



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567

บริษัท ออโรร่า ดีไซน์ จำกัด(มหาชน)



	หน้า
สารจากประธานและคณะกรรมการบริษัท	1
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	2
นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน	3
การดำเนินธุรกิจของเรา (OUR BUSINESS)	5
รางวัลแห่งความสำเร็จ	12
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	19
สรุปผลการดำเนินงานปี 2567	21
ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ	24
นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน	25
การพัฒนานวัตกรรม	26
ระบบบริหารความเสี่ยง	30
การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	32
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	38
การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	39
การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและลดการใช้น้ำ	40
การจัดการของเสีย การส่งเสริมการใช้เคลและการใช้ซ้ำ	42
การจัดการพลังงาน	43
ความมุ่งมั่นในการปกป้องและฟื้นฟูถิ่นที่อยู่และระบบนิเวศตามธรรมชาติ	44
ความผูกพันของพนักงาน	46
การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	50
สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก	51
ความช่วยเหลือทางสังคม	52
GRI Content Index	56

สารจากประธานกรรมการบริษัท



นายประสิทธิ์ ศรีรุ่งธรรม

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับมายาวนานกว่า 50 ปี ด้วยความเป็นผู้นำด้านทองคำรูปพรรณและเครื่องประดับอัญมณี ในปี 2567 บริษัทยังคงยึดมั่นในเป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยขยายสาขาตามแผนกลยุทธ์จนประสบความสำเร็จ สร้างการเติบโตในทุกมิติ ทั้งด้านการดำเนินงานและการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวคิด ESG (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล) โดยนำหลักการมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การรีไซเคิล และการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมทั้งมีมาตรการที่ชัดเจนในการดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ตลอดจนปฏิบัติตามมาตรฐานสิทธิมนุษยชนและห้ามใช้แรงงานเด็กอย่างเคร่งครัด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยนำโปรแกรมประยุกต์ (แอปพลิเคชัน) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า สร้างความสะดวกสบายและความประทับใจสูงสุด เรามุ่งมั่นให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด ทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า การรับประกันสินค้า และการบริการหลังการขายที่เป็นเลิศ

ในนามของประธานกรรมการบริษัทฯ ข้าพเจ้าขอขอบคุณพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกท่านที่ให้การสนับสนุนด้วยดีเสมอมา การสนับสนุนเหล่านี้เป็นแรงผลักดันให้บริษัทฯ ก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร โดยเราจะเดินหน้าต่อไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมผสมผสานกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนเข้ากับทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บริษัทฯ ก้าวสู่อนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

แนวทางการจัดทำรายงาน

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี เพื่อสื่อสารกลยุทธ์ ระบบการบริหารจัดการ กระบวนการดำเนินงานและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ตลอดจนรายงานความก้าวหน้าและผลการดำเนินงานที่สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ทั้งนี้ รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงรูปแบบการรายงานความยั่งยืนสากลในรูปแบบบูรณาการ ตามแนวทางการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards ซึ่งได้รับการตรวจสอบพร้อมยืนยันความครบถ้วนสมบูรณ์ และถูกต้องตามมาตรฐาน

ขอบเขตการรายงาน

รายงานความยั่งยืนประจำปีนี้ นำเสนอผลการดำเนินงานของบริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2567 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยครอบคลุมการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามหลักการ ESG (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล) ซึ่งรวมถึงนโยบายการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างคุณค่าทางสังคม และการบริหารงานด้วยความโปร่งใสและความรับผิดชอบ

แบรนด์ที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทฯ ที่อยู่ในขอบเขตของรายงานในปี 2567

แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ	จำนวนสาขา
ออโรรา	220
เซ่งเฮง	47
ออโรรา ไดมอนด์	9
ทองคำเงินไป	210
ของขวัญ by ออโรรา	2
รวม	488





บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") เห็นความสำคัญในการพัฒนา และขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน เพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทในเครือเติบโตอย่างมั่นคง บริษัทฯ และบริษัทในเครือจึงให้ความสำคัญ และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance) ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทในเครือทุกชั้นตอน และถ่ายทอดสู่สายงานระดับปฏิบัติการต่างๆ และได้จัดทำนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ และบริษัทในเครือมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานทุกชั้นตอน ดังนี้

- 1.1 ใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 1.2 บริหารทุกระบวนการของการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการใส่ใจดูแลรักษาเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
- 1.3 ส่งเสริมให้เทคโนโลยีมาพัฒนาการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
- 1.4 ส่งเสริมให้ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อน้ำ อากาศ ดิน ป่าไม้ ระบบนิเวศ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง
 - 1.4.1 การลดก๊าซที่ก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Gas) ด้วยการตรวจสอบยานพาหนะที่ใช้ ในการขนส่งสินค้าให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เพื่อป้องกันการเผาไหม้เชื้อเพลิงไม่สมบูรณ์
 - 1.4.2 การบริหารจัดการไฟฟ้าและน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการให้ความรู้แก่พนักงานและลูกจ้างในการใช้ไฟฟ้า และน้ำอย่างรู้คุณค่าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำ
 - 1.4.3 การลดการใช้วัสดุ อุปกรณ์สิ้นเปลืองต่างๆ การนำกลับไปใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ส่งเสริม การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการที่เกี่ยวข้อง และลดกิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดมลพิษ
 - 1.4.4 การกำจัดของเสีย หรือขยะอย่างถูกวิธี เพื่อให้รับรู้และปรับปรุงการบริหารจัดการของเสีย และมลพิษได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.5 ให้ความร่วมมือกับองค์กรระดับท้องถิ่นและนานาชาติด้านการบริหารจัดการทรัพยากร ดูแลสิ่งแวดล้อม การปรับตัว และการบรรเทา ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้มีประสิทธิภาพ

2. การพัฒนาด้านสังคม

บริษัทฯ และบริษัทในเครือมุ่งมั่นสร้างความมั่นคงให้แก่สังคม และชุมชน พัฒนาทักษะศักยภาพของพนักงานเพื่อสร้างคนที่มีคุณภาพสู่สังคม และสร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้สู่ชุมชนเพื่อสร้างสังคมแห่งความยั่งยืน ดังนี้

2.1 สนับสนุน และเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมเป็นธรรม ส่งเสริมการจ้างแรงงานในท้องถิ่น ผู้ด้อยโอกาส และคนพิการ ไม่เลือกปฏิบัติ แม้ว่าจะมีความแตกต่างของเชื้อชาติ ศาสนา เพศ อายุ การศึกษา ความเชื่อ หรือเรื่องอื่นใด

2.2 จัดให้มีการพัฒนาบุคลากรในองค์กร โดยมีการจัดการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมความสามารถ และยกระดับการทำงานของพนักงาน เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัท และบริษัทในเครือมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสร้างแรงจูงใจให้พนักงานอยู่กับบริษัทเพื่อร่วมพัฒนาองค์กร

2.3 จัดให้พนักงานได้รับสวัสดิการ ความปลอดภัย และสุขอนามัยในสถานที่ทำงาน เพื่อสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้แก่พนักงาน

2.4 พัฒนาระบบการทำงานในบริษัท และบริษัทในเครือ โดยส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการ ทำประโยชน์กับสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

2.5 ดำเนินงานด้านการพัฒนาศักยภาพเยาวชน สังคม และสาธารณประโยชน์ต่างๆ โดยให้ความร่วมมือกับชุมชน หน่วยงานราชการ และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ และสภาพแวดล้อมของชุมชนในสังคมให้ดีขึ้น

3. การกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ และบริษัทในเครือมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการให้มีความยั่งยืน โดยดำเนินธุรกิจ และแสวงหาธุรกิจใหม่อย่างถูกต้องตามกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมถึงการต่อต้านการทุจริตเพื่อให้บริษัทฯ และบริษัทในเครือมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อกิจการ และผู้ถือหุ้น และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านนโยบายต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี แนวปฏิบัติและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และนโยบายการใช้ข้อมูลภายใน



การดำเนินธุรกิจของเรา (OUR BUSINESS)

วิสัยทัศน์ขององค์กร

"ผู้นำในการส่งมอบของขวัญแห่งความสุขที่มีคุณค่า"

พันธกิจขององค์กร

นำเสนอของขวัญที่มีค่าที่หลากหลาย ด้วยนวัตกรรมและ
บริการครบวงจร จากทีมงานที่มีหัวใจบริการ เพื่อสร้างความ
มั่นใจและอบอุ่นใจตลอดการครอบครอง

เป้าหมายขององค์กร

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้แบรนด์ AURORA และแบรนด์อื่นๆ ของบริษัทในเครือ ที่สามารถครองใจลูกค้า เพื่อเป็น
ผู้นำค้าปลีกทองรูปพรรณเครื่องประดับเพชร และอัญมณี และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นแบบครบวงจร รวมทั้งเป็นผู้นำในธุรกิจ
ขายฝากทองคำ โดยบริษัทฯ มีแผนการขยายสาขาร้านทองและกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย
โดยมีเป้าหมายขยายสาขาร้านทองของบริษัทฯ เป็นจำนวน 484 สาขา ภายในปี 2567 รวมทั้งมีเป้าหมายการเพิ่มลูกหนี้ขายฝาก
คงเหลือเป็น 4,500 ล้านบาท ภายในปี 2567 โดยข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ สามารถเปิดสาขาได้จำนวน
488 สาขา และมียอดลูกหนี้ขายฝากคงเหลืออยู่ที่ 4,880 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

กลยุทธ์การสร้างที่ยั่งยืนทางธุรกิจ

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจค้าปลีกทองรูปพรรณ เครื่องประดับเพชร อัญมณี และของขวัญ
ทองคำ มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านบริการครบวงจร (One Stop Service) โดยมีแผนกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
ได้แก่ การใช้ทองคำรีไซเคิล เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการพัฒนามาตรฐานอาชีพอานามัย และความ
ปลอดภัย ISO 45001:2018 เพื่อเสริมความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน บริษัทฯ ยังส่งเสริมการฝึกอบรมด้านความยั่งยืน
ให้กับพนักงาน จัดทำแผนงาน Engagement ประจำปี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงการใช้
เทคโนโลยี AI และการปฏิบัติตาม PDPA เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ ยังเสริมความพร้อมด้วย
ระบบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ
(Business Continuity Management: BCM) เพื่อจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมรับมือความท้าทาย
และเพิ่มความมั่นใจให้กับนักลงทุน

ธุรกิจของเรา

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจค้าปลีกทองคำ เครื่องประดับเพชร และอัญมณีในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2543 โดยมีเป้าหมายหลักในการนำเสนอ สินค้าที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับในตลาดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนความเป็นไทย

“ธุรกิจค้าปลีกทองรูปพรรณ เครื่องประดับเพชร อัญมณี และของขวัญที่ทำมาจากทองคำเป็นหลัก”

1. ธุรกิจค้าปลีก

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกทองรูปพรรณ เครื่องประดับเพชร อัญมณี และของขวัญที่ทำจากทองคำ โดยมีเครือข่ายสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกสบาย



- **ผลิตภัณฑ์โมเดิร์น โกลด์ (Modern Gold)** สินค้าทองรูปพรรณ 96.5% หรือเทียบเท่า 23K ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากสมาคมค้าทองคำแห่งประเทศไทยและสมาพันธ์ค้าทองคำโลก ด้วยส่วนประกอบเปอร์เซ็นต์ทองที่สูงทำให้ผลิตภัณฑ์ โมเดิร์น โกลด์มีความเงางามสีทองอร่ามพร้อมลวดลายให้เลือกมากมาย
- **ผลิตภัณฑ์ดีไซน์ โกลด์ (Design Gold)** เลี่ยมทอง สินค้าเสริมสิริมงคล ของขวัญและเครื่องประดับทองคำแท้ 75% ด้วยการออกแบบที่เน้นความประณีตวิจิตรบรรจง
- **ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเพชรแท้ (Diamond)** เครื่องประดับเพชร ที่คัดสรรเพชรแท้ธรรมชาติ จากแหล่งเจียรไนเพชรที่ดีที่สุดในโลก ตัวเรือนทำจากทองคำแท้ 75% รังสรรค์ขึ้นอย่างพิถีพิถัน ด้วยดีไซน์ที่มากกว่า 1,000 รูปแบบ ตอบโจทย์ความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า ในราคาที่สมารถจับต้องได้

2. ธุรกิจขายฝากทองคำ



บริษัทฯ ให้บริการขายฝากทองคำโดยมีการเพิ่มจำนวนสาขาเพื่อให้บริการ เข้าถึงชุมชนต่างๆ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และหัวเมืองต่างจังหวัด โดยข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2567 มีจำนวนสาขาที่ให้บริการของธุรกิจขายฝากรวมอยู่ที่ 210 สาขา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ใช้บริการง่ายขึ้น โดยลูกค้าสามารถเลือกชำระค่าสินไถ่เมื่อต้องการขยายอายุสัญญาขายฝากผ่านแอปพลิเคชัน อีกทั้งยังเป็นช่องทางให้ลูกค้าขอเพิ่มเงินตามวงเงินคงเหลือได้อีกด้วย

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (BUSINESS VALUE CHAIN)



Business Value Creation

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม โดยสร้างผลกระทบเชิงบวกในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ การจัดการในประเด็นที่ส่งผลกระทบทั้งในด้านความเสี่ยงและโอกาส ถือเป็นหัวใจสำคัญที่มีบทบาทต่อความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเหล่านี้ ช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการเติบโตของบริษัทอย่างยั่งยืน และเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคต

Business Activities

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกทองคำที่มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและรอบคอบ โดยเริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบทองคำผ่านพันธมิตรธุรกิจระดับชั้นนำ เช่น บริษัทโบรกเกอร์ ซึ่งเป็นผู้จัดหาทองคำที่ได้มาตรฐาน จากนั้นส่งต่อสู่กระบวนการแปรรูปโดยช่างทองผู้เชี่ยวชาญ ก่อนจะส่งต่อไปยังผู้ค้าส่งและซัพพลายเออร์ โดยมีการชำระค่าแรงและค่าทองคำผ่านระบบการซื้อขายที่โปร่งใสและยุติธรรม ในขั้นตอนสุดท้าย บริษัทฯ จัดจำหน่ายทองคำและเครื่องประดับให้แก่ลูกค้าทั่วประเทศ พร้อมทั้งมีบริการรับซื้อทองคำคืนจากลูกค้าในราคาพิเศษ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้า แต่ยังเป็นการช่วยลดต้นทุนและรักษาเสถียรภาพทางการเงินของบริษัทท่ามกลางความผันผวนของราคาทองคำในตลาดโลก

Stakeholder Engagement and ESG Materiality

กระบวนการดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1. ระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดลำดับโดยพิจารณาจาก 3 เกณฑ์
 - กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
 - บริษัทฯ สร้างผลกระทบด้านความยั่งยืนให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือไม่
 - กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอิทธิพลที่จะมีผลกระทบด้านความยั่งยืนต่อบริษัทฯ หรือไม่
2. การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้
 - กำหนดส่วนงานผู้รับผิดชอบกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
 - กำหนดวิธีการสำรวจความตั้งใจความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบและความถี่ในการดำเนินงาน
 - รวบรวมข้อมูลความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน
 - ระบุสาเหตุและผลกระทบที่เคยเกิดขึ้นและคาดว่าจะเกิดขึ้นเชิงบวกและเชิงลบต่อประเด็นด้านความยั่งยืน เศรษฐกิจ, สิ่งแวดล้อม และสังคมซึ่งรวมถึงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน และพิจารณาลำดับความสำคัญตามระดับความรุนแรง (Severity) และโอกาส (Likelihood) ที่จะเกิดขึ้นของแต่ละประเด็น
4. การนำผลไปดำเนินการ
 - เสนอผลการวิเคราะห์ต่อคณะกรรมการนโยบายความยั่งยืนองค์กร เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืน จัดทำกลยุทธ์องค์กร และวางแผนงานเพื่อป้องกัน และลดผลกระทบด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม

การวิเคราะห์และดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง/ความต้องการ	การตอบสนองความคาดหวัง	ช่องทางการสื่อสาร
ผู้ถือหุ้น	ความโปร่งใสของธุรกิจและผลตอบแทนจากการลงทุนที่สม่ำเสมอ	- พัฒนาระบบควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ - เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี รายงานประจำปี เว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นต้น	- การประชุมผู้ถือหุ้น - เว็บไซต์ของบริษัทฯ - รายงานประจำปี / รายงานความยั่งยืน
ลูกค้า	การจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและเป็นธรรม	- ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมและมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างโปร่งใส - การพัฒนาทักษะ และความสามารถของลูกค้า	- การประชุมลูกค้า - เว็บไซต์ของบริษัทฯ - จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า
ฝ่ายบริหาร	ผลการดำเนินงานที่ดีเยี่ยม และการรักษาความโปร่งใสในการบริหารจัดการ	- พัฒนาระบบควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ - เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี รายงานประจำปี เว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นต้น - ปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยการสร้างคุณค่าที่เป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่ายในระยะยาว	- การประชุมผู้ถือหุ้น - เว็บไซต์ของบริษัทฯ - รายงานประจำปี/ รายงานความยั่งยืน - การจัดกิจกรรมพบปะพูดคุยเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
พนักงาน	ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและความก้าวหน้าในอาชีพ	- บริหารค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม - พัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง	- การประชุมพนักงาน - อีเมล/โซเชียลมีเดีย
ลูกค้า	สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม	- พัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง - กำหนดราคาอย่างเหมาะสม - พัฒนาบริการหลังการขายที่ตอบโจทย์ลูกค้า	- เว็บไซต์ของบริษัทฯ/ อีเมล/ โซเชียลมีเดีย - ตัวแทนขาย(sales representative)
ผู้ส่งมอบ	สร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน ด้วยการจัดหาวัสดุและทรัพยากรที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดและการมีข้อตกลงที่เป็นธรรมและโปร่งใส	- มีข้อตกลงที่เป็นธรรม - มีการตรวจสอบมาตรฐานการผลิตและการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ	การประชุมรายไตรมาสและการติดตามผลการดำเนินงานผ่านรายงานความก้าวหน้า
ชุมชน/สังคม	การป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน	- ควบคุมและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการดำเนินธุรกิจ - สนับสนุนกิจกรรมและมีส่วนร่วมกับชุมชน เช่น การฝึกอบรมให้ชุมชน	- กิจกรรมสานเสวนากับชุมชนรอบโรงงาน - อีเมล/โซเชียลมีเดีย - หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น



2567

HIGHLIGHTS

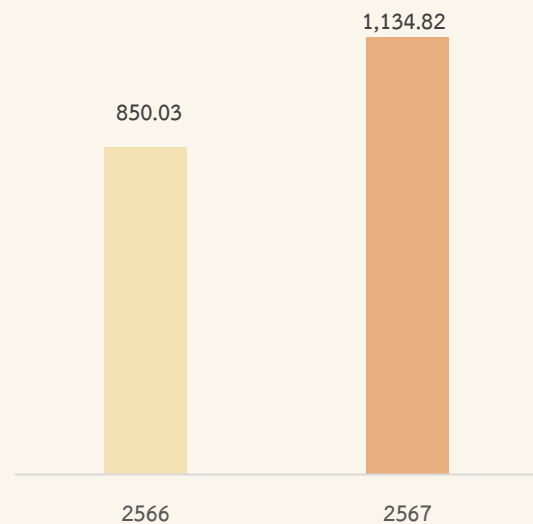
ผลประกอบการทางธุรกิจ

ในปี 2567 บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ยังคงแสดงศักยภาพความเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับ และธุรกิจขายฝากทอง ด้วยผลการดำเนินงานที่ยอดเยี่ยมและการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งสะท้อนถึงการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพสูง

กราฟด้านล่างแสดงให้เห็นถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่บริษัทฯ สร้างขึ้น และกระจายไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เช่น ซัพพลายเออร์ พนักงาน ผู้ให้บริการทางการเงิน หน่วยงานภาครัฐ และโครงการเพื่อสังคม การดำเนินงานดังกล่าว ไม่เพียงต่อยอดคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับของออโรรา และคุณภาพในการให้บริการขายฝากทองเท่านั้น แต่ยังเป็นหลักฐานที่ชัดเจนของความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความมั่นคงให้กับทุกภาคส่วนในห่วงโซ่อุปทาน

กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น **33.50%**

เมื่อเทียบกับปี 2566
(ล้านบาท)



รางวัลแห่งความสำเร็จ



เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2567 ออโรรา ได้รับรางวัล Winner ของกลุ่มรางวัล Best Brand Performance on Social Media สุดยอดแบรนด์ที่ทำผลงานยอดเยี่ยมบนโซเชียลมีเดีย ประเภทกลุ่ม Gold & Jewelry ที่ส่งเสริมการใช้โซเชียลมีเดียอย่างสร้างสรรค์ ในงาน Thailand Social Awards 2023 งานประกาศรางวัลโซเชียลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการคว้ารางวัลถึง 5 ปีซ้อน



เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2567 ออโรรา คว้ารางวัลระดับโลก Global Brand Award จาก Global Brand Magazine สาขาสุดยอดแบรนด์เครื่องประดับ อัญมณี ที่ครองใจผู้บริโภคแห่งปี 2023 (Most Admired Jewellery Brand 2023) จากหมวดไลฟ์สไตล์ โดยมีตัวแทนผู้บริหาร คุณอนิวรรณ ศรีรุ่งธรรม (ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร) และ คุณอนิพัทธ์ ศรีรุ่งธรรม (ประธานเจ้าหน้าที่บริหารการตลาด) บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) เข้ารับรางวัล



บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) หรือ AURA ได้รับการประเมินตามโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2567 (CGR 2024) อยู่ในระดับ “ดีเลิศ (Excellent)” หรือ 5 ดาว ในโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ประจำปี 2567 จัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ภายใต้การสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)



นายอนิพัทธ์ ศรีรุ่งธรรม ประธานเจ้าหน้าที่บริหารการตลาด บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) เข้ารับรางวัลระดับโลก WORLD BRANDING AWARDS จาก WORLD BRANDING FORUM ประเทศอังกฤษ ตอกย้ำคุณภาพและบริการมาตรฐานระดับสากลสะท้อนถึงศักยภาพอันแข็งแกร่งของออโรรา ด้านความเป็นผู้นำตลาดร้านค้าปลีกทองไทย ในเวทีระดับโลกติดต่อกันเป็นปีที่ 8



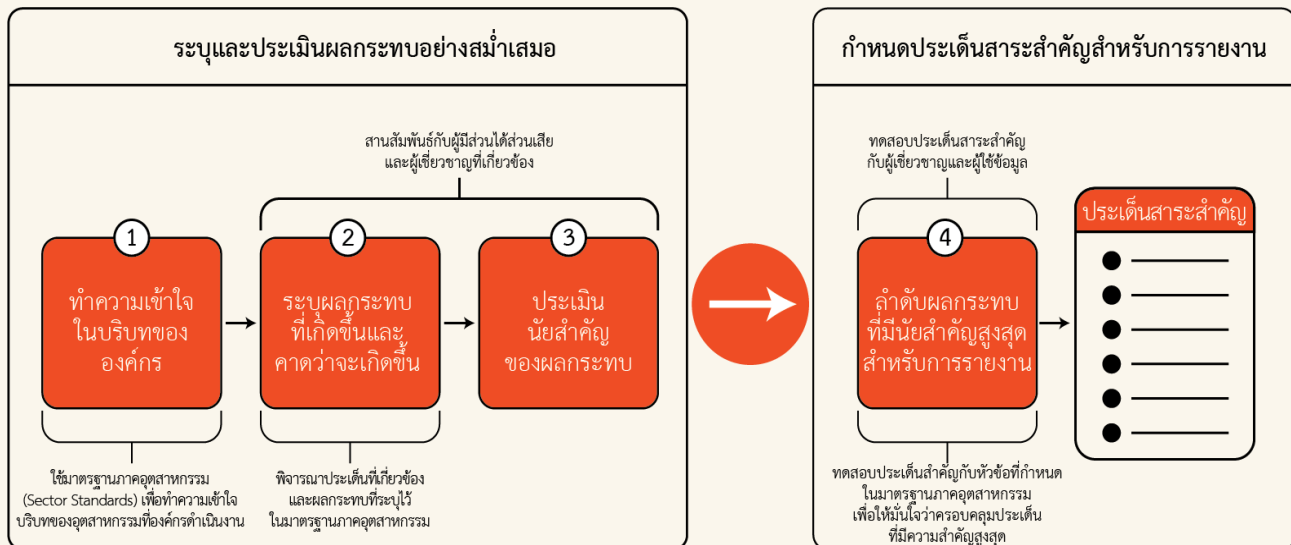
บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด(มหาชน) คว้ารางวัลใหญ่ระดับโลก Best Retail Luxury Goods and Jewelry Manufacturers Thailand 2024 จากงาน World Business Outlook Awards 2024

ผลการดำเนินงาน 2567



ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

กระบวนการประเมินประเด็นที่สำคัญ (PROCESS TO DETERMINE MATERIAL TOPICS) (Disclosure 3-1)



1. ทำความเข้าใจบริบทขององค์กร

(Understand the Organization's Context)

- ทบทวนบริบทขององค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ รวมถึงบริบทด้านความยั่งยืน และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม การทบทวนนี้ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการจัดหาสินค้า การจัดจำหน่าย จนถึงบริการหลังการขาย เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

- วิเคราะห์จากภายในสู่ภายนอก (Inside-Out Analysis) ซึ่งเป็นการประเมินประเด็นผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรเอง โดยครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) ผลการวิเคราะห์นี้ถูกนำมาประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อปัจจัยเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม

- วิเคราะห์จากภายนอกสู่ภายใน (Outside-In Analysis) โดยการระบุและกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Define Stakeholder) และวิเคราะห์ประเด็นผลกระทบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการส่งแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็น นอกจากนี้ ทำการศึกษาข้อมูลแนวโน้มสำคัญระดับโลก (Mega Trend) และศึกษาเกี่ยวกับประเด็นผลกระทบที่สำคัญ ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถคาดการณ์และรับมือกับแนวโน้มในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปรับปรุงกลยุทธ์และดำเนินการตามแนวทางที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและความยั่งยืน

2. ระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นและที่อาจเกิดขึ้น

(Identify Actual and Potential Impacts)

- ระบุผลกระทบของประเด็นที่สำคัญที่เกิดขึ้นจริง และที่มีโอกาสเกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน ทั้งทางบวกและทางลบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ครอบคลุมทุกกิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยรับฟังรวบรวม และทำความเข้าใจข้อคิดเห็นและข้อห่วงกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยการหารือร่วมกัน และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้ บริษัท ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องและรวบรวมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านแบบสำรวจออนไลน์ เพื่อรับฟังและรวบรวมข้อคิดเห็น ตลอดจนข้อห่วงกังวลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ประเมินว่าบริษัท สามารถกำหนดรูปแบบกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมให้เกิดผลกระทบเชิงบวก และจัดการกับผลกระทบเชิงลบได้อย่างไร

3. ประเมินผลกระทบที่มีนัยสำคัญ

(Assess the Significance of the Impacts)

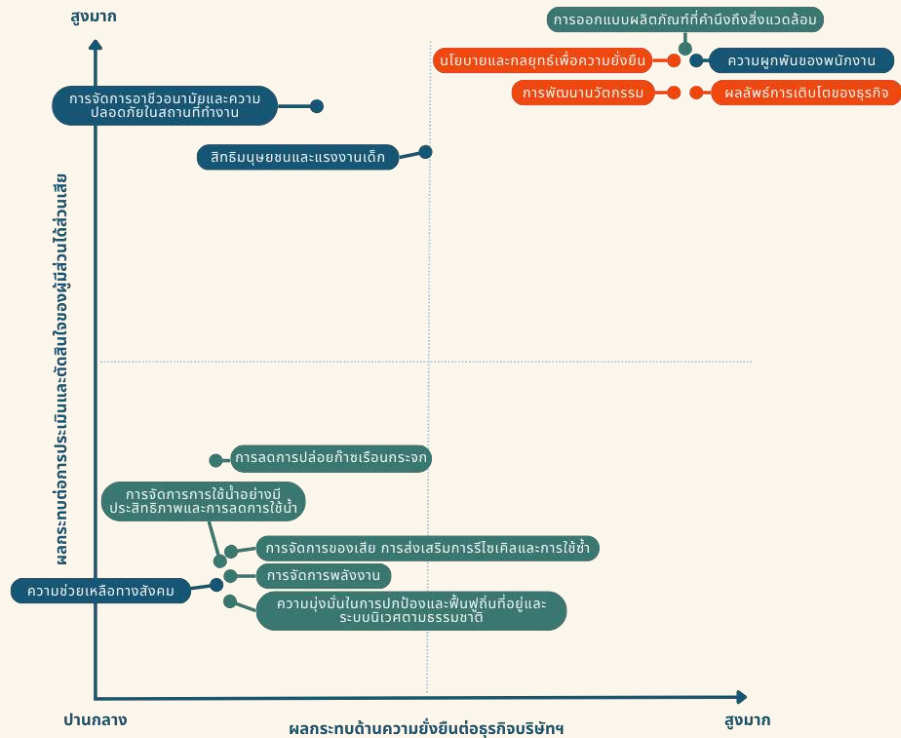
- ประเมินความสำคัญของผลกระทบ และจัดลำดับความสำคัญโดยการวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

- นำผลได้มาใส่ในตารางผลกระทบเชิงบวกและตารางผลกระทบเชิงลบ (ระดับของผลกระทบจะแตกต่างกันเนื่องจากผลกระทบเชิงลบมีความสำคัญมากกว่า และมีผลกระทบมากกว่า จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขก่อนผลกระทบเชิงบวก)

- จัดลำดับความสำคัญคะแนนผลกระทบของบริษัท ที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการสัมภาษณ์ และการสำรวจออนไลน์ โดยการใช้คะแนนผลกระทบที่มีค่ามากที่สุดระหว่างผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบเป็นตัวแทน คะแนนผลกระทบของแต่ละประเด็นที่สำคัญ

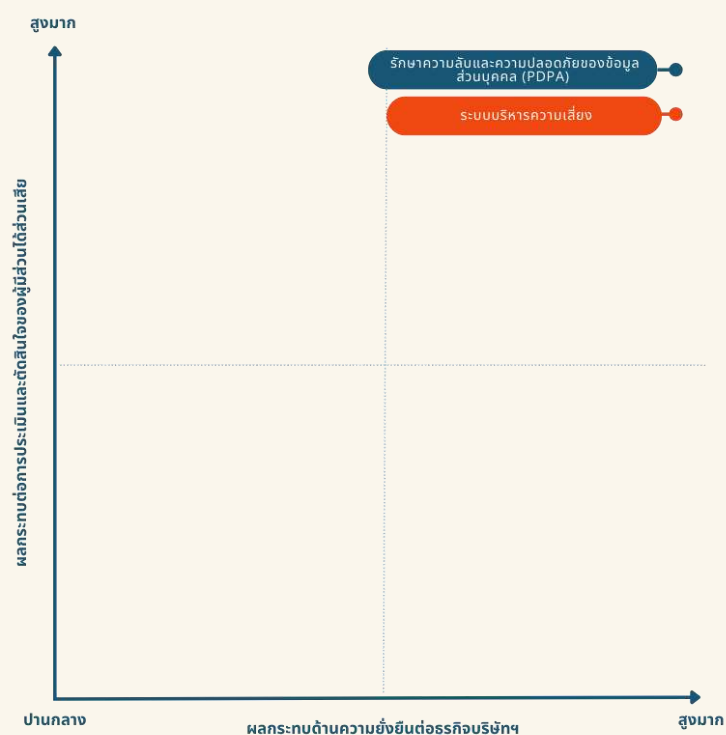
วิธีการประเมินประเด็นที่สำคัญ (Method of Materiality Analysis)

ตารางแสดงระดับผลกระทบเชิงบวกในแต่ละประเด็นด้านความยั่งยืน



ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน	Impact Level
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดหรือการรีไซเคิล	H
นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน	
ความผูกพันของพนักงาน	
การพัฒนานวัตกรรม	
ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ	
การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	
สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก	L
การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	
การจัดการของเสีย การส่งเสริมการใช้เชื้อเพลิงและการใช้ซ้ำ	
การจัดการการใช้ป๊ออย่างมีประสิทธิภาพและการลดการใช้น้ำ	
การจัดการพลังงาน	
ความช่วยเหลือทางสังคม	
ความมุ่งมั่นในการปกป้องและฟื้นฟูพื้นที่ที่อยู่และระบบนิเวศตามธรรมชาติ	

