

# รายงานความยั่งยืน

ประจำปี 2568

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)



## สารบัญ

	หน้า
สารจากประธานและคณะกรรมการบริษัท	01
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	02
นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน	03
วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร	04
ธุรกิจของเรา	05
รางวัลแห่งความสำเร็จ	06
ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Business Value Chain)	08
การวิเคราะห์และดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า	09
ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	10
การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	12
กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน	15
การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน	19
<b>สรุปผลการดำเนินงานปี 2568</b>	
ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ	23
นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน	24
จัดทำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจกับระบบบริหารความเสี่ยง	26
การพัฒนานวัตกรรม	28
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	34
การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	36
การจัดการพลังงาน	37
การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและการลดการใช้น้ำ	40
การจัดการของเสีย การส่งเสริมการรีไซเคิลและการใช้ซ้ำ	42
การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน	49
สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก	52
ความผูกพันของพนักงาน	59
รักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	61
ความช่วยเหลือทางสังคม	63
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	69
<b>GRI Content Index</b>	<b>72</b>

## สารจากประธานและคณะกรรมการบริษัท

ตลอดช่วงปีที่ผ่านมาธุรกิจค้าปลีกทองคำและอัญมณีเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านพฤติกรรมผู้บริโภคความผันผวนทางเศรษฐกิจ และการแข่งขันที่ทวีความเข้มข้นมากขึ้น บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรด้วยความรอบคอบและยึดหลักความรับผิดชอบต่อ โดยเดินหน้าส่งมอบสินค้าที่มีคุณค่า บริการที่โปร่งใส และประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าในทุกช่องทาง ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเติบโตของ บริษัทในระยะยาว ดังนั้น บริษัทฯ ได้กำหนดทิศทางด้านความยั่งยืนให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์หลักขององค์กร ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การนำทองคำกลับมาใช้ใหม่ การลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น และการส่งเสริมการใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ แนวทางเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยยกระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อความโปร่งใสของบริษัท



นายประสิทธิ์ ศรีรุ่งธรรม  
ประธานกรรมการบริษัท  
บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)

ในด้านสังคมนั้น บริษัทให้ความสำคัญกับการดูแลบุคลากรและการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และเอื้อต่อการเติบโตของพนักงานทุกคน เราได้พัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมฝึกอบรมด้านการทำงาน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และความรู้ด้านความยั่งยืน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีทักษะที่ทันสมัยและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมในหลายมิติ ทั้งการช่วยเหลือชุมชน การสนับสนุนการศึกษา และการสร้างโอกาสในการพึ่งพาตนเองให้แก่กลุ่มเปราะบาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นในการเติบโตร่วมกับสังคม

สำหรับด้านธรรมาภิบาล บริษัทฯ ยังคงยึดมั่นในหลักการบริหารจัดการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นไปตามกฎหมาย โดยมีการทบทวนและพัฒนานโยบายสำคัญอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการยกระดับระบบบริหารความเสี่ยงและระบบความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถรับมือกับความท้าทายทั้งด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ปีนี้เป็นก้าวสำคัญของบริษัทในการพัฒนานวัตกรรม โดยบริษัทได้ริเริ่มโครงการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดการใช้ทรัพยากร เช่น การพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อการลดใช้กระดาษ การใช้เทคโนโลยี AI เพื่อสนับสนุนงานหลังบ้าน การพัฒนาระบบหมุนเวียนน้ำในอาคารสำนักงาน และการทดลองใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิลร่วมกับลูกค้า โครงการเหล่านี้สะท้อนถึงความตั้งใจของบริษัทในการสร้างแนวทางใหม่ที่สมดุลทั้งความสะดวกของลูกค้า ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

สุดท้ายนี้ บริษัทฯ จะเดินหน้าพัฒนากลยุทธ์อย่างรอบด้าน ทั้งด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การบริหารทรัพยากร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง โดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เราเชื่อว่าการเติบโตของบริษัทจะต้องก้าวไปพร้อมกับความไว้วางใจของผู้บริโภค ความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทาน และการสนับสนุนจากชุมชนที่เราเป็นส่วนหนึ่ง ท้ายที่สุดนี้ ในนามของคณะกรรมการบริษัท ข้าพเจ้าขอขอบคุณพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้ถือหุ้นทุกท่านที่ร่วมเป็นแรงสนับสนุนและความไว้วางใจให้บริษัทดำเนินงานได้อย่างมั่นคง ความร่วมมือเหล่านี้เป็นพลังสำคัญที่ทำให้เราเดินหน้าพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืน พร้อมสร้างคุณค่าใหม่ให้สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องในปีต่อไป

## เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

รายงานความยั่งยืนประจำปีของบริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อสื่อสารแนวทางและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้รับทราบ เนื้อหาในรายงานครอบคลุมถึงกลยุทธ์กระบวนการจัดการ และผลการดำเนินงานในมิติที่สำคัญต่อธุรกิจ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ ทั้งนี้ เพื่อให้รายงานมีความน่าเชื่อถือและเป็นไปตามหลักสากล การจัดทำรายงานฉบับนี้จึงอ้างอิงตามมาตรฐานการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การประเมินของ FTSE Russell โดยข้อมูลทั้งหมดได้รับการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้อง ครบถ้วน และสมบูรณ์ตามมาตรฐานที่กำหนด

## ขอบเขตการรายงาน

รายงานความยั่งยืนประจำปีนี้ นำเสนอผลการดำเนินงานของบริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2568 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยครอบคลุมการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามหลักการ ESG (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล) ซึ่งรวมถึงนโยบายการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างคุณค่าทางสังคม และการบริหารงานด้วยความโปร่งใสและความรับผิดชอบ

## แบรนด์ที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทฯที่อยู่ในขอบเขตของรายงานในปี 2568

แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ	จำนวนสาขา
ออโรรา	229
แข่งเฮง	56
ออโรรา ไดมอนด์	20
ทองคำเงินไป	310
ของขวัญ by ออโรรา	14
<b>รวม</b>	<b>629</b>

## นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) กำหนดนโยบายนี้ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน เรามุ่งมั่นที่จะผนวกหลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental, Social, and Governance: ESG) เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์และกระบวนการทำงานในทุกมิติ เพื่อสร้างคุณค่าระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ

โดยนโยบายฉบับนี้ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งหมดของบริษัทและบริษัทในเครือ รวมถึงพนักงานทุกคนในทุกระดับชั้น ตลอดจนมีผลบังคับใช้ต่อเนื่องไปยังคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจเป็นไปตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่บริษัทกำหนดไว้

บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่

### (1) มิติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งเน้นการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งพลังงาน น้ำ และวัตถุดิบ พร้อมทั้งพัฒนาระบบการจัดการของเสียและมลพิษเพื่อลดผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว เราจะแสวงหาและนำเทคโนโลยีสะอาดเข้ามาประยุกต์ใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ไปจนถึงการจัดการขยะอย่างถูกวิธี

### (2) มิติด้านสังคม

บริษัทฯ ยึดมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติในทุกรูปแบบ เราให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผ่านการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ถูกสุขอนามัย และส่งเสริมให้พนักงานมีความพึงพอใจและผูกพันกับองค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคมรอบข้าง เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนร่วมกัน

### (3) มิติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณ กฎหมาย และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เรามีนโยบายที่ชัดเจนในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่โปร่งใสกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน

เพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ให้เกิดผลจริง บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายในการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและน้ำอย่างต่อเนื่อง การพัฒนากระบวนการคัดแยกและนำขยะกลับมาใช้ใหม่เพื่อลดปริมาณของเสียที่ต้องกำจัด และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมหลักของบริษัท โดยเฉพาะจากการขนส่ง ด้านสังคม เราตั้งเป้าที่จะรักษามาตรฐานอาชีพอนามัยและความปลอดภัยในระดับสูงสุด จัดให้มีโครงการพัฒนาบุคลากรที่ครอบคลุม และส่งเสริมให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ ในด้านการกำกับดูแล เรามุ่งเป้าสู่การปฏิบัติตามที่สอดคล้องกับกฎหมาย และข้อบังคับต่างๆ อย่างสมบูรณ์ 100% และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความโปร่งใสและจริยธรรมทางธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบสูงสุดในการกำกับดูแลและอนุมัตินโยบายด้านความยั่งยืนขององค์กร โดยได้มอบหมายให้ฝ่ายบริหารเป็นผู้ผลักดันนโยบายไปสู่การปฏิบัติ กำหนดเป้าหมาย และติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดตั้งคณะทำงานหรือผู้รับผิดชอบที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ในแต่ละมิติ และพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดไว้ในหน้าที่ของตน บริษัทฯ จะดำเนินการทบทวนและรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต่อคณะกรรมการและเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างโปร่งใสเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ กำลังมุ่งหน้าสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ

## วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร

### วิสัยทัศน์ขององค์กร

“ผู้นำในการส่งมอบของขวัญแห่งความสุขที่มีคุณค่า”

### พันธกิจขององค์กร

นำเสนอของขวัญที่มีค่าที่หลากหลาย ด้วยนวัตกรรมและบริการครบวงจร จากทีมงานที่มีหัวใจบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจและอบอุ่นใจตลอดการครอบครอง

### เป้าหมายขององค์กร

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้แบรนด์ AURORA และแบรนด์อื่นๆ ของบริษัทในเครือ ที่สามารถครองใจลูกค้า เพื่อเป็นผู้นำค่าปลีกของรูปพรรณเครื่องประดับเพชร และอัญมณี และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นแบบครบวงจร รวมทั้งเป็นผู้นำในธุรกิจขายฝากทองคำ โดยบริษัทฯ มีแผนการขยายสาขาร้านทองและกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยในปี 2568 ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ ขยายสาขาทั้งสิ้นเป็นจำนวน 629 สาขา และมียอดลูกหนี้ขายฝากคงเหลืออยู่ที่ 8,211 ล้านบาท

### กลยุทธ์การสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจ

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจค้าปลีกทองรูปพรรณ เครื่องประดับเพชร อัญมณี และของขวัญทองคำ มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านบริการครบวงจร (One Stop Service) โดยมีแผนกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ได้แก่ การใช้ทองคำรีไซเคิล เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการพัฒนามาตรฐานอาชีพอนามัย และความ ปลอดภัย ISO 45001:2018 เพื่อเสริมความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน บริษัทฯ ยังส่งเสริมการฝึกอบรมด้านความยั่งยืน ให้กับพนักงาน จัดทำแผนงาน Engagement ประจำปีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 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 และของขวัญที่ทำมาจากทองคำ โดยมีเครือข่ายสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกสบาย



- **ผลิตภัณฑ์โมเดิร์น โกลด์ (Modern Gold)** สินค้าทองรูปพรรณ 96.5% หรือเทียบเท่า 23K ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากสมาคมค้าทองคำแห่งประเทศไทยและสมาพันธ์ค้าทองคำโลก ด้วยส่วนประกอบเปอร์เซ็นต์ทองที่สูงทำให้ผลิตภัณฑ์ โมเดิร์นโกลด์มีความเงางามสีทองอร่ามพร้อมลวดลายให้เลือกมากมาย



- **ผลิตภัณฑ์ดีไซน์ โกลด์ (Design Gold)** เลี่ยมทอง สินค้าเสริมสิริมงคล ของขวัญและเครื่องประดับทองคำแท้ 75% ด้วยการออกแบบที่เน้นความประณีตวิจิตรบรรจง



- **ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเพชรแท้ (Diamond)** เครื่องประดับเพชร ที่คัดสรรเพชรแท้ธรรมชาติ จากแหล่งเจียรไนเพชรที่ดีที่สุดในโลก ตัวเรือนทำจากทองคำแท้ 75% รังสรรค์ขึ้นอย่างพิถีพิถัน ด้วยดีไซน์ที่มากกว่า 1,000 รูปแบบ ตอบโจทย์ความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้า ในราคาที่สามารถจับต้องได้

### 2. ธุรกิจขายฝากทองคำ



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

# รางวัลแห่งความสำเร็จ

## การกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2568



บริษัทฯ ได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ **"ดีเลิศ (Excellent)"** หรือ **5 ดาว** จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ประจำปี 2568 ซึ่งจัดทำโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ภายใต้การสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)

## ESG Rating ประจำปี 2568



บริษัทฯ ได้ยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานควบคู่กับการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติในระดับสากล โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับการประเมิน **ESG Rating ในระดับ AA** จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล พร้อมทั้งสร้างคุณค่าและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

## รางวัลที่ได้รับในปี 2568

### ➤ DOMESTIC AWARDS



บริษัทฯ ได้รับรางวัล **Thailand Social Awards ครั้งที่ 13** ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นผู้นำด้านการสื่อสารและการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ในธุรกิจทองคำและเครื่องประดับตอกย้ำศักยภาพในการเข้าถึงและสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นปัจจัยสนับสนุนความแข็งแกร่งของแบรนด์และความสามารถในการแข่งขัน



บริษัทฯ ได้รับรางวัล **VOLUME DRIVER OF THE YEAR 2025** จากผู้ให้บริการระบบชำระเงิน Pay Solutions ซึ่งสะท้อนถึงการเติบโตของปริมาณธุรกรรมและยอดขายที่แข็งแกร่ง ตลอดจนประสิทธิภาพในการบริหารช่องทางการชำระเงินที่สามารถรองรับการขยายตัวของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

➤ INTERNATIONAL AWARDS



บริษัทฯ ได้รับรางวัล **Fortune Southeast Asia 500** ประจำปี 2568 เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ถือเป็นเครื่องยืนยันถึงความมั่นคงความแข็งแกร่ง และศักยภาพการแข่งขันในระดับภูมิภาคอาเซียน



บริษัทฯ ได้รับรางวัลระดับโลก **WORLD BRANDING AWARDS** จาก **WORLD BRANDING FORUM** ประเทศอังกฤษ ตอกย้ำคุณภาพและบริการมาตรฐานระดับสากลสะท้อนถึงศักยภาพอันแข็งแกร่งของออร่า ด้านความเป็นผู้นำตลาดร้านค้าปลีกทองไทยในเวทีระดับโลกติดต่อกันเป็นปีที่ 9



บริษัทฯ ได้รับรางวัล **TOP Jewelry & Watch Brands of the World** จาก **Luxury Life Award (LLA)** ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของบริษัทฯ ในฐานะแบรนด์ทองคำ และเครื่องประดับสัญชาติไทยที่มีความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมทองคำไทยสู่ระดับสากลและสามารถตอบโจทย์ความต้องการด้าน Luxury Lifestyle ของกลุ่มลูกค้าระดับ Hi-end ได้อย่างครบวงจร



บริษัทฯ ได้รับรางวัลสุดยอดแบรนด์ (**Brand of the Year**) จากงาน **World Branding Awards "9 ปีซ้อน"** ในฐานะสุดยอดแบรนด์เครื่องประดับและอัญมณีแห่งปี

## ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ



## การสร้างคุณค่าทางธุรกิจ (Business Value Creation)



บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ โดยมุ่งสร้างสรรค์คุณค่าเชิงบวกที่ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการบริหารจัดการประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงและโอกาสอย่างมีกลยุทธ์ คือปัจจัยหลักที่นำไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งการจัดการที่มีประสิทธิภาพนี้ไม่เพียงแต่จะส่งเสริมศักยภาพการเติบโตของบริษัทให้ยั่งยืน แต่ยังสร้างความไว้วางใจให้แก่นักลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในระยะยาว

## ลักษณะการประกอบธุรกิจ (Business Activities)

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจค้าปลีกทองคำด้วยความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศด้านความยั่งยืนและความรอบคอบในทุกขั้นตอน กระบวนการของเราครอบคลุมตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบทองคำจากพันธมิตรโบรกเกอร์ที่ได้มาตรฐาน นำมาผ่านกระบวนการแปรรูปโดยช่างฝีมือผู้เชี่ยวชาญ และส่งมอบสู่เครือข่ายผู้ค้าส่งและซัพพลายเออร์ โดยทุกขั้นตอนมีการชำระเงินผ่านระบบที่โปร่งใสและเป็นธรรม จากนั้น บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าทองคำและเครื่องประดับสูงลูกค้าทั่วประเทศ ควบคู่ไปกับบริการรับซื้อคืนในอัตราพิเศษ ซึ่งบริการดังกล่าวไม่เพียงช่วยสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า แต่ยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนและรักษาสภาพคล่องทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพท่ามกลางความผันผวนของราคาทองคำในตลาดโลก

## การวิเคราะห์และดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง/ความต้องการ	การตอบสนองความคาดหวัง	ช่องทางการสื่อสาร
<b>ผู้ถือหุ้น</b> 	ความโปร่งใสของธุรกิจและผลตอบแทนจากการลงทุนที่สม่ำเสมอ	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาระบบควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยง อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี รายงานประจำปี เว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นต้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมผู้ถือหุ้น</li> <li>เว็บไซต์ของบริษัท</li> <li>รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน</li> </ul>
<b>ลูกค้า</b> 	การจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและเป็นธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมและมีจรรยาบรรณ ในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างโปร่งใส</li> <li>การพัฒนาทักษะและความสามารถของลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมลูกค้า</li> <li>เว็บไซต์ของบริษัท</li> <li>จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้า</li> </ul>
<b>ฝ่ายบริหาร</b> 	ผลการดำเนินงานที่ดีเยี่ยมและการรักษาความโปร่งใสในการบริหารจัดการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาระบบควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี รายงานประจำปี</li> <li>เว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นต้น</li> <li>ปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยการสร้างคุณค่าที่เป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่ายในระยะยาว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมผู้ถือหุ้น</li> <li>เว็บไซต์ของบริษัท</li> <li>รายงานประจำปี/รายงานความยั่งยืน</li> <li>การจัดกิจกรรมพบปะพูดคุยเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</li> </ul>
<b>พนักงาน</b> 	ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและความก้าวหน้าในอาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริหารค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม</li> <li>พัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมพนักงาน</li> <li>อีเมล/โซเชียลมีเดีย</li> </ul>
<b>ลูกค้า</b> 	สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง</li> <li>กำหนดราคาอย่างเหมาะสม</li> <li>พัฒนาบริการหลังการขายที่ตอบโจทย์ลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เว็บไซต์ของบริษัทฯ / อีเมล / โซเชียลมีเดีย</li> <li>ตัวแทนขาย (sales representative)</li> </ul>

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง/ความต้องการ	การตอบสนองความคาดหวัง	ช่องทางการสื่อสาร
<b>ผู้ส่งมอบ</b> 	สร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนด้วยการจัดหาวัสดุและทรัพยากรที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดและการมี ข้อตกลงที่เป็นธรรมและ โปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีข้อตกลงที่เป็นธรรม</li> <li>มีการตรวจสอบมาตรฐานการผลิตและการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมรายไตรมาสและการ ติดตามผลการดำเนินงานผ่านรายงานความก้าวหน้า</li> </ul>
<b>ชุมชน/สังคม</b> 	การป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และการ สนับสนุน กิจกรรมของชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ควบคุมและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม จากกระบวนการดำเนินธุรกิจ</li> <li>สนับสนุนกิจกรรมและมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน เช่น การฝึกอบรมให้ชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมสานเสวนากับชุมชนรอบ โรงงาน</li> <li>อีเมล/โซเชียลมีเดีย</li> <li>หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น</li> </ul>

## ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) กำหนดขั้นตอนการจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนไว้อย่างเป็นระบบ โดยมีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

### 1. การระบุประเด็นสำคัญ (Identification)

บริษัทฯ วิเคราะห์ รวบรวมปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร แนวโน้มประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับโลก รวมถึงการทบทวนประเด็นสำคัญจากกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อพิจารณาและคัดกรองประเด็นสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ โดยพิจารณาให้ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจค้าปลีกทองคำและอัญมณี ตั้งแต่ การจัดหาวัตถุดิบ การออกแบบและการผลิต การจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ ไปจนถึงการตลาดและการบริการหลังการขาย เพื่อให้มั่นใจว่าได้ประเด็นที่สำคัญและครอบคลุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งหมด

### 2. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

บริษัทฯ ทำการวิเคราะห์และระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อออกแบบกิจกรรมการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เช่น การสำรวจความคิดเห็น การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อรวบรวมมุมมอง ความคาดหวัง และข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นำมาใช้สะท้อนกับประเด็นสำคัญในปัจจุบันให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและลึกซึ้งที่สุด

### 3. การประเมินและจัดลำดับความสำคัญ (Prioritisation)

บริษัทฯ นำประเด็นสำคัญที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาประเมินและจัดลำดับความสำคัญตามแนวทางของมาตรฐานสากล GRI (Global Reporting Initiative) โดยพิจารณาจาก 2 มิติหลัก ได้แก่

#### 1. ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Importance to Stakeholders)

ประเมินจากระดับอิทธิพลที่ประเด็นนั้นๆ มีต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

#### 2. ความสำคัญต่อองค์กร (Importance to the Organization)

ประเมินจากนัยสำคัญของผลกระทบที่ประเด็นนั้นๆ มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ และการดำเนินงานของบริษัทฯ

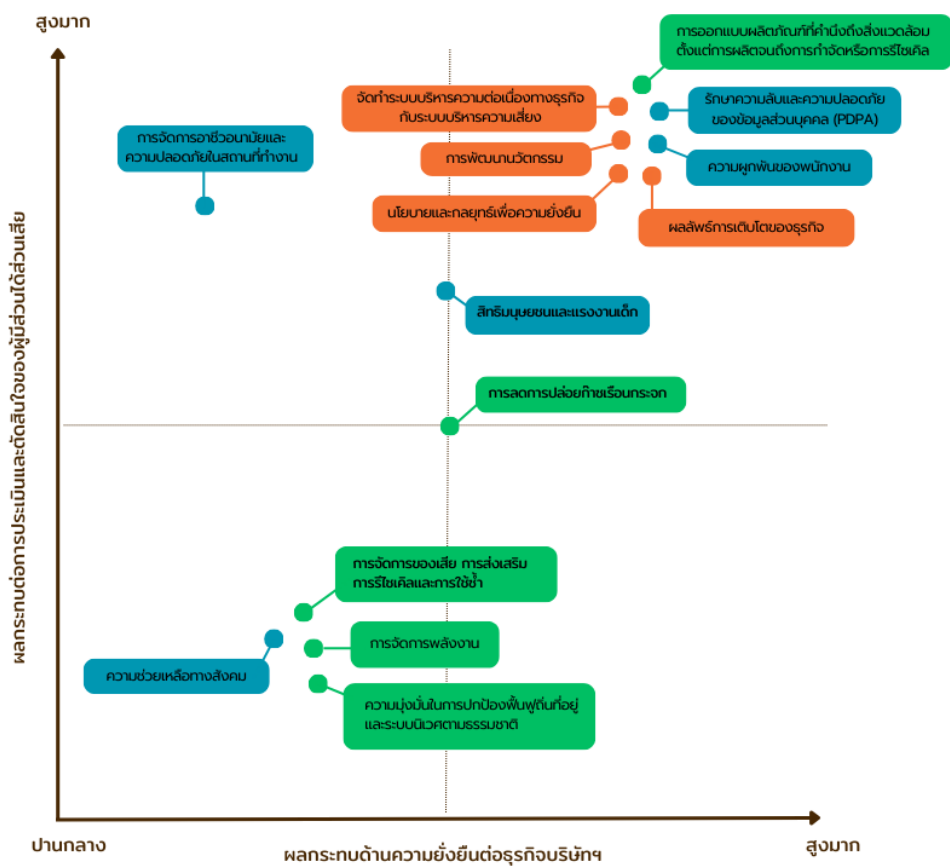
จากนั้นจะประเมินให้คะแนนในแต่ละมิติและนำมาจัดทำ ตารางประเมินประเด็นสำคัญ (Materiality Matrix) เพื่อคัดเลือกประเด็นที่มีความสำคัญสูงทั้งต่อผู้มีส่วนได้เสียและต่อองค์กร มาเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ สำหรับการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานประจำปีต่อไป

#### 4. การตรวจสอบความถูกต้อง (Validation)

คณะกรรมการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะนำเสนอผลลัพธ์ของกระบวนการประเมินและจัดลำดับความสำคัญต่อ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และ คณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบและอนุมัติประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน รวมถึงเป้าหมายที่กำหนด ก่อนนำไปดำเนินการและเตรียมเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีต่อไป

#### 5. การเปิดเผยข้อมูล (Disclosure)

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและประเด็นสำคัญที่ได้คัดเลือกผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและเข้าถึงง่าย เช่น รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Report) รายงานประจำปีแบบ 56-1 One Report และบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการทบทวนและปรับปรุงการดำเนินงานให้ครอบคลุมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในอนาคต



## การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน


ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน (Material topics)	มิติ	รายละเอียดโอกาสและความเสี่ยง (Risk and Opportunity)
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดจำหน่ายหรือการรีไซเคิล	E	การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมช่วยลดผลกระทบต่อธรรมชาติและมลพิษ ทำให้ธุรกิจได้รับความนิยมจากลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กรให้ปรับตัวเข้ากับกฎหมายใหม่ๆ ได้ และยังสามารถช่วยลดต้นทุนในระยะยาว รวมถึงสร้างความมั่นคงในซัพพลายเชนได้อีกด้วย
การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	E	การจัดการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกช่วยลดค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานและวัสดุอย่างมีประสิทธิภาพ และยังช่วยประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ยังเพิ่มความน่าเชื่อถือในสายตาลูกค้า สร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ และทำให้บริษัทเป็นผู้นำด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
การจัดการพลังงาน	E	การจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในธุรกิจช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่น ค่าไฟฟ้า และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่ดี ดึงดูดลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจดึงดูดลูกค้าให้ใช้เวลาอยู่ในร้านนานขึ้น และยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและการลดการใช้น้ำ	E	การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการป้องกันการสูญเสียทรัพยากรน้ำ และยังช่วยเพิ่มความยั่งยืนของธุรกิจให้สามารถปรับตัวตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือในสายตาลูกค้า ซึ่งสามารถนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้
การจัดการของเสีย การส่งเสริมการรีไซเคิลและการใช้ซ้ำ	E	การใช้ซ้ำและการรีไซเคิลวัสดุช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ เพราะวัสดุรีไซเคิลมักจะมีราคาถูกกว่าวัสดุใหม่ อีกทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจในสายตาลูกค้า และลดปริมาณขยะเพื่อลดมลพิษ รวมถึงลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการขาดแคลนทรัพยากรและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมได้

















ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน (Material topics)	มิติ	รายละเอียดโอกาสและความเสี่ยง (Risk and Opportunity)
การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ในสถานที่ทำงาน	S	ระบบการจัดการสุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงานมีประโยชน์หลายประการ ทั้งช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดอุบัติเหตุและการบาดเจ็บ เพิ่มความมั่นใจและความพึงพอใจของพนักงาน ปรับปรุงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร นอกจากนี้ยังช่วยลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ และค่าเสียหาย รวมถึงช่วยให้ธุรกิจสามารถปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับได้อย่างเหมาะสม และส่งเสริมการสื่อสารและความร่วมมือที่ดีในทีม
สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก	S	การที่ธุรกิจให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนและการไม่ใช้แรงงานเด็กสามารถช่วยปรับปรุงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจมากขึ้น นอกจากนี้ยังเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ลดความเสี่ยงทางกฎหมายและภาพลักษณ์ที่ไม่ดี สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและพนักงาน และยังช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและเข้าถึงตลาดใหม่ๆ ได้อีกด้วย
ความผูกพันของพนักงาน	S	การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ดีหลายด้าน โดยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดอัตราการลาออก และสร้างความพึงพอใจให้พนักงานมากขึ้น นอกจากนี้ยังกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมและการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี และปรับปรุงภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่น่าเชื่อถือในสายตาสาธารณะและตลาด
รักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	S	การปฏิบัติตามกฎหมาย PDPA และการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลอย่างปลอดภัยช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงทางกฎหมายจากการถูกปรับหรือดำเนินคดี และเพิ่มความพึงพอใจและความไว้วางใจให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ยังช่วยป้องกันการสูญเสยข้อมูลและการโจรกรรมข้อมูล ซึ่งอาจสร้างความเสียหายให้กับธุรกิจและลูกค้าได้
ความช่วยเหลือทางสังคม	S	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคมช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ดึงดูดลูกค้าที่มีความภักดีและเพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน นอกจากนี้ยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน เปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ และลดความเสี่ยงทางธุรกิจ รวมถึงยังเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรอีกด้วย

ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน (Material topics)	มิติ	รายละเอียดโอกาสและความเสี่ยง (Risk and Opportunity)
ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ	G	ผลลัพธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรในการขยายตัวและพัฒนาตลอดช่วงเวลา ทั้งในด้านการเงิน เช่น รายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้น หรือมูลค่าธุรกิจที่สูงขึ้น และด้านไม่ใช่การเงิน เช่น ส่วนแบ่งตลาดที่ขยายใหญ่ขึ้น จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การเปิดสาขาใหม่ หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรม ซึ่งทั้งหมดนี้แสดงถึงความก้าวหน้าความสามารถในการแข่งขัน และศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน	G	การนำกลยุทธ์ความยั่งยืนมาใช้ในธุรกิจช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ ทำให้สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมได้ นอกจากนี้ยังช่วยลดต้นทุนในระยะยาวจากการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน ปรับปรุงการจัดการความเสี่ยง และสนับสนุนการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
จัดทำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ กับระบบบริหารความเสี่ยง	G	การมีระบบบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องของธุรกิจช่วยลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้แม้เกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและคู่ค้า และช่วยรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ นอกจากนี้ยังช่วยให้ธุรกิจปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปรับปรุงการตัดสินใจของผู้บริหาร และเพิ่มความสามารถในการดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ
การพัฒนานวัตกรรม	G	การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ช่วยสร้างความแตกต่างในตลาดและเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า ทำให้ดึงดูดความสนใจจากลูกค้าและสามารถขยายตลาดใหม่ๆ ได้ นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มยอดขายและรายได้ และยังเป็นการสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจด้วยการใช้วัสดุหรือกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม













## กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

บริษัทได้ดำเนินการ วิเคราะห์ประเด็นสาระสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Assessment) โดยพิจารณาจาก ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) รวมถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรม ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และทิศทางการกำกับดูแลในระดับสากลและภายในประเทศ การวิเคราะห์ดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถระบุ **ความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ** ได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งกำหนด เป้าหมายเชิงกลยุทธ์และแนวทางการบริหารจัดการที่ตอบสนองต่อประเด็นสำคัญเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม ดังต่อไปนี้

ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ขอบเขตผลกระทบ		เป้าหมาย	กลยุทธ์	SDGs
	ประเภท	ผู้มีส่วนได้เสีย			
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การผลิตจนถึงการกำจัดหรือการรีไซเคิล	ผลกระทบด้านบวก (+)	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ ผู้บริหาร</li> <li>→ ลูกค้า</li> <li>→ ผู้ส่งมอบ</li> </ul>	<p><b>ระยะสั้น:</b> การรีไซเคิลทองคำเป็นร้อยละ 35 ในการผลิตเครื่องประดับ</p> <p><b>ระยะยาว:</b> การรีไซเคิลทองคำเป็นร้อยละ 70 ในการผลิตเครื่องประดับภายในปี 2050</p>	การรีไซเคิลทองคำและการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่สามารถรีไซเคิล	   
การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ผลกระทบด้านบวก (+)	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ ผู้บริหาร</li> <li>→ พนักงาน</li> <li>→ ผู้ส่งมอบ</li> <li>→ ชุมชน/สังคม</li> </ul>	<p><b>ระยะสั้น:</b> ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อจำนวนสาขาให้ได้ 2% (ในปี 2568 เริ่มเก็บข้อมูลให้ครบทุกสาขาและเริ่มปีฐานใหม่)</p> <p><b>ระยะยาว:</b> Net Zero ในปี 2065</p>	เพิ่มการติดตั้งโซลาร์เซลล์และเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูล CFOs ทั้ง 3 Scope เพื่อเป็น baseline วางแผนการลดก๊าซเรือนกระจก	    
การจัดการพลังงาน	ผลกระทบด้านบวก (+)	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ ผู้บริหาร</li> <li>→ พนักงาน</li> </ul>	<p><b>ระยะสั้น:</b> การใช้พลังงานไฟฟ้าสำนักงานใหญ่ลดลง 5% ภายในปี 2025 (Energy Intensity)</p> <p><b>ระยะยาว:</b> พลังงานลง 30%ภายในปี 2030</p>	รณรงค์ลดการใช้พลังงานในองค์กร	   

ประเด็นสำคัญด้าน ความยั่งยืน	ขอบเขตผลกระทบ		เป้าหมาย	กลยุทธ์	SDGs
	ประเภท	ผู้มีส่วนได้เสีย			
การจัดการการใช้น้ำ อย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการใช้น้ำ	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → พนักงาน	<b>ระยะสั้น:</b> ลดลง 1% ภายในปี 2025 (หน่วยต่อ พนักงานของสำนักงาน ใหญ่) <b>ระยะยาว:</b> ลดลง 5% (หน่วยต่อพนักงานของ สำนักงานใหญ่) ภายในปี 2025	จัดทำโครงการการ ใช้น้ำหมุนเวียน	    
การจัดการของเสีย การส่งเสริมการ รีไซเคิลและการใช้ซ้ำ	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → พนักงาน → ผู้ส่งมอบ	<b>ระยะสั้น:</b> ภายในปี 2025 - การใช้บรรจุภัณฑ์คาร์ด ทองที่รีไซเคิลได้ 70% ของบรรจุภัณฑ์คาร์ด ทองทั้งหมดได้ - ลดการใช้พลาสติกแบบ ใช้ครั้งเดียวทิ้ง 90% - อัตราการนำขยะกลับไป รีไซเคิล (Waste Recycle Rate) 10% <b>ระยะยาว:</b> ใช้บรรจุภัณฑ์ที่รี ไซเคิลได้ 100% ภายใน 2030	โครงการใช้บรรจุ ภัณฑ์จากวัสดุที่ สามารถรีไซเคิล ลด การใช้ชิ้นส่วน พลาสติก และการ คัดแยกขยะเพื่อ นำไปกำจัดให้ถูกวิธี	   
การจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัย ในสถานที่ทำงาน	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → พนักงาน	<b>ระยะสั้น:</b> ความพึงพอใจ ของพนักงานในด้านความ ปลอดภัยและสุขภาพ 70% ภายในปี 2025 <b>ระยะยาว:</b> ความพึงพอใจ ของพนักงานในด้านความ ปลอดภัยและสุขภาพ 80% ภายในปี 2030	จัดทำคู่มือการ ปฏิบัติงานสำหรับ งานที่มีความเสี่ยง สูง เพื่อลดความ เสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใน การทำงาน (รถยอต)	   
สิทธิมนุษยชนและ แรงงานเด็ก	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → พนักงาน → ผู้ส่งมอบ → ชุมชน / สังคม	<b>ระยะสั้น:</b> ข้อร้องเรียน ด้านสิทธิมนุษยชนเป็น 0 <b>ระยะยาว:</b> ข้อร้องเรียน ด้านสิทธิมนุษยชนเป็น 0	ปฏิบัติตามคู่มือ Human Rights Due Diligence (HRDD)	   

ประเด็นสำคัญด้าน ความยั่งยืน	ขอบเขตผลกระทบ		เป้าหมาย	กลยุทธ์	SDGs
	ประเภท	ผู้มีส่วนได้เสีย			
ความผูกพันของ พนักงาน	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → พนักงาน	<b>ระยะสั้น:</b> อัตราการมีส่วนร่วมของพนักงานร้อยละ 80% ภายในปี 2025 <b>ระยะยาว:</b> อัตราการมีส่วนร่วมของพนักงานร้อยละ 90% ภายในปี 2030	จัดทำแผนงาน Engagement ประจำปี	   
รักษาความลับและ ความปลอดภัยของ ข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	ผลกระทบ ด้านลบ (-)	→ ผู้บริหาร → ลูกค้า → พนักงาน	<b>ระยะสั้น:</b> เหตุการณ์ด้านความปลอดภัยของข้อมูล เป็น 0 <b>ระยะยาว:</b> เหตุการณ์ด้านความปลอดภัยของข้อมูล เป็น 0	ซ่อมเสมือนจริงของ BCP (IT) เพื่อเตรียม ความพร้อมการรับมือ อุบัติการณ์ด้าน การรักษาความลับ และความปลอดภัย ของข้อมูลส่วนบุคคล	   
ความช่วยเหลือทาง สังคม	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → ชุมชน/ สังคม	<b>ระยะสั้น:</b> สนับสนุน โครงการริเริ่มด้านสังคม 5 โครงการ <b>ระยะยาว:</b> สนับสนุน โครงการริเริ่มด้านสังคม 10 โครงการภายในปี 2030	โครงการจ้างงาน คนพิการ สนับสนุน รายได้ ชุมชน สนับสนุนทุนการ ศึกษาผู้ด้อยโอกาส การจ้างงานในชุมชน บริการชุมชนบริจาค คอมพิวเตอร์ให้กับ โรงเรียน	   
ผลลัพธ์การเติบโต ของธุรกิจ	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → ลูกค้า → ผู้ส่งมอบ	<b>ระยะสั้น:</b> กำไรเพิ่มขึ้น 16.5% ภายในปี 2025 <b>ระยะยาว:</b> กำไรเพิ่มขึ้น 20% ภายในปี 2030	การขยายสาขาทุก BU	   

