แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2568
แบบ 56-1 One Report
ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-One Report)

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

1. โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ 1

1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ 16

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท 47

1.4 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 49

1.5 การออกหลักทรัพย์อื่น 50

1.6 นโยบายการจ่ายเงินปันผล 51

2. การบริหารจัดการความเสี่ยง

2.1 นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง 52

2.2 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท 54

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน 61

3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ 72

3.3 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม 81

3.4 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม 110

4. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

4.1 วิเคราะห์การดำเนินงานและฐานะทางการเงินการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 162

4.2 ปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่อาจมีผลต่อฐานะการเงินหรือการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ 176

4.3 ข้อมูลจากงบการเงิน และอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ 177

5. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

5.1 ข้อมูลทั่วไป 192

5.2 ข้อมูลสำคัญอื่น 194

5.3 ข้อพิพาททางกฎหมาย 196

5.4 ตลาดรอง 197

5.5 สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ (กรณีออกตราสารหนี้) 198

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ

6. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

6.1 ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ 199

6.2 จรรยาบรรณธุรกิจ (ถ้ามี) 219

6.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของนโยบายและระบบการกำกับดูแลกิจการในรอบปีที่ผ่านมา 241

7. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการคณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ

7.1 โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ 244

7.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ 246

7.3 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย 266

7.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร 275

7.5 ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน 282

7.6 ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ 286

8. รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ

8.1 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา 290

8.2 รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบในรอบปีที่ผ่านมา 325

8.3 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ 327

9. การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน

9.1 การควบคุมภายใน 333

9.2 รายการระหว่างกัน 336

ส่วนที่ 3 งบการเงิน

รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน 344

รายงานของผู้สอบบัญชีอนุญาต 346

งบการเงิน 353

หมายเหตุประกอบงบการเงิน 362

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ 405

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน

1. โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งดีไซน์และฟังก์ชัน ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสรรได้ตรงตามความต้องการ ประกอบกับราคาที่สมเหตุสมผลและคุณภาพที่ไว้วางใจได้ ส่งผลให้แบรนด์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคตลาดมวลชน (Mass-market consumer) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ “Moshi Moshi” มุ่งมั่นสู่การเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์ทันสมัย สวยงาม และฟังก์ชันการใช้งานที่ครบครัน ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับการติดตามเทรนด์การออกแบบอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบการนำเสนอให้มีความหลากหลายและเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น

จากการดำเนินงานภายใต้แนวคิดดังกล่าว “Moshi Moshi” เป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคด้วยความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์ทันสมัยและฟังก์ชันการใช้งานที่ตอบโจทย์ พร้อมนำเสนอในราคาที่จับต้องได้โดยยังคงรักษามาตรฐานคุณภาพที่ดี โดยสินค้าทุกชิ้นได้รับการออกแบบให้สวยงาม มีประโยชน์ใช้สอย สร้างความประทับใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้วยประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าที่คุ้มค่าและตอบสนองความต้องการอย่างครบครัน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีสินค้าหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากถึง 13 กลุ่ม ได้แก่ เครื่องใช้ในบ้าน (Home Furnishing) กระเป๋า (Bag) เครื่องเขียน (Stationery) ตุ๊กตา (Plush Toy) ของใช้แฟชั่น (Fashion) อุปกรณ์เสริมความงาม (Beauty) เครื่องแต่งกาย (Apparel) เครื่องสำอาง (Cosmetic) อุปกรณ์ด้านไอที (IT) ของเล่น (Toy) อาหารและเครื่องดื่ม (Food & Drink) สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Accessories) และหมวดอื่น ๆ (Others) ที่เตรียมขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาหรือสถานการณ์นั้น ๆ เช่น การจำหน่ายพวงกุญแจแบบ DIY และเปิดตัวสินค้า Collaboration การ์ตูนลิขสิทธิ์หรือศิลปินที่มีชื่อเสียง เป็นต้น โดยมีจำนวนหน่วยเก็บสินค้า (SKUs) รวมกว่า 25,000 SKUs ทั้งนี้ บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่

1) เครือข่ายสาขาของบริษัทฯ ซึ่งครอบคลุมทุกภูมิภาค โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีสาขาร้าน Moshi Moshi รวมทั้งสิ้น 196 สาขา ร้าน GIANT จำนวน 1 สาขา ร้าน The OK Station จำนวน 1 สาขา และ ร้าน Garlic จำนวน 4 สาขา ครอบคลุมทั้งสิ้น 68 จังหวัด ทั่วประเทศ

2) การขายสินค้าทาง E-Commerce Marketplace ที่คนไทยนิยม ได้แก่ Shopee Lazada และ TikTok





นอกจากนี้ บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจจึงเปิดดำเนินการร้านค้าส่งภายใต้ชื่อทางการค้า “GIANT” เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้ากลุ่มเครื่องเขียน กระเป๋า และของใช้ในบ้านที่เน้นการใช้งาน (Function) ในชีวิตประจำวัน และมีราคาย่อมเยา มากกว่าการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์



ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2566 บริษัทฯ ได้มีการเข้าซื้อสินทรัพย์ร้านค้าส่งของบริษัท ดิโอเค สเตชั่น จำกัด (The OK Station) ในพื้นที่ตลาดสำเพ็ง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขในสัญญาห้ามแข่งขันทางธุรกิจระหว่างบริษัทฯ และกลุ่มผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เพื่อป้องกันมิให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของกลุ่มครอบครัว ด้วยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในด้านธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก คาดว่าธุรกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าวจะช่วยสร้างประโยชน์ต่อภาพรวมธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งในด้านธุรกิจ และด้านการบริหารจัดการ รวมถึงมีการจัดสรรทรัพยากรและความเชี่ยวชาญภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งยังช่วยเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ๆ บริษัท ดิโอเค สเตชั่น จำกัด (The OK Station) ปัจจุบันมีสินค้ากว่า 8,000 SKUs มุ่งเน้นไปที่สินค้าเครื่องเขียน ของใช้ในบ้าน ของตกแต่งและอื่น ๆ อีกมากมาย



บริษัทฯ เดินหน้าสร้างการเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง ผ่านการขยายสาขาที่ครอบคลุม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รวมถึงจัดโปรโมชันพิเศษเพื่อดึงดูดเม็ดเงินในการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค ในไตรมาสที่ 3 ปี 2566 บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตธุรกิจด้วยการเปิดตัวแบรนด์ “Garlic” ภายใต้แนวคิด “Chic & Cool” นำเสนอคอลเลกชันสินค้าแฟชั่น เครื่องตกแต่งบ้าน และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภควัย 18-30 ปี ที่ชื่นชอบงานดีไซน์ร่วมสมัยและสีสันที่โดดเด่น ซึ่งเป็นการเพิ่มความหลากหลายจากแนวทางการออกแบบของร้าน “Moshi Moshi”

บริษัทฯ เปิดสาขาแรกของ Garlic ในรูปแบบ “Shop in Shop” ณ ร้าน Moshi Moshi ชั้น 1 ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต สะท้อนการผสานความโดดเด่นด้านการออกแบบของทั้งสองแบรนด์เข้าด้วยกันได้อย่างลงตัว เพื่อมอบประสบการณ์การช็อปปิ้งที่ครบครันให้แก่ผู้บริโภคทุกกลุ่ม ภายหลังการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาสองปี ณ สิ้นปี 2568 Garlic มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 4 สาขา โดยบริษัทฯ มีแผนการขยายสาขาเพิ่มเติมภายใต้การพิจารณาความเหมาะสม ด้านทำเลที่ตั้งและสภาวะตลาดอย่างรอบคอบ



การเข้าซื้อกิจการร้าน The OK Station ซึ่งเป็นผู้นำในธุรกิจค้าส่งสินค้าไลฟ์สไตล์ในย่านสำเพ็ง ถือเป็นก้าวสำคัญในการขยายธุรกิจของบริษัทฯ การผนึกกำลังนี้เป็นการขยายฐานธุรกิจค้าส่งให้แข็งแกร่งขึ้น แต่ยังเป็นการผสานจุดแข็งของสองแบรนด์ชั้นนำด้านสินค้าไลฟ์สไตล์เข้าด้วยกัน ส่งผลให้บริษัทฯ ก้าวขึ้นเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าไลฟ์สไตล์รายใหญ่ของประเทศไทย

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีสาขาที่เปิดดำเนินการแล้วทั้งหมด 202 สาขา ครอบคลุมกว่า 68 จังหวัดในทุกภูมิภาคของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ร้านค้าปลีก Moshi Moshi 194 สาขา 2) ร้านค้าส่ง Moshi Moshi 2 สาขา ได้แก่ สาขาสำเพ็ง และสาขาแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ 3) ร้านค้าส่ง GIANT 1 สาขา 4) ร้าน The OK Station 1 สาขา และ 5) ร้าน Garlic 4 สาขา

1.1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาทบทวนและอนุมัติวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีเป้าหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยบริษัทฯ จะดำเนินธุรกิจเพื่อประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์โดยเปรียบเทียบผลการดำเนินงานจริงกับเป้าหมายทางกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้อย่างสม่ำเสมอ

สารจากประธานกรรมการ

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ปี 2568 ถือเป็นปีที่พิสูจน์ความแข็งแกร่งและศักยภาพของ บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจไทยที่ขยายตัวเพียงร้อยละ 2.4 ชะลอลงจากร้อยละ 2.9 ในปีก่อน จากปัจจัยหนี้ครัวเรือนและกำลังซื้อที่จำกัดของผู้บริโภค อีกทั้งธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ที่เผชิญการแข่งขันอย่างเข้มข้นจากการเข้ามาในตลาดของแบรนด์ต่างชาติที่ขยายสาขาในประเทศอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ดี ด้วยวิสัยทัศน์และความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่ระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์โดยการพัฒนาสินค้าคุณภาพในระดับราคาที่เข้าถึงได้ ควบคู่กับการบริหารต้นทุนอย่างมีวินัย และการยกระดับประสบการณ์ในร้านค้าเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง กลยุทธ์ดังกล่าวได้วางรากฐานสำคัญที่ช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับการดำเนินธุรกิจ

ด้วยการบริหารงานและกลยุทธ์ที่แม่นยำและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ในปี 2568 บริษัทฯ มีผลดำเนินงานที่เติบโตสวนกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 3,664.35 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.8 อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (Same-Store Sales Growth) อยู่ที่ร้อยละ 7.0 และมีกำไรสุทธิ 670.22 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 28.7 บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่จำนวน 38 แห่ง ส่งผลให้มีสาขารวมทั้งสิ้น 202 แห่ง ครอบคลุม 68 จังหวัดทั่วประเทศ อีกทั้งยังเปิดตัวสินค้าใหม่กว่า 10,000 รายการ เหล่านี้สะท้อนถึงความสามารถในการดำเนินกิจการและบริหารจัดการของบริษัทฯ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนอย่างต่อเนื่อง

นอกจากผลประกอบการที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับการประเมิน SET ESG Ratings ในระดับ AA การได้รับคะแนนการกำกับดูแลกิจการ (CGR) ระดับ “ดีเลิศ” 5 ดาว ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ตลอดจนการได้รับคะแนนเต็ม 100 จากการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่ตั้งอยู่บนรากฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ปี 2569 แม้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญกับความไม่แน่นอน ทั้งจากความผันผวนของการค้าโลกที่ได้รับแรงกดดันจากสถานการณ์ความขัดแย้งในหลายภูมิภาค ความระมัดระวังในการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศ แต่บริษัทฯ เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า ด้วยการบริหารงานกลยุทธ์และการปรับตัวที่รวดเร็วของบริษัทฯ ประกอบกับพื้นฐานการดำเนินกิจการที่แข็งแกร่ง ทั้งเครือข่ายสาขาที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น และระบบการจัดการข้อมูลและสินค้าที่แม่นยำและมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จะสามารถรักษาผลการดำเนินงานให้เติบโตได้แข็งแกร่งและต่อเนื่องเช่นในปี 2568 ที่ผ่านมา

คณะกรรมการบริษัท ขอขอบคุณผู้ถือหุ้น ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ ที่ไว้วางใจและสนับสนุนบริษัทฯ มาโดยตลอด รวมถึงพนักงานทุกคนที่ให้ความความร่วมมือและความทุ่มเททุกท่าน เป็นพลังสำคัญที่ขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทฯ ให้เติบโตอย่างมั่นคง บริษัทฯ จะยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีความรับผิดชอบ และมุ่งสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และจะพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในระยะยาวอย่างต่อเนื่องต่อไป

รูปภาพสารจากประธานกรรมการ



(ดร.วรภัทร โตธนะเกษม)
ประธานกรรมการ

(นายสง่า บุญสงเคราะห์)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

สารจากคณะกรรมการบริษัท

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ปี 2568 ถือเป็นปีที่พิสูจน์ความแข็งแกร่งและศักยภาพของ บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจไทยที่ขยายตัวเพียงร้อยละ 2.4 ชะลอลงจากร้อยละ 2.9 ในปีก่อน จากปัจจัยหนี้ครัวเรือนและกำลังซื้อที่จำกัดของผู้บริโภค อีกทั้งธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ที่แข่งขันอย่างเข้มข้นจากการเข้ามาในตลาดของแบรนด์ต่างชาติที่ขยายสาขาในประเทศอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ดี ด้วยวิสัยทัศน์และความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่ชัดเจนวิ่งการใช้จ่ายมากขึ้น บริษัทฯ ได้ดำเนินกลยุทธ์โดยการพัฒนาสินค้าคุณภาพในระดับราคาที่เข้าถึงได้ ควบคู่กับการบริหารต้นทุนอย่างมีวินัย และการยกระดับประสบการณ์ในร้านค้าเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง กลยุทธ์ดังกล่าวได้วางรากฐานสำคัญที่ช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับการดำเนินธุรกิจ

ด้วยการบริหารงานและกลยุทธ์ที่แม่นยำและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ในปี 2568 บริษัทฯ มีผลดำเนินงานที่เติบโตสวนกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ทั้งนี้บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 3,664.35 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.8 อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (Same-Store Sales Growth) อยู่ที่ร้อยละ 7.0 และมีกำไรสุทธิ 670.22 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 28.7 บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่จำนวน 38 แห่ง ส่งผลให้มีสาขารวมทั้งสิ้น 202 แห่ง ครอบคลุม 68 จังหวัดทั่วประเทศ อีกทั้งยังเปิดตัวสินค้าใหม่กว่า 10,000 รายการ เหล่านี้สะท้อนถึงความสามารถในการดำเนินกิจการและบริหารจัดการของบริษัทฯ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนอย่างต่อเนื่อง

นอกจากผลประกอบการที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับการประเมิน SET ESG Ratings ในระดับ AA การได้รับคะแนนการกำกับดูแลกิจการ (CGR) ระดับ "ดีเลิศ" 5 ดาว ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ตลอดจนการได้รับคะแนนเต็ม 100 จากการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) นอกจากนี้บริษัทยังได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่ตั้งอยู่บนรากฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ปี 2569 แม้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญกับความไม่แน่นอน ทั้งจากความผันผวนของการค้าโลกที่ได้รับแรงกดดันจากสถานการณ์ความขัดแย้งในหลายภูมิภาค ความระมัดระวังในการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศ แต่บริษัทฯ เชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าด้วยการบริหารงาน กลยุทธ์และการปรับตัวที่รวดเร็วของบริษัทฯ ประกอบกับพื้นฐานการดำเนินกิจการที่แข็งแกร่ง ทั้งเครือข่ายสาขาที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น และระบบการจัดการข้อมูลและสินค้าที่แม่นยำและมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จะสามารถรักษาผลการดำเนินงานให้เติบโตได้แข็งแกร่งและต่อเนื่องเช่นในปี 2568 ที่ผ่านมา

คณะกรรมการบริษัท ขอขอบคุณผู้ถือหุ้น ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ ที่ไว้วางใจและสนับสนุนบริษัทฯ มาโดยตลอด รวมถึงพนักงานทุกคนที่ให้ความร่วมมือและความทุ่มเท ทุกท่านเป็นพลังสำคัญที่ขับเคลื่อนธุรกิจของบริษัทฯ ให้เติบโตอย่างมั่นคง บริษัทฯ จะยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีความรับผิดชอบ และมุ่งสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และจะ พัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนในระยะยาวอย่างต่อเนื่องต่อไป

วิสัยทัศน์

บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจ คือ "มอบความสุขด้วยการสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์เป็นเลิศ"

วัตถุประสงค์

บริษัทฯ มีพันธกิจหลักที่สำคัญ คือ "นำเสนอสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีคุณภาพในราคาย่อมเยาแก่ผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำงานแบบใช้ข้อมูลเป็นหลักสำคัญ และสร้างสัมพันธภาพที่ยั่งยืนกับผู้มีส่วนได้เสีย"

เป้าหมาย

การก้าวสู่การเป็นแบรนด์ที่ลูกค้านึกถึงเป็นอันดับแรก (Top of Mind) ในกลุ่มร้านไลฟ์สไตล์และกิฟต์ช็อป ที่นำเสนอสินค้าคุณภาพดี ดีไซน์โดดเด่น ในราคาที่เข้าถึงได้และคุ้มค่าแก่ผู้บริโภค

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ที่หลากหลายในการเพิ่มขีดความสามารถและขยายธุรกิจของบริษัทฯ สภาพคล่องทางการเงินและโครงสร้างเงินทุนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการสภาพคล่องอย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีกระแสเงินสดที่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการภายใต้สถานการณ์ปกติ และรองรับการขยายการลงทุนในอนาคต รวมถึงพิจารณาโครงสร้างเงินทุน (Capital Structure) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตของบริษัทฯ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(ก) เสริมสร้างศักยภาพและขยายเครือข่ายธุรกิจให้ครอบคลุมทำเลศักยภาพทั่วประเทศไทย

บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายเครือข่ายสาขาและการคัดเลือกทำเลที่ตั้งเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 มีสาขาในห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต รวมทั้งสิ้น 202 สาขา ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และจังหวัดต่าง ๆ ที่มีศักยภาพทางการตลาด การขยายสาขาดำเนินการผ่านการเปิดร้านในห้างสรรพสินค้า คอมมิวนิตี้มอลล์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น และสาขาที่อยู่นอกห้างสรรพสินค้า (Standalone) ที่ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยและเขตชุมชน โดยทีมงานได้พิจารณาปัจจัยสำคัญในการคัดเลือกพื้นที่ ประกอบด้วย ขนาดพื้นที่ ความหนาแน่นของผู้สัญจร และความโดดเด่นของทำเลที่ตั้ง พร้อมทั้งนำข้อมูลยอดขายมาวิเคราะห์เพื่อปรับสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

จากรายงานการวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่โดยสมาคมผู้ค้าปลีกไทย (TRA) Euromonitor และ Krungsri Research คาดการณ์ว่าในช่วงปี 2567-2569 ภาคธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่จะมีทิศทางการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มห้างสรรพสินค้าคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 4.0-5.0 กลุ่มดิสเคานต์สโตร์และไฮเปอร์มาร์เก็ตร้อยละ 2.0-3.0 กลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตมีแนวโน้มเติบโตสูงสุดที่ร้อยละ 6.5-7.0 และกลุ่มร้านสะดวกซื้อคาดว่าจะเติบโตร้อยละ 5.0-5.5 สะท้อนให้เห็นถึงการฟื้นตัวและการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของภาคธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย โดยภาพรวมคาดการณ์อัตราการเติบโตที่ร้อยละ 5.0-5.5

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ผ่านการเปิดสาขา Standalone ซึ่งมุ่งเน้นทำเลที่ตั้งในบริเวณสถาบันการศึกษาและมหาวิทยาลัย โดย ณ สิ้นปี 2568 มีสาขารูปแบบดังกล่าว รวมทั้งสิ้น 7 สาขา และได้รับผลตอบรับที่น่าพึงพอใจจากลูกค้า จากความสำเร็จดังกล่าวบริษัทฯ จึงวางแผนขยายสาขารูปแบบ Standalone เพิ่มเติม โดยคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมพื้นที่สถาบันการศึกษา แหล่งที่พักอาศัย ชุมชน และย่านชานเมืองที่มีศักยภาพ รวมถึงจังหวัดในภูมิภาคต่าง ๆ ที่มี

ความต้องการของตลาดเพียงพอต่อการขยายธุรกิจ โดย ณ สิ้นปี 2568 บริษัทฯ มีสาขารูปแบบ Standalone ที่ตั้งในเขตชุมชน จำนวน 5 สาขา

(ข) มุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าเพื่อให้ทันต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเพิ่มการเติบโตของยอดขายของสาขาเดิม (Same Store Sales Growth: SSSG)

บริษัทฯ มีการจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Products) โดยบริษัทฯ วางแผนที่จะเพิ่มและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่กว่า 12,000 SKUs ต่อปี เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในธุรกิจค้าปลีก บริษัทฯ ควรดำเนินกลยุทธ์การออกสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง (Continuous Product Refresh) โดยมีเป้าหมายหลักในการกระตุ้นให้ลูกค้า “กลับมาเยี่ยมชมร้านซ้ำ” และสร้างประสบการณ์ที่สดใหม่ในทุกครั้งที่เข้าร้าน

การมีสินค้าใหม่หมุนเวียนอยู่เสมอช่วยสร้างความรู้สึกค้นพบสิ่งใหม่ (Sense of Discovery) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความตื่นเต้นและอยากเข้าร้านบ่อยขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่เน้นไลฟ์สไตล์และความน่ารัก (Lifestyle & Trend-driven Products) ที่พฤติกรรมผู้บริโภคมักต้องการความแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา

กลยุทธ์การออกสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องไม่ใช่เพียงการเพิ่ม SKU แต่เป็นเครื่องมือสำคัญในการ “สร้างความเคลื่อนไหวให้ร้าน (Store Dynamism)” และ “ทำให้ลูกค้ามีเหตุผลในการกลับมา (Reason to Return)” ซึ่งเป็นหัวใจของการเติบโตในธุรกิจค้าปลีก









(ค) เสริมสร้างเส้นทางการเดินทางของลูกค้าและประสบการณ์ของลูกค้าที่มาใช้บริการภายในร้าน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาประสบการณ์ของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยออกแบบเส้นทางการเลือกชมสินค้า (Customer Journey) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภคในปัจจุบัน ภายในปี 2568 บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการสร้างบรรยากาศภายในร้านให้มีความทันสมัย สดใหม่ และเอื้อต่อการกระตุ้นให้ลูกค้าเดินสำรวจสินค้าในหลากหลายโซนได้อย่างเพลิดเพลินและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการตกแต่งร้านตามเทศกาลสำคัญด้วยสีสันและองค์ประกอบที่โดดเด่น อาทิ ฤดูร้อน ช่วงเปิดภาคเรียน ฮาโลวีน และคริสต์มาส บริษัทฯ ยังจัดสรรพื้นที่สำหรับมุมถ่ายภาพ (Photo Spot) เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งช่วยขยายการรับรู้แบรนด์ในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่จำเป็นต้องเพิ่มงบประมาณด้านการตลาดเพิ่มเติม









ในด้านโครงสร้างร้าน บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงและขยายบางสาขาให้มีความทันสมัยและรองรับการนำเสนอสินค้าในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงร้านจำนวน 6 สาขา เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ ความสะดวกในการเลือกซื้อ และเพิ่มพื้นที่จัดแสดงสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในแต่ละทำเล การปรับปรุงดังกล่าวช่วยเพิ่มการหมุนเวียนของลูกค้า (Customer Traffic) และเพิ่มมูลค่าการซื้อเฉลี่ยต่อบิล (Basket Size) รวมทั้ง ยกระดับประสิทธิภาพการขายโดยรวม บริษัทฯ เชื่อว่าการพัฒนาเส้นทางลูกค้าอย่างรอบด้าน ทั้งในเชิงประสบการณ์ การนำเสนอสินค้า และบรรยากาศภายในร้าน จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าในระยะยาว

(ง) ทำให้แบรนด์สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นและเพิ่มยอดขายผ่านการตลาดที่มีประสิทธิผล

ในปี 2568 บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) และการเพิ่มยอดขายผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลายและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าใหม่ ควบคู่กับการรักษาความผูกพันของลูกค้าปัจจุบันผ่านกิจกรรมเชิงประสบการณ์และคอนเทนต์ออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ ใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร โดยพัฒนาคอนเทนต์ที่ดึงดูด เช่น การรีวิวสินค้า ตัวอย่างการใช้งาน และเรื่องราวเบื้องหลังคอลเลกชัน เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจของลูกค้าในแต่ละช่วงวัย รวมถึงการใช้อินฟลูเอนเซอร์หรือ Key Opinion Leader (KOL) ชื่อดัง เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังร่วมมือกับผู้มีอิทธิพลทางออนไลน์และดารา (Celebrities) เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) กับแบรนด์ โดยในเดือนพฤษภาคม 2568 บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรม “Lucky Fan” ซึ่งเชิญ “เก่ง-น้ำปิง” นักแสดงจากซีรีส์ เขมจิราต้องรอด มาร่วมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์น้ำหอมของ Moshi Moshi เพื่อดึงฐานแฟนคลับและกระตุ้นการรับรู้ในวงกว้าง





ในด้านการกระตุ้นยอดขาย (Sales Boosting) บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) ผ่านแคมเปญชิงโชค เช่น การลุ้นรับโทรศัพท์มือถือไอโฟน และทองคำ ซึ่งเป็นรางวัลที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มกว้าง แคมเปญดังกล่าวช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ที่เข้ามาลองซื้อสินค้า และช่วยขยายช่องทางจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อใช้งานด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) ในอนาคต





สำหรับการรักษาลูกค้าเดิม (Customer Loyalty) บริษัทฯ จัดโปรโมชันและสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ เช่น โปรโมชันแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ และข้อเสนอประจำเดือนเฉพาะสมาชิก เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำและเพิ่มมูลค่าต่อบิล (Ticket Size)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้ Line OA เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารข่าวสาร โปรโมชัน และข้อเสนอเฉพาะบุคคล (Personalized Offer) โดยนำข้อมูลลูกค้ามาวิเคราะห์เพื่อออกแบบข้อความ และสิทธิพิเศษให้ตรงกับความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการปิดการขายและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในระยะยาว

กลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งด้านการสร้างแบรนด์ การเข้าถึงลูกค้าใหม่ และการรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันดังกล่าว ช่วยให้แบรนด์ “Moshi Moshi” สามารถขยายการรับรู้ในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมเพิ่มโอกาสการเติบโตของยอดขายอย่างยั่งยืนในปี 2568

(จ) ปรับปรุงประสิทธิภาพด้านต้นทุนผ่านการพัฒนาสินค้าและกระบวนการทำงาน

บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนควบคู่กับการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ คงเอกลักษณ์ของแบรนด์ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มคุณค่าและความสามารถในการตั้งราคาขายที่เหมาะสม ทั้งยังร่วมมือกับผู้ให้ลิขสิทธิ์ในการพัฒนาตัวการ์ตูนที่ได้รับความนิยม เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดและเพิ่มศักยภาพในการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มราคาสูงขึ้น

ในด้านการบริหารต้นทุน บริษัทฯ ปรับรูปแบบการออกแบบสินค้าเพื่อให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การลดจำนวนสีในการพิมพ์โดยไม่กระทบภาพลักษณ์สินค้า รวมทั้งการจัดหาผู้ขายรายใหม่ที่ผ่านการประเมินตามมาตรฐานที่กำหนด ตลอดจนการจัดซื้อจากหลายแหล่งเพื่อเปรียบเทียบข้อเสนอและต้นทุนให้มีความคุ้มค่า การขยายจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้นยังช่วยให้บริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากขนาดการสั่งซื้อที่สูงขึ้น (Economies of Scale) ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง

สำหรับด้านคลังสินค้าและโลจิสติกส์ บริษัทฯ ใช้ข้อมูลจากระบบ WMS (Warehouse Management System) แบบ Real-time ในการวางแผนกำลังคนให้สอดคล้องกับปริมาณงาน เพื่อเสริมประสิทธิภาพของการรับและส่งสินค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ปรับรูปแบบการขนส่งผ่านการรวมเส้นทางและใช้รถขนส่งแบบเหมาคันในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งช่วยลดต้นทุนการขนส่ง ลดเวลาการดำเนินงาน และเพิ่มความคล่องตัวของระบบโลจิสติกส์โดยรวม

ด้วยการพัฒนาในทุกด้าน ตั้งแต่การออกแบบสินค้า การจัดหาวัตถุดิบ การบริหารต้นทุน การใช้เทคโนโลยีในคลังสินค้า ไปจนถึงการปรับรูปแบบการขนส่ง ทำให้บริษัทฯ สามารถยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

(ฉ) ลงทุนพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ต่อยอดความสัมพันธ์กับลูกค้า และรองรับการเติบโตในอนาคต

บริษัทฯ ได้ลงทุนพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการข้อมูลและพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันบริษัทฯ มี 3 โปรแกรมหลัก ได้แก่ 1) ระบบ SAP ซึ่งเป็นระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) สำหรับเก็บข้อมูลและเป็นสื่อกลางในการเชื่อมต่อแบบรวมศูนย์และการแบ่งปันข้อมูลภายในหน่วยงาน โดยโปรแกรม SAP จะเชื่อมต่อกับ 2) โปรแกรม LS Retail สำหรับการขายสินค้าหน้าร้าน และ 3) โปรแกรม IS CODE ซึ่งเป็นระบบ WMS (Warehouse Management System) สำหรับการบริหารคลังสินค้าและโลจิสติกส์

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและลดต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทฯ ตัวอย่างเช่น นำข้อมูลยอดขายในอดีตมาวิเคราะห์ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าแต่ละประเภท (Demand) และปริมาณสินค้าที่มีเพื่อขาย (Supply) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการสั่งซื้อ และคัดเลือกสินค้าเข้าร้านซึ่งจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อสินค้าและต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าลดลง รวมทั้งลดการเสียโอกาสจากการมีสินค้าที่ได้รับความนิยมอยู่ในกระแสไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นพัฒนาระบบดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง โดยปรับปรุงเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลและกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและรองรับการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

บริษัทฯ มีแผนเพิ่มศักยภาพในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าผ่านโปรแกรมสมาชิก (Membership Program) ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ (Customer Loyalty) เพื่อรักษาฐานลูกค้าไว้กับแบรนด์ให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และเพื่อนำข้อมูลของลูกค้ามาวิเคราะห์ความต้องการเพิ่มเติมเพื่อให้ทีมพัฒนาสินค้าและทีมการตลาดสามารถจัดทำ Customize Promotion/ Collection ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เชื่อว่าการมีสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่มีให้เฉพาะสมาชิกของแบรนด์ จะช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทฯ (Loyalty) และเพิ่มยอดขายในที่สุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการลงทุนพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่องผ่านการยกระดับระบบบริหารจัดการข้อมูลแบบบูรณาการ โดยพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลกลาง (Data Hub Platform) เพื่อรวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลจากทั้งภายใน และภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบ พร้อมจัดทำระบบรายงานอัตโนมัติ (Automated Reporting System) และวางโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต (AI-Ready Infrastructure) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและข้อผิดพลาดจากการทำงานด้วยมือ ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันแบบ Real-time สนับสนุนการตัดสินใจที่รวดเร็วและแม่นยำ ตลอดจนช่วยบริหารจัดการและควบคุมระยะเวลาสินค้าคงคลัง (Inventory Days) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยประหยัดทรัพยากร ลดต้นทุนการบริหารจัดการระบบข้อมูลหลายระบบ รักษาและปรับปรุงอัตรากำไรขั้นต้น (GPM) และเสริมสร้างความคล่องตัวในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด รองรับการเติบโตของธุรกิจและการต่อยอดความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

(ช) เสริมประสิทธิภาพช่องทางจำหน่ายและพัฒนา New Concept Store เพื่อขยายฐานลูกค้า

ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงสินค้าและตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าในทุกจุดสัมผัส (Customer Touchpoints) และการสร้างความแตกต่างในตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์ ดังนี้

1. การเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

บริษัทฯ ยังคงขยายการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Shopee, Lazada และ TikTok Shop ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มกว้าง โดยเพิ่มจำนวนความถี่ (Increase Frequency) และจำนวนชั่วโมงในการจัดกิจกรรมไลฟ์ขายสินค้า (Live Commerce) มากขึ้น เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์แบบ Real-time และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังวางจำหน่ายคอลเลกชันใหม่บนช่องทางออนไลน์ควบคู่กับหน้าร้าน เพื่อเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า และเพิ่มโอกาสการขายในสินค้าที่เป็นที่ต้องการสูงในช่วงเวลาเฉพาะ การวิเคราะห์ข้อมูลการขายออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ช่วยให้บริษัทฯ สามารถคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มและปรับกลยุทธ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำมากขึ้น







2. การพัฒนารูปแบบหน้าร้านเพื่อยกระดับประสบการณ์การซื้อสินค้า

บริษัทฯ เปิดตัวร้าน Moshi Moshi Concept Store ใหม่ภายใต้แนวคิด "Dreamland" หรือ "ดินแดนแห่งความฝัน" ณ ร้าน Moshi Moshi สาขาเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า ในเดือนธันวาคม 2568 โดย Concept Store แห่งใหม่นี้ได้รับการออกแบบเพื่อมอบประสบการณ์ที่เหนือกว่าการช้อปปิ้งทั่วไป นำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งสินค้า Original Design สินค้าลิขสิทธิ์ และคอลเลกชันพิเศษ ผสมผสานความบันเทิงและบรรยากาศที่น่าหลงใหล ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

New Concept Store แห่งนี้ได้รับการพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Destination) ที่ลูกค้าสามารถเข้ามาสัมผัสประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างจากสาขาอื่นอย่างชัดเจน โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ มุมถ่ายภาพที่ออกแบบเฉพาะสำหรับร้าน Moshi Moshi ธีมการตกแต่งที่ยังคงเอกลักษณ์ความน่ารัก สดใส และเข้าถึงง่ายของแบรนด์ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่และโซนอย่างชัดเจนเพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ รวมถึงการนำเสนอสินค้าพิเศษที่มีจำหน่ายเฉพาะสาขานี้เพื่อสร้างความแตกต่าง

การพัฒนารูปแบบร้านในลักษณะดังกล่าวช่วยยกระดับภาพลักษณ์แบรนด์ให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้นในตลาด เพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ และยังเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการจัดกิจกรรมทางการตลาดหรือการเปิดตัวคอลเลกชันใหม่ในอนาคต

(ช) แสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่แบบไม่ปิดกั้นภายใต้นโยบายการลงทุนของบริษัทฯ ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเริ่มจากการเปิดใจกว้าง พร้อมที่จะพัฒนาและต่อยอดจากความเชี่ยวชาญที่มีอยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเดิม หรือการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มที่ยังไม่เคยเข้าถึง

บริษัทฯ สามารถค้นหาช่องทางการเติบโตจากการปรับปรุงคุณภาพ เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ หรือสร้างนวัตกรรมใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการสำรวจตลาดในพื้นที่ใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ยังไม่ได้เข้าถึง โดยอาจปรับเปลี่ยนรูปแบบเล็กน้อยให้เหมาะกับวัฒนธรรมและความต้องการเฉพาะของแต่ละพื้นที่ การเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจและการติดตามแนวโน้มตลาดอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยให้ได้มุมมองที่หลากหลายและทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ทั้งนี้ ในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ บริษัทฯ มุ่งเน้นการต่อยอดจากจุดแข็งและความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ ด้วยความรอบคอบและการประเมินความเสี่ยงอย่างเหมาะสมตามนโยบายการลงทุนของบริษัทฯ เพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว โดยไม่มุ่งเน้นเพียงผลกำไรระยะสั้น แต่คำนึงถึงคุณค่าที่จะส่งมอบให้กับลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

1.1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ในปี 2516 กลุ่มครอบครัวบุญสงเคราะห์ (“กลุ่มครอบครัวฯ”) เริ่มประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าประเภทเครื่องเขียน สินค้ากิฟต์ช็อป ภายใต้ชื่อร้านพร้อมภัณฑ์ ต่อมากลุ่มครอบครัวฯ เล็งเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจ จึงเริ่มจำหน่ายสินค้าที่มีการออกแบบโดยเฉพาะ และจำหน่ายสินค้านำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น เพื่อจำหน่ายให้แก่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และร้านค้าต่าง ๆ

ในปี 2530 กลุ่มครอบครัวฯ เริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทพลาสติกให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศ และส่งออกไปยังต่างประเทศ เช่น ฮ่องกง สิงคโปร์ เกาหลี และญี่ปุ่น และได้ขยายธุรกิจโดยเริ่มประกอบธุรกิจร้านค้าส่งแบบดั้งเดิมในสำเพ็ง โดยนำแนวคิดการตกแต่งร้านค้า และยกระดับมาตรฐานร้านค้าให้เหมือนย่านค้าส่งในประเทศญี่ปุ่น ทำให้ร้านค้าส่งของกลุ่มครอบครัวฯ เป็นที่นิยม และแตกต่างจากร้านค้าอื่น ๆ

