



Inspire Better Living

# รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2565

บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)



# สารบัญ

สารจากคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน.....	1
รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ.....	2
วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน.....	4
โครงสร้างการบริหารจัดการ.....	5
การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ .....	6
ผลการประเมินประเด็นที่สำคัญ.....	12
ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลองค์กร .....	15
ผลการดำเนินงานที่สำคัญ .....	15
1.1 การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ปฏิบัติตามกฎหมาย .....	16
1.2 ความรับผิดชอบต่อสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product Stewardship) .....	24
1.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า .....	30
1.4 การบริหารห่วงโซ่อุปทานและบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า .....	35
ด้านการดูแลสังคม.....	40
ผลการดำเนินงานที่สำคัญ .....	40
2.1 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การสร้างแรงจูงใจ การรักษาบุคลากร และการสร้างทุนมนุษย์ .....	40
2.2 การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยอาชีวอนามัย .....	51
2.3 การสนับสนุนเรื่องการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนและสังคม .....	59
2.4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน สังคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง .....	63
ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม .....	65
ผลการดำเนินงานที่สำคัญ .....	65
3.1 การบริหารจัดการพลังงาน .....	66
3.2 การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero) .....	69
3.3 การบริหารจัดการการใช้น้ำ .....	73
3.4 การจัดการของเสียและขยะ .....	75
3.5 การพัฒนานวัตกรรมและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน .....	79
รายงานคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน.....	85
GRI Content Index .....	88
แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืนปี 2565 .....	93



คณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืน ได้ติดตามการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมาย ให้สอดคล้องกับบริบทในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนดูแลการดำเนินงานตามแผนงานของฝ่ายจัดการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีให้แก่ผู้ถือหุ้น ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อผลกระทบในด้านต่าง ๆ ที่เกิดจากการประกอบกิจการขององค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย มุ่งมั่นในการผลิตสีที่มีคุณภาพปลอดภัยต่อผู้บริโภค คำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม โดยปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ หรือแนวทางปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งพัฒนา ปรับปรุง ตลอดจนมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับความท้าทาย และการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ตามกรอบการดำเนินงานการพัฒนาความยั่งยืนครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ประกอบด้วย มิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติบริษัทภิบาล และเศรษฐกิจ หรือ ESG (Environmental, Social, and Governance)



นายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ  
ประธานคณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืน

จากการดำเนินธุรกิจภายใต้ ESG อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในปี 2565 บริษัทฯ ได้รับคะแนนประเมินในระดับ 5 ดาว หรือระดับดีเลิศ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 จากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการสำหรับบริษัทจดทะเบียนไทย ซึ่งประเมินโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) คะแนนประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2565 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย 100 คะแนนเต็ม ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และได้รับคัดเลือกเป็นหนึ่งในรายชื่อหุ้นยั่งยืน 'THSI' (Thailand Sustainability Investment) รวมถึงในดัชนีความยั่งยืน (SETTHSI Index) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3

ในนามของคณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืน ตลอดจนผู้บริหารทุกหน่วยงาน ขอขอบคุณพนักงานทุกคนที่มุ่งมั่นและทุ่มเทช่วยกันขับเคลื่อนความสำเร็จให้แก่บริษัทฯ และนำพาบริษัทฯ ก้าวผ่านอุปสรรคและความท้าทาย และขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ไว้วางใจและสนับสนุนบริษัทฯ เสมอมา

## รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ



รางวัลแบรนด์อันดับ 1 ในหมวดวัสดุก่อสร้าง (กลุ่มสีทาภายในและภายนอก) ที่ครองใจผู้บริโภคมาอย่างยาวนาน ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 และรางวัลพิเศษ Thai Brand Award แบรินด์ไทยที่มีความโดดเด่นที่สุดในตลาด จาก 2022 Thailand's Most Admired Brand สุดยอดแบรนด์ครองใจมหาชน



รางวัลบริษัทที่มีนวัตกรรมดีเด่น  
ปี 2565 จาก SET Awards 2022



ได้รับคัดเลือกเป็น “หุ้นยั่งยืน”  
ปี 2565 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3



รางวัลองค์กรที่มีมูลค่าแบรนด์  
สูงสุด ปี 2565 ในหมวดธุรกิจวัสดุ  
ก่อสร้าง ติดต่อกันเป็นปีที่ 2



รางวัลชนะเลิศ Best Innovation  
Award 2022 จากงานสถาปนิก'65



รางวัล Best Brand Performance  
on Social Media สาขา  
Construction Material จาก  
Thailand Zocial Awards ครั้งที่ 10



รางวัล CSR-DIW Continuous  
Award 2022



รางวัลเกียรติยศสถานประกอบการ  
ดีเด่น ด้านความปลอดภัย ปีที่ 9



รางวัลสถานประกอบการดีเด่น  
ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการ  
แรงงาน 6 ปีต่อเนื่อง



ได้รับการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรและผลิตภัณฑ์



## รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีและสีเคลือบผิวด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย และมีโรงงานผลิตที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ซึ่งที่สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 31/2 หมู่ 3 ถนนบางนา-ตราด ตำบล บางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570 ประเทศไทย

บริษัทฯ จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงนโยบายและแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัทฯ ตลอดจนผลการดำเนินงาน ในประเด็นที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยบริษัทฯ ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (แบบ 56-1 One Report) ให้สอดคล้องกับการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards

ในปี 2565 คณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืนขององค์กร ได้ทบทวนและประเมินประเด็นสำคัญและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยอ้างอิงเกณฑ์การประเมินองค์กรด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Thailand Sustainability Investment (THSI) รวมไปถึงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบสหประชาชาติ The United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) และนำความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย มาพิจารณาควบคู่กันไป เพื่อให้การกำหนดแผนงานและกลยุทธ์ ตลอดจนตัวชี้วัดระดับองค์กร เพื่อนำไปบริหารจัดการในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนนี้ มีเนื้อหาครอบคลุมการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึง 31 ธันวาคม 2565 ของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นไปยังประเด็นความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยขอบข่ายของรายงานฉบับนี้ ครอบคลุมเฉพาะธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ

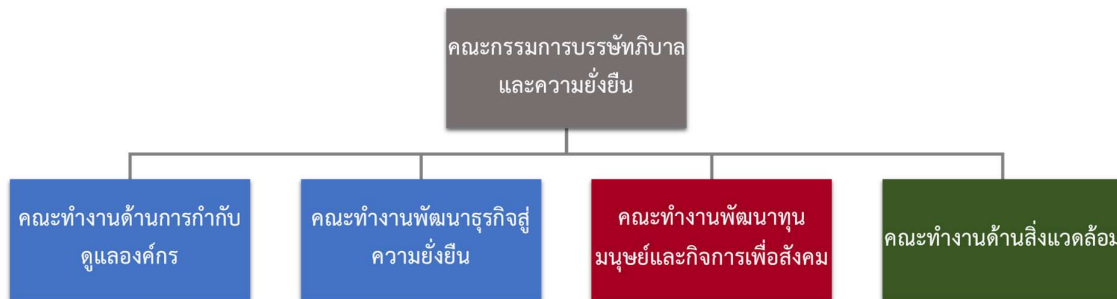
## วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน

บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างยั่งยืน เพื่อ “เป็นผู้นำอุตสาหกรรมสีและวัสดุก่อสร้างในภูมิภาคอาเซียน ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการอย่างครบวงจร ควบคู่ไปกับการสร้างความมั่นคงและยั่งยืนในธุรกิจ มีส่วนร่วมทำให้มีสิ่งแวดล้อมที่ดีและสังคมน่าอยู่” โดยมีกรอบการดำเนินงานการพัฒนาความยั่งยืนครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ พร้อมด้วยตัวชี้วัดความสำเร็จทั้ง 13 ตัว ดังนี้

 <b>เศรษฐกิจและ การกำกับดูแลองค์กร</b>	 <b>สังคม</b>	 <b>สิ่งแวดล้อม</b>
<p>การบริหารงานที่เป็นเลิศในทุกมิติเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า และเป็นพันธมิตรที่ดีเพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจไปด้วยกัน</p> <p>1.1 การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ปฏิบัติตามกฎหมาย มีกระบวนการทำงานที่เอื้อต่อความสำเร็จตามเป้าหมาย และสามารถปรับตัวอย่างรวดเร็ว</p> <p>1.2 สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Stewardship)</p> <p>1.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>1.4 การบริหารห่วงโซ่อุปทานและบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้าอย่างรับผิดชอบต่อและเกื้อหนุนกัน</p>	<p>การเป็นองค์กรชั้นนำที่สร้างคุณค่าให้กับสังคมอย่างยั่งยืน เป็นตัวเลือกแรกในการร่วมงาน</p> <p>2.1 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การสร้างแรงจูงใจ การรักษาบุคลากร และการสร้างทุนมนุษย์</p> <p>2.2 การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยอาชีวอนามัย</p> <p>2.3 การสนับสนุนเรื่องการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนและสังคม</p> <p>2.4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน สังคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมพัฒนาและขับเคลื่อนสังคมสู่ความยั่งยืน</p>	<p>การเป็นองค์กรที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น</p> <p>3.1 การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน</p> <p>3.2 การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและพัฒนาสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero)</p> <p>3.3 การบริหารจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>3.4 การจัดการของเสียและขยะอย่างมีประสิทธิภาพมุ่งสู่การสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)</p> <p>3.5 การพัฒนานวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่ดี</p>

## โครงสร้างการบริหารจัดการ

ในการดำเนินการบริษัท ได้จัดตั้งคณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืน (Governance and Sustainability Committee) ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารแต่ละหน่วยธุรกิจ โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารซึ่งเป็นประธานคณะกรรมการดังกล่าว พร้อมทั้งแต่งตั้งคณะทำงานในแต่ละด้าน ดังนี้



### บทบาทหน้าที่คณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืน

- กำหนดและทบทวน ทิศทาง กลยุทธ์ และนโยบายการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจให้สอดคล้องไปกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG)
- กำหนดและทบทวนประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย
- กำหนดเป้าหมายด้านความยั่งยืนทั้งระยะสั้นและระยะยาว
- พิจารณาให้ความเห็นและอนุมัติแผนงาน แนวทางดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น
- กำกับดูแลและติดตามความคืบหน้าในการดำเนินการด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้
- ส่งเสริมให้มีการสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ และผู้ที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักและปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมธุรกิจ และนโยบายที่เกี่ยวข้อง
- ติดตามและสนับสนุนให้ทุกหน่วยธุรกิจในกลุ่มบริษัท ดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืน
- นำเสนอความคืบหน้าในการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริหาร และหรือคณะกรรมการตรวจสอบ และหรือคณะกรรมการบริษัท
- พิจารณาสอบทานรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัทและเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน



## 1. ห่วงโซ่คุณค่าของ TOA

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานตลอดจนกระบวนการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่จะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ สร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ ตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย การผลิตที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม การตลาดและการบริการที่ได้มาตรฐาน ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายซึ่งบริษัทฯ จำเป็นต้องบริหารจัดการในแต่ละกระบวนการให้สามารถทำงานได้อย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้



### • องค์ประกอบห่วงโซ่อุปทาน

ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน	พนักงาน	ลูกค้า	คู่ค้าหรือผู้จัดจำหน่าย วัตถุดิบ	สถาบันการเงิน/ นักลงทุนและผู้ถือหุ้น	ชุมชน	ภาคประชาสังคมและภาครัฐ
1. ความต้องการของตลาดในแต่ละผลิตภัณฑ์	😊	😊				
2. การวิจัยและพัฒนา	😊	😊	😊			😊
3. การจัดซื้อจัดหา	😊		😊			
4. การผลิต	😊	😊	😊	😊	😊	😊
5. การตลาดและการขาย	😊	😊			😊	😊
6. การบริการ	😊	😊				

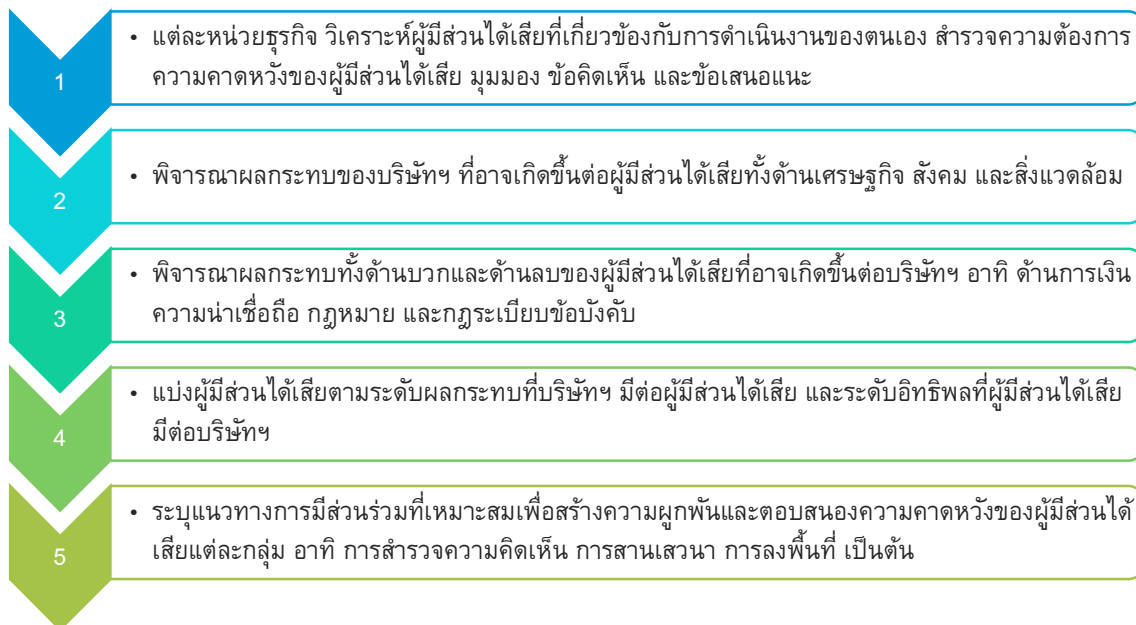
## 2. การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน

- แนวทางการปฏิบัติในการมีส่วนร่วมและประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ


บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจที่ค้ำจุนถึง “ผู้มีส่วนได้เสีย” ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ (Value Chain) โดยในปี 2565 คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน ได้ทบทวนการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เป็น 6 กลุ่ม ประกอบด้วย


- |                                    |                                        |
|------------------------------------|----------------------------------------|
| 1) พนักงาน                         | 4) สถาบันการเงิน/นักลงทุนและผู้ถือหุ้น |
| 2) ลูกค้า                          | 5) ชุมชน                               |
| 3) คู่ค้าหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ | 6) ภาคประชาสังคมและภาครัฐ              |

โดยได้ทำการสำรวจความต้องการและความคาดหวัง ตลอดจนข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่อาจเกิดขึ้น และสรุปแนวทางการดำเนินการ และหรือการตอบสนองความต้องการและความหวังของผู้มีส่วนได้เสียตามความเหมาะสม โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้




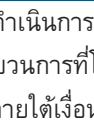
- ช่องทางการมีส่วนร่วมและประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสนใจ



ความต้องการและความคาดหวัง	การดำเนินการเพื่อตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสาร
	 พนักงาน	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานตามมาตรฐาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การจัดให้มีคณะกรรมการและหน่วยงานที่ดูแลและให้ความรู้ด้านความปลอดภัยแก่พนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การสำรวจความคิดเห็น และความผูกพันองค์กร</li> </ul>

ความต้องการและความคาดหวัง	การดำเนินการเพื่อตอบสนอง	ช่องทางสื่อสาร
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การสื่อสารกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงานขององค์กรสม่ำเสมอ</li> <li>▪ การพัฒนาขีดความสามารถและความก้าวหน้าในงาน</li> <li>▪ การจัดการค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม</li> <li>▪ การสร้างและรักษาผู้มีความสามารถไว้กับองค์กร</li> <li>▪ การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสุขในการทำงาน</li> <li>▪ การส่งเสริมการสื่อสาร แรงงานสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน</li> <li>▪ การดูแลสิทธิขั้นพื้นฐานอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม รวมถึงการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การดูแลและให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยแก่พนักงาน</li> <li>▪ การจัด Townhall สื่อสาร Corporate Strategy &amp; Objectives</li> <li>▪ มีการพัฒนาความสามารถให้สอดคล้องกับค่านิยมขององค์กรและตำแหน่งงาน</li> <li>▪ มีระบบการบริหารผลงานและการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม</li> <li>▪ การจัดทำเส้นทางเติบโตในอาชีพ และนโยบายการปรับตำแหน่งที่เหมาะสม</li> <li>▪ มีการสำรวจความผูกพันของพนักงาน และนำผลมาวิเคราะห์</li> <li>▪ การเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมผ่านการจัดตั้งคณะกรรมการต่าง ๆ อาทิ คณะกรรมการสวัสดิการ</li> <li>▪ การดูแลสุขภาพและการสร้างความสุขของพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การจัดสัมมนาหรือกิจกรรมของพนักงานที่เหมาะสมในแต่ละระดับ</li> <li>▪ การเปิดโอกาสให้พนักงานเสนอโครงการพัฒนากระบวนการทำงานหรือสินค้า หรือ OKRs</li> <li>▪ การสำรวจความต้องการในฝึกอบรมและพัฒนาวิชาชีพของพนักงาน</li> <li>▪ มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียน</li> <li>▪ การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ</li> <li>▪ การจัดกิจกรรม CEO หรือผู้บริหารพบพนักงาน</li> <li>▪ การจัดประชุมทบทวนกลยุทธ์ธุรกิจและแผนงานในแต่ละปี</li> </ul>
 <b>ชุมชน</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จัดทำแผนงานเพื่อพัฒนาชุมชนตามความต้องการของชุมชนอย่างเหมาะสม</li> <li>▪ การร่วมดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาที่ได้ประโยชน์ทั้งองค์กรและชุมชนในระยะยาว</li> <li>▪ มีตัวแทนหรือหน่วยงานที่เป็นสื่อกลาง และดูแลสนับสนุนชุมชน</li> <li>▪ นำความต้องการของชุมชนไปจัดทำแผนงานเพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จัดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลด้านงานชุมชนสัมพันธ์และดำเนินกิจกรรมการพัฒนาชุมชน</li> <li>▪ การพิจารณาพร้อมมือกับองค์กรภาครัฐและเอกชนในการดำเนินกิจกรรมพัฒนาชุมชน</li> <li>▪ แต่งตั้งคณะกรรมการคณะทำงานด้านการมีส่วนร่วม ตัวแทนที่ทำหน้าที่ชุมชนสัมพันธ์ และทบทวนแผนงานอย่างน้อยปีละครั้ง</li> <li>▪ รวบรวมข้อมูลจากการสื่อสารและวิเคราะห์ความต้องการและความ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การสื่อสารผ่านหน่วยงานตัวแทนทำหน้าที่ดูแลด้านงานชุมชนสัมพันธ์</li> <li>▪ จัดการสานเสวนา การลงพื้นที่เพื่อรับฟังความคิดเห็นและปัญหาของชุมชน และเปิดให้ชุมชนเข้าเยี่ยมชมโรงงาน</li> <li>▪ การใช้ช่องทางที่หลากหลายในการรับข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะจากชุมชนจัดการสานเสวนา การลงพื้นที่เพื่อรับฟังความคิดเห็นของ</li> </ul>



ความต้องการและความคาดหวัง	การดำเนินการเพื่อตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสาร
<ul style="list-style-type: none"> <li>การร่วมดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาที่ได้ประโยชน์ทั้งองค์กรและชุมชนในระยะยาว</li> <li>การสนับสนุนด้านสภาพพื้นฐานที่จำเป็น การศึกษา เทคโนโลยี วัฒนธรรม การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การดูแลกลุ่มคนที่ต้องการดูแลเป็นพิเศษ การจ้างงานหรือการสร้างรายได้เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้ชุมชน</li> <li>ไม่สร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาให้กับคนในชุมชน</li> </ul>	<p>คาดหวังของชุมชน เพื่อจัดทำแผนงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>จัดกิจกรรมสนับสนุนด้านการศึกษา สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชน และกลุ่มคนที่ต้องการดูแลเป็นพิเศษ</li> <li>สนับสนุนให้มีการจ้างงานผลิตภัณฑ์ของคนในท้องถิ่น</li> <li>เข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน เช่น วันสำคัญทางศาสนา ประเพณีพื้นบ้าน</li> <li>ควบคุมดูแลระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชน</li> </ul>	<p>ชุมชน หรือจัดกิจกรรม Open House</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>การแลกเปลี่ยนในด้านความรู้ ทักษะ และทรัพยากร กับองค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชน</li> <li>การใช้ช่องทางที่หลากหลายในการการรับข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร</li> <li>การจัดให้มีการประเมินผลความพึงพอใจของชุมชนจากการดำเนินงานโครงการและกิจกรรมด้านชุมชนสัมพันธ์</li> </ul>
 <b>ลูกค้า (B2B และ B2C)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>ความเชื่อมั่นในตราสินค้า คุณค่าของสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า และราคาสินค้าที่เหมาะสม</li> <li>การพัฒนานวัตกรรมใหม่เสมอ และนวัตกรรมสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยต่อสุขภาพ</li> <li>การพัฒนาสินค้าและบริการที่ครบวงจร สอดคล้องกับ Trend การตกแต่ง และ Lifestyle ของผู้บริโภค</li> <li>การนำข้อร้องเรียนและเสนอแนะมาปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการ</li> <li>การจัดช่องทางหรือตัวแทนจากบริษัทที่รับผิดชอบในการติดต่อสื่อสารข้อมูลกับลูกค้า</li> <li>การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งด้านสังคม สิ่งแวดล้อมตามหลักธรรมาภิบาล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดให้มีทีมงานขาย (PC) หรือทีมอื่น ๆ ที่ทำหน้าที่ในการประสานงาน สนับสนุน และดูแลลูกค้า</li> <li>การจัดฝึกอบรมการใช้ผลิตภัณฑ์ และข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ใช้งาน (User)</li> <li>สร้างการอ้างอิงมาตรฐานสินค้าตามมาตรฐานระดับสากล</li> <li>จัดให้มีคณะทำงานเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการ และนวัตกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>การประชุมและการทำงานร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจ นวัตกรรม การพัฒนาสินค้า โครงการเพื่อสังคม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การติดต่อประสานงานและการประชุมกับลูกค้าผ่านทีมที่ได้รับมอบหมายอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>การสื่อสารข้อมูลสินค้าผ่านแคตตาล็อก ฉลากผลิตภัณฑ์ บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ และสื่ออื่น ๆ</li> <li>จัดทำสื่อโฆษณาเพื่อสื่อสาร สร้างการรับรู้สินค้าและความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และตราสินค้า</li> <li>การทำวิจัยทางการตลาด (Market Research) หรือการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า</li> <li>มีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์และช่องทางการรับข้อมูล โดยจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่ให้ข้อมูลและแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า</li> </ul>

ความต้องการและความคาดหวัง	การดำเนินการเพื่อตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสาร
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การอบรมให้ความรู้สินค้ากับผู้ใช้สินค้า ช่างและพนักงานขายของร้านค้า</li> <li>▪ การนำเสนอกลยุทธ์ แผนงาน และแนวทางการพัฒนาธุรกิจร่วมกันในด้านต่าง ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า วิเคราะห์ผลสำรวจเพื่อหาแนวทางปรับปรุงและพัฒนา</li> <li>▪ จัดอบรมเกี่ยวกับสินค้า เทคนิคการใช้งานให้แก่ลูกค้า ช่าง และทีมขายของลูกค้า</li> <li>▪ การเข้าร่วมกิจกรรมกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>	
 <b>คู่ค้า</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การส่งเสริมและพัฒนาการทำงานของคู่ค้าหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และการพัฒนาความร่วมมือเพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจร่วมกัน รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สังคมอย่างยั่งยืน</li> <li>▪ การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้</li> <li>▪ กระบวนการจัดซื้อจัดหา ที่โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับคู่ค้าในการทำธุรกิจร่วมกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การดำเนินการจัดซื้อจัดหาด้วยกระบวนการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ภายใต้เงื่อนไขเดียวกันตามนโยบายการจัดซื้อจัดหาของบริษัทฯ</li> <li>▪ การประกาศรณียบัตรของการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และการประเมินผลคู่ค้า</li> <li>▪ การประเมินผลคู่ค้าและแจ้งผลการประเมินให้คู่ค้าได้ทราบ รวมถึงการวางแผนในการปรับปรุงพัฒนาาร่วมกัน</li> <li>▪ การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าที่เป็นส่วนสำคัญต่อสินค้าและบริการ และหาทางป้องกัน แก้ไขลดผลกระทบจากความเสี่ยงให้มากที่สุด</li> <li>▪ การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล และการทำงานร่วมกันทางด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การสำรวจความคาดหวังจากคู่ค้าหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายสำคัญ</li> <li>▪ การประชุมร่วมกับคู่ค้าหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายสำคัญ</li> <li>▪ การจัดการติดต่อประสานงานและแลกเปลี่ยนข้อมูล ระหว่างฝ่ายจัดซื้อกับคู่ค้าหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ</li> </ul>

ความต้องการและความคาดหวัง	การดำเนินการเพื่อตอบสนอง	ช่องทางสื่อสาร
 <b>สถาบันการเงิน นักลงทุนและผู้ถือหุ้น</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล เพื่อการเติบโตของธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืน</li> <li>▪ การสื่อสารข้อมูลที่ต้องการ รวดเร็วเพียงพอต่อการวิเคราะห์ตัดสินใจ เช่น งบการเงิน ผลการดำเนินงาน เป็นต้น</li> <li>▪ การชำระหนี้ตามกำหนด และปฏิบัติตามข้อตกลงหรือเงื่อนไขในสัญญา</li> <li>▪ การเปิดโอกาสให้นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของสถาบันการเงิน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จัดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่สื่อสารให้ข้อมูลที่ถูกต้องต่อนักลงทุนและผู้ลงทุน</li> <li>▪ จัดตั้งคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการความยั่งยืน และคณะทำงานในแต่ละด้าน เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลและพัฒนาสร้างความยั่งยืนในองค์กร</li> <li>▪ พัฒนาระบบการจัดการความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจและประเด็นด้านความยั่งยืนให้ครอบคลุมทั้งองค์กร</li> <li>▪ การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างผู้บริหารของบริษัท และสถาบันการเงิน</li> <li>▪ การตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติตามเงื่อนไขในสัญญา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การติดต่อประสานงานของสายงานการเงินและบัญชี และฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์</li> <li>▪ การจัดประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้รับทราบข้อมูลธุรกิจ และมีส่วนร่วมตัดสินใจการทำการที่สำคัญของบริษัท</li> <li>▪ การสื่อสารผลการดำเนินงาน และข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์และทิศทางธุรกิจ อาทิ งานแถลงกลยุทธ์และทิศทางประจำปี การประชุมแถลงผลการดำเนินงาน และ Opportunity Day เป็นต้น</li> <li>▪ การสื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางสาธารณะ เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สื่อมวลชน</li> <li>▪ การรายงานเพื่อนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ และผลการดำเนินงาน เช่น รายงาน One Report หรือ MD&amp;A และรายงานอื่น ๆ</li> </ul>
 <b>ภาคประชาสังคมและภาครัฐ</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ความช่วยเหลือเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมได้อย่างยั่งยืนหรือความต้องการจำเป็นที่เร่งด่วนของคนในสังคมเพื่อประคับประคองชีวิตให้ดำเนินต่อไปได้</li> <li>▪ การมีช่องทางติดต่อสื่อสารที่ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยแต่ละกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>▪ การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนและการช่วยเหลือสังคมในภาวะวิกฤตต่าง ๆ</li> <li>▪ การให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อให้ข้อมูลสำคัญในด้านต่าง ๆ พร้อมกับรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากภาคประชาสังคมและภาครัฐ</li> <li>▪ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มตัวแทนภาครัฐและภาคประชาสังคม อาทิ ตัวแทนองค์กรสาธารณกุศล องค์กรไม่แสวงหากำไร ตัวแทนชุมชน เป็นต้น</li> </ul>

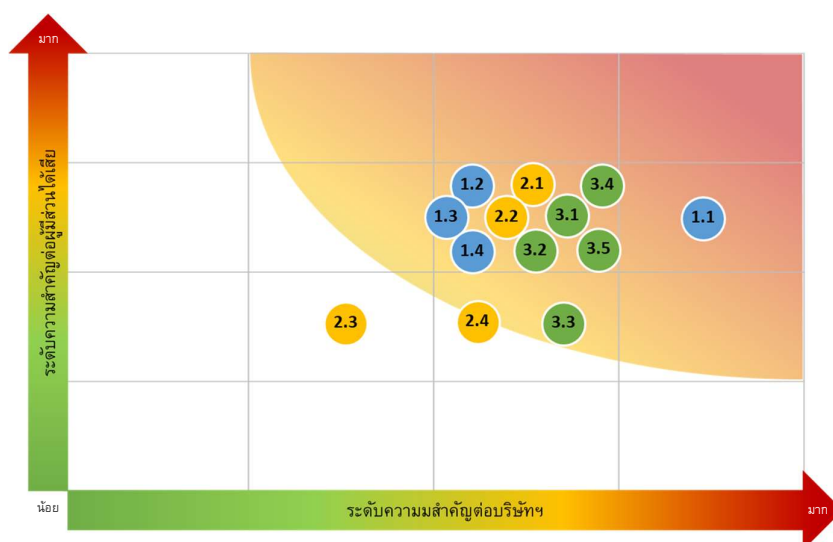


ความต้องการและความคาดหวัง	การดำเนินการเพื่อตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสาร
<p>สามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การได้รับการสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนและถูกต้อง เพื่อความเข้าใจที่ดีสู่สาธารณชน โดยเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ อย่างเหมาะสม</li> <li>▪ การตอบสนองแผนนโยบาย การสนับสนุนกิจกรรมภาครัฐ และร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่ครอบคลุม มีประสิทธิภาพและทันเวลา</li> <li>▪ การทำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมประเด็นทางธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม</li> <li>▪ กำหนดผู้รับผิดชอบดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย แผนนโยบายภาครัฐ และการทบทวนความเสี่ยงในการปฏิบัติตามข้อกำหนด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การประชุมหรือร่วมกัน เพื่อปรับปรุงพัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่จะส่งเสริมสนับสนุนร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ ภาคประชาสังคม และบริษัท</li> <li>▪ การเปิดช่องทางรับการให้ความช่วยเหลือและการสนับสนุนด้านการสาธารณกุศล</li> </ul>

## ผลการประเมินประเด็นที่สำคัญ

บริษัทฯ ดำเนินการกำหนดประเด็นสำคัญ โดยกระบวนการสำรวจและวิเคราะห์ความคาดหวังและความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย แล้วนำผลลัพธ์ที่ได้มาพิจารณาและจัดลำดับความสำคัญ เพื่อวางแผนนโยบายและวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืนให้เหมาะสม โดยในปี 2565 ประเด็นการพัฒนายั่งยืนที่สำคัญ แสดงได้ดังนี้