ประเด็นสำคัญด้าน ความยั่งยืน	ขอบเขตผลกระทบ		เป้าหมาย	กลยุทธ์	SDGs
	ประเภท	ผู้มีส่วนได้เสีย			
นโยบายและกลยุทธ์ เพื่อความยั่งยืน	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → พนักงาน → ผู้ส่งมอบ → ชุมชน/ สังคม	<b>ระยะสั้น:</b> ผลการประเมิน โครงการสำรวจการ กำกับดูแลกิจการที่ดีของ บริษัทจดทะเบียนไทยไม่ ต่ำกว่าร้อยละ 90, จำนวนข้อร้องเรียนจากผู้ ถือหุ้น และจากผู้มีส่วนได้ เสียทุกกลุ่ม 0 กรณี  <b>ระยะยาว:</b> FTSE Russel Rating top-level 2030	มีการศึกษาแนวทาง และนโยบายใหม่ๆ เพื่อนำมาปฏิบัติ	   
จัดทำระบบบริหาร ความต่อเนื่องทาง ธุรกิจกับระบบ บริหารความเสี่ยง	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → ลูกค้า	<b>ระยะสั้น:</b> สามารถระบุ ความเสี่ยงด้าน ESG ได้ ภายในปี 2025  <b>ระยะยาว:</b> สามารถนำ ESG Risks เข้าไปใน ERM ของบริษัทฯ	ระบุ ESG Risk เพื่อ ทำแผน ERM และ แผน BCP ใน อนาคต	   
การพัฒนานวัตกรรม	ผลกระทบ ด้านบวก (+)	→ ผู้บริหาร → พนักงาน → ลูกค้า	<b>ระยะสั้น:</b> การพัฒนาและ สร้างนวัตกรรมภายใน องค์กรไม่น้อยกว่า 3 ผลงานต่อปี  <b>ระยะยาว:</b> การพัฒนา และสร้างนวัตกรรม ภายในองค์กรไม่น้อยกว่า 3 ผลงานต่อปี (2030)	เพิ่มโครงการ Paperless การใช้ นำหมุนเวียน โครงการ inventory system การใช้ AI ช่วยในการทำงาน และการใช้บรรจุ ภัณฑ์จากวัสดุที่ สามารถรีไซเคิล (ถุงบรรจุภัณฑ์)	   

บริษัทตระหนักถึงความยั่งยืนขององค์กรไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลประกอบการทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อ **สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG)** เพื่อสร้างสมดุลในการเติบโตและคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดกรอบการดำเนินงานด้าน ESG อย่างเป็นระบบ โดยบูรณาการเข้าไปในทุกมิติของธุรกิจ ตั้งแต่การพัฒนานวัตกรรมที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการมีส่วนร่วมของสังคม ตลอดจนการยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการให้โปร่งใสและตรวจสอบได้

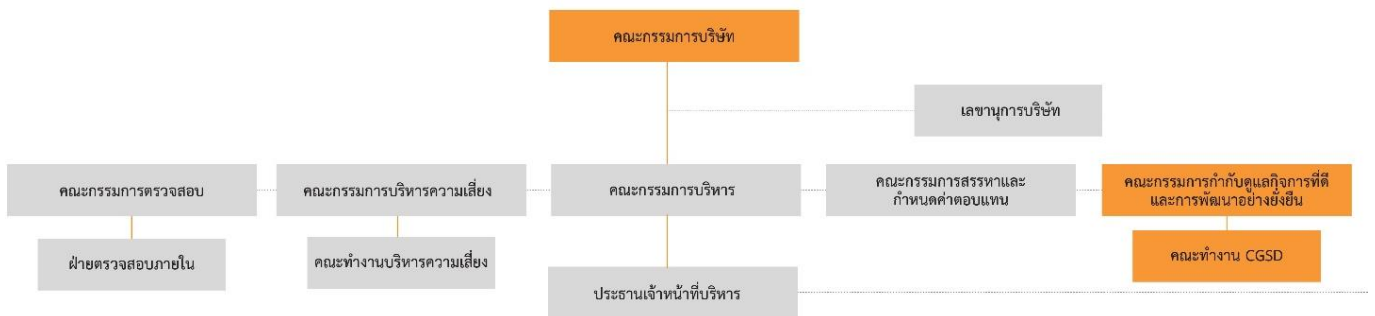
การดำเนินงานเหล่านี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการสร้างอนาคตที่มั่นคงและยั่งยืน ไม่เพียงเพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างแข็งแกร่งในระยะยาว แต่ยังเพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

## การกำกับดูแลด้านความยั่งยืน (Sustainability Governance)

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบาย ทิศทาง และเป้าหมายการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร แนวปฏิบัติสากล และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยบริษัทฯ ได้จัดตั้งโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนที่ชัดเจน ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงและหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่กำหนดกรอบนโยบาย ขับเคลื่อน และกำกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในทุกมิติขององค์กร

หน่วยงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน ติดตาม และรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผน ESG อย่างต่อเนื่อง พร้อมให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์แก่ฝ่ายบริหารในการกำหนดโครงการ เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาว และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนเพื่อให้การดำเนินงานด้าน ESG เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร โดยครอบคลุมบทบาทและความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ดังนี้



- **คณะกรรมการบริษัท:** ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและทิศทางด้านความยั่งยืนขององค์กร อนุมัติกรอบกลยุทธ์ และกำกับการติดตามผลการดำเนินงานด้าน ESG ในภาพรวมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด
- **คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการพัฒนาอย่างยั่งยืน:** ทำหน้าที่กำกับดูแลและกลั่นกรองนโยบาย กลยุทธ์ และเป้าหมายด้านความยั่งยืน ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวทางที่กำหนด
- **คณะทำงานกำกับดูแลกิจการที่ดีและการพัฒนาอย่างยั่งยืน:** อีกทั้ง รับผิดชอบในการขับเคลื่อนและนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ กำหนดแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร รวมถึงบูรณาการประเด็น ESG เข้าสู่กระบวนการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการในระดับปฏิบัติการในทุกมิติ

บริษัทฯ มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้าน ESG อย่างสม่ำเสมอ โดยจัดให้มีการรายงานความคืบหน้าตามลำดับขั้นต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการทบทวน ปรับปรุง และพัฒนากลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทอุตสาหกรรมและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โครงสร้างการกำกับดูแลดังกล่าวช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการความยั่งยืนได้อย่างครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และธรรมาภิบาล พร้อมยกระดับองค์กรให้มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย

# มิติธรรมาภิบาลและเศรษฐกิจ

## GOVERNANCE AND ECONOMIC DIMENSION



ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ



นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน



จัดทำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ  
กับระบบบริหารความเสี่ยง



การพัฒนานวัตกรรม

## สรุปผลการดำเนินงาน

### องค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท



### กรรมการอิสระในคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด

#### ปี 2566

- AC 3 ท่าน
- NRC 2 ท่าน
- RMC 1 ท่าน

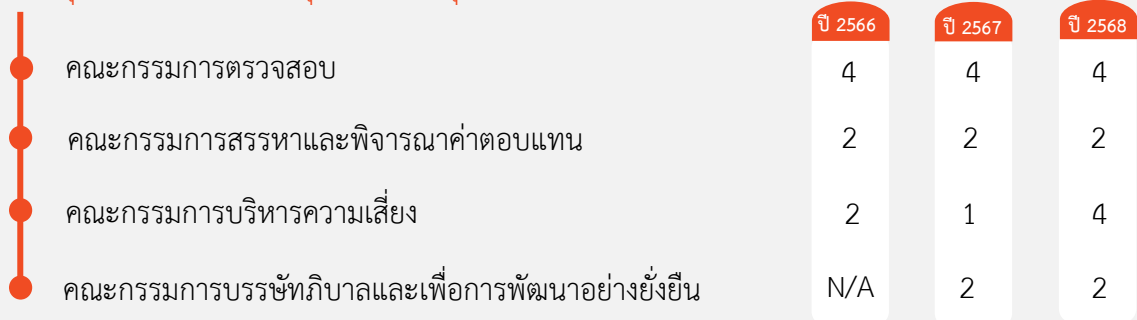
#### ปี 2567

- AC 3 ท่าน
- NRC 2 ท่าน
- RMC 1 ท่าน
- CGSD 1 ท่าน

#### ปี 2568

- AC 3 ท่าน
- NRC 2 ท่าน
- RMC 1 ท่าน
- CGSD 1 ท่าน

### การประชุมของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด



หมายเหตุ คณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee : AC)

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (Nomination and Remuneration Committee: NRC)

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee : RMC)

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Corporate Governance and Sustainability Development : CGSD)

### การประชุมของคณะกรรมการบริษัท

ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
7 ครั้ง	7 ครั้ง	7 ครั้ง

### ค่าตอบแทนรวมของผู้บริหารระดับสูง

ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
25.5 ลบ.	28.6 ลบ.	33.6 ลบ.

### จำนวนปีการดำรงตำแหน่งของกรรมการรายบุคคลและจำนวนค่าตอบแทนของกรรมการรายบุคคล

รายชื่อ		ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
นายประสิทธิ์ ศรีรุ่งธรรม	ปี	1	2	3
	บาท	1,360,000	1,560,000	2,300,000
นางวิมลศรี ศรีรุ่งธรรม	ปี	1	2	3
	บาท	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
นายคณิต แพทย์สมาน	ปี	1	2	3
	บาท	544,000	608,000	752,000
นายชินินทร์ อรรถนันท์	ปี	1	2	3
	บาท	468,000	576,000	768,000
นายบุญชัย ปริติวิชกานต์	ปี	1		
	บาท	468,000	ลาออก	ลาออก
นายสุวินัย วัฒนากร	ปี	N/A	1	2
	บาท	N/A	372,000	624,000
นายอนิวรรต ศรีรุ่งธรรม	ปี	1	2	3
	บาท	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
นายสุภสิทธิ์ รักกสิกร	ปี	1	2	3
	บาท	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี



## ผลลัพธ์การเติบโตของธุรกิจ



บริษัทมุ่งมั่นขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยกำหนดกลยุทธ์หลักคือการ **ขยายสาขาในทุก Business Unit (BU)** เพื่อเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันและเข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น การขยายเครือข่ายธุรกิจดังกล่าวไม่เพียงช่วยเพิ่มรายได้และเสริมความแข็งแกร่งทางการตลาด แต่ยังสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ ตลอดจนยกระดับคุณภาพการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการเติบโตอย่างมั่นคง สร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เพื่อเสริมสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทได้วางกลยุทธ์การขยายสาขาในทุก Business Unit (BU) ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพการให้บริการ โดยมีแผนการดำเนินงานสำคัญ ได้แก่ การ **ขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง** เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขวางยิ่งขึ้น การ **ปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นและระดับการบริการ** ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างความพึงพอใจสูงสุด การ **เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบสินค้า** เพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายและเพิ่มโอกาสในการขาย และการ **พัฒนาแอปพลิเคชัน** ที่ใช้งานง่าย สะดวก และทันสมัย เพื่อสนับสนุนการทำธุรกรรมของลูกค้าอย่างคล่องตัว แผนดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการเติบโตเชิงคุณภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

## ผลการดำเนินงาน

บริษัทสามารถขยายการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปีรายงานได้มีการ **ขยายสาขาเพิ่มขึ้นจำนวน 141 สาขา** ส่งผลให้บริษัทมีสาขารวมทั้งสิ้น **629 สาขา** ครอบคลุมทั้งธุรกิจ **ซื้อ-ขายทองคำ** และธุรกิจ **ทองมาเงินไป (ร้านขายฝากทอง)** การขยายสาขาดังกล่าวสะท้อนถึงความแข็งแกร่งของรูปแบบธุรกิจ ความเชื่อมั่นของลูกค้า และศักยภาพในการเติบโตของบริษัท

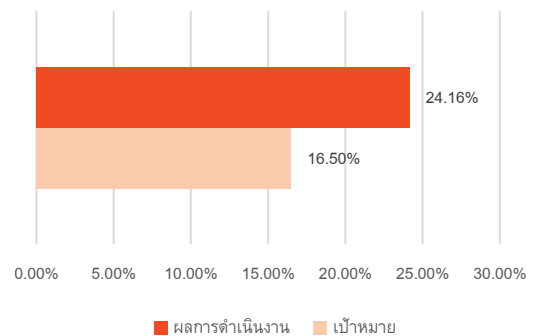
### ร้อยละการเติบโตของกำไรสุทธิ



เป้าหมาย **>16.5%**



ผลการดำเนินงาน **28.7%**





## นโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่สร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การดูแลสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคมอย่างมีคุณค่า บริษัทจึงมุ่งมั่น **ศึกษาแนวทางและนโยบายใหม่ ๆ** ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อคัดเลือกและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจขององค์กร แนวทางดังกล่าวไม่เพียงช่วยยกระดับการบริหารจัดการให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ แต่ยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน อันเป็นรากฐานของการเติบโตที่มั่นคงในระยะยาวเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทได้จัดทำแผนการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

### 1. ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย

ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ พร้อมปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ มาตรฐาน ข้อกำหนด และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

### 2. เผยแพร่และสร้างความตระหนักรู้

สื่อสารและเผยแพร่นโยบายไปยังผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงจัดกิจกรรมสร้างความเข้าใจให้แก่กรรมการผู้บริหาร และพนักงาน เพื่อปฏิบัติตามอย่างถูกต้อง

### 3. กำกับและติดตามการปฏิบัติ

ดูแลให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง พร้อมตรวจสอบความครบถ้วนผ่าน CGR Checklist

### 4. การจัดการเรื่องร้องเรียน

เผยแพร่ช่องทางการร้องเรียนให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายรับทราบ ตรวจสอบเรื่องร้องเรียนอย่างสม่ำเสมอ และรายงานต่อผู้บริหารและกรรมการหากพบประเด็นสำคัญ พร้อมสรุปจำนวนและลักษณะข้อร้องเรียนเพื่อนำไปวิเคราะห์และกำหนดแนวทางการปรับปรุงสำหรับปีถัดไป

## ผลการดำเนินงานปี 2568



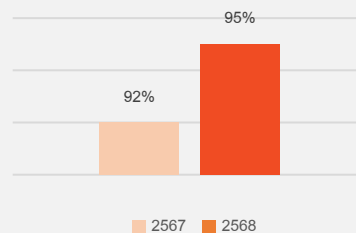
เป้าหมายคะแนนการประเมิน CGR

>90%



ผลการดำเนินงานคะแนนการประเมิน

CGR 95%



จำนวนข้อร้องเรียนจากผู้ถือหุ้น และจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม



เป้าหมาย 0 กรณี



ข้อร้องเรียน 0 กรณี

ในปี 2568 บริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นในการยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการ โดยสามารถทำคะแนนการประเมินโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) ได้สูงถึง ร้อยละ 95 ซึ่งไม่เพียงแต่สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 90 แต่ยังเป็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากผลการประเมินร้อยละ 92 ในปี 2567 ความสำเร็จเชิงตัวเลขนี้เป็นผลโดยตรงจากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นความโปร่งใสและการบริหารจัดการที่เป็นระบบอย่างจริงจัง

เบื้องหลังความสำเร็จดังกล่าวเกิดจากการขับเคลื่อนแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพตลอดทั้งปี บริษัทฯ ได้ทำการทบทวนและปรับปรุงนโยบายรวมถึงแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและข้อกำหนดทางกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้าใจและระเบียบวินัยภายในองค์กร ผ่านกิจกรรมการ

สื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำเครื่องมือ CGR Checklist มาใช้ในการกำกับและติดตามการปฏิบัติงานอย่างเข้มงวด เพื่อให้มั่นใจว่าแนวทางการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องและครบถ้วนตามเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการที่ดี

อีกหนึ่งตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงความเชื่อมั่นของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียคือการที่บริษัทฯ **ไม่มีกรณีข้อร้องเรียนใดๆ ตลอดปีที่ผ่านมา (0 กรณี)** ซึ่งถือเป็นการรักษามาตรฐานความไว้วางใจมาได้อย่างต่อเนื่องจากปี 2567 ผลลัพธ์นี้เป็นเครื่องยืนยันถึงประสิทธิภาพของช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่โปร่งใสและการบริหารจัดการประเด็นต่างๆ อย่างเป็นธรรม ซึ่งบริษัทฯ ถือเป็นรากฐานสำคัญในการลดความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์และเสริมสร้างศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจให้มั่นคงในระยะยาว

### ดัชนีชี้วัดความสำเร็จนโยบายและกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน

ผลการดำเนินงานย้อนหลัง 3 ปี ดังนี้

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
การประเมินโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR)	%	N/A	92	95
จำนวนข้อร้องเรียนจากผู้ถือหุ้น และจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	จำนวนกรณี	0	0	0



## จัดทำระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจกับ ระบบบริหารความเสี่ยง



บริษัทตระหนักว่าความยั่งยืนของธุรกิจไม่เพียงขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานในปัจจุบัน แต่ยังสามารถรับมือกับความเสียหายและความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบ การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ควบคู่ไปกับ ระบบบริหารความเสี่ยงองค์กร (ERM) เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและความยืดหยุ่นของการดำเนินงาน กลยุทธ์สำคัญคือการ **ระบุความเสี่ยงด้าน ESG ภายในปี 2025** เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นพื้นฐานในการจัดทำแผน ERM และ BCP ที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การดำเนินงานนี้ไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ แต่ยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน

### การดำเนินงานปี 2568

เป้าหมาย



มีการระบุความเสี่ยงด้าน ESG



ความเสี่ยงจากปี 2568 มี ดังนี้

- การบริหารบุคลากร (Talent Management)
- ความปลอดภัยพนักงานและทรัพย์สิน (Safety & Security)
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA - Governance)
- การป้องกันการฟอกเงิน (AML - Governance)

เพื่อเสริมสร้างความพร้อมขององค์กรในการรับมือกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล บริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินงานดังนี้

- 1. การพิจารณาความเสี่ยงขององค์กรและ ESG Risk**  
วิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งในมิติธุรกิจและ ESG เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม
- 2. การรายงานและกำหนดผู้รับผิดชอบ**  
สื่อสารประเด็นความเสี่ยงต่อผู้เกี่ยวข้อง พร้อมกำหนดแนวทางการแก้ไขและมอบหมายผู้รับผิดชอบในแต่ละประเด็น เพื่อให้การจัดการความเสี่ยงมีความชัดเจนและตรวจสอบได้
- 3. การติดตามและประเมินผล**  
ติดตามการดำเนินงานตามแนวทางการจัดการความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อประเมินว่ามาตรการที่ใช้สามารถป้องกันหรือลดความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ตระหนักว่าความยั่งยืนของธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงผลการดำเนินงานในปัจจุบัน แต่ยังคงต้องสามารถรับมือกับความเสี่ยงและความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจควบคู่ไปกับระบบบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและความยืดหยุ่นของการดำเนินงาน โดยมีกลยุทธ์สำคัญคือการระบุความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล หรือ ESG เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นพื้นฐานในการจัดทำแผนการบริหารจัดการที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การดำเนินงานส่วนนี้ไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ แต่ยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนอย่างแท้จริง

ในปี 2568 บริษัทฯ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้โดยสามารถระบุความเสี่ยงด้าน ESG ได้อย่างชัดเจน ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งในมิติธุรกิจและมิติความยั่งยืน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการรายงานและกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละประเด็นความเสี่ยง เพื่อให้การจัดการมีความชัดเจนและสามารถตรวจสอบได้ ควบคู่ไปกับการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรการป้องกันที่นำมาใช้มีประสิทธิภาพในการลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจ

ผลลัพธ์จากการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า บริษัทฯ สามารถรักษามาตรฐานในการระบุปัจจัยความเสี่ยงและโอกาสจากประเด็นด้านความยั่งยืน รวมถึงปัจจัยความเสี่ยงใหม่ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคตอันใกล้ได้อย่างครบถ้วนต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา การระบุความเสี่ยงที่ครอบคลุมนี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถเตรียมความพร้อมและสร้างความยืดหยุ่นในการรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างทันท่วงที ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่สนับสนุนให้การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของบริษัทฯ มีประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
มีการระบุความเสี่ยงด้าน ESG	มี/ไม่มี	N/A	มี	มี
ปัจจัยความเสี่ยงและโอกาสจากประเด็นด้านความยั่งยืน (ESG risks)	(มี/ไม่มี)	ไม่มี	มี	มี
ปัจจัยความเสี่ยงใหม่ (emerging risks) ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคตอันใกล้	(มี/ไม่มี)	ไม่มี	มี	มี



## การพัฒนานวัตกรรม



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมในฐานะกลไกสำคัญที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ควบคู่ไปกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับสังคม บริษัทจึงได้กำหนดกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่ครอบคลุมหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็น โครงการ Paperless เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและปรับสู่การทำงานเชิงดิจิทัล โครงการการใช้น้ำหมุนเวียน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการน้ำ โครงการการใช้ AI ในการทำงาน เพื่อเสริมศักยภาพและความคล่องตัวของกระบวนการธุรกิจ และ โครงการการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล เพื่อส่งเสริมการจัดการของเสียอย่างยั่งยืน แนวทางเหล่านี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจ

### โครงการการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร



เป้าหมาย >3 โครงการต่อปี



ผลการดำเนินงาน 4 โครงการ

เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ด้านการพัฒนานวัตกรรมผ่านโครงการสำคัญหลายด้าน โดยเริ่มจาก **โครงการ Paperless** ซึ่งดำเนินการรวบรวมแบบฟอร์มที่ใช้ในองค์กรทั้งหมด และคัดเลือก 3 แบบฟอร์มหลักเพื่อนำเข้าสู่ระบบดิจิทัล จากนั้นทดสอบการใช้งานโดยกลุ่มผู้ใช้งานหลักก่อนสื่อสารและอบรมการใช้งานแก่พนักงานทุกคน พร้อมติดตามและแก้ไขปัญหาเพื่อให้ระบบทำงานได้อย่างราบรื่น

ในส่วนของ **โครงการการใช้น้ำหมุนเวียน** บริษัทได้สำรวจพื้นที่และวางแผนติดตั้งระบบหมุนเวียนน้ำ พร้อมทั้งเก็บบันทึกและสรุปปริมาณน้ำที่ผ่านกระบวนการหมุนเวียนเพื่อประเมินผลลัพธ์ของโครงการ

สำหรับ **โครงการการใช้ AI ช่วยในการทำงาน** บริษัทได้จัดการอบรมให้พนักงานเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือ N8N และ AI พร้อมทั้งเปิดโครงการให้พนักงานนำเสนอแนวคิดการประยุกต์ใช้ AI ในงานจริง จากนั้นดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง License Google Gemini รวมถึงผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพัฒนาระบบให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

สุดท้ายคือ **โครงการการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่สามารถรีไซเคิลจากซัพพลายเออร์** โดยบริษัทได้ดำเนินการให้ซัพพลายเออร์ทดลองผลิตตัวอย่างเพื่อประเมินคุณภาพ ติดตามการจัดส่ง พร้อมจัดทำรายงานสรุปการใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลอย่างต่อเนื่อง

## ผลการดำเนินงาน

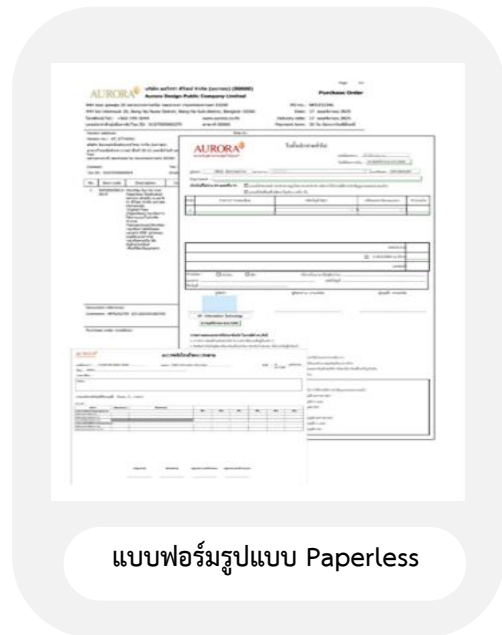
ในปี 2568 บริษัทฯ สามารถดำเนินโครงการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมภายในองค์กรได้ทั้งสิ้น 4 โครงการ ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ว่าจะต้องมีผลงานมากกว่า 3 โครงการต่อปี และถือเป็นความก้าวหน้าที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับผลการดำเนินงานในปี 2566 และปี 2567 ที่มีจำนวน 2 โครงการเท่ากันทั้งสองปี

รายละเอียดของความสำเร็จในปีที่ผ่านมาประกอบด้วย โครงการ Paperless ที่มีการเปลี่ยนรูปแบบการทำงานสู่เชิงดิจิทัลผ่านการคัดเลือกและทดสอบการใช้งานแบบฟอร์มหลักในระบบดิจิทัลพร้อมจัดอบรมแก่พนักงานทุกคนเพื่อให้ระบบทำงานได้อย่างราบรื่น โครงการการใช้ AI ช่วยในการทำงานซึ่งบริษัทฯ ได้จัดอบรมการใช้เครื่องมือ N8N และ AI Agent ให้แก่พนักงานเพื่อเสริมศักยภาพและความคล่องตัวในกระบวนการทางธุรกิจ ในส่วนของการจัดการทรัพยากร บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการการใช้น้ำหมุนเวียนโดยการสำรวจพื้นที่และวางแผนติดตั้งระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการน้ำ และโครงการการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิลซึ่งเป็นการทำงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อพัฒนาตัวอย่างบรรจุภัณฑ์และส่งเสริมการจัดการของเสียอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
จำนวนโครงการการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร	จำนวนโครงการ	2	2	4
ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรม	บาท	2,547,000	1,384,800	930,000

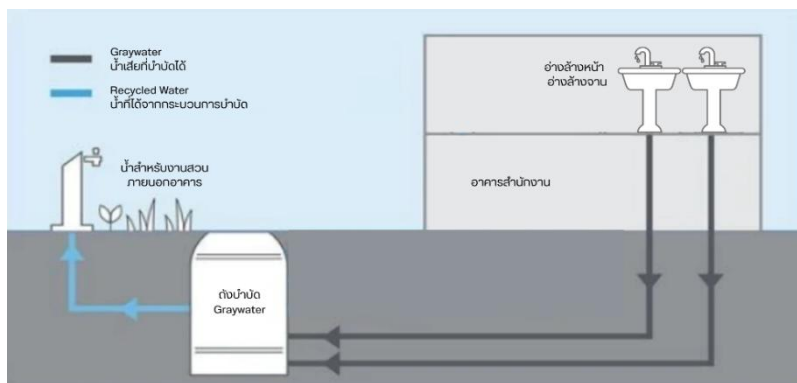
## Insoms Paperless

ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและฝ่ายบัญชีฯ ประกาศเปลี่ยนการใช้งาน แบบฟอร์มของงบประมาณและโอนย้ายงบประมาณ จากรูปแบบกระดาษสู่ระบบ Paperless ผ่านเว็บไซต์โดยเริ่มใช้งานตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2568 เป็นต้นไป ทั้งนี้จะเปิดรับเอกสารกระดาษฉบับสุดท้ายภายในวันที่ 12 กันยายน 2568 ในด้าน การจัดซื้อ (Procurement) บริษัทได้ปรับการดำเนินงานเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเอกสาร Purchase Request (PR) จำนวน 3,501 รายการ และ Purchase Order (PO) จำนวน 4,851 รายการและด้าน การบัญชี (Accounting) มีการใช้งานเอกสารอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ ใบตั้งเบิกจ่ายทั่วไป จำนวน 1,615 รายการ



## โครงการการใช้น้ำหมุนเวียน

บริษัทได้เริ่มโครงการการใช้น้ำหมุนเวียน ณ อาคารสำนักงานใหญ่ (HQ23) เพื่อยกระดับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวคิด Circular Water Management โดยนำน้ำเสีย จากอ่างล้างหน้าและอ่างล้างจานภายในอาคาร (ผ่านระบบดักไขมัน) เข้าสู่กระบวนการบำบัดด้วยเทคโนโลยีการกรองตะกอน เมมเบรน Ultrafiltration (UF) และระบบกรองคาร์บอน ก่อนนำกลับมาใช้ในกิจกรรมภายนอกอาคาร เช่น การรดน้ำต้นไม้และการทำความสะอาดพื้นที่ ซึ่งช่วยลดการใช้น้ำประปาและลดการปล่อยน้ำเสียสู่ระบบสาธารณะ



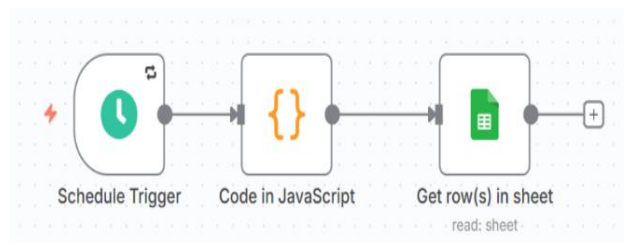
ระบบ Water Recycling System

## โครงการการใช้ AI ช่วยในการทำงาน

บริษัทมีการสำรวจความต้องการในการใช้ AI ของพนักงานในทุกๆ แผนกของบริษัทฯ รวมถึงมีการจัดหลักสูตร AI Agent and n8n Automation โดย PiR ACADEMY เป็นคอร์สสัมมนา 3 วัน ที่เน้นการประยุกต์ใช้ AI และเครื่องมืออัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยวันแรกจะปูพื้นฐานการใช้ AI เพื่อ Productivity และทักษะการเขียน Prompt วันที่สองเน้นการสร้าง AI Automation ด้วย n8n และการสร้าง AI Agent เพื่อเชื่อมต่อกับ LINE และวันสุดท้ายจะเป็นการเทรน AI Agent ให้เข้าใจข้อมูลองค์กรเพื่อให้บริการผู้ใช้รายอื่น พร้อมเชื่อมต่อการทำงานกับ Google Sheets, Google Drive และการจัดการข้อมูลแบบอัตโนมัติ



หลักสูตร AI Agent and n8n Automation



ผังการทำงานของระบบอัตโนมัติ ด้วย n8n

## โครงการการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่สามารถรีไซเคิลจากขั้วพลายเออร์

บริษัทได้ดำเนินการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ โดยออกแบบและผลิต กล่องจี้จากวัสดุรีไซเคิล เพื่อทดแทนการใช้วัสดุแบบเดิม ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

นอกจากนี้ บริษัทได้พัฒนา การ์ดแดงสำหรับติดทองรูปแบบใหม่ โดยใช้ทองรีไซเคิลซึ่งเป็นทองแผ่นความบริสุทธิ์ ร้อยละ 96.5 น้ำหนักทอง 0.5 กรัม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)



กล่องจี้จากวัสดุรีไซเคิล



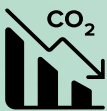
การ์ดแดงสำหรับติดทองรูปแบบใหม่

# มิติสิ่งแวดล้อม

## ENVIRONMENTAL DIMENSION



การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม  
ตั้งแต่การผลิตจนถึงการกำจัดหรือการรีไซเคิล



การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



การจัดการพลังงาน




การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและ  
การลดการใช้น้ำ



การจัดการของเสีย การส่งเสริมการรีไซเคิลและ  
การใช้ซ้ำ

## สรุปผลการดำเนินงาน

### การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

	หน่วย	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
 ปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (reusable) แยกประเภทการ์ดทองแผ่น และ กล่องใส่เครื่องประดับสีส้ม				
	kg	N/A	N/A	2,934.62

### การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

	หน่วย	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
 ปริมาณน้ำหนักรวมของวัสดุทั้งหมด				
	kg	N/A	N/A	19,516.84
 วัสดุจากทรัพยากรที่ใช้แล้วไม่หมดไป				
	kg	N/A	N/A	14,561.03
 ร้อยละของวัสดุรีไซเคิลที่นำกลับมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ทอง refurbished)				
	%	N/A	40	53



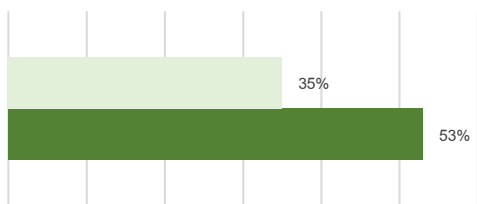
## การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การผลิตจนถึงการกำจัดหรือการรีไซเคิล



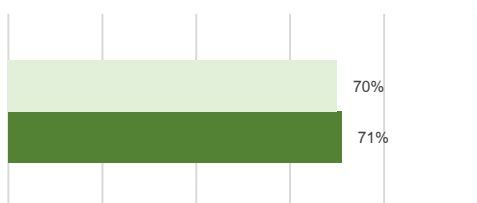
บริษัทให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต การใช้งาน ไปจนถึงการกำจัดหรือการรีไซเคิล ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดการสร้างของเสีย กลยุทธ์หลักคือการ **รีไซเคิลทองคำ** เพื่อลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ และการนำทองกลับมาใช้ใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังส่งเสริมการใช้ **บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล** เช่น ถุงบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะและสร้างคุณค่าให้กับสิ่งแวดล้อม แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสังคม

### กลยุทธ์ที่ 1

เพื่อให้การใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพสูงสุดและลดการพึ่งพาการทำเหมืองทองคำใหม่ องค์กรได้วางแผนดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน โดยเริ่มจาก การเก็บข้อมูลจากระบบในช่วงวันที่ 1 มกราคม 2568 – 31 ธันวาคม 2568 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน จากนั้นจะทำการคำนวณสัดส่วน (%) ของการ Refurbish ทองคำ ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และทำการ เปรียบเทียบกับปีฐาน เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการปรับปรุงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์นี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่ แต่ยังสะท้อนความมุ่งมั่นในการสร้างวงจรการใช้ทรัพยากรที่หมุนเวียนและยั่งยืน



■ เป้าหมาย ■ ปี 2568



■ เป้าหมาย ■ ปี 2568

### กลยุทธ์ที่ 2

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากบรรจุภัณฑ์ จึงได้ดำเนินการตามแผนที่เป็นรูปธรรม เริ่มจาก การขอตัวอย่างกระดาษรีไซเคิลจาก Supplier เพื่อประเมินคุณภาพและความเหมาะสม และให้ Supplier ดำเนินการผลิตตัวอย่างจริงเพื่อส่งให้บริษัทพิจารณา เมื่อผ่านการประเมินจะมีการ จัดทำรายงานการใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล เพื่อติดตามประสิทธิภาพและสร้างความปลอดภัยตลอดกระบวนการ ทั้งนี้กลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยลดการสร้างขยะพลาสติก และสนับสนุนการใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

#### ผลการดำเนินงานปี 2568

เป้าหมาย



การซื้อทองคำรีไซเคิลในการผลิต

เครื่องประดับ >35% (ปีฐาน 2566)



ผลการซื้อทองคำรีไซเคิลในการผลิต

เครื่องประดับเท่ากับ 53%

เป้าหมาย



การใช้บรรจุภัณฑ์การ์ดทองที่รีไซเคิลได้

>70% ของบรรจุภัณฑ์การ์ดทองทั้งหมด



ผลการใช้บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้

71.31%

ของบรรจุภัณฑ์การ์ดทองทั้งหมด

## ผลการดำเนินงาน

ความสำเร็จที่โดดเด่นในรอบปีที่ผ่านมาคือการ จัดหาทองคำรีไซเคิลเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการผลิต เครื่องประดับ ซึ่ง บริษัทฯ สามารถบรรลุผลการดำเนินงานที่ ระดับร้อยละ 53 ของปริมาณการซื้อทองคำทั้งหมด ผลลัพธ์ นี้ไม่เพียงแต่ก้าวกระโดดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับ ร้อยละ 40 ในปี 2567 แต่ยังสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ว่า จะต้องมียอดการซื้อทองคำรีไซเคิลมากกว่าร้อยละ 35 อย่าง ชัดเจน การดำเนินงานดังกล่าวช่วยลดการพึ่งพาการทำเหมืองทองคำใหม่และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน ห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในมิติด้านบรรจุกัญทรัพย์ บริษัทฯ ประสบความสำเร็จ ในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้บรรจุกัญทรัพย์ที่สามารถนำกลับมา รีไซเคิลได้ โดยในปี 2568 มีสัดส่วนการใช้งานอยู่ที่ร้อยละ 71.31 ของบรรจุกัญทรัพย์ทั้งหมด ซึ่งบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ไม่ ต่ำกว่าร้อยละ 70 และแสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องในการ รักษามาตรฐานด้านการจัดการของเสียจากการดำเนินธุรกิจ คำปลีก

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
การซื้อทองคำรีไซเคิลในการผลิตเครื่องประดับ	%	N/A	40.00	53.00
การใช้บรรจุกัญทรัพย์รีไซเคิลได้	%	N/A	71.00	71.31
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมาย หรือการสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	จำนวนครั้ง	0	0	0
มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการ ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบด้าน สิ่งแวดล้อม	บาท	0	0	0

### การใช้บรรจุกัญทรัพย์จากวัสดุที่สามารถรีไซเคิล

ในปี 2568 บริษัทมียอดส่งออก ทองแผ่นรวมจำนวน 174,292 แผ่น และมีการสั่งซื้อ การ์ดทองจำนวน 50,000 ใบ โดยมีการนำ การ์ดทองหมุนเวียนกลับมาใช้ซ้ำจำนวน 124,292 ใบ คิดเป็น ร้อยละ 71.31 ของการใช้งานทั้งหมด สะท้อนถึง ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการบรรจุกัญทรัพย์และการใช้ ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

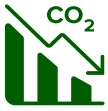
สำหรับ กล่องจี้ บริษัทมียอดการใช้บรรจุกัญทรัพย์ตลอดปี 2568 จำนวน 167,695 ชิ้น โดยมียอดเบิกใช้ใหม่จำนวน 96,768 ชิ้น และมีการนำ กล่องจี้กลับมาใช้ซ้ำ (Reused) จำนวน 70,927 ชิ้น คิดเป็น ร้อยละ 42 ของการใช้งานทั้งหมด



การ์ดแดงสำหรับติดทองใหม่



บรรจุกัญทรัพย์กล่องจี้จากวัสดุรีไซเคิล



## การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



บริษัทตระหนักถึงบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมต่อการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นหนึ่งในความท้าทายระดับโลก บริษัทจึงมุ่งมั่นดำเนินกลยุทธ์เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม โดยเริ่มจากการ **ติดตั้งระบบโซล่าเซลล์** เพื่อใช้พลังงานสะอาดและลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล ควบคู่กับการดำเนินการ **เก็บรวบรวมข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint of Organization: CFO) ครอบคลุมทั้ง 3 Scope** เพื่อจัดทำข้อมูลฐาน (Baseline) ที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ นำไปสู่การกำหนดเป้าหมายและแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคต แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงความตั้งใจของบริษัทในการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจและการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสังคมที่ยั่งยืน