ในปี 2535 กลุ่มครอบครัวฯ เริ่มประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศ และส่งออกไปยังต่างประเทศ เช่น อเมริกา และยุโรป เป็นต้น ด้วยประสบการณ์ในการทำธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งมาอย่างยาวนาน ทำให้เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจจากช่องว่างทางการตลาด และความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทันสมัย และมีความหลากหลาย ในปี 2559 กลุ่มครอบครัวฯ จึงเริ่มประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ที่มีความหลากหลาย ทันสมัย เน้นคุณภาพ และราคาย่อมเยา โดยบริษัทฯ ได้เปิดร้าน Moshi Moshi สาขาแรกที่สำเพ็ง และสาขาที่สองที่ศูนย์การค้าแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ หลังจากนั้นบริษัทฯ มีการเปิด

ดำเนินการสาขาใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง และสามารถขยายสาขาครอบคลุมทั้งพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด อย่างรวดเร็ว ทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีร้าน Moshi Moshi จำนวนทั้งสิ้น 196 สาขา โดยเป็นสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 71 สาขา และสาขาในต่างจังหวัดจำนวน 125 สาขา ร้าน GIANT จำนวน 1 สาขา ร้าน The OK Station จำนวน 1 สาขา ร้าน Garlic จำนวน 2 สาขา ในกรุงเทพมหานคร และร้าน Garlic จำนวน 2 สาขา ในต่างจังหวัด

ทั้งนี้ ในปัจจุบัน กลุ่มครอบครัวฯ ดำเนินธุรกิจใน 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) ธุรกิจร้านค้าปลีกและร้านค้าปลีกแบบมีส่วนลดภายใต้บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) 2) ธุรกิจผลิตสินค้าประเภทเสื้อผ้าและสินค้าพลาสติกภายใต้บริษัท แฟนซี อาร์ท จำกัด (“FCA”) และ บริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด (“GL”) ตามลำดับ และ 3) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ภายใต้นิติบุคคลหลายบริษัท

รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
2568	● บริษัทฯ มีการเปิดสาขาเพิ่มจำนวน 38 สาขา ส่งผลให้มีสาขาร้าน Moshi Moshi รวมทั้งสิ้น 196 สาขา ร้าน GIANT จำนวน 1 สาขา ร้าน The OK Station จำนวน 1 สาขา และ ร้าน Garlic จำนวน 4 สาขา ● บริษัทฯ เดินหน้าขยายรูปแบบร้านอย่างต่อเนื่อง โดยเปิดร้าน Moshi Moshi รูปแบบ Standalone ในเขตชุมชน สาขาแรกในเดือนกุมภาพันธ์ 2568 ณ จังหวัดนครปฐม และขยายเปิดสาขาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสิ้น 7 สาขา ภายในปีนี้ ครอบคลุมทำเลชุมชนสำคัญในหลายจังหวัดทั่วประเทศ สะท้อนศักยภาพการเติบโตและการตอบรับที่ดีจากทำเลชุมชนสำคัญทั่วประเทศ ● วางตลาดสินค้าคอลเลกชันใหม่อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ Moshi Moshi x Moodeng, Moshi Moshi x Monsty Planet, Moshi Moshi x aespa, Moshi Moshi x RIIZE กลุ่มสินค้า License เช่น Disney: Toy Story, Chip ‘n’ Dale, We Bare Bears, Ohige no Pon, Sanrio: Hello Kitty, Cinnamoroll, My Melody, Peanuts Snoopy & Friends, CareBears และ ZOOTOPIA ● การเปิดตัวร้าน Moshi Moshi Concept Store ใหม่ภายใต้แนวคิด "Dreamland" หรือ "ดินแดนแห่งความฝัน" ณ ร้าน Moshi Moshi เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า ในเดือนธันวาคม 2568 โดย Concept Store แห่งใหม่นี้ได้รับการออกแบบเพื่อมอบประสบการณ์ที่เหนือกว่าการช้อปปิ้งทั่วไป ผสมผสานความบันเทิงและบรรยากาศที่น่าหลงใหล ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง
2567	● บริษัทฯ มีการเปิดสาขาเพิ่มจำนวน 34 สาขา และปิดสาขาจำนวน 1 สาขา ส่งผลให้มีสาขาร้าน Moshi Moshi รวมทั้งสิ้น 159 สาขา ร้าน GIANT จำนวน 1 สาขา ร้าน The OK Station จำนวน 1 สาขา และร้าน Garlic จำนวน 4 สาขา ● บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบร้านใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2567 บริษัทฯ ได้เปิดตัวร้านรูปแบบใหม่โดยเปิดร้าน Standalone แห่งแรกภายใต้แบรนด์ Moshi Moshi ที่อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีร้านค้าในรูปแบบ Standalone จำนวน 5 สาขา ● บริษัทฯ ทำสัญญากิจการร่วมค้ากับ บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) โดย สัญญาฉบับนี้มีผลบังคับวันที่ 15 กรกฎาคม 2567 เพื่อร่วมดำเนินกิจการโครงการ “กิจการร่วมค้า โมชิ โมชิ แอนด์ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ โปรเจ็ค ดีเวลลอปเม้นท์” โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดนิทรรศการ Hello Kitty Exhibition Celebration of Friendship and Sario Characters the Funtastic Exhibition โดยบริษัทฯ มีส่วนได้เสีย ร้อยละ 50 ในกิจการร่วมค้าดังกล่าว ● วางจำหน่ายตลาดสินค้าคอลเลกชันพิเศษ ที่ร่วมคอลแลบส์กับครีเอเตอร์ไทย 2 ราย ได้แก่ Butterclub และ Fluffy Omelet

ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
2566	● บริษัทฯ มีจำนวนสาขาร้าน Moshi Moshi รวม 126 สาขา ร้าน GIANT จำนวน 1 สาขา ร้าน The OK Station จำนวน 1 สาขา และ ร้าน Garlic จำนวน 3 สาขา ● เข้าซื้อกิจการร้าน The OK Station ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายของขวัญและเครื่องเขียนขายส่งรายใหญ่ในสำเพ็ง ในเดือนเมษายน 2566 ● เพิ่มทุนจดทะเบียน จำนวน 30 ล้านบาท ส่งผลให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจาก 300 ล้านบาท เป็น 330 ล้านบาท ● เปิดตัวร้าน Garlic ที่จำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ในดีไซน์แบบ Chic & Cool รวม 3 สาขา ได้แก่ สาขาฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต สาขาเสริมไทยคอมเพล็กซ์ จังหวัด มหาสารคาม และสาขาเมญ่า ไลฟ์สไตล์ ช็อปปิ้ง เซนเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ ● วางจำหน่ายตลาดสินค้าคอลเลกชันพิเศษ ที่ร่วมคอลแลบส์ กับครีเอเตอร์ไทย 3 ราย ได้แก่ STICKWITHME4EV, SSKTMMEE และ Monsty Planet ● ได้รับลิขสิทธิ์จาก Sanrio สำหรับคาแรกเตอร์ Cinnamoroll, My Melody และ Gudetama ● ได้รับลิขสิทธิ์จาก SM ENTERTAINMENT สำหรับพัฒนาสินค้าคอลเลกชัน คาแรกเตอร์ศิลปิน K-POP ภายในค่าย
2565	● บริษัทฯ มีการเปิดสาขาเพิ่มจำนวน 11 สาขา ส่งผลให้มีสาขาร้าน Moshi Moshi รวม 105 สาขา และสาขาร้าน GIANT จำนวน 1 สาขา ● เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 75 ล้านบาท ส่งผลให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจาก 225 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาท ● เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยใน โดยมีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ประมาณ 6,300 ล้านบาท (ณ ราคาเสนอขาย IPO) และได้เงินจากการระดมทุน ประมาณ 1,260 ล้านบาท เพื่อใช้ในการลงทุนสำหรับการขยายสาขาและการลงทุนโครงการในอนาคตของบริษัทฯ ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงใช้ชำระคืนเงินกู้ยืมให้กับสถาบันการเงิน
2564	● เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 200 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่ จำนวน 25,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ● เปิดสาขาร้าน Moshi Moshi เพิ่มจำนวน 5 สาขา และปิดสาขาจำนวน 1 สาขา ซึ่งเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้มีสาขาทั้งสิ้น 94 สาขา ● ได้รับลิขสิทธิ์จาก Peanuts Worldwide สำหรับตัวการ์ตูน Snoopy ● ได้รับลิขสิทธิ์จาก Sanrio สำหรับตัวการ์ตูน Hello Kitty
2563	● เปิดสาขาร้าน Moshi Moshi เพิ่มจำนวน 10 สาขา และปิดสาขา 1 สาขา เนื่องจากห้างสรรพสินค้าปิดให้บริการชั่วคราวซึ่งเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้มีสาขาทั้งสิ้น 90 สาขา ● รับโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) จากบริษัท บีเอสเค แอสเซท จำกัด เพื่อรับโอนคลังสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการปรับโครงสร้างเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ● เปิดสาขาร้าน GIANT จำนวน 1 สาขา ที่ศูนย์การค้าแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ เพื่อประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกแบบมีส่วนลด โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้ากลุ่มเครื่องเขียน กระเป๋า และของใช้ในบ้านที่เน้นการใช้งาน (Function) ในชีวิตประจำวัน ซึ่งอยู่ระหว่างการทดลองตลาด ● ได้รับลิขสิทธิ์จาก Disney สำหรับตัวการ์ตูนต่างๆ ได้แก่ เช่น Mickey Mouse, Winnie The Pooh, Monsters University และ Tsum Tsum เป็นต้น
2562	● เปิดสาขาร้าน Moshi Moshi เพิ่มจำนวน 24 สาขา ส่งผลให้มีสาขาทั้งสิ้น 81 สาขา
2561	● เปิดสาขาร้าน Moshi Moshi เพิ่มจำนวน 31 สาขา ส่งผลให้มีสาขาทั้งสิ้น 57 สาขา ● ได้รับลิขสิทธิ์จาก Warner Bros. สำหรับตัวการ์ตูน We Bare Bears ● ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2561 มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1.7 ล้านบาท

ปี	การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ
2560	● เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 190,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ● เปิดสาขาร้าน Moshi Moshi เพิ่มจำนวน 22 สาขา ส่งผลให้มีสาขาทั้งสิ้น 26 สาขา โดยมีสาขาแรกของภาคตะวันออก คือสาขาแพชชั่น ระยอง สาขาแรกของภาคตะวันตก คือ สาขามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน และสาขาแรกของภาคใต้ คือ สาขาโลตัส กระบี่
2559	● บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจ จึงเริ่มประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ที่มีความหลากหลาย ทันสมัย และราคาย่อมเยา โดยเปิดร้าน Moshi Moshi สาขาแรกที่สำเพ็ง และมีการขยายสาขาในพื้นที่ต่างจังหวัดเป็นครั้งแรก โดย ณ สิ้นปี 2559 บริษัทฯ มีสาขารวมทั้งสิ้น 4 สาขา ได้แก่ สาขาสำเพ็ง สาขาแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ สาขาเทอร์มินอล 21 โคราช และสาขาเสรี ลำปาง ● จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท โมชิ โมชิ เจแปน จำกัด และเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1 ล้านบาท เป็น 10 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 9,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนสำหรับการขยายธุรกิจ
2543	● กลุ่มครอบครัวฯ ก่อตั้งบริษัทฯ (เดิมชื่อบริษัท บีกิ๊ฟท์ จำกัด) ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เพื่อดำเนินธุรกิจร้านค้าส่งแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ในตลาดสำเพ็ง

1.1.3 การใช้เงินระดมทุนตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งในแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์

มีการเสนอขายตราสารทุน หรือตราสารหนี้หรือไม่ : ไม่มี

1.1.4 ข้อผูกพันที่บริษัทให้คำมั่นไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูล รวมทั้งการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อผูกพันหรือเงื่อนไขดังกล่าวในปีต่อ ๆ มา

มีการออกตราสารที่มีข้อผูกพันหรือเงื่อนไขหรือไม่ : ไม่มี

1.1.5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท :	บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์ :	MOSHI
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ :	129 อาคารศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ชั้น 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบุคคโล เขตธนบุรี
จังหวัด :	กรุงเทพ
รหัสไปรษณีย์ :	10600
ประเภทธุรกิจ :	ธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าที่ตอบสนองต่อลักษณะการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม (สินค้าไลฟ์สไตล์) ภายใต้ชื่อทางการค้า "Moshi Moshi"
เลขทะเบียนบริษัท :	0107565000387
โทรศัพท์ :	0-2891-3088
เว็บไซต์บริษัท :	www.moshimoshi.co.th
อีเมล :	ir@moshimoshi.co.th

จำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด (หุ้น)

หุ้นสามัญ : 329,999,954

หุ้นบุริมสิทธิ : 0

รูปภาพโลโก้ขององค์กร



1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1.2.1 โครงสร้างรายได้

บริษัทฯ มีรายได้หลักมาจากการขายสินค้า โดยปี 2568 รายได้จากการขายสินค้าส่วนใหญ่มาจากร้านค้าปลีกคิดเป็นร้อยละ 85.41 ของรายได้รวม

โครงสร้างรายได้ของสายผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มธุรกิจ

	2566	2567	2568
รายได้จากการดำเนินงานรวม (พันบาท)	2,529,513.77	3,111,263.07	3,664,346.34
ขายปลีก (พันบาท)	2,060,185.61	2,554,374.35	3,129,789.37
ขายส่ง (พันบาท)	451,104.22	485,300.08	460,457.66
อื่น ๆ (พันบาท)	18,223.94	71,588.64	74,099.31
รายได้จากการดำเนินงานรวม (%)	100.00%	100.00%	100.00%
ขายปลีก (%)	81.45%	82.10%	85.41%
ขายส่ง (%)	17.83%	15.60%	12.57%
อื่น ๆ (%)	0.72%	2.30%	2.02%

โครงสร้างรายได้จากในประเทศและจากต่างประเทศ

	2566	2567	2568
รายได้จากการดำเนินงานรวม (พันบาท)	2,529,513.77	3,111,263.07	3,664,346.34
รายได้จากในประเทศ (พันบาท)	2,529,513.00	3,111,263.06	3,664,346.34
รายได้จากต่างประเทศ (พันบาท)	0.00	0.00	0.00
รายได้จากการดำเนินงานรวม (%)	100.00%	100.00%	100.00%
รายได้จากในประเทศ (%)	100.00%	100.00%	100.00%
รายได้จากต่างประเทศ (%)	0.00%	0.00%	0.00%

รายได้อื่น ตามที่ระบุในงบการเงิน

	2566	2567	2568
รายได้อื่นรวม (พันบาท)	13,741.78	16,644.98	18,389.92
รายได้อื่นจากการดำเนินงาน (พันบาท)	0.00	0.00	0.00
รายได้อื่นนอกเหนือจากการดำเนินงาน (พันบาท)	13,741.78	16,644.98	18,389.92

ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) ของการร่วมค้าและบริษัทร่วมตามวิธีส่วนได้เสีย

	2566	2567	2568
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) (พันบาท)	0.00	0.00	0.00

1.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1.2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการพัฒนานวัตกรรมธุรกิจ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและจัดหาผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าส่วนใหญ่ที่จำหน่ายในร้านได้รับการพัฒนาและออกแบบโดยทีมงานของบริษัทฯ และนำเสนอภายใต้ตราสินค้า Moshi Moshi เพื่อจำหน่ายเฉพาะในร้าน (Exclusive) 13 กลุ่ม ได้แก่ เครื่องใช้ในบ้าน (Home Furnishing) กระเป๋า (Bag) เครื่องเขียน (Stationery) ตุ๊กตา (Plush Toy) ของใช้แฟชั่น (Fashion) สุขภาพและความงาม (Beauty) เครื่องแต่งกาย (Apparel) เครื่องสำอาง (Cosmetic) อุปกรณ์ด้านไอที (IT) ของเล่น (Toy) อาหารและเครื่องดื่ม (Food & Drink) สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Accessories) และอื่น ๆ (Others) โดยประเภทสินค้าและตัวอย่างรายการสินค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มเครื่องใช้ในบ้าน

สินค้ากลุ่มเครื่องใช้ในบ้านของบริษัทฯ ครอบคลุมสินค้าเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิเช่น เครื่องครัว (Kitchenware) เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร (Tableware) เครื่องนอน (Bedding) อุปกรณ์ใช้ในห้องน้ำ (Bathroom Items) อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน (Home Decoration) และอุปกรณ์ใช้ในบ้านอื่น ๆ (Other Household) โดยสินค้าของบริษัทฯ มีลวดลาย และสีสันหลากหลาย ได้แก่ ลวดลายเรียบที่เน้นสีพื้น ลวดลายที่ออกแบบเฉพาะโดยบริษัทฯ และลวดลายการ์ตูนลิขสิทธิ์ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน

ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าในกลุ่มสินค้าเพื่อบรรยากาศและกลิ่นหอมภายในบ้านโดยเฉพาะก้านไม้หอม (Diffuser) ซึ่งเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้พัฒนากลิ่นหลากหลายรูปแบบ ครอบคลุมโทนสดชื่น ผ่อนคลาย และหรูหรา เพื่อรองรับรสนิยมของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน อันเป็นการยกระดับประสบการณ์การใช้งานภายในบ้าน และเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

รูปภาพกลุ่มเครื่องใช้ในบ้าน



กลุ่มกระเป๋า

สินค้ากลุ่มกระเป๋าของบริษัทฯ ถูกพัฒนาขึ้นโดยให้ความสำคัญกับการออกแบบที่เหมาะสมและนำเสนอตามความต้องการและความชอบของลูกค้า รวมถึงการออกแบบทรงกระเป๋าเลือกใช้ลวดลายวัสดุและสีสันต่าง ๆ เพื่อเสริมความหลากหลายในการเลือกซื้อของลูกค้าทุกช่วงวัย มีหลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานที่แตกต่างกัน อาทิเช่น กระเป๋าสตางค์ กระเป๋าใส่เหรียญ ถุงหูรูด กระเป๋าถือ กระเป๋าอเนกประสงค์ กระเป๋าเป้ กระเป๋าสำหรับการเดินทาง กระเป๋าใส่เครื่องสำอาง กระเป๋าดินสอ กระเป๋าเก็บความเย็น กระเป๋าแท็บเล็ต กระเป๋าใส่โน้ตบุ๊ก และอื่น ๆ ที่ลูกค้าต้องการ

รูปภาพกลุ่มกระเป๋า



กลุ่มเครื่องเขียน

สินค้ากลุ่มเครื่องเขียนของบริษัทฯ ได้รับการพัฒนาด้วยความหลากหลายในด้านลวดลายและสีสันเพื่อตอบโจทย์ ความต้องการของลูกค้าในทุก ๆ ช่วงวัย ตั้งแต่นักเรียน นักศึกษา ไปจนถึงวัยทำงาน ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ประกอบด้วย ดินสอ ปากกา กล่องดินสอ สมุดจดบันทึก กล่องของขวัญ และอื่น ๆ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคัดสรรแบรนด์เครื่องเขียนชั้นนำ เช่น Pentel, Staedtler และอื่น ๆ มาวางจำหน่ายในร้านเพื่อเพิ่มตัวเลือกที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบครัน

รูปภาพกลุ่มเครื่องเขียน



กลุ่มตุ๊กตา

สินค้าในกลุ่มตุ๊กตาได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มักถูกเลือกใช้เป็นของขวัญในหลากหลายโอกาส บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและนำเสนอรูปแบบและลวดลายใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ควบคู่กับการจัดหาตุ๊กตาลิขสิทธิ์แท้จากตัวการ์ตูนที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ สร้างความแตกต่างของสินค้า และกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาเลือกชมและเลือกซื้อสินค้าในร้านอย่างต่อเนื่อง

รูปภาพกลุ่มตุ๊กตา



กลุ่มของใช้แฟชั่น

สินค้ากลุ่มของใช้แฟชั่นครอบคลุมผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ (Accessories) อาทิ ต่างหู สร้อยคอ รวมถึงของใช้แฟชั่นทั่วไป เช่น หมวก ถุงเท้า และเครื่องประดับผม เช่น ยางรัดผม กิ๊บติดผม ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เพิ่มสัดส่วนสินค้าที่มีลวดลายลิขสิทธิ์มากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และสร้างความหลากหลายในการเลือกซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยทีมงานให้ความสำคัญกับการศึกษาและติดตามแนวโน้มแฟชั่นจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทฯ ดำเนินการจัดหาสินค้าหรือว่าจ้างการผลิตตามแบบที่บริษัทฯ กำหนด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

อีกทั้ง ในปีนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าในกลุ่มเครื่องประดับผม ด้วยการออกแบบพิเศษเฉพาะสำหรับบริษัทฯ (Exclusive) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำกับแบรนด์อื่น ๆ เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและดึงดูดใจลูกค้า

รูปภาพกลุ่มของใช้แฟชั่น







กลุ่มอุปกรณ์เสริมความงาม

สินค้ากลุ่มอุปกรณ์เสริมความงาม เช่น อุปกรณ์แต่งหน้า กระจก และหวี เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มนักศึกษาและวัยทำงาน เนื่องจากเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในชีวิตประจำวัน บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพสูง และมีดีไซน์ที่ทันสมัย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน

รูปภาพกลุ่มอุปกรณ์เสริมความงาม








กลุ่มเครื่องแต่งกาย

สินค้ากลุ่มเครื่องแต่งกายของบริษัทฯ ได้รับการออกแบบเพื่อตอบสนองการใช้งานในชีวิตประจำวัน โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของเนื้อผ้าและการตัดเย็บที่ได้มาตรฐาน เนื้อผ้าผลิตจากเส้นใยคุณภาพสูง ให้สัมผัสนุ่ม สวมใส่สบาย ไม่หด พร้อมการตัดเย็บที่ประณีตและสวยงาม รวมถึงขนาดที่แม่นยำตามมาตรฐาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เพิ่มสัดส่วนของเสื้อยืดที่มีลวดลายลิขสิทธิ์มากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า

สินค้าของบริษัทฯ ครอบคลุมหลากหลายประเภท เช่น เสื้อยืด กางเกง เสื้อคลุม เดรส และชุดนอน เพื่อให้เหมาะกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

รูปภาพกลุ่มเครื่องแต่งกาย



กลุ่มเครื่องสำอาง

สินค้ากลุ่มเครื่องสำอางของบริษัทฯ ครอบคลุมหลากหลายประเภท เช่น เครื่องสำอาง น้ำหอม น้ำยาทาเล็บ ครีมบำรุงผิวมือ และแผ่นมาสก์หน้า เป็นต้น บริษัทฯ มุ่งเน้นการคัดสรรพันธมิตรผู้ผลิตชั้นนำในประเทศที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูง เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพโดดเด่นทั้งด้านอัตลักษณ์ของสีสัน และเอกลักษณ์ของกลิ่นหอมพร้อมตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสอดรับกับกระแสแฟชั่นในปัจจุบันได้อย่างลงตัว โดยปัจจุบันทางบริษัทฯ ได้มีการเพิ่มแบรนด์สินค้าเพื่อให้มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ Plantnery Karmarts และ Cintage Beauty เป็นต้น

รูปภาพกลุ่มเครื่องสำอาง



กลุ่มอุปกรณ์ไอที

ปัจจุบัน สินค้าในกลุ่มอุปกรณ์ไอทีและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคทุกช่วงวัย อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น สมาร์ตโฟน อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เครื่องเสียงยังคงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้ความต้องการสินค้าในกลุ่มอุปกรณ์

เสริมไอทีเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์เสริมสำหรับโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ หรือแกดเจ็ตที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน

ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าไอทีให้หลากหลายและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ยุคดิจิทัลมากยิ่งขึ้น โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรด้านดีไซน์ คุณภาพ และประสิทธิภาพ เช่น โคมไฟดีไซน์ทันสมัย พัดลมมือถือแบบพกพา และ Power Bank ประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มสินค้าโดยนำแบรนด์เทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมเข้ามาจำหน่ายภายในร้าน เพื่อเพิ่มตัวเลือกให้แก่ผู้บริโภค เสริมความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพสินค้า และช่วยขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มองหาผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่มีมาตรฐานสูง

บริษัทฯ จะยังคงติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคและเทรนด์เทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด พร้อมวางแผนขยายสินค้าในหมวดอุปกรณ์ไอทีอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

รูปภาพกลุ่มอุปกรณ์ไอที





กลุ่มของเล่น

สินค้ากลุ่มของเล่นของบริษัทฯ ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยเสริมสร้างทักษะและพัฒนาความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงฝึกจินตนาการและพัฒนาการด้านสมองของผู้เล่น (Educational Toy) โดยสามารถนำไปต่อยอดได้อย่างสร้างสรรค์ สินค้าในกลุ่มนี้ประกอบด้วย ชุดของเล่นอาชีพต่าง ๆ บอร์ดเกม (Board Game) และของเล่นตามเทศกาล เช่น ปืนฉีดน้ำ และที่ตักทราย นอกจากนี้ สินค้าประเภท Blindbox ยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ทางบริษัทฯ จึงได้จัดหาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสจากการเติบโตของเทรนด์สินค้าที่เน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงได้เปิดตัวกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภท DIY ในปี 2568 เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเจเนอเรชันใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สินค้าที่สะท้อนตัวตนและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น โดยชูจุดเด่นด้านความสะดวกในการใช้งานและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อเปิดพื้นที่ให้ลูกค้าสามารถออกแบบและประดิษฐ์ผลงานในแบบของตนเองอย่างอิสระ ทั้งยังเป็นการสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ที่ช่วยเพิ่มความผูกพันระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ในระยะยาว

รูปภาพกลุ่มของเล่น







กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของบริษัทฯ มุ่งเน้นการคัดสรรความหลากหลายที่ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค โดยรวบรวมผลิตภัณฑ์จากแบรนด์พันธมิตรชั้นนำที่เป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่องในท้องตลาด ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเลือกสรรเฉพาะแบรนด์ที่มีมาตรฐานและได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค โดยบริษัทฯ มีจุดแข็งในการติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคและกระแสความนิยมในกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่อย่างใกล้ชิด เพื่อคัดสรรสินค้าที่อยู่ในกระแสมาวางจำหน่ายได้อย่างรวดเร็ว ดึงดูดใจผู้บริโภคที่มองหาสินค้ากระแสใหม่ ๆ ภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ

รูปภาพกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม



กลุ่ม Pet Accessories

บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสจากการเติบโตของอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง จึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม Pet Accessories เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกในครอบครัว โดยในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายฐานสินค้าในกลุ่มของเล่นสัตว์เลี้ยง (Pet Toys) และเสื้อผ้า (Pet Clothes) ที่ผสานดีไซน์อันโดดเด่นเข้ากับฟังก์ชันการใช้งานจริง ไม่ว่าจะเป็นการเสริมพัฒนาการสัตว์เลี้ยงหรือการออกแบบที่ทันสมัยเพื่อตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวันและการสร้างสรรค์คอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมที่น่าประทับใจระหว่างเจ้าของและสัตว์เลี้ยง

รูปภาพกลุ่ม Pet Accessories



กลุ่มอื่น ๆ

นอกจากกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักข้างต้น บริษัทฯ ยังมีการบริหารจัดการกลุ่มสินค้าอื่น ๆ ให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสภาวะตลาด โดยคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกระแสความนิยมและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลา อาทิ พวงกุญแจ สินค้าโมเดลสะสม ตลอดจนสินค้าในชีวิตประจำวัน เช่น ยาดมและตลับใส่ยา โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ฐานข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด เพื่อเติมเต็มพอร์ตโฟลิโอสินค้าให้มีความทันสมัยและนำเสนอสินค้าที่ทันต่อกระแส เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รูปภาพกลุ่มอื่น ๆ



นโยบายการวิจัยและพัฒนาในด้านต่าง ๆ และรายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการ สินค้าและ/หรือบริการ หรือโมเดลธุรกิจ

นโยบายการวิจัยและพัฒนา (R&D) : ไม่มี

นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) นับเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรท่ามกลางสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ ความจำเป็นในการลดต้นทุนการดำเนินงาน รวมถึงการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการลดการใช้ทรัพยากร

การพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในหลากหลายมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และพันธมิตรทางธุรกิจ ในด้านลูกค้า การพัฒนากระบวนการทำงานช่วยยกระดับประสบการณ์การใช้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แม้ว่าในระยะเปลี่ยนผ่าน ลูกค้าบางกลุ่มอาจต้องการการสนับสนุนเพิ่มเติมในการทำความเข้าใจระบบใหม่ สำหรับพนักงาน การปรับปรุงกระบวนการช่วยลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน แม้ว่าจะต้องเผชิญความท้าทายในการเรียนรู้และปรับตัวกับวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ ในส่วนของคู่ค้า นวัตกรรมกระบวนการเปิดโอกาสในการร่วมพัฒนาโครงการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ควบคู่กับความจำเป็นในการปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรฐานและกระบวนการใหม่

ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมกระบวนการจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และการยกระดับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า

การพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการทางธุรกิจ (Process Innovation) ของบริษัทฯ มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนและเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และระบบอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภายใต้สภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการที่ครอบคลุมการดำเนินงานในทุกมิติ ดังนี้

การนำระบบอัตโนมัติมาประยุกต์ใช้: บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการจัดการอัตโนมัติ (Process Automation) สำหรับกระบวนการที่มีความซ้ำซ้อน โดยเฉพาะในส่วนงานเอกสารและการอนุมัติ เช่น การตั้งหนี้อ้างอิงใบสั่งซื้อแบบอัตโนมัติ และการตรวจสอบเอกสารผ่านระบบ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน

การบูรณาการระบบสารสนเทศ: บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาและเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงาน เพื่อสนับสนุนการทำงานแบบครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่การบริหารจัดการหน้าร้าน การจัดการคำสั่งซื้อ การกระจายสินค้า และการบริหารคลังสินค้า

การติดตามและประเมินผล: บริษัทฯ มอบหมายให้แต่ละหน่วยงานรับผิดชอบในการรวบรวมข้อมูลและติดตามผลการดำเนินโครงการด้านนวัตกรรมด้านกระบวนการ เพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาต่อยอดการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

ตั้งแต่ ปี 2567 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้กำหนดทิศทางการพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการที่มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ที่ทันสมัย พร้อมทั้งพัฒนาการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับการดำเนินงานขององค์กรสู่ความเป็นเลิศ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการลดการใช้ทรัพยากรกระดาษภายในองค์กร

บริษัทฯ มอบหมายให้ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการและพัฒนาระบบเทคโนโลยีขององค์กร โดยในปี 2567 และปี 2568 มุ่งเน้นการพัฒนาและประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการภายในองค์กร บริษัทฯ กำหนดขั้นตอนการพัฒนาและบูรณาการระบบเป็น 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. การกำหนดเป้าหมายและการวางแผนโครงการ: บริษัทฯ เริ่มจากการกำหนดเป้าหมายโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพกระบวนการทำงานและการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย โดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องวางแผนโครงการ กำหนดทรัพยากร งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ

2. การวิเคราะห์ความต้องการ: ทีมพัฒนาเทคโนโลยีดำเนินการรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการจากทุกส่วน ครอบคลุมการปรับปรุงระบบเดิม การแก้ไขปัญหาคอขวด และการพัฒนาฟังก์ชันใหม่ที่จำเป็น เพื่อจัดทำข้อกำหนดเชิงเทคนิค โดยในกรณีที่ระบบอยู่ภายใต้การดูแลของผู้ให้บริการภายนอก การดำเนินงานจะเป็นความร่วมมือระหว่างทีมพัฒนาเทคโนโลยีและผู้ให้บริการในการจัดทำข้อกำหนดและแผนการพัฒนาระบบ

3. การออกแบบและพัฒนา: ผู้ให้บริการภายนอกรับผิดชอบการออกแบบและพัฒนาระบบตามข้อกำหนดเชิงเทคนิคที่ผ่านการวิเคราะห์และยืนยันร่วมกับบริษัทฯ ครอบคลุมการออกแบบสถาปัตยกรรมเทคโนโลยีและฟังก์ชันการทำงาน โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับระบบเดิมและความสามารถในการขยายตัวในอนาคต

4. การทดสอบใช้งาน: ระบบที่พัฒนาจะผ่านการทดสอบอย่างครอบคลุม เพื่อให้มั่นใจในประสิทธิภาพการทำงานตามข้อกำหนด ไม่มีข้อผิดพลาดหรือช่องโหว่ โดยมีการทดสอบการยอมรับการใช้งาน (User Acceptance Testing - UAT) จากผู้ใช้งานจริง

5. การนำไปใช้งานจริง: ภายหลังการทดสอบ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศดำเนินการติดตั้งระบบและจัดการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้สามารถใช้งานระบบได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการใช้งานในระยะเริ่มต้น เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและให้มั่นใจว่าระบบสามารถตอบสนองความต้องการขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการพัฒนาทั้ง 5 ขั้นตอนนี้เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพสูงสุดสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

	2566	2567	2568
ค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (ล้านบาท)	0.00	30.00	11.00

คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายการทำวิจัยและพัฒนาในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

การดำเนินงานด้านนวัตกรรมด้านกระบวนการเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน บริษัทฯ มุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความซ้ำซ้อนและระยะเวลาในการดำเนินงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมภายในองค์กร โดยส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน มีการจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะด้านเพื่อผลักดันการพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการ รวมถึงการสร้างระบบการจัดการความรู้เพื่อส่งเสริมการแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างพนักงานภายในองค์กร

ในปี 2567 และปี 2568 บริษัทฯ ได้ลงทุนด้านนวัตกรรมด้านกระบวนการเป็นมูลค่ารวมประมาณ 41,000,000 บาท โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโครงการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในและยกระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม การลงทุนดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการได้สร้างประโยชน์ให้กับองค์กรในหลายด้าน ทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การลดต้นทุนและระยะเวลาในกระบวนการทำงาน ตลอดจนการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ นอกจากนี้ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างคุณค่าที่แท้จริงให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ผลการดำเนินงานในปี 2568

1. การยกระดับระบบขายหน้าร้าน (Point of Sale: POS)

บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาระบบขายหน้าร้าน (POS) ใหม่ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยมีการติดตั้งระบบให้ครอบคลุมร้อยละ 100 ของสาขาทั้งหมดในเดือนกรกฎาคม 2568 ทั้งนี้ ระบบดังกล่าวเพิ่มความเสถียรและความยืดหยุ่นในการใช้งาน รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการธุรกรรมและการวิเคราะห์ข้อมูลการขาย เพื่อรองรับการขยายตัวและการเติบโตของธุรกิจในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2. การปรับปรุงกระบวนการทำงานด้านการเงินและบัญชีในระบบ SAP

บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้านการบันทึกบัญชี การตั้งหนี้ การบริหารสินทรัพย์ และการจัดทำงบการเงินในระบบ SAP โดยมีเป้าหมายเพื่อลดระยะเวลาการดำเนินงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายในปี 2568 ผ่านการนำระบบอัตโนมัติมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานพบว่า ระยะเวลาการบันทึกการตั้งหนี้ลดลงจากเฉลี่ย 3 นาทีต่อรายการ เหลือ 45 วินาทีต่อรายการ คิดเป็นการลดลงร้อยละ 75 ขณะที่กระบวนการบันทึกบัญชีทรัพย์สินสำหรับสาขาเปิดใหม่สามารถลดระยะเวลาการดำเนินงานจากเฉลี่ย 60 นาทีต่อสาขา เหลือ 10 นาทีต่อสาขา คิดเป็นการลดลงร้อยละ 83.33 และในปี 2569 จากความชำนาญในการใช้งานที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้สามารถลดระยะเวลาลงเหลือ 5 นาทีต่อสาขา คิดเป็นการลดลงร้อยละ 91.67

ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานด้านการจัดทำงบการเงินจะสามารถประเมินผลได้ภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2569

3. การเพิ่มประสิทธิภาพการวางแผนนำเข้าสินค้าและการบริหารสินค้าคงคลัง

บริษัทฯ ได้ยกระดับกระบวนการวางแผนนำเข้าสินค้าและการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง โดยกำหนดเป้าหมายระดับสินค้าคงคลังให้อยู่ในช่วง 3.8-4.8 เท่าของประมาณการยอดขายรายเดือนในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงกันยายน และ 3.0-5.8 เท่าในช่วงเดือนตุลาคมถึงมกราคมของปี 2568 เพื่อให้สอดคล้องกับการขายสินค้า การลดต้นทุนสินค้าคงคลัง และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการวางแผนนำเข้าสินค้า ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวได้ดำเนินการแล้วเสร็จเมื่อเดือนกันยายน 2568 และ ณ เดือนพฤศจิกายน 2568 ระดับสินค้าคงคลังอยู่ที่ 4.85 เท่าของประมาณการยอดขายรายเดือน ซึ่งอยู่ในระดับที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้

1.2.2.2 นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย

ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ เครือข่ายสาขาของบริษัทฯ และช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกและการเข้าถึงสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ

1.1 เครือข่ายสาขาของบริษัทฯ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหลักของบริษัทฯ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีเครือข่ายสาขาที่เปิดดำเนินการแล้วทั้งหมด 202 สาขา ประกอบด้วย ร้าน Moshi Moshi 196 สาขา ร้าน GIANT 1 สาขา ร้าน The OK Station 1 สาขา และร้าน Garlic 4 สาขา โดยสาขาของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ คอมมูนิตี้มอลล์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีสาขาแบบ Standalone ซึ่งตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยและในพื้นที่ย่านชุมชน เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการของบริษัทฯ ครอบคลุม 68 จังหวัด ในทุกภูมิภาคของประเทศไทย