Materiality Assessment's Result



ประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืนที่สำคัญของบริษัทฯ

เศรษฐกิจ	1.1 การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ปฏิบัติตามกฎหมาย 1.2 ความรับผิดชอบต่อสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ (Product Stewardship) 1.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 1.4 การบริหารห่วงโซ่อุปทานและบริหารความสัมพันธ์กับคู่
สังคม	2.1 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การสร้างแรงจูงใจ การรักษาบุคลากร และการสร้างทุนมนุษย์ 2.2 การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยอาชีวอนามัย 2.3 การสนับสนุนเรื่องการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนและสังคม 2.4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน สังคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
สิ่งแวดล้อม	3.1 การบริหารจัดการพลังงาน 3.2 การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero) 3.3 การบริหารจัดการการใช้น้ำ 3.4 การจัดการของเสียและขยะ 3.5 การพัฒนานวัตกรรมและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน

### 3. การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

บริษัทฯ มีประเด็นสาระสำคัญของธุรกิจที่สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ดังนี้

เป้าหมาย SDGs	ประเด็นสาระสำคัญ
<b>เศรษฐกิจ</b>    	1.1 การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ปฏิบัติตามกฎหมาย มีกระบวนการทำงานที่เอื้อต่อความสำเร็จตามเป้าหมาย และสามารถปรับตัวอย่างรวดเร็ว 1.2 สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Stewardship) 1.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 1.4 การบริหารห่วงโซ่อุปทานและบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้าอย่างรับผิดชอบ และเกื้อหนุนกัน
<b>สังคม</b>   	2.1 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การสร้างแรงจูงใจ การรักษาบุคลากร และการสร้างทุนมนุษย์ 2.2 การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยอาชีวอนามัย 2.3 การสนับสนุนเรื่องการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนและสังคม

เป้าหมาย SDGs	ประเด็นสาระสำคัญ
  	2.4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน สังคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมพัฒนาและขับเคลื่อนสังคมสู่ความยั่งยืน
<p style="text-align: center;"><b>สิ่งแวดล้อม</b></p>     	<p>3.1 การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน</p> <p>3.2 การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและก๊าซเรือนกระจก และการพัฒนาองค์การมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน</p> <p>3.3 การบริหารจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>3.4 การจัดการของเสียและขยะอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>3.5 การพัฒนานวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่ดี</p>

## ด้านเศรษฐกิจและการกำกับดูแลองค์กร

การขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนนั้นไม่ควรมุ่งสร้างเฉพาะเพื่อผลกำไรเท่านั้น แต่ควรรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียผ่านการมีส่วนร่วมและการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี นอกเหนือจากการจ่ายเงินปันผลเพื่อประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นแล้ว บริษัทฯ ยังเน้นการตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานและแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ อาทิ การชำระค่าภาษีหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้แก่ภาครัฐหรือหน่วยงานท้องถิ่นอย่างครบถ้วน การสนับสนุนและพัฒนาชุมชนโดยรอบพื้นที่ปฏิบัติงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจให้กับ ชุมชนและประเทศที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ

### ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

#### 1.1 การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ปฏิบัติตามกฎหมาย



ไม่มีข้อร้องเรียนด้านบรรษัทภิบาลที่มี  
นัยสำคัญ



สร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานด้าน  
จรรยาบรรณธุรกิจ 70%



สร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานใน  
การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล 75%

#### 1.2 ความรับผิดชอบต่อสินค้า ผลิตภัณฑ์และ บริการ



ลดจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้า\* 37%  
(\*ทางด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์)



ความพึงพอใจต่อการแก้ไขข้อร้องเรียนใน  
ปี 2565 เท่ากับ 91%



สัดส่วนการตอบสนองการแก้ไขข้อ  
ร้องเรียนลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง 100%

#### 1.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริหาร ความสัมพันธ์กับลูกค้า



คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าเฉลี่ย  
เท่ากับ 91% จาก 4 ช่องทาง

- Retail Sales = 87%
- Modern Trade Sales = 93%
- Project Sales = 94%
- Marketing = 91%

#### 1.4 การบริหารห่วงโซ่อุปทานและบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า



ตรวจประเมินคู่ค้าแล้ว (ตลอดปี) 64.94%

## 1.1 การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ปฏิบัติตามกฎหมาย

### 1.1.1 การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม

บริษัทฯ ได้ยึดถือและปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการดำเนินกิจการผ่านทางกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน และถือว่าหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความสำเร็จในภาพรวมของบริษัทฯ ในฐานะที่เป็นองค์กรหนึ่งที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแนวทางที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้มีการประกาศหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (CG Code) แต่ยังมีบางหัวข้อที่บริษัทฯ ยังไม่ได้ปฏิบัติตามให้ครบในปี 2565 สำหรับหัวข้อที่มีแนวทางการปฏิบัติบริษัทฯ ได้มีการปรับใช้ให้เหมาะสม ดังนี้

#### 1) การกำหนดวิธีการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งกรรมการบริษัท แบบสะสม (Cumulative Voting)

ตามข้อบังคับของบริษัทฯ ข้อที่ 16 ได้กำหนดให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้เลือกตั้งกรรมการบริษัท โดยใช้เสียงข้างมากเป็นมติที่ประชุม และข้อ 16 (1) กำหนดให้ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับ 1 หุ้นต่อ 1 เสียง ดังนั้น บริษัทฯ จึงไม่ได้กำหนดและนำใช้วิธีการนี้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดและมีวิธีการดูแลสิทธิของผู้ถือหุ้นรายย่อย อาทิ สิทธิของผู้ถือหุ้นในการนำเสนอวาระการประชุมผู้ถือหุ้น และการเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการคัดเลือกเป็นกรรมการบริษัท เป็นต้น

#### 2) ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ

ประธานกรรมการเป็นบุคคลกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารซึ่งบริษัทฯ ได้แบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน อีกทั้ง ประธานกรรมการไม่ได้เป็นกรรมการที่เป็นผู้บริหาร ถึงแม้ว่าไม่ได้เป็นกรรมการอิสระ แต่เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในธุรกิจของบริษัทฯ และเปิดโอกาสให้กรรมการทุกคนมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นและเสนอข้อเสนอนั้นที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร และคณะกรรมการบริษัท แต่งตั้งหัวหน้ากรรมการอิสระ (Lead Independent Director) เพื่อร่วมพิจารณากำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี นอกจากนี้ ในการอนุมัติในวาระที่กรรมการที่ไม่ใช่กรรมการอิสระมีส่วนได้เสียจะต้องมีกรรมการอิสระอย่างน้อย 2 ท่าน เข้าร่วมประชุมและออกเสียง

#### 3) คณะกรรมการมีการจัดตั้ง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน (เฉพาะระดับกรรมการ)

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งให้มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยมีกรรมการ 1 ท่าน ได้แก่ นายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นประธานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และยังได้แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงจากสายงานต่าง ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งรับผิดชอบในการจัดทำนโยบายบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการจัดการความเสี่ยงและรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท



นอกจากนี้คณะกรรมการได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริษัทภักดีและความยั่งยืน โดยมีกรรมการ 1 ท่าน ได้แก่ นายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ ทำหน้าที่เป็นประธาน เพื่อร่วมกับคณะทำงานย่อยในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน โดยมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัท

#### 4) คณะกรรมการบริษัทมีกรรมการที่เป็นกรรมการอิสระมากกว่าร้อยละ 50

คณะกรรมการบริษัทมี 9 คน ประกอบด้วยกรรมการบริษัทที่เป็นผู้บริหารจำนวน 2 คน หรือร้อยละ 22.22 และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 7 คน หรือร้อยละ 77.77 โดยในจำนวนนี้ มีกรรมการซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 คน หรือร้อยละ 33.33 ซึ่งเป็นไปตามองค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท และกรรมการอิสระ และมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด ซึ่งระบุว่าต้องมีกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน

รายละเอียดด้านการกำกับดูแลกิจการ เปิดเผยใน แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report) ในส่วนที่ 5 นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

### 1.1.2 การกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัยในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ รวมถึงการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจที่เป็นสากล โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานต้องปฏิบัติตามให้อยู่ในกรอบกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และต้องไม่มีส่วนรู้เห็น ช่วยเหลือหรือกระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิด ฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไว้ในคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่สัญญา ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งยังส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

#### 1) การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง ด้วยความสุจริต เป็นธรรม โปร่งใส เปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งบริษัทฯ จะคำนึงถึงผลประโยชน์ และผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงมีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม โดยคณะกรรมการได้มีการกำหนดแนวทางการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเป็นแนวทางให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้ปฏิบัติตาม

## 2) ความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ มีนโยบายดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ภายใต้หลักพื้นฐานทางจริยธรรม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาเป็นแนวทาง เพื่อรักษาคุณภาพของการดำเนินงานทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

## 3) การกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัทฯ ไม่สนับสนุนการดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานต้องปฏิบัติตามให้อยู่ในกรอบของกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ และต้องไม่มีส่วนรู้เห็น ช่วยเหลือหรือกระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิด ฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา

## 4) การส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับในองค์กรใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม เพียงพอและเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงสื่อสาร ให้ความรู้ สนับสนุนและสร้างจิตสำนึกแก่พนักงาน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการบริหารการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

รายละเอียดกระบวนการ ระยะเวลา และขั้นตอนการสอบสวน เปิดเผยใน แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report) ในส่วนที่ 7 รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ

### 1.1.3 การดำเนินการด้านภาษีอากร

บริษัทฯ ปฏิบัติตามข้อกำหนดของประมวลรัษฎากรและกฎหมายภาษีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กรและจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสียภาษีอย่างครบถ้วนและเพียงพอ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อบังคับในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและภาษีต่อภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย มีการอบรมด้านกฎหมายภาษีอากรอย่างต่อเนื่องแก่พนักงาน เพื่อให้นำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ถูกต้อง และการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ถูกต้องครบถ้วน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย เป็นต้น จึงได้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติด้านภาษี ดังนี้

- ปฏิบัติตามข้อกำหนดของประมวลรัษฎากรและกฎหมายภาษีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กรและจัดเตรียมเอกสารประกอบการเสียภาษีอย่างครบถ้วนและเพียงพอ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อบังคับในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและภาษีต่อภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย
- จัดให้มีการอบรมด้านกฎหมายภาษีอากรอย่างต่อเนื่องแก่พนักงาน เพื่อให้นำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ถูกต้อง
- มีการกำหนดให้ผู้รับผิดชอบในแต่ละประเทศติดตามการเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบและนโยบายด้านภาษีของแต่ละประเทศอย่างใกล้ชิดทั้งในระดับรัฐบาลกลางและในระดับท้องถิ่น หากมีกรณีเกิดข้อพิพาททางด้านภาษี บริษัทฯ

จะจัดให้มีการจ้างที่ปรึกษาทางภาษีที่มีความเชี่ยวชาญมาแสดงความเห็นและดำเนินการในข้อพิพาทดังกล่าวตามความเหมาะสม

- ไม่มีนโยบายในการโอนผลกำไรไปยังกลุ่มบริษัทในต่างประเทศที่มีอัตราภาษีต่ำกว่า และกำหนดราคาโอนในการทำธุรกรรมซื้อขายหรือบริการระหว่างกันกับบริษัทในกลุ่มอย่างเหมาะสม เป็นไปตามราคาตลาดปกติโดยทั่วไป
- ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ถูกต้องครบถ้วน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย

ในปี 2565 บริษัทฯ มีกำไรก่อนภาษีตามงบการเงินเฉพาะกิจการจำนวน 2,134.76 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 418.94 ล้านบาท คิดเป็นอัตราภาษีที่แท้จริงร้อยละ 19.62 ต่ำกว่าอัตราภาษีเงินได้ตามที่กฎหมายไทยกำหนดไว้ร้อยละ 20 เพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ในปี 2565 บริษัทฯ ได้ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี อาทิ ใช้จ่ายเพื่อการกุศลสาธารณะ ใช้จ่ายเพื่อการศึกษาและเพื่อการกีฬา ใช้จ่ายในการส่งลูกจ้างเข้ารับการศึกษาศึกษาและฝึกอบรม ใช้จ่ายในการจ้างคนพิการและใช้จ่ายเพื่อการลงทุนในทรัพย์สิน เป็นต้น โดยไม่ได้รับเงินอุดหนุนใด ๆ จากรัฐบาล

อย่างไรก็ตามกำไรก่อนหักภาษีเงินได้ตามงบการเงิน รวมเป็นเงิน 1,887.40 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 452.57 ล้านบาท คิดเป็นอัตราภาษีที่แท้จริงร้อยละ 23.98 เนื่องจากกลุ่มบริษัทในต่างประเทศ ค่าแนวอัตราภาษีร้อยละ 15 ถึง 25

#### 1.1.4 จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)

บริษัทฯ ส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ยึดแนวทางในการปฏิบัติและพฤติกรรมอันพึงประสงค์ในการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบของหลักการทำกับคู่ค้าที่ดี คุณธรรม และจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อสร้างผลประโยชน์และการเติบโตอย่างยั่งยืนแก่ธุรกิจ ควบคู่ไปกับการดูแลผู้มีส่วนได้เสีย สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงได้จัดทำ “คู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณธุรกิจ” แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ซึ่งมีหน้าที่รับทราบและปฏิบัติตาม

##### 1) การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และความโปร่งใส

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส โดยมีกระบวนการแจ้งเบาะแสและรับข้อร้องเรียนโดยตรงไปฝ่ายตรวจสอบภายใน เพื่อทำการตรวจสอบ ประสานงานผู้ที่เกี่ยวข้อง ติดตามแก้ไขและสร้างกลไกเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำในอนาคต และมีการรายงานไปยังคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท มีการประกาศใช้นโยบาย “No Gift Policy” เพื่อไม่สนับสนุนการรับและให้ของขวัญ ซึ่งอาจเป็นจุดเริ่มต้นของการทุจริตคอร์รัปชัน นอกจากนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการเตรียมความพร้อมการประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (Collective Action Against Corruption: CAC)

ในปี 2565 คณะกรรมการบริษัทได้กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน มาตรการร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส กระบวนการสอบสวนการกระทำผิดและการทุจริตคอร์รัปชัน การรายงานข้อมูลที่เป็นเท็จและบทลงโทษ การรักษาข้อมูลเป็นความลับและการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนหรือผู้แจ้งเบาะแส และให้บรรจุนโยบายหลักการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนจะต้องยึดถือและปฏิบัติตาม โดยประชาสัมพันธ์สื่อสารผ่านช่องทางอีเมล และ Intranet รวมทั้งเพิ่มเติมในหลักสูตรปฐมนิเทศให้กับพนักงานใหม่ทุกระดับ (TOA Orientation) โดยผ่านหลักสูตร

Risk Management and Compliance ในหัวข้อ CSR and Anti-Corruption และ Code of Conduct เพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจให้แก่พนักงานใหม่ ในการยึดถือปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

## 2) มาตรการร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส

บริษัทฯ ได้กำหนดวิธีการในการแจ้งเบาะแสที่เป็นความลับ เพื่อให้พนักงานและบุคคลภายนอกที่พบเห็นหรือมีความกังวลเกี่ยวกับพฤติกรรมกระทำผิด พฤติกรรมผิดปกติหรือการละเมิดสิทธิที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มบริษัทหรือประสงค์ที่จะเสนอแนวความคิดต่าง ๆ ต่อกลุ่มบริษัท สามารถดำเนินการได้สะดวกยิ่งขึ้น

ขอบเขตการร้องเรียนหรือการแจ้งเบาะแส	ช่องทางการร้องเรียนหรือการแจ้งเบาะแส
<ul style="list-style-type: none"> <li>การกระทำผิดทางอาญาหรือการยุยงให้กระทำความผิด</li> <li>การกระทำที่สุ่มเสี่ยงใด ๆ ซึ่งรวมถึงการทุจริต การให้สินบน และการชู้กรรโชก</li> <li>การไม่ปฏิบัติหน้าที่หรือแนวทางปฏิบัติในด้านกฎหมายหรือหลักการกำกับดูแลกิจการ</li> <li>การกระทำ ความประพฤติ หรือการละเว้นการกระทำในทางบัญชี รายงาน บันทึกรายการ และแนวทางปฏิบัติ และหรือการรายงานทางการเงินหรือการควบคุมภายในที่มีพิรุณหรือไม่เป็นไปตามมาตรฐานหรือแนวทางการปฏิบัติทั่วไป</li> <li>เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือความปลอดภัยของบุคคลใด</li> <li>เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>การกระทำที่เป็นการกระทำผิดร้ายแรง</li> <li>การกระทำโดยเจตนาให้กลุ่มบริษัท เสียหายหรือเสียประโยชน์ หรือกระทบต่อชื่อเสียงของกลุ่มบริษัท</li> <li>กรณีที่ไม่สามารถแก้ไขหรือดำเนินการตามขั้นตอนอันสมเหตุสมผลในการรายงานเรื่องนี้อาจทำให้เกิดค่าใช้จ่ายหรือความเสียหายร้ายแรงต่อกลุ่มบริษัทโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้</li> <li>การปิดบังการกระทำผิดประเภทต่าง ๆ ข้างต้นโดยเจตนา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทาง E-mail คณะกรรมการบริษัท directors@toagroup.com คณะกรรมการตรวจสอบ auditcommittee@toagroup.com</li> <li>ทางไปรษณีย์ โดยระบุหน้าซองถึงผู้รับแจ้งเบาะแส คณะใดคณะหนึ่ง และตามด้วยที่อยู่ ดังนี้ บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) 31/2 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570</li> <li>ทางหน้า Website ของบริษัท <a href="http://www.toagroup.com">www.toagroup.com</a> หรือ <a href="https://investor.toagroup.com/th/whistle-blowing">https://investor.toagroup.com/th/whistle-blowing</a></li> </ul>

## 3) กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแสการทุจริต

ผู้รับแจ้งเบาะแสดตามที่กล่าวข้างต้น ต้องส่งเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแสการทุจริตมายังฝ่ายตรวจสอบภายใน เพื่อให้ฝ่ายตรวจสอบภายในดำเนินการประสานงานรวบรวมข้อมูล หรือส่งเรื่องให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการสืบสวนหาข้อเท็จจริงพร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าเพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการดำเนินการที่เหมาะสมตามกระบวนการดังนี้



โดยดำเนินการตามแนวปฏิบัติดังนี้

แนวปฏิบัติ	อำนาจการพิจารณา
1) การกระทำที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบของรฐนโยบาย และระเบียบวิธีปฏิบัติส่วนบุคคล	ผู้บริหารสูงสุดสายงานทรัพยากรบุคคล
2) การกระทำที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามนโยบายและหลักการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ และระเบียบข้อบังคับของกลุ่มบริษัท	เลขานุการบริษัท
3) การกระทำที่เกี่ยวกับการละเว้นการกระทำในทางบัญชี รายงาน บันทึกการรายการ และแนวทางปฏิบัติ และหรือการรายงานทางการเงินหรือการควบคุมภายในที่มีพิรุณหรือไม่เป็นไปตามมาตรฐานหรือแนวทางการปฏิบัติทั่วไป	ผู้บริหารสูงสุดสายงานการเงินและบัญชี
4) การกระทำที่อาจส่งถึงการทุจริต การแสวงหาประโยชน์ที่มีควรได้โดยชอบด้วยกฎหมายสำหรับตนเองหรือผู้อื่น เช่น การยกยอกทรัพย์สินการคอร์รัปชัน การฉ้อโกง เป็นต้น	ผู้บริหารสูงสุดของสายงานที่เกี่ยวข้อง
5) ในกรณีที่ข้อร้องเรียนเป็นเรื่องที่ซับซ้อนหรือเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานหรือเรื่องที่มีประเด็นเรื่องความเป็นอิสระ	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวนข้อเท็จจริง (Investigation Committee)

รายละเอียดกระบวนการ ระยะเวลา และขั้นตอนการสอบสวน เปิดเผยใน แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report) ในส่วนที่ 7 รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ



#### 4) การรายงานข้อมูลที่เป็นเท็จและบทลงโทษ

ผู้ใดกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ไม่ปฏิบัติตามนโยบายนี้ รวมทั้งมีพฤติกรรมก่อกวนแก่งัด ข่มขู่ ลงโทษทางวินัย หรือเลือกปฏิบัติด้วยวิธีการอันไม่ชอบธรรมมาจากการร้องเรียนของผู้แจ้งเบาะแส หรือผู้ ร้องเรียน หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียนตามนโยบายนี้ รวมถึงในกรณีที่ได้มีการพิสูจน์แล้วว่าการ ร้องเรียนหรือการแจ้งเบาะแสนั้นเป็นเท็จ อันเนื่องมาจากเจตนาบิดเบือนข้อเท็จจริง หรือเป็นการกล่าวร้ายต่อ ผู้อื่นให้ถือว่าผู้นั้นกระทำผิดวินัย และต้องรับผิดชอบ ชดใช้ความเสียหายแก่กลุ่มบริษัท หรือผู้ที่ได้รับผลกระทบ จากการกระทำดังกล่าว ตลอดจนอาจต้องรับผิดชอบในทางกฎหมายต่อไปด้วย

#### 5) การรักษาข้อมูลเป็นความลับและการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียน หรือผู้แจ้งเบาะแสการทุจริต

นโยบายนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ร้องเรียน หรือผู้แจ้งเบาะแสมั่นใจได้ว่าข้อร้องเรียนของตนจะได้รับการ ตอบสนองอย่างจริงจัง และจะไม่ได้ได้รับความเดือดร้อนอันเนื่องมาจากการรายงานข้อร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแส โดยสุจริต อย่างไรก็ตาม พนักงาน ผู้ร้องเรียน หรือผู้แจ้งเบาะแสควรรวบรวมข้อมูลด้วยความระมัดระวังและ คำนึงถึงความถูกต้องของข้อมูลที่เปิดเผย

ผู้ร้องเรียน หรือผู้แจ้งเบาะแสสามารถให้ข้อมูลโดยไม่ต้องเปิดเผยตัวตนได้ และกลุ่มบริษัท จะไม่เปิดเผย ตัวตนของผู้แจ้งเบาะแสรวมถึงพยานบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะเก็บไว้เป็นความลับตลอดระยะเวลาการสอบสวน หนึ่ง บุคคลผู้ได้รับทราบข้อร้องเรียน หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียนนี้ จะต้องปกป้องข้อมูลเรื่อง ร้องเรียน หรือที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียนให้เป็นความลับ และไม่เปิดเผยต่อบุคคลอื่น โดยคำนึงถึงความ ปลอดภัยและความเสียหายแก่ผู้ร้องเรียน หรือผู้แจ้งเบาะแส แหล่งที่มาของข้อมูล หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่ กรณีที่มีความจำเป็นในขั้นตอนการดำเนินงานตามระเบียบของกลุ่มบริษัท หรือตามที่กฎหมายกำหนด หากมี การจงใจฝ่าฝืนนำข้อมูลออกไปเปิดเผย กลุ่มบริษัทจะดำเนินการลงโทษทางวินัย และ/หรือดำเนินการทาง กฎหมายกับผู้ฝ่าฝืน แล้วแต่กรณี

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทจะไม่ยอมให้มีการกระทำใดๆ อันเป็นการตอบโต้พนักงานที่ร้องเรียนหรือผู้แจ้ง เบาะแส และจะดำเนินการทางวินัยต่อบุคคลที่พบว่าได้กระทำการตอบโต้ดังกล่าว โดยบริษัท จะดำเนินการ ตามขั้นตอนที่เหมาะสมเพื่อป้องกันมิให้สภาพแวดล้อมในการทำงาน และหรือความสัมพันธ์ด้านการทำงานของ พนักงานที่แสดงตนและแจ้งเบาะแสเพื่อประโยชน์ของกลุ่มบริษัทโดยรวมได้รับผลกระทบ ทั้งนี้ บริษัท จะไม่ กระทำการใดอันไม่เป็นธรรมต่อผู้แจ้งเบาะแส หรือผู้ร้องเรียน ไม่ว่าจะโดยการข่มขู่ เปลี่ยนตำแหน่ง ลักษณะ งาน สถานที่ทำงาน พักงาน เลิกจ้าง ให้มีผลต่อการประเมินการปฏิบัติงาน หรือกระทำการอื่นใดที่มีลักษณะเป็น การปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมต่อผู้แจ้งเบาะแส หรือผู้ร้องเรียนหรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง

ทั้งนี้ คู่มีผลหลักการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจถือเป็นวินัยอย่างหนึ่งซึ่งกรรมการ ผู้บริหาร และ พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด และส่งเสริมให้ผู้อื่นปฏิบัติตามด้วย พนักงานที่ฝ่าฝืนหรือ ไม่ปฏิบัติตามจะถูกพิจารณาโทษทางวินัย

### 1.1.5 การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการบริหารความเสี่ยง โดยมีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดังกล่าวอย่างต่อเนื่องโดยมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน โดยจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง มีการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และระดับความเบี่ยงเบนจากเกณฑ์ (Risk Tolerance) จัดทำ Risk Matrix ที่แสดงถึงการประเมินโอกาสที่จะเกิดและผลกระทบของความเสี่ยงที่สำคัญ กำหนดตัวชี้วัดด้านความเสี่ยง (Key Risk Indicators: KRIs) ติดตามและประเมินผลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงรายงานผลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรต่อคณะกรรมการบริษัท เป็นรายไตรมาสโดยบริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงให้ครอบคลุมด้านต่าง ๆ และควบคุมให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์
2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน
4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ
5. ความเสี่ยงด้านสังคมและหรือสิ่งแวดล้อม

ฝ่ายบริหารความเสี่ยงมีการประเมินผลความเสี่ยงต่าง ๆ ทั้งของบริษัทสำนักงานใหญ่ รวมถึงกลุ่มบริษัทในประเทศไทยและต่างประเทศ ครบทั้ง 5 ด้าน โดยผลการบริหารความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ปรากฏรายละเอียดในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report) ในส่วนที่ 2 เรื่องการบริหารความเสี่ยง

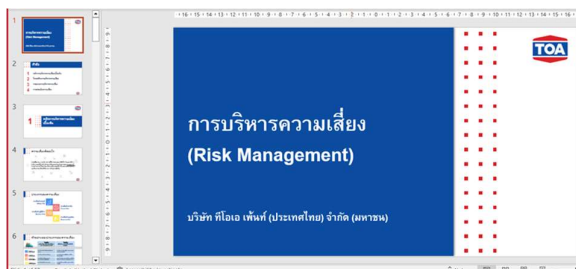
#### 1) การบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และระบุปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าว ได้แก่

1. ความเสี่ยงด้านบุคลากร (ภาวะโครงสร้างสังคมผู้สูงอายุ)
2. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
3. ความเสี่ยงด้านสังคม

#### 2) การเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk culture)

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาและกำกับดูแลกระบวนการบริหารความเสี่ยงทั้งในด้านการบริหารงานและการปฏิบัติงาน โดยมุ่งหมายที่จะปลูกฝังจิตสำนึกด้านการบริหารความเสี่ยงให้แก่กรรมการผู้บริหารระดับสูง และพนักงานทุกคน ตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้าทำงานในบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจ ตระหนักรู้ และมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยง จนเกิดเป็นวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ในปี 2565 ฝ่ายบริหารความเสี่ยงมีการจัดการอบรมและประชุมในรูปแบบออนไลน์ ผ่านโปรแกรม Microsoft Teams เพื่อสื่อสาร ติดตามความเสี่ยงและจัดการอบรมให้กับทุกสายงาน รวมถึงกลุ่มบริษัททั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ



- สายงานในบริษัทฯ ที่ได้รับอบรมแล้วดังนี้
  1. Digital Transformation
  2. Finance & Accounting
  3. Global BPO SAP
  4. Human Resources
  5. Legal & Compliance
  6. Manufacturing & CEM & Revamp
  7. Marketing
  8. Modern Trade
  9. Procurement
  10. Project Sales
  11. Quality Management
  12. R&D
  13. Resin
  14. Retail Sales
  15. SHE
  16. Supply Chain

### 3) การจัดการภาวะวิกฤต

บริษัทฯ ทำการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการภาวะวิกฤตในระดับองค์กร ด้วยระบบการบริหารความต่อเนื่องการดำเนินงาน (Business Continuity Management : BCM) หรือแผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan : BCP) ของบริษัท เพื่อรับมือความเสี่ยงที่สำคัญ เช่น ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย เป็นต้น โดยครอบคลุมถึงการรับมือกับความเสี่ยงด้านสาธารณสุข เช่น โรคระบาด โรคติดต่อ เป็นต้น เพื่อใช้สำหรับการวางแผนการจัดการในปี 2566 ต่อไป

บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมตอบสนองสถานการณ์ฉุกเฉิน COVID-19 ตั้งแต่วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2564 และได้มีการประชุมร่วมกันเป็นรายสัปดาห์อย่างต่อเนื่องตลอดปี 2565 เพื่อรายงานความคืบหน้า หรือวิธีการรับมือ แก้ไขปัญหา และป้องกันความเสี่ยงต่อพนักงาน เช่น ควบคุมไม่ให้พนักงานเดินทางไปในพื้นที่เสี่ยงหากไม่จำเป็น การแจก และจำหน่ายชุดตรวจการติดเชื้อโควิด-19 (ATK) และหน้ากากอนามัยราคาย่อมเยา การตรวจหาเชื้อโควิด-19 เชิงรุกเป็นประจำ รวมทั้งการจัดหาวัคซีนป้องกันโควิด-19 ให้กับพนักงานทุกคน ทุกระดับชั้น เป็นต้น ทั้งนี้ฝ่ายความปลอดภัยฯ ของบริษัทฯ ได้ทำการสื่อสารผ่านอีเมล เพื่อรายงานสถานการณ์ปัจจุบันและเน้นย้ำวิธีการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 เป็นประจำทุกวัน

อย่างไรก็ดี มาตรการดังกล่าวมีการผ่อนคลายลงตามสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาดและผลกระทบที่ลดลงทั้งในระดับองค์กรและระดับประเทศ ทั้งนี้ถึงแม้สถานการณ์จะดีขึ้นตามลำดับ บริษัทฯ ยังคงมีการณรงค์ให้พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา จัดหาชุดตรวจฯ และหน้ากากอนามัยให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีจุดบริการแอลกอฮอล์ฟรีสำหรับพนักงาน

ทั้งนี้ รายละเอียดด้านการบริหารความเสี่ยง ได้เปิดเผยไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report) ในหมวดที่ 2 เรื่องการบริหารความเสี่ยง

## 1.2 ความรับผิดชอบต่อสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ (Product Stewardship)

กว่า 58 ปีที่ บริษัทฯ เติบโตอย่างต่อเนื่อง จนเป็นผู้นำอันดับ 1 ของตลาดสีทาอาคารในประเทศไทย และยังคงมุ่งมั่นขยายธุรกิจไปยังประเทศในภูมิภาคอาเซียน (AEC) ด้วยการกลยุทธ์ขยายธุรกิจในเข้าสู่ตลาดวัสดุก่อสร้างน้ำหนักเบา โดยการ

