะเข้าเรียนเพื่อทบทวนความรู้ผ่านระบบการเรียนแบบดิจิทัล โดยหลังการอบรมพนักงานจะต้องทำแบบทดสอบและผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ยังทำการเก็บประวัติการเข้าอบรมและการผ่านการอบรมของพนักงานไว้อีกด้วย

7.2.6.2 จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมความรู้เฉลี่ยของพนักงาน



7.2.6.3 การเชื่อมโยงการพัฒนาพนักงานเข้ากับการประเมินผลประจำปีบริษัทฯ ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรของบริษัทเป็นอย่างมาก และได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนพัฒนาพนักงานในรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมพนักงานในทุกระดับ ที่สำคัญคือบริษัทได้เชื่อมโยงการพัฒนาพนักงานเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานอย่างชัดเจน ตามกรอบแนวคิดดังนี้



การฝึกอบรมความรู้ประจำสายงาน รวมทั้งการฝึกลงมือปฏิบัติจริงคู่กับพี่เลี้ยง หรือ On the job training (OJT) นั้นนอกจากมีการทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรมแล้ว บริษัทฯ ยังเชื่อมโยงพัฒนาพนักงานส่วนนี้กับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี (KPI) ด้วย

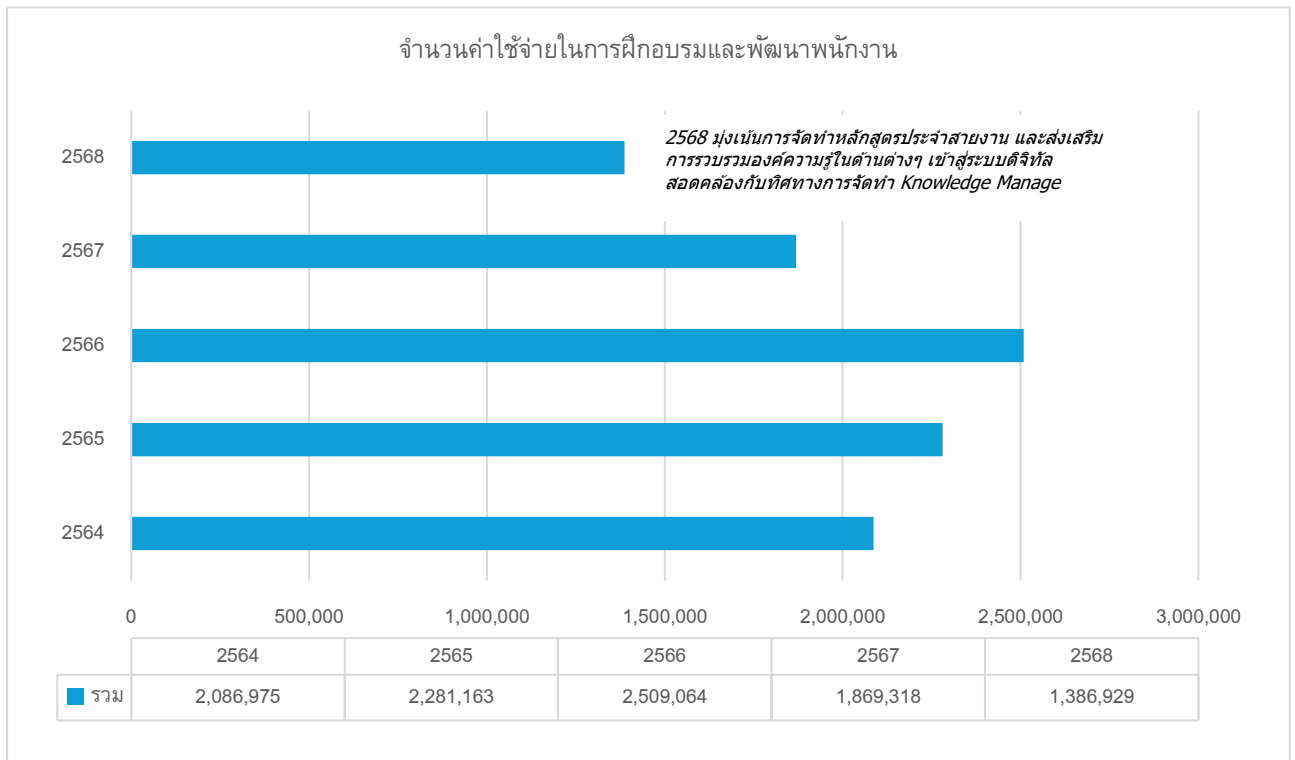
การฝึกอบรมพัฒนาภาวะผู้นำ เป็นการพัฒนาส่งเสริมภาวะผู้นำให้กับพนักงาน ซึ่งนอกจากมีการทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรมแล้ว บริษัทฯ ยังเชื่อมโยงการพัฒนาพนักงานส่วนนี้เข้ากับการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีส่วนที่เรียกว่าการประเมินพฤติกรรมด้วย Core Value ด้วย

การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบดิจิทัล หรือที่เรียกว่าระบบ Zen Smart Learn นั้นมีการกำหนดเป้าหมายเป็นรายไตรมาสให้กับพนักงานทุกระดับอย่างชัดเจน และมีการเก็บประวัติการเรียนรู้และผลการทดสอบมาเป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินผลประจำปีส่วนที่เรียกว่า Self-Development ด้วย นอกจากนี้การส่งเสริมการเรียนรู้ของทีมงานเป็นเกณฑ์การประเมินของระดับบริหารที่บริษัทฯ กำหนดไว้อย่างชัดเจนโดยพิจารณาจากจำนวนเปอร์เซ็นต์การเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือ Self-Development ของทุกคนในทีมมาประกอบเป็นการประเมินผลหัวหน้าทีม

7.2.6.4 เป้าหมายการพัฒนาพนักงาน

| กลุ่มสมาชิกชุมชนสถานศึกษา | กลุ่มสมาชิกชุมชนสถานศึกษา | กลุ่มพนักงาน | กลุ่มผู้บริหารและผู้นำ |
|---|---|---|---|
| เป้าหมาย | เป้าหมาย | เป้าหมาย | เป้าหมาย |
| อบรมและพัฒนานักศึกษาที่เข้าฝึกปฏิบัติงานกับองค์กรในอัตราส่วน 50% ของจำนวนพนักงาน part time | อบรมและพัฒนาผู้ฝึกที่อยู่ในโครงการส่งเสริมการจ้างงานผู้ฝึกในอัตราส่วน 100% ตามข้อกำหนด | อบรมพัฒนาพนักงานภายในองค์กรทุกระดับ 100% ทั้งสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน | อบรมพัฒนากลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้นำในสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุนครบ 100% |
| ความสำเร็จ | ความสำเร็จ | ความสำเร็จ | ความสำเร็จ |
| มีนักศึกษาเข้าฝึกงานกับองค์กรในอัตราส่วน 129% ของจำนวนพนักงาน Part Time และได้รับการอบรมและพัฒนาครบ 100% ของจำนวนนักศึกษาฝึกงาน | มีการจ้างงานผู้ฝึกและสนับสนุนหน่วยงานส่งเสริมการจ้างงานผู้ฝึกในอัตราส่วน 132% เมื่อเทียบกับข้อกำหนด และผู้ฝึก 100% ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนา | มีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานภายในองค์กรทุกระดับจำนวน 100% ทั้งสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน และในปี 2567 ได้กำหนดเพิ่มเติมให้การฝึกอบรมในห้องเรียนเป็นหนึ่งในเกณฑ์ประเมินผลประจำปีอีกด้วย | มีการฝึกอบรมให้กับกลุ่มผู้บริหารผู้มีศักยภาพสูงและกลุ่มผู้นำทั้งสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุนครบ 100% |
| การติดตามประเมินผล | | | |
| : การทวนสอบโดยผู้ประเมินภายนอก (การจ้างงานและชุมชน) : การติดตามผลภายใน โดยการจัดการฝึกอบรมและการให้การศึกษา | | | |
| หน่วยงานผู้รับผิดชอบ | | | |
| กลุ่มทรัพยากรบุคคล | | | |

7.2.6.5 จำนวนค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาพนักงาน



7.2.6.6 ประโยชน์ที่พนักงานและ/หรือองค์กรได้รับจากการพัฒนาพนักงาน

ประโยชน์ที่พนักงานได้รับจากการพัฒนาพนักงาน

การได้รับการพัฒนาเปรียบเสมือนการส่งเสริมศักยภาพ ให้แนวทาง วิธีการ และเครื่องมือ ที่จะช่วยให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจและทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้พนักงานมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ลดความกังวลของพนักงานในการปฏิบัติงาน ช่วยให้เกิดการทำงานเป็นทีม ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้นี้จะสะท้อนผ่านระดับคะแนนความผูกพันที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้พนักงานที่ได้รับการพัฒนาและมีความพร้อมตามเกณฑ์สมรรถนะที่กำหนดบริษัทได้จัดทำแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพรองรับไว้ ซึ่งพนักงานที่ได้รับการปรับตำแหน่งจะได้เข้าร่วมพิธีปรับตำแหน่งประจำปี โดยมีผู้บริหารและพนักงานจำนวนมากร่วมแสดงความยินดี เพื่อสร้างงานที่มีคุณค่าสำหรับพนักงานและ ความมั่นคงในสายอาชีพ

ประโยชน์ที่องค์กรได้รับจากการพัฒนาพนักงาน

การที่พนักงานของบริษัทฯ ได้รับการพัฒนาช่วยให้องค์กรมีพนักงานที่มีศักยภาพสูง มีความรู้ ความสามารถ รวมถึงมีทัศนคติและพฤติกรรมเชิงบวก ช่วยส่งผลให้กระบวนการปฏิบัติงานทั้งระบบเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในระดับสูง ช่วยให้องค์กรเจริญเติบโต มีศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ สถานการณ์ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจมหภาคเกิดขึ้นได้เสมอซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่มีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา การพัฒนาศักยภาพของพนักงานช่วยส่งเสริมให้บริษัทฯ และพนักงานพร้อมรับมือกับการเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างรวดเร็วทันต่อสถานการณ์อีกด้วย อีกทั้ง การพัฒนาพนักงานยังส่งเสริมให้ระดับความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทฯ อยู่ในระดับที่สูงขึ้นอีกด้วย

7.2.7 การปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

7.2.7.1 แผนงานหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน จึงกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางในการยึดถือในการปฏิบัติงาน โดยให้มีการวางแผน จัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยและระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพในปริมาณที่เพียงพอ และเหมาะสมในสำนักงาน และสถานประกอบการเพื่อป้องกันและควบคุมความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดความสูญเสียอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ หรือความเจ็บป่วยจากการปฏิบัติงาน ทรัพย์สินสูญหายหรือเสียหาย การปฏิบัติงานไม่ถูกวิธีและความผิดพลาดอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้น โดยได้กำหนดไว้เป็นนโยบายสรุปได้ ดังนี้

- ส่งเสริมให้พนักงานทำงานด้วยความปลอดภัย ความปลอดภัยเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานทุกคน ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สินของพนักงาน บริษัทฯ และผู้ที่เกี่ยวข้อง
- พนักงานบริษัทฯ ทุกคนจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ พระราชบัญญัติหรือประกาศของหน่วยงานราชการ ระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ ในที่เกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน อย่างเคร่งครัด
- บริษัทฯ จะส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน พัฒนาเพื่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัย ในการทำงาน รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยให้เพียงพอ และจัดให้มีการฝึกอบรมเพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญและอันตรายที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งให้ทราบถึงสาเหตุวิธีการป้องกันที่ถูกต้อง
- บริษัทฯ จะดำเนินการพัฒนาสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน และโดยรอบบริเวณสำนักงานให้สะอาด ถูกสุขลักษณะ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของส่วนรวม
- ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมเพื่อความปลอดภัยและกิจกรรมเพื่อเป็นการปรับปรุงสภาพการทำงาน ที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงานโดยรวม
- บริษัทฯ จะมีการทบทวน ประเมินผล ด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมในการทำงานอยู่เสมอเพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม
- ให้ผู้บังคับบัญชาต้องปฏิบัติเป็นตัวอย่างที่ดี มีการประเมินผลตามนโยบายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด พนักงานต้องให้ความสำคัญของการเกิดอุบัติเหตุ อุบัติภัยที่จะกระทบต่อสุขภาพ ความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบได้อย่างทันที และเต็มกำลังความสามารถ ค้นหาสาเหตุและป้องกันการเกิดซ้ำ
- บริษัทฯ พิจารณาลงโทษตามระเบียบการทำงานของพนักงาน ในกรณีพนักงานผู้ฝ่าฝืน ต่อระเบียบและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ มุ่งสร้างวัฒนธรรม และปลูกจิตสำนึกความปลอดภัยในองค์กร เพื่อให้บุคลากรทุกระดับให้ความใส่ใจและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อการทำงานด้วยความระมัดระวัง ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบด้านความปลอดภัย โดยได้จัดกิจกรรมด้านความปลอดภัยดังนี้

1. การให้ความรู้ แนะนำ ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม

2. การฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และทักษะที่นำไปใช้ได้จริง
3. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านความปลอดภัยผ่านอีเมล บอร์ดประชาสัมพันธ์ และไลน์กลุ่ม

ในปี 2568 ได้มีการฝึกอบรมหลักสูตรเพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ให้กับพนักงานใหม่ และพนักงานทั่วไป ครอบคลุมทั้งพนักงานในสายงานปฏิบัติการและสายงานสนับสนุน ได้แก่ หลักสูตรความปลอดภัยเบื้องต้นสำหรับพนักงานใหม่ และหลักสูตรความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานซึ่งครอบคลุมหัวข้อ (1) ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (2) กฎหมายที่เกี่ยวข้อง (3) ข้อบังคับว่าด้วยความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมทั้งจัดอบรมฝึกปฏิบัติในหลักสูตรการปฐมพยาบาลและการช่วยชีวิตให้กับพนักงานกลุ่มปฏิบัติการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้กับตนเอง เพื่อนร่วมงาน และรวมถึงลูกค้าที่มาใช้บริการอีกด้วย เพื่อส่งเสริมให้ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานให้กับพนักงานและบริษัทฯ ได้ให้ผู้รับผิดชอบตรวจสอบอุปกรณ์ทั้งหมดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีสภาพพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงเกี่ยวกับความปลอดภัย สุขอนามัยทั้งของพนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการและพนักงานที่ปฏิบัติงานเพื่อให้มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดผลการประเมินความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง โดยการป้องกันความเสี่ยงจะมีเจ้าหน้าที่จากฝ่ายบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแลมาตรฐานงานซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระเข้าไปตรวจสอบที่สาขาเป็นประจำ และจะมีการประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรายงานผลการตรวจสอบและติดตามการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างใกล้ชิด