ปลายปี 2568 บริษัทฯ เปิดตัวร้าน Moshi Moshi สาขาใหม่ เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า (Central Pinklao) โดยเดินหน้าพัฒนารูปแบบร้านค้าใหม่ภายใต้คอนเซปต์ “DREAMLAND” เพื่อยกระดับประสบการณ์การช็อปปิ้งและตอกย้ำความเป็นผู้นำในตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์ในประเทศไทย มุ่งนำเสนอสินค้าคุณภาพในราคาที่เข้าถึงได้ ควบคู่กับการสร้างประสบการณ์การเลือกซื้อที่แตกต่างและน่าประทับใจ ร้านดังกล่าวนำเสนอสินค้าลิขสิทธิ์ระดับโลก พร้อมกลุ่มสินค้า Home เครื่องเขียน แฟชั่น และบิวตี้ที่มีการอัปเดตตามเทรนด์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกแบบพื้นที่ร้านให้เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของลูกค้าและการสร้างปริมาณการสัญจรของลูกค้า (Traffic) ในสาขา

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ผสานแบรนด์ Garlic ซึ่งเป็นแบรนด์ในเครือ ในรูปแบบ Side-by-Side โดยการเปิด Garlic สาขาที่ 4 เพื่อเสริมความหลากหลายของพอร์ตโฟลิโอสินค้า โดย Garlic มีจุดเด่นด้านดีไซน์ที่ทันสมัยและแนวมินิมอล พร้อมนำเสนอสินค้าในกลุ่ม Diffuser แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มองหาความแตกต่าง การดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับกลยุทธ์การขยายสาขาและการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่เชิงพาณิชย์ ตลอดจนสนับสนุนการเติบโตของรายได้และการยกระดับประสบการณ์ลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งสาขาเพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทั่วประเทศมากขึ้น โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ได้แก่ ความหนาแน่นของประชากร รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กำลังซื้อ ความใกล้แหล่งชุมชน ปริมาณการสัญจรของลูกค้า (Traffic) และสภาพการแข่งขันโดยรวม เป็นต้น โดยรายละเอียดสถานที่ตั้งสาขาของร้าน Moshi Moshi ร้าน GIANT ร้าน The OK Station และร้าน Garlic ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีดังนี้

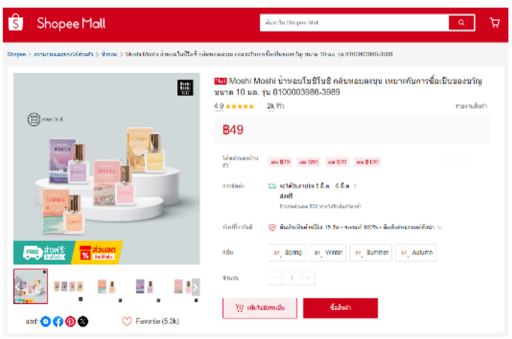
รายละเอียดสถานที่ตั้งสาขาของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

จำนวนสาขา	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคตะวันตก	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคใต้	รวม
ร้าน Moshi Moshi								
ร้านค้าส่ง	2	-	-	-	-	-	-	2
ร้านค้าปลีก	69	22	8	21	29	17	28	194
รวม	**71**	**22**	**8**	**21**	**29**	**17**	**28**	**196**
ร้าน GIANT								
ร้านค้าส่ง	1	-	-	-	-	-	-	1
รวม	**1**	-	-	-	-	-	-	**1**
ร้าน The OK Station								
ร้านค้าส่ง	1	-	-	-	-	-	-	1
รวม	**1**	-	-	-	-	-	-	**1**
ร้าน Garlic								
ร้านค้าปลีก	2	-	-	-	1	1	-	4
รวม	**2**	-	-	-	**1**	**1**	-	**4**
รวมทั้งหมด								202

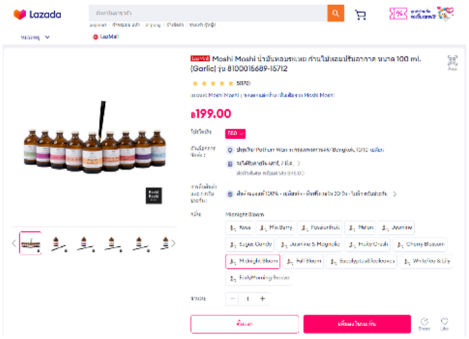
1.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ (E-Commerce) บริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านออฟฟิเชียลสโตร์ ในแพลตฟอร์ม E-Marketplace ชั้นนำ ได้แก่ Lazada Shopee และ TikTok โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก พร้อมบริการจัดส่งถึงบ้านครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมช็อปปิ้งออนไลน์

ช่องทางออนไลน์ของบริษัทฯ มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง โดยเลือกเสนอสินค้ายอดนิยม สินค้าอุปโภคที่ใช้แล้วหมดไป หรือสินค้าที่มีความพิเศษเฉพาะตัว เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า

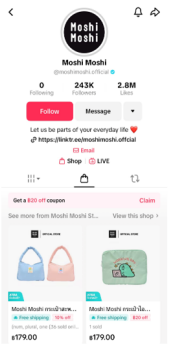
นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดรับ Pre-order ผ่านช่องทางออนไลน์สำหรับสินค้าที่อยู่ระหว่างการผลิตหรือสินค้าที่มีจำนวนจำกัด เช่น สินค้ารุ่นใหม่และสินค้าลิมิเต็ดอิดิชัน โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าสั่งจองล่วงหน้าเพื่อไม่พลาดโอกาสในการเป็นเจ้าของ ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่าจะได้สินค้าตามที่ต้องการ และกระตุ้นความสนใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถชำระเงินล่วงหน้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างสะดวก ทำให้การจัดการคำสั่งซื้อและการผลิตสินค้าของบริษัทมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พร้อมเพิ่มโอกาสทางธุรกิจของบริษัทฯ ในการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ



Shopee



Lazada



Tiktok

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ ได้มีการวางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันไปตามคอนเซปต์ของแต่ละแบรนด์ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าทุกกลุ่มได้อย่างครอบคลุม ดังนี้

2.1. Moshi Moshi เป็นสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีความหลากหลาย ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลัก (Primary Target) ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาถึงวัยเริ่มต้นทำงาน อายุช่วง 18-24 ปี และกลุ่มลูกค้ารอง (Secondary Target) ได้แก่ กลุ่มนักเรียน อายุช่วง 13-17 ปี และวัยทำงาน อายุช่วง 25-34 ปี

2.2. GIANT มุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้ากลุ่มเครื่องเขียน กระเป๋า และของใช้ในบ้าน ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา วัยทำงาน ตลอดจนวัยผู้ใหญ่ทั้งเพศชายและหญิง

2.3. The OK Station เนื่องจากเป็นร้านค้าส่ง กลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ กลุ่มลูกค้าประเภทค้าช่วง ร้านค้าประเภทกิฟต์ช็อป ซึ่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้ารายย่อยทั่วไปในจังหวัดที่บริษัทฯ ไม่มีสาขา เป็นต้น

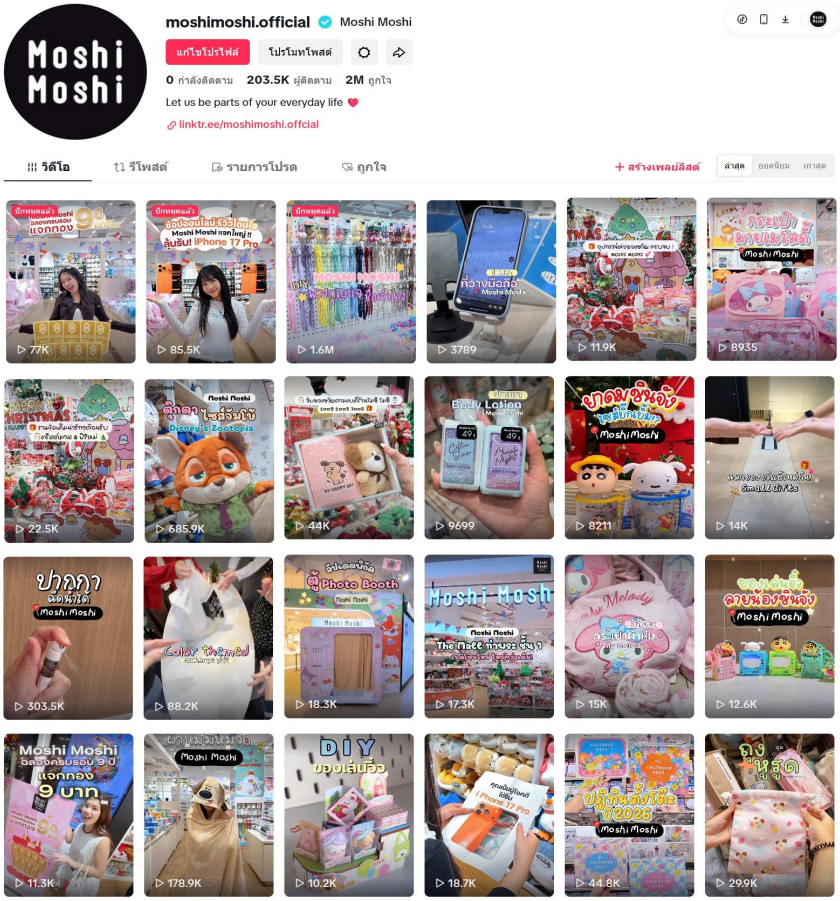
2.4. Garlic เน้นสินค้าตกแต่งบ้านและแฟชั่นไลฟ์สไตล์ มุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าหลักที่เป็นวัยรุ่นและวัยทำงานอายุ 18-30 ปี รักการแต่งตัวแฟชั่นโดยจะนำเสนอสินค้าในคอนเซ็ปต์ที่สนุกสนาน ด้วยสีสันที่สดใสเป็นแบบ Chic & Cool

3. การตลาด

บริษัทฯ มีการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้และความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอีกด้วย โดยมีการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อกำหนดกิจกรรม รูปแบบ สื่อในการทำการตลาด และกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3.1 การทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเลือกช่องทางในการสื่อสารระหว่างบริษัทฯ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เลือกช่องทางการสื่อสารให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้งในรูปแบบออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมและคุ้มค่าต่อการลงทุนสูงสุดในแต่ละช่องทาง โดยช่องทางในการสื่อสารทางการตลาดของบริษัทฯ มีดังนี้

- สื่อออนไลน์ (Online Channel): ได้แก่ การทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Network รวมทั้งการรีวิวสินค้าโดยใช้ KOL (Key Opinion Leader) ผ่านช่องทาง TikTok และ Facebook และบริษัทฯ มุ่งเน้นการนำเสนอคอนเทนต์ (Content) เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและแคมเปญต่าง ๆ ให้มีความถี่มากขึ้น เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการจัดทำคอนเทนต์เพื่อเน้นสินค้าที่โดดเด่น (Highlight Products) ให้น่าสนใจเป็นพิเศษ นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมไลฟ์ (Live Streaming) เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง E-Commerce เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าแบบเรียลไทม์ อีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญคือการสื่อสารผ่าน Line Official Account โดยมีการทำ Line Broadcast แบบสื่อสารการตลาดเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) เพื่อส่งมอบข้อความและโปรโมชันที่ตรงกับความสนใจและพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มอย่างแม่นยำ ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถติดตามข่าวสาร สินค้าคอลเลกชันใหม่ และส่วนลดต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียหลักของบริษัทฯ (Moshi Moshi Official) ได้ครบทุกแพลตฟอร์ม



- สื่อออฟไลน์ (Offline Channel): บริษัทฯ มีการเลือกใช้สื่อออฟไลน์ที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ เช่น การจัดบูทประชาสัมพันธ์ในงานที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น หน้าสถานที่จัดคอนเสิร์ต การจ้างพิธีกร (MC) เพื่อประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้าและเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาเลือกชมสินค้าภายในร้าน พร้อมให้ข้อมูลโปรโมชันพิเศษ โดยเฉพาะในช่วงการเปิดสาขาใหม่หรือในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศที่คึกคักและสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand Awareness) ในพื้นที่นั้น ๆ ให้ได้มากที่สุด



3.2 การจัดกิจกรรม บริษัทฯ จัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า (Engagement) และกระตุ้นการรับรู้แบรนด์อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการจัดกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย อาทิ

- กิจกรรมชิงโชคและลุ้นรางวัล เช่น การลุ้นรับบัตรคอนเสิร์ตศิลปินดัง การลุ้นรับทองคำ เป็นต้น เพื่อดึงดูดความสนใจและคืนกำไรให้กับลูกค้า

- กิจกรรมกระตุ้นการสร้างคอนเทนต์จากประสบการณ์จริงของผู้ใช้งาน (User Generated Content: UGC) โดยการจัดแคมเปญเชิญชวนให้ลูกค้าร่วมสนุกผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น การทำคลิปรีวิวแกะกล่องสินค้า (Unboxing) การกดติดตามช่องทาง TikTok พร้อมคอมเมนต์ร่วมสนุก หรือการแชร์กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อลุ้นรับของรางวัล

ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมในรูปแบบดังกล่าว มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสการบอกต่อในวงกว้าง (Viral) ผ่านการสร้างคอนเทนต์โดยลูกค้าจริง ซึ่งช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ การรับรู้ในแบรนด์ (Brand Awareness) และนำไปสู่ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ในระยะยาว





3.3 ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ มีการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบร่วมมือ (Collaborative Marketing) โดยการจับมือกับพันธมิตรทางธุรกิจหรือเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใกล้เคียงกัน เพื่อร่วมกันพัฒนาสินค้าคอลเลกชันพิเศษ (Special Collection) อาทิ "หมูเด้ง" ซึ่งการร่วมมือในลักษณะนี้ช่วยสร้างความตื่นเต้นและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ส่งผลเชิงบวกทั้งในด้านภาพลักษณ์แบรนด์ที่ทันต่อกระแส และสามารถกระตุ้นยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการนำเสนอสินค้าที่มีความพิเศษและจำกัดเฉพาะช่วงเวลา



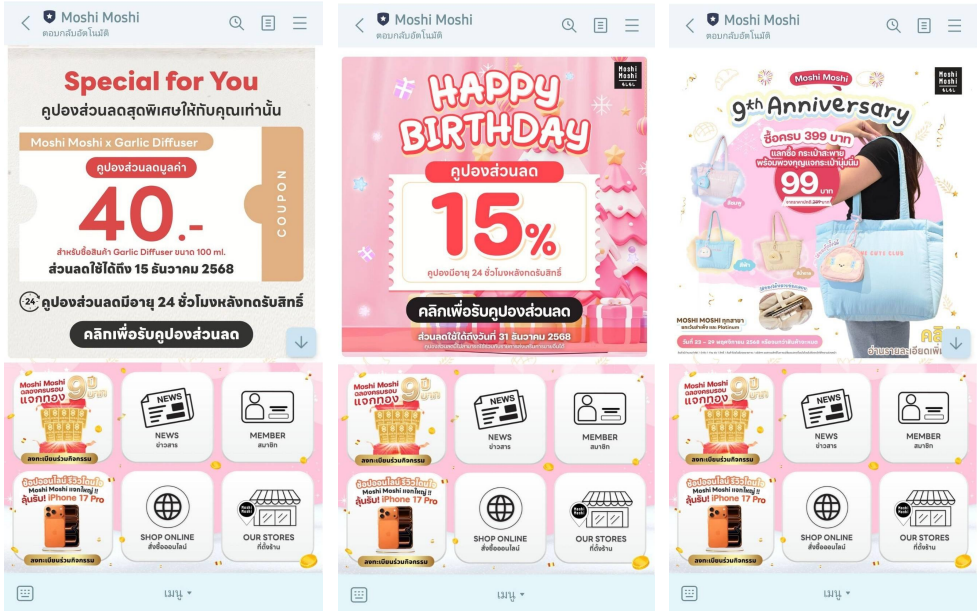




3.4 การเพิ่มความภักดีของลูกค้าด้วยการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM)

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรักษาฐานลูกค้าและสร้างความผูกพันในระยะยาว จึงได้พัฒนาระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการจัดทำระบบสมาชิก (Membership Program) สำหรับช่องทางค้าปลีก โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดี (Customer Engagement) และเสริมสร้างความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) อันจะนำไปสู่การซื้อซ้ำและการเติบโตของยอดขายอย่างยั่งยืน เพื่อให้ระบบสมาชิกเกิดประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทฯ ได้มอบสิทธิประโยชน์ที่เหนือกว่าเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก อาทิ การมอบโปรโมชันเฉพาะสมาชิก การสะสมคะแนนแลกส่วนลด เพื่อให้ลูกค้าตระหนักถึงความคุ้มค่าและความสำคัญของการเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสื่อสารการตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) ทำให้สามารถสื่อสารข้อมูล นำเสนอสินค้า และส่งมอบโปรโมชันที่ตรงกับความสนใจและไลฟ์สไตล์ของสมาชิก ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า



3.5 การส่งเสริมการขาย

- บริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดโปรโมชันหลากหลายรูปแบบ เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า โดยให้ความสำคัญกับการแลกซื้อสินค้าแบบพรีเมียม เพื่อเพิ่มมูลค่าการซื้อเฉลี่ยต่อบิล (Average Transaction Value) และมอบประสบการณ์ที่คุ้มค่าให้แก่ลูกค้า ดึงความสนใจและกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาที่สาขา และสร้างความพึงพอใจในระยะยาว







สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา

ในปี 2568 อุตสาหกรรมค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ยังคงอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยพฤติกรรมผู้บริโภคมีความหลากหลายมากขึ้นและมีการเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน ความคาดหวังด้านประสบการณ์หน้าร้านยังคงมีบทบาทสำคัญในการสร้างการตัดสินใจซื้อ

แม้กำลังซื้อในบางพื้นที่ยังอยู่ในช่วงฟื้นตัว แต่เมืองท่องเที่ยวหลักมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งลูกค้าในประเทศและนักท่องเที่ยว

ด้านโครงสร้างการแข่งขัน ผู้ประกอบการรายเดิมในตลาดต่างเร่งพัฒนากลยุทธ์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด อาทิ การเพิ่มความถี่ในการออกสินค้าใหม่ การนำเสนอคอลเลกชันเฉพาะกลุ่ม และการใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า ขณะเดียวกันตลาดยังมีผู้ประกอบการรายใหม่หลายรายจากต่างประเทศ รวมถึงผู้ขายบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ที่เข้ามาเติมเต็มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค

ภาพรวมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการแข่งขันที่มีความเข้มข้นในเชิงคุณภาพ ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมสินค้า รูปแบบร้านค้า และประสบการณ์ลูกค้า อันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและโอกาสการเติบโตอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์

ในปี 2568 สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDC) เปิดเผยว่าเศรษฐกิจไทยขยายตัว ร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับปีก่อน ชะลอตัวลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.9 ในปี 2567 โดยเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวในปีที่ผ่านมา มาจากการชะลอตัวลงของการใช้จ่ายภาคเอกชนและการใช้จ่ายภาครัฐ อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจยังคงได้รับแรงสนับสนุนสำคัญจากการส่งออกสินค้าที่ขยายตัวในเกณฑ์สูงต่อเนื่อง สอดคล้องกับการกลับมาขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชน และการเร่งขยายตัวขึ้นของการลงทุนภาครัฐ

การขยายตัวของเศรษฐกิจในปีนี้สะท้อนปัจจัยสนับสนุนหลายด้าน ทั้งการใช้จ่ายภาคครัวเรือน การลงทุนของภาครัฐ และนโยบายภาครัฐที่มีเป้าหมายกระตุ้นการบริโภคและการลงทุน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความมั่นคงในการขยายตัวของเศรษฐกิจท่ามกลางบริบทของเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ผลจากปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้การดำเนินธุรกิจค้าปลีกต้องมุ่งเน้นการปรับตัวทั้งในด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และการพัฒนาประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) ที่สามารถรองรับทั้งพฤติกรรมการเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์และการเข้าชมหน้าร้านเพื่อรองรับการเติบโตที่เปลี่ยนแปลงในปีนี้และปีต่อไป

การแข่งขันในปี 2568 มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยสามารถแบ่งการแข่งขันตามด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การแข่งขันด้านสินค้า

พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความแปลกใหม่ ความคุ้มค่า และดีไซน์ที่สามารถสะท้อนตัวตนมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการในตลาดค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ต้องปรับกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งการนำเสนอสินค้าลิขสิทธิ์ คอลเลกชันเฉพาะกลุ่ม และสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ผสานการใช้งานเข้ากับการออกแบบ

บริษัทฯ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านกลยุทธ์การหมุนเวียนคอลเลกชันสินค้าอย่างสม่ำเสมอ พร้อมนำเสนอสินค้าที่สอดคล้องกับเทรนด์และความต้องการของตลาด อาทิ กลุ่มสินค้าแฟชั่น และของใช้ประจำวันซึ่งเน้นดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์ เข้าถึงง่าย และมีความน่ารัก รวมถึงการนำเสนอสินค้าดีไซน์เฉพาะทางในบางสาขา เพื่อสร้างความแตกต่างด้านสินค้าและเสริมประสบการณ์การเลือกซื้อในตลาดที่มีทางเลือกหลากหลายมากขึ้น

2. การแข่งขันด้านราคา

ผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ส่งผลให้การกำหนดราคามีบทบาทสำคัญในการแข่งขัน โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยและร้านค้าออนไลน์ที่มีความคล่องตัวในการปรับราคา

บริษัทฯ ใช้ประโยชน์จากการบริหารต้นทุนและปริมาณการสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้น เพื่อรักษาความสามารถในการกำหนดราคาที่แข่งขันได้ แม้ในสภาวะที่ต้นทุนการนำเข้าและค่าขนส่งมีความผันผวน พร้อมทั้งดำเนินกลยุทธ์โปรโมชันแบบยืดหยุ่น อาทิ โปรโมชันรายเดือนผ่านช่องทาง

ออนไลน์ สิทธิ์แลกซื้อสำหรับสมาชิก และแคมเปญกระตุ้นยอดขายตามฤดูกาล ซึ่งช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพในช่วงการแข่งขันสูงและการขยายสาขา

3. การขยายสาขา

การขยายสาขาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเติบโตของบริษัทฯ ณ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีสาขารวมทั้งสิ้น 202 สาขา ครอบคลุม 68 จังหวัดทั่วประเทศ โดยร้าน Moshi Moshi เป็นแบรนด์หลักด้วย 196 สาขา นอกจากนี้ยังมีร้าน Garlic 4 สาขา ร้าน Giant 1 สาขา และร้าน The OK Station 1 สาขา

ในปี 2568 บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่เพิ่ม 38 สาขา แสดงถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการเติบโตผ่านแบรนด์ Moshi Moshi เป็นหลัก การขยายเครือข่ายนี้ช่วยเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า สร้างการรับรู้แบรนด์ และเพิ่มอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนและนำเสนอสินค้าคุณภาพดีในราคาที่แข่งขันได้

4. ประสบการณ์ลูกค้า

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงมุ่งเน้นการยกระดับภาพลักษณ์ร้านค้าผ่านแนวคิดการตกแต่งที่ทันสมัยและมีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมความพึงพอใจและสุนทรียภาพในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย แต่ยังสร้างความประทับใจที่นำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Customer Retention)

รายงานภาวะอุตสาหกรรม

1. ภาวะอุตสาหกรรม

เศรษฐกิจไทยในปี 2568 ขยายตัว ร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับปีก่อน ชะลอตัวลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.9 ในปี 2567 โดยเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวในปีที่ผ่านมา มาจากการชะลอตัวลงของการใช้จ่ายภาคเอกชนและการใช้จ่ายภาครัฐ อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจยังคงได้รับแรงสนับสนุนสำคัญจากการส่งออกสินค้าที่ขยายตัวในเกณฑ์สูงต่อเนื่องสอดคล้องกับการกลับมาขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชน และการเร่งขยายตัวขึ้นของการลงทุนภาครัฐ

สาเหตุหลักที่ทำให้เศรษฐกิจไทยที่โตเกินคาดในปีนี้ จากที่เคยประเมินไว้ที่ประมาณร้อยละ 2.0-2.2 มาจากการขยายตัวเกินคาดในไตรมาส 4 ที่ GDP โตถึงร้อยละ 2.5 YoY จากการลงทุนและการก่อสร้าง ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ขยายตัวแรงกว่าที่คาดไว้มาก โดยการลงทุนภาคเอกชนในไตรมาส 4 ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 6.5 โดยเฉพาะการก่อสร้างที่ขยายตัวร้อยละ 11.2 จากการลดลงร้อยละ 4.5 ในไตรมาส 3/2568 ขณะที่การลงทุนก่อสร้างของภาครัฐก็กลับมาขยายตัวในเกณฑ์สูงร้อยละ 15.6 จากการเร่งรัดเบิกจ่ายงบลงทุนและงบกระตุ้นเศรษฐกิจโครงการขนาดเล็ก

สภาพัฒน์ฯ ประเมินว่าเศรษฐกิจไทย ปี 2569 มีแนวโน้มขยายตัวในช่วงร้อยละ 1.5-2.5 โดยมีค่ากลางการประมาณการอยู่ที่ร้อยละ 2 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวต่อเนื่องของการอุปโภคบริโภคและการลงทุนภาคเอกชน แรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐบาล การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว และการเพิ่มขึ้นของผลผลิตทางการเกษตร อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของเศรษฐกิจไทยเผชิญข้อจำกัดและปัจจัยเสี่ยงหลายประการ อาทิ มาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ การชะลอตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก ตลอดจนระดับหนี้สินภาคเอกชนที่ยังอยู่ในเกณฑ์สูง นอกจากนี้ ในช่วงต้นปี 2569 ความตึงเครียดและความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยเฉพาะสถานการณ์ความขัดแย้งที่เกี่ยวข้องกับอิหร่าน ได้สร้างความผันผวนต่อเศรษฐกิจโลกผ่านช่องทางราคาพลังงาน การขนส่ง และตลาดการเงิน ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนพลังงานและค่าขนส่งปรับตัวสูงขึ้น รวมทั้งกระทบต่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจในภาพรวม

หน่วยงานด้านเศรษฐกิจของไทยประเมินว่า หากสถานการณ์ความขัดแย้งยืดเยื้อและส่งผลให้ราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2569 อาจปรับลดลงมาอยู่ในช่วงประมาณร้อยละ 1.3-1.6 ทั้งนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยยังคงติดตามสถานการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เนื่องจากราคาพลังงานอาจส่งผลต่ออัตราเงินเฟ้อ ต้นทุนการผลิต และกำลังซื้อของผู้บริโภคในระยะต่อไป

การชะลอตัวของเศรษฐกิจไทยที่คาดการณ์ไว้ในช่วงปลายปี 2568 และปี 2569 เป็นผลกระทบของมาตรการการค้าของสหรัฐอเมริกา การบริโภคส่วนบุคคลระดับปานกลาง ข้อจำกัดของภาวะหนี้ครัวเรือนที่สูง และการลงทุนที่เชื่องช้า รวมถึงสถานการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ในภาคใต้ของประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาเมื่อช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน 2568 ทำให้เกิดการหยุดชะงักอย่างมีนัยสำคัญในหลายส่วนภาคเศรษฐกิจ ซึ่งคาดว่าการท่องเที่ยวจะได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง หลังจากชาวมาเลเซียซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวหลักสำคัญได้ยกเลิกการเดินทางทั้งหมดไปยังภาคใต้ของประเทศไทยเพื่อความปลอดภัย อีกทั้งยังมีปัจจัยความเสี่ยงอื่น ๆ รวมถึงความไม่แน่นอนของโลก การท่องเที่ยวที่อ่อนแอกว่าที่คาดการณ์ และความเปราะบางทางการเมืองไทย

อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2568 ยังคงได้รับแรงหนุนจากการใช้จ่ายของประชาชนในช่วงเทศกาลและโครงการคนละครึ่งพลัสก่อนสิ้นสุดโครงการ รวมถึงนโยบายการลดดอกเบี้ยเหลือร้อยละ 1.25 และการปรับลดราคาน้ำมัน ซึ่งช่วยบรรเทาต้นทุนและค่าครองชีพในระยะสั้น

2. ภาพรวมอุตสาหกรรมค้าปลีกในประเทศไทย

ในปี 2568 อุตสาหกรรมค้าปลีกของประเทศไทย พบสัญญาณที่บ่งชี้ถึงความเปราะบางและกำลังซื้อที่อ่อนแรงอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในช่วงปลายปี ผลสำรวจจากสมาคมผู้ค้าปลีกไทยร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทย และข้อมูลเชิงลึกในบทความของฐานเศรษฐกิจ สะท้อนภาพรวมที่ไม่เป็นไปตามฤดูกาลและความคาดหวังของตลาด ดังนี้

ในเดือนธันวาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (Retail Sentiment Index: RSI) ปรับตัวลดลงจากเดือนพฤศจิกายน และทำจุดต่ำสุดในรอบ 4 ปี สำหรับเดือนธันวาคม ซึ่งแตกต่างจากพฤติกรรมในช่วงปี 2565-2567 ที่ดัชนีมักจะขยับขึ้นในเดือนสุดท้ายของทุกปี บ่งชี้ว่ากำลังซื้อในตลาดยังไม่กลับมาอย่างแข็งแกร่งแม้จะเป็นช่วงเทศกาลปลายปีที่ปกติควรจะมีการซื้อขายหนาแน่นกว่าเดือนอื่น ๆ

แม้ตัวเลขยอดขายบางส่วนจากดัชนีความเชื่อมั่นต่อยอดขายสาขาเดิม (Same Store Sales Growth: SSSG) จะแสดงการเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ยอดใช้จ่ายต่อใบเสร็จ (Spending per Bill) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และความถี่ในการใช้จ่าย (Frequency of Shopping) เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ซึ่งสะท้อนภาพของผู้บริโภคที่มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น และเลือกซื้อเฉพาะสินค้าที่จำเป็นเท่านั้น โดยมีการรอโปรโมชันหรือส่วนลดก่อนตัดสินใจซื้อมากขึ้นกว่าปีก่อนหน้านี้

อีกหนึ่งปัจจัยหลักที่เชื่อมโยงกับภาวะนี้คือประเด็นเสถียรภาพทางการเมืองที่มีการประกาศยุบรัฐสภาเร็วกว่าคาดการณ์ ซึ่งส่งผลให้การวางแผนและการใช้จ่ายของผู้บริโภคชะงักไป รวมถึงการสิ้นสุดของโครงการ “คนละครึ่งพลัส” และ “เที่ยวดีมีคืน” ที่เคยมีบทบาทกระตุ้นการใช้จ่ายในช่วงก่อนหน้า ทำให้ปลายปี 2568 การใช้จ่ายในระบบค้าปลีกไม่ได้เพิ่มขึ้นตามที่คาดการณ์ไว้ และลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ภาพรวมภาคอุตสาหกรรมค้าปลีกในปี 2568 ยังสะท้อนปัจจัยท้าทายอื่น ๆ ได้แก่ การแข่งขันด้านราคาที่ยังคงรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความคุ้มค่ามากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการต้องจัดทำการส่งเสริมการขายหรือจัดโปรโมชันเข้มข้นมากกว่าที่ผ่านมาเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด แม้จะมีมาตรการสนับสนุนการใช้จ่ายจากภาครัฐในช่วงปลายปี แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะพลิกแนวโน้มในเชิงบวกอย่างเด่นชัด

ภาพรวมอุตสาหกรรมค้าปลีกในประเทศไทยปี 2568 จึงสรุปได้ว่า เป็นปีที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับแรงกดดันทั้งจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวม กำลังซื้อที่อ่อนแอ และปัจจัยเชิงโครงสร้างทางสังคมและการเมือง จึงสะท้อนให้เห็นถึงภาวะตลาดที่เปราะบาง ซึ่งเป็นสัญญาณเตือนว่าการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมค้าปลีกนี้ยังเต็มไปด้วยความไม่แน่นอนและจำเป็นต้องติดตามอย่างใกล้ชิดในปี 2569 ต่อไป

3. ข้อมูลวิเคราะห์อุตสาหกรรมค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ของประเทศไทย

3.1 นิยามและการแบ่งส่วนอุตสาหกรรม

ร้านค้าปลีกของชำ (Grocery-based retailer) มุ่งเน้นการขายอาหารและเครื่องดื่ม (F&B) พร้อมทั้งนำเสนอสินค้าไลฟ์สไตล์บางประเภท เช่น เสื้อผ้า กระเป๋าสัมภาระ และสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เครื่องเขียน ของเล่น

ร้านค้าปลีกเฉพาะทาง (Specialty retailer) มุ่งเน้นการขายสินค้าประเภทเดียว หรือประเภทสินค้าที่เฉพาะเจาะจง เช่น เสื้อผ้าและรองเท้า สุขภาพและความงาม อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น

ช่องทางค้าปลีกอื่น ๆ (Other retail channels) ประกอบด้วย ผู้ค้าปลีกที่ไม่อาศัยร้านค้า ทำการขายผ่านรูปแบบการขายตรง เช่น สถานีโทรทัศน์ ขายตรงถึงบ้าน หรือขายผ่านทางออนไลน์อย่างเดียว เช่น เว็บไซต์ แพลตฟอร์มออนไลน์ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

ร้านค้าปลีกสินค้าที่หลากหลาย (Variety retailer) มุ่งนำเสนอขายสินค้าหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ และร้านค้าปลีกสินค้าที่หลากหลายอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ร้านค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ เน้นขายสินค้าของใช้ประเภทต่าง ๆ เช่น เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว กระเป๋าและสินค้าแฟชั่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็ก เช่น อุปกรณ์เสริมสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าตกแต่งบ้าน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เสื้อผ้า ของเล่น เครื่องเขียน และสินค้าบริโภคภัณฑ์ในชีวิตประจำวันอื่น ๆ

บริษัทฯ เป็นร้านค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ชั้นนำในประเทศไทย โดยประเภทสินค้าสำคัญที่วางขายนับตั้งแต่เปิดร้านสาขาแรกในปี 2559 ได้แก่ ของใช้ในบ้าน กระเป๋า เครื่องเขียน อุปกรณ์เสริมความงามเครื่องสำอาง สินค้าแฟชั่น เช่น รองเท้าและเครื่องประดับผม ขนม อุปกรณ์ไอทีและอุปกรณ์เสริมโทรศัพท์เคลื่อนที่ขนาดเล็ก เสื้อผ้า ตุ๊กตา สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง ของเล่น และสินค้ากลุ่มอื่น ๆ

3.2 ปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรม

1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของผู้บริโภค

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โครงสร้างประชากรของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ภูมิทัศน์ของธุรกิจค้าปลีกต้องปรับตัวตามไปด้วย การเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นกุญแจสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในการวางกลยุทธ์และรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ประเทศไทยเผชิญการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร คนเกิดน้อยกว่าเสียชีวิต ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2564 โดยในปี 2568 จำนวนเด็กเกิดใหม่อยู่ที่ 416,574 คน ลดลงอย่างมากจากปี 2567 ที่มี 462,240 คน ต่ำกว่า 5 แสนคนเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน และถือเป็นสถิติการเกิดต่ำที่สุดในรอบกว่า 75 ปี วิกฤตโครงสร้างประชากรจะมาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยกดดันการเติบโตทางเศรษฐกิจไทย จากความเสี่ยงใน 3 เรื่องหลัก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการขาดแคลนแรงงาน แนวโน้มการบริโภคที่ลดลง เนื่องจากจำนวนวัยแรงงานที่มีรายได้สุทธิน้อยลง ขณะที่ผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นมีกำลังซื้อน้อย รวมถึงภาระทางการคลังที่เพิ่มขึ้นจากทั้งสวัสดิการด้านรายได้และสุขภาพ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว โดยข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติคาดการณ์ว่าภายในปี 2568 ประเทศไทยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด เรียกได้ว่าเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ปรากฏการณ์นี้ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกต้องปรับตัวในหลายมิติ ทั้งการออกแบบพื้นที่ร้านค้าให้เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและการดูแลตนเอง ตลอดจนการให้บริการส่งสินค้าถึงบ้านที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน ขนาดครัวเรือนของไทยมีแนวโน้มเล็กลงอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า จำนวนสมาชิกเฉลี่ยต่อครัวเรือนลดลงจาก 3.14 คน ในปี 2562 เหลือเพียง 2.35 คน ในปี 2565 การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภค โดยความต้องการสินค้าขนาดเล็ก บรรจุภัณฑ์สำหรับ 1-2 คน และอาหารพร้อมรับประทานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ร้านค้าสะดวกซื้อจึงได้รับความนิยมมากขึ้น