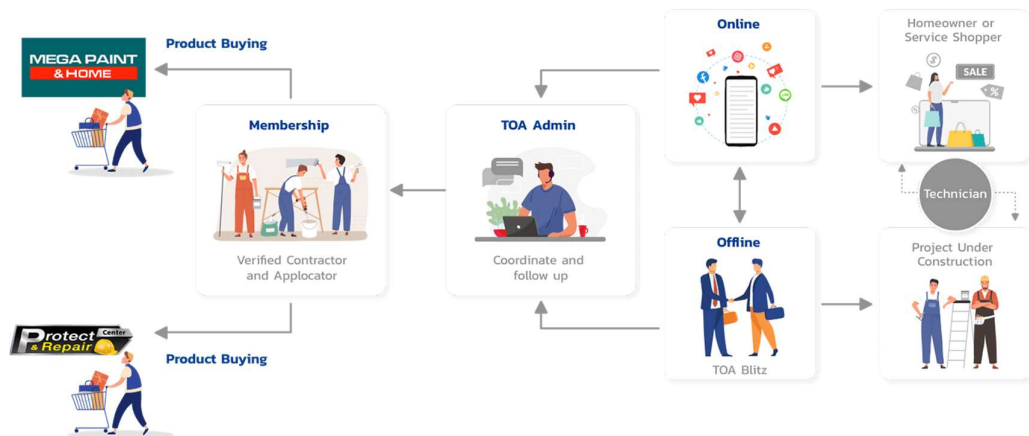
ขับเคลื่อนการเติบโต 3 กลไกหลัก คือ 1) การเป็นแบรนด์ No.1 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร 2) การเพิ่มการเติบโตกลุ่มผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ก่อสร้าง กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง และ 3) การเร่งขยายธุรกิจ ใน AEC ทำให้ธุรกิจของบริษัทฯ เป็นมากกว่าสีทาอาคาร ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างครบวงจร



### 1.2.1 การพัฒนานวัตกรรมและโมเดลธุรกิจ

#### 1) โมเดลธุรกิจ เพื่อตอบโจทย์การให้บริการแบบครบวงจร (Total Solution)

บริษัทฯ ได้พัฒนาช่องทางการขาย ศักยภาพของทีมบริการและคุณภาพของสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าทุกคนเชื่อมั่นได้ว่าจะได้รับการบริการที่ดี และผลงานเป็นที่น่าพึงพอใจ และการเพิ่มช่องทางบริการที่หลากหลายแบบ One Stop Service ทั้งบริการงานช่างมาตรฐานใหม่ WHO Service เพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของบ้าน ที่มาจากปัญหาและความไม่พึงพอใจ (Pain Point) ในการหาช่างรับเหมางานก่อสร้างและซ่อมแซมบ้านที่ไว้วางใจได้ และมีมาตรฐาน ซึ่งการที่เชื่อมโยงกับโมเดลธุรกิจ Mega Paint & Home ที่จะเป็นศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและบริการแบบครบวงจร ศูนย์ป้องกันและแก้ไขปัญหารั่วซึม ร้าว ศูนย์ Protect & Repair ศูนย์บริการออกแบบสีบ้าน (TOA ide@color) และการบริการให้คำปรึกษาการใช้งานผลิตภัณฑ์ เป็นต้น



## 1.2.2 การพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเป็นส่วนสำคัญที่ส่งเสริมให้บริษัทฯ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า และเติมเต็มความต้องการของตลาด นอกจากนี้ ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจต่อความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน จึงทำให้บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการบริการที่ทันสมัย สะดวก และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์สีเขียวและวัสดุปกป้องพื้นผิวแบบครบวงจร ครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร ผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์งานไม้ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ และเครื่องผสมสีอัตโนมัติ ที่โดดเด่นทั้งเรื่องคุณสมบัติการใช้งาน ความทนทาน ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ (Functional Benefits) ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับไว้วางใจเลือกใช้ และผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์สินค้า ทีโอเอ บริษัทฯ มีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

- **Greenovation Products:** บริษัทฯ ให้ความสนใจกับการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสีเขียวที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ เพื่อตอบรับกับความต้องการของลูกค้า และเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้กฎเกณฑ์ด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมเข้มงวดขึ้นภายใต้คุณสมบัติ
  - **No Lead and Heavy Metal Products**  
นวัตกรรมสีทาบ้านปลอดสารตะกั่วและโลหะหนักเป็นพิษ ทั้งสูตรสีน้ำอิมัลชันและสีเคลือบเงา ด้วยมาตรฐานมอก. และฉลากเขียว ครอบคลุมผลิตภัณฑ์สีครบทุกระดับ ตั้งแต่เกรดพรีเมียม เกรดปานกลางถึงเกรดอีโคโนมี
  - **Low VOCs and Extra Low Odor Products**  
นวัตกรรมสีทาภายในกลิ่นอ่อนพิเศษ ปลอดภัย ไร้สารระเหยพิษ (หนึ่งในสารก่อมะเร็ง) ด้วยมาตรฐานระดับสากล Sensitive Choice และ French Emission
  - **Energy Saving Products**  
นวัตกรรมสีทาภายนอกประหยัดพลังงาน ช่วยสะท้อนรังสีแสงอาทิตย์สูงสุด 96.7% จึงช่วยประหยัดค่าไฟ ด้วยมาตรฐานการทดสอบระดับโลก (ASTM E424) และมาตรฐานฉลากประหยัดพลังงานประสิทธิภาพสูงเบอร์ 5 จากกระทรวงพลังงาน
- **ความสามารถห้องปฏิบัติการ มอก.17025-2561:** บริษัทฯ ได้รับการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการทดสอบ (Testing) และห้องปฏิบัติการสอบเทียบ (Calibration) มอก.17025-2561 (ISO/IEC 17025 : 2017) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ถือเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญของบริษัทฯ ที่จะสร้างและรักษาความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มลูกค้าต่าง ๆ ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ผู้รับเหมาก่อสร้าง และโครงการอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ รวมทั้งหมายถึงความพร้อมในการเป็นผู้นำนวัตกรรมสีทาอาคาร และวัสดุก่อสร้างครบวงจรอย่างแท้จริง
- **Do It Yourself “D.I.Y.” Trend:** พฤติกรรมผู้บริโภคมีแนวโน้มการทำสีผนังภายในบ้านด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสีจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนสินค้าให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้า (Customization) โดยการนำเครื่องผสมสีอัตโนมัติมาช่วยเป็นทางเลือกเรื่องเจตสีและความสะดวก ที่ตอบสนองได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้บริษัทฯ



สามารถส่งมอบสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ร้านค้าปลีกไม่จำเป็นต้องจัดเก็บสต็อกสินค้าเป็นจำนวนมาก ซึ่งนอกจากจะช่วยลดต้นทุน ยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ในอีกทางหนึ่ง

- **Buy It Yourself “B.I.Y.” & E-Commerce:** ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ด้วยตนเอง ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (E-Commerce) รวมทั้งการพัฒนาสินค้าให้มีจุดเด่นทั้งด้านคุณสมบัติที่ตอบโจทย์การใช้งาน การออกแบบรูปปลั๊กภัณฑ์ทันสมัย และข้อมูลที่ครบถ้วนบนสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
- **More Renovation:** สำหรับผู้บริโภคที่ไม่เคยมีประสบการณ์การทาสีบ้านมาก่อน มักมองว่าการทาสีเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก ไกลตัว และไม่ค่อยคำนึงถึงเรื่องความคุ้มค่าในระยะยาว ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นดำเนินงานด้านการสื่อสารกับผู้บริโภค ให้ตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องสีทาบ้าน ผ่านเรื่องราวบทพิสูจน์จากผู้ใช้งานจริง (Consumer Insight) รวมทั้งการสร้างแนวคิดใหม่ให้ผู้บริโภคหันมาตกแต่งบ้านด้วยการทาสีบ้านเก่าให้ใหม่ ด้วยเฉดสี (Home Color Inspiration) และคุณสมบัติที่ตอบโจทย์ (More Benefits) เพื่อช่วยกระตุ้นการบริโภคสีให้มากขึ้นและบ่อยขึ้น
- **การพัฒนานวัตกรรมสำหรับสีอุตสาหกรรมคุณภาพสูง ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating)** นับว่าเป็นอีกหนึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับอย่างดี บริษัทฯ มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น สีเคลือบเงาคุณภาพสูง (TOA Heavy Guard Enamel) เสริมความแข็งแกร่ง ทนทานกว่าสีน้ำมันทั่วไป แห้งเร็ว สีสดใส ไม่ผสมสารตะกั่วและปรอท ช่วยป้องกันเชื้อรา เหมาะสำหรับงานโครงสร้างโลหะ เครื่องจักรโรงงาน โครงสร้างเหล็กในเรือ รวมทั้งการพัฒนานวัตกรรมสีทาเรือกันเปรียงคุณภาพสูง ซึ่งเป็นระบบกันเปรียง 2 ชั้น แข็งแรงมากขึ้นช่วยป้องกันการจับตัวของเปรียงได้ยาวนาน 24 - 30 เดือน ปราศจากส่วนผสมของดีบุก เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

### 1) นวัตกรรมสีทาอาคาร

บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ในด้านอารมณ์ ความรู้สึกและความสวยงาม (Emotional Benefits) ผ่านนวัตกรรมสีที่เหนือความคาดหมายของผู้บริโภค จนทำให้ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองผู้บริโภคครบทุกประเภทการใช้งาน

ในเดือนพฤษภาคม 2565 ผลิตภัณฑ์สี TOA Organic Care คำรางวัลชนะเลิศ Best Innovation Award 2022 จากเวทีงานสถาปนิก'65 (Architect'22) จากการพัฒนาของบริษัทฯ ได้ออกนวัตกรรมสีเทคโนโลยีใหม่ เมื่อปี 2564 “TOA Organic Care ที่สุดแห่งความปลอดภัย ระบายและระบายเดียวในประเทศไทย” ภายใต้แนวคิด Living



Care Innovation ที่มุ่งพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อการอยู่อาศัยและความยั่งยืนของโลกใบนี้ เพื่อความปลอดภัยของทุกคนในบ้าน โดยเฉพาะเด็ก และผู้สูงอายุ รวมถึงผู้ที่มีปัญหาโรคภูมิแพ้และหอบหืด ด้วยส่วนผสมจากธรรมชาติ ที่เป็นเทคโนโลยีจากสหรัฐอเมริกา ด้วยการนำส่วนผสมจากพืชมาใช้



แทนวัตถุดิบจากปิโตรเลียม โดยผ่านการรับรองมาตรฐาน BioPreferred® จาก USDA สหรัฐอเมริกา โดย บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายรายแรกและรายเดียวในประเทศไทย

- **TOA AQUA SHIELD 2IN1 MULTI SURFACE**

บริษัทฯ ได้พัฒนานวัตกรรมสีเคลือบรอมรองพื้น สูตรน้ำ สำหรับหลากหลายพื้นผิว ที่ผลิตจากนาโนอะคริลิก แอตแวนซ์โมดิไฟเออร์ ด้วยคุณภาพสูงจากยุโรป ด้วย Nano Acrylic Binder ที่สามารถแทรกซึมลงพื้นผิวได้ดีเยี่ยม ทำให้ฟิล์มสียึดเกาะบนพื้นผิวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ฟิล์มสี แข็งแกร่งด้วย Nano Hydro Block Technology ปกป้องพื้นผิวจากความชื้นและสภาวะอากาศ จึงสามารถปกป้องพื้นผิวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้งานง่ายแห้งไว ไม่ต้องผสมทินเนอร์ เป็นสีรักษ์โลก ไร้กลิ่นฉุน ปลอดภัยต่อทุกชีวิตในบ้าน



- **TOA FIRE SHIELD INTUMESCENT PAINT**



สี ทีโอเอ ไฟร์ชิลด์ สีกันไฟสูตรน้ำ สีชั้นกลางใช้สำหรับการกันไฟ หรือทนไฟ โครงสร้างเหล็กอาคารป้องกันเวลาเกิดเพลิงไหม้ ปราศจากกลิ่นและสารพิษ ได้รับความมาตรฐานการรับรองจากมาตรฐาน ISO 834 จากสถาบันที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ISO/IEC 17025 และผ่านการรับรองจากระดับวุฒิวิศวกร สามารถกันไฟโครงสร้างอาคารเหล็กได้นานถึง 3 ชั่วโมง

### 1.2.3 พัฒนาการที่สำคัญด้านบริการ

บริษัทฯ พัฒนาระบบการให้บริการพร้อมจัดทีมงานที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คำแนะนำกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เพื่อเสนอความเชี่ยวชาญสีทาอาคารแบบครบวงจรและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลากหลายช่องทาง ดังนี้

ช่องทาง	การบริการ
Call Center เบอร์ 0-2335-5777	บริการให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ คำปรึกษาด้านเทคนิค และปัญหาการใช้งาน
TOA Protect & Repair Center เบอร์ 0-2335-5777 ต่อ 1	บริการให้คำปรึกษาป้องกันและแก้ไขปัญหาเร็ว ซ่อม รั่ว ด้วยผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้างคุณภาพสูงจากทีโอเอ
เจ้าหน้าที่เทคนิคสีมืออาชีพ	บริการตรวจสอบ ประเมินพื้นที่หน้างาน และให้คำแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์แบบครบวงจรสำหรับลูกค้าทั่วไปและลูกค้าโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ
ช่างทาสีมืออาชีพ	บริการช่างทาสีที่มีทักษะตามมาตรฐานทีโอเอ (TOA Home Painting Service) สำหรับลูกค้าทั่วไป
เว็บไซต์ <a href="https://www.toagroup.com">https://www.toagroup.com</a> หรือ เบอร์ 0-2335-5777 ต่อ 2	บริการออกแบบสีบ้าน โดยผู้เชี่ยวชาญจากทีโอเอ (TOA ide@color)

## 1) การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในพัฒนาการบริการลูกค้า

บริษัทฯ พัฒนาและลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยพัฒนาการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพสู่ระดับสากล ตลอดจนการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ และสื่อโซเชียลมีเดีย (IT Development, E-Commerce and Website & Social Media) เพื่อพร้อมรับมือสู่การเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ อาทิ

- โปรแกรมระบบบริหาร การจัดการและวางแผนทรัพยากรทั้งองค์กรแบบบูรณาการ (SAP ERP)
- โปรแกรมระบบการจัดการรายงานเพื่อการตัดสินใจและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมการขาย (SAP BI)
- ระบบการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ สำหรับลูกค้าร้านค้าปลีก (E-Ordering)
- การพัฒนาระบบการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์โดยตรงจากบริษัทฯ (E-Commerce)
- การเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์และข่าวสารต่าง ๆ ของบริษัทฯ ผ่านเว็บไซต์ [www.toagroup.com](http://www.toagroup.com)
- การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) มาช่วยในการส่งเสริมการขายและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

### 1.2.4 ความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค

บริษัทฯ คำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าและผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทฯ รวมทั้งผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ ด้วยราคาที่เป็นธรรม มีคุณภาพ และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภค โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

1. มุ่งมั่นและทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ด้วยราคาที่สมเหตุสมผล ทันต่อสถานการณ์ มีคุณภาพ ไม่จำกัดสิทธิของผู้บริโภคและมีเงื่อนไขที่เป็นธรรมสำหรับผู้บริโภค
2. ไม่ทำการอันใดอันเป็นการหลอกลวงหรือทำให้หลงเชื่อในคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทฯ
3. มุ่งมั่นพัฒนาความปลอดภัยในการใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ ความปลอดภัยของผู้บริโภคนั้นมีความสำคัญ สินค้าของบริษัทฯ ต้องมีเอกสารกำกับสินค้า มีการตรวจสอบความปลอดภัยในสถานประกอบการ มาตรฐานและอบรมพนักงานในเรื่องความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด

#### 1) ประเด็นด้านลูกค้าและผู้บริโภค

จากนโยบายความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภคข้างต้น บริษัทฯ พร้อมรับฟังและจัดการข้อร้องเรียนที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรต่อสาธารณะ ผ่านหลากหลายสินค้า แคตตาล็อกผลิตภัณฑ์ พนักงานแนะนำสินค้า ณ จุดขาย ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบของลูกค้าและผู้บริโภค นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาความปลอดภัยของสินค้า โดยคำนึงถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์สีเขียว การติดตามสินค้า ปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเปิดเผยข้อมูล รวมทั้งการจัดการผลกระทบที่มีต่อลูกค้าและสิ่งแวดล้อม



## 2) กระบวนการรับข้อร้องเรียน

ลูกค้าสามารถร้องเรียนเรื่องเกี่ยวกับการขาย คุณภาพสินค้า การส่งมอบสินค้าและบริการหลังการขายทาง โทรศัพท์ อีเมลหรือเว็บไซต์ของบริษัท โดยบริษัท มีระบบบันทึกข้อร้องเรียนลูกค้ากำหนดระยะเวลาในการแก้ไข ระบบติดตามการแก้ไข การจัดทำรายงานการสอบสวนหาสาเหตุและการแก้ไขปัญหา และการตอบข้อร้องเรียนไปยังลูกค้าภายในเวลาที่กำหนด โดยจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบชัดเจน เพื่อให้มั่นใจว่าทุกข้อร้องเรียนของลูกค้าจะได้รับการแก้ไขภายในเวลาที่กำหนด

## 3) การตอบสนองข้อร้องเรียนจากลูกค้า

เมื่อรับข้อร้องเรียนจากลูกค้าแล้ว หน่วยงานที่รับผิดชอบจะทำการส่งข้อมูลให้กับฝ่ายที่เกี่ยวข้องรับทราบตามประเภทของปัญหา เพื่อหาสาเหตุ แนวทางการแก้ไข และป้องกันการเกิดซ้ำ พร้อมกับชี้แจงให้ลูกค้ารับทราบ รวมถึงการค้นหาการไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดขึ้นแบบเดียวกัน เพื่อขยายผลป้องกันการเกิดซ้ำ และมีผู้บริหารระดับสูงของแต่ละสายงานเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการและติดตาม

## 4) ข้อร้องเรียนของลูกค้า

ในปี 2565 ข้อร้องเรียนของลูกค้าทั้งหมดได้รับการตอบสนองภายในเวลาที่กำหนดซึ่งบรรลุเป้าหมายรายปีที่ตั้งไว้ สามารถลดจำนวนข้อร้องเรียนด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากลูกค้าลง 37% (ปี 2565: 1,031 รายการ/ปี 2564 : 1,640 รายการ/ปี) และมีคะแนนความพึงพอใจต่อการแก้ไขข้อร้องเรียนเท่ากับ 91% ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 90% และไม่พบข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความเป็นส่วนตัวของลูกค้าหรือข้อร้องเรียนด้านความปลอดภัยหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท แต่อย่างใด

	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
	2565	2565
1. ลดจำนวนของข้อร้องเรียนด้านคุณภาพสินค้า จากปี 2564	> 20%	ลดลง 37%
2. การตอบสนองการแก้ไขข้อร้องเรียนลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง	100%	100%
3. ความพึงพอใจต่อการแก้ไขข้อร้องเรียน	> 90%	91%

## 1.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

### การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้านั้นเป็นหน้าที่หลักอีกประการหนึ่งของบริษัท ในการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าในระยะยาว บริษัท จึงดำเนินการด้วยแนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำจนถึงการส่งมอบสินค้าอย่างมีคุณภาพ ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการส่งมอบบริการที่หลากหลาย ซึ่งประกอบด้วย 2 มิติ ดังนี้

## 1. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคทั่วไป (B2C)

- 1.1 การยึดมั่นในคุณภาพสินค้าและการมุ่งมั่นสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าสูงสุด
- 1.2 การพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ
- 1.3 การบริการให้คำปรึกษาด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการขาย ผ่านระบบ TOA Call Center Service หมายเลขโทรศัพท์ 0-2335-5777
- 1.4 การบริการที่มีขั้นตอนการออกแบบสีบ้านให้แก่ลูกค้าด้านสีสันทันและความสวยงาม (TOA ide@color Service)
- 1.5 การบริการช่างทาสีมืออาชีพ (Home Painting Service)

## 2. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มธุรกิจ (B2B)

- 2.1 การบริการทีมช่างเทคนิคให้คำแนะนำและตรวจสอบหน้างาน (Specialist Service)
- 2.2 การส่งเสริมการตลาดที่สร้างการมีส่วนร่วมให้กับลูกค้าผ่านกิจกรรมการตลาด ณ จุดขายร้านค้าและกิจกรรมออนไลน์ รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่ต้องผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ
- 2.3 การปรับปรุงระบบการให้บริการ เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้ากลุ่มธุรกิจ (SLA : Service Level Agreement)

## ผลการดำเนินงาน

### 1. ลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคทั่วไป (B2C)

#### Mega Paint Warehouse

บริษัทฯ ได้เปิดตัวโมเดลธุรกิจใหม่ “MEGA PAINT Warehouse” ศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและบริการจาก ทีโอเอครบวงจร แบบ One Stop Service สอดคล้องต่อกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ ที่จะสร้างการเติบโตด้วยการใช้งานแบบครบวงจร (Total Solution) ซึ่งโมเดลธุรกิจนี้จะสร้าง Synergy ให้แก่ Product Line อื่น ๆ ของบริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นหนึ่งในช่องทางที่เป็น Inspiration ให้ลูกค้าได้เห็นสินค้าแล้วนำไปใช้ได้จะเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า (End User) รวมถึงยังเป็นช่องทางที่ช่วยลูกค้าผู้แทนจำหน่ายให้สามารถขายสินค้าได้

ในปี 2565 Mega Paint Warehouse ได้ดำเนินการขยายสาขาเพิ่มเติมเป็น 8 สาขา คือ

- |                                           |                                                 |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1) สาขาซีดีโฮมมาร์ท บางบอน กทม.           | 5) สาขาศรีบุญมา โฮมแคร์ ปทุมธานี                |
| 2) สาขาอมรชัยโฮมมาร์ท ห้วยแถลง นครราชสีมา | 6) สาขาเครโฮม ประเวศ กทม.                       |
| 3) สมาร์ทเพนท์ ตลิ่งชัน กทม.              | 7) สาขารุ่งถาวรคำไม้ ลาดกระบัง กทม.             |
| 4) สาขาพีเอ อลูมิเนียม แกลง ระยอง         | 8) สาขาเอกธนาพงศ์ฮาร์ดแวร์ 2007 กำแพงแสน นครปฐม |





## ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า TOA

### Thailand's Most Admired Brand โดยนิตยสารแบรนด์เอจ (BrandAge)



ผลงานวิจัยโครงการสำรวจความน่าเชื่อถือตราสินค้าที่โอเอ ประจำปี 2565 (2022 Thailand's Most Admired Brand) และรางวัลพิเศษ Innovation Brand Award 2022 โดยนิตยสารแบรนด์เอจร่วมกับอาจารย์มหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ ในการสำรวจแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถือในแต่ละหมวดสินค้า โดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 1,575 คนจากทั่วประเทศ ผลการศึกษาจากการวิจัยปรากฏว่า บริษัท เป็นผู้ผลิตสีทาอาคาร ภายใต้ตราสินค้า "ทีโอเอ" ที่ผู้บริโภคเชื่อถือและเลือกใช้มากที่สุดในประเทศไทย ได้อันดับที่ 1 ประจำปี 2565 คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 34.60% ในหมวดวัสดุก่อสร้าง กลุ่มสีทาภายในและสีทาภายนอก (ได้อันดับที่ 1 ถึง 11 ปีต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2555 - 2565) ประกอบด้วยตัวชี้วัดหรือปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าที่สำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1. ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation)
2. ความสามารถในการดำเนินธุรกิจ (Business Performance)
3. ภาพลักษณ์แบรนด์ของกิจการ (Corporate Image)
4. การบริหารการจัดการ (Management)
5. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate CSR)
6. การบริการที่ดี (Excellence Service)

### No.1 Brand Thailand โดยนิตยสารมาร์เก็ตเทียร์ (Marketeer)

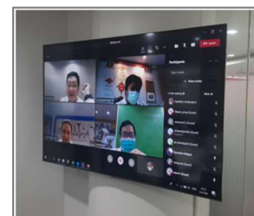
ผลงานวิจัยการสำรวจความนิยมของการบริโภคสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดทั่วประเทศ ประจำปี 2565 (No.1 Brand Thailand 2021 - 2022) โดยนิตยสารมาร์เก็ตเทียร์ ร่วมกับ บริษัท เคเดนซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีสำนักงานใหญ่ที่ประเทศอังกฤษ

ในการสำรวจแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจนเป็นแบรนด์มหาชนในแต่ละหมวดสินค้า โดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ ผลการศึกษาจากการวิจัยปรากฏว่า บริษัท เป็นผู้ผลิตสีทาอาคาร ภายใต้ตราสินค้า "ทีโอเอ" ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับและได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย ได้อันดับที่ 1 ในหมวดสีทาอาคาร (ได้อันดับที่ 1 ถึง 11 ปีต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2555 - 2565)

## 2. ลูกค้ากลุ่มผู้แทนจำหน่าย

### CRM Online Meeting

บริษัทฯ ได้มีการจัดประชุมออนไลน์ ทุกเดือนกับลูกค้ารายสำคัญหลัก ๆ (Key Accounts) ในแต่ละภูมิภาคเพื่อประชุมแผนงาน ผลการดำเนินงาน รับฟังความคิดเห็น ตลอดจน ปัญหา และอุปสรรคในการขาย เพื่อร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหา การเข้าใจสถานการณ์ ตลาด และกระตุ้นยอดขาย



### TOA Next

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมสื่อสารให้กับผู้แทนจำหน่ายร้านค้า ได้รับรู้ว่า เราให้ลูกค้ามากกว่าแค่ธุรกิจ ด้วยคอนเซ็ปต์และความหมายดังนี้

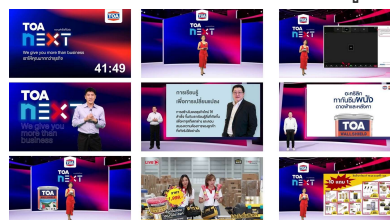
**N (New business model):** บริษัทฯ นำเสนอ new business models ทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ Mega Paint & Home Incosource และ Waterproof Solution Shop เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าทั้งผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็น Paint & Beyond โดยครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว เคมีก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง แผ่นยิปซัม กระเบื้อง และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานก่อสร้างหรือใช้ภายในบ้าน



**E (Excellence):** บริษัทฯ ยึดมั่นในการผลิตและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดที่ได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งในประเทศ และระดับสากล (International) เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่ดีที่สุด และมีความพึงพอใจสูงสุด

**X (Extraordinary):** การบริการทางด้านช่างมาตรฐาน TOA เรียกว่า WHO service ที่คุณมั่นใจคุณภาพได้ 100% ทุกท่านสามารถเข้ามาปรึกษาเพื่อทำสิ่งใหม่หรือแก้ปัญหา และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่โอเอ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ในทุกรูปแบบ ที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ครบจบในที่เดียว

**T (Technology):** การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ ทั้งด้านการผลิตสินค้า และการนำเทคโนโลยี Digital Transformation เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า ตอบโจทย์ Lifestyle ในปัจจุบัน บริษัทฯ มุ่งมั่นเป็นที่ 1 ในการเสนอสิ่งใหม่ให้กับตลาดและมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า



### ความพึงพอใจลูกค้ารายย่อย (Retail)

บริษัทฯ ได้จัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อย (Retail) เพื่อที่จะได้นำข้อมูลอันมีค่ากลับมาปรับปรุง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการให้บริการ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ในปี 2565 ผลการประเมินความพึงพอใจเฉลี่ยรวมเท่ากับ 91% ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 90% โดยมาจากด้านดังนี้

- (1) ด้านการบริการในภาพรวม คะแนนเฉลี่ย 89%
- (2) ภาพรวมในมุมมองของลูกค้าด้านการตลาด คะแนนเฉลี่ย 87%
- (3) ภาพรวมในมุมมองของลูกค้าช่องทางการจัดจำหน่าย คะแนน 87%

### 3. ลูกค้าโครงการ

**TOA ลงนามในความร่วมมือ (MOU) ร่วมกับ PREECHA เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างคุณภาพ เพื่อโครงการที่อยู่อาศัย**

นายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และนายฐนนท์ศรีธนเลิศฤทธิศิริกุล กรรมการบริหารและกรรมการผู้อำนวยการ บริษัท ปรีชากรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ลงนามในบันทึกข้อตกลงร่วมกัน เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าโครงการของ PREECHA ในการคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าโครงการปรีชา ราม 3 ราษฎร์พัฒนา และโครงการบ้านพักตากอากาศเขาใหญ่ - ปากช่อง ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และวัสดุก่อสร้างคุณภาพของแบรนด์ “TOA” ซึ่งเป็นแบรนด์สีเขียวอันดับ 1 ที่ครองใจผู้บริโภคมายาวนาน และได้สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคอยู่เสมอ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการแบบครบวงจร (Total Solution) อาทิ สีทาอาคาร เคมีภัณฑ์ก่อสร้าง ยิปซัมบอร์ด สีงานไม้ สีอุตสาหกรรมหนัก สีตกแต่งพิเศษ อีกทั้งขยายสายการผลิตภัณฑ์ใหม่ไปสู่กระเบื้องเซรามิกและพอร์ซเลนปูพื้น ปูผนังอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อต่อยอดการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ ที่เป็นมากกว่าสี (Growing Beyond Colors) และพร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย ร่วมกับบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำต่อไป



**TOA จับมือพันธมิตรต้อนรับ Pride Month ส่งเจตคติที่หลากหลาย สร้างสรรค์ทางม้าลายสีรุ้งแห่งแรกในประเทศไทย**

บริษัทฯ ร่วมต้อนรับ Pride Month เดือนแห่งความภาคภูมิใจของความหลากหลายทางเพศ และเป็นส่วนหนึ่งในการแสดงความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมสิทธิมนุษยชน คู่มิตรและพิทักษ์สิทธิทางเพศ ให้เกิดความเท่าเทียมและเป็นธรรม พร้อมตอบรับเข้าร่วม แคมเปญ Samyan Mittr Pride 100% Love เพราะความรักมีหลากหลาย จัดโดย ศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์ และ สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) โดยบริษัทฯ ได้สนับสนุนผลิตภัณฑ์สี หลากหลายเจตคติ เพื่อสร้างสรรค์ทางม้าลายสีรุ้งแห่งแรกในประเทศไทย (Pride Crosswalk) ณ บริเวณซอยจupa 42 ระหว่างศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์ และคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพื่อสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ให้ก้าวเดินอย่างภาคภูมิใจ ก้าวข้ามความแตกต่าง เพื่อการยอมรับซึ่งกันและกัน โดยเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อ 1 มิถุนายน 2565 เพื่อต้อนรับเดือนแห่งการรณรงค์ความเท่าเทียมทุกความต่างของสังคม โดยมี นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นางสาวธีรพันธ์ กรศรีทิพา รองกรรมการผู้จัดการสายงานพัฒนาธุรกิจรีเทล เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้คอมเมอร์เชียล (ประเทศไทย) นายวรพงศ์ สุขธีรอนันต์ชัย ผู้อำนวยการสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และนายันทพล บุญเหลือ ผู้อำนวยการสายงานการตลาด บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมงาน



#### 1.4 การบริหารห่วงโซ่อุปทานและบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า

การขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนนั้นไม่ควรมุ่งสร้างเฉพาะเพื่อผลกำไรเท่านั้น แต่ควรต้องแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียผ่านการมีส่วนร่วมและการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย นอกเหนือจากการจ่ายเงินปันผลเพื่อประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นแล้ว บริษัทฯ ยังเน้นการตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานและแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ อาทิ การชำระค่าภาษีหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้แก่ภาครัฐ หรือหน่วยงานท้องถิ่นอย่างครบถ้วน การสนับสนุนและพัฒนาชุมชนโดยรอบพื้นที่ปฏิบัติงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน และประเทศที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ได้รับ
การแบ่งปันสู่คู่ค้าธุรกิจ	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
การลงทุนด้านบุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> <li>เงินเดือน ค่าจ้าง และสวัสดิการ</li> <li>เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ</li> <li>การพัฒนาพนักงาน</li> </ul>
การกระจายมูลค่าสู่ผู้ถือหุ้น	เงินปันผล
สถาบันการเงิน	ดอกเบี้ยจ่าย และค่าใช้จ่ายด้านการเงิน
ภาครัฐ	ภาษีเงินได้นิติบุคคล
การลงทุนด้านชุมชนและสังคม	การพัฒนาชุมชนและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

## ผลการดำเนินงานด้านการกำหนดผลตอบแทนและการเติบโตขององค์กรให้เหมาะสม

หน่วย: ล้านบาท

รายการ	งบการเงินรวม		
	2565	2564	2563
<b>มูลค่าทางเศรษฐกิจที่สร้างขึ้น</b>			
ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร	12,421.1	11,078.0	10,774.3
ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	7,400.2	5,938.3	5,185.2
ผลิตภัณฑ์อื่น <sup>(1)</sup>	828.1	554.2	336.5
รวมรายได้จากการขาย	20,649.4	17,570.5	16,296.0
กำไรก่อนภาษีเงินได้	1,887.40	2,454.3	2,595.2
กำไรสำหรับปี	1,434.80	1,926.3	2,024.7
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.70	0.96	1.00
<b>มูลค่าทางเศรษฐกิจที่แจกจ่าย</b>			
ค่าดำเนินงาน <sup>(2)</sup>	15,021.4	12,121.1	10,790.5
ค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน	2,955.5	2,602.2	2,448.9
เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น	907.5	1,161.2	1,095.7
ดอกเบี้ยและค่าใช้จ่ายทางการเงินให้แก่ผู้กู้ยืม	38.2	34.8	38.8
ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล <sup>(3)</sup>	452.6	528.0	570.5
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ เพื่อพัฒนาและสนับสนุนด้านสังคม และชุมชน	90.1	100.6	129.7

หมายเหตุ : (1) “ผลิตภัณฑ์อื่น” ประกอบด้วยการขายผลิตภัณฑ์บางประเภทให้แก่บริษัทที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ เช่น วัสดุติบ และ วัสดุติบกึ่งสำเร็จรูป

(2) “ค่าดำเนินงาน” ประกอบด้วย ต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร หักด้วยค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

(3) “ภาษีที่จ่ายให้แก่รัฐบาล” เฉพาะภาษีเงินได้นิติบุคคล

ทั้งนี้ รายละเอียดผลการดำเนินงานด้านการกำหนดผลตอบแทนและการเติบโตขององค์กรให้เหมาะสมของบริษัทฯ ระบุในรายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One Report) ในส่วนที่ 3 งบการเงิน หมวด 9.1 ตารางสรุปงบการเงินรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

### 1.4.1 การบริหารจัดการลูกค้า

ผู้จัดการหน่วยวัสดุติบหรือลูกค้า ถือเป็นผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ โดยมีความหลากหลายตามลักษณะของสินค้าและบริการซึ่งจะเข้ามาสนับสนุนด้านการจัดหาวัสดุติบสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจให้เพียงพอต่อความต้องการของบริษัทฯ ดังนั้น คู่ค้าดังกล่าวจึงถือว่าเป็นกลไกที่สำคัญที่จะทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จและดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและสร้างความพอใจอย่างสูงสุดให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ตลอดระยะเวลากว่า 58 ปี บนเส้นทางสู่การเป็นผู้นำสีทาอาคารของบริษัทฯ นั้น คู่ค้าเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญซึ่งได้แลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมระหว่างกัน ซึ่งช่วยทำให้บริษัทฯ ประสบสำเร็จและเจริญเติบโตไปพร้อมกัน



ในการที่จะดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าและบริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ โดยการพัฒนาคู่ค้าให้สามารถเติบโตและขยายผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ไปพร้อมกับการเติบโตของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีการกำหนดมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากคู่ค้า ที่อาจส่งผลกระทบต่อเนื่องในการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ปัจจัยความเสี่ยง	ผลกระทบ	วิธีการจัดการ
การผิดนัดส่งมอบสินค้าและบริการ	ด้านเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีการทำสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างกันที่ชัดเจน ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ</li> <li>กำหนดให้คู่ค้าเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดจากการทำผิดสัญญา รวมถึงค่าใช้จ่ายหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการส่งมอบงานล่าช้า ไม่ตรงตามสัญญาหรือใบสั่งซื้อ</li> </ul>
ความน่าเชื่อถือของคู่ค้า	ด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>เอกสารทะเบียนการค้า หนังสือรับรองบริษัท เอกสารด้านภาษี เอกสารการรับรองสินค้า การรับรองมาตรฐานและการปฏิบัติตามสิ่งแวดล้อม</li> <li>เอกสารแสดงผลงานของคู่ค้า</li> <li>การตรวจสอบประวัติการทำงานจากลูกค้าเดิมของคู่ค้า</li> <li>การเข้าสังเกตการณ์กระบวนการผลิตหรือโรงงานของคู่ค้า</li> </ul>
ความโปร่งใสของการกำหนดราคา	ด้านเศรษฐกิจ และธรรมาภิบาล	<ul style="list-style-type: none"> <li>แบบประเมินคุณสมบัติของคู่ค้าซึ่งคู่ค้าต้องเปิดเผยข้อมูลที่เป็นจริง</li> <li>ตรวจสอบรายชื่อของผู้บริหารและกรรมการบริษัทของคู่ค้าที่เข้าร่วมเสนอราคา</li> <li>มีการเปรียบเทียบราคา ด้วยคุณสมบัติ (Spec) สินค้าเดียวกันเพื่อให้สามารถเปรียบเทียบราคากันได้ ในกรณีของงานก่อสร้างจะมีการประเมินคะแนนทางเทคนิคควบคู่</li> </ul>
ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	ด้านสังคม และเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>คัดเลือกคู่ค้าที่ให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงานของพนักงาน เช่น ได้รับมาตรฐานการรับรองจากหน่วยงานต่างๆ</li> </ul>
การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ	ด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีการกำหนดในสัญญาให้คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมถึงกฎหมายด้านแรงงาน สิทธิมนุษยชน ทรัพย์สินทางปัญญา การทุจริตคอร์รัปชัน</li> </ul>

#### 1.4.2 การจัดซื้อจัดจ้าง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า บริการ และราคา จึงมีหลักเกณฑ์การบริหารจัดการคู่ค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด มีกระบวนการคัดเลือก ประเมิน และตรวจสอบคู่ค้าอย่างยุติธรรมและโปร่งใส รวมทั้งปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความมั่นคงทางธุรกิจและความน่าเชื่อถือของคู่ค้า ใช้สินค้าและบริการที่มีลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้าถูกต้อง และไม่สนับสนุนสินค้าหรือการกระทำที่เป็นการละเมิดกฎหมายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี โดยมีการจัดบัญชีคู่ค้า (Vendor List) เพื่อคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพที่จะร่วมทำธุรกิจกับบริษัทฯ และมีการติดตาม ประเมินผลงานทางด้านความพร้อมของสินค้าและบริการ การขนส่ง มาตรฐานอุตสาหกรรมรวมถึงด้านอาชีวอนามัย สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจในการจัดซื้อจัดหาและ



การปฏิบัติต่อลูกค้า ซึ่งลูกค้าที่บริษัท จะทำการจัดซื้อจัดหาด้วยจะต้องมีแนวปฏิบัติของผู้ผลิต/จัดหาสินค้า วัตถุดิบและบริการสรุปได้ดังนี้

หัวข้อ	จรรยาบรรณธุรกิจต่อลูกค้า
สิทธิมนุษยชนและแรงงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เคารพต่อสิทธิมนุษยชนและมีกรปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมตามมาตรฐานสากลและกฎหมาย</li> <li>- ดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการใช้แรงงานบังคับ และจะต้องไม่มีการใช้แรงงานที่ไม่สมัครใจ</li> <li>- ดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการใช้แรงงานเด็ก และต้องปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานเด็กหรือเยาวชนที่บังคับใช้</li> <li>- ดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการเลือกปฏิบัติในการจ้างงานด้วยเงื่อนไขของเชื้อชาติ สีผิว เพศ ศาสนา อายุ ความพิการ ฯลฯ</li> </ul>
ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความรับผิดชอบและมุ่งมั่นในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>- ปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมที่บังคับใช้อย่างเคร่งครัด</li> <li>- ต้องมั่นใจว่ามีการติดตั้งระบบกำจัดและจัดการของเสีย การปล่อยมลพิษทางอากาศ และการระบายน้ำทิ้งที่เหมาะสมปลอดภัย และมีการตรวจสอบคุณภาพอยู่เสมอ</li> <li>- ผู้ผลิต ผู้จัดหาสินค้าหรือวัตถุดิบและบริการ จะต้องจัดหาสถานที่ ทำงานที่ปลอดภัยและมีสุขอนามัยให้แก่พนักงาน รวมถึงจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้แก่พนักงานอย่างเพียงพอและเหมาะสม</li> </ul>
จริยธรรมและการปฏิบัติตามกฎหมาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ดำเนินธุรกิจด้วยคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด</li> <li>- ดำเนินธุรกิจโดยปราศจากการให้สินบนในทุกรูปแบบ</li> <li>- ดำเนินธุรกิจด้วยการแข่งขันอย่างเป็นธรรม</li> <li>- มีการจัดการบันทึกทางธุรกิจและบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจอย่างถูกต้องและครบถ้วน พร้อมทั้งจะจัดส่งให้ตรวจสอบเมื่อมีการร้องขอ</li> <li>- ต้องปกป้องข้อมูลความลับของบริษัท</li> <li>- ต้องจัดหาสถานที่ ทำงานที่ปลอดภัยและมีสุขอนามัยให้แก่พนักงาน รวมถึงจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้แก่พนักงานอย่างเพียงพอและเหมาะสม</li> </ul>
พนักงานของบริษัท ต้องยึดหลักความรับผิดชอบต่อจริยธรรมหรือจรรยาบรรณวิชาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องคำนึงถึงความต้องการ ความคุ้มค่า ราคาและคุณภาพ ดำเนินการอย่างโปร่งใสให้ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ถูกต้อง ไม่มีอคติ ไม่เลือกปฏิบัติต่อลูกค้า สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างลูกค้า</li> <li>- ในการติดต่อลูกค้าให้ผู้ติดต่อเก็บเอกสารหลักฐาน การเจรจา การร่างสัญญา การทำสัญญาและการปฏิบัติตามสัญญาไว้เป็นหลักฐานเพื่อใช้ตามระยะเวลาที่กำหนด</li> <li>- ต้องผ่านขั้นตอนตามระเบียบวิธีจัดหา และกระบวนการสรรหาจากหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างเคร่งครัดโดยให้สอดคล้องกับอำนาจดำเนินการ</li> <li>- ไม่เข้าไปเกี่ยวข้องในการจัดซื้อ จัดหากับคู่สัญญาที่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง เช่น เป็นครอบครัวญาติสนิทหรือที่ตนเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน</li> <li>- ไม่ใช้ข้อมูลที่ได้ทราบอันเนื่องจากการจัดหาเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือผู้อื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง</li> <li>- การจัดหาให้พิจารณาเลือกนิติบุคคลเป็นอันดับแรก โดยหลีกเลี่ยงการจัดหากับบุคคลธรรมดา เว้นแต่เป็นกรณีที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเฉพาะบุคคล หรือเพื่อประโยชน์ในการดำเนินการใด ๆ ของบริษัท</li> </ul>

### 1) การคัดเลือกคู่ค้า

ในการที่จะคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ฝ่ายวิจัยและพัฒนา (R&D) และฝ่ายจัดซื้อจะร่วมกันดำเนินการตามระเบียบปฏิบัติงานการคัดเลือกและประเมินงานผู้ส่งมอบ ด้านคุณภาพ ความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม ความน่าเชื่อถือ ระบบมาตรฐานต่าง ๆ ความพร้อมของการบริการ การขนส่ง บริษัท ที่ถูกคัดเลือก จะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นคู่ค้าของบริษัท

### 2) การบริหารจัดการกลุ่มคู่ค้ารายสำคัญ

บริษัท ได้ทำการระบุกลุ่มคู่ค้ารายสำคัญจะแยกกลุ่มคู่ค้าเป็นกลุ่มที่มีปริมาณการสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก หรือใช้ในการผลิตคราวละมาก ๆ กลุ่มคู่ค้าที่มีนัยสำคัญทางธุรกิจที่เฉพาะเจาะจง เป็นตัวแทนจำหน่ายรายเดียว หรือน้อยราย หรือสินค้านั้นไม่มีสินค้าทดแทนได้ หากบริษัท ไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพในปริมาณตามที่บริษัท ต้องการได้ อาจทำให้ปริมาณ และหรือคุณภาพในการผลิตสินค้าลดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัท เพื่อให้บริหารจัดการจัดหาวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ

### 3) การตรวจติดตามประเมินผล

บริษัท ได้กำหนดแนวทางในการตรวจติดตามคู่ค้า ประกอบด้วยฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายควบคุมคุณภาพ และฝ่ายผลิตหรือฝ่ายวิศวกรรมกระบวนการ ซึ่งอาจกำหนดเพิ่มเติมตามหัวข้อที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายความปลอดภัย ฝ่ายซ่อมบำรุง ฝ่ายบัญชี ฯลฯ ประเมินผลงานและรายงานผลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบพร้อมทั้งจุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุง เพื่อวิเคราะห์สาเหตุ มาตรการแก้ไข และมาตรการป้องกัน

### 4) การทบทวนฐานข้อมูลบัญชีคู่ค้า (Vendor List)

บริษัท มีการทบทวนอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง เพื่อตรวจสอบคู่ค้าที่ไม่มีการทำธุรกรรมใดๆ นานเกิน 5 ปี หรือคู่ค้าที่ไม่มีคุณภาพ ฝ่ายจัดซื้อพิจารณาดำเนินการระงับการใช้งาน Vendor Code ในระบบที่เกี่ยวข้อง

## ผลการดำเนินงาน

ในปี 2565 บริษัท ได้ประเมินตรวจสอบผลงานและสรุปการประเมินผลคู่ค้า ดำเนินการตรวจประเมินไปแล้วจำนวน 226 ราย จากทั้งหมด 348 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.94 ของคู่ค้าทั้งหมด ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 50 โดยฝ่ายจัดซื้อได้ทำการแจ้งผลการประเมินให้คู่ค้าทุกรายรับทราบเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาให้ผลงานดีขึ้นต่อไป และมีคู่ค้ารายใหม่เพิ่มจากปี 2564 จำนวนทั้งสิ้น 7 ราย ทั้งนี้ คู่ค้าใหม่ได้รับการคัดกรองและผ่านเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 100 นอกจากนี้ บริษัท อยู่ระหว่างการดำเนินการทบทวนจรรยาบรรณธุรกิจในการจัดซื้อจัดหาและการปฏิบัติต่อคู่ค้า เพื่อให้ครอบคลุมและเป็นไปตามกฎหมาย และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท รวมทั้งการให้คู่ค้าลงนามรับทราบต่อไป

## ด้านการดูแลสังคม

บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย ด้วยโครงการต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม

### ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

#### 2.1 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การสร้างแรงจูงใจ การรักษาบุคลากร และการสร้างทุนมนุษย์

ไม่มีข้อพิพาทด้าน  
แรงงานที่มีนัยสำคัญ



จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย  
ต่อคน 7.12 ชั่วโมง

ความผูกพันของพนักงาน  
ที่มีต่อองค์กร = 80%



#### 2.2 การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยอาชีวอนามัย



ไม่มีข้อร้องเรียนด้านสิทธิ  
มนุษยชนที่สำคัญ



อัตราการบาดเจ็บ TRIR  
= 0.22 และ LTIR = 0.09

อัตราการจ้างงานคน  
พิการหรือสนับสนุนคน  
พิการตามที่กฎหมาย  
กำหนด 100 %



#### 2.3 การสนับสนุนเรื่องการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนและสังคม



ชุมชนในท้องถิ่นที่ได้รับประโยชน์  
จากกิจกรรมพัฒนาและช่วยเหลือ  
สังคมอย่างยั่งยืน 66.67%



ไม่มีข้อร้องเรียน  
จากชุมชนที่มี  
นัยสำคัญ



87.46% พึงพอใจใน  
การโครงการด้าน  
พัฒนาชุมชนและ  
สังคม

### 2.1 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การสร้างแรงจูงใจ การรักษาบุคลากร และการสร้างทุนมนุษย์

#### 2.1.1 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม มีนโยบายที่ให้พนักงานทุกคนอยู่ร่วมกันภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความสุข ยอมรับซึ่งกันและกัน และมีการปฏิบัติต่อพนักงานทุกระดับอย่างเป็นธรรม ไม่มีการ

เอาวัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน รวมถึงการให้โอกาสที่เท่าเทียมกัน เช่น การพัฒนาความสามารถ การเจริญเติบโตตามสายอาชีพ ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ เพื่อให้พนักงานที่หลากหลายและแตกต่างกันสามารถปฏิบัติงานร่วมกันได้

	เป้าหมาย		ผลการดำเนินงาน			
	2565	2565	2564	2563	2562	2561
จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่มีนัยสำคัญ (ครั้ง)	0	0	0	0	0	0

- รางวัลด้านแรงงานสัมพันธ์

เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2565 บริษัทฯ ได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2565 ระดับประเทศต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 ทั้งโรงงานบางนาและโรงงานลำโพง จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน



ข้อมูลแนวทางการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ในปี 2565 อ้างอิงไปยังรายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One report) หมวดที่ 7.1 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

### 2.1.2 การสรรหาพนักงาน

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดูแลบุคลากรในทุกชั้นตอน เริ่มตั้งแต่การสรรหาผู้ที่สนใจสมัครงานกับบริษัทฯ ที่มีความรู้ความสามารถ และอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ ผ่านการจัดทำนโยบายการจ้างงานและการคัดเลือกพนักงานที่เหมาะสม บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของความก้าวหน้าในสายอาชีพ มุ่งส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้เติบโตเคียงคู่องค์กรอย่างยั่งยืน รวมทั้งได้นำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ มาใช้ในยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อมูลผู้สมัคร เพื่อตอบสนองต่อการสรรหาบุคลากรจากทั้งภายในและภายนอกในระยะเวลาที่เหมาะสม และมีกระบวนการคัดเลือกบุคลากรซึ่งสามารถทดสอบหรือวัดผลได้ ทั้งนี้ผู้ที่ได้รับการเลือกสรรจะสามารถปฏิบัติงานได้ดีกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการเลือกสรร ซึ่งนำมาสู่การได้บุคลากรที่มีคุณภาพ คุณสมบัติที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน และตรงกับสายงานตอบสนองและรองรับการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมอัตรากำลัง สำหรับภารกิจปัจจุบันและบริบทที่เปลี่ยนไปในอนาคตโดยกำหนดแนวทางและวางแผนกลยุทธ์ในการสรรหาบุคลากรเชิงรุก ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างฐานข้อมูล เพื่อเพิ่มจำนวนของผู้สมัครที่มีคุณสมบัติสูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรองรับสำหรับการบรรจุตำแหน่งสำคัญๆ และตำแหน่งที่ทำการสรรหาทดแทน รวมทั้งกำหนดวางแผนกลยุทธ์และกิจกรรมสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการสรรหาเชิงรุกทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ของสังคมให้เข้ามาสมัครงาน

นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้จัดทำติดตามและประเมินผลการสรรหาและเลือกสรร เพื่อเป็นการวัดประสิทธิภาพของระบบการสรรหาและเลือกสรรให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

### 2.1.3 การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

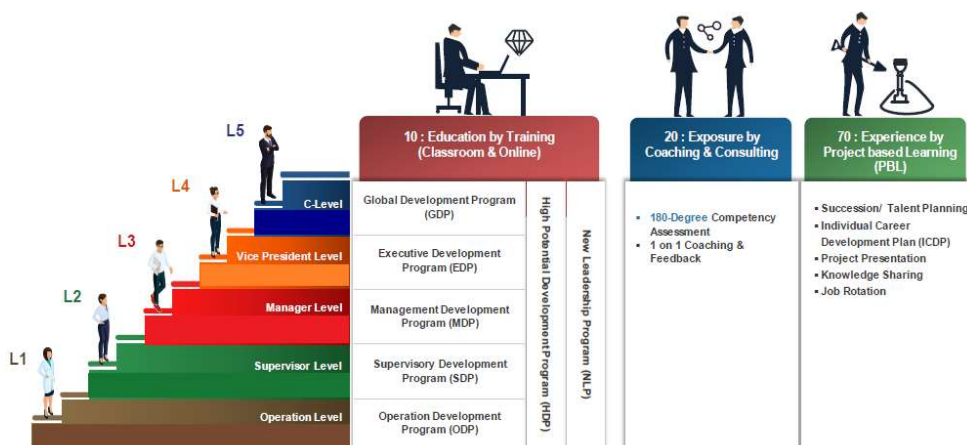
บริษัทฯ มีการวางแผนการพัฒนาบุคลากรตามสายอาชีพ (Individual Career Development Plan: ICDP โดยมีแนวทางการพัฒนาบนหลักการ 70:20:10 คือ การเรียนรู้และพัฒนาจากการลงมือทำ ได้ทดลองทำ โดยเรียนรู้ผ่านประสบการณ์และการทำงานจริง (Experience) ร้อยละ 70 และการเรียนรู้และพัฒนาจากบุคคลอื่น ๆ ซึ่งก็คือ การโค้ช (Coaching) การได้รับคำติชมหรือการแนะนำ (Feedback) จากหัวหน้าของตนเอง หรือจากบุคคลที่เกี่ยวข้องในการทำงาน (Exposure) ร้อยละ 20 และสุดท้ายร้อยละ 10 คือการได้รับความรู้และทักษะจากการอบรม (Education)

บริษัทฯ จัดทำระบบการบริหารสายอาชีพ (Career Management) ซึ่งเป็นระบบที่วางแผนพัฒนาพนักงานให้มีศักยภาพ ความสามารถ และความก้าวหน้าในสายอาชีพ โดยระดับพนักงานจะได้รับการดูแลโดยสายงานทรัพยากรบุคคล ระดับผู้บริหารจะได้รับการดูแลโดยคณะกรรมการบริหาร ที่ปรึกษา และสายงานทรัพยากรบุคคล โดยร่วมกันจัดทำแผนการพัฒนาบุคลากร เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของพนักงานให้ก้าวหน้าในสายอาชีพต่อไป

บริษัทฯ ดำเนินการวิเคราะห์ความต้องการขององค์กรในรอบระยะเวลา 5 ปี และคัดเลือกพนักงานที่มีศักยภาพสูง โดยจัดทำแผนพัฒนาบุคลากร และกำหนดตำแหน่งเป้าหมาย เพื่อสร้างความพร้อมก่อนขึ้นดำรงตำแหน่งที่สำคัญ นอกจากนี้ยังได้มอบทุนการศึกษาแก่พนักงานที่มีความสนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาที่ตรงตามทิศทางขององค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพพนักงานทุกระดับ โดยส่งเสริมการพัฒนาภาวะผู้นำ และการเรียนรู้ของพนักงานผ่าน Leadership Competency Development Program ซึ่งเน้นการสร้างผู้นำทุกระดับ และการพัฒนาบุคลากรให้มีความรอบรู้ในเชิงธุรกิจ รวมทั้งพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ในสายอาชีพและการเพิ่มขีดสมรรถนะความสามารถ โดยผ่านหลักสูตรทั้ง Functional และ Soft Skills เพื่อรองรับธุรกิจขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต ควบคู่กับการวางแผน ICDP ซึ่งเป็นเครื่องมือสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

- โปรแกรมการพัฒนาสมรรถนะผู้นำ บนแนวคิด 70:20:10



- **การประเมินผลการปฏิบัติงาน**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารที่มุ่งเน้นผลงานและผลสัมฤทธิ์ของงานของผู้ปฏิบัติงานเป็นหลัก (Performance based Management) โดยผ่านการกำหนดตัวชี้วัดผลงานรายบุคคล (Key Performance Indicator : KPIs) ซึ่งเป็นนวัตกรรมทางสังคมที่ส่งเสริมให้พนักงานคิดค้นและพัฒนาระบบการทำงานของตนเองให้ออกกรอบจากการทำงานแบบเดิมเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ จนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งเป็นประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและธุรกิจ (Operational Excellence & Organizational Efficiency) ประกอบด้วยตัวชี้วัดหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) Corporate Performance 2) BU Performance และ 3) Individual Performance โดยสัดส่วนแบ่งไปตามระดับของพนักงานตามความเหมาะสม

ซึ่งบริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดการทำงาน การตั้งวัตถุประสงค์ (Smart Objectives) การพัฒนาตนเอง (Personal Development) การกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของตนเองร่วมกับทีมงานในฝ่าย รวมทั้งสอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้สื่อสารเป้าหมายและกลยุทธ์องค์กร พร้อมการชี้แจงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน ประจำปี 2565 ให้แก่พนักงานรับทราบและเข้าใจเป้าหมายของบริษัทฯ ร่วมกัน และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

- **ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล**

บริษัทฯ ดำเนินการใช้โปรแกรมบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล (HR Cloud) ประกอบด้วย 7 Modules คือ 1) Employee Central 2) Recruiting Management 3) Recruiting Marketing 4) Goal & Performance Management 5) Compensation Management 6) Succession & Career Development Planning และ 7) Learning Management

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ลดความซ้ำซ้อนในการทำงานและสามารถประสาน (Integrate) ข้อมูลด้านทรัพยากรบุคคลของทั้งกลุ่มบริษัท การบริหารบุคคลในตำแหน่งงานที่สำคัญ สามารถดูรายงานเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนการบริหารทรัพยากรบุคคลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำมากขึ้น เพื่อรองรับความท้าทาย การเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ จนถึงวันที่ผู้บริหารทุกคนก้าวสู่การเป็น People Manager อีกทั้งได้แต่งตั้ง Human Capital Management Program Steering Committee

เพื่อการบริหารจัดการในเรื่องดังกล่าว เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเริ่มเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2565 และได้จัดตั้งคณะทำงาน Change Agent เพื่อการช่วยเหลือพนักงานในการใช้โปรแกรม HR Cloud รวมถึงสื่อสารและประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานในองค์กร ผ่านการจัดกิจกรรม HR Cloud Road Show กับหน่วยงานต่าง ๆ



## 2.1.4 ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร (Core Values and Corporate Culture)

สร้างความรู้ ความเข้าใจ ความผูกพัน และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เสริมสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันผ่านค่านิยม "ทีโอเอ ดีเอ็นเอ" รวมถึงกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างต่อเนื่องให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมตามค่านิยมองค์กรซึ่งถือเป็นมาตรฐานในการบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กร



## 1) นโยบายและสารจากผู้บริหารเกี่ยวกับค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร “ทีโอเอ ดีเอ็นเอ”

บริษัทฯ มุ่งปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมตามค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร หรือ ทีโอเอ ดีเอ็นเอ (TOA DNA) ในการทำงานเพื่อสนับสนุนให้บรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กร โดย นายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้กล่าวไว้ว่า “TOA DNA คือ พฤติกรรมที่บริษัทฯ ต้องการให้พนักงานทุกคนมีซึ่งเปรียบเสมือนเป็นเป้าหมายรวม ให้คนที่มาจากหลากหลายหน่วยงาน แต่มีพฤติกรรมการทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน” ทั้งนี้ ทีโอเอ ดีเอ็นเอ ประกอบด้วย 5 พฤติกรรมหลัก ดังนี้



TOA DNA	ค่านิยมวัฒนธรรมองค์กร
<p><b>Customer ลูกค้าสำคัญเสมอ</b></p> <p>มุ่งมั่นที่จะตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าทั้งภายในและภายนอก รับข้อมูลจากลูกค้าเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยความใส่ใจ รวมถึงการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าโดยได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และทันเวลา</li> <li>- พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามข้อเสนอแนะของลูกค้า</li> <li>- รับมือกับลูกค้าที่มีความต้องการที่หลากหลายได้อย่างราบรื่น</li> <li>- รับฟังและตอบสนองต่อข้อคิดเห็นของลูกค้า</li> <li>- ปรับปรุงและพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการลูกค้า</li> </ul>
<p><b>Change เปลี่ยนเพื่อวันพรุ่งนี้</b></p> <p>นำเสนอแนวคิดใหม่หรือไอเดียที่ไม่เคยมีมาก่อน และสามารถเชื่อมโยงสิ่งที่คิดหรือระดมสมองร่วมกันกับทีมงานให้ออกมาเป็นรูปธรรมเพื่อให้ปฏิบัติได้จริงพร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มและวัดผลลัพธ์ได้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อสารความคิดหรือไอเดียออกมาด้วยคำพูด ภาพ หรือเรื่องราว</li> <li>- สร้างความชัดเจนของสิ่งที่จะทำและรับมือกับอุปสรรคหรือความคลุมเครือ</li> <li>- กล้าเสี่ยงที่จะทดลองทำความคิดหรือไอเดียใหม่ให้เกิดขึ้นจริง</li> <li>- ใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลายเพื่อเชื่อมโยงความคิดหรือไอเดีย</li> <li>- ทดลองทำ ลองผิด-ลองถูก และเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น</li> </ul>
<p><b>Passion รักในการเรียนรู้</b></p> <p>มุ่งมั่นที่จะปรับปรุงและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยเข้าใจถึงสถานการณ์และบริบทที่เปลี่ยนแปลง มีความพร้อมที่จะยกระดับและเพิ่มทักษะให้ทำงานได้หลากหลาย รวมทั้งการนำจุดแข็งมาใช้ในการทำงานและพัฒนาจุดอ่อนด้วยการทำงานเช่นกัน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งใจทำงานเพื่อพัฒนาตนเองและลดข้อจำกัด</li> <li>- ตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนหรือข้อจำกัดของตนเอง</li> <li>- หาวิธีรับข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพื่อการพัฒนาตนเอง</li> <li>- แสดงออกถึงแรงจูงใจในการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง</li> <li>- เปิดรับการพัฒนาตนเองหรือการเติบโตในอาชีพด้วยวิธีที่หลากหลาย</li> </ul>
<p><b>Expertise เสนอความเชี่ยวชาญ</b></p> <p>มีความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบอย่างมืออาชีพพร้อมทั้งประสบความสำเร็จ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างความสมดุลระหว่างความรู้ทางเทคนิคและทักษะอื่น</li> <li>- ใฝ่ใจและพยายามเรียนรู้การทำงานอย่างมืออาชีพ</li> <li>- กระตือรือร้นที่จะเรียนรู้งานเพิ่มและเสริมทักษะใหม่</li> <li>- แบ่งเวลาเพื่อศึกษาหาความรู้ใหม่มาใช้ในการทำงาน</li> <li>- นำความรู้ความเชี่ยวชาญในงานมาสอนหรือแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นได้</li> </ul>