### กลยุทธ์ที่ 1

เพื่อเพิ่มการใช้พลังงานสะอาดและลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล บริษัทได้ดำเนินการตามแผนงานที่ชัดเจน เริ่มจากการสำรวจพื้นที่และวางแผนการติดตั้งระบบโซล่าเซลล์อย่างเหมาะสม จากนั้นดำเนินการขออนุญาตเลือกผู้รับเหมา เพื่อให้ได้ผู้ดำเนินงานที่มีศักยภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนด เมื่อการติดตั้งแล้วเสร็จและส่งมอบตามเงื่อนไข บริษัทจะทำการจดบันทึกและติดตามปริมาณพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตได้จากโซล่าเซลล์ เพื่อนำไปสรุปผลการดำเนินงานและใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนในอนาคต

### กลยุทธ์ที่ 2

บริษัทให้ความสำคัญกับการมีฐานข้อมูลที่ต้องและน่าเชื่อถือในการวางแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จึงได้จัดทำแผนงานโดยเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2568 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำส่งต่อให้ทีมที่ปรึกษาดำเนินการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมรับการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอกอย่างเป็นทางการ เพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องและโปร่งใส เมื่อได้รับการรับรองข้อมูลและผลการปล่อยก๊าซ บริษัทจะดำเนินการยื่นขอใบรับรองในระบบอย่างเป็นทางการ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการกำหนดเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจก

#### เป้าหมายปี 2568

การเก็บข้อมูล Carbon Footprint ทุก 3  
ขอบเขตให้ครบทุกสาขา **100%**

#### ผลการดำเนินงาน

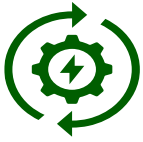
สามารถเก็บข้อมูล Carbon Footprint ได้  
**55.33%**

### ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านกลยุทธ์การเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดด้วยการติดตั้งระบบโซล่าเซลล์เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการรวบรวมข้อมูลก๊าซเรือนกระจกให้ครบทั้ง 3 ขอบเขตเพื่อจัดทำฐานข้อมูลที่ต้องสำหรับการกำหนดเป้าหมายความยั่งยืนในอนาคต โดยในปี 2568 บริษัทฯ ขับเคลื่อนแผนงานผ่านการสำรวจพื้นที่และคัดเลือกผู้รับเหมาที่มีศักยภาพเพื่อติดตั้งระบบโซล่าเซลล์ตามมาตรฐานที่กำหนดเพื่อให้สามารถติดตามปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้จริงอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเน้นความโปร่งใสของข้อมูลโดยการจัดทำแผนรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานตลอดทั้งปีเพื่อนำส่งให้ผู้เชี่ยวชาญคำนวณและรับการทวนสอบจากหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระ เพื่อสร้างความมั่นใจในความถูกต้องของข้อมูลก่อนดำเนินการยื่นขอใบรับรองอย่างเป็นทางการต่อไป

บริษัทฯ รวบรวมข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ได้ร้อยละ 55.33 ซึ่งยังไม่บรรลุเป้าหมายร้อยละ 100 เนื่องจากข้อจำกัดด้านจำนวนสาขาที่กระจายอยู่ทั่วประเทศและความซับซ้อนในการเก็บข้อมูลขอบเขตที่ 3 ที่ต้องประสานงานกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน ประกอบกับความมุ่งมั่นในการรักษาความถูกต้องตามมาตรฐานการทวนสอบสากล ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการดำเนินงานที่มีความละเอียดรอบคอบและรัดกุม ส่งผลให้การดำเนินงานยังอยู่ในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วนสมบูรณ์ในทุกพื้นที่ปฏิบัติงาน

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมของขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2	tCO2e	1,636.43	2,036	2,851
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมของขอบเขตที่ 1 ขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3	tCO2e	ไม่มีการเก็บข้อมูล ขอบเขตที่ 3	ไม่มีการเก็บข้อมูล ขอบเขตที่ 3	4,598
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วย (carbon intensity)	tCO2e/ยอดขาย ล้านบาท	0.055	0.062	0.073



## การจัดการพลังงาน



การจัดการพลังงานเป็นประเด็นสาระสำคัญขององค์กร เนื่องจากการใช้พลังงานมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับต้นทุนการดำเนินงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการพลังงานโดยมุ่งเน้นการ **รณรงค์ลดการใช้พลังงานภายในองค์กร** ควบคู่กับการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่พนักงานในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการปรับพฤติกรรมการทำงาน การควบคุมการใช้พลังงานในอาคาร และการสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืนในระยะยาว

เพื่อขับเคลื่อนการลดการใช้พลังงานอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินงาน ดังนี้

### 1. นำแนวคิด Smart Office มาประยุกต์ใช้

โดยติดตั้งระบบเปิด-ปิดไฟอัตโนมัติในพื้นที่สำนักงาน เพื่อลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น และเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมการใช้ไฟฟ้าในอาคาร คัดเลือกผู้รับเหมา

### 2. ปรับปรุงพฤติกรรมการใช้พลังงานของพนักงาน

ติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ตามแผนงานที่ผ่านการรณรงค์และสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน เช่น การปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน และการใช้พลังงานอย่างเหมาะสมในชีวิตประจำวัน

### 3. ติดตามและประเมินผลการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง

เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงมาตรการด้านพลังงาน และสนับสนุนการลดการใช้พลังงานในระยะยาว

นอกจากนี้ บริษัทได้วางระบบการ **จัดเก็บและตรวจสอบข้อมูลการใช้พลังงาน** อย่างละเอียด โดยดำเนินการเก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้าตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2568 ร่วมกับการขอข้อมูลพลังงานจากโซลาร์เซลล์ก่อนคำนวณและวิเคราะห์ผลการใช้พลังงาน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นฐานสำคัญในการประเมินประสิทธิภาพและกำหนดเป้าหมายด้านการจัดการพลังงาน

### ผลการดำเนินงานปี 2568

เป้าหมาย



ร้อยละการใช้พลังงานไฟฟ้า (Energy Intensity)

ที่ลดลง ▼5%

ผลการดำเนินงาน



ร้อยละการใช้พลังงานไฟฟ้า (Energy Intensity)

ที่ลดลง ▼20.24%

## ผลการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการติดตามและควบคุมการใช้ไฟฟ้าภายในสำนักงานใหญ่ทั้งอาคารฝั่ง 23 และฝั่ง 26 อย่างต่อเนื่อง ในปี 2567 สำนักงานใหญ่มีการใช้ไฟฟ้ารวมทั้งสิ้น 811,759 กิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh) ขณะที่ในปี 2568 ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวมลดลงเหลือ 778,728 กิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh) คิดเป็นการลดลงประมาณ ร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สะท้อนถึงประสิทธิผลของมาตรการประหยัดพลังงานและการใช้พลังงานอย่างเหมาะสมภายในองค์กร



ภาพป้ายรณรงค์ลดการใช้พลังงานภายในองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทได้ติดตั้งระบบ พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ณ อาคารฝั่ง 26 ซึ่งสามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้จำนวน 12,885.97 kWh โดยช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ 6,443 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO<sub>2</sub>e) เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ประมาณ 700–800 ต้นต่อปี การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการใช้พลังงานสะอาด ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า	kWh	<ul style="list-style-type: none"> <li>การใช้ไฟฟ้าสำนักงานใหญ่ 787,780 kWh.</li> <li>การใช้ไฟฟ้า สาขา 434,915 kWh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การใช้ไฟฟ้าสำนักงานใหญ่ 811,759 kWh.</li> <li>การใช้ไฟฟ้า สาขา 1,066,305 kWh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การใช้ไฟฟ้าสำนักงานใหญ่ 778,728 kWh.</li> <li>การใช้ไฟฟ้า สาขา 3,036,754.99 kWh.</li> </ul>
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อยอดขาย ยอดขายล้านบาท (energy intensity)	kWh/ต่อ ยอดขาย ล้านบาท	40.84	56.58	95.59
ปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิง	kWh	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเผาไหม้น้ำมันดีเซล (B7) 138,149.60 ลิตร</li> <li>การเผาไหม้น้ำมันดีเซล (B10) 72.53 ลิตร</li> <li>การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (E20) 24,985.07 ลิตร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเผาไหม้น้ำมันดีเซล (B7) 193,446.63 ลิตร</li> <li>การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 21,108.67 ลิตร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเผาไหม้น้ำมันดีเซล (B7) 198,904.62 ลิตร</li> <li>การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 20,211.39 ลิตร</li> </ul>

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 (E10) 13,523.08 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 (E10) 8,383.97 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลพรีเมียม B7 20,661.23 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันเซลล์วี-เพาเวอร์ แก๊สโซฮอล์ 95 71,737.62 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลในเครื่องสำรองไฟฟ้า (Generator) 20 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันเบนซินขาว 150 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้ก๊าซ LPG 2,034.25 kg</li> <li>• การเผาไหม้ถ่านไม้โกงกาง 3,600 Kg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 (E10) 24,737.61 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 (E10) 80,199.95 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลพรีเมียม B7 2,771.84 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลในเครื่องสำรองไฟฟ้า (Generator) 180 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้ก๊าซ LPG 3615 Kg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 (E10) 30,485.19 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 (E10) 104,884.38 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลพรีเมียม B7 2,755.37 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันเซลล์วี-เพาเวอร์ แก๊สโซฮอล์ 95 454.58 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันดีเซลในเครื่องสำรองไฟฟ้า (Generator) 60 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้น้ำมันเบนซิน95 (95 ULG) 242.96 ลิตร</li> <li>• การเผาไหม้ก๊าซ LPG 2,016 Kg</li> </ul>
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทน	kWh	0	6,166.690	12,885.97
ปริมาณการใช้พลังงานต่อชั่วโมงต่อยอดขายล้านบาท (energy intensity)	kWh/ต่อรายได้ล้านบาท	471.89	545.80	656.57



## การจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการใช้น้ำ



บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้น้ำอย่างคุ้มค่า เนื่องจากทรัพยากรน้ำเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจและการดำรงชีวิตของสังคม บริษัทจึงมุ่งเน้นการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการลดปริมาณการใช้น้ำภายในองค์กร โดยดำเนิน **โครงการการใช้น้ำหมุนเวียน** เพื่อเพิ่มการใช้น้ำและลดการใช้น้ำใหม่ให้ได้มากที่สุด เพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม แนวทางดังกล่าวแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความยั่งยืนให้กับทรัพยากรน้ำในระยะยาว

บริษัทได้ดำเนินโครงการโดยเริ่มจากการรณรงค์ลดการใช้น้ำในสำนักงานใหญ่ และการสำรวจพื้นที่และออกแบบระบบให้เหมาะสมกับการใช้งานภายในอาคารสำนักงานใหญ่ จากนั้นเปิดกระบวนการประกวดราคาเพื่อคัดเลือกผู้รับเหมาที่มีความเชี่ยวชาญ ก่อนดำเนินการติดตั้งและส่งมอบงานตามเงื่อนไขที่ตกลง เมื่อระบบเริ่มดำเนินการ บริษัทได้ทำการจดบันทึกปริมาณน้ำที่ผ่านกระบวนการหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสรุปผลการดำเนินงานเพื่อนำไปประเมินประสิทธิภาพของโครงการ และใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับการพัฒนาระบบจัดการน้ำอย่างยั่งยืนในอนาคต

### ผลการดำเนินงานปี 2568



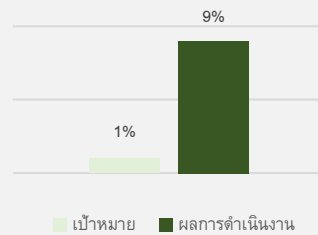
เป้าหมายลดการใช้น้ำต่อพนักงาน

สำนักงานใหญ่ **1%**



ผลการดำเนินงานลดการใช้น้ำต่อ

พนักงานสำนักงานใหญ่ **9%**

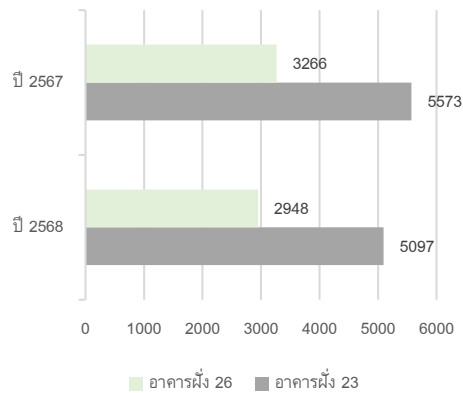


### ผลการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการติดตามและควบคุมการใช้น้ำภายในสำนักงานใหญ่ทั้งอาคารฝั่ง 23 และฝั่ง 26 อย่างต่อเนื่อง การเตรียมความพร้อมในการต่อยอดสู่การใช้น้ำหมุนเวียนตามแนวคิด Circular Water Management ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการการใช้น้ำหมุนเวียนและรีไซเคิลน้ำของบริษัท ณ อาคารสำนักงานใหญ่ HQ23

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำ	cu3	8,398	8,839	8,045
ปริมาณการใช้น้ำต่อยอดขายล้านบาท (water intensity)	cu3/ยอดขายล้านบาท	0.28	0.27	0.20

## โครงการการใช้น้ำหมุนเวียน



**ลดลงประมาณ ร้อยละ 9**

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยติดตามและควบคุมการใช้น้ำภายในสำนักงานใหญ่ทั้งสองอาคารอย่างต่อเนื่อง ในปี 2567 สำนักงานใหญ่ฝั่งอาคาร 23 มีการใช้น้ำจำนวน 5,573 ยูนิต และฝั่งอาคาร 26 ใช้น้ำจำนวน 3,266 ยูนิต รวมการใช้น้ำทั้งสิ้น 8,839 ยูนิต ขณะที่ในปี 2568 การใช้น้ำของอาคาร 23 ลดลงเหลือ 5,097 ยูนิต และอาคาร 26 ลดลงเหลือ 2,948 ยูนิต ส่งผลให้การใช้น้ำรวมของสำนักงานใหญ่ลดลงเหลือ 8,045 ยูนิต คิดเป็นการลดลงประมาณ ร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สะท้อนถึงประสิทธิผลของมาตรการบริหารจัดการน้ำและการสร้างความตระหนักรู้ในการใช้น้ำอย่างประหยัด



## การจัดการของเสียการส่งเสริมการรีไซเคิลและการใช้ซ้ำ



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน จึงได้ดำเนินกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งการลด ใช้ซ้ำ และรีไซเคิล โดยมีโครงการสำคัญ ได้แก่ การใช้ **บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้** การ **ลดการใช้ซอสน้ำมันพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง** และการ **คัดแยกขยะเพื่อกำจัดอย่างถูกวิธี** ทั้งขยะพลาสติกและขยะจากการดำเนินธุรกิจ แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการบริหารจัดการของเสียอย่างมีความรับผิดชอบต่อ สร้างคุณค่าเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ภายใต้กลยุทธ์การจัดการของเสีย บริษัทได้ดำเนินโครงการสำคัญเพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มจาก **โครงการการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้** ซึ่งดำเนินการโดยการขอตัวอย่างและใบเสนอราคากระดาษรีไซเคิลจากผู้จัดหา (Supplier) ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตตัวอย่างเพื่อทดสอบคุณภาพ เมื่อผ่านการประเมิน บริษัทจะดำเนินการเปิดคำสั่งซื้อ (PO) และติดตามการจัดส่ง พร้อมทั้งจัดทำรายงานการใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลอย่างเป็นระบบ

สำหรับ **โครงการลดการใช้ซอสน้ำมันพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง** บริษัทได้ดำเนินมาตรการลดการใช้พลาสติกในกิจกรรมอาหารกลางวันและกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร

ควบคู่ไปกับการรณรงค์สร้างความตระหนักรู้ในหมู่พนักงานให้หันมาใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งจัดเก็บข้อมูลปริมาณการใช้พลาสติกที่ลดลงเพื่อนำมาประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำ **โครงการการคัดแยกขยะเพื่อนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี** โดยจัดให้มีจุดแยกขยะ 4 ประเภท ได้แก่ ขยะอินทรีย์ ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย/ติดเชื้อ ในพื้นที่สำนักงานใหญ่ พร้อมทั้งชั่งน้ำหนักและเก็บข้อมูลปริมาณขยะแต่ละประเภทในแต่ละวัน เพื่อนำไปจัดการอย่างเหมาะสมตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การเก็บข้อมูลดังกล่าวยังช่วยสร้างฐานข้อมูลที่สำคัญสำหรับการวิเคราะห์และวางแผนการลดขยะในระยะยาว

### ผลการดำเนินงานปี 2568

เป้าหมาย



การใช้บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ **70%** ของบรรจุภัณฑ์การ์ดทองทั้งหมด

เป้าหมาย



ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง **90%**

ผลการดำเนินงาน



การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งในปี 2568 เท่ากับ **91.06%**

ผลการดำเนินงาน



การใช้บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ **71.31%** ของบรรจุภัณฑ์การ์ดทองทั้งหมด

เป้าหมาย



อัตราการนำขยะกลับไปรีไซเคิล (Waste Recycling Rate) **10%**

ผลการดำเนินงาน



อัตราการนำขยะกลับไปรีไซเคิล (Waste Recycling Rate) ในปี 2568 เท่ากับ **11%**

## ผลการดำเนินงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ ควบคู่กับการส่งเสริมการรีไซเคิลและการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ ตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว การรณรงค์การคัดแยกขยะภายในองค์กร และการจัดการของเสียอย่างถูกวิธีตลอดกระบวนการดำเนินงาน ทั้งในสำนักงานใหญ่และสาขา เพื่อสร้างการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
ร้อยละของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ (การ์ดทอง)	%	N/A	70%	71.31%
ร้อยละการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง	%	N/A	N/A	91.06%
อัตราการนำขยะกลับไปรีไซเคิล (Waste Recycling Rate)	%	N/A	N/A	11.00%
ปริมาณขยะและของเสีย	kg	N/A	N/A	9,626.5
ปริมาณขยะและของเสียที่ผ่านกระบวนการ reuse และ/หรือ recycle	kg	N/A	N/A	1,321.0

### โครงการการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่สามารถรีไซเคิล

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ทรัพยากรและบรรจุภัณฑ์ โดยได้ดำเนินโครงการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดปริมาณของเสียจากกระบวนการดำเนินธุรกิจภายใต้โครงการดังกล่าว **บริษัทได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์กล่องจี้จากวัสดุรีไซเคิลและการ์ดแดงสำหรับติดทองใหม่** เพื่อทดแทนบรรจุภัณฑ์แบบเดิม โดยคำนึงถึงความเหมาะสมด้านการใช้งาน คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้า และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์



บรรจุภัณฑ์กล่องจี้จากวัสดุรีไซเคิล



การ์ดแดงสำหรับติดทองใหม่

## โครงการลดการใช้ภาชนะพลาสติก

บริษัทได้ดำเนินโครงการลดการใช้ภาชนะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นการลดการแจกถ้วยและแก้วพลาสติก จากการจัดอาหารกลางวัน เพื่อช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2568 หากมีการใช้ภาชนะพลาสติกทุกวัน จะก่อให้เกิดปริมาณขยะรวมประมาณ 6,679.20 กิโลกรัม อย่างไรก็ตาม จากการดำเนินโครงการดังกล่าว บริษัทสามารถลดปริมาณขยะได้ถึงร้อยละ 91.06