การขยายตัวของความเป็นเมืองในประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีก สัดส่วนประชากรในเขตเมืองของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 34.2 ในปี 2565 เป็นร้อยละ 54.3 ในปี 2567 (กรมการปกครอง) การเติบโตของเมืองนำมาซึ่งโอกาสในการขยายสาขาของร้านค้าปลีกในพื้นที่เมืองใหม่และเมืองรอง ขณะเดียวกัน วิถีชีวิตของคนเมืองที่เร่งรีบทำให้บริการจัดส่งอาหารและสินค้าเติบโตอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ การเติบโตของชนชั้นกลางในไทยยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดค้าปลีกอย่างมีนัยสำคัญ รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของไทยเพิ่มขึ้นจาก 26,900 บาทต่อเดือนในปี 2556 เป็น 29,030 บาทต่อเดือน ในปี 2566 การเพิ่มขึ้นของกำลังซื้อทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าคุณภาพสูง และแสวงหาประสบการณ์การช็อปปิ้งที่แตกต่าง ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540-2555 ก็มีอิทธิพลต่อธุรกิจค้าปลีกอย่างมาก กลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมเทคโนโลยีดิจิทัล โดยใช้เวลาออนไลน์เฉลี่ยกว่า 12 ชั่วโมงต่อวัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2567) ทำให้คาดหวังประสบการณ์ดิจิทัลที่ไร้รอยต่อ พวกเขาให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและจริยธรรมในการทำธุรกิจ โดยร้อยละ 73 ยินดีจ่ายเพิ่มสำหรับสินค้าที่ผลิตอย่างยั่งยืน (Nielsen Thailand, 2563) นอกจากนี้ กลุ่ม Gen Z ยังนิยมการชำระเงินดิจิทัลและสนใจบริการ Buy Now, Pay Later ธุรกิจค้าปลีกจึงต้องปรับตัวโดยพัฒนาช่องทางออนไลน์ที่แข็งแกร่ง แสดงจุดยืนด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจมากกว่าการเน้นขายสินค้าเพียงอย่างเดียว

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรอย่างรวดเร็ว ธุรกิจค้าปลีกต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการปรับแบรนด์และผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กลุ่มประชากรที่หลากหลาย การลงทุนในเทคโนโลยี และการพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ในท้ายที่สุด ธุรกิจค้าปลีกที่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรไทยจะเป็นผู้ที่สามารถสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

2) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเงิน

การขยายตัวของความเป็นเมืองที่เพิ่มขึ้นได้เพิ่มโอกาสในการจ้างงานที่สูงขึ้นและมีส่วนในการผลักดันมาตรฐานการดำรงชีวิตของผู้คนในสังคมให้สูงขึ้น การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำยังมีความสัมพันธ์กับกำลังในการซื้อและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของประชาชนทั่วไป (General public) เมื่อลูกจ้างมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น การซื้อและขายสินค้าประเภทไลฟ์สไตล์จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเลือกที่ซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่าทางการเงินและมีความทันสมัยมากขึ้น ผู้บริโภคในประเทศไทยมากกว่าร้อยละ 70 ยกให้ “คุณค่า” เป็นปัจจัยสำคัญที่พิจารณาเมื่อทำการซื้อสินค้า กลุ่มลูกค้าที่มักจะมองหาข้อเสนอที่ดี โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ชนบทที่มีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนก่อนการตัดสินใจความตั้งใจในการซื้อที่มากกว่า จะต้องการข้อเสนอที่ดีที่สุดสำหรับการซื้อสินค้าและมักจะเสาะหาสินค้าที่มีราคาไม่แพง มีคุณภาพ และมีราคาสินค้าที่ตรงกับมูลค่าที่แท้จริงของสินค้า การให้ความสำคัญกับคุณค่าที่เพิ่มขึ้นได้กลายเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์

3) อิทธิพลของวัฒนธรรมหลากหลายและวัฒนธรรมข้ามชาติต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

วัยรุ่นไทยมองว่ารูปแบบการออกแบบสินค้าเป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่การซื้อสินค้า ส่วนทัศนคติต่อสินค้านั้น ประชากรกลุ่มนี้เชื่อว่าประเทศญี่ปุ่นและประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่เป็นผู้นำทางด้านสินค้าที่มีความหลากหลายและมีไลฟ์สไตล์ การออกแบบของบรรจุภัณฑ์ยังช่วยให้สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี ผู้เลือกสินค้าที่มีความรู้ความเข้าใจในสินค้ากลุ่มนี้ได้ทำให้ผู้ค้าปลีกไลฟ์สไตล์ต้องทำการทบทวนกลยุทธ์ในการขายสินค้าใหม่ หากบริษัทไม่สามารถจับกระแสความนิยมในตลาดได้จะทำให้สูญเสียตลาดที่สำคัญ

4) ยอดขายที่เพิ่มขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของตลาดค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ในประเทศไทย

ในช่วงปีที่ผ่านมา ยอดขายสินค้าไลฟ์สไตล์ผ่านช่องออนไลน์ได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมีนัยสำคัญ ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ได้มีการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ซื้อขายสินค้าออนไลน์ (Portal Web) ตลอดจนขับเคลื่อนกลยุทธ์การเชื่อมโยงผสมผสานช่องทางการขายทั้งออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) ไว้ด้วยกัน หรือ Omni Channel Model ช่วยให้ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์สามารถรักษาประสบการณ์ลูกค้า (Customer experience) ที่มีคุณภาพสูง ราบรื่น และสะดวกสบายไว้ได้ นอกจากนี้ ยังช่วยให้ผู้ค้ามีความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับวิธีการสร้างเนื้อหาและข้อเสนอที่จะกระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับการเลือกซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น (ไม่เพียงแค่ผ่านทางออนไลน์แต่ยังรวมถึงหน้าร้านด้วย) นอกจากนี้ ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ในตลาดมีการเพิ่มการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และยังได้ใช้ประโยชน์จากปัจจัยต่าง ๆ เช่น อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Internet Penetration) และสมาร์ตโฟนที่เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากภายในประเทศ ทำให้มีการนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยต่าง ๆ เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ประชากรผู้หญิงวัยทำงานที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว และไลฟ์สไตล์ที่เร่งรีบ ลดความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้าน ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหันมาเลือกช่องทางออนไลน์เพื่อซื้อสินค้า

อุปโภคบริโภคและสินค้าไลฟ์สไตล์มากขึ้น ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์จึงเป็นทางเลือกที่คุ้มค่าสำหรับผู้ค้าเหล่านี้ในการขายสินค้าของตน

5) การเลือกซื้อสินค้าที่ขับเคลื่อนด้วยโซเชียลมีเดีย

การวางแผนโซเชียลมีเดียสำหรับสินค้าไลฟ์สไตล์ มีความสำคัญต่อการเพิ่มยอดขายในร้านค้าและออนไลน์ การกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้า การกำหนดตัวตนของตราสินค้า และการเพิ่มส่วนแบ่งของการใช้จ่ายของลูกค้า เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียในประเทศไทยแล้ว แสดงให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียมีความสำคัญต่อธุรกิจค้าปลีกไลฟ์สไตล์เป็นอย่างมาก แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเหล่านี้มีผู้ใช้งานใหม่เพิ่มขึ้นในแต่ละวัน ครอบคลุมผู้คนในเกือบทุกกลุ่มอายุ ผู้บริโภคต้องการที่จะมีส่วนร่วมและเรียนรู้เกี่ยวกับแบรนด์ต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ชื่นชอบ และการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มนี้มักได้รับอิทธิพลจากผู้ใช้งานโซเชียลมีเดีย ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์เริ่มมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ผู้นำที่มีอิทธิพลทางความคิด (Key Opinion Leaders: KOL) เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า และผู้บริโภคที่มีอิทธิพลทางความคิด (Key Opinion Consumers: KOC) เพื่อทำการผลิตคอนเทนต์ด้วยตัวเอง (User Generated Content) ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Instagram การลงทุนในเนื้อหาและโซเชียลมีเดียกำลังเข้ามาแทนที่กลยุทธ์ของสื่อในการค้นหาข้อมูลในรูปแบบเดิม เพื่อเร่งการสร้างแบรนด์และทำให้เกิดการเพิ่มยอดขาย เนื้อหาของวิดีโอและโพสต์ โดยเฉพาะวิดีโอขนาดสั้น ยังคงเปลี่ยนแปลงวิธีการในการค้นหาข้อมูลของผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง เมื่อไลฟ์สไตล์ของผู้คนมีความหลากหลายมากขึ้น ผู้ใช้งานจึงมีเวลาในการเข้าถึงเนื้อหาที่มีความสั้นกระชับได้ง่ายกว่า

TikTok เป็นแอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียยอดนิยมที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างและแชร์วิดีโอที่มีความยาวระหว่าง 15 วินาทีถึง 10 นาที และแอปพลิเคชันนี้ยังมีจุดเด่นในการเพิ่มเอฟเฟกต์เสียง เพลงสั้น และฟิลเตอร์เพื่อปรับแต่งวิดีโอให้น่าสนใจยิ่งขึ้น ผู้ใช้งานสามารถค้นหาวิดีโอโดยที่แอปพลิเคชันจะจัดหาคลิปตามหมวดหมู่ที่ผู้ใช้งานสนใจมาแสดงในหน้าฟีด (Feed) แรก ไม่ว่าจะเป็นหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องกับการร้องเพลง ขายของ และ Challenge ไปจนถึงเทคนิคในการ DIY และการสอนแต่งหน้า โดยในปัจจุบัน ผู้ใช้งาน TikTok ในประเทศไทยประมาณร้อยละ 42.9 มีอายุระหว่าง 18-24 ปี หลายบริษัทใช้ TikTok เป็นช่องทางในการสาธิตการใช้สินค้าใหม่และแนะนำโปรโมชัน/แคมเปญการตลาดใหม่แก่ผู้บริโภคหลัก

X เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เริ่มได้รับความนิยมและได้สร้างโอกาสใหม่ให้กับผู้ค้าปลีกไลฟ์สไตล์ ผู้ใช้งาน X มักจะโพสต์ข้อมูลที่เกี่ยวกับข่าวสาร ความบันเทิง กีฬา การเมือง และอื่น ๆ ปัจจัยหลักที่ทำให้ X แตกต่างจากแอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียอื่น ๆ คือการให้ความสำคัญกับระบบการโพสต์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ ซึ่งเป็นสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นและกำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ และมีความยาวเพียง 280 อักขระ ทำให้บริษัทจำนวนมากยังใช้ X เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางบริการลูกค้าอีกด้วย

เนื่องจากประชากรไทยส่วนใหญ่ที่อยู่ในกลุ่มอายุวัยรุ่นตอนกลางไปจนถึงผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเหล่านี้ได้ จึงถือเป็นโอกาสใหม่สำหรับผู้ค้าปลีกสินค้าแฟชั่นในการเชื่อมต่อ เข้าถึง และแนะนำสินค้าใหม่ให้กับกลุ่มประชากรเป้าหมายของตนในที่สุด

6) ความสนใจต่ออัตลักษณ์และการออกแบบของสินค้าไลฟ์สไตล์

สำหรับความหลากหลายของสินค้านั้น ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์จำหน่ายสินค้าหมวดหมู่ที่หลากหลายด้วยสีสันและการออกแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้ลูกค้าสนใจและดึงดูดให้กลับไปซื้อสินค้าซ้ำ รูปแบบสินค้าและคุณภาพสินค้ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความภักดีต่อแบรนด์ เนื่องจากสินค้าที่ผู้ค้าปลีกเหล่านี้จัดจำหน่ายนั้นมีการออกแบบที่มีความน่ารัก อยู่ในกระแส และทันสมัย รวมถึงใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง นอกจากนี้ ผู้ค้าปลีกบางรายยังจัดหาสินค้าที่อยู่ภายใต้คอลเลกชัน (Collection) ของหมวดหมู่สินค้าต่าง ๆ เช่น คอลเลกชันเครื่องเขียนและคอลเลกชันตุ๊กตา ซึ่งจะช่วยเพิ่มความภักดีที่ลูกค้ามีต่อสินค้า

ในช่วงที่ผ่านมา ลูกค้าจำนวนมากได้ให้ความนิยมในสินค้าลิขสิทธิ์ (Licensed product) และมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าเหล่านั้นต่อไปในอนาคต โดยมีการคาดการณ์ว่าลูกค้าหลายรายจะเลือกซื้อสินค้าลิขสิทธิ์มากกว่าสินค้าทั่วไปที่เคย ชื่นชอบในอดีต สินค้าลิขสิทธิ์ช่วยให้ร้านค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นและเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งและสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของแบรนด์ในระยะยาว เมื่อร้านค้าเหล่านี้วางขายสินค้าลิขสิทธิ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อลิขสิทธิ์เหล่านั้นมาจากบริษัทที่มีชื่อเสียง เช่น Disney, Marvel, Sanrio, Cartoon Network และอื่น ๆ ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ยังได้รับประโยชน์จากความนิยมของบริษัทเหล่านั้นอีกด้วย

7) นโยบายรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์

มาตรการ Easy E-Receipt 2.0 ระหว่างวันที่ 16 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2568 เป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้น โดยเร่งให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้จ่ายเร็วขึ้นในช่วงเวลาจำกัด พร้อมจุดกระแสการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ หรือร้านเฉพาะทาง ซึ่งต่างออกโปรโมชันและแคมเปญดึงดูดลูกค้าอย่างเข้มข้น ส่งผลให้เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องใช้งบประมาณภาครัฐโดยตรง ขณะเดียวกันยังช่วยผลักดันร้านค้าเข้าสู่ระบบ e-Receipt และ e-Tax Invoice เพิ่มความโปร่งใสทางภาษี และวางรากฐานสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลในระยะยาว

นอกจากนี้ มาตรการ “คนละครึ่ง พลัส” ของรัฐบาลในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2568 ถือเป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นกำลังการซื้อในระยะสั้น โดยคาดว่าจะช่วยสนับสนุนการขยายตัวของ GDP ไทยในปี 2568 ได้ราวร้อยละ 0.1-0.2 เมื่อเทียบกับกรณีไม่มีโครงการ พร้อมก่อให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบกว่า 4.4-8.4 หมื่นล้านบาท จากผู้เข้าร่วมโครงการประมาณ 10-20 ล้านคน ส่งผลให้เศรษฐกิจฐานรากมีความคึกคัก และช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชนในช่วงปลายปีได้อย่างมีนัยสำคัญ แม้มาตรการดังกล่าวจะมุ่ง

เน้นการใช้จ่ายในร้านค้ารายย่อยและสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นหลัก จึงอาจไม่ได้ส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของสภาพคล่องและการหมุนเวียนของเม็ดเงินในระบบเศรษฐกิจ มีส่วนช่วยเสริมความเชื่อมั่นผู้บริโภค และกระตุ้นการใช้จ่ายโดยรวมในตลาดค้าปลีก ซึ่งส่งผลทางอ้อมต่อภาคธุรกิจในภาพรวม รวมถึงธุรกิจสินค้าไลฟ์สไตล์ ผ่านบรรยากาศการบริโภคที่ฟื้นตัวและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว

จากผลสำรวจ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (Retail Sentiment Index: RSI) ซึ่งสมาคมผู้ค้าปลีกไทย จัดทำร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ภาพรวมช่วงไตรมาส 4/2568 (ตุลาคม-ธันวาคม 2568) ดัชนีคงอยู่ในระดับสูงกว่า 50 จุด โดยเฉพาะในเดือนตุลาคมที่มีแรงเชื่อมั่นสูง และลดลงเล็กน้อยในเดือนธันวาคมมาอยู่ที่ประมาณ 57.2 จุด ซึ่งยังสะท้อนความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีกในระดับบวกโดยรวม

นอกจากนี้ รัฐบาลยังเดินหน้าปรับโครงสร้างภาษีนำเข้า (Import Duty & VAT) เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการแข่งขัน โดยในปี 2568 ยังคงจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ร้อยละ 7 สำหรับสินค้านำเข้าทุกชิ้นตั้งแต่มูลค่า 1 บาทขึ้นไป (จากเดิมยกเว้นไม่เกิน 1,500 บาท) เพื่อปิดช่องว่างราคาสินค้านำเข้าราคาต่ำจากแพลตฟอร์มข้ามชาติ ขณะเดียวกันได้กำหนดให้การยกเว้นอากรนำเข้า (Customs Duty) สำหรับสินค้าราคาไม่เกิน 1,500 บาท ซึ่งจะสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และเริ่มจัดเก็บอากรนำเข้ากับสินค้าทุกชิ้นตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2569 เป็นต้นไป มาตรการดังกล่าวสะท้อนทิศทางนโยบายของรัฐที่ต้องการปกป้องผู้ค้าปลีกในประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำในการแข่งขัน และดึงการค้าทั้งระบบเข้าสู่โครงสร้างภาษีที่เป็นธรรมและยั่งยืนมากขึ้น

8) ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนสำคัญของตลาดค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะกลับมาฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งในช่วงก่อนหน้า หลังการผ่อนคลายมาตรการโควิด-19 และเคยแตะระดับนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 35 ล้านคน ในปี 2567 แต่ในปี 2568 ภาคการท่องเที่ยวของไทยเผชิญแรงกดดันและความชะลอตัวอย่างมีนัยสำคัญ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปี 2568 อยู่ที่ราว 32.97 ล้านคน ลดลงประมาณร้อยละ 7.23 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวรวมลดลงด้วยเช่นกัน

ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวฟื้นตัวช้าลงในปี 2568 ได้แก่ การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวจากจีนที่ยังไม่กลับสู่ระดับก่อนโควิด ซึ่งเป็นตลาดใหญ่เดิมของไทย และปัจจัยด้านเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว เช่น การลดลงของกำลังซื้อของนักเดินทางบางกลุ่ม ซึ่งทำให้การใช้จ่ายด้านสินค้าไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติชะลอตัวตามไปด้วย (The standard, 2569) ในขณะที่ตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมลดลง การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวยังส่งผลต่อลักษณะการใช้จ่ายด้วย โดยตลาดที่เติบโต เช่น นักท่องเที่ยวจากยุโรปและอินเดีย มีแนวโน้มใช้จ่ายในสินค้าระดับกลางถึงสูง ซึ่งช่วยลดแรงกดดันด้านราคาและกระตุ้นการใช้จ่ายสินค้าค้าปลีกบางกลุ่ม แม้ว่ายอดรวมจะไม่เทียบเท่าปีก่อนหน้า

สำหรับภาคค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ การชะลอตัวของการท่องเที่ยวหมายถึง แรงหนุนจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องพึ่งพากำลังซื้อภายในประเทศมากขึ้นและต้องออกแบบสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ทั้งผู้บริโภคไทยและนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง เพื่อชดเชยรายได้ที่ลดลงจากตลาดต่างประเทศ

โดยสรุป แม้ภาคการท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการใช้จ่ายในตลาดค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ แต่ในปี 2568 การลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้จากการท่องเที่ยวทำให้แรงขับเคลื่อนดังกล่าวชะลอตัวลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกต้องปรับกลยุทธ์สินค้า ประสบการณ์ และช่องทางการขายให้สอดคล้องกับโครงสร้างรายได้ของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคภายในประเทศที่เปลี่ยนไป

9) การสร้างความยั่งยืนและมูลค่าเพิ่มในธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์

แนวคิด ESG (Environmental, Social, Governance) ยังคงเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่กำหนดทิศทางการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ในประเทศไทยในปี 2568 อย่างชัดเจน จากข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระบุว่า บริษัทค้าปลีกที่มีคะแนน ESG อยู่ในกลุ่ม Top Quartile มีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมร้อยละ 13.8 ในปี 2568 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2568) ขณะที่การสำรวจผู้บริโภคโดยดีลอยท์ ประเทศไทย พบว่า ร้อยละ 71 ของผู้บริโภคไทยให้ความสำคัญกับแบรนด์ที่มีนโยบาย ESG ชัดเจน และร้อยละ 57 ยินดีจ่ายราคาที่สูงขึ้นสำหรับสินค้าและบริการจากธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ดีลอยท์ ประเทศไทย, 2568) สะท้อนให้เห็นว่า ESG ได้กลายเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากกว่าการเป็นเพียงภาพลักษณ์องค์กร

ในมิติสิ่งแวดล้อม (Environment) ผู้ประกอบการค้าปลีกไลฟ์สไตล์เร่งพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุรีไซเคิล วัสดุชีวภาพ และผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานยาวนาน เพื่อลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่ด้านสังคม (Social) ธุรกิจให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้แก่ชุมชนและผู้ผลิตท้องถิ่น โดยโครงการความร่วมมือระหว่างแบรนด์ไลฟ์สไตล์และชุมชนสามารถสร้างรายได้รวมกว่า 980 ล้านบาท ในปี 2568 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2568) ส่วนด้านธรรมาภิบาล (Governance) ผู้ประกอบการมีการเปิดเผยข้อมูลด้านห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น พร้อมนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการตรวจสอบความโปร่งใสและนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

รายงานจากสมาคมผู้ค้าปลีกไทยระบุเพิ่มเติมว่า ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ที่บูรณาการ ESG เข้ากับกลยุทธ์หลักขององค์กรมีอัตราการเติบโตของยอดขายออนไลน์ในกลุ่มผู้บริโภคอายุ 18-35 ปีสูงกว่าคู่แข่งถึง ร้อยละ 38 ในปี 2568 (สมาคมผู้ค้าปลีกไทย, 2568) ซึ่ง

ตอกย้ำว่า ESG ไม่เพียงเป็นเครื่องมือด้านความยั่งยืน แต่เป็น กลไกสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ในระยะยาว

ปัจจัยเสี่ยงและความท้าทายของอุตสาหกรรม

1. เศรษฐกิจไทยเติบโตแบบชะลอตัว

ปี 2569 กำลังจะเป็นอีกหนึ่งปีที่เศรษฐกิจไทยต้องเผชิญแรงปะทะจากรอบด้าน ทั้งแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มชะลอตัว การดำเนินนโยบายกีดกันทางการค้าของประเทศมหาอำนาจ ตลอดจนความเปราะบางเชิงโครงสร้างภายในประเทศและความไม่แน่นอนทางการเมืองหลังการเลือกตั้ง ปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลให้เศรษฐกิจไทยในปี 2569 เป็นปีของการประคองตัวมากกว่าจะเป็นปีของการเติบโตแบบเร่งตัว ทั้งนี้ ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอาจส่งผลให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น โดยเฉพาะในสินค้าที่ไม่จำเป็น ส่งผลให้มีแนวโน้มที่ลูกค้าจะลดความถี่ในการเข้ามาใช้บริการ หรือใช้เวลาเลือกซื้อสินค้าน้อยลง นอกจากนี้ สถานการณ์ดังกล่าวยังอาจนำไปสู่การลดลงของปริมาณผู้เข้าชมในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า ซึ่งส่งผลต่อบรรยากาศการใช้จ่ายโดยรวมและการแข่งขันภายในตลาดค้าปลีกที่ทวีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น

2. การแข่งขันด้านราคาทั้งจากคู่แข่งและแพลตฟอร์มออนไลน์

การแข่งขันด้านราคาเป็นหนึ่งในปัจจัยความเสี่ยงสำคัญของธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากผู้เล่นในตลาดมีจำนวนมากขึ้น ทั้งในรูปแบบร้านค้าปลีกดั้งเดิมและช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ง่ายและรวดเร็ว ความสะดวกดังกล่าวทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อไปยังช่องทางที่เสนอราคาที่คุ้มค่ากว่า ทั้งนี้ กลยุทธ์ธุรกิจด้านการออกผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และ Exclusive Design จึงเป็นปัจจัยที่ร้านค้าควรให้ความสำคัญอย่างมาก

3. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น

ค่าแรงขั้นต่ำในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับต้นทุนด้านแรงงาน ที่เพิ่มขึ้นในประเทศที่นำเข้าผลิตภัณฑ์ และต้นทุนเชื้อเพลิงและการขนส่งที่เพิ่มขึ้นในประเทศไทย เป็นเพียงปัจจัยบางประการที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ แม้ว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้ผลกำไรของผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ลดลง แต่ผู้เล่นที่มีจำนวนร้านค้าจำนวนมากอาจสามารถใช้ข้อได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ได้มากกว่า ซึ่งจะทำให้ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงและทำกำไรได้มากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีจำนวนร้านค้าที่น้อยกว่า

4. การขยายตัวของอีคอมเมิร์ซและการแข่งขันช่องทางออนไลน์

ตลาดอีคอมเมิร์ซของไทยยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง แม้จะอยู่ในสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว โดยในปี 2568 มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซไทยขยายตัวกว่าร้อยละ 14 และมีมูลค่ารวมประมาณ 1.1 ล้านล้านบาท ซึ่งสะท้อนการยอมรับของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยแพลตฟอร์มหลักอย่าง Shopee Lazada และ TikTok Shop มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตดังกล่าว (เนชั่น, 2568)

การเติบโตของช่องทางออนไลน์เกิดจากหลายปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ความสะดวกสบายในการช็อปปิ้ง การเปรียบเทียบราคาได้ง่าย โปรโมชันและการจัดส่งที่รวดเร็ว ตลอดจนการใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อค้นหาสินค้าและตัดสินใจซื้อ โดยผู้บริโภคไทยจำนวนมากให้ความสำคัญกับการซื้อออนไลน์ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องแต่งกาย หรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์ (Digital report, 2568)

อย่างไรก็ดี การเติบโตอย่างต่อเนื่องของอีคอมเมิร์ซยังสร้างการแข่งขันที่รุนแรงในเชิงช่องทางขายและราคา ซึ่งมีความหมายสำคัญต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ยังเน้นยอดขายจากหน้าร้าน ความสามารถในการเสนอประสบการณ์ออนไลน์ที่ดีและเชื่อมต่อกับหน้าร้านจริง (Omni-channel) จึงเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรักษาฐานลูกค้าและตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (DAAT, 2568)

สำหรับธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ที่โมเดลหลักยังคงอยู่ที่หน้าร้าน การแข่งขันจากช่องทางออนไลน์อาจไม่ได้หมายถึงการทดแทนยอดขายหน้าร้านโดยตรง แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้ช่องทางดิจิทัลเพื่อค้นหาข้อมูล ทำให้บริษัทฯ ต้องเสริมเครื่องมือการตลาดออนไลน์ เช่น การใช้โซเชียลคอมเมิร์ซ การจัดกิจกรรมโปรโมชันออนไลน์ และการใช้ฐานข้อมูลเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อขับยอดเข้าร้านและเพิ่ม Conversion ทั้งในโลกออนไลน์ และออฟไลน์

5. ความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคและช่องทางดิจิทัล

รายงานแนวโน้มตลาดดิจิทัลระบุว่าการซื้อสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียและตลาดออนไลน์เป็นพฤติกรรมหลักของผู้บริโภคไทย โดยแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น การค้นหาข้อมูล การรีวิวสินค้า และการอัปเดตโปรโมชันอย่างต่อเนื่อง สำหรับธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ การไม่สามารถตอบโจทย์การทำตลาดออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพจะทำให้สูญเสียส่วนแบ่งตลาดไปยังผู้ขายที่เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล ซึ่งเป็นความท้าทายสำคัญที่ต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยี ฐานข้อมูล และระบบ

6. ความยากในการรักษาความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

เมื่อผู้บริโภคมีตัวเลือกช่องทางและแบรนด์ที่หลากหลาย ผู้ประกอบการค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ต้องเผชิญความท้าทายในการสร้างความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่คุ้นเคยกับการช็อปออนไลน์ การรักษาฐานลูกค้าจึงต้องอาศัยกลยุทธ์เชิง

ประสบการณ์ การบริการหลังการขาย โปรแกรมสมาชิก และการปรับแต่งข้อเสนอให้ตรงกับความต้องการเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำและไม่ย้ายไปใช้บริการคู่แข่ง

อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barrier to Entry)

1. อุปสรรคในการแย่งส่วนแบ่งตลาดในตลาดที่มีการแข่งขันสูงและมีผู้เล่นหลากหลาย

ตลาดค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์เป็นตลาดที่มีผู้เล่นหลายราย (Fragmented Market) นอกจากนี้ อุตสาหกรรมนี้ยังประกอบด้วยผู้ค้าหลายรายที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ เนื่องจากสภาพแวดล้อมของตลาดมีความกระจายและมีการแข่งขันที่สูง ผู้เข้าร่วมรายใหม่อาจพบว่าเป็นความท้าทายที่จะได้ส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากนี้ ผู้เล่นใหม่ที่ยังไม่มีความเข้มแข็งด้านแบรนด์ การจัดการต้นทุน หรือระบบบริหารจัดการที่ครบถ้วน จะเผชิญอุปสรรคในการเจาะเข้าตลาดทั้งด้านส่วนแบ่งและความยั่งยืนของธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่มีตัวเลือกมากมายในตลาดแล้ว และอาจพบว่าเป็นการยากที่จะไปถึงจุดคุ้มทุน (Break Even) และทำกำไรได้มากกว่าผู้เล่นรายใหญ่ เนื่องจากต้นทุนการจัดจำหน่ายสินค้า การฝึกอบรมพนักงาน และการสร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Recognition) เพิ่มขึ้น เป็นต้น

2. การแข่งขันด้านราคาที่ดุเดือดและความท้าทายในการจัดหาสินค้า

อุตสาหกรรมนี้จำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งรวมไปถึงเครื่องเขียน สินค้าความงามและเครื่องสำอาง และสินค้าแฟชั่น เป็นต้น สินค้าเหล่านี้มักจะอยู่ในช่วงราคาที่ระดับต่ำไปจนถึงกลางเพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ ผู้ค้าที่อยู่ในตลาดในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าขนาดใหญ่ อาจมีความได้เปรียบเหนือผู้ค้าที่มาใหม่เพราะสามารถจำหน่ายสินค้าในราคาขายต่อหน่วยที่ต่ำกว่าได้ เนื่องจากความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในตลาดและการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ซึ่งช่วยให้สามารถกำหนดราคาที่แข่งขันได้และลดต้นทุนได้ดีกว่าผู้เล่นรายใหม่หรือรายเล็ก นอกจากนี้ ผู้เล่นที่เป็นที่ยอมรับในตลาดซึ่งมียอดขายที่ยั่งยืนจะมีข้อได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตหลายราย ผู้เล่นรายใหม่ที่มียอดขายน้อยจะมีข้อจำกัดในการเจรจากับผู้ผลิต เพื่อให้มีต้นทุนสินค้าที่ประหยัดและมีอำนาจในการต่อรองเช่นเดียวกับที่ผู้เล่นในปัจจุบันมีอยู่

3. การเข้าถึงทำเลที่ตั้งเชิงกลยุทธ์

ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดประการหนึ่งในธุรกิจค้าปลีก ทำเลที่ดีซึ่งมีการสัญจรของลูกค้าหนาแน่นมักถูกจับจองโดยผู้ค้าปลีกรายใหญ่ที่มีอำนาจต่อรองสูงและมีความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของศูนย์การค้า ผู้ประกอบการรายใหม่จึงมักถูกผลักให้ต้องเลือกทำเลที่ด้อยกว่า หรือต้องจ่ายค่าเช่าที่สูงกว่าเพื่อแข่งขันกับรายเดิม ข้อมูลจาก Innovestx พบว่า ภาพรวมอุตสาหกรรมค้าปลีกในกรุงเทพฯ ยังมีอัตราการเช่าเต็มสูงมาก แม้อาจมีปรับตัวขึ้นหรือลงเล็กน้อยตามปัจจัยเศรษฐกิจ แต่ยังอยู่ในระดับสูงเช่นเดิม กลุ่มทำเลหลักอัตราการเช่าเต็มถึงร้อยละ 90 โดยในปี 2566-2569 อุปทานพื้นที่ค้าปลีกจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ความต้องการพื้นที่บนทำเลหลักโดยทั่วไปยังแข็งแรง โดยเฉพาะพื้นที่ที่เชื่อมต่อระบบขนส่งสาธารณะและย่านศูนย์กลางธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าถึงได้ยากนอกจากนี้การเปิดร้านค้าใหม่ในห้างสรรพสินค้าที่ได้รับความนิยมมักจะต้องใช้ระยะเวลาในการพิจารณาและผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้าจะเลือกผู้เช่าโดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ชื่อเสียงของผู้ค้าปลีกศักยภาพในการขายและขอบเขตของธุรกิจเป็นต้นด้วยเหตุนี้การเสาะหาพื้นที่ค้าปลีกในทำเลที่เหมาะสม อาจเป็นอุปสรรคสำหรับแบรนด์ใหม่ ๆ นอกจากนี้แบรนด์ที่มีตัวตนอยู่ในปัจจุบันอาจมีการเจรจาเรื่องเงื่อนไขการเช่าที่ยาวนานขึ้นและปรับเพดานของค่าเช่าซึ่งจะทำให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาจัดตั้งร้านค้าในห้างสรรพสินค้าได้ยากและมีราคาแพง

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors)

1. การออกแบบร้านค้าและประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience)

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ประสบความสำเร็จมักมีแนวคิดการออกแบบร้านที่ชัดเจน สามารถสะท้อนภาพลักษณ์แบรนด์ และสร้างประสบการณ์การเลือกซื้อที่น่าสนใจให้กับลูกค้า องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การจัดวางสินค้า (Store Layout) ที่เอื้อต่อการเดินชมสินค้าอย่างสะดวก การใช้สี แสง และองค์ประกอบตกแต่งที่สอดคล้องกับธีมของร้าน ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มระยะเวลาในการอยู่ในร้าน (Dwell Time) และกระตุ้นการซื้อแบบทันที (Impulse Purchase)

2. การขยายเครือข่ายสาขาอย่างมีประสิทธิภาพและขยายพื้นที่ให้บริการครอบคลุมทั้งประเทศ

ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ดำเนินกิจการอยู่ในทุกจังหวัด ทั่วประเทศไทย สามารถสังเกตเห็นได้ว่าในบรรดาผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ ผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ผู้เล่นหลายรายยังได้ขยายสาขาไปยังศูนย์กลางทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในประเทศ เช่น ชลบุรี เชียงใหม่ และภูเก็ต การดำเนินกิจการที่ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในเมืองใหญ่ พื้นที่ชานเมือง และย่านการค้าในละแวกชนบท ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าไลฟ์สไตล์ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ โมเดลธุรกิจสำหรับผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีความสามารถในการขยายตัวได้สูงและมีความยืดหยุ่นสำหรับพื้นที่ต่าง ๆ

3. การบริหาร Product Mix ให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด

ผู้ค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์จำเป็นต้องมีความสามารถในการคัดเลือกและหมุนเวียนสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การทำงานร่วมกันระหว่างทีมจัดซื้อ ทีมการตลาด และทีมออกแบบสินค้า มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสินค้าที่มีความโดดเด่นทั้งด้านดีไซน์ คุณภาพ และราคา ซึ่งจะช่วยเพิ่มอัตราการกลับมาซื้อซ้ำ (Repeat Purchase Rate)

4. ความสามารถในการจับเทรนด์และสร้างสินค้า Exclusive

การเปิดตัวสินค้าแบบจำนวนจำกัด (Limited Edition) หรือความร่วมมือกับแบรนด์/คาแรกเตอร์ลิขสิทธิ์ เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างกระแสและเพิ่มการเข้าร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ดังกล่าวช่วยเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ให้มีความทันสมัยและแตกต่างจากคู่แข่ง

5. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย

แม้ยอดขายหลักอาจยังมาจากหน้าร้าน แต่โซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook และ Instagram มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้แบรนด์และกระตุ้นการเข้าร้าน การทำงานร่วมกับ KOL, KOC และผู้มีอิทธิพลทางโซเชียลมีเดีย ช่วยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในวงกว้าง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรแกรมสมาชิก และแคมเปญออนไลน์-ออฟไลน์แบบบูรณาการ มีส่วนช่วยเสริมสร้างความผูกพันกับลูกค้าในระยะยาว

6. การนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ผู้ค้าปลีกที่ประสบความสำเร็จมีการใช้ระบบ POS ที่ทันสมัย ระบบชำระเงินดิจิทัล เช่น QR Payment และ e-Wallet ตลอดจนการใช้ Business Intelligence เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายและบริหารสินค้าคงคลังแบบเรียลไทม์ การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสมช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มความแม่นยำในการจัดซื้อ และสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร

ทิศทางอนาคตและโอกาสของอุตสาหกรรม

ทิศทางธุรกิจค้าปลีกไทยปี 2569 คาดว่ายอดขายค้าปลีกจะเติบโตที่ร้อยละ 3.0 ใกล้เคียงกับ ปี 2568 โดยสินค้าที่ยังเติบโตได้จะอยู่ในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงของใช้ส่วนตัว ส่วนสินค้าที่คาดว่าผู้บริโภคจะยังระมัดระวังการใช้จ่าย ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และเฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้าน โดยมี 3 ประเด็นที่ต้องติดตาม ได้แก่ 1) กำลังซื้อที่ยังเปราะบาง ซึ่งสะท้อนจากร้อยละ 45 ของผู้ประกอบการค้าปลีกยังมองว่ายอดขายในปีนี้มีแนวโน้มลดลง 2) การแข่งขันที่รุนแรงต่อเนื่อง แม้มีการเก็บภาษีนำเข้าสินค้ามูลค่าต่ำกว่า 1,500 บาท แต่การแข่งขันยังลำบาก โดยเฉพาะกับสินค้าจากจีนที่ยังได้เปรียบเรื่องต้นทุน และ 3) มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายหลังการเลือกตั้ง ซึ่งยังคงต้องติดตามนโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของรัฐบาลชุดใหม่หลังการเลือกตั้ง แม้การเติบโตจะต่ำกว่าอดีต แต่ได้รับแรงหนุนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลและการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว โดย SCB EIC คาดการณ์ว่า การท่องเที่ยวไทยในปี 2569 จะมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้น คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทยราว 34.1 ล้านคน ซึ่งฟื้นตัวเล็กน้อยจากปี 2568 และนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยจะเติบโตต่อเนื่องสู่ 282.6 ล้านคน โดยมีปัจจัยจาก 1) มาตรการ โครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศจากภาครัฐที่คาดว่าจะมีต่อเนื่อง โดยเฉพาะมาตรการสนับสนุนให้เกิดการกระจายตลาดท่องเที่ยวในประเทศไปยังเมืองรอง อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนทางการเมืองช่วงระหว่างรอการจัดตั้งรัฐบาลชุดใหม่อาจส่งผลต่อกระบวนการเบิกจ่ายงบประมาณในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวให้ล่าช้าออกไป โดยเฉพาะในปี 2569 2) การเติบโตของตลาดประชุมสัมมนาในประเทศ (MICE: Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) ซึ่งแนวโน้มตลาดประชุมสัมมนาทั้งจากหน่วยงานรัฐและเอกชน คาดว่าจะกระจายไปยังจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญทั่วประเทศมากขึ้น และ 3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยส่งเสริมภาคการท่องเที่ยว อาทิ การปรับปรุงและขยายสนามบินทั้งในจังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดรองอื่น ๆ รวมถึงการขยายเส้นทางคมนาคมทั้งทางระบบรางและถนน คาดว่าจะทำให้การท่องเที่ยวกระจายไปสู่เมืองรองมากขึ้น แม้ยังมีปัจจัยท้าทายจากภาวะไม่แน่นอนทางการเมืองที่อาจส่งผลให้กระบวนการเบิกจ่ายงบประมาณในก่อสร้างโครงการภาครัฐบางโครงการยังล่าช้าในปี 2569