7.2.7.2 จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน / อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน

โดยในปี 2568 มีพนักงานเกิดอุบัติเหตุ และได้รับบาดเจ็บจากการปฏิบัติงานในร้าน/สาขาจำนวน 69 ครั้ง คิดเป็น 1.91 % ของจำนวนพนักงานทั้งหมด และมีจำนวนพนักงานที่ได้รับการบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไปจำนวน 69 คน ไม่มีผู้เสียชีวิต

สำหรับผู้รับเหมาหรือบุคคลภายนอกที่เข้ามาปฏิบัติงานภายใน บริษัทฯ ทั้งในสำนักงานใหญ่และในร้าน/สาขา ผู้ที่ได้รับการบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงานและผู้เสียชีวิต = 0 (ศูนย์)

7.2.7.3 เป้าหมายการพัฒนาความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ได้จัดให้มีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการเป็นกลุ่มธุรกิจร้านอาหารชั้นนำ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยฯ ในการทำงาน เพื่อปฏิบัติตามกฎกระทรวงแรงงานว่าด้วยเรื่องกำหนดมาตรฐานในการบริหาร และจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ.2549 และมีเป้าหมายการเกิดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ = 0 (ศูนย์)

7.2.8 การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของพนักงาน

7.2.8.1 แผนการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความผูกพันเพื่อรักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้ปฏิบัติงานอยู่กับองค์กรในระยะยาว จึงได้จัดตั้งคณะทำงานร่วมกันโดยใช้ชื่อว่า Zen Zeed Team คณะทำงานจะมาจากตัวแทนพนักงานของทุกหน่วยงานมาร่วมคิด และดำเนินการเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับพนักงาน 5 ด้าน ซึ่งกรอบแนวคิดนี้เรียกว่า Well Being 5 ซึ่งรายละเอียดดังนี้



7.2.8.2 ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ

ตามที่บริษัทฯ มีนโยบายการรักษาพนักงานให้มีความรัก ความผูกพัน และให้อยู่กับองค์กรนาน การดูแลพนักงานจึงเป็นเรื่องสำคัญ อย่างไรก็ตามตลาดแรงงานยังมีการแข่งขันสูง และยังมีพนักงานลาออกในทุกเดือน จึงมีการกำหนดเป้าหมายจำนวนการลาออกของพนักงาน เพื่อเป็นการควบคุมดูแล และรักษาพนักงาน

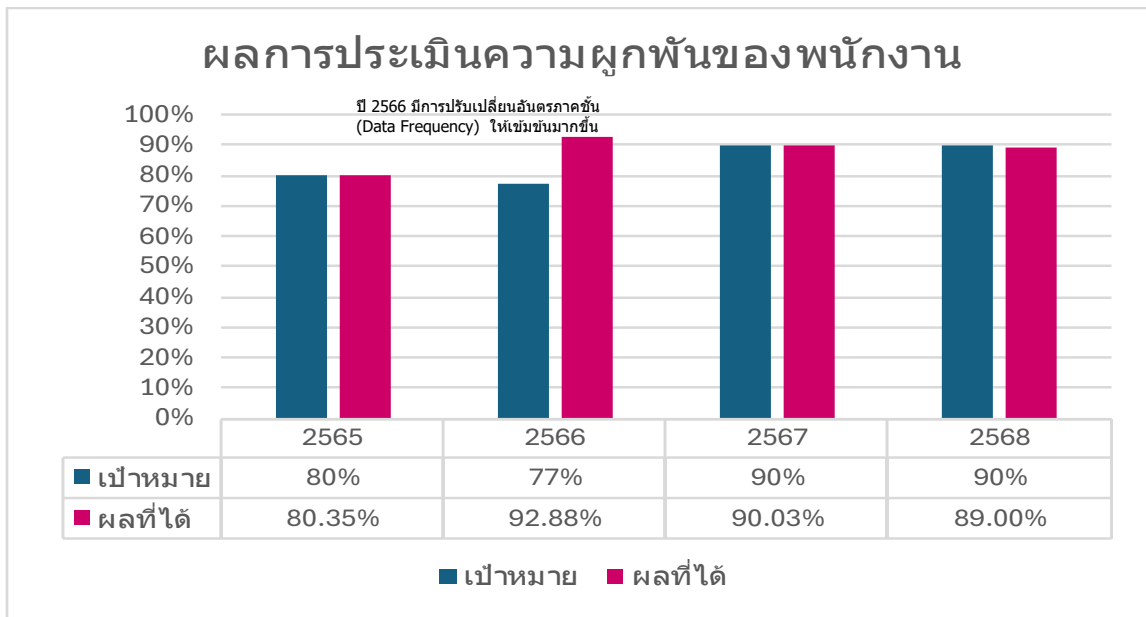
ดังนั้นข้อมูลการลาออกของพนักงานในปี 2568 สามารถสรุปได้ว่าเหตุผลการลาออกของพนักงานลาออกโดยสมัครใจคิดเป็น 100% ของพนักงานที่ลาออกทั้งหมด

7.2.8.3 จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ พร้อมมาตรการแก้ไข

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีเหตุข้อพิพาทแรงงานกับพนักงาน ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับพนักงาน โดยการดำเนินการเกี่ยวกับพนักงานจะปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของพนักงาน จะยึดหลักในการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานเป็นสำคัญ

7.2.8.4 เป้าหมายการพัฒนาความผูกพันและการรักษาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานทุกระดับ บริษัทฯ จึงจัดให้มีการประเมินความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยกลุ่มเป้าหมายที่ทำการประเมิน คือ พนักงานประจำทุกระดับจำนวน 100% โดยเป้าหมายระดับความผูกพันและผลลัพธ์ที่ได้ ดังนี้



หลังจากได้ผลการประเมินความผูกพันของพนักงาน บริษัทฯ ได้นำระบบ Power BI มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้มาจัดทำแผนการดำเนินงานประจำปีต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมระดับความผูกพันและคุณภาพชีวิตของพนักงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง

7.2.8.5 การรวมกลุ่มของพนักงานเพื่อเจรจาหรือกับบริษัทฯ เกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการของพนักงาน

บริษัทฯ ได้จัดสวัสดิการในรูปแบบตัวเงิน และไม่ใช้ตัวเงินให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม และมีประกาศ นโยบายฯ การให้สวัสดิการที่ชัดเจนกับพนักงาน เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันกลุ่มพนักงาน (ประกันชีวิตประกันอุบัติเหตุค่ารักษาพยาบาล ผู้ป่วยใน-ผู้ป่วยนอก) ส่วนลดร้านอาหารในเครือฯ เป็นต้น

ดังนั้นในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดูแลพนักงานและจัดสวัสดิการให้เหมาะสมอย่างเทียบเท่า หรือมากกว่าตลาดแรงงาน จึงไม่มีพนักงานเจรจา หรือเรียกร้องเกี่ยวกับผลประโยชน์ และสวัสดิการของพนักงาน

7.3 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ ผู้บริโภค

7.3.1 สิทธิผู้บริโภค

บริษัทฯ เดิมทีเห็นว่ามาตรฐานสินค้าและบริการมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร แต่อาจยังไม่อาจเพียงพอต่อโลกในปัจจุบัน การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและการสร้างประสิทธิภาพการบริโภคและการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านนวัตกรรมหรือการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้มาซึ่งการใช้ทรัพยากรมนุษย์ หรือธรรมชาติอย่างอย่างคุ้มค่า สร้างความยั่งยืนต่อเศรษฐกิจต่อบริษัทฯ และประเทศไทย อย่างแท้จริง

7.3.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

การดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยประกาศนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สำหรับบุคคลทั่วไปและนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สำหรับพนักงาน เพื่อให้การปฏิบัติทั้ง

การเก็บรวบรวม การใช้ข้อมูล การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ของบริษัทฯ มีการดำเนินการอย่างถูกต้อง มีความปลอดภัย มีการใช้งานอย่างสุจริต โปร่งใส ไม่ให้ถูกนำไปใช้หรือถูกเปิดเผยโดยมิชอบ รวมทั้งสิทธิของเจ้าของข้อมูลในการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล นอกจากนี้ได้จัดทำคู่มือการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติของผู้ที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างละเอียด

บริษัทฯ ได้จัดอบรมให้กับผู้บริหารและพนักงานทุกคนเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

7.3.1.2 จำนวนกรณีข้อมูลลูกค้ารั่วไหลพร้อมมาตรการแก้ไข

ในรอบปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล และได้ดำเนินการตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างครบถ้วน แต่อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการดำเนินงานและมาตรการแก้ไขกรณีเกิดเหตุข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล ไว้ในคู่มือการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมีการประชุมคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นระยะ เพื่อติดตามกิจกรรม ข่าวสาร หรือการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นไปตามที่พระราชบัญญัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กำหนดอย่างเคร่งครัดรวมทั้งให้ผู้รับผิดชอบติดตามประกาศของคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างใกล้ชิด

7.3.1.3 จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคพร้อมมาตรการแก้ไข การดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งต้องถือปฏิบัติทั้งในเรื่องการโฆษณา ความปลอดภัยในสินค้าและบริการ การชดเชยความเสียหายและเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการอบรมผู้ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความเข้าใจในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เป็นระยะอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด รวมทั้งมีคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และฝ่ายกฎหมายเป็นผู้ให้คำแนะนำ/ให้ความเห็นในการออกโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าว

ทั้งนี้ในรอบปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภคจากผู้ใช้บริการ

7.3.1.4 ช่องทางที่บริษัทรับร้องเรียนจากลูกค้า/ ผู้บริโภค

หนึ่งในช่องทางการร้องเรียนจากลูกค้าและ/ผู้บริโภคต่อสินค้า บริการหรือเรื่องอื่นๆ ลูกค้า/ผู้บริโภคสามารถดำเนินการได้ โดยเป็นไปตามนโยบายเกี่ยวกับการร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส ได้แก่

- ผู้อำนวยการสายงานตรวจสอบภายใน (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

ZEN Group ประกอบกิจการธุรกิจร้านอาหาร โดยมีความมุ่งมั่นสูงสุดที่จะส่งมอบอาหารที่มีคุณภาพ อร่อย สะอาดถูกหลักอนามัยและมีมาตรฐาน ควบคู่กับการบริการในร้านอาหารที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

การยกระดับประสบการณ์ร้านอาหารญี่ปุ่นของ ZEN Group

ในปีนนี้ ZEN Group ได้เปิดตัวร้านต้นแบบ สองสาขาสำคัญ ได้แก่ เซ็นทรัลปิ่นเกล้า และเซ็นทรัลเวสต์ เพื่อยกระดับประสบการณ์การรับประทานอาหารญี่ปุ่นร่วมสมัยให้กับผู้บริโภค โดยออกแบบบรรยากาศร้านให้มีความหรูหรา ทันสมัย และสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถือ

การเปิดตัว ร้านต้นแบบ ในครั้งนี้ เป็นการตอกย้ำความแข็งแกร่งของ ZEN ในฐานะผู้ดำเนินธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยมาอย่างยาวนานกว่า 34 ปี ซึ่งยังคงยึดมั่นในคุณภาพและมาตรฐานระดับสูง ควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์และความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ รวมถึงการให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายและการเข้าถึงได้ง่ายในทำเลศูนย์การค้าหลัก



การเปิดตัวเมนูใหม่ ชาบู แอนด์ ซูกียากิ

นอกจากนี้ ZEN ยังได้เปิดตัวเมนู ชาบู แอนด์ ซูกียากิ เป็นครั้งแรก เพื่อนำเสนอประสบการณ์ชาบูและซูกียากิที่ต้นตำรับสไตล์ญี่ปุ่น โดยคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพจากทั้งท้องทะเลและผืนดิน อาทิ เนื้อวากิว หมูคุโรบุตะ และซีฟู้ดหลากหลายชนิด ให้บริการในรูปแบบอะลาการ์ท เพื่อตอบสนองใจกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบมื้อร้อนแบบญี่ปุ่นอย่างแท้จริง

เมนู ชาบู แอนด์ ซูกียากิ เปิดให้บริการใน 4 สาขา ได้แก่ เดอะมอลล์ไลฟ์สไตล์รูท บางแค, คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์, เดอะพาสซิโอ ทาวน์ รามคำแหง และเทอร์มินัล พัทยา



AKA Yakiniku – Passion for Grill

AKA Yakiniku เป็นร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์บั้งไฟที่มุ่งเน้นการคัดสรรเนื้อวัวคุณภาพสูง และวัตถุดิบสดใหม่จากแหล่งต่างๆ ทั่วโลก พร้อมพัฒนาสูตรอาหารให้มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ เสริมด้วยซอสบั้งไฟสูตรพิเศษซึ่งเป็นจุดเด่นของแบรนด์

ภายใต้สโลแกน “Passion for Grill” AKA Yakiniku มุ่งสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารญี่ปุ่นที่สนุกสนานเป็นกันเอง และเปลี่ยนมื้ออาหารให้กลายเป็นช่วงเวลาพิเศษและความทรงจำที่ดีของลูกค้า โดยให้บริการทั้งในรูปแบบ อะลา

คาร์ท และ บุฟเฟต์ ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ นักศึกษา กลุ่มวัยทำงาน ไปจนถึงครอบครัวรุ่นใหม่ พร้อมการจัดแคมเปญและเมนูพิเศษอย่างต่อเนื่องจากทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์



ลาวญวน – การสร้างคุณค่าจากวัตถุดิบท้องถิ่น

ลาวญวนให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าจากวัตถุดิบท้องถิ่น ผ่านการคิดค้นเมนูยำสลัดที่ใช้น้ำสลัดลาว ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะด้านกลิ่น สี และรสชาติ จากการคัดเลือกวัตถุดิบและการปรุงรสอย่างพิถีพิถัน โดยมีส่วนช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนในอำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม

นอกจากนี้ ยังได้นำน้ำมะขี้ดจากจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นผลไม้พื้นบ้านที่มีรสเปรี้ยวหอม มาพัฒนาเป็นเมนูเครื่องดื่ม เพื่อสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยทางอ้อม และสะท้อนแนวคิดการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น



On the table, Tokyo café – Brand Refresh

On the table, Tokyo café ได้มีการปรับภาพลักษณ์แบรนด์ (Brand Refresh) โดยยังคงเอกลักษณ์ของการเป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นพื้นที่สำหรับผู้คนระหว่างการเดินทางขึ้นเครื่องบิน การตกแต่งร้านสะท้อนบรรยากาศคาเฟ่สไตล์โตเกียวในรูปแบบที่ทันสมัยและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ปัจจุบัน

ขณะเดียวกัน แผนกพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ต่อยอดบทบาทของแบรนด์ในฐานะ ภูมิด้านพาสต้า ผ่านการคิดค้นเมนูพาสต้ารูปแบบใหม่ รวมถึงอาหารทานเล่น สลัด และอาหารจานหลักต่าง ๆ ที่ช่วยเติมเต็มประสบการณ์มี้อาหารให้สมบูรณ์ทั้งรสชาติและความรู้สึก



Cyu – ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

ร้าน Cyu ได้ปรับรูปแบบการนำเสนอสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง โดยมุ่งเน้นความเป็นอาหารเฉพาะทางมากยิ่งขึ้น

Cyu ให้ความสำคัญกับอาหารญี่ปุ่นประเภท Sushi, Handroll และข้าวหน้า Don ซึ่งเป็นความเชี่ยวชาญของแบรนด์มาอย่างยาวนาน พร้อมคงมาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ นอกจากความชำนาญด้านปลาดิบคุณภาพจากญี่ปุ่นแล้ว แบรินด์ยังมีความเชี่ยวชาญด้านเนื้อญี่ปุ่นและเนื้อไทย โดยได้ปรับพื้นที่บางส่วนในสาขาเอ็มควอเทียร์ และ สาขาเอท ทองหล่อ เพื่อให้บริการ ชานู หม้อเต๋ียว ที่กำลังได้รับความนิยม ในราคาที่เข้าถึงได้ พร้อมชูจุดเด่นด้านคุณภาพของเนื้อและน้ำซุ๊ปเด้าห์สูตรเฉพาะ ซึ่งเป็น Signature ของแบรนด์



TETSU - ปิ้งย่างพรีเมียม

ในปีนี้ บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาเมนูและรูปแบบการนำเสนอของ TETSU เพื่อสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารที่มีคุณภาพอย่างครบถ้วน โดยนำเสนอเมนูเนื้อคุณภาพดีอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับอาหารจานอื่น ๆ ขนม และเครื่องดื่ม เพื่อให้อาหารแต่ละมื้อสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

พร้อมกันนี้ บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานด้านการบริการและความเชี่ยวชาญในสินค้า เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์ระยะยาวกับแบรนด์



นอกจากการพัฒนาเมนูใหม่แล้ว การปรับปรุงสูตรอาหารควบคู่กันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้อาหารคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละแบรนด์ รวมไปถึงคิดค้นกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและลดต้นทุนค่าใช้จ่าย การฝึกอบรมการทำอาหารขั้นพื้นฐาน การสุ่มตรวจสอบคุณภาพและรสชาติอาหารของทุกแบรนด์ร้านอาหาร เพื่อให้มั่นใจว่าอาหารที่ให้บริการแก่ลูกค้า นั้น มีคุณภาพและรสชาติเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด และสามารถส่งมอบความมั่นใจสัญญาถึงผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงและเพื่อตอบเจตน์ของการใช้ชีวิตในปัจจุบัน บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการคิดค้นเมนูเดลิเวอรี่ ซึ่งสามารถส่งมอบช่อดูชาขายได้เป็นอย่างดี และการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

2) มาตรฐานวัตถุดิบของบริษัทฯ

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

3) การคัดเลือกแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

บริษัทฯ มีมาตรฐานในการคัดเลือกแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพและปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนมีแนวทางการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าภายใต้กระบวนการจัดหา และบริหารห่วงโซ่อุปทาน อย่างรับผิดชอบ มีการตรวจสอบความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตลอดกระบวนการจัดซื้อ จัดหา โดยเริ่มตั้งแต่ การลงทะเบียนคู่ค้ารายใหม่ การคัดเลือกคู่ค้า การตรวจประเมินคู่ค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของลูกค้า ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนถูกจำแนกเป็นสามมิติตามหลักสากล ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืนหลากหลายประเด็น เช่น การจัดการทรัพยากรน้ำ สิทธิมนุษยชน จริยธรรมทางธุรกิจ อีกด้วย

4) การวิจัยพัฒนาด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งรวมไปถึงการปรับกระบวนการ (Process Reengineering) ควบคู่กัน เพื่อที่จะทำให้อัตราขั้นตอนในการทำงานและเพิ่มการทำงานให้มีประสิทธิภาพที่หน้าสาขาในระยะยาวอย่าง ยั่งยืน รวมไปถึงการเข้าถึงข้อมูลในทันที เพื่อใช้ในการตัดสินใจ กำหนดกลยุทธ์หรือแผนดำเนินงาน ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

ในด้านการควบคุมกระบวนการการทำงาน ทั้งในส่วนของสำนักงานใหญ่และสาขา ตัวอย่างเช่น การจัดการประชุมกรรมการ และการประชุมฝ่ายบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นทั้งการประชุมแบบออนไลน์และออฟไลน์ บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอเพื่อความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในทุกกระบวนการ

5) การพัฒนาศักยภาพของพนักงานเพื่อให้มีความรู้ในงานที่ทำและพัฒนาคุณภาพบริการ จะส่งผลต่อการพัฒนาของการบริการอย่างยั่งยืนและเพิ่มความผูกพันของลูกค้าต่อองค์กร

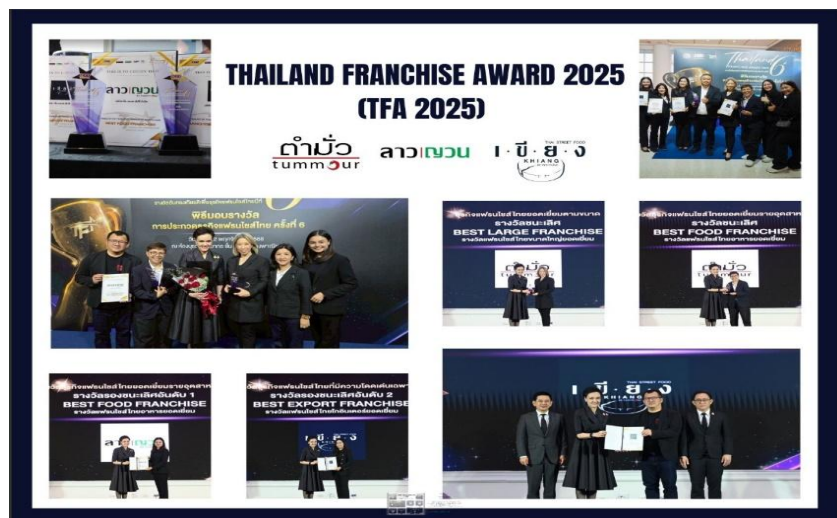
นอกจากการบริหารพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว การวัดประสิทธิภาพของพนักงานในร้านอาหาร ก็ได้นำมาใช้ในการทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยการเทียบยอดขายและจำนวนพนักงาน รวมไปถึงการจัดตารางการทำงานให้เหมาะสมและเพียงพอกับยอดขายที่วางไว้ในแต่ละวัน เพื่อเตรียมพร้อมในการส่งมอบการบริการที่ดี ไม่ให้มีผลกระทบต่อลูกค้า ลดข้อเรียนและได้รับการชื่นชมจากลูกค้าแทน

นอกจากการวัดประสิทธิภาพของพนักงานแล้ว เพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการที่ดี บริษัทฯ ยังได้นำเครื่องมือ NPS SCORE มาใช้ในการวัดความพึงพอใจลูกค้าซึ่งเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อรวบรวมความเห็นของลูกค้าโดยตรงมาใช้ เพื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้ในด้านต่างๆ ของทุกๆ ด้าน เช่นด้านความสะอาดของร้านและความพร้อมของการให้บริการ และความถูกต้องและความสะอาดของอาหารและนำมาทำการปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และ ในส่วนมุมมองของการพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการวัดผลผลิตของแรงงาน และความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทฯ ก็มีแผนการพัฒนากการทำงาน โดยมี แผนการอบรมพนักงานใหม่ พนักงานเก่า ในเรื่องอาหาร การบริการ ตลอดทั้งปี และยังได้มีการนำระบบ การสั่งซื้อผ่านมือถือเข้ามาใช้ในร้าน เพื่อเพิ่มผลผลิตของแรงงาน รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้า ให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการให้หน่วยงานภายนอกได้เข้ามาประเมินคุณภาพการทำงานในส่วน คุณภาพอาหาร การบริการ และความสะอาด สำหรับร้านอาหาร ส่งผลให้ในกลุ่มธุรกิจแฟรนไชส์ในเครือ บริษัทฯ ได้รับรางวัล Thailand Franchise Award 2025 (TFA 2025) จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยมี คุณศุภกิจ สุธรรมพันธุ์ (รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานในพิธี) ในปีนี้ กลุ่มธุรกิจแฟรนไชส์ของเราได้รับรางวัลอันทรงเกียรติ ดังนี้

- Best Large Franchise รางวัลชนะเลิศ: Tummour (ตำมั่ว)
- Best Food Franchise รางวัลชนะเลิศ: Tummour (ตำมั่ว), รองชนะเลิศอันดับ 1: Lao Yuan (ลาวญวน)
- Best Export Franchise รองชนะเลิศอันดับ 2: KHIANG (เชียง)
- Franchise of the Year 2025 รองชนะเลิศอันดับ 2: KHIANG (เชียง)



7.3.1.6 การพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า และ ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญในการพัฒนา ปรับปรุงสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการบริหารจัดการข้อมูลซึ่งได้นำผลการประเมินความพึงพอใจ NPS Score และข้อร้องเรียนของลูกค้า ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ของบริษัทมาวิเคราะห์ และปรับปรุง พัฒนาให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า

ทั้งนี้ การจัดการข้อร้องเรียน เมื่อได้รับแจ้งข้อร้องเรียน ทางส่วนบริการลูกค้าจะส่งข้อร้องเรียนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทันที เพื่อดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนโดยเร็ว ทุกสิ้นเดือนจะมีการรวบรวมข้อมูลและประมวลผล ทั้งในส่วนการประเมินความพึงพอใจ และข้อร้องเรียนของลูกค้า นำเสนอรายงานต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชุม Operation Meeting ประจำเดือน เพื่อกำหนดแนวทางหรือมาตรการในการตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้ครอบคลุมในทุกด้าน โดยผลการประเมิน NPS Score ของบริษัทฯ สำหรับปี 2568 ได้คะแนน ร้อยละ 52.59 ซึ่งได้นำเสนอผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

7.3.2 การตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

7.3.2.1 แนวปฏิบัติด้านการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

หลักการพื้นฐานในการตลาดและโฆษณา

1. การโฆษณาทุกชิ้นจะต้องถูกกฎหมาย มีเกียรติ ซื่อสัตย์ และนำเสนอความจริง
2. การโฆษณาไม่มีความขัดแย้งกับศีลธรรมอันดี และระเบียบสังคม ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ควรกระทำด้วยการตระหนักถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และอยู่ภายใต้หลักของการแข่งขันที่ยุติธรรมที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในวงการธุรกิจ
3. การโฆษณาต้องไม่ทำให้สาธารณชนเกิดความรู้สึกไม่มั่นใจในการโฆษณา

รายละเอียดปฏิบัติ

1. ประกอบวิชาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักปฏิบัติและวิชาการ และอยู่ภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมาย
2. ไม่ทำการใดๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสียหายเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ
3. มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายในจริยธรรมและวัฒนธรรมอันดีงาม
4. ไม่กระทำการตลาด/โฆษณาอันเป็นการดูหมิ่นเชื้อชาติ ศาสนา หรือความเชื่อ หรือสิ่งอันเป็นที่เคารพสักการะของบุคคลทั่วไป
5. ไม่ควรกระทำการตลาด/โฆษณาอันทำให้เกิดความสำคัญผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับ สินค้า บริการ การแสดง หรืออื่นๆ หรือโอ้อวดสรรพคุณจนเกินความจริงจนทำให้ผู้เห็นหรือผู้ฟังเกิดความสำคัญผิด
6. ไม่กระทำการตลาด/โฆษณาโดยใช้ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์ หรือเรื่องโชคลางมาเป็นข้อจูงใจ
7. ไม่กระทำการตลาด/โฆษณาโดยการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า คำขวัญ หรือข้อความสำคัญหรืออื่น ๆ จากการโฆษณาของผู้อื่น อันทำให้ผู้อื่นเห็น หรือผู้อื่นได้ยินเกิดความเข้าใจผิดหรือไขว้เขวเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือการแสดงของผู้อื่น
8. ไม่กระทำการตลาด/โฆษณาโดยใช้ศัพท์สแลง ผลการวิจัย หรืออ้างอิงรายงานทางวิทยาศาสตร์ในทางที่ไม่สมควร หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยที่สินค้านั้นไม่มีคุณสมบัติตามที่อ้าง
9. ไม่กระทำการตลาด/โฆษณาโดยอ้างถึงตัวบุคคล หรือสถาบัน โดยที่ตัวบุคคล หรือสถาบันนั้นไม่มีตัวตนอยู่จริง และไม่ได้ใช้สินค้าและบริการ หรือชมการแสดงนั้นจริง
10. ไม่กระทำการตลาด/โฆษณาอันอาจมีผลเป็นอันตรายต่อเด็ก หรือผู้เยาว์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ หรือทำให้ขาดความรู้สึกผิดชอบ หรือโดยอาศัยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของบุคคลดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจโดยไม่สมควร
11. การสื่อสารและการจำหน่ายเครื่องดีมีประเภทแอลกอฮอล์จะดำเนินการตามบทบัญญัติของกฎหมายอย่างเคร่งครัดและให้ความระมัดระวังเป็นพิเศษโดยเฉพาะจะไม่จำหน่ายให้กับบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด

7.3.2.2 แนวปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค

การเกิดวิกฤตกับทางธุรกิจสามารถเกิดได้ตลอดเวลา แต่ที่เราจะเห็นกันบ่อยในยุคที่โซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลมาก จะเรียกว่า Social Media Crisis เนื่องจากการเผยแพร่ข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ผู้คนโซเชียลมีเดีย เกิดการมีส่วนร่วม เช่น คอมเมนต์ แชร์ ยิ่งเกิดการมีส่วนร่วมมากเท่าไร อัลกอริทึมของโซเชียลมีเดีย จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งในประเทศไทยนั้นเราสามารถพบเห็น Social Media Crisis ได้บ่อยครั้ง แต่จะมีวิธีใดบ้างที่จะช่วยยับยั้งวิกฤตบนโลกโซเชียลมีเดีย โดยมีแนวทางปฏิบัติการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค ดังนี้

- หยุดการสื่อสารในช่องทางโซเชียลมีเดีย (ในระยะแรก)
ในช่วงแรกเมื่อเกิดวิกฤต ช่องคอมเมนต์และ Inbox จะเต็มไปด้วยข้อความมากมายจากกลุ่มผู้ใช้งาน Social Media ซึ่งในตอนนี้นำให้หยุดการสื่อสารกลับหาผู้บริโภค และหาหรืออย่างเป็นทางการกับทีมงานถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมถึงแนวการตอบกลับเพื่อลดความรุนแรง รวมถึงหยุดการตอบแบบบอท ที่เป็นแพทเทิร์น และการโพสต์คอนเทนต์ที่ตั้งเวลาไว้ด้วย เพราะจะทำให้ดูเหมือนไม่ใส่ใจกับผลกระทบที่เกิดขึ้น
- แถลงการณ์เพื่อรับทราบถึงปัญหา และวิธีการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม
ในขั้นตอนนั้นควรจัดการอย่างรวดเร็ว อย่าปล่อยเวลาเอาไว้นาน เพราะถ้าปล่อยไว้นานจะทำให้ดูเหมือนเป็นการไม่ใส่ใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น แถลงการณ์ในลักษณะที่สั้นกระชับ อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย แฝงถึงความจริงใจและความใส่ใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงวิธีการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ไขในเบื้องต้น สามารถทำได้ทั้งลักษณะทั้งรูป ข้อความ หรือวิดีโอก็ได้ ถ้าจะให้ดีควรมีหน้า FAQ เพื่อรองรับวิกฤตนี้โดยเฉพาะ
- ตอบคอมเมนต์ได้ แต่อย่าต่อความ ให้เน้นถึงว่ารับทราบถึงปัญหาและวิธีการแก้ไข
ในขั้นตอนนี้สามารถตอบคอมเมนต์ได้แล้ว แต่พยายามให้จำกัดถึงวิธีรับทราบถึงปัญหาที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการแก้ไข อย่าต่อความยาวสาวความยืด เพราะอาจก่อให้เกิดความไม่พอใจได้ หยุดการตอบแบบบอทหรือเป็นแพทเทิร์น ให้ตอบโดยใส่ความเป็นมนุษย์เข้าไปให้มากขึ้น จะช่วยบรรเทาวิกฤตไปได้

7.4 ความรับผิดชอบต่อชุมชน / สังคม

7.4.1 นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน / สังคมที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจ

บริษัทฯ ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมโดยรอบสถานที่ประกอบการของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นโยบายการพัฒนาและมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนและสังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจ เพื่อดำเนินการและปฏิบัติการต่างๆที่จะอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างมีความสุขไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อชุมชนและสาธารณูปโภคโดยรอบสถานประกอบการ มุ่งสร้างสัมพันธ์อยู่ร่วมกันในชุมชนและสังคมอย่างมีความสุข มีมาตรการในการป้องกันการดำเนินการที่มีผลกระทบต่อชุมชน การบริหารจัดการขยะ สิ่งปฏิกูล การบำบัดน้ำเสีย มีระบบการระบายน้ำที่ดี สร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานให้มีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมข้างเคียง

7.4.2 แผนส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน / สังคม

ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการตอบแทนสังคมด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผ่านโครงการต่างๆ ที่มุ่งเน้นให้ผู้พิการ มีความพร้อมและพัฒนาตนเอง จนสามารถช่วยเหลือและ เลี้ยงดูตัวเองได้ เพื่อให้ผู้พิการมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง สามารถพึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในการช่วยเหลือผู้พิการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยสนับสนุนเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ภายใต้โครงการใจดีฟาร์ม จ.ชัยนาท และโครงการเกษตรอินทรีย์ เพื่อชุมชน จังหวัดปัตตานี

7.4.3 จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/ สังคม พร้อมมาตรการแก้ไข

ในรอบปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทกับชุมชนและสังคมรอบบริเวณที่ทำการ ทั้งนี้ในการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ เช่น การซ่อมอพยพหนีไฟ จะแจ้งชุมชนรอบข้างทั้งด้วยวาจาและ/หรือเป็นหนังสือ นอกจากนี้ยังได้จัดทำกล่องรับความคิดเห็นติดไว้หน้าทำการบริษัทสำหรับให้บุคคลในชุมชนและสังคมรอบบริเวณที่ทำการสามารถให้ความเห็น ร้องเรียน มายัง บริษัทฯ ได้โดยตรง

7.4.4 ประโยชน์และจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/ สังคม

ในปี 2568 บริษัทใช้งบประมาณ 1.4 ล้านบาท ในการสนับสนุนการจ้างงานคนพิการ สร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้โครงการสร้างหลักประกันด้านอาชีพกลุ่มคนพิการ มูลนิธิพัฒนาศักยภาพคนพิการ เริ่มตั้งแต่การให้การสนับสนุนกลุ่มคนพิการในภาคกลางที่จังหวัดชัยนาท ผ่านการปฏิบัติงานในโครงการใจดีฟาร์ม ต่อยอดสู่การสนับสนุนเพื่อพัฒนาศักยภาพคนพิการตามจังหวัดชายแดนใต้ ผ่านการปฏิบัติงานในโครงการเกษตรอินทรีย์ เพื่อชุมชน จังหวัดปัตตานี

โครงการใจดีฟาร์ม

โครงการเกษตรอินทรีย์ เพื่อชุมชน จังหวัดชัยนาท โดยมีมูลนิธิพัฒนาศักยภาพคนพิการเป็นที่ปรึกษา เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มคนพิการและครอบครัว ให้สามารถมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคงจากการดำเนินกิจกรรมด้านเกษตรอินทรีย์



เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2568 คณะทำงานพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เยี่ยมชมและติดตามการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรคนพิการ “โครงการใจดีฟาร์ม” ณ ศูนย์พัฒนาศักยภาพคนพิการ จังหวัดชัยนาท

โครงการเกษตรอินทรีย์ เพื่อชุมชน จังหวัดปัตตานี

โครงการที่สนับสนุนการจ้างงานคนพิการในจังหวัดปัตตานี โดยมุ่งเน้นการสร้างโอกาสทางอาชีพ และรายได้ที่เหมาะสมกับศักยภาพของคนพิการ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในชีวิตและการพึ่งพาตนเองในระยะยาว ส่งเสริมและต่อยอดการประกอบอาชีพของกลุ่มคนพิการในด้านการเกษตร และด้านปศุสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงปลาและการเลี้ยงแพะ ทั้งนี้ การดำเนินงานอยู่ภายใต้แนวคิดการสร้างหลักประกันด้านอาชีพให้แก่กลุ่มคนพิการ ผ่านการวางแผนและการจัดการอย่างเป็นระบบ



โครงการ Food For Good

ในปี 2568 บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับเด็กในพื้นที่ห่างไกลอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการ Food For Good ภายใต้แนวคิด “โภชนาการที่ดี คือ รากฐานของการเจริญเติบโต” มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้เด็กนักเรียนในประเทศไทยได้รับความสมดุลทางโภชนาการ และสนับสนุนให้เกิดกลไกการดูแลโภชนาการเด็กอย่างยั่งยืน



ปี 2568 บริษัทฯ มอบเงินทุน จำนวน 200,000 บาท ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ในการสนับสนุนงบประมาณอาหารและเกษตร เพื่อเพิ่มความสามารถในการจัดบริการอาหารแก่เด็กนักเรียน ให้ได้สารอาหารครบถ้วน และหลากหลาย มีปริมาณที่เพียงพอต่อการเจริญเติบโต และมีภาวะโภชนาการที่ดี ให้กับเด็กนักเรียน จำนวนรวม 202 คน ใน 2 โรงเรียน คือ โรงเรียนสวนกล้วยห้วยชันวิทยาคาร จ.ขอนแก่น และ โรงเรียนบ้านเขาวาทุ่ง จ.มหาสารคาม



เมื่อวันที่ 14 - 15 สิงหาคม 2568 คณะทำงานพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ได้เข้าเยี่ยมชม และ รับฟังรายงาน การดำเนินงาน พัฒนาโภชนาการ โรงเรียนสวนกล้วยห้วยชันวิทยาคาร และ โรงเรียนบ้านเขาวาทุ่ง

โครงการ ไข่ไก่ไร้กรง กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับมาตรฐานอาหาร

ปี 2568 บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าต่อยอดเจตนารมณ์ในการเป็นผู้นำธุรกิจอาหารที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน ผ่านการเลือกสรรวัตถุดิบที่คำนึงถึงต้นทางของแหล่งผลิต เพื่อส่งมอบความสดและสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ผ่านการขับเคลื่อนในด้าน 1. สวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) 2. การสร้างรายได้สู่ชุมชน (Community Empowerment) โดยการสนับสนุนเกษตรกรท้องถิ่น และ 3. คุณภาพอาหารเพื่อผู้บริโภค (Consumer Health & Safety) จากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร ด้วยวัตถุดิบพรีเมียมที่เป็นมิตรต่อโลก ส่งมอบมืออาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ปลอดภัย และมีรสชาติที่ดีเยี่ยมไปยังร้านอาหารในเครือทุกแบรนด์

โครงการ ZEN Group ร่วมใจ สร้างพลัง เพื่อสังคม

ในปี 2568 บริษัทฯ สำนักงานใหญ่ ได้มีดำเนินโครงการ กิจกรรมต่างๆ เพื่อมีส่วนช่วยเหลือสังคม อาทิ กิจกรรมเดิน วิ่ง การกุศล เพื่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการศึกษาของเด็กพิเศษ เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2568 ณ สวนหลวง ร.9 ซึ่งได้สนับสนุน

งบประมาณ 55,400 บาท จากการสมัครเข้าร่วมกิจกรรม เป็นเงินบริจาค เพื่อมอบโอกาสทางการศึกษาให้กับเด็กพิเศษที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ กิจกรรมบริจาคเลือด ประจำปี 2568 เชิญชวนผู้บริหาร พนักงาน และ ประชาชนทั่วไป เข้าร่วมกิจกรรม ร่วมบริจาคโลหิตให้แก่ คณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำนวนทั้งหมด 3 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมบริจาคโลหิต 213 คน รวมปริมาณโลหิตที่ได้รับบริจาคทั้งสิ้น 75,600 มิลลิลิตร (ซี.ซี.) และโครงการ ZEN บันสุข X บันกัน ได้ร่วมกับร้านบันกัน โดยมูลนิธิวิญวัฒน์ จัดตั้งกล่องบันกันที่สำนักงานใหญ่ ให้พนักงานได้แบ่งปันของใช้สภาพดี เพื่อจำหน่ายในราคาอ้อมเยาให้กับเจ้าของใหม่ เปลี่ยนเป็นทุนการศึกษาแก่เยาวชนที่ด้อยโอกาส เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการสร้างสังคมแห่งการแบ่งปัน



โครงการ “ZEN บันอ้อม บันสุข”

ในปี 2568 บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนภายใต้ชื่อ “ZEN บันอ้อม บันสุข” โดยมุ่งใช้ศักยภาพและความเชี่ยวชาญของธุรกิจอาหารในการส่งมอบคุณค่าให้แก่สังคม ผ่านการสนับสนุนด้านอาหารและการให้ความช่วยเหลือในสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและตรงจุด โครงการดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเติบโตควบคู่กับสังคม ตลอดจนการสร้างผลกระทบเชิงบวกอย่างยั่งยืนแก่ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2568 บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมเพื่อสังคม ณ โรงเรียนบ้านแก้งเชิงแดง จังหวัดมหาสารคาม จากแบรนด์ AKA และ ตำมั่ว เพื่อนำไปมอบให้แก่นักเรียนและคุณครู ค่าใช้จ่ายด้านอาหารมูลค่า 32,931 บาท



เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ณ บ้านพักฉุกเฉินดอนเมือง โดยแบรนด์ Zen เพื่อมอบเป็นมื้อกลางวันให้แก่ผู้หญิง เด็ก และเจ้าหน้าที่ภายในบ้านพักฉุกเฉินดอนเมือง กิจกรรมในครั้งนี้มี ค่าใช้จ่ายด้านอาหารมูลค่า 16,752.34 บาท ใจขององค์กรต่อกลุ่มผู้เปราะบางทางสังคม และการนำความเชี่ยวชาญด้านอาหารมาสร้างคุณค่าที่มากกว่าการดำเนินธุรกิจ



ในช่วงวันที่ 11-17 พฤศจิกายน 2568 บริษัทฯ ได้ร่วมส่งมอบอาหารกล่องคุณภาพให้แก่ประชาชนจิตอาสา เจ้าหน้าที่ และอาสาสมัครที่ร่วมปฏิบัติหน้าที่ในงานพระราชพิธี ณ บริเวณสนามหลวง โดยกิจกรรมครั้งนี้จัดขึ้นร่วมกับมูลนิธิองค์กรทำดี นำโดยคุณนุ้ม ปันัดดา วงศ์ผู้ดี เพื่อเสริมพลังการช่วยเหลือสังคมให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมและทั่วถึงยิ่งขึ้น

รายการอาหารที่ร่วมส่งมอบตลอดระยะเวลา 5 วัน มูลค่าอาหารรวม 234,532.71 บาท



ในช่วงวันที่ 27-28 พฤศจิกายน 2568 บริษัทฯ ได้ผนึกกำลังกับพันธมิตรแฟรนไชส์ในพื้นที่ภาคใต้ เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในจังหวัดสงขลา โดยเฉพาะในเขตอำเภอหาดใหญ่ ผ่านการสนับสนุนอาหารพร้อมรับประทานจากแบรนด์ ต่ำมั่วว และ ลาวญวน ซึ่งมีสาขาแฟรนไชส์ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่ประสบภัย โดย มูลค่าอาหารที่ส่งมอบ 60,000 บาท