## โครงการการคัดแยกขยะเพื่อนำไปกำจัดให้ถูกวิธี

สื่อประชาสัมพันธ์และแนวทางการคัดแยกขยะภายใต้แนวคิด “แยกขยะ ดีต่อเรา...ดีต่อโลก”

การจัดการของเสียจากการดำเนินงานในปีรายงาน บริษัทได้จัดการของเสียจากการดำเนินงาน เช่น บรรจุภัณฑ์ อุปกรณ์จัดแสดงสินค้า สื่อโฆษณา ตู้โชว์ทอง และวัสดุชำรุดจากสาขาและสำนักงานใหญ่ โดยมอบหมายให้ บริษัท TOP SECRET DOCUMENT DESTRUCTION เป็นผู้ดำเนินการทำลายจำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ ในเดือนพฤษภาคม และ ตุลาคม รวมปริมาณของเสียทั้งสิ้น 16,640 กิโลกรัม ควบคู่กันนี้ บริษัทได้ดำเนินโครงการรณรงค์การแยกขยะภายในองค์กร ภายใต้แนวคิด “แยกขยะ ดีต่อเรา...ดีต่อโลก” โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และแนวทางการคัดแยกขยะอย่างชัดเจน **ครอบคลุมขยะ 4 ประเภท** ได้แก่ ขยะอินทรีย์ ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและปลูกฝังพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงาน

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนิน โครงการแยกขยะทั่วไปในสำนักงาน ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2568 ซึ่งสามารถนำขยะเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลได้ ร้อยละ 11 คิดเป็นปริมาณ

# มิติสังคม

## SOCIAL DIMENSION



การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน



สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก



ความผูกพันของพนักงาน



รักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)



ความช่วยเหลือทางสังคม



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

## สรุปผลการดำเนินงาน

### ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า



2566	98.80%	คะแนน
2567	95.20%	คะแนน
2568	99.00%	คะแนน

### จำนวนพนักงานรวมทั้งหมด



2566	1,970	คน
2567	2,149	คน
2568	2,447	คน

### จำนวนพนักงานแยกตามประเภทดังนี้



2566	281	คน
2567	306	คน
2568	315	คน



2566	1,689	คน
2567	1,843	คน
2568	2,132	คน

### อายุ

#### อายุต่ำกว่า 20 ถึง 30



2566	799	คน
2567	835	คน
2568	923	คน

#### อายุ 30 ถึง 40



2566	922	คน
2567	1,025	คน
2568	1,192	คน

#### อายุ 40 ถึง 50



2566	202	คน
2567	229	คน
2568	269	คน

#### อายุ 50 ถึง 60 เป็นต้นไป



2566	47	คน
2567	60	คน
2568	63	คน

### ระดับตำแหน่งผู้บริหาร



2566	129	คน
2567	141	คน
2568	167	คน

### ระดับตำแหน่งพนักงานประจำ



2566	1,841	คน
2567	2,008	คน
2568	2,280	คน

### จำนวนพนักงานระดับผู้บริหารระดับสูง

เพศชาย	2566	5	คน
	2567	4	คน
	2568	4	คน

เพศหญิง	2566	1	คน
	2567	2	คน
	2568	2	คน

### จำนวนพนักงานระดับผู้บริหาร

เพศชาย	2566	39	คน
	2567	38	คน
	2568	50	คน

เพศหญิง	2566	84	คน
	2567	97	คน
	2568	111	คน

### จำนวนพนักงานระดับพนักงาน

เพศชาย	2566	237	คน
	2567	264	คน
	2568	261	คน

เพศหญิง	2566	1,604	คน
	2567	1,744	คน
	2568	2,019	คน

### จำนวนพนักงานสัญชาติไทย

เพศชาย	2566	281	คน
	2567	306	คน
	2568	315	คน

เพศหญิง	2566	1,689	คน
	2567	1,843	คน
	2568	2,132	คน

### ภาคเหนือ

2567 29 คน

2568 35 คน

### ภาคตะวันตก

2567 38 คน

2568 61 คน

### ภาคใต้

2567 93 คน

2568 113 คน

### ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2567 173 คน

2568 253 คน

### ภาคตะวันออก

2567 278 คน

2568 340 คน

### ภาคกลาง

2567 1,538 คน

2568 1,645 คน



### จำนวนพนักงานผู้พิการ

2566 16 คน

2567 19 คน

2568 22 คน



### ความแตกต่างของ ค่าตอบแทนระหว่างเพศ

2566 1:0.47 อัตราส่วน (ชาย:หญิง)

2567 1:0.52 อัตราส่วน (ชาย:หญิง)

2568 1:0.48 อัตราส่วน (ชาย:หญิง)



### จำนวนค่าตอบแทน รวมของพนักงาน

2566 630,951,714.00 บาท

2567 773,607,018.00 บาท

2568 864,190,536.00 บาท



### ร้อยละของพนักงานที่เป็นสมาชิก กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

2566 34.11 %

2567 34.34 %

2568 29.18 %



### จำนวนค่าใช้จ่าย เพื่อการพัฒนาพนักงาน

2567 758,524.66 บาท

2568 710,997.18 บาท



### จำนวนชั่วโมงอบรมความรู้ เฉลี่ยของพนักงาน

2567 100 ชั่วโมง/คน/ปี

2568 97 ชั่วโมง/คน/ปี



## การจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน



บริษัทให้ความสำคัญสูงสุดกับการดูแลอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน โดยเชื่อว่าการทำงานอย่างปลอดภัยและมีสุขภาพที่ดีคือรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน บริษัทจึงได้กำหนดกลยุทธ์ในการ **จัดทำกฎระเบียบและหน้าที่ของพนักงานขับรถ** เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนในการปฏิบัติงาน ลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ และเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยในองค์กร เพื่อสะท้อนถึงความเชื่อมั่นและการมีส่วนร่วมของบุคลากร แนวทางดังกล่าวเป็นเครื่องยืนยันถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการสร้างสถานที่ทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานอย่างยั่งยืน

### การดำเนินงานปี 2568



เป้าหมาย

ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานใน  
ด้านความปลอดภัยและสุขภาพ  
มากกว่า 70%



ผลการดำเนินงาน

ความพึงพอใจของพนักงานในด้านความ  
ปลอดภัยและสุขภาพเท่ากับ  
78.68 %

เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์การจัดทำกฎระเบียบและหน้าที่ของพนักงานขับรถอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานทุกคน โดยมีแผนการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

#### 1. ทบทวนคู่มือปฏิบัติงานของพนักงานขับรถยนต์ขนส่งยอด

ตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาให้สอดคล้องกับสภาพการทำงานจริง และมาตรฐานด้านความปลอดภัยปัจจุบัน

#### 2. แก้ไขและปรับปรุงคู่มือปฏิบัติงาน

ปรับเนื้อหาให้ชัดเจน เข้าใจง่าย ครอบคลุมมาตรการความปลอดภัย และประกาศใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

#### 3. ติดตามและประเมินผล

ดึงข้อมูลคะแนนจากแบบสำรวจ Safety ประจำปี เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของพนักงานในด้านความปลอดภัยและสุขภาพ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลปรับปรุงมาตรการในอนาคต

## ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานผ่านการจัดทำกฎระเบียบและกำหนดหน้าที่ของพนักงานขับรถอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เป็นแนวทางที่ชัดเจนในการลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุและเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยภายในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม

กระบวนการดำเนินงานที่สำคัญครอบคลุมตั้งแต่การทบทวนคู่มือปฏิบัติงานของพนักงานขับรถขนส่งยอดเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการทำงานจริงและมาตรฐานด้านความปลอดภัยในปัจจุบัน พร้อมทั้งปรับปรุงเนื้อหาให้มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายเพื่อประกาศใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการติดตามและประเมินผลผ่านการสำรวจความพึงพอใจด้านความปลอดภัยประจำปี เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวัดระดับความเชื่อมั่นของบุคลากรและวางแผนพัฒนามาตรการป้องกันความเสี่ยงในอนาคต

ผลการดำเนินงานในปี 2568 สะท้อนถึงความสำเร็จในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย โดยพนักงานมีระดับความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยและสุขภาพอยู่ที่ร้อยละ 76.68 ซึ่งไม่เพียงแต่สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้คือไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 แต่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับร้อยละ 74.52 ในปี 2567 ในส่วนของสถิติความปลอดภัย บริษัทฯ พบกรณีอุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงานจนถึงขั้นต้องหยุดงานหรือ LTA จำนวน 1 กรณี ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการวิเคราะห์และติดตามอย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงานต่อ 1,000,000 ชั่วโมงการทำงาน หรือ LTIFR ยังคงรักษาไว้ที่ระดับศูนย์ต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
ร้อยละความพึงพอใจของพนักงานในด้านความปลอดภัย	%	N/A	74.52%	78.68%
จำนวนอุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงานจนถึงขั้นต้องหยุดงาน (LTA)	จำนวนกรณี	2	0	1
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR)	จำนวนครั้งที่เกิดการบาดเจ็บจนถึงขั้นหยุดงาน/ 1,000,000 ชม.	0.032	0	0.016

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ตระหนักดีว่าบุคลากรคือฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายความยั่งยืน ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ จึงได้ดำเนินโครงการปรับเปลี่ยนรูปแบบชุดปฏิบัติงาน (Uniform) เพื่อส่งเสริมความคล่องตัวและคุณภาพชีวิตพนักงานควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนนิยามของชุดปฏิบัติงานให้มีความยืดหยุ่นและลดความเป็นทางการลง (Modernized & Casualized Design) เพื่อให้พนักงานสามารถปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อพนักงานในด้านต่างๆ ดังนี้

- **ความคล่องตัว :** ดีไซน์ใหม่เน้นการเคลื่อนไหวที่สะดวกสบาย เหมาะสมกับลักษณะงานที่ต้องการความกระฉับกระเฉง
- **การดูแลรักษา :** นวัตกรรมการทอผ้าที่มุ่งเน้นคุณสมบัติการคืนตัวได้ดี (Wrinkle-Resistant) ช่วยลดความยุ่งยากและเวลาในการรีดผ้า ส่งผลให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและช่วยลดการใช้พลังงานในระดับครัวเรือน
- **สุขอนามัย :** เนื้อผ้ามีคุณสมบัติระบายอากาศและแห้งได้ดีเยี่ยม ช่วยสร้างสภาวะที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานตลอดวัน



เพื่อตอบโจทยเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Decarbonization) บริษัทฯ ได้เลือกใช้วัสดุรีไซเคิลในการผลิตชุดปฏิบัติงานใหม่ทั้งหมดภายใต้แนวคิด "EcoTech Timeless Wear" โดยมีรายละเอียดทางเทคนิคดังนี้



#### ● **Closed-loop Production:**

กระบวนการผลิตเลือกใช้เส้นด้ายที่มาจากคาร์บอนรีไซเคิล เศษผ้าเหลือทิ้งจากการตัดเย็บ (Pre-consumer Waste) ผสมผสานกับเส้นใยรีไซเคิลจากขวดพลาสติก PET ที่ใช้แล้วซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการลดขยะสู่บ่อฝังกลบ

- **Resource Conservation:** การใช้วัตถุดิบรีไซเคิลช่วยลดการพึ่งพาทรัพยากรใหม่ (Virgin Resources) และช่วยลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตสิ่งทอแบบดั้งเดิม
- **Sustainable Fashion:** ดีไซน์ที่ร่วมสมัยและทนทาน (Durability) ช่วยยืดอายุการใช้งานของชุดปฏิบัติงาน ลดความถี่ในการเปลี่ยนชุดใหม่ เป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามหลักความยั่งยืน



## สิทธิมนุษยชนและแรงงานเด็ก



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพสิทธิมนุษยชนและการป้องกันการใช้แรงงานเด็ก ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ บริษัทจึงยึดมั่นในหลักการปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานโดยใช้ **คู่มือ Human Rights Due Diligence (HRDD)** เป็นแนวทางหลักในการประเมิน ติดตาม และบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนหรือการใช้แรงงานเด็ก แนวทางดังกล่าวไม่เพียงสะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียและสนับสนุนการพัฒนาองค์กร

เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชนและป้องกันการใช้แรงงานเด็ก บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์การปฏิบัติตามคู่มือ Human Rights Due Diligence (HRDD) โดยมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ เริ่มจากการ **ศึกษาหัวข้อความเสี่ยงตามมาตรฐานสากล UNGPs** เพื่อนำไปจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) และการจัดเวที Focus Group สำหรับพนักงาน จากนั้นทำการ **ระบุความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่มีนัยสำคัญ (Salient Risks)** ที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน และนำมาประเมินผ่านกระบวนการ

**Human Rights Risk Assessment (HRRRA)** เพื่อจัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ

สำหรับความเสี่ยงที่ถูกจัดอยู่ในระดับสูง บริษัทจะดำเนินการจัดทำ **แผนการเยียวยา (Human Rights Impact Assessment: HRIA)** เพื่อกำหนดมาตรการรองรับอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งมีการ **ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง** เพื่อสร้างความมั่นใจว่าธุรกิจดำเนินไปอย่างโปร่งใส เคารพสิทธิมนุษยชน และสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

### การดำเนินงานปี 2568



เป้าหมาย

จำนวนข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

0 กรณี



ผลการดำเนินงาน

ไม่มีข้อร้องเรียน

ด้านสิทธิมนุษยชนในปี 2568

## การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน คู่ค้า และชุมชนอย่างเป็นธรรม

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด ตระหนักถึงความสำคัญอย่างยิ่งของการเคารพ คุ้มครอง และส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจของบริษัท เนื่องจากการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าโภคภัณฑ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับแรงงาน การจัดหาสินค้า การให้บริการลูกค้า และความสัมพันธ์กับชุมชน บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ มุ่งมั่นบูรณาการหลักการด้านสิทธิมนุษยชนเข้ากับการบริหารจัดการองค์กร โดยยึดถือหลักการสากลด้านสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะหลักการที่ระบุว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิในทุกรูปแบบ รวมถึงการส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เป็นธรรม เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเท่าเทียม และการไม่เลือกปฏิบัติต่อพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

### กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD)

บริษัทฯ ได้จัดทำกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนตามหลักการที่ระบุว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชนของสหประชาชาติ (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) เพื่อป้องกัน ลด และจัดการความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นระบบตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจของบริษัท โดยมุ่งเน้นการบูรณาการหลักการด้านสิทธิมนุษยชนเข้ากับการดำเนินธุรกิจค้าปลีก การบริหารจัดการองค์กร และการจัดหาสินค้า เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ESG) โดยมีขั้นตอนสำคัญดังนี้

- 1) **การกำหนดขอบเขตการตรวจสอบประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน** บริษัทฯ กำหนดขอบเขตการตรวจสอบให้ครอบคลุมกระบวนการหลักของธุรกิจค้าปลีก ได้แก่ การบริหารทรัพยากรบุคคล การดำเนินงานหน้าร้านและหลังร้าน การจัดซื้อจัดหาและคู่ค้า การให้บริการลูกค้า การใช้ผู้รับเหมาหรือผู้ให้บริการ ภายนอก รวมถึงความสัมพันธ์กับชุมชนโดยรอบ ซึ่งการตรวจสอบครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียที่อาจได้รับผลกระทบอย่างรอบด้าน ทั้งพนักงานทุกระดับ คู่ค้า ผู้รับเหมาช่วง ลูกค้า และชุมชนในพื้นที่ที่ บริษัท ดำเนินธุรกิจ รวมถึงทุกช่องทางทางการจำหน่ายและการให้บริการของบริษัท

#### ● **ขอบเขตด้านบุคคล**

นโยบายและกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนนี้ใช้บังคับกับบุคลากรทุกระดับของบริษัท ตั้งแต่คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงานประจำ พนักงานสัญญาจ้าง พนักงานหน้าร้าน พนักงานสำนักงาน พนักงานชั่วคราว นักศึกษาฝึกงาน ตลอดจนบุคคลอื่นใดที่ปฏิบัติงาน ภายใต้การควบคุมหรือปฏิบัติงานในนามของบริษัท โดยไม่คำนึงถึงรูปแบบการจ้างงานหรือสถานที่ปฏิบัติงาน

- **ขอบเขตด้านการปฏิบัติงาน** กระบวนการตรวจสอบครอบคลุมการดำเนินงานและกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ตั้งแต่การจ้างงานและการบริหารทรัพยากรบุคคล การกำหนดค่าจ้างและสวัสดิการ ชั่วโมงการทำงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน การดำเนินงานค้าปลีกและการให้บริการลูกค้า การจัดการร้านค้า การสื่อสารและการให้ข้อมูล อย่างเป็นธรรม การจัดซื้อจัดหา และการคัดเลือกซัพพลายเออร์ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติหน้าที่ของทุกหน่วยงาน ภายในองค์กร

- **ขอบเขตด้านผู้มีส่วนได้เสีย** กระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนครอบคลุมการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินธุรกิจของบริษัทไม่ว่าจะเป็นพนักงานและแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน ลูกค้าและ ผู้บริโภค คู่ค้า ซัพพลายเออร์ ผู้รับเหมาและผู้ให้บริการภายนอก ตลอดจนชุมชนโดยรอบสถานประกอบการ ร้านค้า และพื้นที่ที่บริษัทดำเนินธุรกิจ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
  - **ขอบเขตด้านสถานที่ และช่องทางการให้บริการ** นโยบายและกระบวนการตรวจสอบนี้ใช้บังคับกับสถานที่และช่องทางการดำเนินธุรกิจทั้งหมดของ บริษัท ครอบคลุมสำนักงานใหญ่ ร้านค้าทุกสาขาสถานที่ ปฏิบัติงานของผู้รับเหมาหรือผู้ให้บริการ ภายนอกที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ตลอดจนช่องทางการจำหน่ายและการให้บริการอื่น ๆ เช่น ช่องทางออนไลน์ แพลตฟอร์มดิจิทัล และกิจกรรมทางการตลาดหรือส่งเสริมการขายในทุกรูปแบบ
  - **ขอบเขตด้านกระบวนการจัดการและการกำกับดูแล** ครอบคลุมกระบวนการป้องกัน การประเมินความเสี่ยง การติดตาม ตรวจสอบ การรับเรื่องร้องเรียน การสอบสวน และการเยียวยาในกรณีที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน ให้เป็นไปตามหลักความเป็นธรรม โปร่งใส และคุ้มครองผู้เกี่ยวข้อง
  - **ขอบเขตด้านมาตรฐานและหลักการอ้างอิง** นโยบายจัดทำขึ้นโดยอ้างอิงกฎหมายที่เกี่ยวข้องตามหลักธรรมาภิบาล และหลักการสากลด้านสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะ United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs) และแนวทางด้านความยั่งยืนภายใต้กรอบ ESG
- 2) **การระบุประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้อง** บริษัทฯ ดำเนินการทบทวนและวิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน ทั้งในส่วนการดำเนินงานภายในและ กลุ่มคู่ค้า โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น การเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว รวมถึงความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อจัดทำ เป็นรายการตรวจสอบ (Checklist) สำหรับการประเมินผลกระทบในเชิงลึก
- 3) **การจัดลำดับความสำคัญประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน** บริษัทฯ นำประเด็นความเสี่ยงที่ระบุได้มาประเมินเพื่อจัดลำดับความสำคัญโดยใช้ตารางประเมินความเสี่ยง (Risk Matrix) ที่พิจารณาจากความรุนแรงของผลกระทบ (Severity) และโอกาสในการเกิด (Likelihood) เพื่อกำหนดระดับความเสี่ยงและแผนการจัดการที่เหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีการติดตามและทบทวนการประเมินความเสี่ยงอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรการป้องกันและลดผลกระทบมีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