ทั้งนี้ เงินที่ไหลเข้าประเทศจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายในธุรกิจค้าปลีกทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว และร้านของฝาก ทำให้เศรษฐกิจในภาพรวมคึกคักขึ้น แม้ผู้บริโภคในประเทศยังคงกังวลเรื่องค่าครองชีพสูงและกำลังซื้อที่ยังไม่ฟื้นตัว

นอกจากนี้ แนวโน้มการขยายตัวของชนชั้นกลาง และการขยายตัวของเมืองสนับสนุนให้ความต้องการสินค้าไลฟ์สไตล์เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มักมีรายได้และกำลังซื้อสูงกว่าเฉลี่ย ทำให้มีการจับจ่ายใช้สอยสินค้าที่เน้นคุณภาพและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์มากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ที่จะขยายตลาดและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในช่วงปี 2568-2570 (PSG Global Consulting, 2568)

ภาพระยะกลางตั้งแต่ปี 2570-2571 เริ่มส่งสัญญาณบวกมากขึ้น โดยคาดว่าธุรกิจค้าปลีกจะกลับมาเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.0-3.5 ต่อปี แรงขับเคลื่อนหลักมาจากการฟื้นตัวต่อเนื่องของภาคท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้นแตะระดับ 39 ล้านคนในปี 2571 ควบคู่กับการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ทั้งรถไฟฟ้าและโครงการที่อยู่อาศัย ซึ่งช่วยขยายชุมชนเมืองและสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ (ข้อมูลจากวิจัยกรุงศรี)

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการค้าปลีกยังต้องเผชิญความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรงต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซข้ามชาติและช่องทางการค้าออนไลน์ที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด รวมถึงผู้ผลิตและผู้ค้าชาวจีนที่เข้ามาทำตลาดในไทยโดยตรง นำเสนอสินค้าราคาประหยัดที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงด้านต้นทุนที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่มีอำนาจต่อรองน้อยและมีข้อจำกัดด้านเงินทุนอาจได้รับผลกระทบมากกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ ตามการวิเคราะห์ของสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

ในปี 2569 ผู้ประกอบการที่จะเติบโตและประสบความสำเร็จได้ต้องปรับตัวรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับลูกค้า ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ พร้อมทั้งผสมผสานช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ไร้รอยต่อ ตามข้อมูลจากรายงานแนวโน้มค้าปลีกของสมาคมผู้ค้าปลีกไทย สินค้าที่มีคุณภาพดี ดีไซน์สวย และราคาที่เหมาะสม (Value for Money) มีแนวโน้มเติบโตอย่างโดดเด่น เนื่องจากตอบโจทย์ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการสินค้าคุณภาพดีในราคาที่คุ้มค่า และผู้บริโภคในประเทศที่มี

ความระมัดระวังในการใช้จ่ายแต่ยังคงต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและดีไซน์ทันสมัย นอกจากนี้ รายงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และองค์กรอื่น ๆ ชี้ว่าในปี 2569 กลุ่มธุรกิจที่รองรับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ยังคงเติบโต เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม (Wellness & Beauty) สินค้าที่ตอบโจทย์สังคมผู้สูงวัย และสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ทิศทางอนาคตและโอกาสสำหรับบริษัท

ท่ามกลางความท้าทายของตลาดค้าปลีกไทยในปี 2569 ซึ่งคาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 3.0 บริษัทฯ ตระหนักถึงระดับการแข่งขันที่ทวีความเข้มข้น ทั้งจากการปรับกลยุทธ์ของผู้ประกอบการรายเดิมและการเข้าสู่ตลาดของผู้เล่นรายใหม่ อันเป็นผลจากศักยภาพการเติบโตของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มองเห็นทั้ง “โอกาส” และ “ความท้าทาย” ควบคู่กัน และเตรียมความพร้อมเชิงรุกเพื่อรักษาและยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

ด้วยความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคและประสบการณ์ที่สั่งสมมายาวนาน บริษัทฯ มีความได้เปรียบจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยให้ความสำคัญกับการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพ ฟังก์ชันการใช้งานตอบโจทย์การใช้ชีวิตประจำวัน โดดเด่นด้านการออกแบบ และอยู่ในระดับราคาที่เข้าถึงได้ ควบคู่กับการเปิดตัวสินค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองกระแสความนิยมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับมุมมองของสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ที่ชี้ว่าสินค้าที่มีคุณภาพ ดีไซน์สวยงาม และคุ้มค่า (Value for Money) ยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างโดดเด่น บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นแข่งขันอย่างเต็มศักยภาพ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายสู่กลุ่มผู้บริโภคในวงกว้างยิ่งขึ้น

ในด้านการขยายธุรกิจ บริษัทฯ มีแผนเชิงรุกในการเพิ่มสาขาไปยังทำเลที่มีศักยภาพและกำลังซื้อสูง ควบคู่กับการยกระดับประสิทธิภาพสาขาเดิมผ่านการปรับปรุงรูปแบบร้าน (Renovation) การขยายพื้นที่ (Extension) การย้ายทำเล (Relocation) และการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดวางสินค้า (Display Optimization) เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าในแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จะเป็นอีกแรงสนับสนุนสำคัญต่อการหมุนเวียนเม็ดเงินในระบบเศรษฐกิจ และช่วยเสริมกำลังซื้อในประเทศ

บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบและบริหารพื้นที่ร้านค้าอย่างเหมาะสมกับขนาดทำเลและกลุ่มเป้าหมาย มีการยกระดับมาตรฐานการจัดแสดงสินค้าให้มีความน่าสนใจ จัดวางอย่างมีกลยุทธ์เพื่อดึงดูดสายตาและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ พร้อมสร้างบรรยากาศร้านค้าที่สวยงาม น่าเดิน และมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ขยายฐานลูกค้าหลักจากช่วงอายุ 18-25 ปี สู่ช่วงอายุ 13-35 ปี พร้อมเจาะกลุ่มเป้าหมายรองอายุ 6-12 ปี เพื่อสร้างการรับรู้และความผูกพันกับแบรนด์ตั้งแต่วัยต้น

ในส่วนของพอร์ตโฟลิโอสินค้า บริษัทฯ มุ่งเน้นความหลากหลาย ครอบคลุมทั้งสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ (IP) และไม่มีลิขสิทธิ์ (Non-IP) โดยคัดสรรสินค้าให้ทันสมัย สอดคล้องกับเทรนด์ตลาด และบริหารจัดการสินค้าในทุกหมวดอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ด้วยกลยุทธ์เชิงรุก การบริหารจัดการที่รอบคอบ และความเข้าใจผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขัน พร้อมต่อยอดโอกาสการเติบโตอย่างยั่งยืน แม้ต้องเผชิญกับความท้าทายและการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นในอุตสาหกรรมค้าปลีกไทยก็ตาม

อนึ่ง บริษัทฯ พร้อมเดินหน้ารุกตลาดค้าปลีกในปี 2569 อย่างเต็มกำลัง ด้วยจุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ดีไซน์โดดเด่น และตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวัน ควบคู่กับกลยุทธ์การขยายสาขาที่มีทิศทางชัดเจน และความเข้าใจเชิงลึกต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

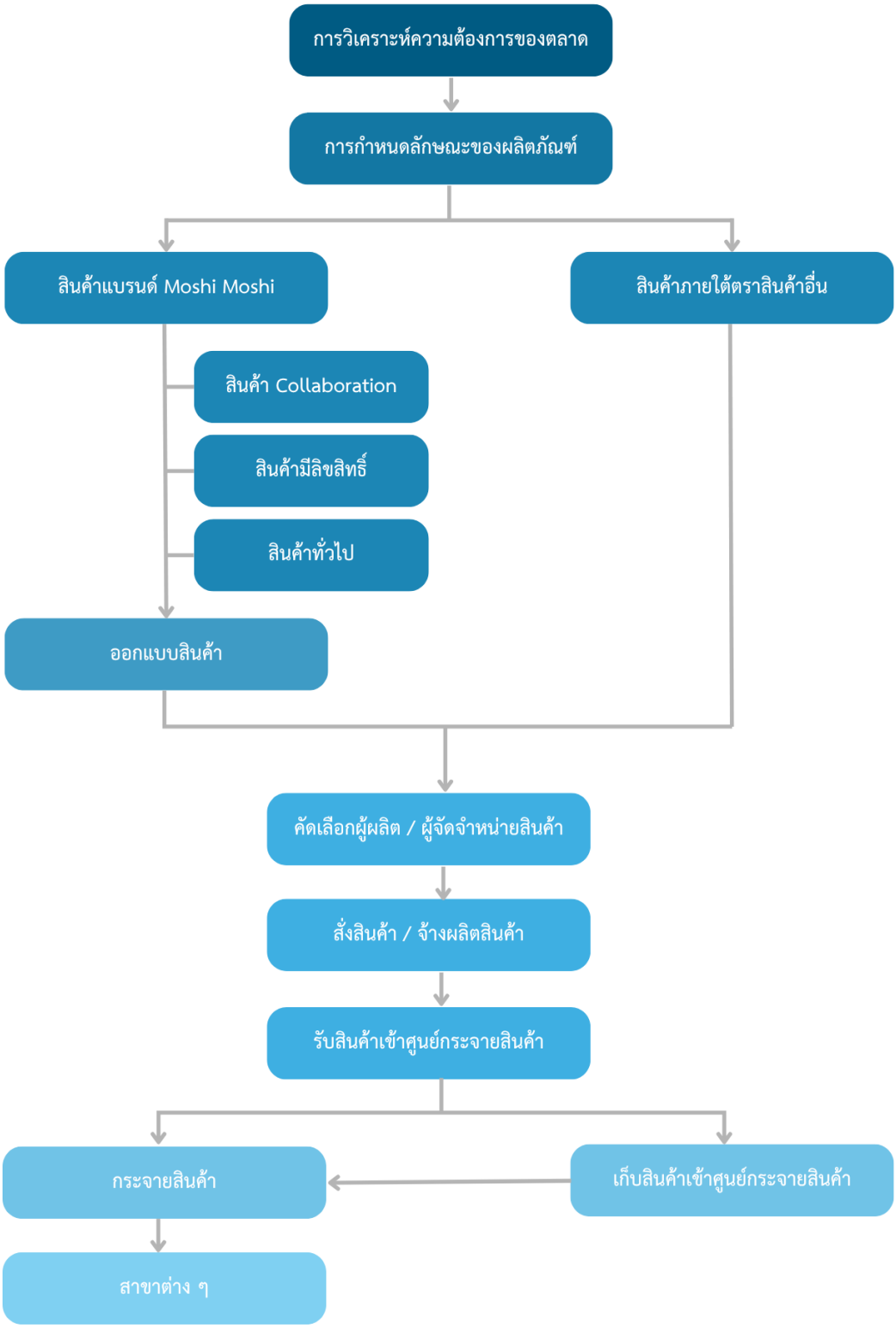
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีสาขารวมทั้งสิ้น 202 สาขา ประกอบด้วยร้าน Moshi Moshi จำนวน 196 สาขา ร้าน Garlic จำนวน 4 สาขา ร้าน Giant จำนวน 1 สาขา และร้าน OK Station จำนวน 1 สาขา ครอบคลุม 62 จังหวัดทั่วประเทศ โดยในปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีการขยายสาขาค้าส่ง

แม้ภาพรวมตลาดค้าปลีกไทยจะมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นเสริมสร้างความแข็งแกร่งจากภายในองค์กร พัฒนาศักยภาพสาขาเดิม และวางแผนการเติบโตอย่างรอบคอบ เพื่อรองรับโอกาสทางธุรกิจในระยะต่อไป ด้วยความเชื่อมั่นในศักยภาพของแบรนด์และทีมงาน บริษัทฯ พร้อมก้าวผ่านทุกอุปสรรค และสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

1.2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการจัดหาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ทันสมัย เน้นคุณภาพในราคาย่อมเยาตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ เพื่อให้สินค้าของแบรนด์ Moshi Moshi เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของลูกค้า โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการจัดหาและสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต และ/หรือผู้จำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือจากทั้งในประเทศและต่างประเทศหลายราย ซึ่งทำให้สินค้ามีความหลากหลาย ทันสมัย ช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิต และ/หรือผู้จำหน่ายสินค้ารายใดรายหนึ่ง และสร้างอำนาจในการต่อรองด้านราคาซื้อสินค้าในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ มีขั้นตอนการจัดหาสินค้าไปจนถึงการจำหน่ายสินค้าไปยังสาขาเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ลูกค้าดังแสดงในแผนภาพ

แผนผังแสดงขั้นตอนการจัดหาสินค้าไปจนถึงกระจายสินค้าไปยังสาขา



1. การวิเคราะห์ความต้องการของตลาด

ศึกษากลุ่มเป้าหมาย: บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการศึกษาความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยสำรวจแนวโน้มสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านข้อมูลภายในและภายนอก เช่น การวิเคราะห์ยอดขายในอดีต การเก็บข้อมูลจากช่องทางออนไลน์ และการสำรวจความคิดเห็นผ่านแบบสอบถาม ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถปรับสัดส่วนสินค้า รวมถึงพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากขึ้น

ติดตามแนวโน้มตลาด: บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการติดตามทิศทางตลาดและเทรนด์ใหม่ ๆ ที่อาจมีผลต่อการเลือกสินค้ามาจำหน่าย โดยใช้วิธีสำรวจตลาดในห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต และศูนย์การค้าชั้นนำในประเทศ รวมถึงการเดินทางไปต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เพื่อศึกษาเทรนด์แฟชั่น และพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดโลก นอกจากนี้ ยังได้รับข้อมูลจากผู้จำหน่ายสินค้าและตัวแทนจำหน่าย (Agent) ในต่างประเทศ รวมถึงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและติดตามข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดและสอดคล้องกับแนวโน้มล่าสุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์

การกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาสินค้าใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและลูกค้า ตลอดจนสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

เลือกประเภทสินค้า: กำหนดประเภทและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเข้าหรือสั่งผลิต เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด

กำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์: พิจารณาคุณสมบัติทางเทคนิค เช่น ขนาด สี รูปทรง วัสดุ และฟังก์ชันการใช้งาน รวมถึงมาตรฐานด้านคุณภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีความปลอดภัย ใช้งานได้ดี และมีความทนทาน

กำหนดปริมาณที่ต้องการ: วางแผนปริมาณการสั่งซื้อทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้เหมาะสมกับแนวโน้มยอดขายและการบริหารสต๊อกสินค้า

กำหนดราคาที่เหมาะสม: การตั้งราคาต้องคำนึงถึงต้นทุน คุณภาพ และราคาตลาด โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลราคาของคู่แข่งเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำนึงถึงความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม: บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ การลดการใช้พลังงานในการผลิต และการเลือกกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แนวทางเหล่านี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีคุณภาพสูง และสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ออกแบบสินค้า และขออนุมัติจากผู้ให้ลิขสิทธิ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้ทันสมัย และตรงตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภค สินค้าภายใต้แบรนด์ Moshi Moshi แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1) สินค้า Collaboration 2) สินค้ามีลิขสิทธิ์ 3) สินค้าทั่วไป หลังจากที่บริษัทฯ ได้สรุปเกี่ยวกับสินค้าที่จะจำหน่าย จะดำเนินการออกแบบตามกลุ่มที่ได้รับ

4. คัดเลือกผู้ขายสินค้า

บริษัทฯ ทำการคัดเลือกผู้ขายที่ผลิต หรือขายสินค้าที่ตรงตามที่บริษัทฯ ต้องการ ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภคตามที่กฎหมายกำหนด ผู้ขายต้องผ่านการตรวจสอบคุณสมบัติ (Approved Vender List) หรือในกรณีผู้ขายรายใหม่ต้องได้รับการขึ้นทะเบียนผู้ขายก่อน โดยพิจารณาจากคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐานความปลอดภัย ความสามารถในการผลิต ความตรงต่อเวลาในการส่งสินค้า เงื่อนไขการชำระเงิน การให้เครดิต ประสบการณ์ และความน่าเชื่อถือของผู้ขายสินค้า รวมถึงต้องผ่านการคัดกรอง ด้านสังคม แรงงาน และสิ่งแวดล้อม เพื่อขอใบเสนอราคาและสินค้าตัวอย่าง (ถ้ามี) เพื่อทำการเปรียบเทียบคุณสมบัติและราคา เพื่อคัดเลือกผู้ขายที่เหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินผลงานของผู้ขาย เป็นประจำทุกปีเพื่อพิจารณาว่าต้องมีการพัฒนาในส่วนใด และจะว่าจ้างผู้ขายดังกล่าวต่อไปหรือไม่

5. สั่งซื้อสินค้าหรือจ้างผลิตสินค้า

บริษัทฯ ทำการติดต่อผู้ขายสินค้าที่ผ่านการคัดเลือก เพื่อกำหนดความต้องการอย่างชัดเจน ในเรื่องของสินค้า ปริมาณ คุณสมบัติที่ต้องการ ราคา ตามใบเสนอราคา เงื่อนไขการจัดส่งและการชำระเงินในการสั่งซื้อ โดยสินค้าที่สั่งซื้อสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท

5.1 สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ (House Brand) สินค้าที่จำหน่ายภายในร้าน Moshi Moshi ส่วนใหญ่เป็นสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ (House Brand) ซึ่งบริษัทฯ ว่าจ้างผลิตจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะ เนื่องจากเป็นสินค้าที่บริษัทฯ ออกแบบลวดลายและเลือกโทนสีของสินค้าเองเพื่อให้เข้ากับธีมของร้าน ทั้งนี้ สำหรับสินค้าที่มีลวดลายลิขสิทธิ์ โรงงานของผู้ผลิตต้องผ่านมาตรฐานการรับรองที่กำหนดโดยผู้ให้ลิขสิทธิ์แต่ละราย (ถ้ามี)

5.2 สินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่บริษัทฯ ซื้อจากผู้จำหน่ายสินค้า และ/หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อเพิ่มความครบถ้วนของสินค้าให้แก่ร้าน Moshi Moshi โดยบริษัทฯ จะวางแผนการสั่งซื้อสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) แต่ละประเภทและแต่ละตราสินค้าล่วงหน้า โดยคำนึงถึงแนวโน้มความต้องการของลูกค้า ประกอบกับข้อมูลสถิติการจำหน่ายสินค้าในอดีตเพื่อวิเคราะห์ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้ง โดยสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่นส่วนใหญ่เป็นสินค้ากลุ่มเครื่องเขียน กระเป๋าสำหรับเด็กลวดลายลิขสิทธิ์ สินค้าลิขสิทธิ์ที่เป็นที่นิยม และกล่องสุ่ม เป็นต้น โดยผู้จำหน่ายสินค้าหรือตัวแทนต้องแสดงหนังสือรับรองลิขสิทธิ์ (ถ้ามี) หรือเอกสารรับรองการเป็นตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตจากผู้ผลิต ซึ่งแสดงสิทธิในการจำหน่ายสินค้าในประเทศไทยให้กับทางบริษัทฯ

6. การบริหารจัดการคลังสินค้า

สินค้าจากผู้ขายสินค้าทั้งหมดจะถูกส่งมารวมที่คลังสินค้าก่อนจัดส่งไปยังสาขาต่าง ๆ ของบริษัทฯ ทั่วประเทศ ปัจจุบันบริษัทฯ มีคลังสินค้า 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่ ตำบลอ้อมใหญ่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีขนาดพื้นที่ใช้สอยรวม 28,500 ตารางเมตร ขนาดพื้นที่ 13 ไร่ จากพื้นที่ทั้งหมด 21 ไร่ คลังสินค้าแห่งนี้ใช้เป็นสถานที่เก็บสินค้าที่ส่งจากผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้า และ/หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้า รวมทั้งเป็นสถานที่หลักในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ประกอบสินค้า บรรจุภัณฑ์สินค้า และกระจายสินค้าให้กับสาขาของบริษัทฯ ทั่วประเทศ โดยบริษัทฯ มีขั้นตอนการบริหารจัดการคลังสินค้าดังต่อไปนี้

6.1 ขั้นตอนการรับสินค้าจากผู้ขาย สำหรับสินค้าในประเทศ แผนกรับสินค้าจะตรวจสอบข้อมูลการสั่งซื้อ และวันเวลาในการจัดส่งสินค้าจากระบบ Warehouse Management System (WMS) สำหรับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ฝ่ายวางแผนและกระจายสินค้าจะประสานงานกับฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในเรื่องตารางการจัดส่งสินค้าเพื่อเตรียมพื้นที่และกำลังคนในการรับสินค้า

เมื่อสินค้ามาถึงคลังสินค้า สำหรับสินค้าในประเทศ แผนกรับสินค้าจะทำการตรวจสอบสินค้าจากผู้ขายโดยเทียบใบรับสินค้ากับเอกสารใบสั่งซื้อ ใบกำกับสินค้า หรือใบส่งของ โดยจะตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าและตรวจนับปริมาณสินค้าทั้งหมด และสุ่มตรวจสอบคุณภาพสินค้า หากพบสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพเกินกว่าที่กำหนด ฝ่ายคลังสินค้าและโลจิสติกส์จะแจ้งไปยังฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อติดต่อประสานงานกับผู้ขาย เพื่อส่งคืนสินค้าหรือทำการแก้ไขคุณภาพสินค้า สำหรับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ตัวแทนจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศจะทำการตรวจสอบจำนวนสินค้าโดยทำการนับจำนวนลังและสุ่มตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนดำเนินการจัดส่งสินค้า และเมื่อสินค้าส่งมาถึงคลังสินค้า แผนกรับสินค้าจะตรวจนับจำนวนลังและจำนวนสินค้าโดยเทียบกับใบกำกับสินค้า และใบกำกับหีบห่อ (Packing List) จากนั้นแผนกประกอบจะตรวจนับจำนวนสินค้าและตรวจสอบคุณภาพสินค้าทั้งหมด หากพบสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพเกินกว่าที่กำหนด จะติดต่อประสานงานไปยังตัวแทนจำหน่ายสินค้า เพื่อประสานงานให้ผู้ขายในต่างประเทศออกใบลดหนี้ หรือส่งสินค้าอื่น ๆ มาแทน เป็นต้น ภายหลังจากการตรวจนับสินค้า สินค้าจะถูกบันทึกเข้าระบบ WMS และนำไปเก็บไว้ตามโซนและตำแหน่งที่กำหนด เพื่อรอการนำมาประกอบ หรือบรรจุภัณฑ์หีบห่อ และจัดส่งให้กับสาขาต่อไป

6.2 ขั้นตอนการจัดเก็บและตรวจนับสินค้าในคลังสินค้า บริษัทฯ มีการแบ่งพื้นที่จัดเก็บสินค้าเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา และตรวจนับสินค้า โดยมีการแยกพื้นที่จัดเก็บสินค้า กลุ่มสินค้าทั่วไปจะถูกจัดเก็บตามประเภทลักษณะสินค้า และกลุ่มสินค้าที่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ เช่น สินค้ากลุ่มครีมและเครื่องสำอาง น้ำหอม รวมถึงสินค้าชิ้นเล็กที่มีราคาสูงและเสี่ยงต่อการสูญหาย จะถูกจัดเก็บไว้ในห้องที่มีระบบป้องกันการเข้าถึง และเป็นห้องปรับอากาศที่ควบคุมอุณหภูมิ รวมทั้งมีการติดป้ายบ่งชี้สำหรับสินค้าที่มีอายุตามไตรมาสที่จะหมดอายุไว้บนกล่องบรรจุภัณฑ์แยกตามสี

การตรวจนับสินค้าที่คลังสินค้า กำหนดให้มีการตรวจนับสินค้าคงคลังสินค้าทั้งหมดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยมีฝ่ายบัญชีและการเงินร่วมตรวจนับกับฝ่ายคลังสินค้าและโลจิสติกส์ รวมถึงมีผู้สอบบัญชีเข้าร่วมสังเกตการณ์ตรวจนับ และมีการตรวจเป็นรายเดือน (Cycle Count) โดยฝ่ายคลังสินค้าและโลจิสติกส์ เพื่อให้มั่นใจว่าจำนวนสินค้าตรงตามในระบบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้นำระบบบริหารสินค้าคงคลัง WMS มาช่วยในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ ควบคุมปริมาณสินค้าคงเหลือ เก็บข้อมูลสถานที่เก็บสินค้า และบรรจุสินค้าลงกล่องเพื่อจัดส่งให้แก่สาขาต่าง ๆ ซึ่งระบบจะระบุสถานที่เก็บสินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดเพื่อให้สามารถบรรจุสินค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด

บริษัทฯ กำหนดให้มีการตรวจสอบรายงานสถานะสินค้าที่จัดเก็บทุก ๆ สิ้นเดือน เพื่อบริหารจัดการสินค้าที่เคลื่อนไหวช้าไปยังสาขาที่ขายดี มีการจัดทำโปรโมชันและลดราคาสินค้าเพื่อระบายสินค้า





6.3 ขั้นตอนการกระจายสินค้า ในการจัดสินค้าจะถูกจัดตามออร์เดอร์ที่ส่งผ่านมาในระบบ WMS โดยจะแยกตามพื้นที่งาน จากนั้นสินค้าที่จัดจะถูกส่งไปยังแผนกตรวจสอบและบรรจุ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าก่อนส่งต่อไปให้ร้านสาขา โดยการจัดส่งสินค้าจะเป็นการจัดส่งจากคลังสินค้าไปยังสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศโดยรถขนส่งทางบริษัทฯ และการขนส่งโดยผู้ให้บริการภายนอก






7. การบริหารจัดการสินค้าหน้าร้าน

สาขาของบริษัทฯ แต่ละสาขาจะวางจำหน่ายและจัดเก็บสินค้าตามประเภทและจำนวนที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับขนาดสาขา สถานที่ตั้ง และความต้องการของลูกค้าในพื้นที่นั้น บริษัทฯ ทำการตรวจนับสินค้าทั้งหมดของแต่ละสาขา อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง โดยว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) เป็นผู้ดำเนินการตรวจนับ และแผนกตรวจสอบสินค้า ร่วมสังเกตการณ์และตรวจสอบอีกครั้ง ในกรณีที่เกิดผลต่างจากการตรวจนับ จะทำการวิเคราะห์หาสาเหตุเพื่อกำหนดแนวทางการแก้ไขในอนาคต รวมทั้งจะทำการปรับปรุงยอดสินค้าคงเหลือในระบบบัญชี อย่างไรก็ดี ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีมาตรการป้องกันสินค้าสูญหาย ได้แก่ การตรวจนับสินค้าตั้งแต่ขั้นตอนการรับสินค้า การติดตั้งกล้องวงจรปิด การตรวจค้นตัวพนักงานก่อนออกจากพื้นที่ขาย เป็นต้น

กำลังการผลิตของบริษัท

	กำลังการผลิต	ใช้ไปทั้งหมด (ร้อยละ)
ไม่มี (ไม่มี)	0.00	0.00

ไม่มี

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหรือ การให้บริการ

ไม่มี

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

ประเทศ	ชื่อวัตถุดิบ	มูลค่า (บาท)
ไทย	-	0.00

1.2.2.4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

ราคาประเมินทรัพย์สินถาวรหลัก

ชื่อสินทรัพย์	มูลค่าตามบัญชี / ราคาประเมิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันธ์	รายละเอียดเพิ่มเติม
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	910,800,000.00	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน	-
สินทรัพย์สิทธิการใช้	1,615,570,000.00	สิทธิการเช่า	ไม่มีภาระผูกพัน	-

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

ราคาประเมินสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

ชื่อสินทรัพย์	ประเภท	มูลค่าตามบัญชี / ราคาประเมิน	รายละเอียดเพิ่มเติม
ซอฟต์แวร์	ลิขสิทธิ์	50,570,000.00	-

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม : มี

นโยบายการลงทุน

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ที่ประกอบธุรกิจที่สอดคล้องกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และแผนกลยุทธ์ในการเติบโตของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง หรือส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมอาจพิจารณาลงทุนในธุรกิจอื่นเพิ่มเติม หากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโต หรือสามารถต่อยอดทางธุรกิจ หรือเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของกลุ่มบริษัทหรือสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีจากการลงทุน โดยบริษัทฯ จะวิเคราะห์และพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของการลงทุน สัดส่วนการลงทุน ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ก่อนการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่าง ๆ โดยการอนุมัติการลงทุนที่มีนัยสำคัญจะต้องได้รับการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่กำหนด และเป็นไปตามกฎระเบียบและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งรวมถึงหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน การทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน และการเปิดเผยสารสนเทศ

นโยบายการกำกับดูแลการดำเนินงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการกำกับดูแลการดำเนินงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดมาตรการและกลไกทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้บริษัทฯ สามารถกำกับดูแลการบริหารจัดการกิจการของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายหลักทรัพย์ รวมถึงกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประกาศ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว อันจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การบริหารจัดการบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะดูแลการจัดการและการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้มีประสิทธิภาพ และจัดให้มีมาตรการในการติดตามการบริหารงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 การส่งบุคคลเข้าเป็นกรรมการหรือผู้บริหารในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้สะท้อนสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

1.2 บริษัทฯ จะส่งบุคคลที่มีคุณสมบัติ และมีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม เข้าเป็นกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วมดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎหมาย นโยบายและแผนธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ดี การพิจารณาเลือกบุคคลที่จะเข้าไปเป็นกรรมการหรือผู้บริหาร ในแต่ละบริษัท ให้เป็นดุลยพินิจของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรืออำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) ที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทแล้ว

1.3 ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหารซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

(ก) กรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมมีขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติที่ประชุมคณะกรรมการ และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมนั้น

(ข) กรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมต้องทำหน้าที่อย่างดีที่สุด เพื่อผลประโยชน์ของบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม และให้สอดคล้องกับนโยบาย และแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มบริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายระยะยาว รวมถึงใช้ดุลยพินิจในการบริหารจัดการบริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม เพื่อประโยชน์ของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม และกลุ่มบริษัทในภาพรวม รวมทั้งรายงานความคืบหน้าของผลการดำเนินงานเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อรับทราบหรือพิจารณาอย่างสม่ำเสมอ

(ค) กรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยมีหน้าที่ดูแล ให้บริษัทย่อยมีระบบการควบคุมภายในและระบบบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และรัดกุมเพียงพอ

(ง) กรรมการของบริษัทย่อยต้องดูแลมิให้บุคคลที่มีส่วนได้เสียในเรื่องใดหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทย่อยไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมมีส่วนร่วมในการอนุมัติเรื่องนั้น

(จ) กรรมการของบริษัทย่อยต้องดูแลและดำเนินการที่จำเป็นในการจัดให้มีการกำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายและแผนงานที่สำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยให้เป็นปัจจุบัน และเหมาะสมกับลักษณะการประกอบธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับนโยบายและแผนงานที่สำคัญของบริษัทฯ ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

(ฉ) กรรมการของบริษัทย่อยต้องพิจารณา ติดตาม และให้คำแนะนำที่จำเป็นแก่บริษัทย่อย ในการจัดให้มีระบบการทำงานที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจ

(ช) กรรมการของบริษัทย่อยต้องเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท พิจารณาอนุมัติงบประมาณประจำปีของบริษัทย่อยก่อนที่บริษัทย่อยจะจัดประชุมคณะกรรมการของบริษัทย่อยเพื่ออนุมัติงบประมาณประจำปี เว้นแต่เป็นกรณีที่ได้มีการกำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) ของบริษัทย่อย ที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทแล้ว

2. กลไกการกำกับดูแลของบริษัทฯ ในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทย่อย

2.1 การเข้าทำรายการหรือการดำเนินการใด ๆ ของบริษัทย่อย ซึ่งมีนัยสำคัญหรือมีผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ หรือเข้าข่ายหรือเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน ตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ หรือรายการที่เกี่ยวโยงกันตามประกาศรายการที่เกี่ยวโยงกันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องขออนุมัติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทและ/หรือขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และ/หรือขออนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายก่อนการเข้าทำรายการ บริษัทย่อยจะเข้าทำรายการหรือดำเนินการนั้นได้ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (แล้วแต่กรณี) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

นอกจากนี้ หากในการเข้าทำรายการหรือการเกิดเหตุการณ์บางกรณีของบริษัทย่อย อันทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในประกาศที่เกี่ยวข้อง กรรมการหรือผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของบริษัทย่อยดังกล่าวมีหน้าที่ต้องแจ้งมายังฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ในทันทีที่ทราบว่าบริษัทย่อยมีแผนจะเข้าทำรายการ หรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

2.2 บริษัทฯ จะกำหนดมาตรการและขั้นตอนดำเนินการที่จำเป็น เพื่อทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทย่อยมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินอย่างถูกต้องครบถ้วน โดยบริษัทฯ จะดำเนินการที่จำเป็นเพื่อติดตามให้มีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอย่างครบถ้วนถูกต้อง

1.2.2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ : ไม่มี

รายละเอียดงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

จำนวนงานทั้งหมด : N/A

มูลค่างานทั้งหมด : N/A

มูลค่ารับรู้แล้ว : N/A

มูลค่างานคงเหลือที่ยังไม่รับรู้ : N/A

รายละเอียดเพิ่มเติม : -

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

1.3.1 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") เริ่มต้นจากกลุ่มครอบครัวบุญสงเคราะห์ (“กลุ่มครอบครัวฯ”) ซึ่งเริ่มประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าประเภทเครื่องเขียน สินค้ากิฟต์ช็อป ภายใต้ชื่อร้านพร้อมภัณฑ์ ตั้งแต่ปี 2516 ต่อมากลุ่มครอบครัวฯ เล็งเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจ จึงเริ่มจำหน่ายสินค้าที่มีการออกแบบโดยเฉพาะ และจำหน่ายสินค้านำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น เพื่อจำหน่ายให้แก่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และยังได้ขยายธุรกิจไปยังร้านค้าส่งแบบดั้งเดิมในตลาดสำเพ็ง จนในปี 2559 บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจ จึงเริ่มประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ที่มีความหลากหลาย ทันสมัย และราคาย่อมเยา โดยเปิดสาขาแรกที่สำเพ็ง และเปิดสาขาร้าน Moshi ทั้งหมดรวม 4 สาขา ในปี 2563 ได้เข้าทำสัญญารับโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer หรือ EBT) จากบริษัท บี เอสเค แอสเซท จำกัด (“BSK”) ซึ่งเป็นบริษัทภายใต้กลุ่มครอบครัวฯ เพื่อรับโอนคลังสินค้าซึ่งตั้งอยู่ตำบลอ้อมใหญ่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เพื่อจุดประสงค์ในการแบ่งแยกทรัพย์สินที่จำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจ โดยปัจจุบันคลังสินค้าดังกล่าวใช้เป็นศูนย์กระจายสินค้าหลักของบริษัทฯ

ก่อนนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มครอบครัวฯ เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทฯ ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว ต่อมาบริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2565 ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ ไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ลงนามในสัญญาการร่วมค้ากับบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) เพื่อจัดตั้ง “กิจการร่วมค้า โมชิ โมชิ แอนด์ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ โปรเจ็ค ดีเวลลอปเม้นท์” ในรูปแบบของหน่วยภาษีร่วมในประเทศไทย โดยบริษัทฯ ถือสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 50 และมีข้อตกลงในการแบ่งปันกำไรหรือขาดทุนตามสัดส่วนการลงทุน ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดให้การดำเนินกิจกรรมทั้งหมดต้องได้รับความเห็นชอบเป็นเอกฉันท์จากผู้เป็นหุ้นส่วนทั้งสองฝ่าย ทั้งนี้ ตามสัญญาร่วมค้าหุ้นส่วนทั้งสองฝ่ายมีสิทธิโดยตรงในสินทรัพย์และมีภาระผูกพันร่วมกันในหนี้สินของหน่วยภาษี บริษัทฯ จึงจัดประเภทการลงทุนนี้เป็นการดำเนินงานร่วมกัน และรับรู้สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้และค่าใช้จ่ายตามสัดส่วนการลงทุนกิจการร่วมค้า ได้จัดงานนิทรรศการ “Hello Kitty Exhibition: Celebration of Friendship” และ “Sanrio Characters: FUNtastic Exhibition” เพื่อเฉลิมฉลองวาระครบรอบ 50 ปี ของตัวการ์ตูน “เฮลโล คิตตี้” (Hello Kitty) โดยจัดแสดงระหว่างวันที่ 10 สิงหาคม ถึง 31 ธันวาคม 2567 ณ HOUSE OF ILLUMINATION ชั้น 8 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ทั้งนี้ การดำเนินงานการจัดนิทรรศการร่วมกันได้สิ้นสุดลงแล้ว โดยเหลือเพียงการจัดการทรัพย์สินและหนี้สินเพื่อเตรียมการเลิกกิจการร่วมค้า ซึ่งรวมถึงการชำระหนี้สินและค่าใช้จ่ายค้างจ่ายต่าง ๆ

แผนผังโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทของท่านมีการถือหุ้นในบริษัทอื่นหรือไม่ : ไม่มี

1.3.2 การถือหุ้นของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งถือหุ้นในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมเกินกว่า ร้อยละ 10 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงของบริษัท

บริษัทมีการถือหุ้นของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งถือหุ้น ในบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมหรือไม่ : ไม่มี

1.3.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทมีความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่หรือไม่ : ไม่มี

1.3.4 ผู้ถือหุ้น

รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่

รายชื่อผู้ถือหุ้นที่ถือมากกว่า 0.5% ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2568

กลุ่ม/รายชื่อผู้ถือหุ้นใหญ่	จำนวนหุ้น (หุ้น)	% หุ้น
1. น.ส. มัณฑนา อัศวเมธา	40,760,000	12.35
2. นาย สง่า บุญสงเคราะห์	31,730,100	9.61
3. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์	31,680,000	9.60
4. นาย ณพล บุญสงเคราะห์	30,360,000	9.20
5. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์	25,080,000	7.60
6. น.ส. ณัฐา บุญสงเคราะห์	25,080,000	7.60
7. นาย คเชนทร์ เบญจกุล	16,273,930	4.93
8. น.ส. พลอยนภัส บุญสงเคราะห์	15,312,000	4.64
9. น.ส. นิชาภา บุญสงเคราะห์	14,784,000	4.48
10. น.ส. บุณยวีร์ บุญสงเคราะห์	14,784,000	4.48
11. น.ส. จารุวรรณ ก่อเกียรติวนิช	11,880,000	3.60
12. บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	10,683,664	3.23
13. น.ส. ณัฐวิภา เบญจกุล	5,779,700	1.75
14. SKANDINAVISKA ENSKILDA BANKEN AB	3,257,933	0.98
15. กองทุนเปิด เค Mid Small Cap หุ้นทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ	2,863,800	0.86
16. นายศุภวัฒน์ เจียกภาพร	2,524,600	0.76
17. MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC	2,500,200	0.75
18. UBS AG SINGAPORE BRANCH - FOR CLIENTS' ACCOUNTS	1,760,000	0.53
19. น.ส. ศรีญา ยงสกุล	1,671,900	0.50

ข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นใหญ่ (shareholders' agreement)

บริษัทมีข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นใหญ่หรือไม่ : ไม่มี

1.4 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

1.4.1 ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท) :	330,000,000.00
เรียกชำระแล้ว (ล้านบาท) :	329,999,954.00
หุ้นสามัญ (จำนวนหุ้น) :	330,000,000
มูลค่าหุ้นสามัญ (หุ้นละ) (บาท) :	1.00
หุ้นบุริมสิทธิ (จำนวนหุ้น) :	0
มูลค่าหุ้นบุริมสิทธิ (หุ้นละ) (บาท) :	0.00

บริษัทได้เข้าไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่นหรือไม่

บริษัทได้เข้าไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อื่นหรือไม่ :	ไม่มี

1.4.2 หุ้นประเภทอื่นที่มีสิทธิหรือเงื่อนไขแตกต่างจากหุ้นสามัญ

หุ้นประเภทอื่นที่มีสิทธิหรือเงื่อนไขแตกต่างจากหุ้นสามัญ :	ไม่มี

1.4.3 การถือหุ้นโดย บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด (NVDR)

มีการถือหุ้นโดย บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด (NVDR) :	มี
จำนวนหุ้น (หุ้น) :	10,683,664
คิดเป็นร้อยละ (%) :	3.23

ผลกระทบต่อสิทธิการออกเสียงของผู้ถือหุ้น

ผลกระทบต่อสิทธิการออกเสียงของผู้ถือหุ้น บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด (NVDR) เป็นบริษัทย่อยที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดตั้งขึ้น NVDR มีลักษณะเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนโดยอัตโนมัติ (Automatic List) ผู้ลงทุนใน NVDR จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางการเงินต่าง ๆ เสมือนการลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท แต่ไม่มีสิทธิในการออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น มีผลกระทบต่อการออกเสียงในที่ประชุมของผู้ถือหุ้นร้อยละ 3.23 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายทั้งหมด

1.5 การออกหลักทรัพย์อื่น

1.5.1 หลักทรัพย์แปลงสภาพ

หลักทรัพย์แปลงสภาพ : ไม่มี

1.5.2 หลักทรัพย์ที่เป็นตราสารหนี้

หลักทรัพย์ที่เป็นตราสารหนี้ : ไม่มี

1.6 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท

บริษัทฯ มีนโยบายจ่ายปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิจากงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ ภายหลังจากหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและการจัดสรรทุนสำรองต่าง ๆ ทุกประเภทตามที่ได้กำหนดไว้ในกฎหมายและข้อบังคับของบริษัทฯ ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลอาจน้อยกว่าอัตราข้างต้น โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ กระแสเงินสด เงินทุนหมุนเวียน แผนการลงทุน และการขยายธุรกิจ ภาระหนี้สิน เงื่อนไข และข้อจำกัดตามที่กำหนดในสัญญากู้ยืมเงิน และความเหมาะสมอื่น ๆ โดยคณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาอย่างระมัดระวัง

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลประจำปีจะต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่การจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ซึ่งคณะกรรมการบริษัทอาจอนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้เป็นครั้งคราว เมื่อเห็นว่าบริษัทฯ มีกำไรพอสมควรที่จะทำเช่นนั้นได้ โดยบริษัทฯ จะรายงานการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวถัดไป ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ จะต้องไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายและข้อบังคับของบริษัทฯ โดยผู้ถือหุ้น/คณะกรรมการบริษัท ได้อนุมัติและดำเนินการจ่ายเงินปันผล

ข้อมูลการจ่ายเงินปันผลย้อนหลัง

	2564	2565	2566	2567	2568
อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท : หุ้น)	N/A	N/A	1.0500	1.5800	2.0300
อัตราเงินปันผลต่อหุ้น (บาท : หุ้น)	N/A	N/A	0.6000	0.8000	1.2200
อัตราส่วนหุ้นปันผล (จำนวนหุ้นเดิม : หุ้นปันผล)	N/A : N/A	N/A : N/A	0.0000 : 0.0000	0.0000 : 0.0000	0.0000 : 0.0000
มูลค่าหุ้นปันผลต่อหุ้น (บาท : หุ้น)	N/A	N/A	0.0000	0.0000	0.0000
รวมมูลค่าการจ่ายปันผล (บาท : หุ้น)	N/A	N/A	0.6000	0.8000	1.2200
อัตราการจ่ายเงินปันผลเทียบกับกำไรสุทธิ (%) [(1)]	N/A	N/A	51.02	50.70	60.07

หมายเหตุ : [(1)] ทั้งนี้ ปี 2567 เป็นอัตราก่อนการปรับปรุงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงนโยบายบัญชี และปี 2568 ยังมีความไม่แน่นอนจนกว่าจะได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2569

2. การบริหารจัดการความเสี่ยง

2.1 นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงว่าเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้ ทั้งนี้ การระบุและการจัดการความเสี่ยงจะช่วยสนับสนุนให้บริษัทฯ มีการตัดสินใจที่ดีขึ้น และช่วยให้มองเห็นโอกาส ตลอดจนสามารถบรรเทาผลกระทบจากเหตุการณ์สำคัญที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ ผู้ถือหุ้น และนักลงทุนได้ คณะกรรมการบริษัทจึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลให้มีการกำหนดนโยบาย กรอบการประเมินความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งจัดให้มีคณะทำงานบริหารความเสี่ยงองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ และพิจารณาให้มีการควบคุมดูแลอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ระดับการวางกลยุทธ์ไปจนถึงระดับการปฏิบัติงาน รวมถึงเสริมสร้างความตระหนักรู้อย่างต่อเนื่องเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงให้แก่ทุกคนในบริษัทฯ ซึ่งเป็นการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (Enterprise Risk Management Framework) ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (Environmental, Social and Governance: ESG)

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้กำหนดนิยามของ “ความเสี่ยง” ว่าเป็นโอกาสหรือเหตุการณ์ที่ไม่แน่นอนต่าง ๆ อาจส่งผลให้แผนงานหรือการดำเนินการในปัจจุบันไม่บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ และก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อองค์กร ทั้งในด้านตัวเงิน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร การบริหารความเสี่ยง เป็นกระบวนการที่ครอบคลุมทุกระดับ ตั้งแต่คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหารและบุคลากรทุกคนในองค์กร โดยการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์และการจัดการความเสี่ยงผ่านการประเมินเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อองค์กร ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลในการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

บริษัทฯ ดำเนินนโยบายบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานให้เกิดเสถียรภาพและสามารถสร้างผลตอบแทนในแก่ผู้ถือหุ้น และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) นอกจากนี้ บริษัทฯ มีระบบถ่วงดุลอำนาจ (Check and Balance) ในกระบวนการบริหารธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงได้กำหนดให้มีการนำระบบการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) มาปฏิบัติใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ถือหุ้นและผู้ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้กำหนดขอบเขตการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยจำแนกเป็น 6 ด้านหลัก ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk): ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดและการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาวะการแข่งขันและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อการเติบโตของบริษัทฯ
2. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk): ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงาน ระบบงาน และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
3. ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล (Compliance Risk): ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องและโปร่งใส สร้างความมั่นใจในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ
4. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk): ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสภาพคล่อง โครงสร้างเงินทุน และการควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน
5. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG Risk): ความเสี่ยงที่อาจเกิดจากประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนขององค์กร
6. ความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Fraud and Corruption Risk): ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกระทำทุจริตหรือการคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้นำกรอบการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO มาใช้ในการดำเนินงาน โดยครอบคลุมทั้งด้านการกำกับดูแลและการสร้างวัฒนธรรมองค์กร การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ การประเมินและจัดการความเสี่ยง การทบทวนและปรับปรุง รวมถึงการสื่อสารและรายงานผล เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

บริษัทฯ ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรที่ดีเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้มีการเติบโต และขยายธุรกิจอย่างมีเสถียรภาพ มีฐานะการเงินที่มั่นคงและสามารถสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นในระดับที่เหมาะสม ตลอดจนเพื่อเป็นการดำเนินตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) รวมทั้งการถ่วงดุลอำนาจ (Check and Balance) ในภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่

บริษัทฯ ต้องเผชิญอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเกิดจากปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยภายใน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย และภารกิจหลักของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงเห็นควรให้มีการนำระบบการบริหารความเสี่ยงมาปฏิบัติใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ ตามมาตรฐาน COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และช่วยสนับสนุนให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทฯ โดยได้กำหนดนิยาม วัตถุประสงค์ และแนวทางการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ดังต่อไปนี้

นิยามความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยง (Risks) หมายถึง โอกาส / เหตุการณ์ที่ไม่แน่นอนต่าง ๆ หรือสิ่งที่ทำให้แผนงานหรือการดำเนินการอยู่ ณ ปัจจุบันไม่บรรลุวัตถุประสงค์ / เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อองค์กร ทั้งในแง่ของผลกระทบที่เป็นตัวเงินหรือผลกระทบที่มีต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) หมายถึง กระบวนการที่นำไปใช้กับคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร และบุคลากรทุกคนในองค์กร ในการกำหนดกลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงของทั้งองค์กรโดยการบ่งชี้เหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อองค์กร และจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับ เพื่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผล ในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้

วัตถุประสงค์ของนโยบายบริหารความเสี่ยง

1. เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรเป็นไปตามมาตรฐานสากลและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยสามารถระบุความเสี่ยงหรือวิกฤตการณ์ที่ไม่คาดคิด และสามารถลดความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความสูญเสีย หรือความเสียหายต่อองค์กรได้อย่างเหมาะสมและทันกาล ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม

2. เพื่อนำระบบการบริหารความเสี่ยงมาเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจ การวางแผนกลยุทธ์ แผนงาน และการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อมุ่งเน้นให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และสร้างความเป็นเลิศในการปฏิบัติงานรวมถึงสร้างความเชื่อมั่นของผู้เกี่ยวข้อง

3. เพื่อให้คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และผู้บริหาร ได้รับทราบข้อมูลความเสี่ยงที่สำคัญ แนวโน้มของความเสี่ยง และความเสี่ยงในภาพรวม ตลอดจนกำกับดูแลความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4. เพื่อให้บุคลากรของบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง และมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยง

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญ และความจำเป็นที่ต้องนำระบบการบริหารความเสี่ยง ตามมาตรฐานสากลมาใช้ในการบริหาร โดยมุ่งหวังให้บริษัทฯ เป็นองค์กรสำคัญที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีภาพลักษณ์ที่ดี และพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วองค์กร จึงกำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

1. บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ภายใต้การควบคุมภายในอย่างมีระบบโดยกำหนดปัจจัยเสี่ยงของบริษัทฯ จากการประเมินความเสี่ยง 2 มิติ คือ ความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุการณ์ (Likelihood) และความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์ (Impact) รวมทั้งกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ตลอดจนกำหนดเหตุการณ์หรือระดับความเสี่ยงที่เป็นสัญญาณเตือนภัย (Warning Sign) ให้ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อไม่ให้ระดับความเสี่ยงเกินกว่าเพดานความเสี่ยงที่กำหนด

2. ตอบสนองต่อความเสี่ยงขององค์กรโดยการป้องกันหรือบรรเทาความเสี่ยง เพื่อลดระดับความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุการณ์ และความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์

3. ให้บุคคลที่ได้รับมอบหมายติดตาม ประเมิน และทบทวนผลการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงสอบทานกลยุทธ์และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

4. กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นความรับผิดชอบของบุคลากรทุกระดับชั้นที่ต้องตระหนักถึงความเสี่ยงและมีส่วนร่วมในการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานในหน่วยงานของตนและองค์กร

5. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะส่งเสริมและพัฒนาการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการบริหารความเสี่ยง และการจัดระบบการรายงานการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

6. บริษัทฯ จะสนับสนุนให้บุคลากรทุกระดับสามารถเข้าถึงข่าวสารการบริหารความเสี่ยงอย่างทั่วถึง

ลิงก์นโยบาย แผนการดำเนินงาน และแผนการบริหารความเสี่ยง : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

2.2 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

2.2.1 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือกลุ่มบริษัทในปัจจุบัน

ความเสี่ยงที่ 1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจ

- ความผันผวนในอุตสาหกรรมที่ดำเนินธุรกิจอยู่
- พฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า / ผู้บริโภค
- การแข่งขัน / การเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง / การเข้ามาดำเนินธุรกิจได้โดยง่ายของผู้ค้ารายใหม่
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเกิดภัยพิบัติ

ลักษณะความเสี่ยง

ด้านรายได้และการแข่งขัน

บริษัทฯ เผชิญความเสี่ยงที่รายได้อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ อันเนื่องมาจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งจากคู่แข่งเดิมและคู่แข่งรายใหม่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงเทรนด์อย่างรวดเร็ว รวมถึงสภาวะเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อกำลังซื้อและการตัดสินใจของลูกค้า

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นโอกาสในการพัฒนาสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและตอบสนองความต้องการของตลาด การสร้างสินค้าที่เป็นเอกสิทธิ์จะช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ รวมถึงการขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านช่องทางดิจิทัล

ด้านผลกำไรและต้นทุน

บริษัทฯ มีความเสี่ยงที่อัตรากำไรขั้นต้นอาจไม่บรรลุเป้าหมาย อันเกิดจากแรงกดดันด้านราคาที่เพิ่มขึ้นจากการแข่งขัน และต้นทุนการดำเนินงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

อนึ่ง แรงกดดันด้านต้นทุนเป็นโอกาสในการปรับปรุงกระบวนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ การนำเทคโนโลยีและระบบที่ทันสมัยมาใช้จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น โดยในระยะสั้น ภัยธรรมชาติที่รุนแรงขึ้นอาจทำให้บางสาขาต้องปิดชั่วคราว ลูกค้าออกจากบ้านน้อยลง การขนส่งสินค้าจากจีนและการกระจายสินค้าไปยังสาขาหยุดชะงัก รวมถึงค่าไฟฟ้าเพิ่มสูงขึ้น ในระยะกลาง กฎหมายจำกัดบรรจุภัณฑ์พลาสติกและภาษีคาร์บอนจะเพิ่มต้นทุนดำเนินงาน ห่วงโซ่อุปทานจากจีนอาจไม่เสถียร และแรงกดดันจากผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าเป็นมิตรสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ในระยะยาว ภัยพิบัติที่บ่อยและรุนแรงขึ้นส่งผลต่อทำเลสาขาและโครงสร้างพื้นฐาน ค่าประกันภัยสูงขึ้น ต้องลงทุนมากในการปรับปรุงอาคารและพลังงานสะอาด หากไม่แสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอาจสูญเสียความไว้วางใจจากนักลงทุนและลูกค้า

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายเหล่านี้เป็นโอกาสในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในระยะสั้น การลดใช้ถุงพลาสติกและใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและดึงดูดลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม การลดบรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็นและเปลี่ยนไฟเป็น LED ช่วยประหยัดต้นทุน ในระยะกลาง การพัฒนาสินค้าเป็นมิตรสิ่งแวดล้อมช่วยขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ ในระยะยาว บริษัทฯ จะเป็นผู้นำด้านความยั่งยืน เพิ่มมูลค่าแบรนด์และความภักดีของลูกค้า พัฒนานวัตกรรมสร้างรายได้ใหม่ และมีความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อกฎระเบียบเข้มงวดขึ้น

ด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน จากการประเมินความเสี่ยงพบว่าอาจมีความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิแรงงาน การใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ และสภาพการทำงานที่ไม่ปลอดภัยในห่วงโซ่อุปทาน

จากการประเมินระดับความรุนแรงประจำปี พบว่าประเด็นการละเมิดสิทธิแรงงานและการใช้แรงงานเด็กในห่วงโซ่อุปทานและสภาพการทำงานที่ไม่ปลอดภัยมีโอกาสเกิดขึ้นในระดับต่ำถึงปานกลาง

อย่างไรก็ตาม การมีมาตรฐานการจัดซื้อที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนเป็นโอกาสในการสร้างความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม สร้างชื่อเสียงในฐานะผู้ประกอบการที่รับผิดชอบ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าที่มีมาตรฐาน

ด้านเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล (ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใหม่)

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะปัญญาประดิษฐ์ (AI) ระบบอัตโนมัติ และการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและวิธีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกอย่างรวดเร็ว หากบริษัทฯ ไม่สามารถปรับตัวทันอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้เป็นโอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน พัฒนาประสบการณ์ลูกค้า วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดีขึ้น และสร้างนวัตกรรมในการให้บริการที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

ด้านภูมิรัฐศาสตร์และห่วงโซ่อุปทาน (ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใหม่)

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ ความขัดแย้งระหว่างประเทศ นโยบายการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลง และความผันผวนทางเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลต่อห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนการนำเข้า และความมั่นคงในการจัดหาสินค้า

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์เหล่านี้เป็นโอกาสในการสร้างความยืดหยุ่นในห่วงโซ่อุปทาน กระจายแหล่งที่มาของสินค้า พัฒนาความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ และอาจพบโอกาสใหม่จากการเปลี่ยนแปลงของเส้นทางการค้า

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ด้านรายได้และการแข่งขัน บริษัทฯ อาจประสบปัญหารายได้รวมและรายได้จากช่องทางออนไลน์ที่ต่ำกว่าคาดการณ์ ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง สูญเสียฐานลูกค้าไปยังคู่แข่ง สูญเสียโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ และความได้เปรียบในการแข่งขันที่อาจลดน้อยลง

ด้านผลกำไรและต้นทุน อัตรากำไรขั้นต้นที่หดตัวจากการแข่งขันด้านราคาและต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อผลกำไรสุทธิและความสามารถในการทำกำไรโดยรวมของธุรกิจ ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร และอาจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ด้านการลงทุนและการพัฒนาธุรกิจ

ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ภัยธรรมชาติและสภาพอากาศที่ผิดปกติส่งผลให้บริษัทฯ สูญเสียรายได้จากการที่ร้านค้าไม่สามารถเปิดให้บริการได้หรือลูกค้าไม่สามารถเดินทางมาใช้บริการ การขนส่งสินค้าล่าช้าหรือหยุดชะงัก ความเสียหายต่อทรัพย์สินและสินค้าคงคลัง ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและฟื้นฟูสถานที่เพิ่มขึ้น การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการ รวมถึงส่งผลต่อแผนการเงินของบริษัทฯ ทั้งด้าน OPEX และ CAPEX ที่อาจต้องเพิ่มขึ้นเพื่อรับมือและฟื้นฟูจากเหตุการณ์ดังกล่าว นอกจากนี้การไม่จัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอาจส่งผลให้บริษัทฯ สูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและเผชิญกับข้อกำหนดทางกฎหมายที่เข้มงวดขึ้น

ด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน การที่คู่ค้าหรือซัพพลายเออร์ในห่วงโซ่อุปทานละเมิดสิทธิแรงงานและสิทธิมนุษยชนจะส่งผลให้บริษัทฯ เผชิญกับความเสียหายต่อชื่อเสียง การถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสาธารณะ การถูกคว่ำบาตรจากผู้บริโภคและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงอาจส่งผลต่อความสัมพันธ์กับคู่ค้าและความเชื่อมั่นจากนักลงทุน

ด้านเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล การไม่สามารถปรับตัวตามเทคโนโลยีใหม่อาจทำให้บริษัทฯ สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ฐานลูกค้าลดลงโดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้อยกว่าคู่แข่ง และอาจต้องใช้ต้นทุนสูงในการปรับตัวในภายหลัง

ด้านภูมิรัฐศาสตร์และห่วงโซ่อุปทาน ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์อาจส่งผลให้ห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงัก ต้นทุนการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นจากภาษีนำเข้าหรือข้อจำกัดทางการค้า การขาดแคลนสินค้าบางประเภท และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรและความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้นำประเด็นความเสี่ยงและโอกาสด้านกลยุทธ์และการประกอบธุรกิจมาประยุกต์ใช้ในกลยุทธ์ของบริษัทฯ และกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและครอบคลุม ดังนี้

ด้านรายได้และการแข่งขัน บริษัทฯ พัฒนาและจัดหาสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นเอกสิทธิ์ รวมถึงสินค้าลิขสิทธิ์พิเศษที่จำหน่ายเฉพาะที่ร้าน Moshi Moshi เท่านั้น พร้อมเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ยกระดับคุณภาพด้วยการเพิ่มรายละเอียดและความประณีตบนสินค้า กำหนดโครงสร้างราคาที่สะท้อนคุณค่าแต่ยังคงแข่งขันได้ในตลาด เพิ่มสัดส่วนสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงในพอร์ตสินค้า ขยายช่องทางการเข้าถึงลูกค้าทั้งออฟไลน์ผ่านการขยายสาขาและจัดงานอีเวนต์ใหม่ ๆ และออนไลน์ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเช่นไลฟ์และแอฟฟิลิเอท พร้อมจัดโปรโมชันกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง พัฒนาศักยภาพของทีมงาน ร่วมมือกับบริษัทภายนอกที่เชี่ยวชาญด้านการขายออนไลน์ ปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมถึงดำเนินกิจกรรมการตลาดเพื่อส่งเสริมยอดขายอย่างต่อเนื่อง สร้างการรับรู้แบรนด์และเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

ด้านผลกำไรและต้นทุน บริษัทฯ บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการวางแผนการจัดซื้อสินค้า รวมถึงวัสดุสิ้นเปลืองและบรรจุภัณฑ์อย่างเป็นระบบ เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานและเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ปรับโครงสร้างราคาสินค้าให้เหมาะสมและสะท้อนมูลค่าที่แท้จริง และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินการด้านกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดต้นทุน

ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ได้รวมกระบวนการบริหารความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เฉพาะเจาะจงสำหรับความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีการประเมินความเสี่ยงด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสภาพภูมิอากาศอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง วิเคราะห์ผลกระทบจากภัยธรรมชาติและสภาพอากาศที่ผิดปกติต่อสถานที่ดำเนินงานและห่วงโซ่อุปทาน และทบทวนแผนรับมือภัยพิบัติเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง โดยจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนรับมือภัยพิบัติเพื่อบรรเทาผลกระทบจากภัยธรรมชาติและสภาพอากาศที่รุนแรง ตรวจสอบและบำรุงรักษาสถานที่และอุปกรณ์ให้พร้อมรับมือกับสภาพอากาศรุนแรง จัดหาประกันภัยที่เหมาะสมครอบคลุมความเสียหายจากภัยธรรมชาติ กระจายความเสี่ยงด้วยการมีช่องทางการขายที่หลากหลาย เตรียมแผนสำรองในการดำเนินงานและการจัดส่งสินค้าเพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ศึกษาและพัฒนาการลดใช้บรรจุภัณฑ์และการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อการวางแผนด้านการเงินของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้จัดสรรงบประมาณประจำปีในส่วนของค่าใช้จ่ายและเงินลงทุน สำหรับการศึกษา การป้องกัน การฟื้นฟูจากภัยพิบัติ การซ่อมแซมสถานที่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่องโดยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการหลักในการทำธุรกิจ ทั้งสำหรับกิจการที่ดำเนินการอยู่และโครงการใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีแนวทาง ดังนี้

การประเมินความเสี่ยง: บริษัทฯ ประเมินประเด็นความเสี่ยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่งจนถึงการจำหน่ายสินค้า โดยพิจารณาระดับความรุนแรงของผลกระทบและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง และทบทวนการประเมินอย่างสม่ำเสมอ

การบรรเทาความเสี่ยงและวางกลไกป้องกัน: บริษัทฯ กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงานที่ชัดเจน และแจ้งให้คู่ค้ารับทราบและปฏิบัติตาม จัดให้มีกลไกควบคุมภายในผ่านระบบการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ซึ่งรวมถึงประเด็นสิทธิมนุษยชนและแรงงาน โดยมีการตรวจสอบและประเมินคู่ค้าตามขั้นตอนที่กำหนด เพื่อให้มั่นใจว่าผลกระทบอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ กำหนดเงื่อนไขในสัญญาการค้าให้คู่ค้าต้องปฏิบัติตามมาตรฐานของบริษัทฯ และมีช่องทางการร้องเรียนสำหรับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน

การติดตามและทบทวนความเสี่ยง: บริษัทฯ มีกระบวนการติดตามและทบทวนความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทานอย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดวิธีการและขั้นตอนการติดตามที่ชัดเจน มีการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง รายงานผลการประเมินและการดำเนินการแก้ไขต่อผู้บริหารและคณะกรรมการ และเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทานต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใส

ด้านเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล บริษัทฯ ติดตามและศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีก การขายออนไลน์ และนวัตกรรมในการพัฒนากระบวนการทำงาน มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับการลงทุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านกระบวนการ พัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับพนักงานผ่านการอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการ

ด้านภูมิรัฐศาสตร์และห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ สร้างความหลากหลายและความยืดหยุ่นในห่วงโซ่อุปทานโดยมีคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อกระจายความเสี่ยง ติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะความตึงเครียดในภูมิภาคตะวันออกกลางที่อาจส่งผลต่อเส้นทางการขนส่งทางทะเลและราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งมีผลโดยตรงต่อต้นทุนค่าระวางเรือในเส้นทางนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน บริษัทฯ จัดทำแผนสำรองสำหรับการจัดหาสินค้าจากแหล่งอื่นในกรณีที่ห่วงโซ่อุปทานหลักหยุดชะงัก บริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เช่น การใช้เครื่องมือทางการเงินป้องกันความเสี่ยง รักษาระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสมเพื่อรองรับความผันผวนในห่วงโซ่อุปทาน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าหลักเพื่อให้มั่นใจในความต่อเนื่องของการจัดหาสินค้า

ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวมุ่งเสริมสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสนับสนุนให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจทั้งด้านรายได้และอัตรากำไรตามที่วางไว้อย่างยั่งยืน

ความเสี่ยงที่ 2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการและการปฏิบัติงาน

- การเกิดสินค้าล้าสมัย
- ความปลอดภัยของข้อมูลหรือระบบคอมพิวเตอร์และการโจมตีทางไซเบอร์
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการเกิดภัยพิบัติ
- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การทุจริตคอร์รัปชัน
- สินค้าคงคลัง เช่น สินค้าค้างสต๊อก, มูลค่าสินค้าลดต่ำลง เป็นต้น

ลักษณะความเสี่ยง

ด้านการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการสะสมของสินค้าล้าสมัย อันเป็นผลจากการคาดการณ์ความต้องการของตลาดที่คลาดเคลื่อน หรือการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ ต้องจำหน่ายสินค้าในราคาที่ลดลงหรือดำเนินการระบายสินค้า ส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงนี้เป็นโอกาสในการยกระดับระบบการคาดการณ์และวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำเทคโนโลยีและระบบการบริหารสินค้าคงคลังที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสินค้า ลดความสูญเสียจากสินค้าล้าสมัย และเพิ่มความคล่องตัวในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ บริษัทฯ มีความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ การรั่วไหลของข้อมูลลูกค้าและข้อมูลธุรกิจที่สำคัญ หรือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล่ม ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและความเชื่อมั่นของลูกค้า

การลงทุนในระบบรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่แข็งแกร่งเป็นโอกาสในการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากลูกค้า การมีมาตรฐานความปลอดภัยข้อมูลที่สูงจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ลูกค้าให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการเป็นองค์กรที่มีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ

ด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการทุจริตและคอร์รัปชันทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารสินค้า หรือการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อชื่อเสียงและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม การมีระบบการควบคุมภายในและธรรมาภิบาลที่ดีเป็นโอกาสในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใสและมีจริยธรรม ซึ่งจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย คู่ค้า และนักลงทุน รวมถึงสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการเป็นองค์กรที่มีมาตรฐานการดำเนินงานที่สูงและเป็นที่ไว้วางใจของคู่ค้าทางธุรกิจ

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ด้านการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง การคาดการณ์ความต้องการของตลาดที่ไม่แม่นยำหรือการเปลี่ยนแปลงเทรนด์อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการสะสมของสินค้าล้าสมัย อาจทำให้บริษัทฯ ต้องจำหน่ายสินค้าในราคาที่ลดลงหรือดำเนินการระบายสินค้า รวมถึงอาจต้องพิจารณาตั้งสำรองค่าเผื่อการด้อยค่าของสินค้าคงเหลือ ส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ นอกจากนี้ การสะสมของสินค้าดังกล่าวยังอาจก่อให้เกิดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าที่เพิ่มขึ้นและเงินทุนหมุนเวียนผูกอยู่กับสินค้าที่ไม่สามารถขายได้ตามแผน ส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินและประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์

ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ การถูกโจมตีทางไซเบอร์ การรั่วไหลของข้อมูลลูกค้าและข้อมูลธุรกิจที่สำคัญ หรือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล่ม จะส่งผลให้บริษัทฯ สูญเสียข้อมูลสำคัญทางธุรกิจและข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ก่อให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ สูญเสียความไว้วางใจและฐานลูกค้า อาจต้องรับผิดชอบทางกฎหมายและค่าปรับจากการละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการหยุดชะงักของระบบที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน การให้บริการ และการขายสินค้า

ด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน การทุจริตและคอร์รัปชันทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารสินค้า หรือการดำเนินงานต่าง ๆ จะส่งผลให้บริษัทฯ ประสบความเสียหายทางการเงินจากการรั่วไหลของทรัพย์สิน การจัดซื้อในราคาที่สูงเกินความเป็นจริง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนและผลกำไร นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ อย่าง

รุนแรง อาจต้องรับผิดทางกฎหมายและถูกดำเนินคดี รวมถึงสูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย คู่ค้า และนักลงทุน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจและการเติบโตในอนาคต

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ด้านการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง บริษัทฯ จัดทำระบบการวิเคราะห์และคาดการณ์ความต้องการสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ติดตามเทรนด์สินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด วางแผนการจัดซื้อและการบริหารสินค้าคงคลังให้เหมาะสมกับความต้องการที่แท้จริง จัดทำกลยุทธ์การจำหน่ายสินค้าที่เคลื่อนไหวช้าหรือใกล้ล้าสมัย ทบทวนพอร์ตสินค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ บริษัทฯ พัฒนาและปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีการสำรองข้อมูลสำคัญเป็นประจำ อบรมพนักงานเกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์และการป้องกันภัยคุกคามอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งบริหารจัดการช่องโหว่และการปรับปรุงแพตช์ด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการทดสอบช่องโหว่ของระบบ (Vulnerability Assessment) และการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Testing) เป็นระยะ ตลอดจนดำเนินการทดสอบและสร้างความตระหนักรู้ด้านการป้องกันอีเมลหลอกลวง (Phishing) เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยของระบบและข้อมูลขององค์กร จัดทำแผนรับมือและฟื้นฟูระบบกรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด และติดตามประเมินความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างสม่ำเสมอ

ด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดนโยบายและระเบียบการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างชัดเจน จัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตรวจสอบและทบทวนกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารสินค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันการทุจริต จัดอบรมและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับจริยธรรมและความซื่อสัตย์ให้กับพนักงานทุกระดับ จัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนที่ปลอดภัยและเป็นความลับ มีกระบวนการสอบสวนและลงโทษที่ชัดเจนและเป็นธรรม ติดตามและทบทวนความเสี่ยงด้านการทุจริตอย่างต่อเนื่อง และเปิดเผยข้อมูลกระบวนการและมาตรการในการจัดการความเสี่ยงจากการทุจริตและคอร์รัปชันต่อผู้มีส่วนได้เสีย

ความเสี่ยงที่ 3 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎฎหมาย

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและกฎหมาย

- การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

ลักษณะความเสี่ยง

ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและกฎหมาย บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจค้าปลีกและการนำเข้าสินค้า ซึ่งครอบคลุมถึงกฎหมายศุลกากรและการนำเข้าสินค้า ข้อกำหนดด้านมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้า กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กฎหมายแรงงาน กฎระเบียบด้านภาษีอากร และข้อบังคับเกี่ยวกับการค้าปลีกทั้งในช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ นอกจากนี้ ในยุคที่การดำเนินธุรกิจพึ่งพาข้อมูลมากขึ้น บริษัทฯ ยังเผชิญความเสี่ยงด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ทั้งในแง่ของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลจากการละเมิดหรือการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต และในแง่ของการนำข้อมูลไปใช้อย่างเหมาะสมและโปร่งใสตามเจตนารมณ์ของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) หากเกิดเหตุการณ์ข้อมูลรั่วไหลหรือมีการใช้ข้อมูลลูกค้าในลักษณะที่ไม่เหมาะสม อาจนำมาซึ่งบทลงโทษทางกฎหมาย ความเสียหายต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าและผล กระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ ในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจเกิดขึ้นอย่างกะทันหันและอาจมีความซับซ้อนในการปฏิบัติตาม หาก บริษัทฯ ไม่สามารถปรับตัวหรือดำเนินการให้สอดคล้องกับข้อกำหนดได้ทันท่วงที อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและชื่อเสียงของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม การมีระบบการติดตามและปฏิบัติตามกฎระเบียบที่มีประสิทธิภาพเป็นโอกาสในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การเป็นองค์กรที่ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดและทันท่วงทีจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นจากหน่วยงานกำกับดูแล คู่ค้า และผู้บริโภค ลดความเสี่ยงด้านกฎหมายและค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่ปฏิบัติตาม นอกจากนี้การมีความรู้และความเข้าใจในกฎระเบียบที่ดียังช่วยให้บริษัทฯ สามารถวางแผนธุรกิจและปรับกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมและทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ในฐานะผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบและเชื่อถือได้

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ด้านการดำเนินงานและต้นทุน การไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับใหม่ได้ทันท่วงที อาจทำให้บริษัทฯ ต้องเผชิญกับค่าปรับและโทษทางกฎหมาย การหยุดชะงักของการนำเข้าสินค้าจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านศุลกากรหรือมาตรฐานสินค้า ส่งผลให้เกิดการขาดสินค้าและสูญเสียรายได้ ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงระบบและกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับกฎหมายใหม่

ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ โดยเฉพาะหากมีการเปิดเผยต่อสาธารณะ อันอาจนำไปสู่การสูญเสียความเชื่อมั่นจากลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย

ด้านสิทธิ์และใบอนุญาต บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงต่อการถูกจำกัดสิทธิ์หรือเพิกถอนใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจหรือการนำเข้าสินค้า รวมถึงอาจถูกระงับการดำเนินงานชั่วคราวหรือถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย

ด้านความต่อเนื่องและความเชื่อมั่น เหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและความเชื่อมั่นของลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงอาจจำกัดความสามารถในการขยายธุรกิจหรือเข้าสู่ตลาดใหม่