TOA DNA	ค่านิยมวัฒนธรรมองค์กร
<p><b>Execution to Excellence คิดและทำเป็นเลิศ</b></p> <p>ทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายหรือเกินความหวัง มีความพยายามผลักดันตนเองให้ขับเคลื่อนผลงานได้อย่างผู้มีศักยภาพสูง รวมทั้งการสร้างความร่วมมือกับผู้อื่นเพื่อไปยังผลลัพธ์ที่ตั้งไว้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้กลยุทธ์และวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้งานสำเร็จ</li> <li>- สร้างผลงานที่มีมาตรฐานสูงภายใต้กรอบเวลาและทรัพยากรที่จำกัด</li> <li>- มุ่งมั่นในการขับเคลื่อนผลงานให้บรรลุเป้าหมาย</li> <li>- มีความพยายามและก้าวผ่านอุปสรรคของการทำงานได้สำเร็จ</li> <li>- ทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อขับเคลื่อนผลงานได้</li> </ul>

## 2) ส่งเสริมการเรียนรู้ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร “ทีโอเอ ดีเอ็นเอ” อย่างเป็นรูปธรรม

เพื่อให้วัฒนธรรมองค์กร “TOA DNA” ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ มีการวางแผนดำเนินการอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่กระบวนการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ (Orientation) การทบทวนความรู้สำหรับพนักงาน (Re-fresh) ไปจนถึงกระบวนการประเมินระดับความสอดคล้องพฤติกรรมพนักงานกับวัฒนธรรมองค์กร (Culture Assessment) และการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Behavior Achievement) โดยมีคณะผู้บริหารและฝ่ายพัฒนาองค์กร ร่วมกันขับเคลื่อนการดำเนินงานผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ตลอดจนการแปลเป็นภาษาท้องถิ่นในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนจะเข้าถึงค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร “TOA DNA” อย่างแท้จริง



### 2.1.5 การฝึกอบรมประจำปี

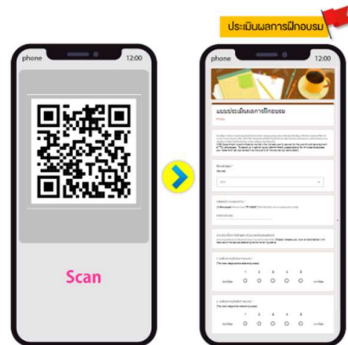
บริษัทฯ จะมีการสำรวจความจำเป็นในการฝึกอบรม (Training Needs Survey) เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการฝึกอบรมประจำปีของบริษัทฯ โดยมีขอบเขต คือ เพื่อค้นหาความจำเป็นในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร วิเคราะห์หาช่องว่าง (Gap Analysis) ระหว่างความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการทำงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของพนักงานกับที่องค์กรคาดหวัง เพื่อให้การทำงานตามตำแหน่งงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ แบ่งออกเป็น 3 หมวด ดังนี้

- (1) หมวดที่มีความจำเป็นในองค์กร (Core Competency Course) หลักสูตรที่มีความจำเป็นในองค์กรที่ทุกคนต้องทราบ เพื่อเป็นพื้นฐานที่จะนำองค์กรไปสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้
- (2) หมวดที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ (Leadership Competency Course) หลักสูตรที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการที่จำเป็นสำหรับผู้ที่มีหน้าที่ในระดับจัดการ
- (3) หมวดที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่โดยตรง (Functional Competency Course) หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่โดยตรง เป็นหลักสูตรเฉพาะด้าน สำหรับตำแหน่งงานนั้น ๆ

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้จัดหลักสูตรการอบรมภายใน 30 หลักสูตร จำนวน 76 รุ่น และส่งพนักงานไปฝึกอบรมกับสถาบันภายนอกจำนวน 67 หลักสูตร จำนวน 67 รุ่น รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 143 รุ่น ซึ่งครอบคลุมพนักงานระดับปฏิบัติการ ระดับบังคับบัญชา และระดับจัดการ โดยมีจำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 7.12 ชั่วโมง

### 1) การประเมินความพึงพอใจของพนักงานหลังการฝึกอบรม เป้าหมาย 90%

บริษัทฯ มีการประเมินความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของพนักงานภายหลังจากการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพิจารณาคัดเลือกหลักสูตร และปรับปรุงการจัดฝึกอบรมต่อไป โดยในปี 2565 ได้รับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยร้อยละ 92.81%



### 2) สรุปการฝึกอบรมของพนักงาน

เปรียบเทียบจำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของพนักงานระดับปฏิบัติการ ระดับบังคับบัญชา และระดับจัดการ ระหว่างปี 2562 - 2565

รายการ	2562	2563	2564	2565
รวมชั่วโมงการฝึกอบรมของแต่ละปี	19,570	24,331	19,968	22,658
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของระดับจัดการ (M1-M9) / คน / ปี	18.55	25.31	12.00	25.48
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของระดับบังคับบัญชา (S1-S2) / คน / ปี	15.63	18.12	12.07	13.19
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมของระดับปฏิบัติการ (O1-O4) / คน / ปี	2.03	2.38	4.00	3.32

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมทั้งรูปแบบ E-learning และ Classroom เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง เช่นการอบรมดังต่อไปนี้

การอบรมรูปแบบ E-learning หลักสูตร พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) กลุ่มเป้าหมายคือพนักงานทุกระดับในองค์กร โดยบริษัทมีวัตถุประสงค์ให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานสำคัญในความเป็นส่วนตัวที่ ต้องได้รับความคุ้มครอง อีกทั้งให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการปฏิบัติตามกฎหมาย คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562



**พบกับหลักสูตร PDPA Online**  
**WSU.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล**

หลักสูตรบังคับสำหรับทุกคนที่ต้องอบรมผ่านระบบ HR Cloud (LMS Module) ฝึกอบรมใน 1 เดือน สามารถเข้าไปเรียนได้ตั้งแต่วันที่ 11 กรกฎาคม - 11 สิงหาคม 2565



การอบรมรูปแบบ In House Training ที่อยู่ใน Core Competency : หลักสูตร Internal Auditor (ISO9001, ISO14001, ISO45001, ISO50001) กลุ่มเป้าหมาย คือ Internal Audit และ Working Group ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจต่อความเชื่อมโยงกันของแต่ละข้อกำหนดในมุมมองการเข้าถึงกระบวนการ สำหรับการเตรียมความพร้อมต่อกระบวนการตรวจติดตามภายใน

การอบรมรูปแบบ In House Training ที่อยู่ใน Leadership Competency หลักสูตร People Manager กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้บริหารระดับจัดการ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถนำหลักการ และแนวคิดที่ได้จาก การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ไปประยุกต์ใช้ในการดูแล และพัฒนาทีมงานให้เกิดประสิทธิภาพเป็นไปตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด



การอบรมรูปแบบ In House Training ที่อยู่ใน Functional Competency หลักสูตร TOA Gypsum Product Knowledge กลุ่มเป้าหมาย คือ พนักงานสายงาน Project Sales และสายงาน Retail Sales เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้ทราบที่มา ความสำคัญ และการใช้งานผลิตภัณฑ์ TOA Gypsum และสามารถแนะนำลูกค้าให้ใช้งานได้อย่างถูกต้อง

## 2.1.6 การจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Successor Planning)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสืบทอดตำแหน่งในระดับตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารทุกระดับซึ่งเน้นการสรรหาจากบุคลากรภายในองค์กร โดยกำหนดให้มีการประเมินศักยภาพและผลงานตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด วางแผนพัฒนารายบุคคลและการเติบโตตามสายอาชีพของผู้สืบทอดตำแหน่งให้มีศักยภาพได้เติบโตในตำแหน่งที่สูงขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้สืบทอดตำแหน่งต้องพร้อมด้วยคุณสมบัติ ศักยภาพหรือสมรรถนะความสามารถ และประสบการณ์การทำงานในสายงานแล้วยังต้องได้รับการถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ ด้วยการหมุนเวียนปฏิบัติงานทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งการเข้ารับการอบรมตามหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับพัฒนาสมรรถนะผู้บริหาร เพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งที่สูงขึ้นไปในอนาคต อีกทั้งการส่งมอบงานเป็นไปอย่างราบรื่นและการบริหารงานอย่างต่อเนื่อง โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง ดังนี้



1. คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และสายงานทรัพยากรบุคคลร่วมกันกำหนดแนวทางการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งให้สอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ
2. กำหนดโมเดลสมรรถนะของผู้บริหารทุกระดับ (Leadership Competencies) หมายถึง ความรู้ ทักษะ และความสามารถที่จำเป็นต้องมี พร้อมการจัดทำแผนพัฒนาเป็นรายบุคคล (Individual Development Plan) เพื่อเติบโตในสายอาชีพของผู้สืบทอดตำแหน่ง
3. ใช้เครื่องมือทดสอบและประเมินบุคลากรเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของผู้สืบทอดตำแหน่งในสายงาน (Development Center)
4. การพัฒนากลุ่มผู้บริหารที่คาดว่าจะเป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) และกลุ่มพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Talent) รวมถึงการติดตามและประเมินผล

ในปี 2565 บริษัทฯ มีตำแหน่งงานสำคัญที่มีแผนการสืบทอดตำแหน่ง 6 ตำแหน่ง และสัดส่วนผู้มีความสามารถสูง (Talent) เท่ากับ 22% หรือ จำนวน 63 คน จาก 283 คนของกลุ่มพนักงานที่มีผลการประเมินในระดับปานกลางถึงสูง

### 2.1.7 การสร้างแรงจูงใจ รักษาบุคลากร และสร้างทุนมนุษย์

บริษัทฯ มีนโยบายในการสร้างแรงจูงใจแก่บุคลากร ทั้งในรูปแบบของค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในการทำงาน โดยกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางขององค์กร และถ่ายทอดทิศทางดังกล่าวไปสู่หน่วยงานภายในสายงานต่าง ๆ มีการวัดและติดตามความคืบหน้าของการปฏิบัติงานตามเป้าหมายและกลยุทธ์ที่ตั้งไว้ โดยกำหนดเป็น KPIs ในรูปแบบ Balanced Scorecard ที่เน้น Project Base เพื่อกระตุ้นการคิดนอกกรอบอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การวัดผลด้านการเงิน (Financial) และที่ไม่ใช่การเงิน (Non-Financial) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย การปรับปรุงกระบวนการภายใน (Internal Process) การมีส่วนร่วม (People Engagement) ความคิดสร้างสรรค์ สร้างแนวคิดในการพัฒนาตนเอง (Challenge the Status Quo) เป็นต้น

บริษัทฯ สามารถประสพผลสำเร็จได้ด้วยพนักงานที่มีศักยภาพสูง บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายดำเนินการต่าง ๆ ที่สามารถส่งผลถึงการเพิ่มความพึงพอใจและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งในรูปแบบของการให้โอกาสในการแสดงศักยภาพในการทำงาน การให้รางวัลและผลตอบแทนที่สามารถแข่งขันกับตลาดภายนอกได้ รวมถึงการให้ความก้าวหน้าในการทำงาน โดยมีการดำเนินการดังนี้

- เข้าร่วมการสำรวจค่าตอบแทน ในการเปรียบเทียบค่าตอบแทนและสวัสดิการของบริษัทฯ กับตลาดภายนอก (Benchmarking) โดยบริษัทฯ ได้นำข้อมูลจากการเข้าร่วมการสำรวจค่าตอบแทนมาพิจารณาปรับปรุงนโยบายโครงสร้างเงินเดือน และการจ่ายผลตอบแทนตามผลงาน ให้สามารถแข่งขันกับตลาดภายนอกได้
- กำหนดหลักเกณฑ์การแต่งตั้งและเลื่อนระดับตำแหน่งงาน เพื่อให้เกิดมาตรฐานในการพิจารณาพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานดีและมีศักยภาพ ให้ได้รับโอกาสก้าวหน้าในการทำงานและอาชีพ
- กำหนดการชี้วัดผลงานรายบุคคล ที่สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้เกิดการผลักดันผลงานรายบุคคลได้อย่างชัดเจน เชื่อมโยงกับระบบการจ่ายเงินรางวัลตามผลงาน



- การจัดทำแผนพัฒนาสายอาชีพพนักงาน เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานในการดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้น โดยจัดทำเป็นแผนพัฒนารายบุคคล สำหรับพนักงานที่มีผลงานดีและสามารถพัฒนาศักยภาพได้ตรงตามตำแหน่งงาน
- จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์หลากหลายรูปแบบมากกว่าที่กฎหมายกำหนด ให้เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับตลาดได้

ทั้งนี้ ข้อมูลคำตอบแทนพนักงานและกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ในปี 2565 อ้างอิงไปยังรายงานประจำปี 2565 (แบบ 56-1 One report) หมวดที่ “6. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ หัวข้อย่อย “6.5.2 คำตอบแทนของพนักงาน” และ “6.5.3 กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ” ตามลำดับ

### • การสื่อสารทิศทางการดำเนินธุรกิจ โดยผ่านกิจกรรม Corporate Town Hall

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรม Corporate Town Hall ทั้งระดับองค์กรและแยกแต่ละสายงาน เพื่อสื่อสารกลยุทธ์ ทิศทางการดำเนินธุรกิจ และความเคลื่อนไหวในองค์กร โดยตรงจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารสูงสุดของแต่ละสายงาน เพื่อให้พนักงานได้รับทราบและเข้าใจ ถึงทิศทางธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ทิศทางการเปลี่ยนแปลงและการขับเคลื่อนองค์กร การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานในการทำงาน รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารและพนักงาน



### • การมอบใบประกาศเกียรติคุณพนักงานอายุงานนาน

บริษัทฯ ได้มอบใบประกาศเกียรติคุณพร้อมรางวัลแก่พนักงานอายุงานนาน (Long Year Service Award) ประจำปี 2565 จำนวน 355 คน เพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณ เป็นขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานที่ได้ร่วมแรง ร่วมใจ ท่วมเทปปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ และสร้างผลงานที่ดีให้กับองค์กร ทำให้พนักงานภูมิใจในตัวเองและในงานที่รับผิดชอบ อันนำไปสู่ความสำเร็จและความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคตต่อไป

อายุงาน (ปี)	จำนวน (คน)
5	106
10	115
15	44
20	8
25	46
30	31
35	3
รวม	355





## 2.1.8 การจัดทำกิจกรรมภายในเพื่อผลลัพธ์ที่ยั่งยืน

### 1) การดูแลพนักงานภายใต้สถานการณ์ Covid-19

- การฉีดวัคซีน Covid-19 ให้กับครอบครัวพนักงาน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันหมู่

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญด้านความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน จึงได้ส่งเสริมให้พนักงานฉีดวัคซีน โดยการเพิ่มวันลาเพื่อไปฉีดวัคซีน (Vaccination Leave) การดำเนินกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้พนักงานเข้ารับการฉีดวัคซีนอย่างรวดเร็วที่สุด เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ทุกฝ่ายและร่วมกันนำพาประเทศไทยให้ก้าวผ่านวิกฤตนี้ไปได้โดยเร็ว ทั้งนี้ พนักงานทุกคนได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันฯ ครบ 93% แล้วในปี 2564 และในปี 2565 บริษัทฯ ได้ขยายสิทธิการฉีดวัคซีน Covid-19 ฟรีไปยังครอบครัวพนักงานที่มีความสนใจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมอบสิทธิการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ฟรีให้กับพนักงานอีกด้วย



### 2) การช่วยเหลือพนักงานด้านปัจจัยการดำรงชีวิต

กลุ่มบริษัททีโอเอ ได้มอบถุงยังชีพให้แก่พนักงาน และพนักงานกลุ่มบริษัทที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 และเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยถุงยังชีพ ประกอบไปด้วยเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในการดำรงชีวิต อาทิ ข้าวสาร น้ำมันพืช ไข่ไก่ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปลากระป๋อง น้ำพริก น้ำดื่ม และหน้ากากอนามัย เป็นต้น

### 3) กิจกรรมเพื่อสุขภาพ (Wellness Program)

โครงการเพื่อสุขภาพ (Wellness Program) เป็นส่วนหนึ่งในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดูแลสุขภาพของพนักงานให้เป็นเชิงรุกหรือป้องกันมากขึ้น เพื่อที่พนักงานจะได้ทราบถึงวิธีการในการดูแลและป้องกันตนเอง ซึ่งกระตุ้นให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการดูแลสุขภาพของตนเอง โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

“**ดูแลสุขภาพ**” นอกจากบริษัทฯ ได้จัดสรรวัคซีนเพื่อให้พนักงานมีภูมิคุ้มกัน Covid-19 และการตรวจสุขภาพประจำปีแล้ว ยังได้จัดให้มี “โครงการอุ่นใจ...ใกล้คุณหมอ” โดยแพทย์จากสถาบันราชประชาสมาสัย มาอำนวยความสะดวกให้แก่พนักงานมาปรึกษาปัญหาสุขภาพ ณ ห้องพยาบาลของบริษัทฯ อีกทั้ง ยังได้จัดฉีดวัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ให้กับพนักงานที่สนใจ

“**ใส่ใจสุขภาพ**” การสื่อสารสาระน่ารู้จากแพทย์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพแก่พนักงานผ่านทางอีเมล

“**การป้องกัน**” เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 บริษัทฯ ได้ใส่ใจความปลอดภัย อาทิ การทำความสะอาดพื้นที่ต่าง ๆ ในบริษัทฯ ทุก ๆ 2 ชั่วโมง จัดให้มีแอลกอฮอล์เจลตามจุดต่าง ๆ จุดวัดอุณหภูมิ ตามความเหมาะสม และการจัดระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เช่น พื้นที่สำหรับรับประทานอาหาร จุดบันทึกเวลา

และไลฟ์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีมาตรการให้บริษัทรองรับส่งพนักงานทุกคน ทำความสะอาดยานพาหนะ พร้อมติดตั้งแอลกอฮอล์ไว้บนรถรับส่งทุกคน

#### 4) Painting Happiness

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสุขภาพทางใจของพนักงานด้วยเช่นกัน เพื่อให้พนักงานมีแรงสนับสนุนทางใจที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานและดำเนินชีวิต โดยบริษัทฯ สนับสนุนให้จัดกิจกรรมผ่อนคลายต่าง ๆ เป็นประจำทุกเดือน เช่น การนวดผ่อนคลายระหว่างเวลาทำงาน (Massage Therapy) กิจกรรมฝึกสมาธิผ่าน Stone Painting เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมพูดคุยแบบส่วนตัวกับนักจิตวิทยา เพื่อรับฟังและหาแนวทางการตอบสนองกับอุปสรรคในชีวิตทั้งเรื่องส่วนตัวและการทำงาน



### 2.1.9 การเสริมสร้างความผูกพันกับพนักงานในองค์กร (Employee Engagement)

บริษัทฯ ดำเนินการเสริมสร้างความผูกพันกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายด้านการพัฒนาและรักษาพนักงานที่ทำงานในองค์กร เป็นส่วนช่วยให้บริษัทฯ รักษาความเป็นผู้นำธุรกิจที่มั่นคงและยั่งยืนในไทยและเติบโตในอาเซียน โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายว่าภายในปี 2565 อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร จะมีมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไป ทั้งนี้ ในการดำเนินงานบริษัทฯ ปลูกฝังความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรผ่านกระบวนการ Say-Stay-Strive พร้อมจัดทำแผนพัฒนาและกิจกรรมสร้างความผูกพันให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องอันมีส่วนช่วยให้พนักงานสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้กับองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร (Employee Engagement Survey 2022: EES) มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ตลอดทั้งโครงการ ประกอบด้วย การเริ่มโครงการ (Kick-Off) การเก็บความคิดเห็น (Data Collection) และการรายงานผล (Results Reporting) เพื่อสร้างความมีส่วนร่วม ความตระหนักรู้ และความร่วมมือร่วมใจในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานในด้านต่าง ๆ รวมทั้งกำหนดให้บริษัทฯ ให้เป็นสถานที่ทำงานที่ดีขึ้นและพนักงานมีความผูกพันกับบริษัทฯ มากขึ้น อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร คิดเป็นร้อยละ 80

จากการได้ผลสรุปจากการสำรวจ EES บริษัทฯ นำมาวิเคราะห์ต่อยอดในโครงการ EES-Execution to Achieve the Targets ในการจัดทำแผนดำเนินงาน (Action Plan) ในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนา เพื่อช่วยเพิ่มคะแนนความผูกพันขององค์กรให้สูงขึ้น และดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้ (Execution) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในแต่ละสายงาน

## 2.2 การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยอาชีวอนามัย

### 2.2.1 นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อกันภายใต้สิทธิและเสรีภาพ ตระหนักถึงสิทธิในความเป็นมนุษย์ ความเท่าเทียม การปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนโดยเสมอภาคกัน ไม่แบ่งแยกถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ เพศ อายุ สีผิว ศาสนา สภาพร่างกาย หรือสถานะอันใดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน และความหลากหลายของบุคลากร (Workforce

Diversity) รวมถึงความสำคัญและเคารพสิทธิของพนักงานผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ให้การยอมรับความแตกต่าง และอยู่ร่วมกันอย่างเท่าเทียมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยบริษัทฯ หมั่นตรวจตรา และดูแลไม่ให้อิทธิพลของบริษัทฯ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน (Forced Labour)ต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก (Child Labour) ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายในบริษัทฯ และมีการกระตุ้นให้มีการปฏิบัติตามหลักการสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล โดยความรับผิดชอบของธุรกิจด้านสิทธิมนุษยชนยังครอบคลุมไปถึงกลุ่มบริษัท ผู้ร่วมทุน และคู่ค้าด้วย

บริษัทฯ เชื่อว่าพนักงานทุกคน มีความสามารถในการแสดงศักยภาพในการทำงานได้อย่างเต็มที่ มั่นใจ และภาคภูมิใจในตัวตนเอง โดยได้กำหนดจรรยาบรรณธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน ดังนี้

- **การปฏิบัติต่อกันภายใต้สิทธิและเสรีภาพ** ทั้งในเรื่องสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ที่ต้องได้รับความคุ้มครองไม่ให้ถูกละเมิดจากการใช้ การเปิดเผยหรือการถ่ายโอนข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ประวัติส่วนตัว ประวัติสุขภาพ ประวัติการทำงาน หรือข้อมูลส่วนตัวอื่น ๆ ไปยังบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง

- **ตระหนักถึงสิทธิในความเป็นมนุษย์ ความเท่าเทียมกัน และความหลากหลายของบุคลากร (Workforce Diversity)** บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลหนึ่งบุคคลใด เนื่องจากความเหมือนหรือความแตกต่างไม่ว่าจะทางกายหรือจิตใจ เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ อายุ การศึกษา หรือเรื่องอื่นใด โดยครอบคลุมทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และมีการแจ้งข้อมูลต่อพนักงานล่วงหน้า หากองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อพนักงาน เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารงาน การโยกย้ายตำแหน่งงาน การเปลี่ยนสถานที่ทำงาน ฯลฯ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญ ส่งเสริม และเปิดกว้างให้ผู้หญิงทำงานในตำแหน่งผู้นำหรือผู้บริหารระดับสูง ไม่มีความเหลื่อมล้ำทางเพศในการเติบโตทางสายอาชีพ ถือเป็นข้อดีสำหรับองค์กร เพราะการมีตัวเลือกผู้สมัครหรือผู้สืบทอดตำแหน่งจำนวนมาก ย่อมหมายถึงโอกาสที่มากขึ้นในการจ้างผู้ที่มีความสามารถ

ข้อมูลพนักงาน (เฉพาะพนักงานใน บมจ. ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย))	2562	2563	2564	2565
จำแนกตามประเภทสัญญาจ้าง				
• พนักงานประจำ	2,613	3,069	3,249	3,340
• พนักงานชั่วคราว	20	23	8	22
จำนวนพนักงานจำแนกตามเพศ				
• ชาย	1,739	2,078	2,138	2,244
• หญิง	894	1,014	1,119	1,118
จำนวนพนักงานจำแนกตามระดับพนักงาน				
• ระดับปฏิบัติการ	1,794	2,189	2,386	2,511
• ระดับบังคับบัญชาและสายวิชาชีพ	595	632	600	613
• ระดับผู้จัดการ	244	271	271	238
จำนวนพนักงานที่เป็นผู้บริหาร				
• ชาย	4	4	4	4
• หญิง	2	2	2	2

- การจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการ บริษัทฯ สนับสนุนให้มีการจัดการเลือกตั้งคณะกรรมการสวัสดิการและอนุญาตให้พนักงานสามารถเข้าเป็นสมาชิกในคณะกรรมการสวัสดิการได้ เพื่อดูแลเรื่องสวัสดิการ สภาพการทำงาน การร้องเรียน และควบคุมการดำเนินงานด้านแรงงานที่เหมาะสม กำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหา รวมทั้งติดตามความก้าวหน้าและผลจากการดำเนินการแก้ไข โดยดำรงตำแหน่งในวาระคราวละ 2 ปี เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีการดูแลพนักงานทุกคนทั้งในด้านสุขภาพ สวัสดิการ ค่าตอบแทน และผลประโยชน์ด้วยความยุติธรรม และเท่าเทียมกัน ซึ่งคณะกรรมการสวัสดิการของบริษัทฯ มีจำนวน 5 คน ที่ได้รับการเลือกตั้งเมื่อปี 2564 และจะหมดวาระในปี 2566



	เป้าหมาย		ผลการดำเนินงาน				
	2565		2565	2564	2563	2562	2561
จำนวนข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนที่มีนัยสำคัญ (ครั้ง)	0		0	0	0	0	0

การให้โอกาสการทำงานแก่คนพิการและการจัดตลาดนัดผู้ดูแลคนพิการ ตามที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายการจ้างงานคนพิการ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 มาตรา 33 ที่กำหนดให้นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการ และหน่วยงานของรัฐ รับคนพิการเข้าทำงานตามลักษณะของงานในสัดส่วนที่เหมาะสมในอัตรา 100 คนต่อ คนพิการ 1 คน และมาตรา 35 การให้สัมปทาน จัดสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ จัดจ้างเหมาะสมช่วงงาน ฝึกงาน หรือจัดให้มีอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวก ล่ามภาษามือ หรือการช่วยเหลือต่าง ๆ ให้กับคนพิการหรือผู้ดูแลได้ เพื่อสร้างโอกาสและสนับสนุนอาชีพให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาสได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และยังได้จัดให้มีตลาดนัดผู้ดูแลคนพิการ ณ บริเวณโรงอาหาร

โดยปี 2565 บริษัทฯ รับคนพิการเข้าทำงานตามลักษณะงานที่เหมาะสม พร้อมอำนวยความสะดวกในการทำงาน ตามมาตรา 33 จำนวน 6 คน ได้แก่ นักกีฬาคนพิการทีมชาติไทย สังกัดพนักงานบริษัทฯ 4 คน พนักงานในหน่วยงานสนับสนุนการผลิต 1 คน และหมอนวดในโครงการ Painting Happiness 1 คน และตามมาตรา 35 จำนวน 33 คน ผ่านการจัดพื้นที่ตลาดนัดให้ร้านค้าผู้พิการ 25 คน การจ้างงานผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม 7 คน และบุตรพนักงาน 1 คน รวมทั้งสิ้น 39 คน

นักกีฬาว่ายน้ำคนพิการทีมชาติไทย สังกัดพนักงานบริษัทฯ คุณภูชิต อิงชัยภูมิ ได้ทำลายสถิติท่าฟรีสไตล์ ระยะ 50 100 และ 200 เมตร ในการแข่งขัน World Para Swimming Championship Madeira 2022 และคุณวาสนา ศรีงาม

นักกีฬาเทเบิลเทนนิสคนพิการทีมชาติไทย สังกัดพนักงานบริษัทฯ ได้รับรางวัล 2 เหรียญทอง และ 1 เหรียญทองแดง จากรายการ ITTF SQY French Para Open 2022 และรางวัลอันดับ 3 จากรายการแข่งขัน Andalucia 2022 World Para Table Tennis Championships



## 2.2.2 นโยบายความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

บริษัทฯ กำหนดนโยบายที่สนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัยและมีสุขอนามัยในสถานที่ทำงานที่ดีที่สุด โดยจัดทำเป็นระเบียบการและคู่มือด้านความปลอดภัยและได้ประกาศให้พนักงานปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงานได้อย่างเต็มความสามารถ นอกจากนี้ ยังเสริมสร้างให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านความปลอดภัย อีกทั้งมีการให้ความรู้ผ่านการฝึกอบรมและส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี และไม่ทำการใดที่เป็นผลร้ายต่อสุขภาพอนามัยแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมถึงดูแลสถานที่ทำงานให้ถูกสุขลักษณะและมีความปลอดภัยอยู่เสมอ เพื่อลดสถิติการเกิดอุบัติเหตุ อัตราการหยุดงาน และอัตราเจ็บป่วยจากการทำงาน บริษัทฯ มีแนวทางการดำเนินงานเพื่อสร้างความปลอดภัยในการปฏิบัติงานโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ด้านความปลอดภัย	แนวทางการดำเนินงาน
สถานที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ มีรั้วกันโดยรอบบริเวณโรงงานเพื่อป้องกันผู้ไม่เกี่ยวข้องเข้ามาในเขตโรงงาน</li> <li>▪ มีป้ายสัญลักษณ์ บ้ายเตือนภัย และป้ายข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ โดยป้ายสัญลักษณ์มีขนาดพอเหมาะและเห็นได้อย่างชัดเจน รวมทั้งมีความเป็นสากลที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ง่าย</li> <li>▪ มีการกำหนดเส้นทางและตีเส้นช่องทางเดินรถโดยรอบโรงงานและมีการติดตั้งกระจกนูนไว้ที่บริเวณทางแยกหรือทางโค้งที่มองไม่เห็นเส้นทางข้างหน้า</li> <li>▪ มีการกำหนดช่องทางเดิน (Walkway) สำหรับพื้นที่ที่มีการใช้งานรถยกร่วมกับมีการเดินสัญจรในพื้นที่</li> <li>▪ จัดให้มีการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับความดังเสียง แสงสว่าง และระดับความเข้มข้นของสารเคมีอันตรายในบรรยากาศของสถานที่ทำงาน</li> <li>▪ จัดให้มีระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย และดูแลระบบป้องกันและระงับอัคคีภัยให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย</li> <li>▪ กำหนดเส้นทางอพยพหนีไฟและจุดรวมพลที่ชัดเจน เพื่อความปลอดภัยกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินเพลิงไฟ</li> <li>▪ มีการตรวจสอบอาคารประจำปีตาม พรบ.ควบคุมอาคาร</li> <li>▪ มีการตรวจสอบความปลอดภัยระบบไฟฟ้าประจำปีตามที่กฎหมายกำหนด</li> </ul>