นอกจากนี้ ร้าน Zen ยังได้ดำเนินกิจกรรมส่งต่อมื้ออาหารจากผลการดำเนินธุรกิจ โดยผู้บริหารและทีมงาน Zen ร่วมส่งต่อพลังอิมจากยอดขายรวม 300,000 บาท ของ Zen จำนวน 3 สาขา ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น และพระราม 9 เพื่อนำไปจัดเตรียมและมอบเป็นมื้ออาหารอบอุ่นใจให้แก่ผู้ประสบอุทกภัยในภาคใต้ ระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน – 3 ธันวาคม 2568 กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงการนำผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจกลับคืนสู่สังคม ควบคู่กับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กรอย่างแท้จริง



ในอีกมิติหนึ่งของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทฯ ยังได้แสดงพลังความร่วมมือของผู้บริหารและพนักงานในการสนับสนุนภารกิจเพื่อประเทศชาติ โดยเมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2568 ผู้บริหารและพนักงานบริษัทฯ ได้เข้าร่วมกิจกรรมบริจาคโลหิต ณ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ถนนอังรีดูนังต์ เพื่อร่วมส่งกำลังใจให้แก่ทหารชายแดนและเจ้าหน้าที่สนับสนุนทุกฝ่ายที่ปฏิบัติหน้าที่เพื่อประเทศ พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนอาหารจากหลากหลายแบรนด์ในเครือ ได้แก่ Zen, On the Table, AKA, ต้มยำ เชียง และลาวญวน รวมทั้งสิ้น 200 กล่อง โดย มูลค่าอาหารที่ส่งมอบ 25,934.58 บาท เพื่อร่วมเติมพลังและสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ผู้เข้าร่วมบริจาคโลหิต กิจกรรมดังกล่าวต่อยอดจากพันธกิจของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

นอกจากการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงานแล้วบริษัทฯ ยังได้เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการส่งต่อพลังน้ำใจสู่สังคมไทยในช่วงสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ชายแดนไทย-กัมพูชา ผ่านกิจกรรมระดมทุนเพื่อช่วยเหลือทหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่เพื่อประเทศชาติ โดยดำเนินกิจกรรมระหว่างวันที่ 28 กรกฎาคม – 10 สิงหาคม 2568 ด้วยการสมทบเงิน 5 บาทจากทุกยอดบิล 500 บาท จากลูกค้าที่ใช้บริการในร้านอาหารของบริษัทฯ ทั่วประเทศ กิจกรรมดังกล่าวสามารถรวบรวมเงินบริจาคได้รวมทั้งสิ้น 340,000 บาท และได้นำไปมอบให้แก่ สภากาชาดไทย เพื่อสนับสนุนภารกิจด้านการช่วยเหลือทหารผู้เสียสละและเจ้าหน้าที่แนวหน้า ซึ่งสะท้อนถึงพลังความร่วมมือระหว่างองค์กร ลูกค้า และสังคมในการร่วมดูแลประเทศชาติในช่วงเวลาสำคัญ

7.4.5 เป้าหมายการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน/ สังคม

เป้าหมายในโครงการที่บริษัทฯ สนับสนุน ในปี 2569 นอกเหนือจากเงินสนับสนุนแล้ว จะสามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในชุมชน 300,000 บาท ต่อปี

7.4.6 การสร้างสมดุลระหว่างการสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ไปยังสังคม

การสนับสนุนการจ้างงานในชุมชน การสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย ส่งเสริมอาชีพให้ชุมชนเพื่อให้มีรายได้ที่มั่นคง เพื่อการกระจายรายได้เศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้นอย่างแท้จริง บริษัทฯ มีความตั้งใจและให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่าง

มาก และมองเห็นถึงบทบาทที่บริษัทจะเข้าไปมีส่วนร่วมเสริมสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดี จากการเติบโตทั้งรายได้ และผู้ขาย และบริษัทเชื่อว่า ความมุ่งมั่นในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ได้มาตรฐาน คุณภาพที่ดี จะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง

| พ.ศ. | มูลค่าซื้อขายรวม (บาท) | กลุ่มลูกค้าธุรกิจ SME มูลค่าซื้อขายรวม (บาท) | % | กลุ่มบริษัท/ ห้างร้าน ทั่วไป มูลค่าซื้อขายรวม (บาท) | % |
|------|---------------------------|---|-----|--|-----|
| 2565 | 1,091,667,147 | 162,073,227 | 15% | 931,356,885 | 85% |
| 2566 | 1,085,297,487 | 156,300,333 | 14% | 928,997,154 | 86% |
| 2567 | 1,263,834,058 | 226,143,449 | 18% | 1,037,690,610 | 82% |
| 2568 | 1,101,927,460 | 191,774,731 | 17% | 910,152,729 | 83% |

7.4.7 จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชนและสังคม

เป้าหมายในปี 2568 มีสัดส่วนการซื้อขายสินค้า ทั้งในแง่มูลค่าการซื้อขายและจำนวนของชุมชน/ กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดเล็ก 12 % เมื่อเทียบกับการซื้อขายทั้งหมดในบริษัท

เป้าหมายในปี 2569 สัดส่วนการซื้อขายสินค้า ทั้งในแง่มูลค่าการซื้อขายและจำนวนของชุมชน กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดกลางถึงขนาดเล็ก เติบโตขึ้นปีละ 1% และตั้งเป้าให้ถึง 15 % เมื่อเทียบกับการซื้อขายทั้งหมดในบริษัท

8. การดำเนินงานด้านความยั่งยืน มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและมลพิษทางอากาศ ทำให้อุณหภูมิของโลกสูงขึ้น ถือเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ลดลง ซึ่งทำให้เกิดประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ความเสี่ยงจากความผันผวนของปริมาณและราคาสินค้าเกษตรที่สูงขึ้น ปัญหาจากแรงงานที่ผิดกฎหมาย การขาดแคลนแรงงานหรือปัญหาด้านบุคลากร ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของอาหารที่เข้มงวดขึ้น ปัญหาขยะอาหาร พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การแข่งขันสูงและความอึดตัวของตลาด เป็นต้น ส่งผลให้เกิดการชะลอตัวหรือเกิดการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานได้

นอกจากนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เมื่อปี 2563 ที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และยังคงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งเป็นกลุ่มที่บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจอยู่นั้นถือว่าเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งการต่อสู้เพื่อให้ดำรงอยู่ได้และการแข่งขันกับคู่แข่งกลุ่มเดียวกันที่มีความหลากหลายของประเภทอาหารที่เพิ่มขึ้น ทำให้ร้านอาหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารจะต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินการธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อเตรียมพร้อมในการรับมือและลดโอกาสความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการประเมินความเสี่ยงถึงประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ตามแนวคิดทางด้าน ESG รวมถึงการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการดำรงธุรกิจได้ในระยะยาว โดยได้กำหนดกลยุทธ์ความยั่งยืน เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจหลักที่สำคัญของบริษัทฯ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน สังคม และสิ่งแวดล้อม คู่ค้า และผู้ถือหุ้น โดยได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ 3 กลยุทธ์ ดังนี้




8.1 สุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค

8.1.1 นโยบายและมาตรการจัดการวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรอย่างปลอดภัย


บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจทางการเกษตรอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการ ตามแนวคิดทางด้าน รายงานความยั่งยืน โดยได้กำหนดมาตรการในการจัดการ วัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตร เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งในด้านคุณภาพของวัตถุดิบ ความปลอดภัย ของอาหารต่อผู้บริโภคและราคาที่ยุติธรรม

โดยปัจจุบันวัตถุดิบส่วนใหญ่ของบริษัทฯ จะเป็นผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ เนื้อสัตว์ ไข่ ผัก ผลไม้ ข้าว น้ำมันพืช เป็นต้น ที่ได้จากผู้ประกอบการภายในประเทศทั้งกลุ่มรายใหญ่ กลุ่มรายย่อย และกลุ่มชุมชน หรือ กลุ่ม SME เพื่อเป็นการกระจายรายได้ ให้ทั่วถึงทุกกลุ่มผู้ประกอบการ และเป็นการลดความเสี่ยงด้านสังคม โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก วัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพสอดคล้องตามข้อกำหนด และมาตรฐานกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างปลอดภัย

กำหนดกลุ่มวัตถุดิบและมาตรฐานกฎหมายที่เกี่ยวข้อง







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


| กลุ่มวัตถุดิบ | มาตรฐานพื้นฐาน | มาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัย |
|---|---|--|
| <p>กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร</p>  | <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) - มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ | GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000 เป็นต้น |
| <p>กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก</p> <p>ได้แก่ ไก่ เป็ด เป็นต้น</p>  | <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) - มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ | GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000 เป็นต้น |
| <p>กลุ่มผลิตภัณฑ์ไข่</p> <p>ได้แก่ ไข่ไก่ ไข่เป็ด</p> <p>เป็นต้น</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ - มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร | GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, Cage Free เป็นต้น |
| <p>กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ</p> <p>ได้แก่ ปลา กุ้ง หอย ปู</p> <p>หมึก เป็นต้น</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) - ใบอนุญาตให้นำเข้าสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ - ใบแจ้งอนุมัตินำสัตว์หรือซากสัตว์เข้าและผ่านราชอาณาจักร (นำเข้า) - มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) / โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ | GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมประมง, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000 เป็นต้น |
| <p>กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าว</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1) - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) - มาตรฐานสินค้าเกษตร - มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร | GAP, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000, ISO9001 เป็นต้น |

| กลุ่มวัตถุดิบ | มาตรฐานพื้นฐาน | มาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัย |
|---|---|--|
| กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช  | <ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สป.1) - ใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) - มาตรฐานสินค้าเกษตร - มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร | GAP, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000, ISO9001 เป็นต้น |

8.1.2 ร้อยละของผลิตภัณฑ์หรือผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย

มีการคัดเลือกวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งจะพิจารณาจากมาตรฐานระบบคุณภาพโรงงานผู้ผลิตหรือมาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบที่ได้รับการรับรอง นั้นหมายรวมถึงคู่ค้าที่เป็น 3rd supplier (คู่ค้าที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง) เพื่อเป็นการช่วยการประเมินความเสี่ยงเบื้องต้นของวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรก่อนการพิจารณาคัดเลือกผู้ขายเข้าร่วมนำเสนอสินค้าสำหรับน้ำมันพืช บริษัทฯ ใช้น้ำมันปาล์มที่ผ่านการผลิตและการดำเนินการตามมาตรฐานพื้นฐานและมาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัยในการประกอบอาหาร โดยในปี 2568 บริษัทฯ มีปริมาณการใช้น้ำมันปาล์มไป 401,670 ลิตร

| กลุ่มวัตถุดิบ | มาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัย | ร้อยละของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย |
|--|--|--|
| กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อวัวโค  | GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000 เป็นต้น | 69.23% |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร  | GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000 เป็นต้น | 100% |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก ได้แก่ ไก่ เป็ด เป็นต้น  | GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000 เป็นต้น | 80% |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์ไข่ ได้แก่ ไข่ไก่ ไข่เป็ด เป็นต้น  | GMP&HACCP กรมปศุสัตว์, Cage Free เป็นต้น | 100% |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ได้แก่ ปลา กุ้ง หอย ปู หมึก เป็นต้น  | GMP 420 อย., GMP&HACCP กรมประมง, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000 เป็นต้น | 80.95% |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าว  | - GAP, GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000, ISO9001 เป็นต้น | 100% |

| กลุ่มวัตถุดิบ | มาตรฐานระบบคุณภาพความปลอดภัย | ร้อยละของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย |
|---|---|---|
| กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช  | - GHPs, HACCP, BRC, FSSC, ISO22000, ISO9001 เป็นต้น | 100% |



หมายเหตุ: ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานของสถานที่ผลิตอาหารส่วนที่ไม่ครบ 100% เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย เช่น รัฐวิสาหกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาชุมชน กลุ่ม OTOP ซึ่งจะมีใบอนุญาตผลิตอาหารจากหน่วยงานราชการ เช่น ใบอนุญาตสถานที่ผลิตอาหาร (แบบ อ.2) ใบอนุญาตสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (สบ.1) เป็นต้น

8.2 การจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน

8.2.1 นโยบายและหลักปฏิบัติเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญถึงสวัสดิภาพสัตว์ เพราะมีผลต่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารในห่วงโซ่อุปทาน จึงได้มีการสนับสนุนในการคัดเลือกคู่ค้าสำคัญที่มีการดำเนินธุรกิจบนหลักการที่ถูกต้องเหมาะสมและใส่ใจในสวัสดิภาพสัตว์ จริยธรรมด้านการเลี้ยงสัตว์ การกำกับดูแลอย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดทำนโยบายและหลักปฏิบัติเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์

| กลุ่มวัตถุดิบ | ชื่อมาตรฐานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย | ร้อยละของปริมาณการผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย | ร้อยละของปริมาณการซื้อเทียบกับการซื้อผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทั้งหมด |
|--|--|--|---|
| กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อวัว/โค  | <ul style="list-style-type: none"> - มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มสุกรจากกรมปศุสัตว์ (GAP) - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมปศุสัตว์ | 96.16% | 43.87% |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร  | <ul style="list-style-type: none"> - มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มสุกรจากกรมปศุสัตว์ (GAP) - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมปศุสัตว์ | 100% | 23.42% |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก ได้แก่ ไก่ เป็ด เป็นต้น  | <ul style="list-style-type: none"> - การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีด้านปศุสัตว์สำหรับผู้ประกอบการฟาร์มสัตว์ปีกแบบเลี้ยงปล่อย จาก กรมปศุสัตว์ - ฟาร์มสัตว์ปีกแบบเลี้ยงปล่อยอิสระ (ไก่ไข่) จากกรมปศุสัตว์ - มาตรฐาน Q-Mark จากกรมปศุสัตว์ - มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่เนื้อจากกรมปศุสัตว์ (GAP) - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมปศุสัตว์ | 98.66% | 12.86% |

| กลุ่มวัตถุดิบ | ชื่อมาตรฐานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย | ร้อยละของปริมาณการผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย | ร้อยละของปริมาณการซื้อเทียบกับการซื้อผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทั้งหมด |
|--|---|---|---|
| <p>กลุ่มผลิตภัณฑ์ไข่ ได้แก่ ไข่ไก่ ไข่เป็ด เป็นต้น</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - มาตรฐานฟาร์มไก่ไข่แบบไม่ใช้กรง (Cage Free) จากกรมปศุสัตว์ - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมปศุสัตว์ | 100% | 0.77% |
| <p>กลุ่มผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ได้แก่ ปลา กุ้ง หอย ปู หมึก เป็นต้น</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - มาตรฐานการปฏิบัติทางการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี (GAP) จากกรมประมง - มาตรฐาน GMP และ HACCP จากกรมประมง | 95.49% | 52.17% |