มาตรการจัดการความเสี่ยง

การติดตามและศึกษากฎหมาย บริษัทฯ จัดให้มีทีมงานหรือผู้รับผิดชอบติดตามและศึกษากฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจค้าปลีกและการนำเข้าสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ประสานงานกับหน่วยงานราชการ สมาคมการค้า และผู้เชี่ยวชาญทางกฎหมายเพื่อรับทราบข้อมูลและความเปลี่ยนแปลง และวิเคราะห์ผลกระทบของกฎหมายใหม่ต่อการดำเนินธุรกิจ

การปรับปรุงและพัฒนาระบบ จัดทำแผนปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงานให้สอดคล้องกับกฎหมายใหม่อย่างทันท่วงที ปรับปรุงกระบวนการนำเข้าสินค้าและเอกสารต่าง ๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจัดทำคู่มือและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับพนักงาน

การพัฒนาบุคลากร จัดอบรมและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับข้อกำหนดทางกฎหมายและวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความรู้และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบได้อย่างถูกต้อง

ระบบการตรวจสอบและควบคุม จัดให้มีระบบการตรวจสอบภายในเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง ตรวจสอบและทบทวนกระบวนการนำเข้าสินค้า การจัดเก็บเอกสาร และการปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ รวมถึงมีการประเมินความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างสม่ำเสมอ

การสื่อสารและรายงาน จัดให้มีช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อแจ้งข้อมูลการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและแนวทางปฏิบัติแก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง รายงานสถานะการปฏิบัติตามกฎหมายต่อผู้บริหารและคณะกรรมการ และเปิดเผยข้อมูลการปฏิบัติตามกฎหมายต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างโปร่งใส

2.2.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์

มีปัจจัยความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์หรือไม่ : มี

ความเสี่ยงที่ 1 การลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์

หัวข้อความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง : ความเสี่ยงการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์

- อื่น ๆ : ความผันผวนของราคาหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ลักษณะความเสี่ยง

ด้านความเสี่ยงการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์ ผู้ลงทุนอาจประสบความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาหุ้นที่อาจส่งผลให้ไม่สามารถขายหุ้นในราคาที่คาดหวังหรือไม่สามารถขายได้ทันทีตามต้องการ ราคาหุ้นของบริษัทฯ อาจมีความผันผวนอย่างมีนัยสำคัญจากปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทฯ ได้แก่ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและตลาดทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบของหน่วยงานรัฐที่กระทบต่อธุรกิจค้าปลีกและการนำเข้าสินค้า และพัฒนาการต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมที่บริษัทฯ ประกอบธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยตรง เช่น ผลการดำเนินงานที่แตกต่างจากคาดการณ์ การเปลี่ยนแปลงบทวิเคราะห์หลักทรัพย์หรือคำแนะนำของนักวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงบุคลากรสำคัญ และการประกาศข่าวที่เกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อมูลค่าการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์

อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงนี้เป็นโอกาสในการสร้างคุณค่าและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุนผ่านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานที่โปร่งใสและเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วนทันเวลาจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและลดความไม่แน่นอนให้แก่ผู้ลงทุน การมีผลการดำเนินงานที่

แข็งแกร่งและสม่ำเสมอ รวมถึงการสื่อสารกลยุทธ์และทิศทางธุรกิจที่ชัดเจนจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ตลาดทุน การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับนักวิเคราะห์และนักลงทุนผ่านกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ตลาดเข้าใจศักยภาพและมูลค่าที่แท้จริงของบริษัทฯ นอกจากนี้ การมีนโยบายเงินปันผลที่ชัดเจนและการจัดสรรผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างเหมาะสมจะช่วยสร้างแรงจูงใจในการลงทุนและรักษาฐานนักลงทุนที่มีคุณภาพ ซึ่งส่งผลให้สภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นดีขึ้นและช่วยลดความผันผวนของราคาหุ้นในระยะยาว

ผลกระทบจากความเสี่ยง

ผลกระทบจากความเสี่ยงการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์อาจส่งผลให้ผู้ลงทุนประสบความเสียหายจากการลงทุนในหุ้นของบริษัทฯ โดยผู้ลงทุนอาจไม่ได้รับผลตอบแทนตามที่คาดหวังหรืออาจสูญเสียเงินลงทุนบางส่วนหรือทั้งหมด หากราคาหุ้นปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมา ผู้ลงทุนอาจไม่สามารถขายหุ้นในราคาที่เท่ากับหรือสูงกว่าราคาที่ซื้อมาได้ ส่งผลให้เกิดการขาดทุนจากการลงทุน

นอกจากนี้ ในช่วงที่ตลาดมีความผันผวนสูงหรือสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นต่ำ ผู้ลงทุนอาจไม่สามารถขายหุ้นได้ทันทีตามต้องการหรืออาจต้องขายในราคาที่ต่ำกว่ามูลค่าที่เหมาะสม ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินและแผนการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์ ความไม่แน่นอนของราคาหุ้นยังอาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนและการตัดสินใจลงทุนในระยะยาว รวมถึงอาจส่งผลต่อความสามารถของบริษัทฯ ในการระดมทุนในอนาคตหากราคาหุ้นอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อแผนการขยายธุรกิจและการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ด้านการบริหารจัดการและการดำเนินงาน บริษัทฯ มุ่งเน้นการบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน การบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน เพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งและสม่ำเสมอ รวมถึงการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความต้องการของตลาด บริษัทฯ มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างทันท่วงที

ด้านการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส บริษัทฯ จัดทำและเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลสำคัญต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ถูกต้อง และทันเวลา ตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงการให้ข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์หรือการตัดสินใจของผู้ลงทุน เพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นในการตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ และลดความไม่สมมาตรของข้อมูลระหว่างบริษัทฯ กับนักลงทุน

ด้านนักลงทุนสัมพันธ์ บริษัทฯ มีหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่สื่อสารกับนักลงทุน ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมนักวิเคราะห์ การเข้าพบนักลงทุน งานนำเสนอบริษัท การประชุมผู้ถือหุ้น และการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับธุรกิจ กลยุทธ์ ผลการดำเนินงาน และศักยภาพของบริษัทฯ รวมถึงการตอบข้อซักถามและรับฟังความคิดเห็นของผู้ลงทุนอย่างสม่ำเสมอ

ด้านนโยบายเงินปันผล บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่ชัดเจนและเหมาะสม โดยคำนึงถึงผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน กระแสเงินสด แผนการลงทุน และความจำเป็นในการใช้เงินทุนหมุนเวียน เพื่อสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมให้แก่ผู้ถือหุ้นควบคู่ไปกับการรักษาความแข็งแกร่งทางการเงินและศักยภาพในการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว

ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ ยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีคณะกรรมการบริษัทที่มีความหลากหลายและมีคุณสมบัติเหมาะสม มีคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นอิสระ และมีระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ เพื่อดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ด้านการติดตามสถานการณ์ตลาด บริษัทฯ มีการติดตามและวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นและความเชื่อมั่นของนักลงทุนอย่างสม่ำเสมอ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้สามารถตอบสนองและปรับกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงที รวมถึงการสื่อสารกับนักลงทุนเพื่อชี้แจงและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในกรณีที่เกิดข่าวหรือเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อราคาหุ้น

2.2.3 ความเสี่ยงต่อการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเทศ (กรณีผู้ออกหลักทรัพย์เป็นบริษัทต่างประเทศ)

มีปัจจัยความเสี่ยงต่อการลงทุน ในหลักทรัพย์ต่างประเทศของบริษัท : ไม่มี

หรือไม่

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

ปัจจุบัน บริษัทฯ ต้องเผชิญความท้าทายและความเสี่ยงในหลายมิติ ทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย และพิจารณาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียจากกิจกรรมของบริษัทฯ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่สร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน จึงได้กำหนดกรอบการทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (ESG) รวมถึงกำหนดประเด็นสำคัญ เป้าหมาย และผู้รับผิดชอบ เพื่อกำกับทิศทางการดำเนินธุรกิจของทุกกลุ่มธุรกิจของบริษัทฯ ด้วยความมุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในระยะยาว

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืนให้อยู่ใน SET ESG Ratings ระดับ AA โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ควบคู่กับการยึดถือหลักบรรษัทภิบาล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กร ตลอดจนการเป็นธุรกิจที่พร้อมสร้างโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ สำหรับปี 2568 บริษัทฯ ได้ยกระดับการนำเสนอข้อมูลด้านความยั่งยืน โดยบูรณาการเข้าไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ครบถ้วนและเชื่อมโยงระหว่างผลการดำเนินงานทางธุรกิจและความยั่งยืนได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำเว็บไซต์เฉพาะด้าน ESG เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านความยั่งยืนที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นและความรับผิดชอบของบริษัทฯ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ช่วยให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงและค้นหาข้อมูลการดำเนินงานด้าน ESG ได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงความโปร่งใสและความตั้งใจจริงในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการสื่อสารถึงกลยุทธ์ กระบวนการ และผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในประเด็นที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจอย่างโปร่งใส โดยพิจารณาทั้งโอกาสและความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการจัดทำข้อมูลยังคงอ้างอิงตามกรอบและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ได้แก่ คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน (SET Sustainability Reporting Guide) ของตลาดหลักทรัพย์ มาตรฐาน Global Reporting Initiative (GRI Standards) และเอกสารแนะนำตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

ขอบเขตของการเปิดเผยข้อมูลครอบคลุมสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และร้านค้าสาขาทั่วประเทศไทยที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัทฯ โดยข้อมูลในรายงานครอบคลุมช่วงระยะเวลา 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2568 ซึ่งสอดคล้องกับรอบระยะเวลาของงบการเงินของบริษัทฯ

โดยข้อมูลด้านความยั่งยืนที่นำเสนอในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report ได้รับการพิจารณาความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลโดยคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และได้รับการสอบทานความเหมาะสมจากประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนพิจารณาเห็นชอบ และนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่ออนุมัติและเผยแพร่ต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพิจารณาทวนสอบข้อมูลด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยหน่วยงานอิสระภายนอกในอนาคต ซึ่งคาดว่าจะเริ่มดำเนินการภายในปี 2569

นโยบายด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ เห็นความสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนเพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคง พร้อมตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน จึงได้กำหนดกรอบการทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม บรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Environmental, Social and Governance : ESG) ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทุกขั้นตอนและถ่ายทอดสู่สายงานระดับปฏิบัติการต่าง ๆ และได้จัดทำนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน โดยครอบคลุมมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ซึ่งได้รับการทบทวนเพื่อปรับปรุงขอบเขตของนโยบายให้สอดคล้องกับลักษณะทางธุรกิจของบริษัทฯ ที่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตามพลวัตของการพัฒนาด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับโลกอยู่เสมอ โดยบริษัทฯ มีการทบทวนนโยบายเป็นประจำทุกปี โดยตั้งแต่ปี 2567 บริษัทฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนขึ้นมาเพื่อพิจารณาปรับปรุงนโยบายและดำเนินการด้านต่าง ๆ และเสนอให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ

บริษัทฯ วางกรอบนโยบายการดำเนินธุรกิจ โดยบูรณาการหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ครอบคลุมทุกมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (Environmental, Social and Governance : ESG) โดยมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่บังคับใช้และข้อกำหนดอื่น ๆ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ขององค์การสหประชาชาติมาเป็นกรอบแนวทางหลักในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ โดยมีเจตนารมณ์ในการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ พร้อมทั้งคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น บุคลากรของบริษัทฯ ผู้ให้เช่าพื้นที่ พันธมิตรทางธุรกิจ สังคม ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ บริษัทฯ มุ่งรักษาไว้ซึ่งบรรษัทภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน อันจะนำมาซึ่งผลลัพธ์เชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

นโยบายด้านความยั่งยืน : มี

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางให้สถานประกอบการของบริษัทฯ ในประเทศไทยใช้เป็นกรอบในการดำเนินงาน รวมถึงส่งเสริมให้ คู่ค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ นำไปปรับใช้

1. ด้านเศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ให้เกิดการพัฒนากระบวนการดำเนินงานและคุณภาพการให้บริการควบคู่ไปกับการยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด มีการประเมินความเสี่ยงและมาตรการจัดการความเสี่ยงทั้งเชิงธุรกิจและที่เกี่ยวกับด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ และมีการจัดทำนโยบายย่อยและช่องทางแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการพัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนโดยยกระดับความยั่งยืนไปสู่คู่ค้าผ่านการกำหนดแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) โดยให้คู่ค้ารายสำคัญ (Tier 1) ลงนามเพื่อรับทราบ อีกทั้ง บริษัทฯ ได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าโดยคำนึงถึงความมั่นคงปลอดภัยของระบบและข้อมูลเป็นสำคัญ เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act: PDPA) และมาตรฐานต่าง ๆ ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เพื่อให้กลไกในการควบคุมดูแลความปลอดภัยข้อมูลและข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมทั้งในสภาวะปกติและในสภาวะวิกฤติ

2. ด้านสังคม

บริษัทฯ เคารพสิทธิมนุษยชนและมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพบุคลากรและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ปลูกฝังให้บุคลากรภายในองค์กรมีความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ตลอดจนส่งเสริมชุมชน และการสาธารณประโยชน์ ตามแนวทางของนโยบายด้านการพัฒนาสังคมของบริษัทฯ เพื่อผลักดันการเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและสังคมโดยรวม ผ่านการบูรณาการแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ เช่น การพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างเท่าเทียมและเคารพซึ่งความหลากหลาย มุ่งเน้นการจัดการด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม อีกทั้งพัฒนาการบริการและการสื่อสารทางการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ ร่วมกับการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเครือข่ายชุมชน เพื่อสร้างคุณค่าและประสานประโยชน์ทั้งต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สังคม และบริษัทฯ ในระยะยาว

3. ด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งไม่เพียงมีผลต่อต้นทุนในการดำเนินกิจการ แต่มีผลต่อสิ่งแวดล้อมองค์รวม ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามข้อกำหนดกฎหมาย บริหารจัดการทรัพยากร เช่น การใช้น้ำ พลังงานและวัสดุ อย่างรู้คุณค่า โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับด้วยหลักการที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เช่น หลัก 3R (Reduce, Reuse, Recycle) อีกทั้งจัดหาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังให้การดำเนินงานขององค์กรมีส่วนช่วยลดและชะลอผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบระยะยาวต่อธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความเชื่อมโยงระหว่างการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว จึงได้กำหนดกรอบระยะเวลาในการประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสในทุกมิติของ ESG ออกเป็น 3 ช่วงเวลา ประกอบด้วย ระยะสั้น (1-3 ปี) ระยะปานกลาง (3-5 ปี) และระยะยาว (มากกว่า 5 ปี) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ในระยะสั้น บริษัทฯ เน้นการรับมือกับกฎระเบียบที่เข้มงวดขึ้นและการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ในระยะปานกลาง มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีสีเขียวและการปรับตัวต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และในระยะยาว มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรมและการสร้างความยืดหยุ่นทางธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจโลกสู่เป้าหมาย Net Zero ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการทบทวนและประเมินความเสี่ยงและโอกาสเหล่านี้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่ากลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและสามารถสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในระยะยาว

หน้าที่และผู้รับผิดชอบ

1. คณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางการบริหารด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับนโยบาย และการพัฒนาความยั่งยืนตามหลักสากล รวมถึงการพิจารณาอนุมัติการเข้าร่วมการประเมินด้านความยั่งยืนต่าง ๆ พร้อมทั้งอนุมัติรายงานเพื่อความยั่งยืน

2. คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน มีหน้าที่พิจารณา นโยบาย กลยุทธ์ และแนวทางการบริหารด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับนโยบาย และการพัฒนาความยั่งยืนตามหลักสากล รวมทั้งพิจารณาอนุมัติประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ตลอดจนส่งเสริม และสนับสนุนให้มีการดำเนินธุรกิจภายในองค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ รวมถึงมีหน้าที่พิจารณารายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านรายงานความยั่งยืน เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ อีกทั้งมีหน้าที่ติดตามและพิจารณาผลประเมินการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้ข้อกำหนดขององค์กรประเมินความยั่งยืน อาทิ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและ/หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

3. คณะกรรมการบริหาร มีหน้าที่พิจารณาประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย ตรวจทานความถูกต้อง วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาวางแผนปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

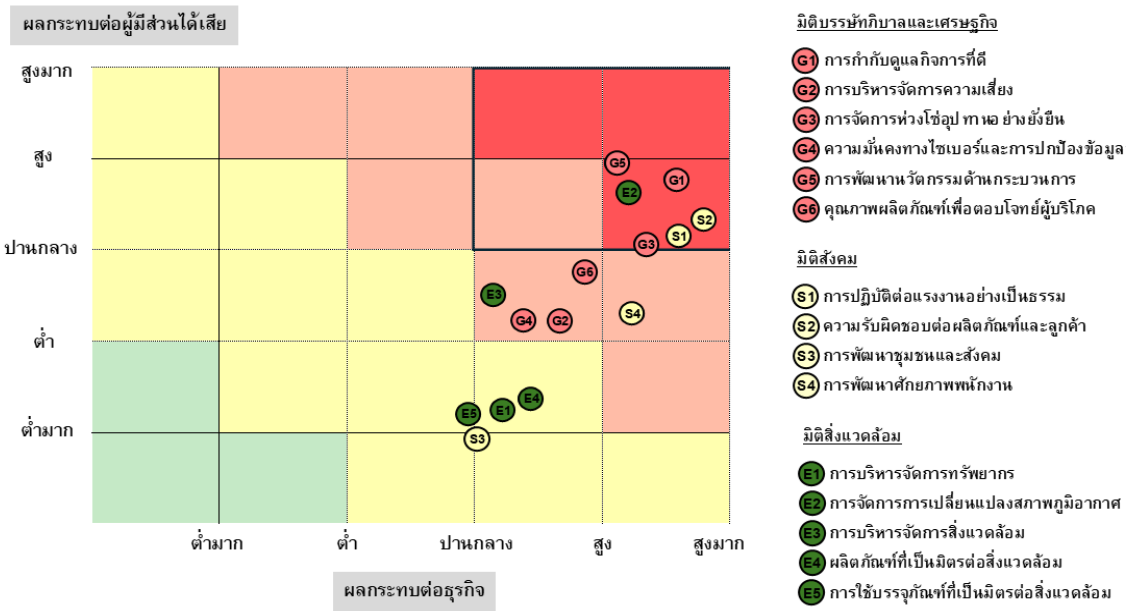
4. คณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน มีบทบาทหน้าที่ในการจัดทำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ขับเคลื่อนนโยบาย แนวปฏิบัติ และเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างความตระหนักรู้ การสื่อสาร และการปลูกฝังวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนภายในองค์กร ตลอดจนพัฒนาการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ คณะอนุกรรมการชุดนี้ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็นทีมงานหลักที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลการจัดการขยะและการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศขององค์กร

ลิงก์นโยบายด้านความยั่งยืน : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนหรือไม่ : มี

เพื่อให้การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนสอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจและสามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Assessment) อย่างเป็นระบบ เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย โดยครอบคลุม 3 มิติหลักของ ESG ได้แก่ มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Governance) มิติสังคม (Social) และมิติสิ่งแวดล้อม (Environment)



ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่ได้รับการระบุ ประกอบด้วย:

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

- **G1** การกำกับดูแลกิจการที่ดี **(ประเด็นสำคัญสูง)**
- **G2** การบริหารจัดการความเสี่ยง
- **G3** การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน **(ประเด็นสำคัญสูง)**
- **G4** ความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล
- **G5** การพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการ **(ประเด็นสำคัญสูง)**
- **G6** คุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภค

มิติสังคม

- **S1** การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม **(ประเด็นสำคัญสูง)**
- **S2** ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และลูกค้า **(ประเด็นสำคัญสูง)**
- **S3** การพัฒนาชุมชนและสังคม
- **S4** การพัฒนาศักยภาพพนักงาน

มิติสิ่งแวดล้อม

- **E1** การบริหารจัดการทรัพยากร
- **E2** การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ **(ประเด็นสำคัญสูง)**
- **E3** การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
- **E4** ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- **E5** การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากการประเมินและจัดลำดับความสำคัญ บริษัทฯ ได้ระบุประเด็นที่มีความสำคัญสูง (Material Issues) ทั้งหมด 6 ประเด็น ซึ่งมีผลกระทบสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน การพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการ การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และลูกค้า และการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายและนโยบายการดำเนินงานในแต่ละด้านอย่างชัดเจน โดยเฉพาะประเด็นที่มีความสำคัญสูง เช่น นโยบายสิ่งแวดล้อม นโยบายสิทธิมนุษยชน นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงนโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีหน้าที่ในการกำหนดเป้าหมายและแผนงานโดยอ้างอิงหลักการที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล เช่น เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงขับเคลื่อนแผนงานให้บรรลุเป้าหมาย ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนอย่างโปร่งใสและเป็นระบบ

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

G1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ได้รับการรับรองจาก CAC ในปี 2568
2. ได้รับการจัดอันดับ SET ESG Rating ระดับ AA ในปี 2568
3. ได้รับการจัดอันดับ FTSE Russell ESG Score ระดับ Good

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. เข้าร่วมโครงการ CAC Change Agent
2. รักษาระดับการจัดอันดับ FTSE Russell ESG Score ระดับ Good
3. ได้รับการประเมิน ASEAN CG Scorecard ระดับ ASEAN Asset Class

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. ต่ออายุการรับรอง CAC อย่างต่อเนื่อง
2. รักษาระดับการจัดอันดับและมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างยั่งยืน

G2 การบริหารความเสี่ยง

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. จัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจกรณีเหตุน้ำท่วมคลังสินค้า
2. การซ้อมแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจเป็นประจำทุกปี

3. การอบรมพนักงานเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านต่าง ๆ และกระบวนการแจ้งเหตุ

4. จัดทำ Mitigation Plan เพื่อลดระดับความเสี่ยงทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. การจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กรให้ครอบคลุมความเสี่ยงของการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจให้ครบทุกมิติภายในปี 2570

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารความเสี่ยงอย่างยั่งยืน
2. การบูรณาการการบริหารความเสี่ยงเข้ากับทุกกระบวนการทำงานขององค์กรอย่างสมบูรณ์

G3 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. คู่ค้า Tier 1 และ 2 ทั้งหมดลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า
2. คู่ค้ารายใหม่ทั้งหมดต้องผ่านเกณฑ์ประเมินด้าน ESG

- ไม่มีการละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านสังคม
- คะแนนประเมินคู่ค้าเบื้องต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50
- คะแนนประเมินคู่ค้าด้าน ESG ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60

3. คู่ค้า Tier 3 ในประเทศร้อยละ 60 ลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า
4. คู่ค้าในประเทศ ร้อยละ 100 ต้องไม่มีกรณีละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. คู่ค้า Tier 1 และ 2 ทั้งหมดลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า และ คู่ค้า Tier 4 ในประเทศร้อยละ 60 ลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า
2. คู่ค้าทุกรายต้องผ่านเกณฑ์การประเมินด้าน ESG

- ไม่มีการละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านสังคม
- คะแนนประเมินคู่ค้าเบื้องต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50
- คะแนนประเมินคู่ค้าด้าน ESG ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60

3. คู่ค้า Tier 1 ในประเทศ ร้อยละ 80 ได้รับการตรวจสอบ ESG Onsite ในปี 2570

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. ร้อยละ100 ของคู่ค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศต้องไม่มีการละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านสังคม
2. ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทในประเทศไทยเพื่อจำหน่ายร้อยละ 30 ต่อปี
3. สร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนอย่างสมบูรณ์
4. พัฒนาความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับคู่ค้าในการสร้างนวัตกรรมด้านความยั่งยืน

G4 ความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ความมั่นคงทางไซเบอร์

- กรณีการละเมิดระบบหรือภัยคุกคามความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศหรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์อื่น ๆ เท่ากับศูนย์
- กรณีการละเมิดข้อมูลอันประกอบด้วยการรั่วไหล การโจรกรรม และการสูญหายของข้อมูลส่วนบุคคลเท่ากับศูนย์

2. การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

- จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลเท่ากับศูนย์
- จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลจากหน่วยงานที่กำกับดูแลเท่ากับศูนย์

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. ความมั่นคงทางไซเบอร์

- กรณีการละเมิดระบบหรือภัยคุกคามความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศหรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์อื่น ๆ เท่ากับศูนย์
- กรณีการละเมิดข้อมูล อันประกอบด้วยการรั่วไหล การโจรกรรม และการสูญหายของข้อมูลส่วนบุคคลเท่ากับศูนย์

2. การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

- จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลเท่ากับศูนย์
- จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลจากหน่วยงานที่กำกับดูแลเท่ากับศูนย์

3. ดำเนินการจัดทำและพัฒนาระบบมาตรฐาน ISO/IEC 27001 เพื่อให้ผ่านการรับรองมาตรฐานนี้

4. ยกระดับการจัดเก็บข้อมูลโดยการย้ายข้อมูลจาก Server ไปยัง Cloud แบบร้อยละ 100 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและป้องกันการสูญหายของข้อมูลจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด

5. พนักงานกลุ่มเป้าหมายร้อยละ 100 ได้รับการอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. ความมั่นคงทางไซเบอร์

- กรณีการละเมิดระบบหรือภัยคุกคามความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศหรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์อื่น ๆ เท่ากับศูนย์
- กรณีการละเมิดข้อมูล อันประกอบด้วยการรั่วไหล การโจรกรรม และการสูญหายของข้อมูลส่วนบุคคลเท่ากับศูนย์

2. การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

- จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลเท่ากับศูนย์
- จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลจากหน่วยงานที่กำกับดูแลเท่ากับศูนย์

3. ดำเนินการขอการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 27701: 2019 Privacy Information Management (หรือ ฉบับใหม่ที่มีการประกาศใช้อย่างเป็นทางการในอนาคต) โดยจะดำเนินการภายหลังจากได้รับการรับรอง ISO/IEC 27001 เนื่องจากเป็นมาตรฐานที่ขยายต่อยอดจาก ISO/IEC 27001

4. พัฒนาระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้มีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายไม่ให้มีข้อร้องเรียนด้านการละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการสูญเสียข้อมูลของลูกค้า

G5 การพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการ

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. การยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของระบบขายหน้าร้าน (Point of Sale: POS) ใหม่ โดยมีแผนดำเนินการติดตั้งให้ครอบคลุมร้อยละ 100 ของจำนวนสาขาทั้งหมด ภายในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2568 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความเสถียรและความยืดหยุ่น และเพิ่มความสามารถในการจัดการธุรกรรมและวิเคราะห์ข้อมูลการขาย เพื่อรองรับการขยายตัวและการเติบโตของธุรกิจในอนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

2. การปรับปรุงกระบวนการทำงาน การบันทึกการตั้งหนี้ สินทรัพย์ และจัดทำงบการเงิน ในระบบ SAP โดยมีเป้าหมายลดระยะเวลาการทำงานถึงร้อยละ 50 ภายในปี 2568

3. เพิ่มประสิทธิภาพการวางแผนนำเข้าสินค้าโดยกำหนดเป้าหมายระดับสินค้าคงคลังให้อยู่ที่ 3.8-4.8 เท่าของประมาณการยอดขายรายเดือนในช่วงกุมภาพันธ์ถึงกันยายน และ 3.0-5.8 เท่า ในช่วงตุลาคมถึงมกราคมของปี 2568

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. พัฒนาการจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ให้ทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาระบบรายงานอัตโนมัติที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของแต่ละฝ่าย

2. พัฒนาระบบ Data Transformation and Analytics เพื่อพัฒนา Data Center ให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นในการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ในการเพิ่มรายได้ ลดต้นทุนในกระบวนการต่าง ๆ หรือสร้างนวัตกรรมและปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็ว

3. พัฒนาระบบสื่อเทคโนโลยีหรือออนไลน์ (E-Learning) ที่เหมาะสมและทันสมัย เพื่อเสริมสร้างทักษะและความรู้ ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

4. พัฒนาระบบบริหารคลังสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานในส่วนจัดการสินค้า และลดการขาด แคลนสินค้าหรือสินค้าล้นคลัง

5. เพิ่มการใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติในการดำเนินงานของ Supply Chain เพื่อให้กระบวนการทำงานมีความรวดเร็วและแม่นยำ ลดการพึ่งพามนุษย์ในการจัดการกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการตั้งแต่การจัดหาจนถึงการจัดส่งสินค้า

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. พัฒนาระบบโดยใช้ AI เข้ามาช่วยทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานในองค์กรเพื่อความสะดวก รวดเร็วและแม่นยำในการทำงาน และ ใช้ AI ในการปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการกระบวนการผลิตการสนับสนุนลูกค้า และการวางแผนทางธุรกิจ

2. พัฒนาระบบ Dashboard ขนส่งแบบเรียลไทม์ ติดตามและตรวจสอบสถานะการขนส่งได้ทันที และปรับปรุงการวางแผนการจัดส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

G6 คุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภค

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1

2. ทบทวนและปรับปรุงแนวทางปฏิบัติการรับคืนและการเคลมสินค้าให้เป็นลายลักษณ์อักษร
3. จัดทำระบบบันทึกและติดตามข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1
2. กำหนดระยะเวลาในการตรวจสอบข้อเท็จจริงให้แล้วเสร็จภายใน 30 วันหลังการตอบรับข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ
3. พัฒนาระบบวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางป้องกันข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1
2. จัดทำและประกาศใช้นโยบายด้านคุณภาพและการเรียกคืนผลิตภัณฑ์
3. พัฒนาระบบการจัดการคุณภาพเชิงป้องกันที่ครอบคลุมทั้งกระบวนการผลิต

มิติสิ่งแวดล้อม

E1 การบริหารจัดการทรัพยากร

<u>การบริหารจัดการทรัพยากรด้านพลังงาน</u>

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ลดการใช้ไฟฟ้าในสำนักงานใหญ่ (HQ) และคลังสินค้า ลงอย่างน้อยร้อยละ 5 จากปีฐาน 2566
2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพิ่มเติมในพื้นที่คลังสินค้า

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. มุ่งสู่การใช้พลังงานสะอาด
2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) มาใช้ทดแทนรถขนส่งของบริษัทฯ ในคลังสินค้า อ้อมใหญ่ โดยตั้งเป้าหมายให้ร้อยละ 20 ของรถขนส่งทั้งหมดเป็น EV
3. ลดการใช้ไฟฟ้าในสำนักงานใหญ่ (HQ) และคลังสินค้าลงร้อยละ 8 จากปีฐาน 2566
4. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ เป็นอย่างน้อยร้อยละ 10

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. ขยายการใช้รถขนส่ง EV ในคลังสินค้าอ้อมใหญ่ ให้ครอบคลุมร้อยละ 40 ของจำนวนรถขนส่งทั้งหมด
2. ลดการใช้ไฟฟ้าในสำนักงานใหญ่ (HQ) และคลังสินค้า ลงมากกว่าร้อยละ 10 จากปีฐาน 2566
3. เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ เป็นอย่างน้อยร้อยละ 15

<u>การบริหารจัดการทรัพยากรด้านน้ำ</u>

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ลดปริมาณการใช้น้ำต่อปีร้อยละ 3 สำหรับคลังสินค้าและสาขา Standalone จากปีฐาน 2566
2. พัฒนาระบบติดตามการใช้น้ำรายไตรมาส
3. ปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการทำความสะอาด

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. ลดปริมาณการใช้น้ำต่อปีร้อยละ 6 สำหรับคลังสินค้า และ Standalone เทียบกับปีฐาน 2566
2. พัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลการใช้น้ำแบบอัตโนมัติ
3. ติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำในทุกจุดการใช้งาน

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. ลดปริมาณการใช้น้ำต่อปีร้อยละ 12 สำหรับคลังสินค้า และ Standalone เทียบกับปีฐาน 2566
2. นำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำในการทำความสะอาดคลังสินค้า อย่างน้อยร้อยละ 20 ของการใช้น้ำทั้งหมดภายในปี 2577
3. พัฒนาระบบการจัดการน้ำแบบครบวงจร
4. สร้างมาตรฐานการใช้น้ำอย่างยั่งยืนสำหรับทุกหน่วยงาน

<u>การบริหารจัดการทรัพยากรด้านขยะ</u>

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. การสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วม

- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เรื่องการคัดแยกขยะให้ครอบคลุมพนักงานทุกระดับร้อยละ 100
- ดำเนินโครงการส่งเสริมการคัดแยกขยะร่วมกับชุมชนอย่างน้อย 1 โครงการต่อปี

2. การปรับปรุงการปฏิบัติการคัดแยกขยะ

- พัฒนาระบบการคัดแยกขยะ 4 ประเภท ได้แก่ ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล ขยะอันตราย และขยะไม่อันตราย ที่คลังสินค้าอ้อมใหญ่ภายในปี 2567
- ขยายระบบการคัดแยกขยะไปยังสำนักงานใหญ่ภายในต้นปี 2568
- สร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานสามารถคัดแยกขยะได้อย่างถูกต้องร้อยละ 100

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. คลังสินค้าอ้อมใหญ่

- ลดปริมาณขยะฝังกลบลงร้อยละ 15 เทียบกับปีฐาน 2567

2. สำนักงานใหญ่

- ลดปริมาณขยะลงร้อยละ 5 เทียบกับปีฐาน 2567
- พัฒนาระบบการจัดการขยะแบบครบวงจรตามหลัก 3R (Reduce, Reuse, Recycle)

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. คลังสินค้าอ้อมใหญ่

- ลดปริมาณขยะฝังกลบลงร้อยละ 30 เทียบกับปีฐาน 2567
- ยกระดับการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์และรีไซเคิลอย่างเป็นระบบ
- ลดปริมาณขยะลงร้อยละ 10 เทียบกับปีฐาน 2567
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการจัดการขยะอย่างยั่งยืน
- พัฒนาให้เป็นต้นแบบสำนักงานที่มีการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

E2 การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกระยะสั้นไว้ 3 ระดับ ดังนี้

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 และ Scope 2) ลงร้อยละ 5 จากปีฐาน 2566 ในส่วนการดำเนินงานของสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และสาขาของบริษัทฯ ที่อยู่ภายใต้การควบคุมการใช้พลังงานโดยตรง

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 และ Scope 2) ลงร้อยละ 8 จากปีฐาน 2566 ในส่วนการดำเนินงานของสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และสาขาของบริษัทฯ ที่อยู่ภายใต้การควบคุมการใช้พลังงานโดยตรง

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

บริษัทฯ ได้วางเป้าหมายเชิงปริมาณระยะยาวในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อมใน (Scope 1 และ Scope 2) ลงร้อยละ 20 จากปีฐาน 2566 ในส่วนการดำเนินงานของสำนักงานใหญ่ (HQ) คลังสินค้า และสาขาของบริษัทฯ ที่อยู่ภายใต้การควบคุมการใช้พลังงานโดยตรง สำหรับเป้าหมายหลัก บริษัทฯ มุ่งสู่การเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) (Scope 1 และ Scope 2) ภายในปี 2593 (2050) และตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ในทุกขอบเขตภายในปี 2608 (2065) โดยจะเริ่มเก็บข้อมูลพื้นฐานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 และศึกษาความเป็นไปได้ ในการลดการปล่อยก๊าซตั้งแต่ปี 2570 เพื่อนำมาจัดลำดับความสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในด้านต่าง ๆ โดยเริ่มจากส่วนที่มีสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงที่สุดเป็นจุดเริ่มต้น พร้อมทั้งวางแผนและศึกษาแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เหมาะสมต่อไป

ทั้งนี้ การดำเนินการตามแผนและเป้าหมายดังกล่าวไม่เพียงแต่จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังแสดงถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายความตกลงปารีสในการควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้สูงเกิน 1.5-2.0 องศาเซลเซียส

ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จึงได้กำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงและทางอ้อม (Scope 1 และ Scope 2) ในส่วนการดำเนินงานของสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และสาขาของบริษัทฯ ที่อยู่ภายใต้การควบคุมการใช้พลังงานโดยตรงเท่านั้น

E3 การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายระยะสั้น - ระยะยาว (1 - มากกว่า 5 ปี)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญสูงสุดต่อการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดเป้าหมายหลักในการดำเนินงานให้ปราศจากการละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมในทุกรูปแบบ ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรักษามาตรฐานการดำเนินงานให้ไม่เกิดกรณีที่นำ

ไปสู่การได้รับหนังสือเตือนจากหน่วยงานราชการ การถูกปรับหรือการเกิดคดีความด้านสิ่งแวดล้อม โดยได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน คือ จำนวนกรณีละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมต้องเท่ากับศูนย์กรณีต่อปี เพื่อสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

E4 ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ภายในปี 2568 มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 1 คอลเลกชัน ในปี 2568

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

2. เพิ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 5 คอลเลกชัน ภายในปี 2573

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

เพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

E5 การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ลดพลาสติกหุ้มผลิตภัณฑ์จำนวน 3 SKUs ต่อปี
2. ศึกษาและทดลองใช้วัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยั่งยืนและสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้มากขึ้น
2. เปลี่ยน Tag จากกระดาษทั่วไปเป็นกระดาษรีไซเคิลภายในปี 2570
3. ขยายการใช้วัสดุรีไซเคิลในบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. เพิ่มการเปลี่ยนวัสดุบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุรีไซเคิล หรือลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ให้ได้อย่างน้อย 4 ผลิตภัณฑ์ต่อปี
2. พัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนเป้าหมายความยั่งยืนในระยะยาว