ตารางแสดงระดับผลกระทบเชิงลบในแต่ละประเด็นด้านความยั่งยืน



ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน	Impact Level
รักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	H
ระบบบริหารความเสี่ยง	

4. จัดลำดับความสำคัญของผลกระทบที่มีนัยสำคัญ สำหรับการรายงาน

(Prioritize the Most Significant Impacts for Reporting)

- กำหนดเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ
- กำหนดเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ
- ทวนสอบประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกและความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ (Expert Testing) โดยทบทวนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ (Environment, Social, Governance & Economics: ESG) จากองค์กรชั้นนำด้านความยั่งยืน (Thought Leader) ที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ (Non-Governmental Organizations: NGOs) ทั้งในระดับนานาชาติและระดับประเทศ จากนั้นรวมคะแนนผลกระทบที่ได้จากการทวนสอบความคิดเห็นหรือ Expert Testing เข้ากับคะแนนผลกระทบของบริษัทฯ ที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านการสัมภาษณ์และการสำรวจออนไลน์
- นำเสนอประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อคณะกรรมการการพัฒนายั่งยืน เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทหรือคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้บริหารระดับสูงตรวจสอบความสอดคล้องของผลการประเมินประเด็นที่สำคัญกับบริบท เป้าหมาย และกลยุทธ์ของบริษัทฯ โดยให้ความเห็นชอบและอนุมัติในการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญในการยืนยันว่าประเด็นสาระสำคัญเหล่านี้ได้รับการพิจารณาในระดับนโยบายอย่างเหมาะสม
- จัดกลุ่มประเด็นผลกระทบเป็นหัวข้อ และกำหนดรายละเอียดเนื้อหาการรายงานในแต่ละประเด็นความยั่งยืน

ประเด็นที่สำคัญ Material Topics (GRI 3-2)

Impact Level of Each Sustainability Issue

ตารางแสดงระดับผลกระทบในแต่ละประเด็นด้านความยั่งยืน

ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน		Impact Level
G	นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน	H
	การพัฒนานวัตกรรม	H
	ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ	H
	รักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	H
	ระบบบริหารความเสี่ยง	H
E	การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดหรือการรีไซเคิล	H
	การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	L
	การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและการลดการใช้น้ำ	L
	การจัดการของเสีย การส่งเสริมการรีไซเคิลและการใช้ซ้ำ	L
	การจัดการพลังงาน	L
	ความมุ่งมั่นในการปกป้องและฟื้นฟูถิ่นที่อยู่และระบบนิเวศตามธรรมชาติ	L
S	ความผูกพันของพนักงาน	H
	การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	H
	สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก	H
	ความช่วยเหลือทางสังคม	L

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบ	กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน
ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ	การช่วยเหลือสังคมส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มความน่าเชื่อถือ สร้างความภักดีของลูกค้า และความสุขของพนักงาน พร้อมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เปิดโอกาสสู่ตลาดใหม่ ลดความเสี่ยงธุรกิจ และสนับสนุนการพัฒนายั่งยืน ตอบสนองต่อความรับผิดชอบต่อและมาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน	การตลาดเชิงรุก
นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน	การมุ่งเน้นความยั่งยืนช่วยเพิ่มภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ ตอบสนองความคาดหวังผู้บริโภค ลดต้นทุนระยะยาว เสริมความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน ลดความเสี่ยงทางธุรกิจ กระตุ้นนวัตกรรม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ร่วมมือกับที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ด้าน ESG
การพัฒนานวัตกรรม	การพัฒนานวัตกรรมช่วยสร้างความแตกต่าง เพิ่มคุณค่าและความสนใจในผลิตภัณฑ์ ขยายตลาด เพิ่มยอดขาย สนับสนุนความยั่งยืน กระตุ้นความสามารถในการแข่งขัน และเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ ทำให้ธุรกิจปรับตัวและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	นำเทคโนโลยีใหม่มาใช้โดยใช้ AI มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน
ระบบบริหารความเสี่ยง	การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องช่วยลดความเสี่ยง รักษาการดำเนินงาน สร้างความมั่นใจให้ลูกค้าและพาร์ทเนอร์ ปกป้องชื่อเสียงแบรนด์ เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงการตัดสินใจ และเพิ่มความสามารถในการดึงดูดและรักษานักงาน สร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจ	จัดทำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) กับระบบบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM)
รักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	การปฏิบัติตามกฎหมาย PDPA ช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ขององค์กร ลดความเสี่ยงทางกฎหมายและการถูกปรับ ยกระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้า สร้างความมั่นใจให้กับพาร์ทเนอร์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ป้องกันการโจรกรรมข้อมูล และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ	ร่วมมือกับที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ด้าน PDPA
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดหรือการรีไซเคิล	การออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมช่วยลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ ดึงดูดลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพิ่มความยั่งยืน ปรับตัวตามกฎหมาย ลดต้นทุนระยะยาว และเสริมความมั่นคงในซัพพลายเชน สร้างความได้เปรียบและความเชื่อมั่นให้ธุรกิจในระยะยาว	การรีไซเคิลทองคำ
การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	การลดการใช้พลังงานและวัสดุช่วยลดค่าใช้จ่าย ประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เสริมความเชื่อมั่นของลูกค้า เปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ และสร้างภาพลักษณ์ผู้นำด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	ติดตั้งโซล่าเซลล์ และโครงการประหยัดพลังงานไฟฟ้า

ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน	ผลกระทบ	กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน
การจัดการพลังงาน	การจัดการพลังงานที่มีประสิทธิภาพช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และปรับปรุงสภาพแวดล้อมในร้าน สร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่ดีในสายตาลูกค้า และเสริมความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน	โครงการประหยัดพลังงานไฟฟ้า
การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและการลดการใช้น้ำ	การจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจ และยกระดับภาพลักษณ์องค์กรในสายตาของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความมั่นคงและความน่าเชื่อถือขององค์กรในระยะยาว	ติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำแบบอัตโนมัติ
ความมุ่งมั่นในการปกป้องและฟื้นฟูถิ่นที่อยู่และระบบนิเวศตามธรรมชาติ	การปกป้องและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์องค์กร ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภค ส่งเสริมความยั่งยืนในซัพพลายเชน ลดความเสี่ยงทางธุรกิจ และสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับพันธมิตร อันเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน	สนับสนุนโครงการเกี่ยวกับระบบนิเวศ
การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	การจัดการสุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ เพิ่มความมั่นใจและความพึงพอใจของพนักงาน เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ลดต้นทุนที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมความร่วมมือภายในทีม เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและยั่งยืน	ทำระบบ ISO45001:2018 และ ขอการรับรอง
สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก	การปฏิบัติตามมาตรฐานสิทธิมนุษยชนและการห้ามใช้แรงงานเด็กช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร เพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ลดความเสี่ยงทางกฎหมาย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชนและพนักงาน และส่งเสริมความยั่งยืนของซัพพลายเชนอย่างมีจริยธรรม	ฝึกอบรมเพื่อให้บุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจชัดเจน
ความผูกพันของพนักงาน	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดอัตราการลาออก ยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในสายตาสาธารณชนและตลาดงาน อันเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาความยั่งยืนและความมั่นคงขององค์กร	แผนงานความผูกพันของพนักงานประจำปี
ความช่วยเหลือทางสังคม	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคมช่วยเสริมภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ สร้างความภักดีของลูกค้า เพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เปิดโอกาสสู่ตลาดใหม่ ลดความเสี่ยงทางธุรกิจ และสนับสนุนกลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร	นโยบาย วัตถุประสงค์ ความช่วยเหลือทางสังคม

วัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน

	เป้าหมายด้านความยั่งยืน	
	เป้าหมายระยะยาว	เป้าหมายปี 2567
มิติด้านธรรมาภิบาล		
นโยบาย และกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน	SET ESG Ratings AA (2568)	ได้ระดับ A (65-79 คะแนน)
การพัฒนานวัตกรรม	การพัฒนาและสร้างนวัตกรรมภายในองค์กรไม่น้อยกว่า 10 ผลงานต่อปี (2573)	การพัฒนาและสร้างนวัตกรรมภายในองค์กรไม่น้อยกว่า 3 ผลงานต่อปี
ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ	กำไรเพิ่มขึ้น 50% (2573)	กำไรเพิ่มขึ้น 20%
มิติด้านสิ่งแวดล้อม		
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	Net Zero ในปี 2608	ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผลกำไร ให้ได้ 2%
การจัดการพลังงาน	ลดการใช้พลังงานลง 30% (2573)	ลดการใช้พลังงานลง 5%
การบริหารจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและการลดการใช้น้ำ	ลดลง 10% (2573)	ลดลง 2%
การส่งเสริมการใช้เชื้อเพลิงและการใช้ซ้ำ	ใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลได้ 30% (2573)	ใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลได้ 5%
การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการจัดจำหน่ายหรือการรีไซเคิล	จัดซื้อทองคำรีไซเคิล 70% สำหรับการผลิตเครื่องประดับ (2593) (เข้ารับซื้อ)	จัดซื้อทองคำรีไซเคิล 70% สำหรับการผลิตเครื่องประดับ
มิติด้านสังคม		
การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	ความพึงพอใจของพนักงานในด้านความปลอดภัยและสุขภาพ 80% (2573)	ความพึงพอใจของพนักงานในด้านความปลอดภัยและสุขภาพ 70%
สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก	ข้อร้องเรียนเท่ากับ 0	ข้อร้องเรียนเท่ากับ 0
ความผูกพันของพนักงาน	ความผูกพันของพนักงานมากกว่า 90% (2573)	ความผูกพันของพนักงานมากกว่า 80%
การช่วยเหลือทางสังคม	สนับสนุนโครงการริเริ่มด้านสังคม 10 โครงการ (2573)	สนับสนุนโครงการริเริ่มด้านสังคม 4 โครงการ

สรุปผลการดำเนินงานปี 2567

ประเด็นที่สำคัญ ด้านความยั่งยืน	กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน	เป้าหมายปี 2567	ผลลัพธ์ปี 2567	SDGs
ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ	การตลาดเชิงรุก	กำไรเพิ่มขึ้น 20%	กำไรเพิ่มขึ้น 33.50%	 
นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความ ยั่งยืน	ร่วมมือกับที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ ด้าน ESG	ได้ระดับ A (65-79 คะแนน)	ได้ 52 คะแนน	
การพัฒนานวัตกรรม	นำเทคโนโลยีใหม่มาใช้โดย ใช้ AI มาประยุกต์ใช้ในการ ทำงาน	นวัตกรรมไม่น้อย กว่า 3 ผลงาน	3 ผลงาน	 
ระบบบริหารความเสี่ยง	จัดทำระบบบริหารความ ต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) กับระบบบริหารความเสี่ยง ระดับองค์กร (ERM)	จำนวนปัญหาจาก ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น จริง ให้เป็นศูนย์	0 กรณี	 
รักษาความลับและความ ปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	ร่วมมือกับที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ ด้าน PDPA	จำนวนข้อร้องเรียน เกี่ยวกับ PDPA ให้ เป็นศูนย์	0 กรณี	 
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การ ผลิตจนถึงการกำจัดหรือการรี ไซเคิล	รีไซเคิลทองคำ	ใช้ทองคำรีไซเคิล ในการผลิต เครื่องประดับ ให้ได้ 40%	40%	 
การลดการปล่อยก๊าซเรือน กระจก	ติดตั้งโซลาร์เซลล์ และ โครงการประหยัดพลังงาน ไฟฟ้า	ลดการปล่อยก๊าซ เรือนกระจก 2% ต่อผลกำไรล้านบาท	ลดลง 6.86% (ปริมาณการปล่อยก๊าซ เรือนกระจกต่อหน่วยกำไร ล้านบาท)	 
การจัดการพลังงาน	โครงการประหยัดพลังงาน ไฟฟ้า	ลดการใช้พลังงาน ลง 5%	การใช้พลังงานลดลง 10.97% (กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อ ยอดขายล้านบาท)	 
การจัดการการใช้น้ำอย่างมี ประสิทธิภาพและการลดการ ใช้น้ำ	ติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำ แบบอัตโนมัติ	ลดปริมาณการใช้น้ำ ของสำนักงานใหญ่ ลง 2%	ปริมาณการใช้น้ำลดลง 3.57% (ลูกบาศก์เมตร ต่อยอดขายล้านบาท)	 
ความมุ่งมั่นในการปกป้องและ ฟื้นฟูถิ่นที่อยู่และระบบนิเวศ ตามธรรมชาติ	สนับสนุนโครงการเกี่ยวกับ ระบบนิเวศ	อย่างน้อย 3 โครงการ	3 โครงการ	 

ประเด็นที่สำคัญ ด้านความยั่งยืน	กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน	เป้าหมายปี 2567	ผลลัพธ์ปี 2567	SDGs
การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	ทำระบบ ISO45001:2018 และ ขอการรับรอง	ความพึงพอใจของพนักงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย 70%	ความพึงพอใจของพนักงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย 75%	 
สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก	ฝึกอบรมเพื่อให้บุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจชัดเจน	ข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็กเป็นศูนย์	0 กรณี	
ความผูกพันของพนักงาน	แผนงานความผูกพันของพนักงานประจำปี	เพิ่มความผูกพันของพนักงาน 80%	ความผูกพันของพนักงาน 79%	 
ความช่วยเหลือทางสังคม	นโยบาย วัตถุประสงค์ ความช่วยเหลือทางสังคม	สนับสนุนโครงการริเริ่มด้านสังคมอย่างน้อย 4 โครงการ	สนับสนุนโครงการด้านสังคมมากกว่า 4 โครงการ	 



บริษัทฯ มีการขยายสาขาและยอดขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเสริมโอกาสการเติบโตระยะยาว แม้ว่าการขยายตัวอย่างรวดเร็วนี้ จะนำมาซึ่งความท้าทายในด้านการจัดการทรัพยากร บริษัทฯ ได้เตรียมมาตรการรองรับอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นกลยุทธ์ที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล โดยปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและประเมินความเสี่ยงอยู่เสมอ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาส ในการพัฒนาธุรกิจ บริษัทฯ ยังลงทุนในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และลดการพึ่งพาทรัพยากรเดิม พร้อมทั้งได้จัดทำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) และระบบบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดช่วยให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และลดผลกระทบทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้น

ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยตั้งเป้าเพิ่มกำไร 20% ภายในปี 2567 และจากงบการเงินประจำปี 2567 ทางบริษัทฯ สามารถเพิ่มกำไรสุทธิได้ 33.50% ด้วยกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ การขยายตลาด และการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เราสร้างสรรค์นวัตกรรมเครื่องประดับที่ตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า พร้อมยกระดับการบริการและการตลาดเพื่อเพิ่มความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังพัฒนาทักษะพนักงานและปรับปรุง กระบวนการเพื่อลดต้นทุน เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความมั่นใจให้ผลิตภัณฑ์ในศักยภาพการเติบโตระยะยาว

แผนการดำเนินงาน

บริษัทฯ มุ่งขยายสาขาภายใต้แบรนด์ออโรรา และแบรนด์ของกลุ่มบริษัทเช่น แบรนด์ ทองมาเงินไป ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและตอบสนอง ความสะดวกสบายของลูกค้าทุกพื้นที่ การขยายสาขานี้จะช่วยเพิ่มฐานลูกค้าและสร้างโอกาสในการเติบโตของยอดขาย นอกจากนี้ เรายังมุ่งเน้นการทำ Upsell และ Cross-sell สินค้าที่มีอัตรากำไรสูงให้กับทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ ทีมขายได้รับการฝึกอบรม เพื่อแนะนำสินค้าที่ตรงความต้องการลูกค้า เพิ่มยอดขายอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเสริมสร้างแบรนด์ออโรราผ่านกิจกรรมการตลาด และการโฆษณาในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในแบรนด์ อีกทั้งยังดำเนินการเพิ่มสมาชิกที่ใช้งานผ่านสิทธิพิเศษต่างๆ อาทิ โปรโมชั่นพิเศษและกิจกรรมเฉพาะสำหรับสมาชิก เพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการขายในอนาคต ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