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

8.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

8.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและมุ่งมั่นการบริหารจัดการคู่ค้าตลอดห่วงโซ่อุปทานในการดำเนินธุรกิจและการเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกันกับคู่ค้า รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ทั้งคู่ค้าปัจจุบันและคู่ค้ารายใหม่ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาถึงปัจจัยความเสี่ยงจากสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มของโลกที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจนอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

1.1 การกำหนดรายละเอียดหัวข้อการประเมินของคู่ค้าด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของคู่ค้าทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินธุรกิจ โดยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการ ตามแนวคิดทางด้าน ESG เพื่อเป็นการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องต่อองค์กร คู่ค้าทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในรูปแบบการประเมินตนเองผ่านแบบสอบถามแบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า ESG (Self-Assessment Questionnaire Of ESG : SAQ-ESG) ซึ่งจะดำเนินการประเมินคู่ค้ารายเดิมในกลุ่มคู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ และกลุ่มคู่ค้ารายใหม่ที่มีการส่งมอบกลุ่มวัตถุดิบและสินค้าที่เป็นสินค้าหลัก สินค้าสูตรเฉพาะร่วมพัฒนา และมีคู่ค้าผลิตน้อยรายหรือไม่สามารถทดแทนได้ โดยการระบุหัวข้อการตรวจประเมิน ดังนี้

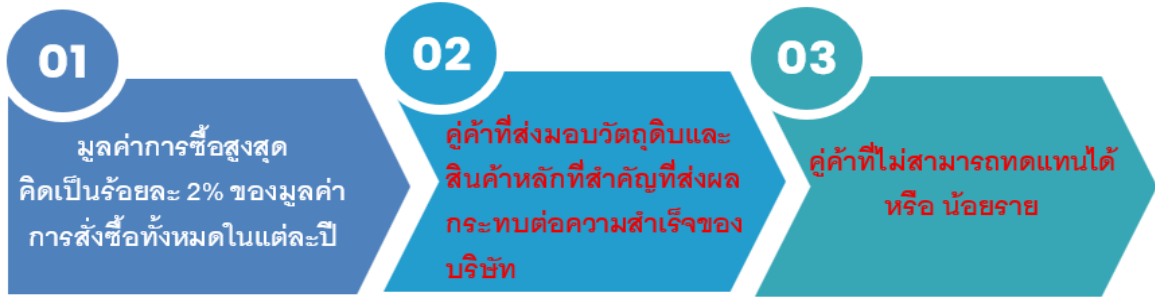
| หัวข้อการประเมิน | รายละเอียดของกิจกรรม |
|---|--|
| <p>1. ระบบการบริหารจัดการ (Management System)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● มาตรฐานรับรองระบบต่างๆ เช่น มาตรฐานรับรองระบบคุณภาพ มาตรฐานรับรองระบบด้านสิ่งแวดล้อม มาตรฐานรับรองระบบด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย, มาตรฐานรับรองระบบด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน เป็นต้น ● ระบบเอกสารคุณภาพ เช่น แผนการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ นโยบายคุณภาพและ/หรือคู่มือคุณภาพ เอกสารสำหรับการควบคุมคุณภาพความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น |
| <p>2. การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● การกำกับดูแลกิจการ เช่น เอกสารจรรยาบรรณคู่ค้าและสื่อสารให้คู่ค้ารับทราบ มีการประเมินประสิทธิภาพของคู่ค้า เอกสารนโยบาย/จรรยาบรรณการจัดการเรื่องคอร์รัปชันหรือส่งเสริมธุรกิจที่ยุติธรรม มีระบบการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลลูกค้า เป็นต้น |
| <p>3. การจัดการด้านสังคมและแรงงาน (Social and labor management)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● การจัดการด้านสังคม เช่น มีนโยบาย/เอกสารการบริหารจัดการการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและสังคม เป็นต้น ● การจัดการด้านแรง เช่น มีการปฏิบัติตามกฎหมายแรง ไม่มีข้อร้องเรียน/ฟ้องร้องดำเนินคดีแรงงาน เป็นต้น ● เสรีภาพในการสมาคมและการร่วมเจรจาต่อรอง เช่น มีการจัดกล่องแสดงความคิดเห็น/ร้องเรียน ไม่ขัดขวางการจัดตั้ง/เข้าร่วมองค์กรของลูกจ้าง เป็นต้น ● สวัสดิการ เช่น มีห้องน้ำ มีจุดบริการน้ำดื่ม การปฐมพยาบาล การตรวจสุขภาพประจำปี โรงอาหาร สวัสดิการประกันสังคม เป็นต้น |
| <p>4. การจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental management)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● นโยบายและข้อร้องเรียนทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น นโยบายสิ่งแวดล้อม ไม่มีข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม มีการประเมินความเสี่ยง มีการจัดการ/ควบคุมด้านสารเคมี เป็นต้น |
| <p>5. การจัดการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย (Safety and Health Management)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● ความปลอดภัยในการทำงาน เช่น นโยบายหรือแนวทางการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน เจ้าหน้าที่ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย แผนความเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่างๆ เป็นต้น |

คู่ค้าที่ได้ทำการประเมินตนเองผ่านแบบสอบถามการประเมินตนเองของคู่ค้าด้านความยั่งยืน อยู่ในเกณฑ์ “ควรพัฒนาและปรับปรุง” ทางบริษัทฯ จะทำหนังสือแจ้งผลการประเมินให้ทางคู่ค้าทราบ เพื่อให้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง และทางบริษัทฯ จะดำเนินการลงพื้นที่เข้าตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ โดยพิจารณาจัดทำแผนการเข้าตรวจประเมินคู่ค้าประจำปี เพื่อเป็นการติดตามและทวนสอบสถานที่ผลิต กระบวนการผลิต การจัดเก็บ การขนส่งและส่งมอบสินค้าให้

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทฯ ได้อย่างยั่งยืนและเป็นการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้าให้ดีขึ้นต่อไป

1.2 การระบุคู่ค้ารายสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier)

บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์การจำแนกกลุ่มของคู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจตามกลุ่มประเภทสินค้าและบริการของคู่ค้ารายปัจจุบันและรายใหม่ รวมทั้งคู่ค้าทางตรง และคู่ค้าทางอ้อม เพื่อให้เป็นข้อมูลในการระบุความสำคัญได้อย่างชัดเจนและสามารถประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนและบริหารคู่ค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีหลักเกณฑ์ในการระบุกลุ่มคู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ ดังนี้



ซึ่งกลุ่มคู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) สามารถจำแนกได้เป็น 2 ระดับ ดังนี้

- คู่ค้ารายสำคัญทางตรงหรือลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers)
คู่ค้าที่มีความสำคัญสูงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และเป็นผู้จัดหาสินค้า/ผลิตสินค้าหรือบริการโดยตรงให้กับบริษัทฯ
- คู่ค้ารายสำคัญทางอ้อมหรือลำดับถัดไป (Critical Non-Tier 1 Suppliers)
คู่ค้าที่ไม่ได้ผลิตหรือจัดส่งสินค้า/วัตถุดิบ/บริการให้กับองค์กรโดยตรง แต่เป็นคู่ค้าที่ผลิตหรือจัดส่งให้กับ คู่ค้าสำคัญทางตรงหรือลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) อีกทีหนึ่ง และมี ผลกระทบสำคัญ ต่อคุณภาพ ความปลอดภัย ความต่อเนื่องของการผลิต หรือความสามารถในการส่งมอบของคู่ค้ารายสำคัญทางตรงหรือลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers)

ในปี 2568 บริษัทฯ มีจำนวนคู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.11% ของคู่ค้าทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน โดยจำนวนคู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) ที่ได้รับการตรวจประเมินตนเองทางด้านความยั่งยืน (ESG) 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.22% ซึ่งจากการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้ารายสำคัญในปี 2568 ไม่พบคู่ค้ารายสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier)ที่มีความเสี่ยงสูง

สรุปผลดำเนินงาน

444 ราย
จำนวนคู่ค้าทั้งหมด

31 ราย
คู่ค้าสำคัญลำดับที่ 1
(Critical Tier 1 Suppliers)

5 ราย
คู่ค้าสำคัญลำดับถัดไป
(Critical Non-Tier 1 Suppliers)

| กลุ่มคู่ค้า | ผลดำเนินงาน (ราย) |
|--|-------------------|
| คู่ค้าสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) | 36 |
| • คู่ค้าสำคัญทางตรงหรือลำดับที่ 1 (Critical Tier 1 Suppliers) | 31 |
| • คู่ค้าสำคัญทางอ้อมหรือลำดับถัดไป (Critical Non-Tier 1 Suppliers) | 5 |
| คู่ค้าสำคัญทางธุรกิจที่มีความเสี่ยงทางด้าน ESG ระดับสูง | 0 |

หมายเหตุ : คู่ค้าสำคัญที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) ที่พิจารณาจากมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบ/สินค้า ในรอบ 1 ปี

คัดเลือกคู่ค้าที่ต้องได้รับการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบ (On-site audit or Remote audit / Online Audit) เพื่อจัดทำแผนการตรวจประเมินสอดคล้องของคู่ค้ากับจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าธุรกิจและข้อกำหนดมาตรฐานกฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง โดยมีความถี่เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ตามลำดับความสำคัญและความเสี่ยงของคู่ค้า ซึ่งแผนการตรวจประเมินจะครอบคลุม ดังนี้

1. คู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) ที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงสุดและมีการซื้อต่อเนื่องในปีถัดไป แต่ยังไม่ได้รับการเข้าตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) เป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี โดยมีการหมุนเวียนคู่ค้าในแต่ละปี
2. คู่ค้ารายใหม่ (New Supplier) ที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) และ/หรือที่มีความเสี่ยงทางด้านกฎหมายและ/หรือที่มีความเสี่ยงด้านระบบคุณภาพ/ความปลอดภัยอาหารของคู่ค้า (Supplier Risk) ที่ได้ขึ้นทะเบียนบัญชีรายชื่อผู้ขายแล้ว (Approve Vendor List) และมีการซื้อต่อเนื่องในปีถัดไป แต่ยังไม่ได้รับการเข้าตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) ทุกราย
3. คู่ค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ผลิตหรือกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จัดส่งให้กับทางบริษัทฯ และมีการซื้อต่อเนื่องในปีถัดไป แต่ยังไม่ได้รับการเข้าตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) ทุกราย
4. คู่ค้าที่มีผลกระทบด้านความยั่งยืนหรือผลประเมินตนเองด้านความยั่งยืน (Supplier ESG Self-Assessment) ที่ไม่ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด (คะแนน $\leq 60\%$ ควรพัฒนาและปรับปรุง) และมีการซื้อขายต่อเนื่องในปีถัดไป ทุกราย
5. คู่ค้าที่มีผลเกรดคะแนนการตรวจประเมินสถานที่ประกอบปีล่าสุดไม่ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด (คะแนน $\leq 60\%$ ควรพัฒนาและปรับปรุง) และมีการซื้อขายต่อเนื่องในปีถัดไป ทุกราย
6. คู่ค้าที่พบข้อร้องเรียนด้านความปลอดภัยอาหาร (Food safety) และ ด้านคุณภาพสินค้า (Product Quality) ในปีที่ผ่านมาที่อาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือพบปัญหาคุณภาพสินค้าบ่อยครั้งสูงสุด 5 อันดับแรก

| เป้าหมายปี 2568 | ผลดำเนินการในปี 2568 |
|---|---|
| คู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) ตามแผนการตรวจประเมินประจำปี 2568 ได้รับการประเมินด้าน ESG 100 % | คู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) จำนวน 17 ราย ได้รับการตรวจประเมิน 17 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100%) |
| คู่ค้าที่ได้รับผลการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า ESG (Self-Assessment Questionnaire Of ESG : SAQ-ESG) ในเกณฑ์ “ควรพัฒนาและปรับปรุง” (คะแนน $\leq 60\%$) ได้รับการตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) 100% | คู่ค้าที่ได้รับผลการตรวจประเมินสถานที่ประกอบอยู่ในเกณฑ์ “ควรพัฒนาและปรับปรุง” (คะแนน $\leq 60\%$) จำนวน 6 ราย ได้รับการตรวจประเมิน 6 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100%) |
| คู่ค้าที่พบข้อร้องเรียนด้านความปลอดภัยอาหาร และ ด้านคุณภาพสินค้าตามแผนการตรวจประเมินประจำปี 2568 ได้รับการตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) 100% | คู่ค้าที่พบข้อร้องเรียนด้านความปลอดภัยอาหาร และ ด้านคุณภาพสินค้า จำนวน 25 ราย ได้รับการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ ได้รับการตรวจประเมิน 23 ราย (คิดเป็นร้อยละ 92%) <u>หมายเหตุ</u> คู่ค้า 2 ราย ตรวจประเมินผ่านแบบสอบถามการตรวจประเมินคู่ค้า (Supplier Audit Questionnaire) |

| เป้าหมายปี 2568 | ผลดำเนินการในปี 2568 |
|--|---|
| <p>คู่ค้ารายใหม่ที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) ในปี 2568 ได้รับการตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) 100%</p> | <p>คู่ค้ารายใหม่ที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) จำนวน 0 ราย จึงไม่มีการตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit)</p> |

1.3 การพัฒนาคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาคู่ค้า โดยการส่งเสริมศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ร่วมกับคู่ค้า เพราะคู่ค้าถือเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะส่งเสริมให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาและเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