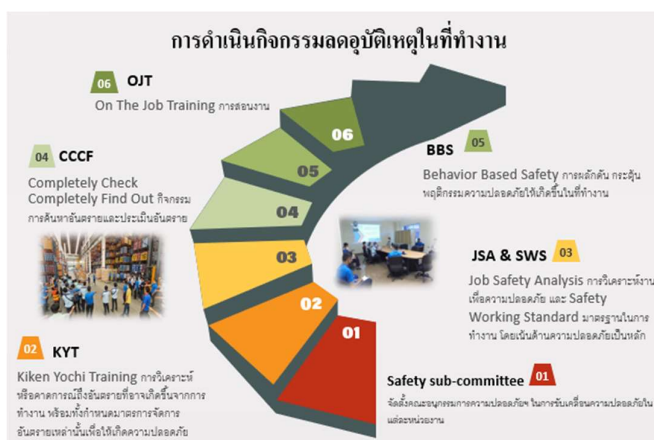
ด้านความปลอดภัย	แนวทางการดำเนินงาน
การใช้เครื่องจักร	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จัดให้มีการตรวจสอบความพร้อมใช้งานของเครื่องจักร อุปกรณ์เครื่องมือ ก่อนเริ่มงาน</li> <li>▪ มีการจัดทำการ์ดนิรภัยครบจุดอันตรายของเครื่องจักร</li> <li>▪ มีการนำหุ่นยนต์ (Robot) ในการเคลื่อนย้ายสินค้าหลังจากผ่านกระบวนการบรรจุ</li> <li>▪ มีการนำเครื่องช่วยยกระบบสูญญากาศ (Vacuum Lifter) เข้ามาช่วยยกสินค้า</li> <li>▪ มีระบบการซ่อมบำรุงเครื่องจักรเชิงป้องกันตามรอบการตรวจสอบ</li> <li>▪ มีวิธีปฏิบัติงานของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยในการทำงาน</li> <li>▪ มีระบบการติดตั้งสายดินเครื่องจักร</li> <li>▪ มีระบบการตรวจสอบความปลอดภัยเครื่องจักรประจำปีตามที่กฎหมายกำหนด</li> </ul>
การใช้สารเคมี	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จัดให้มีมาตรการกำกับให้พนักงานปฏิบัติตามวิธีการทำงานที่ถูกต้องและปลอดภัยตามคู่มือการปฏิบัติงานที่จัดทำขึ้น</li> <li>▪ จัดให้มีการอบรมให้ความรู้พนักงานเรื่องความปลอดภัยในการทำงานกับสารเคมี</li> <li>▪ มีการจัดทำข้อมูลความปลอดภัยของสารเคมี (SDS) ติดบริเวณพื้นที่การทำงานสารเคมี</li> <li>▪ จัดให้มีมาตรการการปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินเกี่ยวกับสารเคมีอันตรายเกี่ยวกับการบรรเทาเหตุ และทำการฝึกซ้อมรับมือเหตุฉุกเฉินกรณีสารเคมีรั่วไหล</li> <li>▪ จัดให้มีอุปกรณ์เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยในบริเวณที่ทำงานกับสารเคมีอันตราย ได้แก่ หน้ากากป้องกันสารเคมี ถุงมือกันสารเคมี รองเท้าบูท แวนตากันสารเคมี เป็นต้น</li> <li>▪ จัดให้มีอุปกรณ์ฉุกเฉินกรณีเกิดอุบัติเหตุสารเคมี ได้แก่ อ่างล้างตาฉุกเฉิน ผักบัวชำระล้างร่างกายฉุกเฉิน</li> <li>▪ จัดให้มีชุดเก็บกู้สารเคมีหกรั่วไหล (Spill Control Kit) เช่น ทราาย แผ่นดูดซับสารเคมี เป็นต้น</li> <li>▪ มีเขื่อนกันสารเคมี เพื่อกักมิให้สารเคมีอันตรายที่เป็นของเหลว ไหลออกภายนอกบริเวณสถานที่เก็บรักษาสารเคมีอันตราย และมีรางระบายสารเคมีอันตรายที่รั่วไหลไปยังที่ที่สามารถรวบรวมเพื่อนำไปกำจัดอย่างปลอดภัย</li> </ul>
ส่วนบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จัดให้มีอุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคลที่ได้มาตรฐาน เหมาะกับสภาพและลักษณะของงานที่ปฏิบัติ และควบคุมดูแลให้ลูกจ้างสวมใส่ตลอดเวลาทำงาน</li> <li>▪ จัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงานถึงกฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีการปฏิบัติ เพื่อความปลอดภัยในการทำงาน</li> <li>▪ จัดให้มีการฝึกอบรมผู้รับเหมาชั้นต้นหรือผู้รับเหมาช่วงเข้ามาปฏิบัติงานในสถานประกอบกิจการ เกี่ยวกับข้อบังคับความปลอดภัยในการทำงาน สำหรับผู้รับเหมา</li> <li>▪ จัดให้มีข้อบังคับและคู่มือว่าด้วยความปลอดภัยในการทำงานไว้ในสถานประกอบกิจการ ซึ่งมีการกำหนดขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย</li> <li>▪ จัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพลูกจ้างที่ทำงานเกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยง กรณีแรกรับเข้าทำงาน การตรวจประจำปี และกรณีเปลี่ยนงานที่มีลักษณะความเสี่ยงต่างจากเดิม</li> <li>▪ จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นจิตสำนึกของลูกจ้างให้ตระหนักถึงความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น กิจกรรม Safety Talk กิจกรรม SHE Day</li> </ul>



## 2.2.3 การส่งเสริมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย

### 1) การดำเนินกิจกรรมลดอุบัติเหตุในที่ทำงาน

บริษัทฯ ส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงานโดยจัดเป็นกิจกรรมเพื่อรณรงค์ส่งเสริมความปลอดภัยแก่พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง มีการกำหนดตัวชี้วัดที่เหมาะสมโดยพิจารณาจากลักษณะการดำเนินงานและความเสี่ยงในแต่ละกิจกรรมนั้นๆ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจะจัดทำเป็นแผนพัฒนาความปลอดภัย เพื่อป้องกันและลดการเกิดอุบัติเหตุ การประสาอันตราย หรือการเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการทำงาน



### 2) การฝึกอบรมเพื่อความปลอดภัย (Safety Training)

บริษัทฯ ได้จัดการอบรมเพื่อความปลอดภัย (Safety Training) ให้กับพนักงานทุกระดับตามความจำเป็นของแต่ละลักษณะงานและสอดคล้องตามกฎหมาย รวมถึงคู่ค้า ผู้รับเหมา และผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นระบบ มีการประเมินประสิทธิผลของการอบรมเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ปฏิบัติงานทุกคนได้รับความรู้ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย มุ่งเน้นที่การลดพฤติกรรมความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดอุบัติเหตุ โดยการ ลด ละ เลิก พฤติกรรมเสี่ยง ดูแลตนเอง และห่วงใย ใส่ใจดูแลเพื่อนร่วมงานด้วยความปลอดภัย

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้จัดอบรมความรู้ 2 หลักสูตร คือ **1) หลักสูตรบังคับตามกฎหมาย** สำหรับทุกคนในองค์กรต้องเรียนรู้ เช่น การดับเพลิงเบื้องต้น หลักสูตรเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหารและระดับหัวหน้างานและหลักสูตรบังคับเฉพาะตำแหน่ง เช่น ความปลอดภัยเกี่ยวกับไฟฟ้าและการช่วยชีวิตจากผู้ป่วยสภากายจากไฟฟ้า ความปลอดภัยในงานเกี่ยวกับรถและเครน การทำงานในที่อับอากาศ เป็นต้น และ **2) หลักสูตรที่ไม่ได้บังคับตามกฎหมาย** เป็นการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเสริมสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งแวดล้อม เช่น เทคนิคการควบคุมอุบัติเหตุให้เป็นศูนย์ โดยกิจกรรม CCCF และ KYT การวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัยและการจัดทำมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน (SSOP) เป็นต้น

### 3) การควบคุมสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ได้มีการตรวจวัดและประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างสม่ำเสมอตามกฎหมาย ปีละ 1 ครั้ง อาทิ การตรวจวัดความเข้มของแสงสว่างในพื้นที่ปฏิบัติงาน การตรวจคุณภาพอากาศในบรรยากาศของการทำงาน การตรวจวัดเสียง ซึ่งผลการตรวจวัดล่าสุดพบว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้ง

จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล อุปกรณ์ฉุกเฉิน ชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้น ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมกับลักษณะงาน เพียงพอต่อการใช้งาน และสะดวกต่อการเข้าถึง

#### 4) การสื่อสาร

บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อสำรวจการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน ตรวจสอบสถิติการประสบอันตรายที่เกิดขึ้นในบริษัทฯ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง พิจารณาแผนงานด้านความปลอดภัย รวมถึงการสื่อสารเพื่อป้องกันและลดอุบัติเหตุหรือการเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการทำงานผ่านช่องทางที่หลากหลาย ตามรายละเอียดต่อไปนี้

- การส่งข้อมูลข่าวสารด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย รวมถึงการประกาศกฎหมายใหม่ เกี่ยวกับระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม พลังงาน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย ผ่านทางอีเมล และ Line Official
- กิจกรรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย SHE Activity
- การสื่อสารผ่านทางป้ายประชาสัมพันธ์ จอ LCD ณ โรงอาหาร และ Morning Talk หรือ Weekly Talk
- การแจกคู่มือความปลอดภัย

#### 5) การส่งเสริมสุขภาพ

บริษัทฯ จัดให้มีการตรวจสุขภาพสำหรับพนักงานเข้าใหม่ การตรวจสุขภาพประจำปีให้กับพนักงานทุกคนตามปัจจัยเสี่ยงในการทำงาน และเฝ้าระวังผลกระทบที่เกิดจากการปฏิบัติงาน เช่น การตรวจสมรรถภาพปอดสมรรถภาพการมองเห็น เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใส่ใจสุขภาพที่ดีแก่พนักงาน เช่น จัดให้มีห้องออกกำลังกาย (Fitness) ที่ทันสมัย อุปกรณ์ครบครันพร้อม เทรนเนอร์ที่มีความเชี่ยวชาญ รับผิดชอบดูแล และให้คำแนะนำด้านการออกกำลังกาย การเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพผ่านทางอีเมล และในโรงอาหาร การตรวจวิเคราะห์คุณภาพทางจุลชีววิทยาในอาหารและภาชนะที่สัมผัสอาหาร การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลาย

โดยบริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่อาจเกิดขึ้น และได้จัดทำแผนงานลดความเสี่ยง ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยอยู่เสมอ อาทิ กิจกรรมพูดคุยความปลอดภัยก่อนเริ่มงาน (Safety Talk) และการหยั่งรู้ระว่างอันตราย (Kiken Yochi Training: KYT) กิจกรรมจัดตั้งและดำเนินการคณะอนุกรรมการความปลอดภัยฯ (Sub-Safety Committee) กิจกรรม 5 ส และ Big Cleaning Day การปรับปรุงระบบ Grounding-Bonding และตรวจสอบความพร้อมใช้งาน เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านอัคคีภัย กิจกรรมอบรมและฝึกซ้อมด้านความปลอดภัย เช่น การดับเพลิงและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี นอกจากนี้ยังมีการถอดบทเรียน (Lesson Learned) กรณีที่เกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน เพื่อสื่อสารแก่พนักงานและป้องกันการเกิดเหตุซ้ำ

รายการ	เป้าหมาย ปี 2565	2563	2564	2565
1. จำนวนรายทั้งหมดของพนักงานที่เกิดอุบัติเหตุ (ราย) (ไม่หยุดงาน + หยุดงาน)	0	6	11	6
2. จำนวนรายของพนักงานที่เกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (ราย)	0	4	7	0
3. จำนวนครั้งของอุบัติเหตุจากเพลิงไหม้ (ครั้ง)	0	0	1	0
4. จำนวนครั้งของอุบัติเหตุทรัพย์สินเสียหาย ( ครั้ง )	0	6	3	0
5. จำนวนรายของพนักงานที่เจ็บป่วยจากการทำงาน (ราย)	0	0	0	0
6. จำนวนรายของพนักงานที่เสียชีวิตจากการดำเนินงาน (Fatality) (ราย)	0	0	0	0
7. จำนวนรายของผู้รับเหมาที่เจ็บป่วยจากการทำงาน (ราย)	0	0	0	0
8. จำนวนรายของผู้รับเหมาที่เกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (ราย)	0	0	0	0

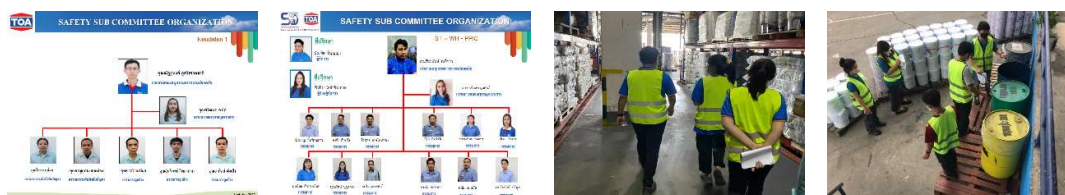
### อัตราความถี่และอัตราความรุนแรงการเกิดอุบัติเหตุ

รายการ	เป้าหมาย ปี 2565	2563	2564	2565
1. อัตราความถี่ของการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานทั้งหมดต่อ 1 ล้านชั่วโมง การทำงาน (TIFR)	0.00	0.95	0.31	0.22
2. อัตราความถี่ของการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานต่อ 1 ล้าน ชั่วโมงการทำงาน (LTIFR)	0.00	0.63	0.20	0.09
3. อัตราความถี่ของการเจ็บป่วยจากการทำงานทั้งหมดต่อ 1 ล้านชั่วโมงการ ทำงาน (ODFR)	0.00	0	0	0.00

### ตัวอย่างกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน



### กิจกรรมพูดคุยความปลอดภัยก่อนเริ่มงาน (Safety Morning Talk) และการหยั่งรู้ระวางอันตราย (KYT)



### กิจกรรมจัดตั้งและดำเนินการคณะอนุกรรมการความปลอดภัย (Sub-Safety Committee)



กิจกรรม 5 ส และ Big Cleaning Day



การปรับปรุงระบบ Grounding-Bonding และตรวจสอบความพร้อมใช้งาน เพื่อป้องกันการเกิดความเสี่ยงด้านอัคคีภัย



กิจกรรมอบรมและฝึกซ้อมทางด้านความปลอดภัย เช่น ฝึกซ้อมดับเพลิงและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟเป็นประจำทุกปี



จัดทำ Lesson learn กรณีที่เกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน เพื่อสื่อสารแก่พนักงาน ป้องกันการเกิดเหตุซ้ำ

## 2.3 การสนับสนุนเรื่องการศึกษาและยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาชุมชนและสังคม จึงมุ่งเน้นพัฒนาชุมชนในเขตพื้นที่รัศมี 5 กิโลเมตร ให้มีความรู้ความสามารถที่สามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพและหรือชีวิตประจำวัน พัฒนาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยพิจารณาความต้องการและความจำเป็นของชุมชนส่วนรวม ร่วมกิจกรรมกับท้องถิ่นที่เป็นสาธารณประโยชน์ เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธที่ดี แสดงออกถึงการอยู่ร่วมกันระหว่างองค์กรและชุมชน พร้อมทั้งสนับสนุน แผนงาน โครงการต่าง ๆ ในแต่ละชุมชน เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และศักยภาพเท่าที่องค์กรจะทำได้



### 2.3.1 กิจกรรมด้านการพัฒนาทักษะและยกระดับคุณภาพชีวิตร่วมกับชุมชน

ชุมชนในรัศมี 5 กิโลเมตรของโรงงานบางนา และโรงงานสำโรง มีจำนวนทั้งหมด 6 ชุมชน ในปี 2565 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะและยกระดับคุณภาพชีวิตร่วมกับชุมชน มากกว่า 50% ของชุมชนทั้งหมด โดยมีการจัดกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรมฝึกสวนครัวปลอดภัยไร้สารเคมีฆ่าแมลง กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพออกกำลังกาย สบายชีวา โครงการตัดผม สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และโครงการทาสี ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กับชุมชน โดยได้ร่วมจัดกิจกรรมกับ 4 ชุมชน ดังนี้

ชุมชน	โครงการ / กิจกรรม
ชุมชนศีรษะจรเข้ใหญ่ หมู่ที่ 1 และหมู่ที่ 2	- ฝึกสวนครัวปลอดภัยไร้สารเคมีฆ่าแมลง - ส่งเสริมสุขภาพ ออกกำลังกาย สบายชีวา - ทาสี ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กับชุมชน
ชุมชนบางเสาธงกลาง หมู่ที่ 3	- ฝึกสวนครัวปลอดภัยไร้สารเคมีฆ่าแมลง
ชุมชนบางเสาธงนอก	- ตัดผม สร้างอาชีพ สร้างรายได้ - ทาสี ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กับชุมชน
ชุมชนผูกมิตร หมู่ที่ 1	- ฝึกสวนครัวปลอดภัยไร้สารเคมีฆ่าแมลง

และมีเป้าหมายการวัดผลความพึงพอใจของชุมชนหลังดำเนินกิจกรรม ในปี 2565 ไม่น้อยกว่า 80% โดยผลการดำเนินงานในโครงการหรือกิจกรรม มีดังนี้

โครงการ / กิจกรรม	ผลความพึงพอใจของชุมชน
ฝึกสวนครัวปลอดภัยไร้สารเคมีฆ่าแมลง	89.32%
ส่งเสริมสุขภาพ ออกกำลังกาย สบายชีวา ชุมชนบางเสาธงนอก หมู่ที่ 4	88.05%
โครงการตัดผม สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และโครงการทาสี ปรับปรุงภูมิทัศน์ ชุมชนผูกมิตร หมู่ที่ 1	89.05%
โครงการปลูกฝึกสวนครัวปลอดภัยไร้สารเคมีฆ่าแมลง	83.41%

### 2.3.2 โครงการจิตอาสาฝึกทักษะด้านต่าง ๆ ในชุมชน

การสานเสวนาและประสานงานกับชุมชนต่าง ๆ โดยรอบบริษัทฯ จะมีโครงการดำเนินการ 4 โครงการ ได้แก่

#### 1. โครงการปลูกฝึกสวนครัวปลอดภัยไร้สารเคมีฆ่าแมลง

วัตถุประสงค์ :

- 1) เพื่อให้ชุมชนได้เรียนรู้ขั้นตอนการปลูกฝึกปลอดสารพิษ
- 2) สนับสนุนให้ชุมชนปลูกฝึกกินเอง เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการซื้อผักจากตลาดมารับประทาน
- 3) นำเสนอและแนะนำวิธีการปลูกฝึกโดยไม่ใช้ดินในการปลูก

แนวทางการดำเนินงาน :

- 1) ให้ความรู้และสาธิตวิธี และให้คนในชุมชนได้ทดลองปลูกฝึกปลอดสารพิษทั้งแบบใช้ดิน และไม่ใช้ดิน วิธีการเตรียมดินในการเพาะปลูกฝึก และอุปกรณ์ที่ใช้ในการปลูก
- 2) แจกจ่ายเมล็ดพันธุ์ให้กับคนในชุมชนนำไปเพาะปลูก



## 2. โครงการส่งเสริมสุขภาพ ออกกำลังกาย สบายชีวา

### วัตถุประสงค์ :

- 1) เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้คนในชุมชนและเยาวชนในชุมชนได้ออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่ดี ห่างไกลจากการเจ็บป่วย และห่างไกลยาเสพติด
- 2) เพื่อให้ความรู้ในการออกกำลังกายที่ถูกต้อง ไม่เกิดการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย
- 3) ปรับภูมิทัศน์ของพื้นที่ออกกำลังกายให้สวยงามน่าใช้งานด้วยการทาสี

### แนวทางการดำเนินงาน :

- 1) ติดตั้งเครื่องออกกำลังกาย 5 เครื่อง
- 2) สอนวิธีใช้เครื่องออกกำลังกายและการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี
- 3) ทาสีพื้นที่ออกกำลังกาย และพื้นที่รอบข้างให้ดูสวยงามน่าใช้งาน



## 3. โครงการตัดผม สร้างอาชีพ สร้างรายได้



- วัตถุประสงค์ :
- 1) เพื่อให้ความรู้ ทักษะ ให้คนในชุมชนที่สนใจการตัดผม สามารถตัดผมทรงเบื้องต้นได้
  - 2) เพื่อให้ผู้ที่ผ่านการอบรมสามารถไปช่วยเหลือตัดผมให้กับผู้ป่วยติดเตียง หรือผู้สูงอายุในชุมชนที่ไม่สะดวกเดินทางไปตัดผมที่ร้าน

- แนวทางการดำเนินงาน :
- 1) ชมรมตัดผมของบริษัท ทำกิจกรรมอาสาตัดผมให้ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดเตียง และ แนะนำ สาธิต สอนวิธีการตัดผมเบื้องต้น ให้กับคนในชุมชนที่สนใจให้สามารถนำไปตัดผมเบื้องต้นกับคนในชุมชนได้



#### 4. โครงการทาสี ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้กับชุมชน

วัตถุประสงค์ : ปรับปรุงภูมิทัศน์ของศาลพ่อปู่ หมู่ที่ 4 ชุมชนบางเสาธง ซึ่งเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ด้วยการทำความสะอาดทาสี

แนวทางการดำเนินงาน : ดำเนินการร่วมกับชุมชน อสม. ในการทำความสะอาด และทาสีศาลพ่อปู่ หมู่ที่ 4 ชุมชนบางเสาธง



#### กิจกรรม TOA อาสา

บริษัทฯ ได้ทำกิจกรรม TOA อาสา ร่วมกับชมรมต่างๆ ของพนักงานในองค์กร เช่น กิจกรรมส่งมอบเครื่องคอมพิวเตอร์ให้กับนักเรียน กิจกรรมทาสี กิจกรรมส่งมอบบ้านให้กับผู้ยากไร้ เป็นต้น เพื่อเป็นการตอบแทนสังคมและสนับสนุนปัจจัยขั้นพื้นฐานต่างๆ ให้กับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ และส่งเสริมให้พนักงานได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน

#### กิจกรรม คอมพิวเตอร์ให้ห้อง

TOA อาสาจัดกิจกรรมมอบเครื่องคอมพิวเตอร์ให้นักเรียนในโรงเรียนห่างไกล

- โรงเรียนที่โอเอวิทยา (เทศบาล 1 วัดคำสายทอง) จังหวัดมุกดาหาร
- โรงเรียนเทศบาล 2 (ที่โอเอวิทยา) เมืองนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
- โรงเรียนบ้านปะอุง จังหวัดศรีสะเกษ



#### กิจกรรมส่งมอบบ้านให้กับผู้ยากไร้ ในจังหวัดปทุมธานี และ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



### กิจกรรม Young Leader Build

TOA ร่วมกับ Habitat และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จัดกิจกรรมที่ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก องค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม (วัดเจริญบุญ) จังหวัดปทุมธานี



### กิจกรรมร่วมกับมูลนิธิบ้านเด็กเร่ร่อน จังหวัดสมุทรปราการ



## 2.4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน สังคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการสร้างสังคมที่แข็งแกร่งอย่างยั่งยืนนั้น ไม่สามารถดำเนินการตามลำพังได้ บริษัทฯ มุ่งสร้างความร่วมมือและสนับสนุนหน่วยงานและองค์กรที่มีบทบาทในการช่วยเหลือสังคม เพื่อเพิ่มโอกาสในการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายและสร้างประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง ควบคู่ไปกับการปลูกฝังพนักงานให้มีจิตอาสา มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเปิดโอกาสให้พนักงานมีประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม เพราะพวกเขาถือกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทฯ ให้ก้าวหน้าและต่อเนื่อง

บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งคณะทำงานพัฒนาทุนมนุษย์และกิจกรรมเพื่อสังคม ทำหน้าที่เป็นตัวแทนเข้าร่วมหรือกับชุมชน การรับมีกับสถานการณ์ต่าง ๆ ในช่วงสถานการณ์ Covid-19 การสร้างความร่วมมือกับราชการส่วนท้องถิ่นด้านต่าง ๆ เข้าช่วยเหลือชุมชน และคนในชุมชนที่ได้รับผลกระทบในด้านต่าง ๆ รวมถึงการรับฟัง รับเรื่องร้องเรียน พร้อมเก็บข้อมูลข้อร้องเรียน เพื่อให้มั่นใจว่าทุกข้อร้องเรียนจะได้รับการพิจารณาและได้รับการตอบสนองอย่างเหมาะสม

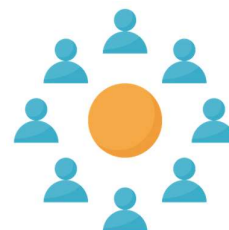
### ผลการดำเนินงาน

	เป้าหมาย 2565	ผลการดำเนินงาน				
		2565	2564	2563	2562	2561
จำนวนข้อร้องเรียนจากชุมชนที่มีนัยสำคัญ (ครั้ง)	0	0	0	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนด้านสังคมที่มีนัยสำคัญ	0	0	0	0	0	0
ผลการสำรวจความพึงพอใจของชุมชนต่อกิจกรรม CSR (%)	> 80%	87.45%	98.9%	98.5%	98.0%	98.01%
การได้รับการรับรองการดำเนินงานตามมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม CSR-DIW (%)	100%	100%	100%	100%	100%	100%

### การสานเสวนาร่วมกับชุมชน

บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะทำงาน CSR ด้านการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน เป็นตัวแทนเข้าร่วมหารือกับชุมชน ตั้งแต่การสานเสวนา วิเคราะห์ประเด็นปัญหาอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้เข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของชุมชน และรวบรวมข้อมูลจากชุมชนอย่างเหมาะสม ก่อนดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาร่วมกับชุมชน และในช่วงสถานการณ์ Covid-19 ยังได้ร่วมกับราชการส่วนท้องถิ่นเข้าช่วยเหลือคนในชุมชนที่ได้รับผลกระทบ

ในกรณีที่มีข้อร้องเรียน บริษัทฯ มีขั้นตอนการจัดการที่เป็นระบบ โดยผู้ควบคุมระบบจะส่งเรื่องร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบสาเหตุและรายงานผลต่อผู้บริหารระดับสูง เพื่อติดตามและสนับสนุนการแก้ไข มีระบบการจัดเก็บข้อมูลข้อร้องเรียน เพื่อให้มั่นใจว่าทุกข้อร้องเรียนจะได้รับการพิจารณาและได้รับการตอบสนองอย่างเหมาะสม



### การสื่อสารและให้ข้อมูลเพื่อป้องกันการติดเชื้อ Covid-19 แก่ชุมชน

การใช้ความสามารถและศักยภาพขององค์กรและพนักงานที่มีความพร้อมในการเข้าช่วยเหลือชุมชนและผู้ได้รับผลกระทบ โดยการจัดทำสื่อให้ความรู้เรื่องวิธีป้องกันการติดเชื้อ วิธีการล้างมือเพื่อป้องกันโรคติดเชื้อ Covid-19 รวมถึงการสังเกตอาการและอาการเบื้องต้นให้กับนักเรียนและคนในชุมชน ผ่านการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์สื่อสาร โดยผ่านตัวแทน หรือผู้นำชุมชน หรือช่องทางออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น



### รางวัล CSR-DIW Continuous

บริษัทฯ เข้ารับโล่รางวัล CSR-DIW Continuous Award 2022 ของโรงงานบางนา และโรงงานสำโรง จากอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ ห้องรอยัล จูบิลี่ อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2565



## ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและสารเคลือบผิวบน พื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และ มุ่งมั่นที่จะบรรเทาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนการตระหนักถึงผลกระทบจากการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้วยการมุ่งมั่นให้มีกลไกในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมี ประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด

### ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

#### 3.1 การบริหารจัดการพลังงาน



ลดการใช้พลังงาน  
2,722,782 kW-h/ปี



ติดตั้ง Solar Rooftop  
ขนาด 2.711 MW

#### 3.2 การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero)



ขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์  
ขององค์กร (CFO)



ขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์  
ของผลิตภัณฑ์ (CFP) 182 รายการ



ลดปริมาณการใช้สารทำความเย็น (R410A)  
ลง 90.4 kg หรือเท่ากับลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก  
173.8 TonCO<sub>2</sub>e

#### 3.3 การบริหารจัดการการใช้น้ำ



การใช้น้ำในกระบวนการผลิตและระบบ  
Utility ลดลง 4,878 ลูกบาศก์เมตร



การใช้น้ำในระบบสุขาภิบาล  
ลดลง 1,583 ลูกบาศก์เมตร



การใช้น้ำต่อหน่วยผลิต ลดลง 0.003526  
ลูกบาศก์เมตรต่อแกลลอน

#### 3.4 การจัดการของเสียและขยะ



ลดปริมาณของเสียอันตราย  
ได้ 20.77 ตัน หรือ 1.68%



ลดปริมาณของเสียไม่อันตราย  
ได้ 12.631 ตัน หรือ 3.71%

#### 3.5 การพัฒนาวัตกรรมและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน



เพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่เป็นประเภท  
Greenovation ในพอร์ตต่อรายได้ 22.4%



ไม่มีการปฏิบัติงานที่ละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อม  
และไม่มีข้อร้องจากหน่วยงานท้องถิ่น

บริษัทฯ มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อดูแลรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมดังนี้

- (1) ประเมินผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมถึงพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร และมีมาตรการควบคุมป้องกันผลกระทบที่มีนัยสำคัญ รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณะ
- (2) ส่งเสริมและสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นกับพนักงานภายในองค์กร รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสีย ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- (3) ส่งเสริมกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเน้นให้ความรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กร รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียให้มีค่านิยม และจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อมจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม
- (4) มีการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด รวมถึงการนำแนวทางสากลด้านสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์ใช้ภายในองค์กร เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
- (5) ให้ความสำคัญและเคารพต่อสิทธิมนุษยชนของพนักงานภายในองค์กร รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสีย โดยจัดให้มีช่องทางการรับข้อร้องเรียนที่ไม่เป็นธรรมทางด้านสิ่งแวดล้อม
- (6) ติดตามและประเมินการคงอยู่ของวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมเป็นระยะ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

### 3.1 การบริหารจัดการพลังงาน

พลังงานมีความจำเป็นอย่างมากต่อภาคอุตสาหกรรม ความต้องการพลังงานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทาน อันนำมาซึ่งความผันผวนของต้นทุนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม บริษัทฯ เล็งเห็นว่าการจัดการพลังงานเป็นสิ่งสำคัญ ในการส่งเสริมการใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด บริษัทฯ จึงมีเจตนาแน่วแน่ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ และองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ควบคู่ไปกับการดำเนินการเรื่องการจัดการพลังงาน เช่น การอนุรักษ์พลังงานที่เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบต่อผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ที่จะต้องร่วมมือกันดำเนินการเพื่อจัดการพลังงานอย่างต่อเนื่อง และให้คงอยู่ตลอดไป เพื่อให้เกิดปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับธุรกิจ และมั่นใจว่าการดำเนินงานด้านพลังงานยังคงมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยกำหนดนโยบายด้านพลังงานดังนี้

- (1) ดำเนินการและพัฒนาระบบการจัดการพลังงานอย่างเหมาะสม โดยกำหนดให้การจัดการพลังงานเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- (2) ดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรพลังงานขององค์กรอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับธุรกิจ เทคโนโลยีที่ใช้และแนวทางปฏิบัติที่ดี
- (3) กำหนดแผนงานและเป้าหมายการจัดการพลังงานในแต่ละปี และสื่อสารให้พนักงานทุกคนเข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้อง
- (4) การจัดการพลังงานเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบต่อผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ทุกระดับที่จะต้องให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด ติดตามตรวจสอบและรายงานต่อคณะกรรมการจัดการพลังงาน