GOLD JEWELRY STRATEGY	GOLD FINANCING STRATEGY
1. การขยายสาขา: เพิ่มพื้นที่ให้บริการในห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ ขยายสาขาเชิงเฮงเข้าสู่ Modern Trade และเสริมสร้างการเข้าถึงตลาดออนไลน์ 2. การเพิ่มยอดขายและการขายต่อเนื่อง: พัฒนา และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง ตอบสนองความต้องการลูกค้า พร้อมเพิ่มสัดส่วน สินค้าขายดีในทุกสาขา 3. การส่งเสริมแบรนด์และการขยายฐานลูกค้า: ดำเนินกลยุทธ์การตลาด การส่งเสริมการขาย และพัฒนา บริการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกและส่งเสริมการขายในอนาคต	1. เพิ่มเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิม (Same Store Sales Growth) ด้วย promotion ที่เหมาะสมกับลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละ Cluster และปรับปรุง Visibility ของหน้าสาขาเพื่อส่งเสริมการรับรู้ถึงบริการและ Branding รวมถึงเพิ่ม Network Effect ในแต่ละ Cluster 2. การขยายสาขา: • เพื่อเน้นการเพิ่มยอดขายฝากในพื้นที่ Cluster ปัจจุบัน, Zone นิคมอุตสาหกรรม, จังหวัดที่มีศักยภาพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพฯ • เพื่อส่งเสริม Brand Visibility ผ่านสาขานบนถนนสายหลักในพื้นที่กรุงเทพฯ • สร้างยอดขายในกลุ่มลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง 3. เพิ่มธุรกรรมขายฝากจากฐานลูกค้าปัจจุบันให้มีการทำธุรกรรมเพิ่มและเร็วขึ้นผ่าน Marketing Campaign 4. เพิ่มธุรกรรมการย้ายตัวโรงรับจำนำ/ร้านทองจากการ Cross Sell ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่สาขา 5. ปรับปรุง UX/UI ของ Application เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้นและมี Engagement ที่สูงขึ้น และเพิ่ม Function/Feature เพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงลูกค้าในการเพิ่มยอดขายการทำธุรกรรม

ผลการดำเนินงาน



ผลกำไรสุทธิปี 2567 เพิ่มขึ้น 33.50% จากปี 2566

นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจตามหลักความยั่งยืน โดยตั้งเป้า ESG Ratings ในระดับ A (65-79 คะแนน) สำหรับปี 2567 ผ่านกลยุทธ์การลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งเสริมสร้างชุมชนและพนักงานให้แข็งแกร่งผ่านโครงการพัฒนาสังคมและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามมาตรฐานสากล สร้างความโปร่งใส เพื่อความมั่นใจของนักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



แผนการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้จัดทำแผนงานที่ครอบคลุมและชัดเจนสำหรับการเตรียมตัวขอรับการประเมินและรางวัล SET ESG Ratings โดยการกำหนดขั้นตอนและกิจกรรมที่สำคัญเพื่อความพร้อมในการดำเนินการ พร้อมทั้งมีการทบทวนและตรวจสอบนโยบาย กลยุทธ์ และการดำเนินงานด้าน ESG อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานและข้อกำหนดของการประเมิน ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้รวบรวมข้อมูลหลักฐานด้านการดำเนินงานในความยั่งยืน ครอบคลุมทั้งการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างคุณค่าทางสังคม และการบริหารงานที่โปร่งใส นอกจากนี้ มีการจัดทำรายงานประเมินตนเอง (Self-Assessment Report) เพื่อให้เห็นภาพรวมการดำเนินงานและประเมินผลในแต่ละด้านอย่างชัดเจน โดยมีการเตรียมและนำเสนอข้อมูลหลักฐานที่ครบถ้วนและชัดเจนต่อคณะกรรมการ

ผลการดำเนินงานปี 2567

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องเพื่อขับเคลื่อนองค์กรตามมาตรฐาน ESG โดยตั้งเป้าหมายยกระดับ ESG Ratings ให้อยู่ในระดับ A (65-79 คะแนน) ภายในปี 2567 อย่างไรก็ตาม จากผลการประเมินล่าสุด บริษัทฯ ยังไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก SET ESG Ratings เนื่องจากคะแนนในมิติ Social ต่ำกว่า 50%

แนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับ ESG Ratings

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและได้กำหนดกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้าน ESG ดังนี้

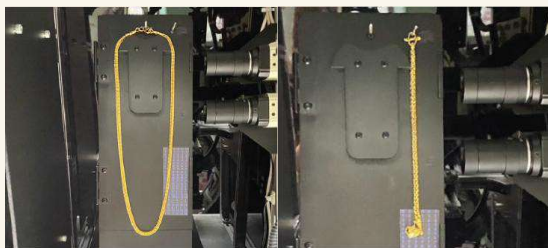
1. **เพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)**
 - ขยายมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และใช้พลังงานหมุนเวียนในกระบวนการดำเนินธุรกิจ
 - ปรับปรุงการจัดการของเสียและพัฒนากระบวนการรีไซเคิลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
 - ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. **พัฒนาแนวทางด้านสังคม (Social)**
 - ยกระดับสวัสดิการและความเป็นอยู่ของพนักงานผ่านการพัฒนาทักษะและโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ
 - เพิ่มความร่วมมือกับชุมชนและภาคสังคมเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว
3. **เสริมสร้างบรรษัทภิบาล (Governance & Economic)**
 - เสริมสร้างแนวทางการบริหารความเสี่ยงและป้องกันการทุจริต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การพัฒนานวัตกรรม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนความยั่งยืน โดยตั้งเป้าหมายสร้างสรรค์นวัตกรรมไม่น้อยกว่า 3 ผลงานต่อปีภายในปี 2567 เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้ เราวางแผนส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์จากทุกส่วนขององค์กร รวมถึงจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะนวัตกรรมและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการวิจัยและพัฒนา ผลลัพธ์จากการลงทุนนี้จะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ในฐานะผู้นำด้านนวัตกรรม พร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ผลการจัดการการพัฒนานวัตกรรม

บริษัทฯ ได้นำระบบ AI มาใช้ในกระบวนการรับและตรวจสอบสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพ โดยระบบสามารถตรวจจับลักษณะของสินค้าได้อย่างแม่นยำและครบถ้วน จากนั้น AI จะทำหน้าที่ลงข้อมูลและสร้างรหัสสินค้าอัตโนมัติ เพิ่มความรวดเร็วและลดข้อผิดพลาดในกระบวนการ ทั้งนี้ ในการกระจายสินค้า บริษัทฯ ใช้ระบบอัตโนมัติในการจัดสรรและส่งสินค้าสู่จุดขายอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับขั้นตอนการแพ็คสินค้า เทคโนโลยีที่นำมาใช้ช่วยให้บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพและทนทานต่อการขนส่งสุดท้ายในขั้นตอนการขนส่ง บริษัทฯ ใช้ระบบตรวจสอบและปรับปรุงการขนส่งอัตโนมัติ เพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและถูกต้อง



รูปภาพแสดงเครื่องอ่านลาย/วัดขนาดของสินค้า



รูปภาพแสดงระบบสายพานกระจายสินค้า

อีกหนึ่งในนวัตกรรมทางบริษัทฯ โดยร่วมมือกับผู้ผลิตวัสดุและผู้จำหน่ายเพื่อพัฒนาวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ ตอบโจทย์มาตรฐานด้านความยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ริเริ่มโปรแกรมฝึกอบรมให้กับพนักงานเกี่ยวกับการรีไซเคิลและการจัดการของเสีย เพื่อส่งเสริมความรู้และทักษะที่จำเป็นในการลดของเสียและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และบริษัทฯ ได้นำระบบติดตามและประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลมาใช้ พร้อมทั้งเผยแพร่นโยบายและแนวทางปฏิบัติผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมจากลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังทำงานร่วมกับทีมวิจัยและพัฒนา เพื่อคิดค้นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเน้นการลดผลกระทบตลอดทั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์



ผลการดำเนินงาน



เป้าหมาย จำนวน 3 ผลงาน



ผลงานด้านนวัตกรรมปี 2567 จำนวน 3 ผลงาน

นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรให้ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด "Green Office" และการดำเนินธุรกิจตามหลัก ESG (Environmental, Social, and Governance) โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการสำคัญ อาทิ การเปลี่ยนสลิปคาร์บอน (Carbon Payslip) เป็นระบบสลิปเงินเดือนอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payslip) การยกเลิกใช้กล่องและช้อนส้อมพลาสติกในกิจกรรมสนับสนุนอาหารกลางวันพนักงาน และการสนับสนุนการเดินทางของพนักงานโดยรถตู้บริษัท ซึ่งล้วนเป็นมาตรการที่ช่วยลดทรัพยากรที่ใช้ ลดของเสีย และส่งเสริมแนวคิดองค์กรสีเขียวเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

โครงการเปลี่ยน Payslip (Carbon) เป็น Electronic-Payslip (E-Payslip)

บริษัทฯ ตระหนักถึงความล่าช้าและความไม่สะดวกในการเข้าถึงสลิปเงินเดือนของพนักงาน เนื่องจากปัจจุบัน พนักงานสามารถรับสลิปเงินเดือนได้เพียงช่องทางเดียว คือการรอให้หน่วยงาน HR จัดส่งเอกสารตามรอบที่กำหนด ซึ่งส่งผลให้การดำเนินธุรกรรมต่างๆ ของพนักงานล่าช้าและขาดความยืดหยุ่น เพื่อแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ หน่วยงาน HR จึงริเริ่มโครงการเปลี่ยนรูปแบบสลิปเงินเดือนจากสลิปคาร์บอน (Carbon Payslip) เป็นระบบสลิปเงินเดือนอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payslip) ซึ่งช่วยลดขั้นตอนการออกเอกสารและการจัดส่ง ทำให้พนักงานสามารถเข้าถึงสลิปเงินเดือนของตนเองได้อย่างรวดเร็วผ่านระบบออนไลน์ ทั้งสะดวก ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงาน

ปี 2567 สามารถจัดทำสลิปเงินเดือนผ่านระบบออนไลน์ได้ทั้งสิ้น 24,000 ฉบับ



ประโยชน์เชิงปริมาณต่อธุรกิจ

1. ลดต้นทุนด้านเอกสาร

- ก่อนหน้านี้ บริษัทฯ ใช้กระดาษคาร์บอนในการออกสลิปคาร์บอน (Carbon Payslip) ประมาณ 2,000 ฉบับต่อเดือน หรือ 24,000 ฉบับต่อปี
- การเปลี่ยนเป็นสลิปเงินเดือนอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payslip) ช่วยลดต้นทุนกระดาษได้ถึง 98,400 บาทต่อปี
- ระบบสลิปเงินเดือนอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payslip) มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 15,000 บาทต่อปี ทำให้บริษัทฯ ประหยัดต้นทุนสุทธิได้มากถึง 83,400 บาทต่อปี

2. เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

- ลดภาระงานฝ่าย HR ในการพิมพ์และแจกจ่ายเอกสาร รวมไปถึงเวลาที่ต้องจัดเตรียมในการส่งเอกสารให้กับพนักงาน
- ลดข้อผิดพลาดในการออกเอกสารและช่วยให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้นผ่านระบบจัดการสลิปเงินเดือนออนไลน์

ประโยชน์เชิงปริมาณต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. ลดการใช้กระดาษและทรัพยากรธรรมชาติ

- ลดการใช้กระดาษคาร์บอนได้ 24,000 แผ่นต่อปี
- ลดการปล่อย CO₂ จากการผลิตกระดาษได้ประมาณ 140.40 กิโลกรัมต่อปี
- บริษัทฯ สามารถลดการปล่อยก๊าซ CO₂ ได้ประมาณ 0.19 ตันต่อปีเทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 9 ต้นต่อปี

ลดการปล่อย CO₂ จากการเผาหรือฝังกลบกระดาษคาร์บอนได้ประมาณ 46.80 กิโลกรัมต่อปี

2. สนับสนุนแนวคิดองค์กรสีเขียว (Green Organization)

- ปรับภาพลักษณ์องค์กรให้ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โครงการยกเลิกใช้กล่องและช้อนส้อมพลาสติกจากกิจกรรมสนับสนุนอาหารกลางวันให้กับพนักงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงปัญหาในการสนับสนุนอาหารกลางวัน ซึ่งเดิมที่อาหารจะถูกจัดเตรียมล่วงหน้าโดยร้านอาหาร ส่งผลให้อาหารเย็นและเสี่ยงต่อการบูดเสีย นอกจากนี้ การใช้กล่องและช้อนส้อมพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งไม่เพียงส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงาน แต่ยังสร้างขยะพลาสติกเป็นจำนวนมาก เพื่อแก้ไขปัญหาและส่งเสริมสุขอนามัยที่ดีให้กับพนักงาน บริษัทฯ จึงปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการอาหารกลางวัน จากการใช้กล่องพลาสติกบรรจุล่วงหน้า มาเป็นการตักอาหารสดใหม่ลงบนจานของพนักงานโดยตรง วิธีนี้ไม่เพียงช่วยรักษาคุณภาพและความสดใหม่ของอาหาร แต่ยังลดปริมาณขยะพลาสติก พร้อมทั้งส่งเสริมสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานอีกด้วย

ผลการดำเนินงาน

ปี 2567 สามารถลดต้นขยยกเลิกการใช้กล่องและช้อนส้อมพลาสติกได้ถึง **150,480** ใบ



ประโยชน์เชิงปริมาณต่อธุรกิจ

1. ลดต้นทุนเรื่องวัสดุภัณฑ์

- โดยเฉลี่ยบริษัทฯ ต้องใช้กล่องและช้อนส้อมพลาสติกในการบรรจุอาหารกลางวันให้กับพนักงานประมาณ 12,540 ใบต่อเดือน หรือคิดเป็น 150,480 ใบต่อปี (คิดจากจำนวนพนักงานโดยเฉลี่ยในปี 2567 (570 คน) * วันทำงาน)
- คิดเป็นต้นทุนที่สามารถลดประมาณได้ 64,083 บาทต่อเดือน หรือ 769,000 บาทต่อปี

2. เพิ่มปริมาณอาหารรวมถึงสวัสดิการอื่นๆที่พนักงานได้รับ

- จากการลดต้นทุนเรื่องวัสดุภัณฑ์ สามารถนำเงินส่วนต่างดังกล่าว มาเพิ่มการสนับสนุนอาหารกลางวันให้พนักงานได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม ส่งผลทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

ประโยชน์เชิงปริมาณต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. จากต้นทุนที่ลดได้สามารถนำต้นทุนดังกล่าวมาเพิ่มการจ้างร้านค้าในชุมชนโคบรอบบริษัท อาทิเช่น ร้านค้าขนมหวาน, ร้านค้าผลไม้ ทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ในชุมชนเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงพนักงานได้รับสวัสดิการและสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น จากการยกเลิกใช้กล่องอาหารพลาสติก

2. ลดขยะพลาสติกและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ลดปริมาณกล่องและช้อนส้อมพลาสติกที่ใช้แล้วทิ้งได้ประมาณ 313.50 กิโลกรัมต่อเดือน หรือคิดเป็น 3,762 กิโลกรัมต่อปี
- ลดการปล่อย CO₂ จากกระบวนการผลิตได้ถึง 22,570 กิโลกรัมต่อปี
- ลดการปล่อย CO₂ จากกระบวนการกำจัดขยะพลาสติกได้ 10,910 กิโลกรัมต่อปี

บริษัทฯ สามารถลดการปล่อยก๊าซ CO₂ ได้ประมาณ 33.48 ตันต่อปีเทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 1,521 ต้นต่อปี

3. สนับสนุนแนวคิดองค์กรสีเขียว (Green Organization)

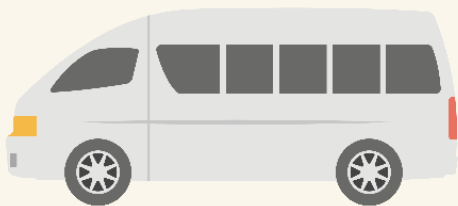
- สร้างวัฒนธรรมการใช้ภาชนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ปรับภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นต้นแบบด้านความยั่งยืน