- **การตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit)**

บริษัทฯ ได้มีการคัดเลือกคู่ค้าสำคัญ เพื่อร่วมพัฒนาโดยการเข้าตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการพร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพให้ดีขึ้นต่อไป ในกลุ่มคู่ค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) และคู่ค้าที่พบปัญหาข้อร้องเรียนที่ส่งผลกระทบต่อความไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือที่พบปัญหาคุณภาพสินค้าบ่อยครั้ง โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปัจจุบัน และจะดำเนินการอย่างต่อเนื่องทุกปี

| ปี | การตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit) | | |
|------|---|----------------------|----------------------|
| | เป้าหมาย (ราย) | ผลดำเนินงาน (ราย) | คิดเป็นร้อยละ (%) |
| 2568 | 8 | 8 | 100 |
| 2567 | 5 | 5 | 100 |
| 2566 | 5 | 4 | 80 |
| 2565 | 4 | 4 | 100 |

- **การประชุมคู่ค้าประจำปี**

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดสร้างความสัมพันธ์และการผูกพันกับคู่ค้าที่ดีในระยะยาว โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกัน พร้อมทั้งนโยบายและทิศทางการปฏิบัติทำงานกับคู่ค้า โดยการสื่อสารผ่านการประชุมประจำปีตั้งแต่วันที่ 2560 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน

- **การประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainability Self-Assessment)**

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดกลุ่มคู่ค้าตามความเสี่ยง (Supplier Risk Category) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการดำเนินการประเมินตนเองด้านความยั่งยืน (ESG) ผ่านแบบสอบถามการประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า ESG (Self-Assessment Questionnaire Of ESG : SAQ-ESG) โดยใช้ปัจจัยทางด้าน ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และ ธรรมาภิบาล (Governance) ร่วมกับด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) ซึ่งในปี 2568 ได้การประเมินคู่ค้า 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.56% ของคู่ค้าทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจาก

การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าในปี 2568 พบคู่ค้าที่ไม่ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด (คะแนน $\leq 60\%$ ควรพัฒนาและปรับปรุง) จำนวน 7 ราย ซึ่งได้มีการทวนสอบและติดตามแนวทางการแก้ไขโดยการเข้าตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานประกอบทั้งหมด 7 ราย

8.3.2 ร้อยละของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน

การตรวจประเมินคู่ค้า มีความจำเป็นต่อห่วงโซ่อุปทาน ขององค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและลดปัญหาหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ทางบริษัทจึงให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก ซึ่งการตรวจประเมินคู่ค้า จะช่วยในกระบวนการตัดสินใจในการคัดเลือกคู่ค้าที่เข้าร่วมสำหรับคู่ค้ารายใหม่ และยังเป็น การตรวจติดตามประสิทธิภาพและคุณภาพของวัตถุดิบอย่างต่อเนื่องสำหรับคู่ค้ารายปัจจุบัน โดยการเข้าตรวจประเมินสถานที่ผลิต ดังนี้

คู่ค้ารายใหม่ ก่อนเข้าร่วมการเสนอประมูลราคา จะต้องได้รับการพิจารณาคัดเลือกถึงคุณภาพของวัตถุดิบ/สินค้าผ่านการทดสอบตัวอย่างและแบบสอบถามเอกสารมาตรฐานสินค้า/โรงงาน เพื่อประกอบการพิจารณาคัดเลือกผู้ขายเบื้องต้น คู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกพิจารณาเบื้องต้นทางบริษัทฯ จะทำการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าสำคัญทางธุรกิจ โดยครอบคลุมถึงประเด็นทางด้านความยั่งยืน (ESG) และจัดกลุ่มตามระดับความเสี่ยงผ่านแบบสอบถามแบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า ESG (Self-Assessment Questionnaire Of ESG : SAQ-ESG) ทั้งหมดที่ตอบกลับ หากพบว่าคู่ค้าเข้าข่ายมีความเสี่ยงสูงจะดำเนินการให้มีการเข้าตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานประกอบ (On-site Audit) เพิ่มเติม แต่หากไม่สามารถดำเนินการตรวจติดตามแบบเชิงรุก ณ สถานประกอบ (On-site Audit) ได้ จะต้องมีการจัดประชุมกับคู่ค้าทาง On-line เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรการและหาแนวทางในการลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นโดยเร็วที่สุด

ในปี 2568 มีคู่ค้ารายใหม่ทั้งหมด 38 ราย ไม่มีกลุ่มคู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) ซึ่งทั้งหมดเป็นกลุ่มคู่ค้าทั่วไป (General Supplier) แต่มีคู่ค้ารายใหม่ 4 ราย ที่ได้ดำเนินการตรวจประเมินความเสี่ยงผ่านแบบสอบถามแบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืนของคู่ค้า ESG (Self-Assessment Questionnaire Of ESG : SAQ-ESG) และ มีการเข้าตรวจประเมินแบบเชิงรุก ณ สถานประกอบ (On-site Audit) เนื่องจากเป็นกลุ่มวัตถุดิบสเปคเฉพาะ ซึ่งทั้ง 4 รายผ่านเกณฑ์การตรวจประเมิน

| กลุ่มคู่ค้า (Supplier Segmentation) | จำนวนคู่ค้ารายใหม่ | จำนวนคู่ค้าที่ผ่านการตรวจประเมิน | |
|--|--------------------|----------------------------------|---------------|
| | เป้าหมาย | Self-Assessment Questionnaire | On-site Audit |
| คู่ค้าที่มีความสำคัญทางธุรกิจ (Critical Supplier) | - | - | - |
| คู่ค้าทั่วไป (General Supplier) | 38 | 4 | 4 |
| รวม | 38 | 4 | 4 |

หมายเหตุ กลุ่มคู่ค้าทั่วไป (General Supplier) คู่ค้าที่ลงนามในจรรยาบรรณหรือข้อกำหนดของบริษัท แต่ไม่ได้มีผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจในระดับสูง ถึงแม้จะมีมูลค่าการซื้อขายปีละ 2% และ/หรือ 2 ล้านบาทขึ้นไป ได้แก่ มีการซื้อขายสินค้าทั่วไปตามท้องตลาด และ/หรือ เป็นคู่ค้าที่ส่งมอบและ/หรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์และกลุ่มสินค้าโปรโมชัน และ/หรือ กลุ่มสินค้าที่มีระยะเวลาซื้อขายในระยะสั้น

8.3.3 จรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ

บริษัทฯ ได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจของคู่ค้าเพื่อให้คู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัทฯ และบริษัทย่อย ภายใต้ห่วงโซ่อุปทานได้ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมเป็นไปตามกฎหมาย ยึดถือและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย กระจกและให้ความสำคัญกับการเป็นมิตรและรักษา

สิ่งแวดล้อม 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 คู่ค้าจะต้องไม่มีความเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์ใดกับกรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือพนักงานของบริษัทฯ ในลักษณะการเกี่ยวข้องกันหรือการมีผลประโยชน์ทับซ้อน ทั้งนี้หากเข้าข่ายในลักษณะดังกล่าวจะต้องแจ้งให้บริษัททราบและต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด
 - 1.4 การเปิดเผยข้อมูลและรักษาความลับ คู่ค้าต้องเปิดเผยข้อมูลตามข้อตกลงต่อบริษัท และบริษัทย่อยอย่างครบถ้วน รวมทั้งต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบริษัท และบริษัทย่อยโดยไม่ได้รับความยินยอมให้บุคคลอื่นทราบ เพื่อนำไปใช้เป็นผลประโยชน์ของบุคคลหนึ่งบุคคลใด รวมทั้งต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
 - 1.5 การเคารพทรัพย์สินทางปัญญา ต้องเคารพในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น มีการดำเนินการที่ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
 - 1.6 การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน คู่ค้าจะต้องมีการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกกรณี ทั้งนี้ การทุจริตคอร์รัปชัน หมายถึง การปฏิบัติ หรือละเว้นการปฏิบัติในตำแหน่งหน้าที่ หรือการใช้อำนาจในตำแหน่งหน้าที่โดยมิชอบในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการให้ หรือรับสินบน การนำเสนอหรือการให้ค้ำประกันว่าจะให้การขอ หรือการเรียกร้อย 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 โดยไม่เลือกประโยชน์หรือลดทอนสิทธิของพนักงานอย่างไม่เป็นธรรมด้วยสาเหตุจากเรื่องเชื้อชาติ 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 และไม่หักค่าจ้างพนักงานวันแต่เป็นการดำเนินการที่ไม่ขัดกับกฎหมาย 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. การดำเนินการที่เป็นมิตรและรักษาสีสิ่งแวดล้อม
 - 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 ได้ประกาศจรรยาบรรณลูกค้าทางธุรกิจทางเว็บไซต์ และได้ส่งจรรยาบรรณลูกค้าทางธุรกิจไปให้ลูกค้าทุกราย และให้ลูกค้าตอบรับ รับทราบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ มีการตอบกลับมากกว่า 80%

8.3.5 การชำระเงินให้กับลูกค้า

ตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นจะปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการค้าและข้อตกลงตามสัญญา โดยมุ่งที่จะปฏิบัติตามสัญญาโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน และจัดให้มีระบบการจัดการและติดตามเพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติตามสัญญาครบถ้วน มีกระบวนการจ่ายเงินให้กับลูกค้าตรงเวลา ตามเงื่อนไขการชำระเงินที่ตกลงกัน โดย มีการประกาศตารางการจ่ายเช็ค-วางบิล เอกสารที่ใช้ในการวางบิล กำหนดการโอนเงินตามเงื่อนไขของเครดิต แจ้งให้กับลูกค้าทุกรายให้ทราบ

8.4 การพัฒนานวัตกรรม

จากกระแสการปรับตัวของแต่ละองค์กร ที่มุ่งเน้นในนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจ ให้เดินหน้าแข่งขันและเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานจากการนำข้อมูลข่าวสาร การปรับตัวการใช้บริการของลูกค้าจากทุกด้าน มาทำการวิเคราะห์เชิงลึกและนำกลับมาปรับปรุง เพื่อพัฒนาและส่งเสริมบริการที่ตรงจุดให้กับลูกค้า

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสม และสนับสนุนให้มีการ พัฒนานวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนด้านการวิจัย และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสนับสนุนความร่วมมือต่างๆ การจัดการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมสร้างนวัตกรรม ไม่ได้เพียงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังมองไปไกลในอนาคต ที่รูปแบบการใช้ชีวิตจะเปลี่ยนไป ควบคู่กับการคำนึงถึงความยั่งยืนของสังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน ไปใช้ในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในแต่ละขั้นตอน

8.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระดับองค์กร

บริษัทฯ มุ่งสู่ความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ โดยยึดหลักการเจริญเติบโตทางธุรกิจ นวัตกรรมที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และผลกระทบต่อสังคม เน้นความเป็นมืออาชีพ ทันสมัย และสะท้อนภาพลักษณ์ผู้นำธุรกิจ จึงได้กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม โดยมีเป้าหมายเป็นองค์กรมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเหมาะสมกับการสถานะการณ์ของการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน

1. สนับสนุนการบริหารจัดการเลือกเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมเข้ามาใช้ในองค์กร ลดการสร้างขยะอิเล็กทรอนิกส์ ส่งขยะให้หน่วยงานที่ทำลายขยะอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการทำลายที่ถูกต้อง หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ตามวัตถุประสงค์
2. ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการปฏิบัติการ และพัฒนากระบวนการที่เกี่ยวกับสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด
3. ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ สื่อสารนโยบายหรือมาตรการด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยี และตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาและการนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ เพื่อความปลอดภัยและการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยไม่ผิดต่อกับข้อกำหนดขององค์กร และกฎหมาย
4. ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน โดยปรับเปลี่ยนกระบวนการให้กระชับ รัดกุม หรือยกเลิกกระบวนการที่ไม่จำเป็น เพื่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. สนับสนุนทรัพยากร ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ และการฝึกอบรม เพื่อให้ดำเนินงานด้านเทคโนโลยีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป
6. ให้ความสำคัญกับความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร ให้ทันกับโลกปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปรวดเร็ว

8.4.2 กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมวัฒนธรรมด้านนวัตกรรมขององค์กร

บริษัทฯ ตระหนักถึงความผันผวนของธุรกิจ และความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายสำหรับปี 2568 แต่บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าปรับปรุง พัฒนานำนวัตกรรมประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีโครงการที่สำคัญ ดังนี้

- 1.) โครงการต่อเนื่อง ในการแก้ไข ปรับปรุงระบบขายสำหรับสาขา (Point of Sales – POS) โดยปรับเปลี่ยนให้เป็นระบบเดียวทุกแบรนด์ เพื่อการบริหารจัดการตั้งแต่การตั้งค่าการใช้งานของระบบ การนำข้อมูลกลับมาใช้งานของบัญชี การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างระบบ เช่นระบบลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation Management – CRM)