- (5) ให้การสนับสนุนที่จำเป็น รวมถึงทรัพยากร ด้านบุคลากร ด้านสารสนเทศ ด้านงบประมาณ เวลาในการทำงานการฝึกอบรมและการมีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อคิดเห็น เพื่อพัฒนางานด้านพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- (6) ประเมิน ควบคุม ปริมาณการใช้พลังงาน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพด้านพลังงานอย่างต่อเนื่องและมีความเหมาะสมกับลักษณะการใช้พลังงานของบริษัทฯ
- (7) ดำเนินการออกแบบและจัดซื้อจัดหาเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต และบริการอื่นๆ ที่จำเป็นโดยพิจารณาถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าว
- (8) ผู้บริหารและคณะทำงานการจัดการพลังงานจะทบทวนและปรับปรุงนโยบาย เป้าหมายและแผนการดำเนินงานด้านพลังงานทุกปี

เป้าหมาย	กลยุทธ์
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ลดการใช้พลังงานจากการดำเนินมาตรการประหยัดพลังงานด้วยเทคโนโลยี คิดเป็น 12% ต่อปีหรือ 2,466,720 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh/year) จากปีฐาน 2564 โดยแบ่งเป็นการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ 2,358,720 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh/year)</li> <li>● ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วยผลิต 10 % จากปีฐาน 2564 ที่ 0.540 kWh/Gallon เหลือที่ 0.486 kWh/Gallon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● นำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดเก็บข้อมูลและจัดการด้านพลังงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน</li> <li>● สร้างจิตสำนึกร่วมกันภายในองค์กรให้ตระหนักถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้กิจกรรมกลุ่มย่อยของพนักงานระดับปฏิบัติการ (Small Group Activity: SGA)</li> <li>● ดำเนินกิจกรรมด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อนำมาใช้ประเมินและปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มการตั้งเป้าหมายจากเดิมที่วัดเพียงปริมาณการใช้ไฟฟ้า (Power Consumption) เป็นการวัดปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหน่วยการผลิต (Specific Energy Consumption) ควบคู่กัน</li> </ul>

### 3.1.1 มาตรการอนุรักษ์พลังงานและผลการดำเนินงาน ปี 2565

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการดำเนินมาตรการอนุรักษ์พลังงานอย่างต่อเนื่องทุกปี และมีกิจกรรมให้พนักงานได้ร่วมประเมินการจัดการพลังงานขององค์กรเพื่อสร้างและส่งเสริมจิตสำนึกการใช้พลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ใส่ใจเรื่องพลังงานหมุนเวียนและพลังงานทางเลือกต่าง ๆ โดยเฉพาะพลังงานจากแสงอาทิตย์ โดยได้ดำเนินการติดตั้ง Solar Rooftop ขนาด 2.711 MW เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการประหยัดพลังงานอย่างยั่งยืน ในปี 2565 บนหลังคาอาคารคลังสินค้า (Solar Rooftop) ที่โรงงานบางนา เพื่อมาทดแทนการใช้ไฟฟ้าในโรงงาน โดยในปี 2565 สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วยผลิต ลงได้ที 0.489 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อแกลลอน (kWh/Gallon) หรือคิดเป็น 9.45% ที่ลดได้เมื่อเทียบกับการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วยผลิต ในปี 2564 (0.540 kWh/Gallon) โดยปี 2565 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงาน 6 โครงการ ดังนี้



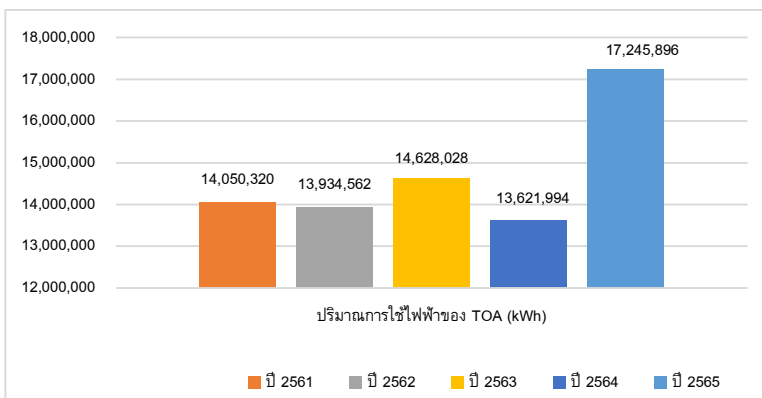
โครงการ	ผลประหยัด			เงินลงทุน (บาท)	ระยะเวลา คืนทุน(ปี)
	กิโลวัตต์	กิโลวัตต์- ชั่วโมง/ปี	บาท/ปี		
1. ติดตั้ง Solar Rooftop แบบ PPA ขนาด 2.7 MW ที่ อาคารคลังสินค้า 2 และคลังพัสดุ 2	2,440	4,800,000	5,166,810	ลงทุนแบบ PPA	-
2. โครงการติดตั้งระบบ VSD Air Compressor เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพลมอัด	43	94,039	357,350	700,000	1.95
3. ปรับปรุงระบบการเลี้ยงเชื้อชีวภาพในระบบบำบัดน้ำเสีย โดยการลดการใช้ลมอัด	19.50	25,509	96,934	800,000	8.25
4. งานโครงการใช้น้ำหล่อเย็นจาก Cooling tower ทดแทน น้ำจากซิลเลอร์ในงานบดสี โรงงานสีน้ำมัน	37	162,000	615,600	400,000	0.650
5. ติดตั้งระบบ VSD ควบคุมมอเตอร์ Dust และซิลเลอร์ โรงงานสีน้ำมัน	99	15,831	60,160	320,000	5.31
6. งานโครงการติดตั้ง New Dust & Carbon แบบ VSD โรงงานผลิตสีน้ำมัน	13.6	79,617	318,470	1,000,000	3.14
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>2,652.1</b>	<b>5,176,996</b>	<b>6,615,324</b>	<b>3,220,000</b>	



Solar Rooftop ที่อาคารคลังสินค้า 2 และคลังพัสดุ 2

### 3.1.2 รายงานปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อปี (2561 – 2565)

จากผลรวมทั้ง 6 มาตรการข้างต้น สามารถประหยัดพลังงานไฟฟ้าได้ 5,176,996 กิโลวัตต์-ชั่วโมง/ปี ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ส่วนปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั้งหมดในปี 2565 เท่ากับ 17,245,896 kWh



### 3.2 การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero)

การเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศส่งผลให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในหลายพื้นที่ทั่วโลกซึ่งมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วมฉับพลัน พายุ ไฟป่า หรือเหตุการณ์สภาพภูมิอากาศสุดขั้ว (Extreme Weather Events) ซึ่งความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk) ดังกล่าวอาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก และต้นทุนการผลิตสินค้าอาจต้องปรับตัวสูงขึ้น เช่น ราคาวัตถุดิบปรับราคาสูงขึ้น ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น ฯลฯ ส่งผลต่ออัตราทำกำไร และรายได้ที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต

จากการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสมัยที่ 26 (COP 26) ที่เมืองกลาสโกว์ สหราชอาณาจักร เมื่อวันที่ 31 ตุลาคมถึง 12 พฤศจิกายน 2564 มีวาระสำคัญคือ การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศของโลก และประเทศไทยได้แสดงเจตจำนงที่จะร่วมแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการกำหนดประเทศไทยจะบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Greenhouse Gas Emission) ภายในปี 2608 (ค.ศ. 2065)



บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญในการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ จึงตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Greenhouse Gas emission) ภายในปี 2050 หรือ ปี พ.ศ. 2593 เพื่อแสดงเจตนาของ บริษัทฯ ที่มีความตั้งใจ และมุ่งมั่นในการดำเนินการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นส่วนหนึ่งในการลดผลกระทบจากการทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สอดคล้องตามกรอบแผนพลังงานชาติและนโยบายของประเทศไทย โดยมีแนวทางการบริหารด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ดังนี้

- (1) ดำเนินการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น โดยการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการจัดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบสินค้าและบริการเพื่อความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดของเสียโดยการหมุนเวียนของทรัพยากรหรือนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่
- (2) นำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สามารถลดการใช้สารเคมี ด้วยส่วนผสมจากธรรมชาติ เทคโนโลยีจากสหรัฐอเมริกา ที่นำส่วนผสมจากพืชมาใช้แทนวัตถุดิบจากปิโตรเลียม
- (3) บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้ง Solar rooftop ที่บริเวณหลังคาโรงงานบางนา และอยู่ระหว่างดำเนินการติดตั้ง Solar Cell สำหรับโรงงานของกลุ่มย่อยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลงทุนในเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน และเป็นพลังงานทางเลือกเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด
- (4) แต่งตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร และได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization) จากองค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์กรมหาชน) ทั้งโรงงานบางนา และโรงงานสำโรง
- (5) ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมในทุกกระบวนการผลิต มีการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตที่ลดการใช้น้ำ บำรุงรักษาระบบน้ำประปาให้มีประสิทธิภาพอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานเสมอ และติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อบำบัดน้ำก่อนปล่อยลงสู่ระบบระบายน้ำสาธารณะ และสามารถหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่
- (6) สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานคัดแยกขยะก่อนทิ้ง เพื่อนำขยะที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้กลับมาใช้ใหม่อีกครั้ง และเพื่อลดจำนวนขยะที่จะทำลายสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตอื่น
- (7) การดำเนินการเพื่อดูดกลับก๊าซเรือนกระจก หรือการเพิ่มคาร์บอนเครดิต (Carbon credits) เช่น กิจกรรมปลูกป่า

และได้กำหนดดัชนีวัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator) ดังนี้

- ค่าการผลิตไฟฟ้าจาก Solar rooftop เพื่อเปรียบเทียบการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในแต่ละเดือน
- กำหนดเป้าหมายการใช้น้ำเพื่อระบบสุขาภิบาลอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถลดการใช้น้ำลงอย่างต่อเนื่อง
- อัตราการลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิตและระบบสุขาภิบาล จากการนำน้ำหลังผ่านการบำบัดมาใช้

### 3.2.1 การจัดการเพื่อลดปัญหาก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ แต่งตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร และได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization) จากองค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์กรมหาชน) ทั้ง

โรงงานบางนา และโรงงานสำโรง นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการขึ้นทะเบียนเครื่องหมายความคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization) และการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product) ในปี 2565

## เป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งเป้าหมายที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการดำเนินการภายในองค์กร ดังนี้

1. ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงอย่างน้อย 20% ภายในปี 2568 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2564
2. การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593

**กลยุทธ์:** กำหนดแผนมาตรการอนุรักษ์พลังงานปี 2565-2568 (รายละเอียดในหัวข้อ “การจัดการพลังงาน”)

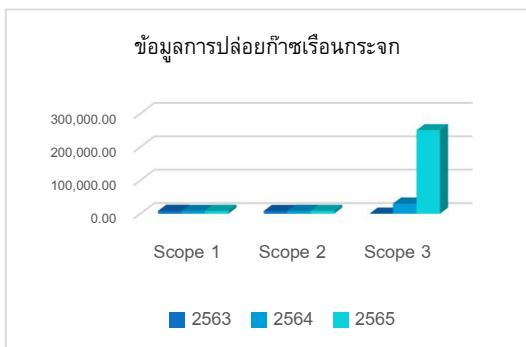
แหล่งที่ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ประกอบด้วย

ขอบเขต	แหล่งกำเนิด	แนวทางการจัดการ
ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นโดยตรง (Scope 1)	การเผาไหม้เชื้อเพลิงต่าง ๆ ของบริษัทฯ อาทิ น้ำมันเบนซิน น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา LPG รวมถึงการรั่วไหลของสารต่าง ๆ ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร เช่น สารทำความเย็น สารดับเพลิง ก๊าซมีเทนจากระบบบำบัดน้ำเสีย	บริษัทฯ ได้ใช้มาตรการการใช้รถ Forklift ไฟฟ้าแทน รถ Forklift น้ำมัน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2)	การใช้พลังงานไฟฟ้าโดยบริษัทฯ	อธิบายในหัวข้อ “การจัดการพลังงาน”
ก๊าซเรือนกระจกโดยอ้อมอื่น ๆ (Scope 3)	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากวัตถุดิบตั้งต้นที่ซื้อ (Purchased goods and services) การใช้กระดาษ และการใช้น้ำประปา	อธิบายในหัวข้อ “การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม” “การจัดการทรัพยากรน้ำ” และ “การจัดการของเสีย”

## ผลการดำเนินงาน

### การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร บริษัทฯ ได้คำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งนี้ ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใช้วิธีการคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ก๊าซเรือนกระจกที่พิจารณา คือ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO<sub>2</sub>) มีเทน (CH<sub>4</sub>) ไนตรัสออกไซด์ (N<sub>2</sub>O) ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) เพอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF<sub>6</sub>) และไนโตรเจนไตรฟลูออไรด์ (NF<sub>3</sub>) โดยแสดงผลในหน่วยตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (TonCO<sub>2</sub>e) ดังนี้



ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (TonCO <sub>2</sub> e)	2565 <sup>(1)</sup>	2564 <sup>(2)</sup>	2563
ทางตรง (Scope 1)	8,627.00	8,455.54	8,534.24
ทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Scope 2)	8,662.00	8,651.11	8,283.10
ทางอ้อมอื่นๆ (Scope 3)	250,247.00	30,443.00	158.24
รวม	267,536.00	47,549.65	16,975.58

หมายเหตุ:

- (1) ข้อมูลปี 2565 เป็นการคิดรวมโรงงานบางนาและโรงงานลำโรง และใช้วิธีการประเมินตามข้อบังคับใหม่ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก ที่ให้พิจารณา Scope 3 เพิ่มขึ้นจากเดิม
- (2) ข้อมูลปี 2564 เป็นการคิดรวมโรงงานบางนาและโรงงานลำโรง (ปี 2563 คำนวณเฉพาะโรงงานบางนา) และใช้วิธีการประเมินใหม่ตามข้อบังคับขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก ที่ให้พิจารณา Scope 3 เพิ่มขึ้นจากเดิม

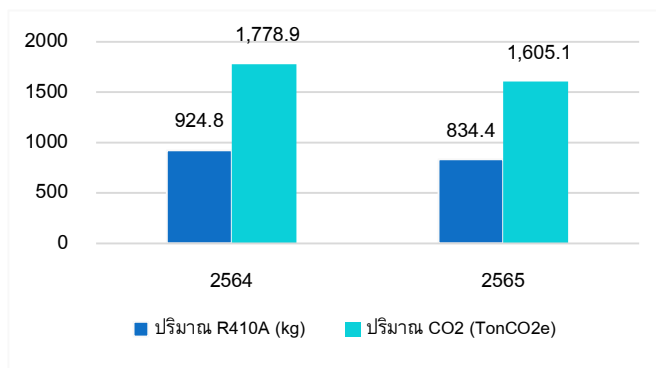
### คาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization)



บริษัทฯ ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2565

### การควบคุมปริมาณการใช้สารทำความเย็น

ในปี 2565 มีเป้าหมายการลดปริมาณการใช้สารทำความเย็น (R410A) ภายในโรงงานลง 10% จากปริมาณการใช้งานในปี 2564 โดยสามารถลดปริมาณการใช้งานลง 90.4 กิโลกรัม หรือ 9.78%



### โครงการ TOA จิตอาสาปลูกป่า

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญในการจัดการลดปัญหา และการดูดซับก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการดูแลรักษาความหลากหลายทางชีวภาพของชุมชน ในปี 2565 บริษัทฯ ได้ริเริ่มโครงการ TOA จิตอาสาปลูกป่า โดยร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลวังท่าดี อ.หนองไผ่ จ.เพชรบูรณ์ ร่วมปลูกไม้ดอกไม้ประดับ และไม้ยืนต้น สร้างพื้นที่สีเขียวให้กับอ่างเก็บน้ำคลองลำกง ในโครงการ "รักษน้ำ รักษาป่า รักษาแผ่นดิน" เฉลิมพระเกียรติฯ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เนื่องในโอกาสสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 90 พรรษา ซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำสำคัญบนเนื้อที่กว่า 70 ไร่

โครงการปลูกป่าเพื่อสร้างพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชนและป่าไม้ นี้ ถือเป็นอีกหนึ่งโครงการที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างมาก โดยตั้งเป้าหมายการดำเนินงานในปี 2566 บนเนื้อที่ 1,000 ไร่ หรือ 1,600,000 ตารางเมตร โดยร่วมกับกรมป่าไม้ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันเป็นพลังขับเคลื่อนฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ให้ธรรมชาติได้กลับคืนมา มีความอุดมสมบูรณ์อีกครั้ง สร้างปอดแห่งใหม่ให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมทั้งยังช่วยป้องกันภัยจากธรรมชาติ สร้างคุณภาพอากาศที่ดี ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจก และลดภาวะโลกร้อนให้กับโลกของเรา รวมทั้งยังมีส่วนในการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย





### 3.3 การบริหารจัดการการใช้น้ำ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมในทุกกระบวนการผลิต มีการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตที่ลดการใช้ (ระบบ Piggging) บำรุงรักษาระบบน้ำประปา ให้มีประสิทธิภาพอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้เสมอ และติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อให้ น้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตได้รับการบำบัดก่อนปล่อยลงสู่ระบบระบายน้ำสาธารณะ หรือสามารถหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่ โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

- จัดทีมดูแลบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ และตรวจติดตามเป็นประจำทุกสัปดาห์
- ปรับปรุงประสิทธิภาพระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อให้สามารถนำน้ำหลังผ่านการบำบัดมาใช้งานได้มากขึ้น
- ปรับปรุงสุขภัณฑ์ห้องน้ำในสำนักงานให้เป็นแบบสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำ



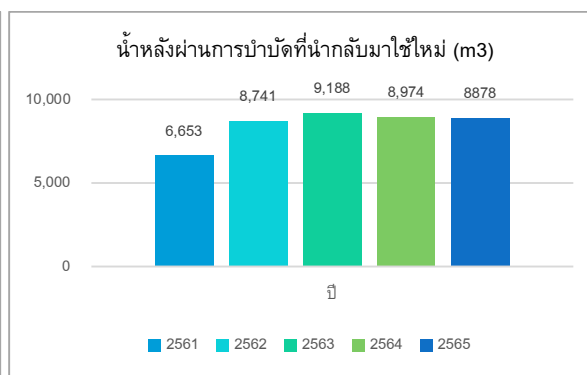
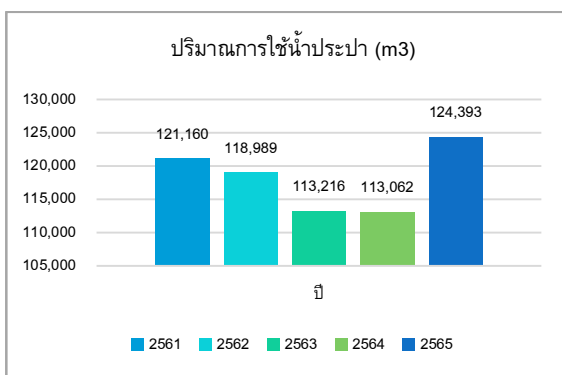
เป้าหมาย		ผลการดำเนินงาน
	ลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิตและระบบ Utility จากการนำน้ำหลังผ่านการบำบัดมาใช้	ลด 5% หรือ 4,931 ลูกบาศก์เมตรต่อปี (m <sup>3</sup> /year) จากปีฐาน 2564
	ลดการใช้น้ำในระบบสุขาภิบาลด้วยการบริหารจัดการน้ำในสำนักงานควบคู่กับการนำเทคโนโลยีมาใช้ตรวจติดตาม (Monitor Instrument)	ลด 7% หรือ 1,840 ลูกบาศก์เมตรต่อปี (m <sup>3</sup> /year) จากปีฐาน 2564
		ปี 2565 การใช้น้ำในกระบวนการผลิตและระบบ Utility ลดลง 4.94 % หรือ 4,878 ลูกบาศก์เมตร
		ปี 2565 การใช้น้ำในระบบสุขาภิบาล ลดลง 2.73% หรือ 1,583 ลูกบาศก์เมตร

ปี 2565 การใช้น้ำต่อหน่วยผลิต ลดลงเหลือ 0.003526 ลูกบาศก์เมตรต่อแกลลอน หรือลดลง 6% จากการใช้ปีฐาน 2564 ที่ 0.00375 ลูกบาศก์เมตรต่อแกลลอน โดยปริมาณการใช้น้ำประจำปีสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาเล็กน้อย (ปี 2565: 124,398 m<sup>3</sup> /ปี 2564: 113,062 m<sup>3</sup>) โดยกำลังการผลิตมากกว่าเดิม และมีการนำน้ำหลังผ่านการบำบัดมาใช้ใกล้เคียงเดิม (ปี 2565: 8,878 m<sup>3</sup> /ปี 2564: 8,974 m<sup>3</sup>) ในส่วนการบริหารจัดการน้ำได้มีการจัดตั้งทีมดูแลและมีการติดตั้งมิเตอร์เพิ่มเพื่อตรวจวัด ติดตามการใช้งาน และหามาตรการควบคุมซึ่งจะเริ่มเห็นผลการประหยัดในปีต่อไป

### ปริมาณการใช้น้ำจำแนกตามแหล่งน้ำ

หน่วย : m<sup>3</sup>

แหล่งน้ำ	2561	2562	2563	2564	2565
1. น้ำประปา	121,160	118,989	113,216	113,062	124,398
2. น้ำหลังผ่านการบำบัดที่นำกลับมาใช้ใหม่	6,653	8,741	9,188	8,974	8,878



### 3.4 การจัดการของเสียและขยะ

บริษัทฯ มีความประสงค์ที่จะอยู่ร่วมกับชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน ในการสร้างและสนับสนุนให้เกิดธุรกิจรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นที่มาของนโยบายการจัดการของเสียขององค์กร เพื่อเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการบริหารจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต โดยใช้แนวทางการจัดการของเสียตามหลัก 3Rs (Re-use/ Reduce/ Recycle) โดยตั้งเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการใช้ประโยชน์ของเสียจากกระบวนการผลิตจากปีฐาน 2564 ให้ได้ 98% ภายในปี 2568

#### 3.4.1 นโยบายการจัดการของเสีย

- (1) ลดปริมาณของเสียที่ออกสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม โดยเน้นส่งเสริมให้มีการหมุนเวียนการใช้ประโยชน์จากของเสีย
- (2) ลดปริมาณของเสียที่ต้องส่งกำจัด โดยใช้แนวทางการจัดการของเสียตามหลัก 3Rs (Re-use/ Reduce/ Recycle) เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ

##### Reduce

**ลดการใช้:** เป็นการลดการใช้ทรัพยากรให้เหลือเท่าที่จำเป็นหรือนำมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะการลดการบริโภคทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป

##### Reuse

**การใช้ซ้ำ:** เป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด การนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่สามารถใช้งานได้มาใช้ก่อนนำไป Recycle รวมถึงการ Repair หรือซ่อมแซมของที่ยังใช้ได้อยู่

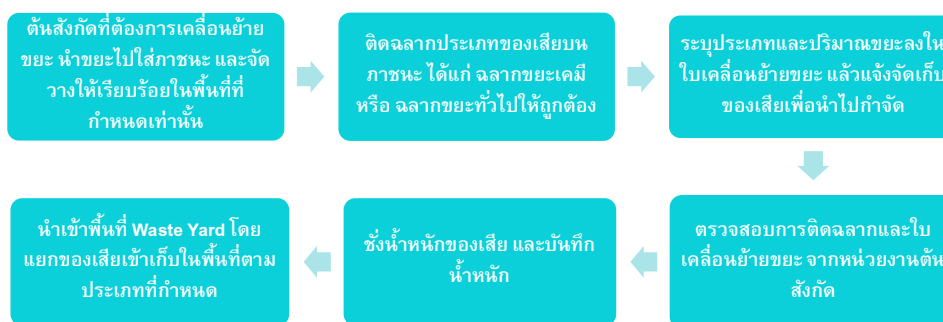
##### Recycle

**การนำกลับมาใช้ใหม่:** เป็นการนำวัสดุที่หมดสภาพแล้วหรือใช้แล้วมาแปรสภาพด้วยกระบวนการต่าง ๆ ทางอุตสาหกรรมเพื่อนำกลับมาใช้ หรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่

- (3) กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานและส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานมีการวิเคราะห์หาแนวทางการลดปริมาณของเสีย และการจัดการของเสียที่เหมาะสม รวมทั้งมีการควบคุมตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการของเสียที่กำหนดไว้อย่างสม่ำเสมอ
- (4) จัดให้มีการสื่อสารเรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการของเสีย และแลกเปลี่ยนประสบการณ์การจัดการของเสียในแต่ละหน่วยงาน เพื่อสร้างวัฒนธรรมทางด้านสิ่งแวดล้อม และพัฒนาการขยายความเชื่อมโยงทางความคิดด้านการจัดการของเสียให้เกิดขึ้นกับบุคลากรทุกคนในองค์กร
- (5) จัดให้มีการตรวจประเมินประสิทธิภาพการจัดการของเสียตามดัชนีชี้วัดที่กำหนดขึ้น และพัฒนาปรับปรุงกิจกรรมด้านการจัดการของเสียอย่างสม่ำเสมอ
- (6) กำหนดให้มีผู้รับผิดชอบในการทำหน้าที่ดูแลด้านการจัดการของเสียภายในองค์กรอย่างชัดเจน

### 3.4.2 การจัดการขยะและวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว

บริษัทฯ มีระเบียบปฏิบัติการด้านการจัดการและควบคุมของเสียซึ่งเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต หรือกิจกรรมอื่นๆ ให้เป็นแนวทางที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกฎหมาย ให้เกิดความปลอดภัยในการจัดเก็บ การขนส่ง ตลอดจนการทำลาย เพื่อเป็นแนวทางป้องกันไม่ให้ขยะและวัสดุที่ไม่ใช้แล้วหรือของเสียอันตราย ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การคัดแยกของเสียในองค์กรกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานไว้ในระเบียบปฏิบัติงานเรื่อง การจัดการขยะ โดยแบ่งประเภทของขยะเป็น 3 ประเภท คือ ขยะชุมชน ขยะทั่วไป ขยะเคมี และดำเนินการส่งกำจัดของเสียโดยผู้รับกำจัดที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้การบริหารจัดการ ดังนี้



### ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดตามนโยบายสิ่งแวดล้อม และนโยบายการจัดการของเสีย โดยเลือกใช้วัสดุวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่ก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด มีการตรวจรับและจัดเก็บวัสดุที่มีประสิทธิภาพ การควบคุมที่มีคุณภาพและปลอดภัย

ผลการดำเนินงาน	เพิ่มปริมาณการใช้ประโยชน์ของเสียจากกระบวนการผลิตจากปีฐาน 2564 ให้ได้ 98% ภายในปี 2568			
	2565	2564	2563	2562
สัดส่วนของเสียอันตรายที่ดำเนินการด้วยวิธีการนำกลับมาใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่	98.11%	97.72%	96.06%	97.00%
สัดส่วนของเสียไม่อันตรายที่ดำเนินการด้วยวิธีการนำกลับมาใช้ซ้ำหรือใช้ใหม่	30.27%	31.59%	49.06%	50.73%

การจัดการของเสียจากกระบวนการผลิต	ประเภทของเสีย	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	วิธีการจัดการ
1. การคัดแยกเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อ	พลาสติก กระดาษ เหล็ก	643.142	20.16	คัดแยกประเภทส่งต่อผู้รับซื้อเพื่อเข้าสู่กระบวนการนำไปรีไซเคิล
2. เข้ากระบวนการนำตัวทำลายกลับมาใหม่	ตัวทำลาย	489.52	15.34	นำไปผ่านกระบวนการกลั่นตัวทำลายที่ใช้งานแล้วกลับมาใช้ใหม่ (Solvents Recovery)
3. นำกลับมาใช้ประโยชน์ด้วยวิธีล้างและนำกลับมาใช้ใหม่	บรรจุภัณฑ์ ปนเปื้อน	1,361.548	42.67	นำเข้าขบวนการล้างและหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่

การจัดการของเสีย จากกระบวนการผลิต	ประเภทของเสีย	ปริมาณ (ตัน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	วิธีการจัดการ
4. ทำเชื้อเพลิงผสม	วัสดุปนเปื้อน และ ผลิตภัณฑ์เสีย	1,014.629	21.83	ส่งเข้าปรับสภาพกากของเสียที่มีค่าความร้อน (Calorific content) ให้กลายเป็นพลังงานทดแทน หรือเชื้อเพลิงทดแทน

### 3.4.3 คุณภาพอากาศ

บริษัทฯ ดำเนินการตามมาตรฐานการจัดการด้านมลภาวะทางอากาศ เพื่อป้องกันผลกระทบด้านฝุ่นละอองและมลพิษในอากาศที่ระบายนอกจากบริษัทฯ การให้ความสำคัญตั้งแต่การสรรหาเครื่องจักร อุปกรณ์ตลอดกระบวนการผลิต โดยคัดเลือกเทคโนโลยีที่สะอาดเพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งการบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ มีการติดตั้งเครื่องมือตรวจวัดคุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไปภายในพื้นที่ประกอบอุตสาหกรรม และเครื่องมือตรวจวัดคุณภาพอากาศบริเวณปลายปล่องระบายอากาศ (Stack Emission) ดังนี้

กลยุทธ์	แนวทางดำเนินการ	ผลการดำเนินการ
1.การป้องกันมลพิษ อากาศเชิงรุก	จัดตั้งทีมงานสำหรับเฝ้าระวังและตรวจสอบมลพิษทางอากาศทั้งทางกายภาพและใช้เครื่องมือตรวจวัด	ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนหรือโรงงานข้างเคียงจากมลพิษอากาศ และผลการตรวจวัดคุณภาพผ่านเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด
2.ป้องกันจาก แหล่งกำเนิด	กำหนดผู้รับผิดชอบระบบบำบัดอากาศและกำหนดแผน PM ประจำสัปดาห์ เพื่อให้ระบบทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ระบบสามารถดำเนินการบำบัดมลพิษอากาศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การติดตั้งเครื่องมือตรวจวัดคุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไปภายในพื้นที่ประกอบอุตสาหกรรม เพื่อตรวจวัดปริมาณฝุ่นละอองรวม (TSP) ก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และไนโตรเจนไดออกไซด์ รวมถึงการตรวจวัดความเร็วและทิศทางลม เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการแพร่กระจายของมลพิษและแหล่งกำเนิดของมลพิษอากาศ



- การติดตั้งเครื่องมือตรวจวัดคุณภาพอากาศบริเวณปลายปล่องระบายอากาศ (Stack Emission) เพื่อตรวจวัดปริมาณมลสารที่ระบายออกสู่อากาศ พร้อมนำผลมาวิเคราะห์ เฝ้าระวังปัญหามลพิษหรือปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานและชุมชนใกล้เคียง รวมทั้งเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขได้อย่างทันที่ รวมทั้งการตรวจสอบคุณภาพอากาศจากปล่องระบายอากาศโดยบริษัทฯ ตรวจวัดภายนอกอย่างน้อย ปีละ 2 ครั้ง

มลพิษอากาศ	เป้าหมาย 3 ปี (2565 – 2568)	ปี 2564	ปี 2565
Xylene (เฉพาะโรงงานบางนา)	ต่ำกว่ามาตรฐาน	2.93 ppm	9.30 ppm
Total VOCs (เฉพาะโรงงานบางนา)	ต่ำกว่ามาตรฐาน	16.5 ppm	167.14 ppm
การร้องเรียนจากชุมชนโดยรอบ	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง
จำนวนครั้งที่ไม่ผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง

- การตรวจวัดคุณภาพอากาศ (โรงงานบางนา)