โครงการสนับสนุนการเดินทางของพนักงานโดยรถตู้รับ-ส่งบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายในการส่งเสริมสวัสดิการพนักงานเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตและความพึงพอใจในการทำงาน จากการสำรวจพบว่าพนักงานจำนวนมากต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นจำนวนมากต่อเดือน โดยเฉพาะพนักงานที่อยู่ห่างจากสถานที่ทำงานหรือไม่มีรถส่วนตัว เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางและสร้างความผูกพันระหว่างบริษัทกับพนักงาน บริษัทฯ จึงริเริ่มโครงการรถตู้รับ-ส่งสำหรับพนักงาน โดยกำหนดเส้นทางหลักตามความต้องการของพนักงานในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้พนักงานได้รับสวัสดิการเพิ่มเติม โดยลดค่าใช้จ่ายส่วนตัว และมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการเดินทางไปทำงาน

ผลการดำเนินงาน

ปี 2567 สามารถลดการเดินทางของพนักงานได้ถึง 40 คน / วัน



ประโยชน์เชิงปริมาณต่อธุรกิจ

1. ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของพนักงาน

- บริษัทฯ สนับสนุนรถรับ-ส่งพนักงานเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
- ช่วยให้พนักงานสามารถเดินทางไปทำงานได้สะดวกและตรงเวลา

2. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

- ลดความเหนื่อยล้าจากการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะหรือรถส่วนตัว
- พนักงานสามารถใช้เวลาเดินทางให้เกิดประโยชน์ เช่น การเตรียมงาน หรือการพักผ่อน

ประโยชน์เชิงปริมาณต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. ลดปริมาณการใช้พาหนะส่วนตัวและการเผาไหม้จากการใช้น้ำมัน

- ลดจำนวนรถยนต์ส่วนตัวที่ใช้เดินทางมาทำงาน ส่งผลให้การจราจรติดขัดลดลง 40 คันต่อวัน
- ลดการปล่อย CO₂ จากการใช้รถยนต์ส่วนตัวของพนักงานได้ 34.56 กิโลกรัมต่อวัน หรือ 8,640 กิโลกรัมต่อปี
- ลดการปล่อย CO₂ จากการเผาไหม้น้ำมัน ได้ 18.90 กิโลกรัมต่อวัน หรือ 6,900 กิโลกรัมต่อปี

บริษัทฯ สามารถลดการปล่อยก๊าซ CO₂ ได้ประมาณ 15.54 ตันต่อปี เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 706 ต้นต่อปี

2. สนับสนุนแนวคิดองค์กรสีเขียว (Green Organization)

- ส่งเสริมให้พนักงานเลือกใช้การเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ปรับภาพลักษณ์องค์กรให้ทันสมัยและคำนึงถึงความยั่งยืน

ระบบบริหารความเสี่ยง

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการจัดทำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) กับระบบบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงในทุกกระบวนการดำเนินงาน การเตรียมความพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดและการจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมสนับสนุนความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายสำคัญในการลดจำนวนปัญหาจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจริง ให้เป็นศูนย์ภายในปี 2567

แนวทางการดำเนินงานด้านการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจและระบบบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาจัดทำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) กับระบบบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) โดยเริ่มจากการทดสอบความพร้อมในแผนฉุกเฉิน (DRP) การกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพแวดล้อมขององค์กร ทั้งยังมีการระบุและประเมินความเสี่ยงอย่างครอบคลุม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร พร้อมจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงเพื่อให้เกิดการจัดการที่เหมาะสมที่สุด บริษัทฯ ได้พัฒนากลยุทธ์ระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ BCM ที่เน้นการเตรียมความพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาวเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานขององค์กรสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมั่นคงแม้ในสถานการณ์ที่ท้าทาย

ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้จัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินในระบบ IT และความเสี่ยงในแผนฉุกเฉิน DRP สำเร็จภายในปี 2568 รวมถึงการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และโครงสร้างองค์กรที่ช่วยลดความเสี่ยงในเชิงปฏิบัติและเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ยังมีการรายงานข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงใน 56-1 One Report เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงาน พร้อมทั้งขยายการพัฒนา BCM เพื่อยกระดับความมั่นคงในอนาคต และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในความพร้อมและความสามารถของบริษัทฯ ในการรับมือกับความเสี่ยง



จำนวนปัญหาจากความเสี่ยง
ที่เกิดขึ้นจริง = 0 กรณี

การประเมินความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่าย (Supplier) น้อยราย

การระบุความเสี่ยง (Risk Identification)

ในปัจจุบันการจัดหาผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายของบริษัทฯ จะทำการสั่งผลิตและสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศ ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ทำการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายและผลิตจากการประเมินดังต่อไปนี้

1. ผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตจะต้องสามารถส่งสินค้าให้ได้ตามเวลาที่กำหนด
2. ผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตจะต้องสามารถส่งสินค้าได้ตามมาตรฐานและมีคุณภาพ
3. ผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตจะต้องสามารถให้ credit term ตามที่บริษัทฯ กำหนดได้

จากข้อมูลดังกล่าวบริษัทจึงได้ทำการสั่งผลิตและสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่าย 17 รายหลัก ที่ได้รับเกณฑ์ประเมินตามที่บริษัทฯ ตั้งไว้ ในปี 2567 บริษัทฯ มีความเสี่ยงในระดับต่ำจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่าย (Supplier) เนื่องจากได้ทำการกระจายความเสี่ยงในการจัดหาผู้จัดจำหน่ายหลายราย ซึ่งหากมีเหตุให้ผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลา และทำให้บริษัทฯ ต้องสั่งซื้อสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นแทนนั้น ทางบริษัทฯ จะไม่มีผลกระทบต่อแผนการสั่งซื้อ และต้นทุนของบริษัทฯ แต่อย่างใด และที่ผ่านมาเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นน้อยมากแทบจะไม่มีเกิดขึ้นเลย เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายสามารถส่งสินค้าที่มีคุณภาพและตรงเวลา ประกอบกับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ มาเป็นระยะเวลานาน

การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

เนื่องจากในปี 2567 ไม่มีเหตุการณ์ที่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกิดปัญหาและจัดส่งสินค้าให้แก่ทางบริษัทฯ ไม่ทันตามกำหนด และในส่วนของผลกระทบนั้น ทางบริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากทางบริษัทฯ มีการมอนิเตอร์และวางแผนการสั่งซื้อและผลิตเป็นรายวันด้วยการใช้ข้อมูลวิเคราะห์ปริมาณสินค้าที่มีอยู่ เพื่อลดความเสี่ยงของการขาดแคลนสินค้าเพื่อขาย ประกอบกับการกระจายการสั่งซื้อและผลิตไปยังผู้จัดจำหน่ายหลายราย ดังนั้นปัจจัยความเสี่ยงในหัวข้อนี้ทางบริษัทฯ จึงให้การประเมินอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่สามารถรับได้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ไม่ได้นิ่งนอนใจกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ทางบริษัทฯ จึงมีแผน Inventory ที่คอยมอนิเตอร์ข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ สามารถรักษาต้นทุน และกำไรได้อย่างยั่งยืน

การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล โดยตั้งเป้าลดจำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับ PDPA ให้เป็นศูนย์ภายในปี 2567 ด้วยนโยบายและมาตรการที่เข้มงวดในการปฏิบัติตามกฎหมาย PDPA เรามีกลยุทธ์สร้างระบบการจัดการข้อมูลที่ปลอดภัยในการเก็บรักษาและใช้งานข้อมูลส่วนบุคคล พร้อมทั้งฝึกอบรมพนักงานทุกระดับเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายนี้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในความปลอดภัยของข้อมูล

แนวทางการดำเนินงาน

1. บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับ PDPA ของบริษัทฯ ในนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทฯ แล้ว โดยได้เผยแพร่นโยบายบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ รับทราบ
2. บริษัทฯ ได้กำหนดวิธีการขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล วิธีการจัดการและรักษาความปลอดภัยตลอดจนวิธีการจัดการและรักษาความปลอดภัยข้อมูลไว้ในนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทฯ
3. บริษัทฯ ได้กำหนดวิธีการขอใช้ข้อมูลส่วนบุคคลภายในองค์กรผ่านทางแบบฟอร์มบน website ภายในบริษัทฯ และจะต้องได้รับการอนุมัติจาก DPO ก่อนการใช้ข้อมูล ส่วนบุคคล ซึ่งปี 2567 มีคำร้องขอใช้ข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมด 126 ครั้ง ดังนี้
 - ข้อมูลลูกค้า 124 ครั้ง
 - ข้อมูลพนักงาน 1 ครั้ง
 - ข้อมูลคู่ค้า 1 ครั้ง

หน่วยงานที่ขอใช้ข้อมูลสูงสุดคือ การตลาด ของทองมาเงินไป และ Modern Gold

แนวทางการบริหารจัดการและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลสารสนเทศ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการปกป้องข้อมูลสารสนเทศ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงได้วางแผนการบริหารจัดการและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลอย่างรอบคอบ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ รวมถึงการสร้างความรู้ในองค์กร ดังนี้

1. จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัย
2. สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศผ่านการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ
3. ส่งเสริมการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อป้องกันและตรวจจับความผิดปกติในระบบ
4. ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเคร่งครัด
5. ดำเนินการทดสอบความปลอดภัยของระบบสารสนเทศผ่านกระบวนการ Vulnerability Assessment (VA) และ Penetration Testing (Pentest) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อระบุช่องโหว่และเสริมสร้างมาตรการป้องกันที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานอย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและสร้างความไว้วางใจในระยะยาวต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง



จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับ

PDPA = 0 กรณี

ผลการดำเนินงานอื่นๆที่สำคัญ ปี 2567

การร้องเรียนและแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการแจ้งเบาะแส จัดให้มีช่องทางแจ้งเบาะแสและร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ซึ่งสามารถแจ้งได้ทั้งหมด 5 ช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์ของบริษัทฯ โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย และการแจ้งด้วยตนเองนอกจากช่องทางการรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนดังกล่าวข้างต้นนี้แล้ว พนักงานยังสามารถสอบถามข้อสงสัย หรือนำส่งข้อร้องเรียนหากพบเห็นการกระทำที่สงสัยว่าฝ่าฝืน หรือการไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณตามช่องทางต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ฝ่ายตรวจสอบภายใน
- ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล
- ฝ่ายกำกับองค์กร
- ผู้บังคับบัญชาที่ตนเองไว้วางใจในระดับ

บริษัทฯ ยังกำหนดกระบวนการในการรับและจัดการกับข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยได้กำหนดขั้นตอนของการสืบสวนสอบสวน และแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวน ตรวจสอบ ติดตามและแก้ไขข้อร้องเรียนต่าง ๆ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งเบาะแสและบุคคลที่เกี่ยวข้องให้ได้รับความเป็นธรรมและไม่ถูกกลั่นแกล้งที่มีประสิทธิผลผ่านเทคโนโลยีการจัดการข้อมูลสารสนเทศ กำหนดสิทธิผู้เข้าถึงข้อมูลและมีกระบวนการทบทวนทุกปี รวมถึงจัดทำรายงานสรุปเพื่อให้ผู้บริหาร และผู้เกี่ยวข้องทราบ ใช้ในการติดตามและดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้รับการร้องเรียนและแจ้งเบาะแสดังกล่าว โดยแบ่งเป็น

การแจ้งเบาะแสการทุจริต	22 ครั้ง
การร้องเรียนเรื่องอื่นๆ	5 ครั้ง
รวม	27 ครั้ง



โดยสรุปข้อร้องเรียน และการแจ้งเบาะแสในปี 2567 ได้ทำการสืบสวน ติดตาม รวมถึงมีการลงโทษตามกฎหมายระเบียบและนโยบายของบริษัทเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

เป้าหมายของบริษัทฯ ในการดำเนินการตามแนวทางด้านความยั่งยืน (ESG)

การบริหารจัดการลูกค้า

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) คำนึงถึงความเสมอภาคและความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างคุณค่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management) มุ่งเน้นการสร้างคุณภาพของสินค้า และบริการ ที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินการด้าน ESG ให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน

แนวทางการบริหารจัดการลูกค้า

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดพร้อมทั้งการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อตกลงร่วมกันกับลูกค้า การเสนอทางเลือกที่ดีที่สุด และปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเท่าเทียม โปร่งใส เป็นธรรม เพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดี และส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันกับลูกค้า เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ สอดคล้องตามหลักการดังกล่าว บริษัทฯ ได้จัดให้มีจรรยาบรรณ และแนวทางการปฏิบัติต่อลูกค้า ดังนี้

- ดำเนินการจัดซื้อตามหลักจริยธรรมธุรกิจอย่างโปร่งใส โดยคำนึงถึงความต้องการและความคุ้มค่าทั้งคุณภาพ ราคา จำนวน ให้ข้อมูลลูกค้าอย่างเท่าเทียม ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และไม่เลือกปฏิบัติต่อลูกค้า สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างลูกค้าให้เป็นไปตามนโยบาย และหลักเกณฑ์ที่มีการควบคุมรัดกุมสอดคล้องกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ
- กำหนดเกณฑ์ในการขึ้นทะเบียนลูกค้าในการจัดหาสินค้า และบริการของบริษัทฯ โดยกำหนดเกณฑ์ในการประเมินที่ครอบคลุมด้านต่างๆ
- กำหนดให้มีการประเมินคุณภาพ และผลการปฏิบัติงานของลูกค้า เพื่อให้ได้ลูกค้าที่มีคุณภาพ กำหนดเป้าหมายด้านจริยธรรม อาชีวอนามัย ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจมนุษยชนภายใต้บรรษัทภิบาลตามกลยุทธ์ในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

แนวทางดำเนินงานบริหารลูกค้าของบริษัท

การประเมินความเสี่ยง

1. มิติด้านเศรษฐกิจ

บริษัทฯ ยึดถือการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล และหัวใจหลักของการบริหารธุรกิจ พร้อมกับการสร้างธุรกิจให้เติบโตมีกำไรที่เหมาะสมบนต้นทุนที่คุ้มค่าก่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจขององค์กร และระบบเศรษฐกิจของประเทศ

2. สิ่งแวดล้อม (Environment)

บริษัทฯ กำหนดนโยบายด้านการจัดหายั่งยืน คู่มือจริยธรรม และแนวทางปฏิบัติของลูกค้าที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมุ่งบริหารห่วงโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนครอบคลุมประเด็นสำคัญ อาทิ สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน แรงงานเด็ก สภาพการทำงาน การจ่ายค่าตอบแทน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จริยธรรมธุรกิจ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า สนับสนุนให้ลูกค้ากำหนดนโยบายการจัดหายั่งยืน และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

- การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- การจัดการพลังงานเพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้า
- การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการใช้น้ำ
- การจัดการของเสีย การส่งเสริมการรีไซเคิล และการใช้ซ้ำ

3. สังคม (Social)

มีการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม การดูแลและใส่ใจต่อคู่ค้าและลูกค้า รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนใกล้เคียง

- การจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
- สิทธิมนุษยชน และแรงงานเด็ก
- ความผูกพัน และสร้างสัมพันธ์อันดีกับพนักงาน
- รักษาความลับ และปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
- การช่วยเหลือสังคม

4. บรรษัทภิบาลการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance)

บริษัทฯ จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลความยั่งยืนและบรรษัทภิบาลขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดและทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความยั่งยืน นโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงจริยธรรมธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมายและแนวปฏิบัติสากล พร้อมทั้งจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านทุจริต รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ พร้อมแบบทดสอบความรู้หลังจบการอบรม และมุ่งส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกที่ดีแก่พนักงานทุกระดับ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการดำเนินงานที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล และก้าวสู่การเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและโปร่งใส เป็นผู้นำด้านความยั่งยืนในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

หลักเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าเพื่อขึ้นทะเบียน Approve Vendor List (AVL)

เกณฑ์การประเมิน: เกรด A (90%-100%): ผ่านระดับดีมาก / มีชื่ออยู่ในทะเบียนคู่ค้า

เกรด B (70%-89%): ผ่านระดับดี / มีชื่ออยู่ในทะเบียนรายชื่อผู้ขาย

เกรด C (50%-69%): ผ่านระดับปานกลาง / แจ้งให้ปรับปรุง แต่ยังมีชื่ออยู่ในทะเบียนรายชื่อผู้ขาย

เกรด D (0%-49%): แจ้งให้ปรับปรุงและอาจพิจารณาตัดชื่อออกจากทะเบียนรายชื่อผู้ขาย

ผลการประเมินประจำปี 2567

เกรดการประเมิน	Product	Non-Product
A	3	14
B	30	44
C	0	4
D	0	0
รวมจำนวนคู่ค้าทั้งสิ้น	33	62