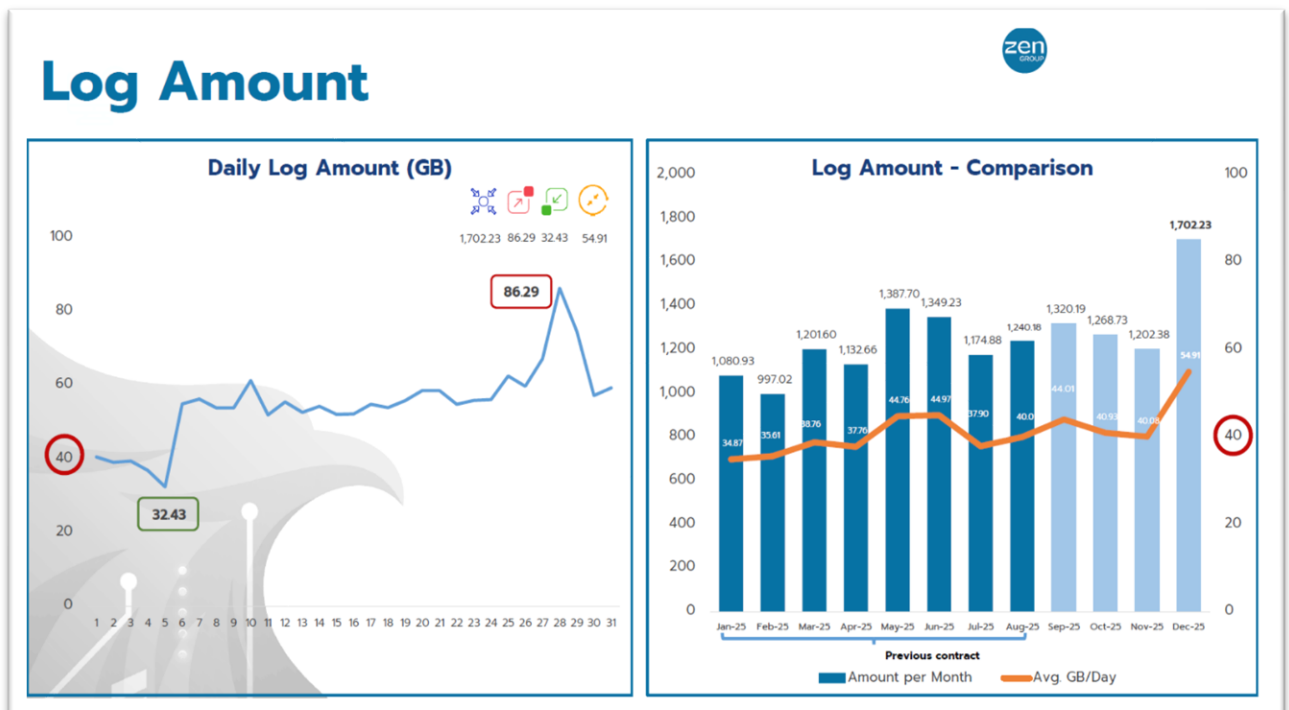
การปรับเปลี่ยนระบบขายเป็นระบบเดียวของทุกแบรนด์ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน โดยผู้ใช้งานไม่ต้องทำการจดจำวิธีการปฏิบัติที่หลายระบบ สามารถใช้งานที่สาขาหรือแบรนด์ใดก็ได้ โดยไม่

ต้องทำการปรับตัวมาก ช่วยส่งผลให้การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับการใช้งานระบบการขายได้ง่าย

การพัฒนาระบบขายสำหรับความต้องการของใช้ที่เพิ่มขึ้น หรือกรณีที่ต้องการปรับแก้ฟังก์ชันก็จะสามารถปรับปรุงที่ระบบเดียว เช่นฟังก์ชันการออกใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax Invoice) ที่ต้องมีการเชื่อมต่อหลายระบบ การชำระค่าบริการโดย QR Code หรือการเชื่อมต่อกับระบบลูกค้าสัมพันธ์ และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบที่มีหลายระบบได้ การพัฒนาและเตรียมความพร้อมสำหรับระบบลูกค้าสัมพันธ์ใหม่ หลังจากที่มีการปรับเปลี่ยนระบบการขายซึ่งเป็นระบบหลักที่สำคัญในการบริการลูกค้าโดยตรงแล้ว บริษัทฯ มีโครงการปรับเปลี่ยนระบบลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า ส่งเสริมการขายให้เป็นจุดศูนย์กลาง และเชื่อมต่อกับระบบการขายจากที่กล่าวมาข้างต้น โดยการพัฒนาโครงการจะพร้อมใช้ในปี 2569

- 2.) การเพิ่มความสามารถของระบบความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ต่อยอดจากมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยเดิมที่มีศูนย์เฝ้าระวังความมั่นคงปลอดภัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่คอยสอดส่องการไม่ประสงค์ดี โดยมีการนำ AI เข้ามาช่วยในการตรวจจับพฤติกรรมที่เป็นอันตราย และปิดช่องทางการโจมตีโดยทันที ซึ่งจะช่วยให้ปิดความเสี่ยงที่จะโดนการโจมตีได้รวดเร็วกว่าการเฝ้าระวังปกติ

ทางศูนย์เฝ้าระวังยังคงช่วยตรวจสอบการทำงานของอุปกรณ์ป้องกันความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัย สามารถป้องกันการโจมตีแบบใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นตลอด คอยอัปเดตข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง คอยติดตามการจัดการแก้ไขเหตุการณ์ที่จะก่อให้เกิดอันตรายตามระดับความสำคัญ และจัดทำรายงานรายเดือน และรายปี นำไปวิเคราะห์แนวโน้มในการเจาะระบบที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทฯ เพื่อวางแผนพัฒนาการป้องกันให้พร้อมสำหรับอนาคตได้



รูปตัวอย่าง รายงานปริมาณการใช้งานข้อมูลทั้งองค์กร ต่อวัน และสรุปทั้งปี

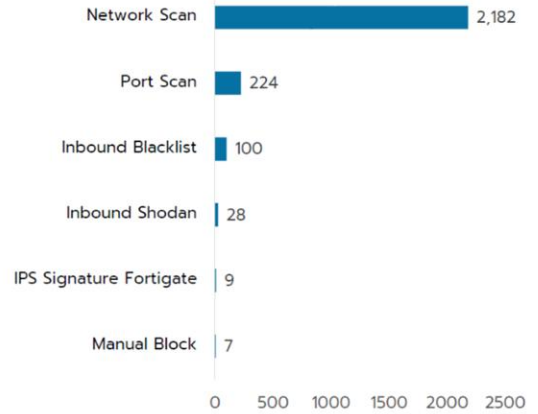
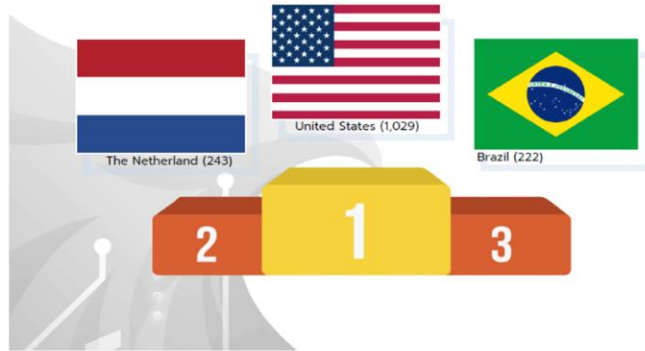
BLOCKLIST IPs

Updated: Jan 6th, 2026

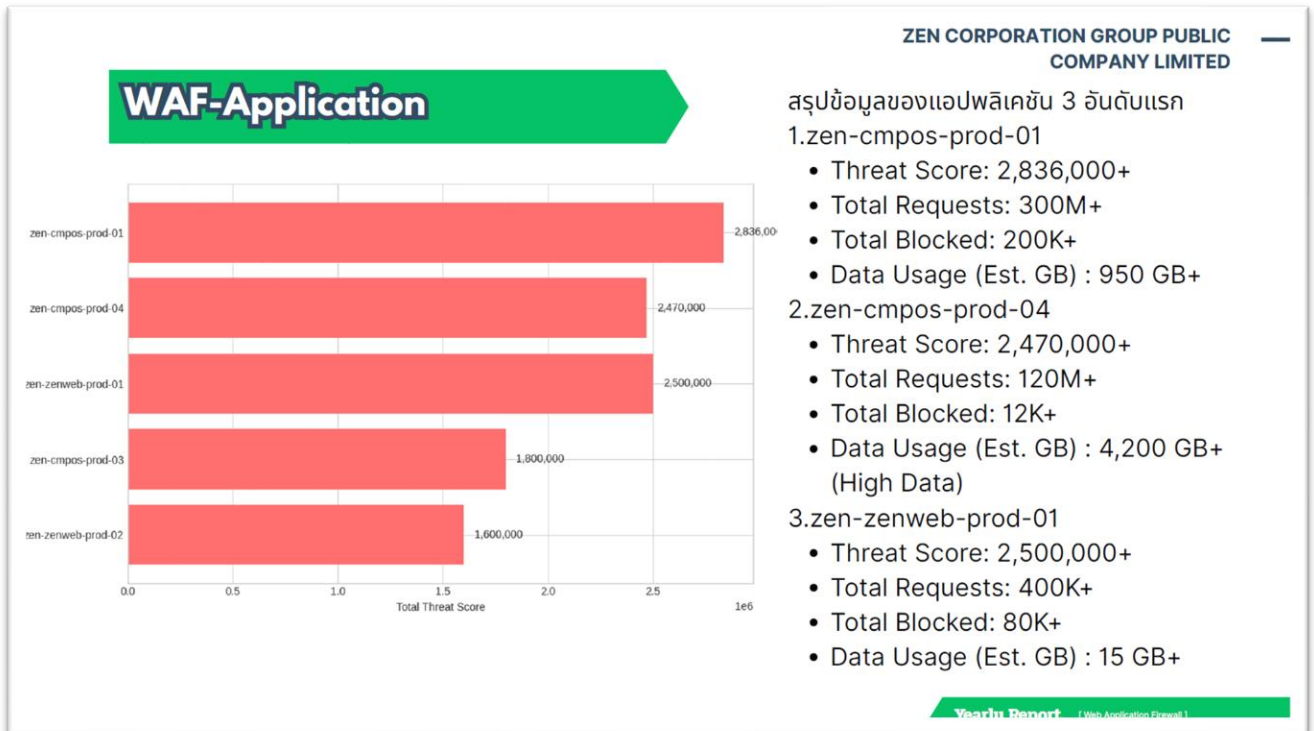
ATTACK CATEGORIES

TOTAL 2,550 IPs

Top 3 Country Blacklist & Blocklist

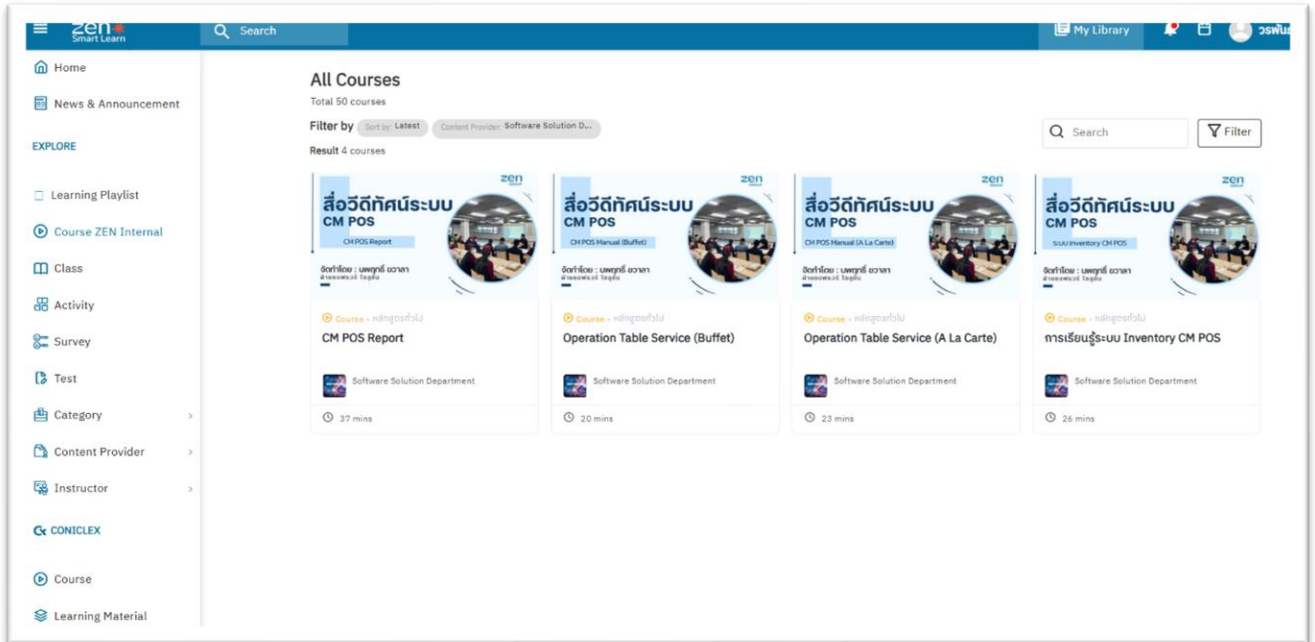


รูปตัวอย่างรายงานปริมาณการป้องกันผู้ไม่ประสงค์ดีรายเดือน Blocklist



รูปตัวอย่าง รายงาน 3 อันดับแรกของโปรแกรมที่มีการถูกโจมตีมากที่สุดต่อปี

- 3.) การทำสื่อวิดีโอ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การใช้งานระบบการขาย การให้ความรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ โดยมีการจัดทำสื่อ E-Learning และจัดทำเป็นหลักสูตรบังคับสำหรับพนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นอีกช่องทางในการเรียนรู้เพิ่มเติมจากการอบรม



รูป หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานระบบขาย เพื่อให้พนักงานหน้าสาขาได้เรียนรู้

**สนใจเข้าร่วมอบรม
สแกนเลย**

หัวข้อในการอบรม

- นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ AI ประจำปี 2025
- โทรมไลน์สู่การพัฒนา AI
- เปรียบเทียบความสามารถของโมเดล AI
- กัญศคามจากบัลแวร์ในส่วนเสริม Chrome AI
- พิชซึ่งที่ขับเคลื่อนโดย AI ปี 2025
- AI กับระบบ DLP (Data Loss Prevention)
- กรณีศึกษา DeepSeek (จีน)
- การเจาะระบบ ChatGPT / Prompt Injection
- Deepfake & วิดีโอคอลปลอมแปลงด้วย AI
- AI กับทีม Red Team / Pentest
- แรนซัมแวร์ที่ใช้ AI ช่วยโจมตี
- AI กับการทดแทนแรงงานมนุษย์

วันที่อบรม: 22 สิงหาคม 2568
 เวลาในการอบรม: 13.00-16.00
 รูปแบบการอบรม: Online Training / MS Team
 อบรมโดยวิทยากรจากบริษัทไซเบอร์ตรอน (Cybertron) ที่ดูแลระบบ SOC ให้กับ ZEN Group

หลักสูตรการอบรมเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมุ่งเน้นไปทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อรองรับกับสถานะการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น เช่น นวัตกรรมด้าน AI กัญศคามต่างๆ ด้าน AI ตัวอย่างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ เป็นต้น

บริษัทฯ ยังมีแผนที่จะขยายและก้าวต่อไปด้วยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรม AI ที่กำลังมีอิทธิพลกับชีวิตประจำวัน การจัดการห่วงโซ่อุปทานอัจฉริยะ เพื่อการพยากรณ์การสั่งซื้อจากพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อนำไปสู่ผู้นำทางธุรกิจอาหารที่ยั่งยืน และส่งมอบประสบการณ์และอาหารที่ประทับใจที่ดีให้กับลูกค้า และสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียต่อไป