ระดับความเสี่ยง	โอกาสที่จะเกิดขึ้น (ความถี่)	ลักษณะของผลกระทบที่จะเกิดขึ้น		
		ระดับผลกระทบ	จำนวนผู้ได้รับผลกระทบ	ความสามารถในการเยียวยา
5 (ระดับสูงมาก)	>1 ครั้งต่อเดือน	ผู้มีส่วนได้เสียเสียชีวิต	มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้างหรือเกินขอบเขตของพื้นที่ปฏิบัติการ	ไม่สามารถควบคุมหรือบรรเทาผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนให้กลับสู่ภาวะปกติและ/หรือใช้ระยะเวลาในการเยียวยา มากกว่า 5 ปี
4 (ระดับสูง)	1 ครั้งต่อเดือน	ผู้มีส่วนได้เสียทุพพลภาพ	มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียมากกว่า 1 กลุ่ม ขึ้นไป เช่น กระทบทั้งลูกค้ำและพนักงานเป็นต้น	ควบคุมหรือบรรเทาผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนให้กลับสู่ภาวะปกติได้ในระยะเวลา 3-5 ปี
3 (ระดับปานกลาง)	4 – 6 ครั้งต่อปี	ผู้มีส่วนได้เสียได้รับบาดเจ็บสาหัสและหยุดงานเกินกว่า 3 วัน	มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียส่วนใหญ่เพียง 1 กลุ่ม เช่น ลูกค้ำ หรือคู้ค้ำ หรือชุมชนหรือพนักงานหลายราย	สามารถควบคุมหรือบรรเทาผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนให้กลับสู่ภาวะปกติได้ในระยะเวลา 1-3 ปี
2 (ระดับต่ำ)	2 – 3 ครั้งต่อปี	ผู้มีส่วนได้เสียได้รับบาดเจ็บและต้องพบแพทย์	มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียบางกลุ่ม เพียง 1 กลุ่ม เช่น กระทบแค่ลูกค้ำ หรือคู้ค้ำ หรือชุมชน หรือพนักงานบางส่วนเท่านั้น	สามารถเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องให้กลับสู่ภาวะปกติได้ในระยะเวลา มากกว่า 3 เดือน แต่น้อยกว่า 1 ปี
1 (ระดับต่ำมาก)	เกิด 1 ครั้งต่อปี	ไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของพนักงานหรือผู้มีส่วนได้เสีย (ปฐมพยาบาลเองเบื้องต้น)	ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง	สามารถควบคุมหรือบรรเทาผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนให้กลับสู่ภาวะปกติได้ในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน

การจัดลำดับความสำคัญประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

Risk Matrix		ระดับโอกาสเกิด (Likelihood Level)				
		1 (ระดับต่ำมาก)	2 (ระดับต่ำ)	3 (ระดับปานกลาง)	4 (ระดับสูง)	5 (ระดับสูงมาก)
ระดับผลกระทบ (Impact Level)	5 (ระดับสูงมาก)					
	4 (ระดับสูง)					
	3 (ระดับปานกลาง)					
	2 (ระดับต่ำ)					
	1 (ระดับต่ำมาก)					

- 4) **การจัดมาตรการบรรเทาผลกระทบและป้องกัน** บริษัทฯ ได้พัฒนามาตรการเพื่อลดผลกระทบจากประเด็นที่มีความเสี่ยงสูง โดยมุ่งเน้นการควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เป็นแนวทางป้องกันในระยะยาว
- 5) **การติดตามและทบทวนผล** เนื่องจากความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอาจเปลี่ยนแปลง ตามกิจกรรมและ ผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จึงดำเนินการทบทวนและติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดตัวชี้วัด เช่น ร้อยละของพนักงานที่ผ่านการอบรมด้านสิทธิมนุษยชน และจำนวนข้อร้องเรียน พร้อมรายงานผล ผ่านรายงานประจำปี
- 6) **การแก้ไขและเยียวยา** บริษัทฯ ได้จัดให้มีกลไกรับเรื่องร้องเรียนจากเหตุการณ์ละเมิดสิทธิมนุษยชน และกำหนดแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสม รวมถึงการเยียวยาทั้งทางการเงินและไม่ใช้การเงินแก่ผู้ได้รับผลกระทบ โดยนำบทเรียนไปปรับปรุงมาตรการป้องกัน
- 7) **มาตรการการแก้ไข** มาตรการการเยียวยาและการสอบสวนถูกดำเนินการภายใต้กฎระเบียบของบริษัทฯ ซึ่งรวมถึงแนวทางจัดการเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง

## กลไกการแก้ไขและเยียวยา

หลังจากประเมินความเสี่ยงแล้ว บริษัทฯ มีขั้นตอนในการแก้ไขและกระบวนการเยียวยาผลกระทบ มีรายละเอียดดังนี้



### 1. การระบุความเสี่ยงและแผนการลดผลกระทบ

บริษัทฯ ได้รวมผลการประเมินความเสี่ยงจากทุกพื้นที่ปฏิบัติการ เพื่อนำเสนอต่อคณะทำงานหลัก เพื่อพิจารณาและตัดสินใจในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน จากนั้นจะนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการความเสี่ยง ขององค์กร เพื่อกำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละประเด็น พร้อมจัดทำแผนการบรรเทาความเสี่ยง โดยเน้นการลดโอกาสและ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น



### 2. ดำเนินการตามแผนบรรเทาความเสี่ยง

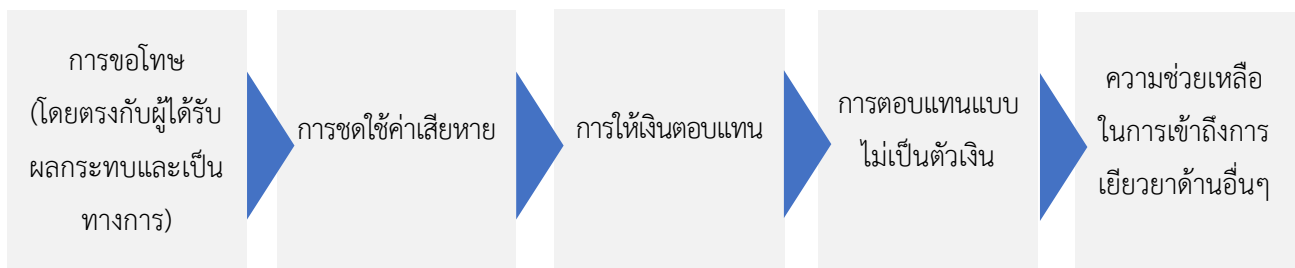
บริษัทฯ ดำเนินการตามแผนบรรเทาความเสี่ยงที่กำหนดไว้ พร้อมรายงานความคืบหน้าและกำกับดูแลผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ รวมถึงการแจ้งเตือนเหตุที่ต้องเฝ้าระวัง และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจริง



### 3. การเยียวยาผลกระทบ

หากเกิดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ จะดำเนินการเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างเหมาะสม ติดตามผลการเยียวยา ปรับปรุงแนวทางแก้ไขและสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่องจนครบวงจร การเข้าสู่สภาวะปกติ

#### แนวทางการเยียวยาของบริษัท



#### ผลการดำเนินงาน

ในรอบปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบรายงานเหตุการณ์ที่เข้าข่ายการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินงานในทุกมิติ โดยบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการรักษามาตรฐานการจ้างงานที่เป็นธรรม ซึ่งครอบคลุมถึงการไม่มีการเลือกปฏิบัติ และการไม่ใช้แรงงานผิดกฎหมายในทุกส่วนงานอย่างสิ้นเชิง พร้อมทั้งมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล และประวัติการทำธุรกรรมของลูกค้าอย่างเข้มงวดตามหลัก PDPA และจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ ในความเป็นส่วนตัวอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการดำเนินงานและการอยู่ร่วมกับชุมชน โดยมีการพัฒนาระบบบริหารจัดการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานอย่างเคร่งครัด ส่งผลให้ไม่มีข้อร้องเรียนด้านผลกระทบต่อสุขภาพจากชุมชนโดยรอบตลอดปีที่ผ่านมา ประสิทธิภาพของกลไกรับเรื่องร้องเรียนที่โปร่งใสยังสะท้อนผ่านการที่ไม่มีกรณีใดถูกยกระดับเป็นความผิดด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งผลลัพธ์ที่เป็นศูนย์ หรือ **Zero Incidents** นี้ ถือเป็นเครื่องยืนยันถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

#### ความเสี่ยงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Salient Risks)

พนักงาน	ชุมชน	ลูกค้า	ลูกค้า
<p>1. การเลือกปฏิบัติต่อพนักงานในกระบวนการจ้างงาน การเลื่อนตำแหน่ง และการปฏิบัติงาน</p> <p>2. สุขภาพ ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานหน้าร้านและสำนักงานใหญ่</p> <p>3. ความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน</p>	<p>4. การจัดการของเสีย น้ำเสีย เสียงหรือฝุ่นจากการดำเนินงาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของชุมชนโดยรอบ</p>	<p>5. การเลือกปฏิบัติต่อลูกค้า</p> <p>6. การรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า</p>	<p>7. การเลือกปฏิบัติกับลูกค้า</p> <p>8. การให้บริการลูกค้า</p> <p>9. การรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า</p>



## ความผูกพันของพนักงาน



บริษัทเชื่อมั่นว่าพนักงานคือพลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน การสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กรจึงเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี เพิ่มประสิทธิภาพ และส่งเสริมความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ในการ **จัดทำ แผนงาน Engagement ประจำปี** เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วม และการสื่อสารระหว่างพนักงานกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง แผนงานดังกล่าวจะช่วยสะท้อนความต้องการของพนักงาน นำมาสู่การกำหนดกิจกรรมและมาตรการที่ตอบสนองต่อความคาดหวังได้อย่างเหมาะสม ทั้งยังช่วยสร้างแรงจูงใจ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจในระยะยาว อันเป็นรากฐานของการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนขององค์กร

บริษัทเชื่อมั่นว่าการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กรคือรากฐานสำคัญของความสำเร็จและการเติบโตอย่างยั่งยืน จึงได้จัดทำแผนงาน Engagement ประจำปี เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อความสุข ความภาคภูมิใจ และการมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยมีแผนการดำเนินงานดังนี้

### 1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

นำผลคะแนนความผูกพันของพนักงาน และ Feedback จากคณะกรรมการสวัสดิการประจำปี 2024 มาวิเคราะห์ เพื่อระบุจุดแข็งและประเด็นที่ควรพัฒนา

### 2. จัดทำ Focus Group

เปิดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงลึก เพื่อรับฟังมุมมองของพนักงานและสร้างการมีส่วนร่วมในทุกระดับ

### 3. พัฒนาแผนงาน Engagement

จัดทำแผนเพื่อเสริมสร้างความผูกพันในมิติต่าง ๆ เช่น การทำงานร่วมกัน การพัฒนาศักยภาพ ความสมดุลชีวิตกับการทำงาน และบรรยากาศองค์กร

### 4. ติดตามและประเมินผล

จัดทำแบบสำรวจความผูกพันของพนักงานในปี 2025 เพื่อติดตามความก้าวหน้าและประเมินประสิทธิผลของมาตรการที่ดำเนินการ

#### ผลการดำเนินงานปี 2568

เป้าหมาย



ร้อยละความผูกพันพนักงาน >80%

ผลการดำเนินงาน



ความผูกพันพนักงาน 81%

## ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานในปี 2568 พบว่าพนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรร้อยละ 79 ซึ่งแม้จะมีสัดส่วนลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับร้อยละ 80 ในปี 2567 และยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 แต่ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการรักษามาตรฐานความผูกพันให้อยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จที่โดดเด่นอย่างยิ่งคืออัตราการลาออกโดยสมัครใจของพนักงานที่มีแนวโน้มลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากร้อยละ 40.02 ในปี 2567 ลงมาอยู่ที่ร้อยละ 24.72 ในปี 2568 ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการดูแลบุคลากรและการสร้างความเชื่อมั่นในสายอาชีพอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ตลอดปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบเหตุการณ์การรวมกลุ่มของพนักงานเพื่อเจรจาต่อรองเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการ รวมถึงไม่มีกรณีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิความเสมอภาคและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งเป็นสถิติที่รักษาไว้ได้ในระดับศูนย์ต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ผลลัพธ์เหล่านี้เป็นเครื่องยืนยันถึงประสิทธิภาพของระบบการจัดการทรัพยากรบุคคลที่ดำเนินไปอย่างมีจริยธรรมและโปร่งใส อันเป็นปัจจัยหลักที่สนับสนุนให้ บริษัทฯ เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
ร้อยละความผูกพันพนักงาน	%	80%	79%	81%
ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	%	N/A	40.02%	24.72%
การรวมกลุ่มของพนักงานเพื่อเจรจาทะลุกับบริษัทเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการของพนักงาน	จำนวนครั้ง	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิความเสมอภาค และการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม	จำนวนครั้ง	0	0	0
ร้อยละของพนักงานที่ได้รับค่าจ้างเท่ากับหรือมากกว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด	%	100%	100%	100%



## รักษาความลับและความปลอดภัย ของข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)



บริษัทตระหนักดีว่าการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการรักษาความปลอดภัยทางข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การดำเนินงานด้านนี้จึงไม่เพียงแต่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เท่านั้น แต่ยังเป็นรากฐานในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบ บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์สำคัญคือการ **ซ้อมเสมือนจริงตามแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (BCP: IT)** เพื่อทดสอบความพร้อมของระบบและบุคลากรในการป้องกันและรับมือความเสี่ยงด้านข้อมูล แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการเสริมสร้างมาตรการด้านความปลอดภัยข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

### การดำเนินงานปี 2568

เป้าหมาย



จำนวนข้อร้องเรียนเรื่อง PDPA

0 กรณี

ผลการดำเนินงาน



ไม่มีข้อร้องเรียน

ด้านข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ในปี 2568

เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยด้านข้อมูลและรักษามาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทได้กำหนดแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งการซ้อมเสมือนจริงของแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (BCP: IT) และการจัดการตามข้อกำหนดของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. การซ้อมเสมือนจริงของ BCP (IT)

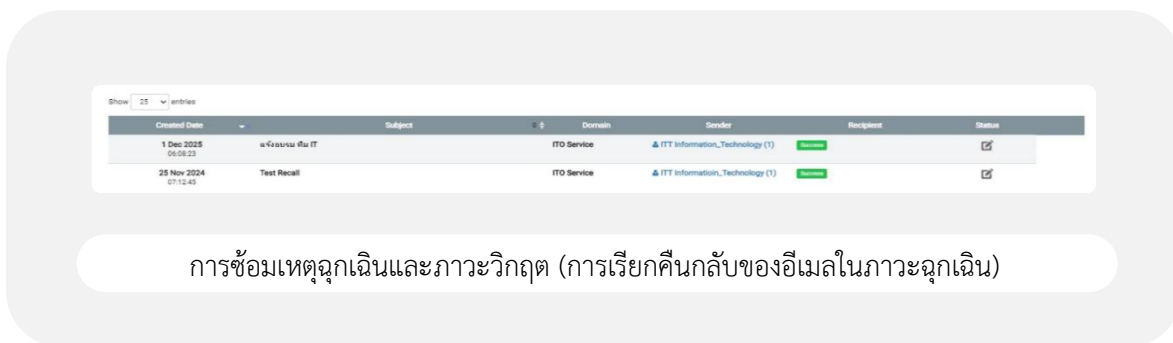
บริษัทได้ดำเนินการอบรมให้แก่ผู้ใช้งานเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้าน PDPA พัฒนาระบบรองรับการเรียกคืนข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจรั่วไหลจากช่องทางอีเมล จัดทำตัวอย่างข้อมูลเพื่อใช้ทดสอบสถานการณ์จริง รวมถึงการจำลองเหตุการณ์การรั่วไหลภายในองค์กร พร้อมทั้งดำเนินการเจาะระบบ (Penetration Test) เพื่อตรวจหาช่องโหว่ด้าน Cyber Security และยกระดับมาตรการป้องกันให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

#### 2. การจัดการด้านนโยบายและมาตรการ PDPA

บริษัทได้ทบทวนนโยบายด้าน PDPA อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เผยแพร่และสื่อสารนโยบายดังกล่าวให้พนักงานทั้งองค์กรรับทราบและปฏิบัติตามอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประเมินและตรวจสอบความเพียงพอของมาตรการควบคุม เพื่อสร้างความมั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทมีความปลอดภัย โปร่งใส และเคารพสิทธิข้อมูลส่วนบุคคลของทุกฝ่ายอย่างแท้จริง

## ผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างความมั่นคงปลอดภัยผ่านกระบวนการซ่อมเสมือนจริงของแผน BCP IT โดยจัดให้มีการอบรมความรู้ด้าน PDPA และพัฒนาระบบรองรับการเรียกคืนข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจรั่วไหลจากช่องทางอีเมล นอกจากนี้ ยังมี การจำลองเหตุการณ์และดำเนินการเจาะระบบ หรือ Penetration Test เพื่อตรวจหาช่องโหว่ทางไซเบอร์และยกระดับมาตรการ ป้องกันให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ควบคู่ไปกับการทบทวนนโยบายและมาตรการควบคุมอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนิน ธุรกิจของบริษัทฯ มีความปลอดภัยและเคารพสิทธิข้อมูลส่วนบุคคลของทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง



ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาสะท้อนถึงความสำเร็จในการรักษามาตรฐานความปลอดภัยได้อย่างดีเยี่ยม โดยบริษัทฯ สามารถรักษาจำนวนข้อร้องเรียนเรื่อง PDPA และจำนวนเหตุการณ์ข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหลให้เป็นศูนย์ได้อย่างต่อเนื่องตลอดสามปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงรักษาวินัยในการเตรียมความพร้อมผ่านการซ่อมเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤตเป็นจำนวน 1 ครั้ง ต่อปีอย่างสม่ำเสมอ ข้อมูลเหล่านี้เป็นเครื่องยืนยันถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการปกป้องข้อมูลสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อความมั่นคงของธุรกิจในระยะยาว

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
จำนวนข้อร้องเรียนเรื่อง PDPA	จำนวนกรณี	0	0	0
ร้อยละของพนักงานที่ได้รับการอบรมด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	%	N/A	N/A	67.87%
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีที่บริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล	จำนวนเหตุการณ์	0	0	0
จำนวนครั้งของการซ่อมเหตุฉุกเฉินและภาวะวิกฤต	ครั้ง	1	1	1
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจ	จำนวนกรณี	0	0	0