*หมายเหตุ A = 17 ราย B = 74 ราย C = 4 ราย D = 0 ราย

ผลการประเมิน ESG

สำหรับการประเมินผลผู้ค้า จัดซื้อจะดำเนินการส่งแบบฟอร์มการประเมินผู้ค้าด้าน ESG ให้กับผู้ค้าทำการประเมินตนเอง (Self-Assessment) โดยจัดซื้อได้จัดทำสรุปผลการประเมินด้าน ESG ของผู้ค้าประจำปี 2567 ดังนี้

เกรดการประเมิน ESG	E	S	G
A	29	40	36
B	39	28	32
C	25	25	25
D	2	2	2
รวมจำนวนผู้ค้าทั้งสิ้น	95	95	95

(หมายเหตุ E: Environment, S: Social, G: Governance)



บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า นอกจากนี้ ยังมุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการใช้พลังงานทดแทนและปรับปรุงกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน บริษัทฯ มีการจัดการพลังงานที่ดีและส่งเสริมพนักงานให้ตระหนักถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจัดการการใช้น้ำอย่างมีระบบเพื่อลดการใช้น้ำในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการรีไซเคิลและการใช้ซ้ำในทุกกระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการของเสีย และให้การสนับสนุนโครงการปกป้องและฟื้นฟูถิ่นที่อยู่อาศัยและระบบนิเวศร่วมกับชุมชนเพื่อความยั่งยืน



การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

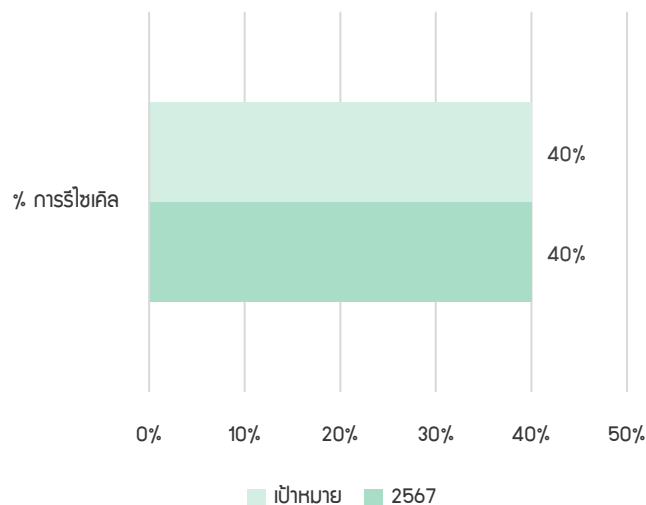
บริษัทฯ มุ่งมั่นนำหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมาใช้ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิตจนถึงการรีไซเคิล โดยตั้งเป้าหมายใช้ทองคำรีไซเคิลในการผลิตเครื่องประดับให้ได้ 40% ภายในปี 2567 เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนอย่างยั่งยืน กลยุทธ์นี้ช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและผลกระทบจากการทำเหมือง รวมถึงสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีส่วนช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสนับสนุนความยั่งยืนของทรัพยากรโลก

แนวทางการดำเนินงาน

ทองคำที่รับซื้อเข้ามาจะต้องผ่านกระบวนการคัดแยกอย่างละเอียด โดยแยกตามคุณภาพและประเภท เพื่อให้มั่นใจว่าทองคำที่นำมารีไซเคิลมีคุณภาพสูงและสามารถนำกลับมาใช้ในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากนั้นทองคำที่ผ่านการคัดแยกจะเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสารเคมีอันตรายออกสู่สิ่งแวดล้อม ทองคำที่ผ่านการรีไซเคิลนี้จะถูกนำมาใช้ในการผลิตเครื่องประดับใหม่และนำไปจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้า โดยเน้นย้ำถึงคุณค่าและประโยชน์ของการใช้ทองคำรีไซเคิล เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการรักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน



การใช้ทองคำรีไซเคิลให้ได้อย่างน้อย 40% ภายในปี 2567



การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างยั่งยืน โดยตั้งเป้าหมายลดอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยกำไร (ล้านบาท) ลง **2% ภายในปี 2567** เมื่อเทียบกับปีฐาน 2566 ผ่านการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ลดการใช้กระดาษ นำวัสดุเหลือใช้กลับมารีไซเคิล เราเชื่อว่ากลยุทธ์เหล่านี้ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



เป้าหมายระยะยาว	มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero Emission)		ปี 2608
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (หน่วย: tonCO2-eq)	2566	2567	%การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อกำไรล้านบาท)
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก scope 1	1,026	1,133	
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก scope 2	612	939	
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อกำไร (tonCO2-eq/ล้านบาท)	1.93	1.80	ลดลง 6.86%

- หมายเหตุ : 1. ปริมาณการปล่อยคาร์บอนต่อกำไรลดลง 6.86% ในปี 2567 เมื่อเทียบกับปี 2566 ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีว่าบริษัทสามารถเพิ่มกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยของผลกำไรที่ได้รับ แม้ว่าปริมาณการปล่อยคาร์บอนรวมจะเพิ่มขึ้นจากการขยายธุรกิจ แต่เมื่อเทียบกับผลกำไรที่สร้างได้ บริษัทสามารถ ลดความเข้มข้นของการปล่อยคาร์บอน ต่อหน่วยกำไรได้ ซึ่งสะท้อนถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพทางสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน
2. บริษัท วี กรีน เคยู จำกัด เป็นผู้ทวนสอบการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของบริษัทฯ สำหรับปี 2566 และ 2567

แผนการดำเนินงานปี 2567 ของบริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยใช้กลยุทธ์การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในพื้นที่ต่าง ๆ โดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) คือ อัตราการลดลงของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยกำไร (ล้านบาท) แผนการนี้เริ่มต้นด้วยการตรวจสอบทิศทาง มุมเอียง และการมีเงาบังในบริเวณที่จะติดตั้ง พร้อมทั้งตรวจสอบความแข็งแรงของโครงสร้าง หลังคาหรือพื้นที่ติดตั้ง ต่อมาทำการวัดขนาดพื้นที่ที่เหมาะสมเพื่อติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ รวมถึงการออกแบบระบบไฟฟ้าที่เชื่อมต่อกับแผงโซลาร์เซลล์ หลังจากนั้นจะทำการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาหรือพื้นที่ที่ผ่านการตรวจสอบ โดยคำนึงถึงการยึดติดที่มั่นคง และปลอดภัยเพื่อให้ระบบทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีการทดสอบระบบและตรวจสอบการทำงานของแผงโซลาร์เซลล์ และระบบไฟฟ้าที่เชื่อมต่อเพื่อความแน่ใจในความเสถียรและประสิทธิภาพการทำงาน สุดท้ายบริษัทฯ ได้จัดทำเอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับการติดตั้ง เช่น แผนผังการติดตั้ง ข้อมูลทางเทคนิค และคู่มือการใช้งานเพื่อให้สามารถบำรุงรักษาและดูแลระบบได้อย่างถูกต้องและปลอดภัยในระยะยาว



การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและลดการใช้น้ำ

"บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการประหยัดน้ำและการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยตั้งเป้าหมายลดปริมาณการใช้น้ำของสำนักงานใหญ่ลง 2% โดยวัดผลจากปริมาณการใช้น้ำ (ลูกบาศก์เมตร) ต่อยอดขายทุกหนึ่งล้านบาท ภายในปี 2567 ด้วยกลยุทธ์ การติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำและการตรวจสอบระบบประปาเพื่อป้องกันการรั่วไหล พร้อมทั้งรณรงค์ให้พนักงานมีส่วนร่วมในเรื่องนี้ การดำเนินงานนี้ไม่เพียงช่วยลดทรัพยากรน้ำ แต่ยังเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างผลกระทบเชิงบวกอย่างยั่งยืน"

มาตรการด้านการประหยัดน้ำ

มาตรการนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้แนวทางให้พนักงาน เข้าใจถึงการใช้พลังงานอย่างถูกต้อง ไม่เกิดการสูญเสีย ไม่ใช้มากเกินไป ความจำเป็น ตลอดจนให้ความร่วมมือกันประหยัดการใช้น้ำ การใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

1. เมื่อเสร็จจากการใช้งานแล้วควรปิดน้ำให้สนิททุกครั้ง
2. ตรวจสอบอุปกรณ์ใช้น้ำ ท่อน้ำ สุขภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ พร้อมใช้งานอย่างสม่ำเสมอ กรณีพบการการรั่วไหลหรือการรั่วซึม ให้แจ้งมายังฝ่ายอาคาร เพื่อทำการซ่อมแซมทันที
3. การเลือกอุปกรณ์ที่เป็นไปตามมาตรฐาน มีประสิทธิภาพ และประหยัดน้ำ
4. ควรมีวาล์วเปิด - ปิด น้ำรวม เพื่อเป็นมาตรการในการป้องกันการรั่วไหลของน้ำนอกเวลาการทำงาน
5. การล้างมือให้ใช้สบู่เหลวแทนการใช้สบู่ก้อน เพราะการใช้สบู่ก้อนล้างมือจะใช้เวลามากกว่าการใช้สบู่เหลว และทำให้สิ้นเปลืองน้ำมากกว่า
6. ไม่เปิดน้ำไหลตลอดเวลาขณะล้างหน้า บ้วนปาก และแปรงฟัน เพราะจะสูญเสียน้ำโดยเปล่าประโยชน์
7. เช็ดคราบอาหารก่อนล้างจาน เพื่อลดปริมาณน้ำในขณะที่ล้างจานไม่ให้สิ้นเปลือง วิธีนี้ช่วยให้ล้างจานได้สะอาดกว่าเดิม และใช้น้ำน้อยกว่าเดิม และอย่าใช้น้ำยาล้างจานมากเกินไป เพราะย็่น้ำยาล้างจานมีความเข้มข้นมากก็ยัต้องใช้น้ำมากขึ้นในการล้างให้สะอาดหมดจด
8. การล้างถ้วยชามภาชนะ การล้างผัก หรือผลไม้ ให้ใช้ภาชนะรองน้ำ เนื่องจากจะประหยัดกว่าการเปิดล้างจากก๊อกน้ำโดยตรง
9. การเช็ดพื้น ให้ใช้ภาชนะรองน้ำ และชักล้างอุปกรณ์ในภาชนะก่อนที่จะนำไปเช็ดถู ห้ามใช้สายยางฉีดล้างทำความสะอาดอุปกรณ์โดยตรง
10. ไม่ทิ้งขยะในชักโครก นอกจากจะเป็นสาเหตุที่ทำให้ชักโครกตันแล้วยังเป็นการสิ้นเปลืองน้ำอีกด้วย เนื่องจากจะต้องใช้ปริมาณน้ำมากทีเดียวในการชำระล้าง
11. ตรวจสอบมิเตอร์น้ำเป็นประจำ นอกจากจะช่วยให้รู้ว่าแต่ละเดือนนั้นใช้น้ำไปเท่าไรแล้ว ยังสามารถเช็คน้ำรั่วได้อีกทางหนึ่งด้วย โดยให้ปิดน้ำแล้วไปเช็คมิเตอร์ ถ้ามิเตอร์ยังเพิ่มแสดงว่ามีน้ำรั่ว

แผนการดำเนินงานปี 2567

บริษัทฯ ได้วางแผนดำเนินการในปี 2567 เพื่อส่งเสริมการประหยัดน้ำอย่างยั่งยืน โดยเริ่มจากการสำรวจและระบุอุปกรณ์ทั้งหมดที่จำเป็นต้องติดตั้งเครื่องมือประหยัดน้ำ เช่น การเปลี่ยนก๊อกน้ำแบบเดิมเป็นก๊อกน้ำอัตโนมัติ ซึ่งช่วยลดการใช้น้ำส่วนเกินจากการเปิดทิ้งไว้โดยไม่จำเป็น การสำรวจจะครอบคลุมพื้นที่ทั้งภายในและภายนอกของสำนักงานใหญ่ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกจุดที่ใช้น้ำได้รับการปรับปรุงอย่างเหมาะสม หลังจากการติดตั้งอุปกรณ์ บริษัทฯ ได้ตรวจสอบและประเมินผลการทำงานของอุปกรณ์เหล่านั้นอย่างละเอียด เพื่อให้มั่นใจว่าทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่คาดหวัง รวมถึงการตรวจสอบเป็นระยะเพื่อประเมินผลการประหยัดน้ำและวางแผน

ปรับปรุงในอนาคต



Before

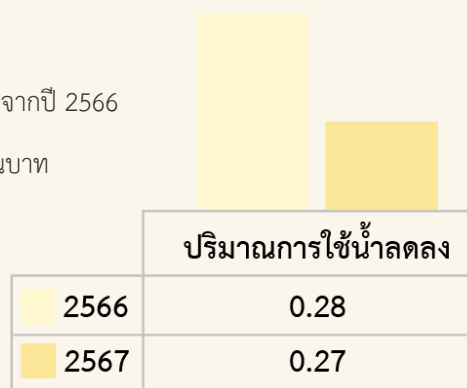


After

ผลการดำเนินงานปี 2567

ปริมาณการใช้น้ำลดลง **3.57%** จากปี 2566

ลูกบาศก์เมตรต่อยอดขายล้านบาท



การจัดการของเสีย การส่งเสริมการรีไซเคิลและการใช้ซ้ำ

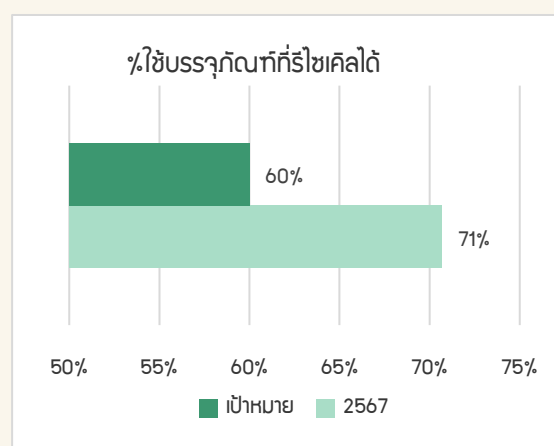
บริษัทฯ ตั้งเป้าใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลได้ คิดเป็น 60% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด ภายในปี 2567 บริษัทฯ วางกลยุทธ์เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลได้ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมให้พนักงานและลูกค้าตระหนักถึงการรีไซเคิลและการลดขยะ เช่น จัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะ เพื่อลดของเสีย สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ และสร้างความเชื่อมั่นในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

แผนการดำเนินงานปี 2567

1. บริษัทฯ ร่วมมือกับผู้ผลิตวัสดุและผู้จำหน่าย เพื่อพัฒนาวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้มุ่งหมายให้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตมามีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานรีไซเคิล
2. จัดตั้งโปรแกรมการฝึกอบรมให้กับพนักงานเกี่ยวกับขั้นตอนการรีไซเคิลและการจัดการของเสีย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแยกและจัดการของเสีย
3. นำระบบติดตามและประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลมาใช้ ช่วยให้สามารถตรวจสอบความก้าวหน้าและแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง
4. เผยแพร่นโยบายและกลยุทธ์ด้านการจัดการของเสียผ่านช่องทางต่างๆ สร้างความรับรู้และสนับสนุนจากลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ
5. ทำงานร่วมกับทีมวิจัยและพัฒนาเพื่อคิดค้นบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพในการรีไซเคิล



รูปภาพ ของแผ่นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการแพะทองคำแผ่น



หมายเหตุ: ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ยังไม่ได้เก็บข้อมูลปริมาณของเสียอย่างเป็นระบบ เนื่องจากลักษณะการดำเนินธุรกิจค้าปลีกทองคำและเครื่องประดับ ทำให้ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับค่อนข้างน้อยและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีแผนดำเนินการเก็บข้อมูลปริมาณของเสียและการกำจัดของเสีย รวมถึงข้อมูลการรีไซเคิลหรือการใช้ซ้ำอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นไป เพื่อให้สามารถติดตามผลและวิเคราะห์แนวทางการลดของเสียได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ตอบสนองต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและเป้าหมายความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