การตรวจวัดคุณภาพอากาศ	จำนวนครั้งที่ไม่ผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด				
	2565	2564	2563	2562	2561
คุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไป	0	0	0	0	0
คุณภาพอากาศจากปล่องระบายอากาศ	0	0	0	0	0

การตรวจวัดคุณภาพอากาศใน บรรยากาศโดยทั่วไป	หน่วย	ค่าเฉลี่ยผลการตรวจวัด					มาตรฐาน
		2565	2564	2563	2562	2561	
คาร์บอนมอนนอกไซด์ (CO)	ppm	0.16	0.3	0.35	1.65	0.5	30
ไนโตรเจนไดออกไซด์ (NO <sub>2</sub> )	ppm	0.0144	0.003	0.0125	0.0077	0.0275	0.17
ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO <sub>2</sub> )	ppm	0.0063	0.0015	0.003	0.0018	0.0265	0.30
ฝุ่นละอองรวม (TSP)	mg/m <sup>3</sup>	0.141	0.0665	0.1385	0.0735	0.0795	0.33

การตรวจวัดคุณภาพอากาศจาก ปล่องระบายอากาศ	หน่วย	ค่าเฉลี่ยผลการตรวจวัด					มาตรฐาน
		2565	2564	2563	2562	2561	
Total VOC as propane	ppm	167.14	16.5	31.78	84.6	88.27	-
ฝุ่นละอองรวม (TSP)	mg/m <sup>3</sup>	8.3	0.52	0.93	1.38	1.93	400
Xylene	ppm	9.30	2.93	1.2	25.71	32.43	200

- การตรวจวัดคุณภาพอากาศ (โรงงานสำโรง)

การตรวจวัดคุณภาพอากาศ	จำนวนครั้งที่ไม่ผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด				
	2565	2564	2563	2562	2561
คุณภาพอากาศในบรรยากาศโดยทั่วไป	0	0	0	0	0
คุณภาพอากาศจากปล่องระบายอากาศ	0	0	0	0	0

การตรวจวัดคุณภาพอากาศใน บรรยากาศโดยทั่วไป	หน่วย	ค่าเฉลี่ยผลการตรวจวัด					มาตรฐาน
		2565	2564	2563	2562	2561	
คาร์บอนมอนนอกไซด์ (CO)	ppm	0.14	1.6	0.4	1.659	0.3	30
ไนโตรเจนไดออกไซด์ (NO <sub>2</sub> )	ppm	0.0131	0.002	0.027	0.018	0.019	0.17
ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO <sub>2</sub> )	ppm	0.0061	0.011	0.003	0.003	0.003	0.30
ฝุ่นละอองรวม (TSP)	mg/m <sup>3</sup>	0.192	0.215	0.066	0.047	0.054	0.33

การตรวจวัดคุณภาพอากาศจาก ปล่องระบายอากาศ	หน่วย	ค่าเฉลี่ยผลการตรวจวัด					มาตรฐาน
		2565	2564	2563	2562	2561	
Total VOC as propane	ppm	190.15	212.09	19.88	31.64	49.6	-
ฝุ่นละอองรวม (TSP)	mg/m <sup>3</sup>	4.59	3.45	2.35	6.05	1.69	400
Xylene	ppm	4.35	7.94	0.53	1.35	0.3	200
Copper	mg/m <sup>3</sup>	0.01	0.01	0.04	0.005	0.11	30
Lead	mg/m <sup>3</sup>	0.01	0.01	-	0.03	0.10	-

### 3.4.4 คุณภาพน้ำจากระบบบำบัด

บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียแบบแอกทีเวเต็ดสลัดจ์ (Activated Sludge Process) เพื่อบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต รวมทั้งการติดตามตรวจวัดคุณภาพน้ำหลังการบำบัดเป็นรายเดือน เพื่อให้มั่นใจว่า คุณภาพน้ำเป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด

Parameter	standard	ผลตรวจวัดคุณภาพน้ำหลังการบำบัด ปี 2565											
		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
TDS (mg/l)	<3,000	310	334	426	310	312	348	276	156	328	392	562	388
BOD (mg/l)	<20	4	5	15	11	<2	15	3	2	5	11	15	19
COD (mg/l)	<120	38	94	70	38	<20	83	25	26	70	70	89	83

### 3.5 การพัฒนานวัตกรรมและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการขับเคลื่อนองค์กรที่มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมและนำมาปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยครอบคลุมตามหลักมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (Green Industry) พร้อมทั้งพัฒนาเพื่อยกระดับความคิดและการกระทำของพนักงานในการสร้างผลลัพธ์ที่สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด สร้างการมีส่วนร่วมและความตระหนักในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมระดับบุคคลเพื่อไปสู่วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture)



บริษัทฯ มีกระบวนการในการสร้างให้บุคลากรภายในองค์กรเกิดความเชื่อและมีพฤติกรรมร่วมกันเกี่ยวกับการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- การให้ความรู้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงาน ทั้งตามกฎหมายและที่จำเป็นในการทำงาน
- แต่งตั้งคณะกรรมการ คณะทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้าน 3Rs ด้านพลังงาน ด้าน CSR ด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร เป็นต้น
- การประชุมทบทวนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะ ปัญหา และแนวทางการแก้ไขด้านสิ่งแวดล้อม
- การกำหนดตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมผ่านทาง Morning Talk ป้ายประชาสัมพันธ์ กิจกรรม SHE Day

### 3.5.1 การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ เข้าใจถึงความจำเป็นในการปรับปรุงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการละเมิดกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังตระหนักดีว่าข้อกำหนดและกฎหมายใหม่ที่เกิดขึ้นสามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจหากไม่ให้ความสำคัญกับการปกป้องสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก

การปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมเป็นความรับผิดชอบหลักและมีความสำคัญทางธุรกิจเป็นลำดับต้น ๆ บริษัทฯ ได้ประกาศนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่มุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด รวมถึงการนำแนวทางสากลมาประยุกต์ใช้ภายในองค์กร เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และมีการทบทวนติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายต่อเนื่องในการไม่ให้เกิดการละเมิดข้อปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม และมุ่งหมายที่จะจัดการบริหารการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

## ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบคุณภาพและมาตรฐานสิ่งแวดล้อมดังนี้

ในประเทศไทย	ต่างประเทศ
<ul style="list-style-type: none"> <li>o ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO 14001: 2015</li> <li>o ระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001: 2015</li> <li>o การรับรองมาตรฐาน Green Label Singapore จาก Singapore Environment Council (ส่งออกในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย)</li> <li>o การรับรองมาตรฐาน Green Industry Level 4 (Green Culture) จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม</li> <li>o การรับรองผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว การรับรองผลิตภัณฑ์ปลอดสารปรอทและตะกั่ว (Green Label Thailand)</li> <li>o การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร ด้วยฉลากประหยัดพลังงานประสิทธิภาพสูงเบอร์ 5 (Energy Saving Label) จากกระทรวงพลังงาน</li> <li>o การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมต่างๆ (มอก.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO 14001: 2015 ของ TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd., PT TOA Coating Indonesia และ TOA Paint Products Sdn. Bhd.</li> <li>o ระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001: 2015 ของ TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd., PT TOA Coating Indonesia และ TOA Paint Products Sdn. Bhd.</li> <li>o การรับรองมาตรฐาน Green Label Singapore จาก Singapore Environment Council ของ TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. และ TOA Paint Products Sdn. Bhd.</li> <li>o การรับรอง โดย SIRIM QAS International Sdn. Bhd. ของ TOA Paint Products Sdn. Bhd.</li> </ul>

เฉพาะข้อมูลในประเทศไทย

	เป้าหมาย 2565	ผลการดำเนินงาน				
		2565	2564	2563	2562	2561
จำนวนอุบัติการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ	0	0	0	0	0	0
จำนวนครั้งของค่าปรับที่มีนัยสำคัญ	0	0	0	0	0	0

### 3.5.2 การมีนวัตกรรมและเผยแพร่นวัตกรรมซึ่งได้จากการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้นำแนวคิดในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้และคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจที่สร้างประโยชน์ความสามารถในการแข่งขันต่อธุรกิจและสิ่งแวดล้อม โดยมีการตรวจสอบกระบวนการต่างๆ ของธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือมีผลกระทบในทางลบต่อสิ่งแวดล้อม และศึกษาหาแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว โดยพิจารณาและวิเคราะห์กระบวนการทำงานอย่างละเอียดครอบคลุมทุกด้าน เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สามารถตอบสนองความต้องการและทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

❖ กระบวนการผลิตระบบอัตโนมัติ (โปรแกรม ABB) ในระบบปิดแบบ Slurry (Closed system) ช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมถึงร้อยละ 50

- กระบวนการผลิตระบบปิดแบบ Slurry (Closed system) ควบคุมด้วยระบบอัตโนมัติ (โปรแกรม ABB) วัตถุประสงค์หลักทั้งชนิดผงและเหลวถูกเก็บไว้ใน Silo และ Storage tank โดยการส่งผ่านวัตถุประสงค์หลักเข้าไปในกระบวนการผลิตเป็นระบบปิด (Closed system) ช่วยลดระยะเวลาการผลิต ช่วยลดน้ำเสีย ช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมถึง 50 % และใช้ Robot ในการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างการบรรจุ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อพนักงานและลดการใช้พลังงาน

❖ โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม จึงได้พัฒนาเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ตามโครงการของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จนทำให้โรงงานบางนา ได้อยู่ในระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) คือ การที่ทุกคนในองค์กรให้ความร่วมมือร่วมใจดำเนินงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกด้านของการประกอบกิจการ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร และในปี 2565 บริษัทฯ ยื่นดำเนินการต่ออายุการรับรอง และอยู่ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าตรวจประเมินเพื่อรับการรับรอง



❖ การลดการใช้กระดาษและใช้อย่างคุ้มค่า

บริษัทฯ ได้มีการลดการใช้กระดาษและส่งเสริมให้พนักงานใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ผ่านการดำเนินงานดังนี้

- การใช้ E-Form แทนการใช้กระดาษ : นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการจัดเก็บเอกสาร การส่งไฟล์เอกสาร การอ้างอิง และการอนุมัติ อาทิ Microsoft SharePoint, HR Cloud, E-Slip, E-Catalog, E-Registration, E-Bill Payment, Power App, Power BI เป็นต้น
- การใช้กระดาษที่ใช้แล้วทั้ง 2 ด้าน : รณรงค์และขอความร่วมมือจากพนักงานในการรวบรวมกระดาษที่ใช้ครบแล้วทั้ง 2 ด้านให้ฝ่ายสนับสนุนเทคนิคสีทาอาคารเพื่อนำมาใช้สำหรับรองลากเน็ตสี

❖ รณรงค์การลดใช้ถุงพลาสติก

บริษัทฯ ได้รณรงค์การลดใช้ถุงพลาสติกและโฟม ผ่านช่องทาง Line Official เพื่อรับข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดปัญหาสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสร้างความตระหนักถึงพิษภัยจากพลาสติกและขยะพลาสติก นอกจากนี้ ร้านค้าในบริษัทฯ ได้ร่วมมืองดแจกถุงพลาสติก และขอความร่วมมือจากพนักงานในการใช้ถุงผ้าแทนการใช้ถุงพลาสติก เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดขยะพลาสติก



❖ การพัฒนาวัตกรรมสินค้าและบริการ

บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการด้วยนวัตกรรมสีเขียวที่ปลอดภัยต่อชีวิตและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Greenovation) และมีส่วนช่วยลดการใช้พลังงาน อีกทั้งตอบสนองผู้บริโภคด้วยความรับผิดชอบ ภายใต้แนวคิดนวัตกรรมสีเขียวที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ

TOA Greenovation			
	Clean	Green	Save
	ลดสารเคมีที่เป็นอันตราย	ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม	คุ้มค่าและประหยัดพลังงาน
<b>Raw Material</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zero Heavy Metal</li> <li>- Non-Isocyanate</li> <li>- Transform Solvent base to Water base</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- APEO Free, Ammonia Free</li> <li>- Formaldehyde Free</li> <li>- Near "0" VOCs</li> <li>- Bio base material</li> <li>- Low Oder, Low Emission</li> <li>- Less Solvent</li> <li>- Anti Bacteria/Virus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energy Saving (Heat)</li> <li>- Insulator, IR Reflective)</li> <li>- Super Durable</li> <li>- Single Component</li> <li>- Reuse/Reduce/Recycle</li> <li>- Easy to use</li> <li>- Reduce Application Time</li> </ul>
<b>Process</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zero Heavy Metal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reduce Emission</li> <li>- Reduce Dust</li> <li>- Waste Management</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Automation</li> <li>- Reuse/Reduce/Recycle</li> <li>- Increase efficiency</li> </ul>

ในปี 2565 บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายในการดำเนินงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมดังนี้

เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
1. สัดส่วนผลิตภัณฑ์ประเภท Greenovation ในพอร์ตต่อรายได้ไม่น้อยกว่า 20% โดยพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจาก LEED V.4	สินค้าที่ได้รับการรับรอง LEED V.4 มีทั้งหมด 38 รายการ โดยมียอดขายในปี 2565 = 3,796 ล้านบาท คิดเป็น 22.4% จากยอดขายทั้งหมด
2. สัดส่วนมูลค่านวัตกรรมไม่น้อยกว่า 1% เทียบกับยอดขาย โดยพิจารณาจาก การขายสินค้าในกลุ่ม NPD ทั้งหมด (คิดจากการประกาศขายสินค้าในระยะเวลา 3 ปี) รวมกับจำนวนเงินที่เกิดจากการลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงกระบวนการที่เกี่ยวข้องทั้งหมด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จากยอดขายสินค้า NPD ที่ออกตลาดตั้งแต่ปี 2563 – 2565 (3 ปี ปฏิทิน) เท่ากับ 98,346,634 บาท</li> <li>- กิจกรรมลดค่าใช้จ่ายในปี 2565 ทั้งหมด 10 กิจกรรม และลดค่าใช้จ่ายได้ทั้งหมด 6,924,768.32 บาท</li> <li>- รวมเป็น 105,271,402 ล้านบาท คิดเป็น 0.62% ของยอดขายทั้งหมด</li> </ul>

และได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Products) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2565 จำนวน 182 รายการ จาก 21 แบรินด์ดังนี้

- |                      |                                      |                       |
|----------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| 1. 4 SEASONS         | 8. SUPERSHIELD                       | 15. TOA ORGANIC CARE  |
| 2. 4 SEASONS 5IN1    | 9. SUPERSHIELD AQUA GLOSS            | 16. TOA PRO PRIMER    |
| 3. 7IN1              | 10. TOA FLEX EXPERT                  | 17. TOA PRO EXPERT    |
| 4. DURACLEAN         | 11. TOA HYDRO QUICK                  | 18. TOA SHIELD EXPERT |
| 5. DURACLEAN A PLUS  | 12. TOA INDUSTRIAL LACQUER GLOSS WB  | 19. TOA SHIELD-1 NANO |
| 6. SUPER MATEX       | 13. TOA INDUSTRIAL LACQUER PRIMER WB | 20. TOA ULTIMATE      |
| 7. SUPERMATEX EXPERT | 14. TOA LOFT                         | 21. TOA WALLTEX       |

## เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืนที่ดำรงตำแหน่ง ในปี 2565 ทั้ง 12 ท่าน ประกอบด้วย คุณจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ ประธานกรรมการ คุณวินัย ชัยบุรุษานนท์ คุณอรุณรพผล วัชรระไพโรจน์ คุณนิภาพร จองจตุพร รองประธานกรรมการ คุณทวีพร พัฒนกิจเรือ คุณชัชวัญ รุ่งทอง คุณนันทพล บุญเหลือ คุณศุภกานต์ สุขเลิศ คุณภาณุพงศ์ ภูทะวัง คุณอนุชิต ยังเปรมปรี คุณณัฐพงษ์ ภูศรีเสวตชาติ และคุณศรีกัลยา เพ็ญศรี กรรมการ ได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างครบถ้วนตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืน และตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการฯ โดยในปี 2565 มีการจัดประชุมทั้งสิ้น 2 ครั้ง สรุปประเด็นสาระสำคัญ ดังนี้

1. กำหนดวิสัยทัศน์และโครงสร้างการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
2. ทบทวนห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย
3. ทบทวนประเด็นที่มีสาระสำคัญด้านความยั่งยืน และMateriality Matrix
4. กำกับดูแลให้การดำเนินธุรกิจมีธรรมาภิบาล และปฏิบัติตามกฎหมาย
  - 1) กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการบริหารความเสี่ยง และการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption) เพื่อเสริมสร้างพื้นฐานทางธุรกิจให้แข็งแกร่ง เป็นไปตามมาตรฐานสากล และหน่วยงานกำกับดูแลภายในประเทศ ให้เป็นองค์กรที่สามารถเติบโตได้ในระยะยาว
  - 2) กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จ และแผนงานการพัฒนาด้านการกำกับดูแลองค์กร ให้สอดคล้องสอดคล้องไปกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างยั่งยืน
  - 3) พิจารณาทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ในการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทฯ ให้มีความทันสมัย สอดคล้องตามเกณฑ์มาตรฐาน รวมทั้งมีความเหมาะสมกับการนำไปใช้ปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์กร
  - 4) พิจารณาให้ความเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งอนุมัติแผนการดำเนินงาน ประจำปี 2565 ให้มีความชัดเจน
  - 5) ส่งเสริมให้มีการสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ และผู้ที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักและปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านกำกับดูแลกิจการ จริยธรรมธุรกิจ และนโยบายที่เกี่ยวข้อง
  - 6) สนับสนุนให้คณะทำงานย่อยในหน่วยงานต่าง ๆ สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
5. กำกับดูแลการดำเนินงานด้านการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน
  - 1) กำหนดและทบทวน นโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จ และแผนงานด้านการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน ให้สอดคล้องสอดคล้องไปกับการดำเนินการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainibility Framework) ของบริษัทฯ ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่ท้าทาย สำหรับการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว



- 2) ติดตามการดำเนินงานและให้ความเห็นต่อแผนงานและการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน เพื่อให้การดำเนินงานด้านการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Stewardship)
- 3) กำหนดทิศทาง นโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมายและแผนงาน รวมถึงการพิจารณาความคาดหวังและแนวทางตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และยังเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Greenovation)
- 4) พิจารณาให้ความเห็น ข้อเสนอแนะ รวมทั้งการอนุมัติแผนการดำเนินงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารห่วงโซ่อุปทาน การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า ให้เป็นไปอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและเกื้อหนุนกันประจำปี 2565 ให้ความชัดเจน

#### 6. กำกับดูแลงานด้านพัฒนาทุนมนุษย์และกิจการเพื่อสังคม

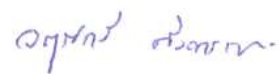
- 1) กำหนดและทบทวน นโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จ และแผนงานด้านพัฒนาทุนมนุษย์และกิจการเพื่อสังคม อาทิ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การสร้างแรงจูงใจ การรักษาบุคลากร และการสร้างทุนมนุษย์ การดูแลด้านสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัยอาชีวอนามัย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน สังคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมพัฒนาและขับเคลื่อนสังคมสู่ความยั่งยืน
- 2) พิจารณาให้ความเห็น ข้อเสนอแนะ รวมทั้งการอนุมัติแผนการสำรวจความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อกำหนดแนวทาง และรูปแบบการมีส่วนร่วมกับชุมชน เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย
- 3) กำกับดูแล ติดตาม รวมทั้งอนุมัติแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ เพื่อดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพสูง (Talent Attraction and Retention) ตลอดจนสวัสดิการของพนักงาน สิทธิขั้นพื้นฐาน และการปฏิบัติต่อแรงงานให้มีการดำเนินงานสอดคล้องกับ กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติงานที่ดี
- 4) ส่งเสริมการให้ความสำคัญในการดูแลชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม ที่เป็นพื้นฐานการผลิตของบริษัทฯ ผ่านโครงการต่าง ๆ ของบริษัทฯ ในหลากหลายรูปแบบ เพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองความคาดหวังชุมชน รวมทั้งให้คำแนะนำและติดตามผลกาเนินโครงการต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ
- 5) พิจารณาให้ความเห็น ข้อเสนอแนะ รวมทั้งการอนุมัติแผนการดำเนินงานด้านพัฒนาทุนมนุษย์และกิจการเพื่อสังคม ประจำปี 2565 ให้ความชัดเจน

#### 7. กำกับดูแลงานด้านสิ่งแวดล้อม

- 1) กำหนดและทบทวน นโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จ และแผนการดำเนินงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ การจัดการพลังงาน การจัดการทรัพยากรน้ำ คุณภาพอากาศ การจัดการของเสียและขยะอย่างมีประสิทธิภาพมุ่งสู่การสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ตลอดจนการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและพัฒนาสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero) ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

- 2) พิจารณาให้เห็น ข้อเสนอแนะแนวทางดำเนินงาน รวมทั้งการอนุมัติแผนงานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดความยั่งยืนและลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น
  - 3) กำกับดูแล ติดตามความคืบหน้า และสนับสนุนการดำเนินการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับกฎหมาย มุ่งสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีและยั่งยืน
  - 4) ส่งเสริมและสนับสนุน พนักงานการให้ความสำคัญในการดูแลสิ่งแวดล้อมในโรงงาน และชุมชนใกล้เคียงบริษัท ผ่านโครงการต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีและตอบสนองความคาดหวังชุมชน รวมทั้งให้คำแนะนำและติดตามผลการดำเนินโครงการต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ
8. ติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานตามแผนงานจากคณะกรรมการชด้อย่อย เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้
  9. พิจารณาสอบทานและอนุมัติข้อมูลในการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2565 เพื่อเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนและรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัท

ในนามคณะกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืน



(คุณจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ)

ประธานกรรมการบริษัทภิบาลและความยั่งยืน

## GRI Content Index

<b>Statement of use</b>	TOA Paint (Thailand) Public Company Limited has reported the information for the period 1 Jan 2022 to 31 Dec 2022 with reference to the GRI Standards
<b>GRI 1 used</b>	GRI 1: Foundation 2021

Disclosure	Description	Page	Detail / Omission	External Assurance
<b>GRI 2: General Disclosures (2021)</b>				
<b>1. The organization and its reporting practices</b>				
2-1	Organizational details	3		-
2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	36		-
2-3	Reporting period, frequency and contact point	3,93		-
2-4	Restatements of information	3		-
2-5	External assurance		Not available	-
<b>2. Activities and workers</b>				
2-6	Activities, value chain and other business relationships	6-12,31-34		-
2-7	Employees	52		-
2-8	Workers who are not employees	52		-
<b>3. Governance</b>				
2-9	Governance structure and composition	17-18		-
2-10	Nomination and selection of the highest governance body	17-18		-
2-11	Chair of the highest governance body	1		-
2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	5		-
2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	5		-
2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	1, 5		-
2-15	Conflicts of interest	37-39		-
2-16	Communication of critical concerns	24		-
2-17	Collective knowledge of the highest governance body	18		-
2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	18		-
2-19	Remuneration policies	18, 48-49		-
2-20	Process to determine remuneration	18, 48-49		-
<b>4. Strategy, policies and practices</b>				
2-22	Statement on sustainable development strategy	1, 4		-
2-23	Policy commitments	4-13		-
2-24	Embedding policy commitments	5, 88-90		-
2-25	Processes to remediate negative impacts	7-13		-
2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	19-22		-
2-27	Compliance with laws and regulations	17-18		-
2-28	Membership associations	17		-

Disclosure	Description	Page	Detail / Omission	External Assurance
<b>5. Stakeholder engagement</b>				
2-29	Approach to stakeholder engagement	7-13		
2-30	Collective bargaining agreements	55		-
<b>GRI 3: Material Topics 2021</b>				
3-1	Process to determine material topics	13		-
3-2	List of material topics	13-14		-
3-3	Management of material topics	14-15		-
<b>Economic</b>				
<b>GRI 201: Economic Performance (2016)</b>				
201-1	Direct economic value generated and distributed	15,37		-
201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	23-24		-
201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	49		-
201-4	Financial assistance received from government	36		-
<b>GRI 202: Market Presence 2016</b>				
202-1	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	52		-
202-2	Proportion of senior management hired from the local community	52		-
<b>GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)</b>				
203-1	Infrastructure investments and services supported	36		-
203-2	Significant indirect economic impacts	36		-
<b>GRI 204: Procurement Practices (2016)</b>				
204-1	Proportion of spending on local suppliers	Not Available		-
<b>GRI 205: Anti-corruption (2016)</b>				
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	23		-
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	15, 19-20		-
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	15, 19		-
<b>GRI 206: Anti-Competitive Behavior (2016)</b>				
206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	19-22		-
<b>GRI 207: Tax 2019</b>				
207-1	Approach to tax	18-19		-
207-2	Tax governance, control, and risk management	18-19		-
207-3	Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	18-19		-
207-4	Country-by-country reporting	Not Available		-
<b>GRI 301: Materials 2016</b>				
301-1	Materials used by weight or volume	Not Available		-
301-2	Recycled input materials used	Not Available		-
301-3	Reclaimed products and their packaging materials	Not Available		-

Disclosure	Description	Page	Detail / Omission	External Assurance
<b>GRI 302: Energy (2016)</b>				
302-1	Energy consumption within the organization	68-69		-
302-2	Energy consumption outside of the organization	68-69		-
302-3	Energy intensity	69		-
302-4	Reduction of energy consumption	68		-
302-5	Reductions in energy requirements of products and services	66-67		-
<b>GRI 303: Water and Effluents (2018)</b>				
303-1	Interactions with water as a shared resource	73-74		-
303-2	Management of water discharge-related impacts	74		-
303-3	Water withdrawal	Not Available		-
303-4	Water discharge	Not Available		-
303-5	Water consumption	74		-
<b>304: Biodiversity 2016</b>				
304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	73		-
304-2	Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	73		-
304-3	Habitats protected or restored	73		-
304-4	IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	Not Available		-
<b>GRI 305: Emissions 2016</b>				
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	71-72		Yes
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	71-72		Yes
305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	71-72		Yes
305-4	GHG emissions intensity	71-72		-
305-5	Reduction of GHG emissions	72		-
305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	78-79		-
305-7	Nitrogen oxides (NO <sub>x</sub> ), sulfur oxides (SO <sub>x</sub> ), and other significant air emissions	78-79		Yes
<b>GRI 306: Waste 2020</b>				
306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	75		
306-2	Management of significant waste-related impacts	75-76		
306-3	Waste generated	76-77		
306-4	Waste diverted from disposal	76-77		-
306-5	Waste directed to disposal	76-77		-
<b>GRI 308: Supplier Environmental Assessment (2016)</b>				
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	39		
308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	36-39		

Disclosure	Description	Page	Detail / Omission	External Assurance
<b>Social</b>				
<b>GRI 401: Employment (2016)</b>				
401-1	New employee hires and employee turnover	Not available		
401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Not available		
401-3	Parental leave	Not available		
<b>GRI 402: Labor/Management Relations 2016</b>				
402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	Not available		-
<b>GRI 403: Occupational Health and Safety (2018)</b>				
403-1	Occupational health and safety management system	54-55		-
403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	54-57		-
403-3	Occupational health services	57		-
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	56-57		-
403-5	Worker training on occupational health and safety	56-57		-
403-6	Promotion of worker health	57		-
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	57		-
403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	56-57		-
403-9	Work-related injuries	58		-
403-10	Work-related ill health	58		-
<b>GRI 404: Training and Education (2016)</b>				
404-1	Average hours of training per year per employee	46		-
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	46		-
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	46		-
<b>GRI 405: Diversity and Equal Opportunity (2016)</b>				
405-1	Diversity of governance bodies and employees	52		-
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	52		-
<b>GRI 406: Non-discrimination 2016</b>				
406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	Not Available		-
<b>GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016</b>				
407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	16		-
<b>GRI 408: Child Labor 2016</b>				
408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	52		-
<b>GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016</b>				



Disclosure	Description	Page	Detail / Omission	External Assurance
409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	52		-
<b>GRI 410: Security Practices 2016</b>				
410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	45-46		-
<b>GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016</b>				
411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	52		-
<b>GRI 413: Local Communities (2016)</b>				
413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	59-64		-
413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	59-60		-
<b>GRI 414: Supplier Social Assessment (2016)</b>				
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	39		-
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	39		-
<b>GRI 415: Public Policy 2016</b>				
415-1	Political contributions	54		-
<b>GRI 416: Customer Health and Safety (2016)</b>				
416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	24-30		-
416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	15,30		-
<b>GRI 417: Marketing and Labeling 2016</b>				
417-1	Requirements for product and service information and labeling	15, 33		-
417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	15, 33		-
417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	15,33		-
<b>GRI 418: Customer Privacy (2016)</b>				
418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	29-30		-

## แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรายงาน ความยั่งยืนปี 2565

1. ท่านเป็นผู้อ่านรายงานความยั่งยืนในกลุ่มใด

- |                                                |                               |                                                                         |
|------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> ผู้ถือหุ้น/ นักลงทุน     | <input type="radio"/> ภาครัฐ  | <input type="radio"/> นักเรียน/ นักศึกษา/ สถาบันการศึกษา/<br>นักวิชาการ |
| <input type="radio"/> สื่อมวลชน                | <input type="radio"/> คู่ค้า  | <input type="radio"/> ชุมชนใกล้สถานประกอบการ                            |
| <input type="radio"/> ลูกค้า                   | <input type="radio"/> พนักงาน | <input type="radio"/> อื่นๆ (โปรดระบุ.....)                             |
| <input type="radio"/> หน่วยงานราชการ/ หน่วยงาน |                               |                                                                         |

2. ข้อมูลผู้ให้ความเห็น

- |      |                                      |                                  |                                     |
|------|--------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| เพศ  | <input type="radio"/> หญิง           | <input type="radio"/> ชาย        |                                     |
| อายุ | <input type="radio"/> น้อยกว่า 30 ปี | <input type="radio"/> 30 – 50 ปี | <input type="radio"/> มากกว่า 50 ปี |

3. ท่านอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

- |                                                        |                                                             |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน | <input type="radio"/> เตรียมจัดทำรายงานความยั่งยืนของบริษัท |
| <input type="radio"/> ทำความเข้าใจธุรกิจ TOA           | <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)                |
| <input type="radio"/> การวิจัยและการศึกษา              |                                                             |

4. ระดับความพึงพอใจที่มีต่อรายงานความยั่งยืน

- |                      |                           |                               |                            |
|----------------------|---------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| ความเพียงพอของข้อมูล | <input type="radio"/> มาก | <input type="radio"/> ปานกลาง | <input type="radio"/> น้อย |
| การใช้ภาษาเข้าใจง่าย | <input type="radio"/> มาก | <input type="radio"/> ปานกลาง | <input type="radio"/> น้อย |
| ความพึงพอใจโดยรวม    | <input type="radio"/> มาก | <input type="radio"/> ปานกลาง | <input type="radio"/> น้อย |

5. ประเด็นใดที่ท่านคิดว่ามีความสำคัญต่อความยั่งยืนของบริษัทฯ

.....

.....

.....

6. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงของรายงานฉบับนี้มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับรายงานฉบับนี้ สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่  
คณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืน

31/2 หมู่ 3 ถ.บางนา-ตราด ต.บางเสาธง อ.บางเสาธง สมุทรปราการ 10570

☎ : 0-2335-5555 📠 : 0-2312-8919

🌐 : TOA Paint 🌐 : www.toagroup.com