## ความช่วยเหลือทางสังคม



บริษัทตระหนักถึงบทบาทขององค์กรในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงได้กำหนดกลยุทธ์ด้านความช่วยเหลือทางสังคมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างโอกาสที่เท่าเทียม โดยมีโครงการสำคัญ ได้แก่ **การจ้างงานคนพิการและผู้สูงอายุ** เพื่อเสริมสร้างอาชีพที่มั่นคง **การสนับสนุนรายได้และการจ้างงานในชุมชน** เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น **การมอบทุนการศึกษาแก่ผู้ด้อยโอกาส** เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพเยาวชน รวมถึง **โครงการบริการชุมชน** เช่น การลอกท่อสาธารณะ และการบริจาคคอมพิวเตอร์ให้แก่โรงเรียน เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการแบ่งปันคุณค่าและเติบโตไปพร้อมกับสังคมอย่างยั่งยืน

- 1. ด้านการสร้างโอกาสทางอาชีพ** บริษัทได้จ้างงานคนพิการตามจำนวนที่กฎหมายกำหนด และขยายโอกาสให้ผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีเข้ามาทำงานในหลายแผนก พร้อมทั้งมีการติดตามและสรุปผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- 2. ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น** บริษัทได้สนับสนุนรายได้แก่ชุมชนโดยว่าจ้างร้านอาหารรอบพื้นที่จัดทำอาหารกลางวันให้พนักงาน รวมถึงว่าจ้างร้านค้าในชุมชนผลิตป้ายโฆษณา ป้ายไว้นิล และคู่มือพนักงาน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ขณะเดียวกัน บริษัทได้สนับสนุนทุนการศึกษาและกิจกรรมแก่โรงเรียนของรัฐรอบสำนักงานใหญ่ พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลและสรุปผลที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังมีการจ้างงานพนักงานสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศจากคนในชุมชนโดยรอบ เพื่อสร้างงานและรายได้ในท้องถิ่นโดยตรง

- 3. ด้านการพัฒนาสังคม** บริษัทได้จัดทำโครงการบริการชุมชน เช่น การลอกท่อระบายน้ำในพื้นที่อุดมสุข 26 การสนับสนุนอาหารกลางวันและบุคลากรให้กับสถานศึกษา รวมถึงการจัดตั้งกองทุนเพื่อช่วยเหลือชุมชนในยามเกิดภัยพิบัติ อีกทั้งยังได้ดำเนินโครงการบริจาคคอมพิวเตอร์ให้กับโรงเรียน โดยตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ จัดทำเอกสารขอตัดจำหน่าย ติดต่อกับสถานศึกษาที่มีความต้องการ และส่งมอบพร้อมติดตั้งอุปกรณ์อย่างครบถ้วน

ตลอดจนมีการสรุปผลการดำเนินงานในทุกโครงการ เพื่อยืนยันถึงความโปร่งใสและประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านสังคมอย่างเป็นรูปธรรม

## ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานในปี 2568 สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการแบ่งปันคุณค่าสู่สังคมอย่างเป็นรูปธรรม โดย บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการริเริ่มด้านสังคม จำนวน 5 โครงการ ซึ่งเป็นระดับที่รักษาไว้ได้อย่างสม่ำเสมอตลอดสามปีที่ผ่านมา โดย บริษัทฯ ได้เพิ่มงบประมาณสนับสนุนเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชนเป็นจำนวน 447,635,587 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับปี 2567 ที่มียอดรวม 324,030,280 บาท นอกจากนี้ประสิทธิภาพในการอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างเกื้อกูลสะท้อนผ่านการที่ไม่มีข้อพิพาทกับชุมชนและสังคมเกิดขึ้นเลยตลอดปีที่ผ่านมา ความสำเร็จเหล่านี้ถือเป็นเครื่องยืนยันถึงความรับผิดชอบที่ บริษัทฯ มีต่อส่วนรวมเพื่อการเติบโตไปพร้อมกับสังคมอย่างยั่งยืน

### ผลการดำเนินงานปี 2568

เป้าหมาย



จำนวนโครงการริเริ่มด้านสังคม  
**5 โครงการ**



จำนวนโครงการริเริ่มด้านสังคมในปี 2568  
**6 โครงการ** ดังนี้

- โครงการจ้างงานคนพิการและผู้สูงอายุ
- โครงการสนับสนุนรายได้ชุมชน
- โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาผู้ด้อยโอกาส
- โครงการการจ้างงานในชุมชน
- โครงการช่วยเหลืออุทกภัย ชาติใหญ่
- โครงการบริจาคคอมพิวเตอร์

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
จำนวนโครงการริเริ่มด้านสังคม	จำนวนโครงการ	5	5	6
จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน/สังคม	จำนวนข้อพิพาท	0	0	0
จำนวนเงินรวมที่ใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและช่วยเหลือชุมชน/สังคม	บาท	0	324,030,280	447,635,587

## โครงการจ้างงานคนพิการและผู้สูงอายุ

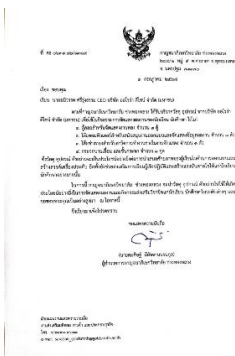
บริษัทดำเนินการจ้างงานคนพิการตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนดอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง ตุลาคม 2567 - กันยายน 2568 มีการจ้างงานคนพิการจำนวน 19 คน และช่วง ตุลาคม 2568 - กันยายน 2569 จำนวน 22 คน ซึ่งก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคม (SROI) คิดเป็นมูลค่า 2,649,900.00 บาท

นอกจากนี้ บริษัทได้ดำเนินการจ้างงาน ผู้สูงอายุ จำนวน 2 อัตรา เพื่อส่งเสริมโอกาสในการทำงาน และการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

## โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาผู้ด้อยโอกาส

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนในชุมชนโดยรอบสำนักงานใหญ่ ทั้งนี้ บริษัทได้จัดทำและสนับสนุนกิจกรรมด้านการศึกษา รวมถึงมอบทุนการศึกษาให้แก่โรงเรียนของรัฐในพื้นที่ เพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้และสร้างโอกาสทางการศึกษาอย่างยั่งยืน

เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2568 บริษัทได้สนับสนุนกิจกรรมและทุนการศึกษา ณ โรงเรียนอำนวยการศิริอนุสรณ์ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมความรู้ด้าน ทัศนศึกษาและทอผ้า เพื่อสร้างความเข้าใจพื้นฐานด้านอาชีพ และเป็นแรงบันดาลใจให้แก่เด็กนักเรียนในการพัฒนาทักษะและต่อยอดสู่ออนาคต ก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคม (SROI) คิดเป็น มูลค่ารวม 74,388.50 บาท



เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2568 บริษัทได้สนับสนุนอุปกรณ์การเรียนรู้ด้าน คำปลีทอผ้า ให้แก่กาญจนาภิเษกวิทยาลัย ช่างทองหลวง ประกอบด้วยตู้แสดงผลิตภัณฑ์พร้อมอุปกรณ์จัดแสดงทัศนศึกษา จำนวน 12 ตู้ เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนและ เสริมสร้างประสบการณ์เชิงปฏิบัติให้แก่เด็กเรียนและนักศึกษา

เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2568 บริษัทได้สนับสนุนทุนการศึกษาแก่วิทยาลัยเทคนิคสมุทรสงคราม โดยนำเงินหลังหักค่าใช้จ่ายจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 8,000 บาท มอบเป็นทุนการศึกษา เพื่อส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนอย่างต่อเนื่อง

## โครงการสนับสนุนรายได้ชุมชน



บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินงานผ่านการสนับสนุนผู้ประกอบการและร้านค้าในท้องถิ่น โดยเลือกใช้สินค้าและบริการจากธุรกิจในพื้นที่ใกล้เคียงสำนักงานใหญ่ เพื่อกระจายรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน

ในปีรายงาน บริษัทได้สนับสนุนชุมชนผ่านการจ้างทำสินค้าและบริการต่าง ๆ จากร้านค้าและผู้ประกอบการ โดยรอบสำนักงานใหญ่ อาทิ การจัดหา อาหารกลางวันสำหรับพนักงานจากร้านค้าในพื้นที่เขตบางนา รวมถึงการจัดซื้อ ผลไม้ตัดแต่งจากรถผลไม้ในท้องถิ่น เพื่อใช้ในการดูแลสวัสดิการพนักงาน ซึ่งก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคม (SROI) คิดเป็นมูลค่า 7,490,386.13 บาท (ทั้งปี 2568)

## โครงการจ้างงานในชุมชน

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสทางอาชีพแก่ชุมชนท้องถิ่น โดยดำเนินนโยบายจ้างงานพนักงานสาขาในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และไม่จ้างงานนอกพื้นที่ในตำแหน่งพนักงานสาขา ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนและเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น

การดำเนินงานดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบเชิงสังคมเชิงบวก โดยประเมินมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) คิดเป็นมูลค่า 437,495,301 บาท

## โครงการช่วยเหลืออุทกภัย ภัยใหญ่



บริษัท ออโร่า ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือสังคมในยามเกิดภัยพิบัติ โดยเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2568 บริษัทได้ร่วม บริจาคสิ่งของอุปโภคบริโภค อาทิ น้ำดื่มและ อาหารพร้อมทาน เพื่อช่วยเหลือประชาชน ผู้ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยในพื้นที่ **อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา** รวมมูลค่า **500,000 บาท** โดยมอบให้แก่ **ศูนย์ช่วยเหลือ และอพยพชั่วคราว วัดคลองเรียน ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2568 บริษัทฯ โดย **คุณอนิรุทธิ์ ศรีรุ่งธรรม Chief Retail Development Officer** เป็นตัวแทน ได้ร่วมบริจาคข้าวสารและสิ่งของอุปโภคบริโภคที่จำเป็น รวมมูลค่า **400,000 บาท** เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่ภาคใต้ ผ่าน **มูลนิธิองค์กรทำดี** เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนในเบื้องต้น

## โครงการบริจาคคอมพิวเตอร์

ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการบริจาคอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้แก่หน่วยงานด้านการศึกษา และสาธารณสุข ได้แก่ **โรงเรียนสกลราชมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร** และ **โรงพยาบาล จิตเวชนครพนม** เพื่อสนับสนุน การเข้าถึง เทคโนโลยีสารสนเทศ และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการเรียน การสอน การบริหารงาน และการให้บริการด้าน สาธารณสุข

การดำเนินงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นของ บริษัทในการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม ลดความเหลื่อมล้ำ ด้านการเข้าถึงทรัพยากรทางเทคโนโลยี และสนับสนุน การพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานในท้องถิ่น อันนำไปสู่ การสร้างคุณค่าและผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างยั่งยืน



ภาพมอบขอบริจาคให้โรงเรียนสกลราช



ภาพมอบขอบริจาคให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ภาพมอบขอบริจาคให้โรงพยาบาลจิตเวชนครพนม



ภาพอุปกรณ์สำหรับการบริจาค



## การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าบนพื้นฐานของความเสมอภาค ความโปร่งใส และความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อร่วมกันสร้างคุณค่าและความเข้มแข็งให้กับห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management) โดยมุ่งพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมชาติ (ESG) เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันในระยะยาว

### แนวทางการบริหารจัดการคู่ค้า

บริษัทฯ ดำเนินการบริหารจัดการคู่ค้าภายใต้นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมถึงข้อตกลงร่วมกับคู่ค้า โดยยึดหลักความเป็นธรรม ความโปร่งใส และการปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายอย่างเท่าเทียม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปอย่างมีจริยธรรม สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทได้กำหนดจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติต่อคู่ค้า ดังนี้

- ดำเนินกระบวนการจัดซื้อจัดหาโดยยึดหลักจริยธรรมและความโปร่งใส พิจารณาความเหมาะสมทั้งด้านคุณภาพ ราคา และปริมาณ เพื่อให้คู่ค้าได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และไม่เลือกปฏิบัติ พร้อมทั้งส่งเสริมการแข่งขันอย่างเป็นธรรมภายใต้นโยบายและหลักเกณฑ์ที่สามารถปรับให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง
- กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการคัดเลือกและขึ้นทะเบียนคู่ค้าสำหรับการจัดหาสินค้าและบริการของบริษัท โดยใช้กระบวนการประเมินที่ครอบคลุมและเหมาะสม
- ดำเนินการประเมินคุณภาพและผลการปฏิบัติงานของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีมาตรฐานในการดำเนินงาน โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงการเคารพสิทธิมนุษยชน และ สนับสนุนให้คู่ค้าปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน

### การประเมินความเสี่ยงคู่ค้า

#### 1. มิติด้านเศรษฐกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล คำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล และให้ความสำคัญกับการสร้างการเติบโตทางธุรกิจบนพื้นฐานของการลงทุนที่เหมาะสมและคุ้มค่า เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจขององค์กร ควบคู่กับการสนับสนุนเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจโดยรวม

#### 2. สิ่งแวดล้อม (Environment)

บริษัทกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ และจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน อาทิ สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน แรงงานเด็ก สภาพการทำงาน ค่าตอบแทน อาชีวอนามัยและความปลอดภัย จริยธรรมทางธุรกิจ รวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต สินค้า และบริการของคู่ค้า ทั้งนี้ บริษัทสนับสนุนให้คู่ค้าดำเนินงานตามแนวทางการจัดหาอย่างยั่งยืนและแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมุ่งเน้นประเด็นสำคัญ ได้แก่

- การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การลดและควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้า
- การใช้น้ำอย่างคุ้มค่าและการลดปริมาณการใช้น้ำ
- การจัดการของเสีย การส่งเสริมการรีไซเคิล และการนำกลับมาใช้ซ้ำ

### 3. สังคม (Social)

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ดูแลและคำนึงถึงลูกค้าอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนโดยรอบ การดำเนินงานด้านสังคมครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่

- การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
- การเคารพสิทธิมนุษยชนและการป้องกันแรงงานเด็ก
- การเสริมสร้างความผูกพันและความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน
- การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
- การมีส่วนร่วมและการช่วยเหลือสังคมและชุมชน

### 4. บรรษัทภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance)

บริษัทจัดตั้งโครงสร้างการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล เพื่อกำหนดและขับเคลื่อนนโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความยั่งยืน นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงจรรยาบรรณและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานให้สอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลของหน่วยงานกำกับดูแล กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และแนวปฏิบัติสากล บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความต่อเนื่องทางธุรกิจ พร้อมทั้งมุ่งพัฒนากระบวนการตรวจสอบและการควบคุมภายในอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรด้านจริยธรรม ความโปร่งใส และความรับผิดชอบ เพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

#### หลักเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้าเพื่อขึ้นทะเบียน (Approved Vendor List: AVL)

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกคู่ค้าเพื่อขึ้นทะเบียนในบัญชีรายชื่อผู้ขาย โดยพิจารณาจากผลการประเมินตามระดับคะแนน ดังนี้

- **เกรด A (90%–100%)** คู่ค้าที่มีผลการประเมินในระดับดีมาก และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นคู่ค้า
- **เกรด B (70%–89%)** คู่ค้าที่ผ่านการประเมินในระดับดี และได้รับการขึ้นทะเบียนในบัญชีรายชื่อผู้ขาย
- **เกรด C (50%–69%)** คู่ค้าที่ผ่านการประเมินในระดับปานกลาง โดยได้รับแจ้งให้ปรับปรุงและยังคงอยู่ในบัญชีรายชื่อผู้ขาย
- **เกรด D (0%–49%)** คู่ค้าที่มีผลการประเมินต่ำ โดยได้รับแจ้งให้ปรับปรุง และอาจพิจารณาถอดออกจากบัญชีรายชื่อผู้ขาย

## ผลการดำเนินงาน

รายละเอียดตัวชี้วัด	หน่วย	2566	2567	2568
ร้อยละของคู่ค้ารายใหม่ของบริษัทที่ผ่านการคัดกรองประเด็นด้านความยั่งยืน	%	N/A	100%	100%
ร้อยละของคู่ค้ารายสำคัญที่ร่วมลงนามปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของธุรกิจ	%	0%	11%	62%

## ผลการประเมิน ESG

สำหรับการประเมินคู่ค้า บริษัทได้ดำเนินการจัดส่งแบบฟอร์มการประเมินด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ให้แก่คู่ค้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ เพื่อให้คู่ค้าดำเนินการประเมินตนเอง (Self-Assessment) ทั้งนี้ บริษัทได้นำข้อมูลที่ได้รับมาสรุปผลการประเมินด้าน ESG ของคู่ค้าประจำปี 2568 โดยสามารถจำแนกผลการประเมินตามระดับคะแนนในแต่ละมิติ ดังนี้

เกรดการประเมิน ESG	Environment (E)	Social (S)	Governance (G)
A	42	53	44
B	109	98	110
C	69	73	68
D	12	8	10
รวมจำนวนคู่ค้าทั้งสิ้น	232	232	232

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

## GRI Content Index


GRI Standard	Disclosure	Location (Page No.)	Requirements Omitted	Reason	Explanation
GRI 2: General Disclosures 2021					
2-1	Organizational details	Page 7-11		-	-
2-2	Entities included in the sustainability report	Page 3		-	-
2-3	Reporting period, frequency, and contact point	Page 3		-	-
2-6	Activities, value chain, and other business relationships	Page 11		-	-
2-12	Role of the highest governance body in overseeing sustainability	Page 28-32		-	-
2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	Page 1-2, 28-32		-	-
2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	Page 28-32		-	-
2-16	Communication of critical concerns	Page 68-74		-	-
2-23	Policy commitments	Page 4-6, 34-36		-	-
2-24	Embedding policy commitments	Page 4-6, 34-36		-	-
GRI 3: Material Topics 2021					
3-1	Process to determine material topics	Pages 14-15		-	-
3-2	List of material topics	Pages 14-27		-	-
GRI 200: Economic Topics					
201-1	Direct economic value generated and distributed	Pages 33		-	-
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	Page 88		-	-

GRI Standard	Disclosure	Location (Page No.)	Requirements Omitted	Reason	Explanation
203-1	Infrastructure investments and services supported	Page 38-63	-	-	-
203-2	Significant indirect economic impacts	Page 80-85	-	-	-
GRI 300: Environmental Topics					
302-1	Energy consumption within the organization	Page 50-53	-	-	-
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	Page 48-49	-	-	-
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Page 48-53	-	-	-
306-2	Waste by type and disposal method	Page 56-63	-	-	-
303-5	Water consumption	Page 54-55	-	-	-
GRI 400: Social Topics					
403-1	Occupational health and safety management system	Page 64-66	-	-	-
401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	-	Omission	Due to benefits sensitivity	The company will consider disclosing this information in 2026.
403-6	Promotion of employee health	Page 64-66	-	-	-
404-2	Programs for upgrading employee skills	Page 75-76	-	-	-
413-1	Operations with local community engagement	Page 80-85	-	-	-
416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	Page 45-47	-	-	-
418-1	<b>Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data</b>	<b>Page 77-79</b>	-	-	-



AURORA

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)



[www.auroradesign.co.th](http://www.auroradesign.co.th)