การจัดการพลังงาน

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างระบบการจัดการพลังงานที่มี ประสิทธิภาพ โดยใช้เทคโนโลยีทันสมัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้ และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องการประหยัดพลังงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดการใช้พลังงานลง 5% โดยวัดผลจากปริมาณการใช้ไฟฟ้า (กิโลวัตต์-ชั่วโมง) ต่อยอดขายทุกหนึ่งล้านบาท ภายในปี 2567

แผนการดำเนินงานปี 2567

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการจัดการพลังงานอย่าง มีประสิทธิภาพ โดยมีการติดตั้งโซล่าเซลล์และ โครงการประหยัดพลังงาน ไฟฟ้า เพื่อลดการใช้พลังงานและ ส่งเสริมความยั่งยืนในองค์กร แผนการดำเนินงานมีดังนี้

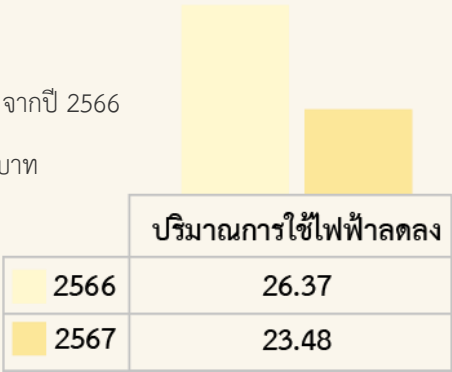
- บริษัทฯ ดำเนินการเลือกขนาดและประเภทของแผงโซล่าเซลล์ อินเวอร์เตอร์ และอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ ที่เหมาะสม โดยออกแบบระบบให้ตรงกับความต้องการพลังงานขององค์กร ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตพลังงาน แสงอาทิตย์และลดการใช้พลังงานจากแหล่งไฟฟ้าหลัก
 - บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานปิดเครื่องใช้ไฟฟ้า เมื่อไม่ใช้งาน รวมถึงการถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้า เพื่อช่วยลดการใช้ไฟฟ้าแบบสแตนด์บาย การดำเนินการนี้ ช่วยลดการสิ้นเปลืองพลังงานและลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานในระยะยาว
 - การตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เช่น ตั้งอุณหภูมิที่ 24-26 องศาเซลเซียส
 - บริษัทฯ รณรงค์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ป้าย ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมอบรมเพื่อให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การใช้ไฟฟ้า เช่น การปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน การใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ และการเลือกใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มี ประสิทธิภาพสูง เพื่อสร้างวัฒนธรรมการประหยัดพลังงานในองค์กร



ผลการดำเนินงานปี 2567

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าลดลง 10.97% จากปี 2566

กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อยอดขายล้านบาท



ความมุ่งมั่นในการปกป้องและฟื้นฟูพื้นที่ที่อยู่และระบบนิเวศตามธรรมชาติ

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายดำเนินโครงการปกป้องและฟื้นฟูพื้นที่ที่อยู่และระบบนิเวศอย่างน้อย 3 โครงการภายในปี 2567 โดยวางกลยุทธ์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานและชุมชนในพื้นที่ รวมถึงสร้างความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โครงการเหล่านี้มุ่งเน้นสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานนี้ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนในระยะยาวและสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการปกป้องและฟื้นฟูพื้นที่ที่อยู่และระบบนิเวศตามที่ตั้งไว้ในปี 2567 บริษัท ได้วางแผนการดำเนินงานเริ่มจากการสำรวจและคัดเลือกโครงการที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมและผลกระทบที่โครงการนั้นๆ จะมีต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนในพื้นที่ การติดตามผล และประเมินประสิทธิภาพของโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจะดำเนินการอย่างละเอียดเพื่อให้มั่นใจว่าโครงการดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์และสร้างผลกระทบเชิงบวกตามที่คาดหวัง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานเพื่อเสนอแนวทางปรับปรุงให้กับผู้บริหารสำหรับการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในอนาคต

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับมูลนิธิสืบนาคะเสถียร และมูลนิธิสถาบันราชพฤกษ์ รวมถึงกองทุนกรมสวัสดิการป่าไม้ ในการสนับสนุนการปกป้องและฟื้นฟูพื้นที่อยู่อาศัยและระบบนิเวศทางธรรมชาติ โดยผ่านการบริจาคและสนับสนุนโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

โครงการที่ 1 มูลนิธิสืบนาคะเสถียร



โครงการที่ 2 มูลนิธิสถาบันราชพฤกษ์



โครงการที่ 3 กองทุนกรมสวัสดิการป่าไม้





บริษัท ให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อม การทำงานที่ปลอดภัย โดยมีการ
ตรวจสอบและ ปรับปรุงระบบอาชีวอนามัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุและเพิ่ม
ความมั่นใจให้กับพนักงาน อีกทั้งบริษัทฯ ยังปฏิบัติตามหลัก สิทธิมนุษยชนและต่อต้านการใช้
แรงงานเด็กอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความไว้วางใจในหมู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยัง
ส่งเสริมความผูกพัน ของพนักงานด้วยการพัฒนาทักษะ การให้ สวัสดิการที่ดี และการสร้าง
บรรยากาศที่เป็นมิตร ในด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่
เข้มงวดตามกฎหมาย PDPA เพื่อปกป้องข้อมูลของลูกค้าและพนักงาน รวมถึงการสนับสนุนโครงการ
เพื่อสังคมที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสร้างความยั่งยืนในสังคม



ความผูกพันของพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการทำงาน ทางบริษัทตั้งเป้าเพิ่มความผูกพันของพนักงานให้ถึง 80% ภายในปี 2567 โดยกำหนด KPI ชัดเจนและใช้กลยุทธ์ที่เน้นการรับฟังความคิดเห็น การสนับสนุนการพัฒนาทักษะ และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี การสร้างความผูกพันนี้ไม่เพียงช่วยให้บริษัทบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ แต่ยังเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่แข็งแกร่ง

แผนการดำเนินงาน

1. บริษัทฯ ออกแบบแบบสอบถามที่ครอบคลุมทุกด้านของการทำงาน เพื่อวัดความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน โดยเน้นให้คำถามเข้าใจง่ายและสะท้อนความคิดเห็นที่แท้จริง
2. ให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการประเมินความพึงพอใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมทุกแผนกในองค์กร
3. รวบรวมคะแนนแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบแนวโน้มและจุดที่ควรปรับปรุง พร้อมจัดทำรายงานผลวิเคราะห์อย่างชัดเจนและครบถ้วน
4. จัด workshop ให้พนักงานเสนอแนวทางแก้ไขและการปรับปรุงด้านที่ต้องการพัฒนา เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการเปลี่ยนแปลง
5. เปรียบเทียบคะแนนประเมินในแต่ละปีเพื่อตรวจสอบความก้าวหน้า พร้อมเพิ่มกิจกรรมหรือโครงการในหัวข้อที่คะแนนน้อยเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจ



% ความผูกพันของพนักงาน **79%** ปี 2567
เป้าหมาย 80%

แผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรและส่งเสริมความก้าวหน้าด้านอาชีพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับบุคลากรในฐานะทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดขององค์กร โดยเชื่อมั่นว่าการพัฒนาศักยภาพของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพการให้บริการและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้ครอบคลุมทุกระดับตำแหน่งงาน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะอย่างเป็นระบบ โดยสนับสนุนการเรียนรู้จากแหล่งข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถปรับตัวและสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง



แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากร

การพัฒนาบุคลากรถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการและพนักงานสาขาทั่วไป	กลุ่มพนักงานระดับหัวหน้างาน	กลุ่มพนักงานระดับผู้บริหาร
- พนักงานกลุ่มนี้มีบทบาทสำคัญในการให้บริการและแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าโดยตรง บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นให้พนักงานมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศ - ดำเนินการอบรมภายในโดยหัวหน้างานที่มีประสบการณ์ในด้านผลิตภัณฑ์ 19 หัวข้อ (Product Checklist 19 topics) รวมถึงการอบรมด้านจริยธรรมทางธุรกิจ เช่น การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน - มีการประเมินและทดสอบความรู้ของพนักงานเป็นระยะเพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถ อยู่ในระดับมาตรฐาน	- บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านอารมณ์ (Soft Skills) และทักษะด้านวิชาการ (Hard Skills) อย่างสมดุล - การอบรมครอบคลุมหัวข้อสำคัญ ได้แก่ ทักษะการเป็นผู้นำ การสื่อสาร การบริหารทีมงาน ความปลอดภัยในการทำงาน และการจัดการเหตุฉุกเฉิน - สนับสนุนการเรียนรู้ผ่านคอร์สออนไลน์ และเปิดโอกาสให้พนักงานเสนอหลักสูตรที่ต้องการอบรมเพิ่มเติม เช่น Data & AI, การบริหารความเสี่ยง และ Audit Report Writing	- บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะเชิงลึกด้านการบริหารธุรกิจ ครอบคลุมหัวข้อ Business Transformation, Finance และ Leadership - มีการส่งผู้บริหารระดับ C-Level เข้าอบรมหลักสูตรเฉพาะทางเพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการบริหารและการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินการอบรม ประจำปี 2567

บริษัทฯ ได้มีการวางแผนการอบรมสำหรับพนักงานสาขาและพนักงานขายใหม่ทั้งหมด โดยกำหนดหัวข้อการอบรมทั้งหมด 19 หัวข้อ พร้อมตั้งเป้าหมายให้พนักงานในกลุ่มนี้ได้รับการอบรมไม่น้อยกว่า 50 ชั่วโมงต่อคนต่อปี โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลและสรุปผลลัพธ์ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ย ปี 2567	
เป้าหมาย	อบรม 50 ชม./คน/ปี
ผลลัพธ์	อบรม 100 ชม./คน/ปี
จำนวนพนักงานผ่านการอบรม	411 คน

หลักสูตรพัฒนาศักยภาพพนักงาน

บริษัทฯ ได้กำหนดให้หลักสูตร "การขายปลีกทองรูปพรรณ" เป็นหลักสูตรภาคบังคับสำหรับพนักงานสาขาและพนักงานขายทุกคน โดยผู้เข้ารับการอบรมจะต้องผ่านการฝึกอบรมและการทดสอบตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งหลักสูตรนี้ถูกออกแบบมาเพื่อมุ่งเน้นพัฒนาทักษะและความรู้ที่จำเป็นในการทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่

- เพื่อเพิ่มความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย
- เพื่อเพิ่มทักษะให้กับพนักงานในเรื่องการขาย การเช็คสินค้า
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และ การบริการ

หลักสูตร ความรู้เบื้องต้นเรื่องทองรูปพรรณ	ระยะเวลาการฝึก
องค์ประกอบทางเคมีและคุณสมบัติของโลหะทองคำและโลหะอื่นที่นำมาผสมกับโลหะทองบริสุทธิ์เพื่อให้เป็น ทองรูปพรรณซึ่ง ได้แก่ โลหะเงิน โลหะทองแดง การเก็บรักษาทองรูปพรรณ และการทำความสะอาด ความแตกต่างของประเภททองรูปพรรณทางการค้าในแต่ละประเทศ ปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองแท่งและทองรูปพรรณ การลงทุนในทองคำ เปรียบเทียบกับสินทรัพย์อื่น การขายปลีกทองคำในประเทศไทย ลายทองรูปพรรณและรูปแบบต่างๆ สัญลักษณ์และยี่ห้อร้านทอง มาตรฐานสากลของทองคำ และมาตรฐานของไทย	ผู้เข้ารับการอบรมต้องเข้าร่วมไม่น้อยกว่า 80% ของจำนวนชั่วโมงที่กำหนดในหลักสูตร เพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานได้รับความรู้และทักษะที่จำเป็นอย่างครบถ้วน
หลักสูตร การคำนวณเกี่ยวกับทองรูปพรรณ	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ความรู้เกี่ยวกับหน่วยชั่งตวงวัดทองรูปพรรณ การคำนวณราคาทองด้วยเครื่องคิดเลข การตรวจสอบ ทองรูปพรรณเพื่อการรับซื้อการรับเปลี่ยนคืน ความแตกต่างของโลหะทองและโลหะชนิดอื่นๆ การตรวจสอบด้วยสายตา การตรวจสอบด้วยเครื่องมือต่างๆและความปลอดภัยในการใช้เครื่องมือ องค์ประกอบของการประชุมอย่างมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารในการทำงาน ในการสอนงานที่มีประสิทธิภาพ วิธีการรับซื้อวิธีการรับเปลี่ยนคืน วิธีการตรวจสอบทอง การตรวจสอบการรับประกัน วิธีการรับเปลี่ยนคืน วิธีการตรวจสอบทอง และสิ่งที่ต้องตรวจสอบ	• พนักงานสามารถให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับทองรูปพรรณได้อย่างถูกต้อง • พนักงานเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาทองและแนวโน้มตลาด • พนักงานสามารถตรวจสอบคุณภาพทองรูปพรรณเบื้องต้นได้ • เพิ่มประสิทธิภาพในการขายและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
หลักสูตร การรับทองรูปพรรณเพื่อการขายฝาก	
การตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ทองและยี่ห้อ ความปลอดภัยในการใช้เครื่องมือ การประเมินราคาการจัดการเอกสาร การตรวจสอบทองรูปพรรณเพื่อการรับซื้อการรับเปลี่ยนคืน การรับทองรูปพรรณเพื่อการขายฝาก สอบความรู้เบื้องต้นเรื่องทองรูปพรรณ	

รายงานผลการดำเนินงานการอบรมและพัฒนาทักษะพนักงาน

1. วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมการฝึกอบรมหลักสูตร "การขายปลีกของรูปพรรณ" มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาทักษะของพนักงานในการนำเสนอสินค้า การให้บริการลูกค้า และเทคนิคการปิดการขาย โดยมุ่งเน้นให้พนักงานสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และเพิ่มยอดขายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. วิธีการประเมินผลการประเมินผลพนักงานหลังการฝึกอบรมพิจารณาจาก:

- เปรียบเทียบยอดขายก่อนและหลังการฝึกอบรม เพื่อวัดผลลัพธ์ในเชิงปริมาณ
- ความเข้าใจและการนำไปประยุกต์ใช้ในงานผ่านแบบฟอร์มประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงาน เพื่อวิเคราะห์พัฒนาการของพนักงาน

3. ผลลัพธ์ที่ได้รับ

3.1 การเปรียบเทียบยอดขายก่อนและหลังการฝึกอบรม

- ก่อนฝึกอบรม: ยอดขายเฉลี่ยของพนักงานอยู่ที่ 2,054,779 บาท/คน
- หลังฝึกอบรม: ยอดขายเฉลี่ยของพนักงานเพิ่มขึ้นเป็น 2,201,753 บาท/คน
- อัตราการเติบโต: เพิ่มขึ้น 7.15%

การจ้างงาน ปี 2567

จำนวนพนักงานแบ่งตามเพศ



ชาย

306 ราย



หญิง

1,843 ราย

รวม

2,149 ราย

จำนวนการจ้างงานผู้พิการ



ชาย

8 ราย



หญิง

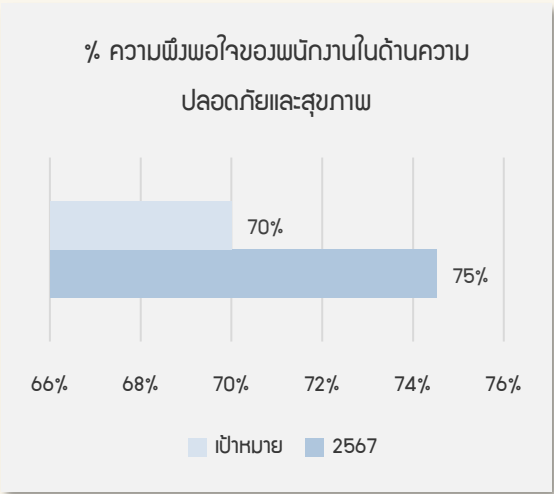
11 ราย

รวม

19 ราย

*อัตราการลาออกของพนักงานอยู่ที่ 33.90% ในปี 2567

การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน



บริษัทฯ ตั้งเป้าเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยให้ถึง 70% ภายในปี 2567 โดยดำเนินการมาตรการที่มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล ล่าสุดได้รับการรับรอง ISO 45001:2018 จากสถาบันรับรองชั้นนำ ยืนยันถึงความมุ่งมั่นในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ใส่ใจสุขภาพและความปลอดภัยอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด	เป้าหมายที่กำหนด	ผลปี 2567
1.1 สถิติการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (LTA)	พนักงาน และผู้รับเหมาฯ เท่ากับ 0	0
1.2 สถิติอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต	พนักงาน และผู้รับเหมาฯ เท่ากับ 0	0
1.3 อัตราการบาดเจ็บรวมจากการทำงาน (TRIR)	พนักงาน เท่ากับ 0	0
	ผู้รับเหมาฯ เท่ากับ 0	0
1.4 ปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัย	ปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัย 100%	ปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัย 100%

แผนการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้เริ่มจัดทาระบบ ISO45001:2018 ซึ่งเป็นระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้ง จป.วิชาชีพ และได้ว่าจ้างที่ปรึกษาระบบ ISO45001:2018 มาเป็นที่ปรึกษาในการทำระบบและยื่นขอรับรองจากผู้ทวนสอบ ภายในสิ้นปี ขณะนี้กำลังดำเนินการตามมาตรฐาน ISO45001:2018 และตามกฎหมายด้านความปลอดภัยต่างๆ ดังนี้

- มีการอบรมด้านความปลอดภัยเช่น จป. หัวหน้างาน, จป.บริหาร, คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) เรียบร้อยแล้ว
- จัดทำคู่มือ เช่น WI, Procedure, Form ต่างๆที่เกี่ยวข้อง
- บริษัทฯมีการแต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบายและกำหนดเป้าหมายแล้ว
- บริษัทฯมีการอบรมดับเพลิงขั้นต้น และซ้อมแผนฉุกเฉินอพยพหนีไฟประจำปี และมี Procedure แผนฉุกเฉิน
- บริษัทฯ มีการติดตั้งระบบ fire protection เช่น fire alarm, Emergency light, fire extinguisher, fire exit, Assembly point
- บริษัทฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) พร้อมประชุมประจำเดือน และแจ้งรายชื่อให้กับกรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงานในพื้นที่เรียบร้อยแล้ว

7. บริษัทฯ มีการอบรมหลักสูตร จป.หัวหน้างาน และ จป.บริหาร ให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้ง ทำการขึ้นทะเบียนกับกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานในพื้นที่เรียบร้อยแล้ว
8. บริษัทฯ มีการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น แสงสว่าง, สารเคมีอันตราย, น้ำดื่ม, น้ำดื่ม ประจำปี
9. บริษัทฯ มีการตรวจระบบไฟฟ้าและบริเวณที่ไฟฟ้า ประจำปี



สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาสิทธิมนุษยชนและการป้องกันการใช้แรงงานเด็ก โดยตั้งเป้า ลดข้อร้องเรียนด้านนี้เป็นศูนย์ภายในปี 2567 ผ่านกลยุทธ์การอบรมพนักงานทุกระดับ นอกจากนี้ บริษัทฯ ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด ซึ่งสร้างความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่าเราเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

แผนการดำเนินงาน

บริษัทฯ ดำเนินการสำรวจและคัดเลือกวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องสิทธิมนุษยชนและการป้องกันการใช้แรงงานเด็ก เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหาการอบรมมีความถูกต้องและครอบคลุมประเด็นสำคัญ การดำเนินงานนี้ช่วยเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชนแก่พนักงานทุกระดับ ลดข้อร้องเรียนและปัญหาที่อาจเกิดขึ้น พร้อมสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถึงความโปร่งใสและความยั่งยืนของบริษัทฯ

ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้มีการจัดอบรมพนักงานระดับหัวหน้างานในการเข้าใจถึงสิทธิมนุษยชนในวันที่ 23 เมษายน 2567 เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจกับพนักงานในเรื่องนี้



จำนวนข้อร้องเรียนสิทธิมนุษยชนและการ
ป้องกันการใช้แรงงานเด็ก = 0 กรณี

ความช่วยเหลือทางสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้าง ผลกระทบเชิงบวกในสังคม ผ่านการสนับสนุนโครงการริเริ่มด้านสังคมอย่างน้อย 4 โครงการภายในปี 2567 โดยใช้กลยุทธ์ คัดเลือกโครงการที่สอดคล้อง กับค่านิยมขององค์กร การดำเนินการนี้ ไม่เพียงแต่เสริมภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ยังสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่าเรามีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

สนับสนุนโครงการด้านสังคมมากกว่า 4 โครงการในปี 2567



แผนการดำเนินงาน

บริษัทฯ ดำเนินการสำรวจและคัดเลือกโครงการด้านสังคม ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ โดยประเมินความต้องการของชุมชนและศักยภาพในการให้ความช่วยเหลือ ซึ่งบริษัทฯ ให้การสนับสนุนโครงการที่คัดเลือกผ่านการบริจาคเงินหรือทรัพยากรที่จำเป็น เพื่อส่งเสริมและพัฒนาโครงการให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของโครงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุประสงค์บรรลุผล พร้อมทั้งรายงานความก้าวหน้า และความสำเร็จต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างโปร่งใสและชัดเจน



บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกับมูลนิธิองค์กร ทำดี จัดโครงการ “คนไทยไม่ทิ้งกัน” เพื่อช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยน้ำท่วม โดยเปิดรับบริจาคสิ่งของที่จำเป็น อาทิ เครื่องอุปโภค บริโภค ข้าวสาร อาหารแห้ง และน้ำดื่ม รวมถึงสนับสนุนเงินบริจาคจำนวน 500,000 บาท ให้แก่มูลนิธิองค์กรทำดี



บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเยาวชน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน เนื่องในโอกาสวันเด็กแห่งชาติ 13 มกราคม 2567 บริษัทฯ จึงได้จัดกิจกรรม เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาเยาวชน ทั้งด้านการศึกษาและคุณภาพชีวิต โดยมอบทุนการศึกษาอาหารกลางวัน และอุปกรณ์การศึกษาให้แก่ โรงเรียนและชุมชนใกล้เคียง



โครงการนี้ครอบคลุม 7 สถานที่ ได้แก่ โรงเรียนนกกศิริอนุสรณ์ (530 คน) ชุมชนเพิ่มทรัพย์ (30 คน) ชุมชนคอนโดเพิ่มทรัพย์ (30 คน) ชุมชนมหาสิน (30 คน) ชุมชนบางนา (30 คน) สถานีตำรวจบางนา (30 คน) และสถานีตำรวจจตุมสุข (30 คน) รวมผู้ได้รับประโยชน์ทั้งสิ้น 710 คน

แผนพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างมีส่วนร่วม

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความยั่งยืนขององค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างอาชีพและกระจายรายได้สู่ชุมชนทั่วประเทศ ผ่านการจ้างงานที่ครอบคลุมทุกภูมิภาค ซึ่งไม่เพียงช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของครอบครัวในชุมชน แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับโครงสร้างพื้นฐาน ส่งต่อไปสู่การเติบโตในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาชุมชนในระดับย่อย ผ่านการสนับสนุนทุนการศึกษาและการทำนุบำรุงสถานศึกษา รวมถึงส่งเสริมกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้แสดงความคิดสร้างสรรค์และต่อยอดความรู้ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่พวกเขาในอนาคต

โครงการและกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม

ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศหลายร้อยแห่ง และให้ความสำคัญกับการจ้างงานบุคคลในชุมชนโดยรอบ โดยพนักงานที่อาศัยอยู่ในรัศมี 10 กิโลเมตรจากสาขาจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ชุมชน และสร้างโอกาสการจ้างงานในพื้นที่ นอกจากนี้ รายได้ที่พนักงานได้รับยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ผ่านการใช้จ่ายในร้านค้าและกิจการต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่พื้นที่โดยรอบอีกด้วย

การจ้างงานพนักงานต่อชุมชน

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักความเป็นธรรมในทุกระดับ ตามกรอบจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการจ้างงานสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้พิการ เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการจัดความยากจน การส่งเสริมคุณภาพด้านการศึกษา การสร้างงานที่มีคุณค่า และการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงให้การสนับสนุนและส่งเสริมการจ้างงานสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้พิการอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการให้โอกาสอย่างเท่าเทียมทั้งในด้านอาชีพและการเติบโตในสายงาน ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้สนับสนุนการจ้างงานคนพิการในสถานพยาบาลมากกว่า 12 จังหวัดทั่วประเทศ โดยมีตำแหน่งที่หลากหลาย เช่น เจ้าหน้าที่ธุรการ ผู้ช่วยนักกายภาพบำบัด พนักงานบันทึกข้อมูล เจ้าหน้าที่ให้บริการทั่วไป และเจ้าหน้าที่ตัดเย็บ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการทำงาน และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

การจ้างงานพนักงาน ประจำปี 2567	
จำนวนจังหวัด (จังหวัด)	47
จำนวนการจ้างงาน (คน)	2,149
เงินเดือนเฉลี่ยขั้นต่ำ (บาท) / คน / ปี	158,400
การจ้างงานคนพิการประจำปี 2567	
จำนวนจังหวัด (จังหวัด)	12
จำนวนการจ้างงาน (คน)	19
รายได้เฉลี่ย (บาท) / คน / ปี	119,720

การร่วมสนับสนุนชุมชนและแก้ไขปัญหาชุมชนอย่างยั่งยืน

กิจกรรมเลี้ยงอาหารกลางวันพนักงานคืนคุณค่าแก่ชุมชน

บริษัทฯ มีนโยบายจัดเลี้ยงอาหารกลางวันให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่กว่า 500 คนในทุกวันทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของพนักงานที่ทำงานในพื้นที่ใจกลางเมือง ซึ่งเป็นย่านเศรษฐกิจที่มีค่าครองชีพสูงกว่าพื้นที่อื่น นอกจากนี้ กิจกรรมนี้ยังช่วยส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่ดี โดยเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้เวลาพักกลางวันร่วมกัน พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเสริมสร้างความสามัคคีในองค์กร

นอกเหนือจากประโยชน์ต่อพนักงานแล้ว กิจกรรมนี้ยังช่วยลดการเดินทางออกไปภายนอกบริษัท ในช่วงพักกลางวัน ซึ่งเป็นช่วงที่การจราจรคับคั่ง ส่งผลให้พนักงานมีเวลาพักผ่อนมากขึ้น และช่วยลดมลพิษจากการใช้พาหนะ รวมถึงการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงอีกทางหนึ่ง ที่สำคัญ บริษัทฯ มุ่งเน้นให้กิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจที่คืนคุณค่าแก่สังคมและชุมชน โดยได้คัดสรรร้านอาหารที่จัดหาอาหารกลางวันให้กับพนักงานจากร้านค้าท้องถิ่นในชุมชนโดยรอบบริษัทฯ เพื่อกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการรายย่อย ไม่ว่าจะเป็นชาวบ้านหรือร้านค้า SME ขนาดเล็ก โดยในแต่ละเดือน บริษัทฯ สนับสนุนร้านค้าในชุมชนมากกว่า 10 ร้านค้าต่อเดือนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการรายเล็กได้อย่างเป็นรูปธรรม

โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดสรรงบประมาณสำหรับค่าอาหารกลางวันให้แก่พนักงานเป็นจำนวนกว่า 6,698,000 บาท เพื่อสนับสนุนสวัสดิการและยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมสนับสนุนอาหารกลางวัน ทุนการศึกษา และ กิจกรรมภายในโรงเรียน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนด้านการศึกษาแก่ชุมชนโดยรอบ เนื่องจากเล็งเห็นว่าการศึกษเป็นรากฐานสำคัญในการประกอบอาชีพและเป็นปัจจัยพื้นฐานในการสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นให้การสนับสนุนสถานศึกษาอย่างต่อเนื่องผ่านหลากหลายกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการมอบทุนการศึกษาให้แก่เยาวชนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร การสนับสนุนอาหารกลางวันในโอกาสพิเศษ การมอบของรางวัลเพื่อใช้ในกิจกรรมของเด็กนักเรียน รวมถึงการให้เงินสนับสนุนเพื่อบำรุงและพัฒนาสถานศึกษา

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการร่วมกับโรงเรียนอานวยกนกศิริอนุสรณ์ โดยมีนักเรียนได้รับทุนการศึกษาและของรางวัลจากบริษัทฯ มากกว่า 600 คน ซึ่งรวมถึงการสนับสนุนชุดเครื่องเขียน หนังสือ อุปกรณ์การเรียน และของเล่นเสริมทักษะ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของเด็กนักเรียน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้การสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนโดยรอบ อาทิ การมอบของขวัญสำหรับกิจกรรมวันเด็กร่วมกับชุมชนต่าง ๆ เช่น ชุมชนมหาสิน ชุมชนเพิ่มทรัพย์ ชุมชนบางนา รวมถึงสถานีดารวจบางนาและสถานีดารวจอุดมสุข ซึ่งถือเป็นการช่วยเหลือและแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัวในชุมชนมากกว่า 780 ครอบครัวตลอดทั้งปี โดยมุ่งหวังให้เด็กและเยาวชนในพื้นที่ได้รับโอกาสที่ดีขึ้น พร้อมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ กับชุมชนอย่างยั่งยืน



ผลประโยชน์เชิงปริมาณที่คืนแก่สังคม

บริษัทฯ ได้ขยายโอกาสการจ้างงานผ่านร้านหน้าสาขาของบริษัทเป็นจำนวนกว่า **488 แห่งทั่วประเทศ** ซึ่งส่งผลให้เกิดมีการจ้างงานพนักงานในชุมชนมากกว่า **1,496 คน** ถือเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทั้งนี้ รายได้ที่กระจายคืนสู่ชุมชนสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

การจ้างงานพนักงานขาย/พนักงานสาขา ประจำปี 2567	
จำนวนสาขา (สาขา)	488
จำนวนการจ้างงาน (คน)	1,496
รายได้เฉลี่ย (บาท) / คน / ปี	210,600

GRI Content Index

GRI Standard	Disclosure	Location (Page No.)	Requirements Omitted	Reason	Explanation
GRI 2: General Disclosures 2021					
2-1	Organization details	Page 7	None	-	-
2-2	Entities included in the sustainability report	Page 4	None	-	-
2-3	Reporting period, frequency, and contact information	Page 4	None	-	-
2-27	Compliance with laws and regulations	Page 58	None	-	-
GRI 201: Economic Performance					
201-1	Direct economic value generated and distributed	Page 29	None	-	-
GRI 3: Material Topics 2021					
3-1	Process to determine material topics	Page 17	None	-	-
3-2	List of material topics	Page 21	None	-	-
3-3	Management approach for material topics	Page 22	None	-	-
GRI 301: Materials					
301-1	Materials used in operations	Page 44,48	None	-	-
301-2	Recycled input materials use	Page 48	None	-	-
GRI 302: Energy					
302-1	Energy consumption within the organization	Page 49	None	-	-
302-4	Reduction of energy consumption	Page 49	None	-	-
GRI 303: Water and Effluents					
303-1	Interactions with water as a shared resource	Page 46	None	-	-
303-3	Water withdrawal	Page 46	None	-	-
GRI 304: Biodiversity					

GRI Standard	Disclosure	Location (Page No.)	Requirements Omitted	Reason	Explanation
304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	Page 50	None	-	-
GRI 305: Emissions					
305-1	Direct greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 1)	Page 45	None	-	-
305-2	Indirect greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 2)	Page 45	None	-	-
305-5	Reduction of greenhouse gas (GHG) emissions	Page 45	None	-	-
GRI 306: Waste					
306-2	Management of significant waste-related impacts	Page 48	None	-	-
306-3	Waste generated	Page 48	None	-	-
GRI 401: Employment					
401-1	New employee hires and employee turnover	Page 55,60	None	-	-
GRI 403: Occupational Health & Safety					
403-1	Occupational health & safety management system	Page 56	None	-	-
403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Page 56-57	None	-	-
403-6	Promotion of worker health	Page 61			
403-9	Work-related injuries	Page 56	None	-	-
GRI 404: Training and Education					
404-1	Average hours of training per year per employee	Page 53	None	-	-
404-2	Programs for upgrading employee skills and	Page 52-54	None	-	-

GRI Standard	Disclosure	Location (Page No.)	Requirements Omitted	Reason	Explanation
	transition assistance programs				
GRI 406: Non-discrimination					
406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	Page 37	None	-	-
GRI 408: Child Labor					
408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	Page 58	None	-	-
GRI 413: Local Communities					
413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	Page 50	None	-	-
GRI 418: Customer Privacy					
418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	Page 38	None	-	-



AURORA 

ของวิญญูแห่งความสุขที่มีคุณค่า