มิติสังคม

S1 การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

เป้าหมายระยะสั้น - กลาง (1- 5 ปี)

1. กำหนดเป้าหมายการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนเป็นศูนย์
2. กำหนดเป้าหมายกรณีละเมิดกฎหมายแรงงานเป็นศูนย์ (กรณีที่บริษัทฯ ถูกแจ้งเตือนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรภายนอก เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) รวมถึงกรณีถูกปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายแรงงาน)

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. กำหนดเป้าหมายการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนเป็นศูนย์
2. กำหนดเป้าหมายกรณีละเมิดกฎหมายแรงงานเป็นศูนย์ (กรณีที่บริษัทฯ ถูกแจ้งเตือนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรภายนอก เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (รวมถึงกรณีถูกปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายแรงงาน)
3. กำหนดเป้าหมายจำนวนกรณีการเกิดอุบัติเหตุเป็นศูนย์

S2 ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และลูกค้า

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. กำหนดเป้าหมายจำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาเกินจริง การสื่อสารที่ผิดพลาด และการละเมิดสิทธิผู้บริโภคเป็นศูนย์กรณี
2. ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและจัดทำแผนพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าให้แล้วเสร็จ
3. ยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจจากผู้บริโภค

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. ยกระดับความเข้มงวดในการตรวจสอบคู่ค้า โดยว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายนอก (Third Party) เพื่อตรวจติดตามการปฏิบัติตาม Supplier Code of Conduct
2. ดำเนินการสุ่มตรวจสอบคู่ค้าระดับ Tier 1 ที่ผลิตสินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค อย่างน้อย 1 รายต่อปี
3. พัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียนและการเยียวยาผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. สร้างระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบยั่งยืน ครอบคลุมคู่ค้าทุกระดับ

2. พัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้า (Traceability) ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

3. สร้างมาตรฐานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคในระดับสากล

S3 การพัฒนาชุมชนและสังคม

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขาอย่างน้อยปีละ 2ครั้ง

2. สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีฐาน 2566

3. ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษา บุตรของพนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 80 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขาอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

2. สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปีฐาน 2566

3. ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษา บุตรของพนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 90 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขาอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

2. สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากปีฐาน2566

3. ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษา บุตรของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 100 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี

S4 การพัฒนาศักยภาพพนักงาน

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. พนักงานมีจำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

2. คะแนนประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่อการพัฒนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

3. คะแนนความพึงพอใจของพนักงานใหม่ต่อโปรแกรม Onboarding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

4. คะแนนในการทดสอบความรู้ของพนักงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

5. ผลการประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานร้อยละ 85

6. ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ ไม่เกินร้อยละ 30

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. พนักงานมีจำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย 11 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

2. คะแนนประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่อการพัฒนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

3. คะแนนความพึงพอใจของพนักงานใหม่ต่อโปรแกรม Onboarding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

4. คะแนนในการทดสอบความรู้ของพนักงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90

5. ผลการประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานร้อยละ 90

6. ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ ไม่เกินร้อยละ 30

7. จำนวนโครงการใหม่ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมต่าง ๆ หรือ Knowledge Sharing ด้านต่าง ๆ 3 โครงการภายในระยะเวลา 5 ปี

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. พนักงานมีจำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย 12 ชั่วโมงต่อคนต่อปี

2. คะแนนประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่อการพัฒนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95

3. คะแนนความพึงพอใจของพนักงานใหม่ต่อโปรแกรม Onboarding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95

4. คะแนนในการทดสอบความรู้ของพนักงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95

5. ผลการประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานร้อยละ 95

6. ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ ไม่เกินร้อยละ 30

7. จำนวนโครงการใหม่ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมต่าง ๆ หรือ Knowledge Sharing ด้านต่าง ๆ ไม่น้อยกว่า 5 โครงการ ภายในระยะเวลา 7 ปี

เป้าหมาย SDGs ขององค์การสหประชาชาติที่สอดคล้องกับเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนขององค์กร :	Goal 1 ขจัดความยากจน (No Poverty), Goal 3 การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-being), Goal 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ (Quality Education), Goal 5 ความเท่าเทียมทางเพศ (Gender Equality), Goal 6 น้ำสะอาดและสุขาภิบาล (Clean Water and Sanitation), Goal 7 พลังงานสะอาดและจ่ายได้ (Affordable and Clean Energy), Goal 8 งานที่มีคุณค่าเศรษฐกิจที่เติบโต (Decent Work and Economic Growth), Goal 9 อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน (Industry, Innovation and Infrastructure), Goal 11 เมืองและชุมชนยั่งยืน (Sustainable Cities and Communities), Goal 12 การผลิตและบริโภคที่รับผิดชอบ (Responsible Consumption and Production), Goal 13 การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Action), Goal 16 สันติภาพและสถาบันเข้มแข็ง (Peace, Justice and Strong Institutions)

การทบทวนนโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนในรอบปีที่ผ่านมา

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการทบทวนนโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน :	มี
ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการเกี่ยวกับนโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน :	ไม่มี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนเพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคง พร้อมตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน จึงได้กำหนดกรอบการทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Environmental Social and Governance: ESG) ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทุกขั้นตอน และถ่ายทอดสู่สายงานระดับปฏิบัติการต่าง ๆ และได้จัดทำนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน โดยครอบคลุมมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ซึ่งได้รับการทบทวนเพื่อปรับปรุงขอบเขตของนโยบายให้สอดคล้องกับลักษณะทางธุรกิจของบริษัทฯ ที่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตามพลวัตของการพัฒนาด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากลอยู่เสมอ

3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินกิจการในลักษณะของธุรกิจค้าปลีก ซึ่งจัดจำหน่ายสินค้าทั้งหมด 13 กลุ่ม ได้แก่ ของใช้ในบ้าน เครื่องเขียน กระเป๋า ตุ๊กตา เครื่องแต่งกาย แฟชั่น อุปกรณ์เสริมความงาม เครื่องสำอาง อุปกรณ์ไอที ของเล่น ขนม สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง และอื่น ๆ โดยสามารถแบ่งประเภทสินค้าออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ สินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ (House Brand) และสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่น (Non-house Brand) โดยสินค้าทั้งหมดของบริษัทฯ จะถูกจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าสาขาต่าง ๆ ทั้งร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทฯ ดำเนินการจัดซื้อและจ้างผลิตสินค้าผ่านการติดต่อผู้ผลิตหรือคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคัดเลือกคู่ค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานตรงกับนโยบายของบริษัทฯ จากนั้นจึงตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เงื่อนไขการจัดส่ง การผลิต และการชำระเงินอย่างชัดเจน รวมถึงตรวจสอบคุณภาพสินค้าให้ตรงตามข้อกำหนดก่อนนำเข้าสู่คลังสินค้าและร้านค้าปลีก

3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่ การบริหารปัจจัยการผลิต การปฏิบัติการ การกระจายสินค้า การตลาดและการขาย และการบริการหลังการขาย รวมถึงกิจกรรมสนับสนุนทั้งหมด 6 กิจกรรม ได้แก่ การบริหารทรัพยากรบุคคล การบริหารระบบบัญชีและการเงิน การพัฒนาระบบเทคโนโลยี การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารจัดการหน้าร้าน และโครงสร้างพื้นฐาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน จึงได้บูรณาการหลักการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาด้านความยั่งยืน (ESG) เข้ากับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารคู่ค้าตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์การประเมินที่ครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล คู่ค้าทุกรายจะต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทฯ ซึ่งกำหนดมาตรฐานด้านการดำเนินงานต่างๆ อาทิ ด้านสิทธิแรงงาน สุขภาพและความปลอดภัย การจัดการสิ่งแวดล้อม และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกระบวนการตรวจสอบและประเมินคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงด้าน ESG ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำระบบติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของคู่ค้า พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผ่านโปรแกรมอบรมและให้คำปรึกษา เพื่อยกระดับมาตรฐาน ESG ของคู่ค้าให้สอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนของบริษัทฯ อันจะนำไปสู่ห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบและยั่งยืนในระยะยาว

ห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การบริหารปัจจัยการผลิต การปฏิบัติการ การกระจายสินค้า การตลาดและการขาย และการบริการหลังการขาย ดังนี้

1. การบริหารปัจจัยการผลิต

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการปัจจัยการผลิตตั้งแต่การวิเคราะห์และวิจัยตลาดถึงความต้องการของผู้บริโภคเชิงลึกและการวางแผนผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงมีการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ตอบโจทย์การใช้งานด้วยดีไซน์ที่ดูสวยงามทันสมัยตามแผนงานที่ได้วางไว้ โดยคำนึงถึงการลดใช้พลาสติกและวัสดุสิ้นเปลือง สะดวกต่อการจัดเก็บและขนส่ง รวมทั้งพิจารณาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment) และส่งเสริมการใช้วัสดุที่รีไซเคิลได้หรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ขณะเดียวกัน ฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์วางแผนการจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการผลิต พร้อมทั้งเจรจาต่อรองราคาและเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์สูงสุด โดยควบคุมคุณภาพวัตถุดิบอย่างเข้มงวดพร้อมบริหารวัตถุดิบคงคลังให้เหมาะสมต่อต้นทุนการจัดเก็บ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบ โดยพิจารณาแหล่งที่มาของวัตถุดิบและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งหลีกเลี่ยงวัตถุดิบที่มาจากพื้นที่ขัดแย้งหรือมีความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Conflict Minerals Policy) กรณีเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ บริษัทฯ จะมีตรวจสอบความถูกต้องของสิทธิ์และสถานะความเป็นเจ้าของอย่างรอบคอบ ก่อนเข้าสู่กระบวนการเจรจาเงื่อนไขทางการค้า และจัดทำสัญญาที่ครอบคลุมขอบเขตการใช้งานอย่างชัดเจน ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีระบบติดตามกำหนดการต่ออายุสัญญาและการปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างถูกต้องและรัดกุมตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ มีการคัดเลือกคู่ค้าด้วยเกณฑ์การประเมินด้านคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และศักยภาพในการผลิตน โดยพิจารณามาตรฐานการผลิตและใบรับรองต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ซึ่งครอบคลุมมาตรฐานด้านสิทธิแรงงาน สุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยคู่ค้าต้องยอมรับและปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทฯ มีกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้า และดำเนินการตรวจประเมิน (Audit) คู่ค้ากลุ่มเสี่ยงสูงอย่างสม่ำเสมอ โดยคู่ค้าที่ผ่านการคัดเลือกจะได้รับการประเมินและติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวและสร้างการเติบโตร่วมกัน พร้อมทั้งจะจัดให้มีโปรแกรมพัฒนาศักยภาพคู่ค้า (Supplier Development Program) เพื่อยกระดับมาตรฐานด้าน ESG และสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน ในกรณีที่พบการไม่ปฏิบัติตาม บริษัทฯ จะทำงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อจัดทำแผนแก้ไข (Corrective Action Plan) และติดตามผลอย่างใกล้ชิด หากไม่มีการปรับปรุง บริษัทฯ จะพิจารณายุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

ก่อนการผลิตจริง สินค้าทุกรายการจะผ่านการทดสอบคุณภาพและความปลอดภัยอย่างเข้มงวด รวมถึงขอรับการรับรองตามมาตรฐานที่จำเป็น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่ผลิตจริงจะได้คุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2. การปฏิบัติการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการตรวจรับสินค้าที่เข้มงวดจากคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่ได้รับมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงการตรวจสอบความสอดคล้องกับมาตรฐานด้าน ESG และข้อกำหนดด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม โดยกระบวนการนี้ครอบคลุมถึงการตรวจสอบเอกสาร การตรวจสอบสภาพสินค้า และการบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบอย่างครบถ้วน พร้อมระบบ Traceability ที่สามารถติดตามย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของสินค้าและคู่ค้าได้

หลังจากขั้นตอนการตรวจรับแล้ว บริษัทฯ ดำเนินการบริหารจัดการคลังสินค้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยรวมถึงการควบคุมสินค้าคงคลัง การจัดเก็บสินค้าในพื้นที่ที่เหมาะสม และการติดตามสถานะสินค้าอย่างต่อเนื่องจนถึงปลายทาง ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดของเสียและการสูญเสีย รวมทั้งมีมาตรการควบคุมสภาพแวดล้อมในคลังสินค้าเพื่อลดการใช้พลังงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ระบบแสงสว่างและปรับอากาศที่ประหยัดพลังงาน การจัดการของเสียอย่างเหมาะสม และการส่งเสริมการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์และวัสดุเหลือใช้ พร้อมด้วยระบบการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพในขั้นตอนสุดท้าย

สำหรับการประกอบสินค้าใหม่ บริษัทฯ มุ่งเน้นความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยในการใช้งาน และคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการศึกษาหลักการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-design) และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ และการใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้หรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานในกระบวนการผลิตและประกอบสินค้า โดยจัดให้มีมาตรการความปลอดภัยที่เข้มงวด การฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลที่เหมาะสม พร้อมทั้งมีระบบการรายงานและจัดการอุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ที่เกือบเกิดอุบัติเหตุ (Near Miss) เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างสูงสุด ภายใต้กรอบการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3. การกระจายสินค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นการบริหารจัดการขนส่งและบริการลูกค้าอย่างครบวงจร ด้วยระบบวางแผนเส้นทางขนส่งที่คำนึงถึงระยะเวลาและความต้องการของแต่ละสาขา รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพเส้นทาง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการใช้เชื้อเพลิง (Route Optimization) พร้อมระบบควบคุมคุณภาพและการประสานงานระหว่างหน้าร้านกับศูนย์กระจายสินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลาและอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมจำหน่าย การส่งเสริมการศึกษาการใช้ยานพาหนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การบำรุงรักษายานพาหนะอย่างสม่ำเสมอเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด และการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่จำเป็นในกระบวนการขนส่ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคัดเลือกพันธมิตรด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีมาตรฐานด้าน ESG และมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยมีการประเมินและติดตามผลการปฏิบัติงานของคู่ค้าพันธมิตรอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการขนส่งให้มีความยั่งยืนมากขึ้น

ในส่วนของความปลอดภัยในการขนส่ง บริษัทฯ กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวดสำหรับพนักงานขับขี่และผู้ปฏิบัติงานด้านโลจิสติกส์ มีการฝึกอบรมด้านการขับขี่ปลอดภัยและการจัดการสินค้าอย่างถูกวิธี พร้อมติดตามและรายงานเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยเพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มีระบบติดตามและวัดผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ รวมถึงการตั้งเป้าหมายในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการปล่อย CO_2 ต่อหน่วยการขนส่ง และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เพื่อสนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร

4. การตลาดและการขาย

บริษัทฯ ดำเนินการด้านการตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยฝ่ายพัฒนาเชิงกลยุทธ์และฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำหน้าที่วิเคราะห์และกำหนดราคาที่แข่งขันได้ ทำงานร่วมกับฝ่ายการตลาดเพื่อสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน และโปร่งใส รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ แหล่งที่มา มาตรฐานความปลอดภัย และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกซื้ออย่างมีข้อมูลครบถ้วน (Informed Choice) นอกจากนี้ฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์และฝ่ายการตลาดจะทำหน้าที่คัดเลือกสินค้าศักยภาพสูงเพื่อทำการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ โดยยึดมั่นในหลักการโฆษณาที่รับผิดชอบ (Responsible Marketing) ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ไม่ใช้ภาพหรือข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และไม่กำหนดเป้าหมายการตลาดไปยังกลุ่มเปราะบาง โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาระบบสมาชิกที่มอบสิทธิประโยชน์ที่หลากหลายให้แก่ลูกค้า พร้อมระบบคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เข้มงวดตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยมีนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) ที่ชัดเจน การขอความยินยอมจากลูกค้าก่อนการเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูล และมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสิทธิของลูกค้าในการเข้าถึง แก้ไข ลบหรือโอนย้ายข้อมูลของตนเอง โดยในปี 2568 กรณีข้อร้องเรียนและการละเมิดกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) เท่ากับศูนย์กรณี

บริษัทฯ ยังได้จัดเตรียมสินค้าทดลองที่ได้รับการคัดสรรพร้อมกับพนักงานที่พร้อมให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในทุกสาขา โดยพนักงานได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับความรู้ผลิตภัณฑ์ การบริการที่เป็นเลิศ และจริยธรรมในการขาย รวมถึงการไม่บังคับหรือชักจูงลูกค้าให้ซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็นหรือไม่เหมาะสม

5. การบริการหลังการขาย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและการรับฟังความคิดเห็นลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ โดย บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติรับคืนสินค้าที่มีปัญหาภายใน 7 วันพร้อมใบเสร็จ โดยมีระบบตรวจสอบและดำเนินการคืนเงินหรือเปลี่ยนสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติและเคารพสิทธิของผู้บริโภคตามกฎหมาย

บริษัทฯ ยังเปิดช่องทางรับข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนที่หลากหลายทั้งที่สาขา เว็บไซต์ เป็นต้น พร้อมทั้งพนักงานที่พร้อมแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ โดยมีระยะเวลาในการตอบสนองที่ชัดเจนและการติดตามผลจนกว่าปัญหาจะได้รับการแก้ไขอย่างสมบูรณ์ บริษัทฯ มีการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลข้อร้องเรียนเพื่อระบุสาเหตุที่แท้จริงและนำมาปรับปรุงกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์ และการบริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำทุกปีผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการติดตามคะแนนความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Score) และดัชนีความภักดีของลูกค้า (Net Promoter Score) เพื่อวัดผลและปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

บริษัทฯ มีกิจกรรมสนับสนุนทั้งหมด 6 กิจกรรม ได้แก่ การบริหารทรัพยากรบุคคล การบริหารระบบบัญชีและการเงิน การพัฒนาระบบเทคโนโลยี การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารจัดการหน้าร้าน และโครงสร้างพื้นฐาน

1. การบริหารทรัพยากรบุคคล

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลดูแลตั้งแต่การสรรหา คัดเลือก และพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพ โดยมีนโยบายความหลากหลายและการไม่เลือกปฏิบัติ (Diversity & Inclusion) ที่ให้โอกาสเท่าเทียมกันในการจ้างงานโดยไม่คำนึงถึงเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา ความพิการ หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการปฏิบัติงาน มีการจัดทำแผนฝึกอบรมและพัฒนาทักษะให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ชัดเจน รวมทั้งบริหารผลตอบแทนและสวัสดิการที่สามารถแข่งขันได้ และเป็นธรรม โดยคำนึงถึงค่าจ้างที่เป็นธรรม (Living Wage) ที่เพียงพอต่อการดำรงชีพ การจ่ายผลตอบแทนที่เท่าเทียมกันสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่ากัน (Equal Pay for Equal Work) และการจัดสวัสดิการที่ครอบคลุมทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว ตลอดจนจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม และโปร่งใส พร้อมกลไกการร้องเรียนสำหรับพนักงานที่รู้สึกถูกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีความสุข

บริษัทฯ เคารพสิทธิแรงงานขั้นพื้นฐานตามหลักการขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) รวมถึงเสรีภาพในการสมาคมและสิทธิในการเจรจาต่อรองร่วม ห้ามใช้แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ และการเลือกปฏิบัติ บริษัทฯ มีกลไกการร้องเรียน ที่เข้าถึงได้ง่ายและปลอดภัยสำหรับพนักงานในการแจ้งข้อกังวลหรือการละเมิดสิทธิ โดยรับประกันความเป็นความลับและการไม่ตอบโต้ (Non-retaliation)

2. การบริหารระบบบัญชีและการเงิน

ฝ่ายบัญชีและการเงินมีหน้าที่ดูแลการจัดทำบัญชีและงบการเงินตามมาตรฐานบัญชี บริหารสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียน วางแผนภาษีให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยยึดมั่นในหลักการจ่ายภาษีอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tax) และไม่หลีกเลี่ยงภาษีผ่านการวางแผนภาษีเชิงรุก จัดทำรายงานทางการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจ ควบคุมการเบิกจ่ายงบประมาณ และดูแลการลงทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยพิจารณาปัจจัย ESG ในการตัดสินใจลงทุนและการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งจัดทำระบบควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ และมีการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) อย่างเป็นระบบเพื่อป้องกันการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอย่างโปร่งใสและตรงเวลาต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

3. การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศมีหน้าที่ในการพัฒนาและดูแลระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งระบบการขาย การบริหารสินค้าคงคลัง ระบบบัญชี และระบบสนับสนุนอื่น ๆ รวมทั้งรักษาความปลอดภัยของข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและพนักงานตามมาตรฐานสากล มีการจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cybersecurity) และมีแผนรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉิน (Incident Response Plan) พร้อมทั้งจัดฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับความตระหนักด้านความปลอดภัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ สำรองข้อมูลอย่างเป็นระบบ พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงานควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Paperless) และการเลือกใช้ศูนย์ข้อมูล (Data Center) ที่มีประสิทธิภาพด้านพลังงานสูงและให้การสนับสนุนด้านเทคนิคแก่พนักงานทุกระดับ

4. การจัดซื้อจัดจ้าง

กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ มีขั้นตอนที่ชัดเจนและโปร่งใส เริ่มจากฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์และฝ่ายจัดซื้อตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของคู่ค้า ได้แก่ ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ สถานะทางการเงิน และประวัติการดำเนินงาน คู่ค้าที่ผ่านการคัดกรองเบื้องต้นจะ

ต้องเข้ารับการประเมินด้าน ESG ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล รวมถึงการปฏิบัติต่อแรงงาน ความปลอดภัย และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยคู่ค้าทุกรายต้องยอมรับและปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ของบริษัทฯ ซึ่งมีข้อกำหนดมาตรฐานต่างๆ อาทิ ด้านสิทธิมนุษยชน สิทธิแรงงาน สุขภาพและความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และจริยธรรมทางธุรกิจ เป็นต้น

บริษัทฯ จะเปรียบเทียบราคาที่คู่ค้าเสนอกับราคาตลาด วิเคราะห์ต้นทุนรวมและความคุ้มค่า ก่อนเข้าสู่การต่อรองราคาและเงื่อนไขทางการค้า โดยยึดหลักความเป็นธรรมและความโปร่งใสในการเจรจา ไม่เรียกรับหรือยอมรับผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่เหมาะสมจากคู่ค้า จากนั้นจะนำเสนอต่อผู้มีอำนาจอนุมัติตามวงเงิน เมื่อได้รับการอนุมัติ คู่ค้าจะได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างเป็นทางการ หากไม่ผ่านเกณฑ์ในขั้นตอนใดจะถูกคัดออกจากกระบวนการ

หลังจากคู่ค้าได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว บริษัทฯ มีกระบวนการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ ทั้งด้านคุณภาพสินค้า การส่งมอบตรงเวลา และการปฏิบัติตามมาตรฐาน ESG โดยมีการตรวจประเมิน (Audit) คู่ค้ากลุ่มเสี่ยงสูงหรือคู่ค้าที่มีมูลค่าการซื้อสูง ในกรณีที่พบการไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน บริษัทฯ จะทำงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อจัดทำแผนการแก้ไข (Corrective Action Plan) และติดตามผลอย่างใกล้ชิด หากไม่มีการปรับปรุง บริษัทฯ อาจพิจารณาลดสัดส่วนการซื้อหรือยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีโครงการพัฒนาศักยภาพคู่ค้า (Supplier Development Project) เพื่อยกระดับมาตรฐาน ESG และสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนร่วมกัน

5. การบริหารจัดการหน้าร้าน

การบริหารจัดการร้านสาขาภายใต้การกำกับดูแลของฝ่ายขาย เป็นความรับผิดชอบหลักของผู้จัดการเขต ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการควบคุมการดำเนินงานของร้านสาขาให้เป็นไปตามมาตรฐานองค์กร โดยครอบคลุมทั้งการกำกับดูแลความพร้อมในด้านการขายและการให้บริการ การควบคุมมาตรฐานการบริการ ตลอดจนการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรเพื่อยกระดับการบริการสู่ความเป็นเลิศ รวมถึงการฝึกอบรมด้านจริยธรรมในการขาย การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม และการให้บริการที่เข้าถึงได้สำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม รวมถึงผู้พิการและผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ ผู้จัดการเขตยังมีหน้าที่ในการกำกับดูแลให้มีการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของร้านสาขา บริหารจัดการสินค้าคงคลังให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งลดการสูญเสียและของเสีย (Waste Reduction) ผ่านการบริหารจัดการสินค้าที่มีอายุการเก็บรักษา และสร้างบรรยากาศภายในร้านให้ดึงดูดลูกค้า โดยคำนึงถึงการประหยัดพลังงาน เช่น การใช้แสงสว่างและเครื่องปรับอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริหารจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าและการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ เพื่อให้การดำเนินงานของร้านสาขาเป็นไปอย่างราบรื่นและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

ผู้จัดการสาขายังมีหน้าที่กำกับดูแลความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้าภายในร้าน รวมถึงการจัดการภาวะฉุกเฉิน อาทิ อัคคีภัย แผ่นดินไหว หรือเหตุการณ์ไม่คาดฝัน โดยมีแผนฉุกเฉินที่ชัดเจนและการฝึกซ้อมอย่างสม่ำเสมอ

6. โครงสร้างพื้นฐาน

บริษัทฯ จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ทั้งอาคารสำนักงาน คลังสินค้า ระบบขนส่ง ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยจัดให้มีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี รวมถึงการออกแบบและบำรุงรักษาอาคารให้มีประสิทธิภาพด้านพลังงาน (Energy Efficiency) การติดตั้งระบบประหยัดน้ำและพลังงาน การใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานสะอาด และการจัดการของเสียและน้ำเสียอย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ ยังมีการวางแผนขยายและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต โดยคำนึงถึงหลักการออกแบบอาคารเขียว (Green Building) และการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment) ก่อนการก่อสร้างหรือขยายสิ่งปลูกสร้าง อีกทั้งบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ (Accessibility) ในอาคารสำนักงานและหน้าร้านทุกแห่ง เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมและการเข้าถึงบริการสำหรับทุกคน

รูปภาพห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ



3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การระบุและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง จึงได้ดำเนินการวิเคราะห์และระบุผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสัมพันธ์กับห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยจำแนกเป็น 8 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ให้เช่าพื้นที่ ชุมชนและสังคม และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้กำหนดกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบตามกรอบการพัฒนาข้อมูลด้านความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมการทบทวนการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียประจำปี การพัฒนาช่องทางการมีส่วนร่วมและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม ตลอดจนการกำหนดแนวทางการตอบสนองต่อความคาดหวังของแต่ละกลุ่มอย่างเป็นระบบ โดยมีการนำเสนอผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การเข้าร่วมโครงการพัฒนาข้อมูลด้านความยั่งยืนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยังช่วยให้บริษัทฯ ได้รับคำแนะนำและการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นการยืนยันว่ากระบวนการทำงานของบริษัทฯ เป็นไปตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดี อันนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์และขับเคลื่อนแผนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

ในการประเมินประเด็นสำคัญประจำปี 2568 บริษัทฯ ดำเนินการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยอ้างอิงแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมาตรฐานการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI Standards) ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปรียบเทียบ กับบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงทั้งในและต่างประเทศ ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน (ESG Metrics) กลุ่มบริการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงข้อมูลจากสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือ เช่น MSCI และ S&P Global และพิจารณาเปรียบเทียบกับผลการจัดลำดับความสำคัญในปีก่อนหน้า ควบคู่ไปกับการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงบริบทของธุรกิจที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ทิศทางการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมผู้มีส่วนได้เสีย และนโยบายภาครัฐ เพื่อกำหนดประเด็นด้านความยั่งยืนที่ชัดเจนสำหรับการประเมินผลกระทบและจัดลำดับความสำคัญประจำปี

กระบวนการและขั้นตอนการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ ประจำปี 2568

บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญตามกระบวนการและขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การระบุประเด็นสำคัญ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนโดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ ก่อนนำมาคัดกรองร่วมกันภายในองค์กร ทั้งนี้ กระบวนการคัดเลือกพิจารณาจากความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าและกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบอย่างเป็นระบบ อันเป็นรากฐานสำคัญในการกำหนดแนวทางบริหารจัดการด้านความยั่งยืนขององค์กร

การวิเคราะห์ผลกระทบของแต่ละประเด็นได้พิจารณาจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 8 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. ลูกค้า
2. คู่ค้า
3. พนักงาน
4. ผู้ถือหุ้น
5. พันธมิตรทางธุรกิจ
6. ผู้ให้เช่าพื้นที่

7. ชุมชนและสังคม

8. หน่วยงานภาครัฐ

บริษัทฯ กำหนดเกณฑ์การประเมินผลกระทบแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สูงมาก สูง ปานกลาง ต่ำ และต่ำมาก โดยอ้างอิงแนวทางการบริหารความเสี่ยงขององค์กร (COSO ERM) เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลและการวิเคราะห์เปรียบเทียบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

การวิเคราะห์ผลกระทบอ้างอิงมาจากหน่วยงานภายในที่รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ครอบคลุมทั้งมิติด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตลอดจนด้านสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ วางแผนพัฒนาแนวทางการทบทวนลำดับความสำคัญของประเด็นด้านความยั่งยืนให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยมีแผนดำเนินการสำรวจและสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการวิเคราะห์สะท้อนมุมมองและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างแท้จริง

2. การจัดลำดับความสำคัญ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินผลกระทบของประเด็นด้านความยั่งยืนที่รวบรวมได้ โดยผ่านกระบวนการหารือร่วมกันภายในองค์กรและนำเสนอข้อสรุปต่อคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อกำหนดรายการประเด็นด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ รวมทั้งสิ้น 15 ประเด็น

จากการประเมิน บริษัทฯ ได้คัดเลือก 5 ประเด็นหลักที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ซึ่งพิจารณาจากผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ แนวโน้มของผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญต่อบริษัทฯ รวมถึงศักยภาพในการพัฒนาแนวทางบริหารจัดการของบริษัทฯ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

3. การจัดลำดับความสำคัญสำหรับรายงาน

บริษัทฯ ได้นำประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญซึ่งผ่านการพิจารณาจากคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน มาสรุปและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร รวมถึงคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความสอดคล้องกับบริบททางธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทฯ เมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนแล้ว ประเด็นดังกล่าว จึงถือเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ อย่างเป็นทางการ และจะถูกนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ตลอดจนการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืนขององค์กรต่อไป

รายละเอียดการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร			

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
• พนักงาน	• ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและสวัสดิการที่ดี • ความก้าวหน้าในอาชีพ • การเคารพสิทธิมนุษยชน • การมีส่วนร่วมในองค์กรผ่านการแสดงความคิดเห็น • ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน • เครื่องมือและระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ	• จ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม สามารถแข่งขันกับตลาดแรงงานได้ • ฝึกอบรมในทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบและการพัฒนาให้มีโอกาสเติบโตในองค์กร • รับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุง • จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วม • มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและมีเครื่องมือที่เหมาะสมเพียงพอต่อการทำงาน	• การประชุมภายในองค์กร • การสำรวจความพึงพอใจ • การอบรม / สัมมนา • อื่น ๆ • การมอบหมาย KPIs ในการทำงานและติดตามผล • บอร์ดประกาศ • อินทราเน็ต • การประชุมแบบตัวต่อตัว
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• ลูกค้า	• พัฒนาออกแบบและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในราคาที่เหมาะสม • การบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดีมีคุณภาพ • การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล • การได้รับข้อมูลข่าวสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมต่าง ๆ ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์	• พัฒนาออกแบบและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในราคาที่เหมาะสม • จัดกิจกรรม การให้โปรโมชันหรือสิทธิพิเศษต่าง ๆ • มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนผ่านช่องทางของบริษัท • พัฒนาระบบบริหารข้อมูลลูกค้าเพื่อเก็บข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย • จัดทำเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ทางช่องทางต่าง ๆ • มีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดการบริการที่ดีต่อลูกค้า	• การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การรับเรื่องข้อร้องเรียน • การสำรวจความพึงพอใจ • อื่น ๆ • การให้คำปรึกษา
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
• คู่ค้า	• การค้าที่เป็นธรรม • การร่วมพัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน • การเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อ • ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส • การบริหารและการชำระเงินที่ตรงเวลา • แผนการสั่งซื้อ	• ปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเท่าเทียม • มีกระบวนการจัดซื้อที่ชัดเจน • ปฏิบัติตามกฎและเงื่อนไขการค้า • กำหนดการชำระเงินที่ถูกต้องและตรงต่อเวลา • ร่วมมือกันพัฒนาสินค้า • ประกาศเจตนารมณ์และเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	• การเยี่ยมชม • การประชุมร่วมกับองค์กรภายนอก • การรับเรื่องข้อร้องเรียน • อื่น ๆ • อีเมล
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• ผู้ถือหุ้น	• ผลตอบแทนจากผลการดำเนินงาน • การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์ • การดูแลสิทธิและความเท่าเทียมกัน • กลยุทธ์ แผนงาน และทิศทางการพัฒนาเพื่อการเติบโตของธุรกิจ • การกำกับดูแลกิจการที่ดี	• การเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ • การดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี • เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอข้อคิดเห็นและร้องเรียนต่อบริษัทฯ โดยตรง • มุ่งสร้างผลตอบแทนต่อเนื่องในระยะยาว	• การเยี่ยมชม • การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี • การรับเรื่องข้อร้องเรียน • อื่น ๆ • การประชุมนักวิเคราะห์ • บริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน • แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี /รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report • การแจ้งข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• คู่ธุรกิจ / พันธมิตรธุรกิจ	• ดำเนินธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุดและตอบสนองเป้าหมายขององค์กรทุกฝ่าย โดยไม่มีใครเสียเปรียบ (Win-Win Solution) • มีการดำเนินงานที่ไว้วางใจได้ โปร่งใสตรวจสอบได้	• คัดเลือกพันธมิตรที่มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจเดียวกัน • มุ่งพัฒนาการ ดำเนินงานและปฏิบัติตามข้อตกลง หรือสนธิสัญญาระหว่างกันอย่างเคร่งครัด	• การประชุมร่วมกับองค์กรภายนอก
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร
• หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล	• ปฏิบัติตามกฎหมาย • ส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี • การแข่งขันที่เท่าเทียมและเป็นธรรม • สนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ • จัดการกับข้อร้องเรียนต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ	• ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสเป็นธรรมตรวจสอบได้และไม่ขัดต่อกฎหมาย • เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสครบถ้วน • สนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ	• การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • อื่น ๆ • จัดกิจกรรมการร่วมกับเครือข่ายภาครัฐ • รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• อื่น ๆ • ผู้ให้เช่าพื้นที่	• การได้รับความร่วมมือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว • การได้รับค่าเช่าตรงเวลา • การดูแลสถานที่เช่าให้อยู่ในสภาพเรียบร้อย • การจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาสถานที่ให้เช่าพื้นที่เพิ่มมากขึ้น • การเติบโตของยอดขาย	• ปฏิบัติตามกฎและเงื่อนไขทางการค้า • ชำระเงินตรงตามเงื่อนไขและตรงเวลา • มีมาตรการดูแลพื้นที่ที่เช่า • มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงกลุ่มลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้า	• การประชุมร่วมกับองค์กรภายนอก • อื่น ๆ • อีเมล • สัญญา
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร			
• อื่น ๆ • ชุมชนและสังคม	• รับฟัง ช่วยเหลือพัฒนาสังคมรวมถึงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน • ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย และใส่ใจในสิ่งแวดล้อม • สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน	• ศึกษา ทำความเข้าใจและรับฟังเสียงจากคนในชุมชน เพื่อตอบสนองได้อย่างตรงใจ • สร้างงาน อาชีพ และรายได้ให้แก่ชุมชน • รักษาระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมโดยรอบของคลังสินค้า และสาขา	• การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม • การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การรับเรื่องข้อร้องเรียน • อื่น ๆ • แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี /รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

3.3 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

3.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตระหนักและมุ่งมั่นในการเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขและบรรเทาปัญหาสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นแนวทางการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ มีแนวทางในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ให้ความสำคัญต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ การลดขยะลงสู่หลุมฝังกลบ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม

1. การบริหารจัดการทรัพยากร บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน ผ่านการส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดทรัพยากร พร้อมทั้งการบริหารจัดการการใช้พลังงานในสำนักงานใหญ่และคลังสินค้าอย่างเหมาะสม

2. การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมของบริษัทฯ และห่วงโซ่คุณค่า สนับสนุนโครงการพลังงานทดแทน พร้อมเตรียมความพร้อมรับมือภัยธรรมชาติรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานได้ทำงานในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย และสร้างประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน

3. การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ วางระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ กำกับดูแลและวางแผนงานเพื่อป้องกันการละเมิดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม และจัดสรรทรัพยากรอย่างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

4. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มีนโยบายคัดสรรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิลและวัสดุย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการใช้ทรัพยากร บริษัทฯ สนับสนุนคู่ค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยั่งยืนที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการรักษาสิ่งแวดล้อมกับต้นทุนการผลิตและการเข้าถึงของผู้บริโภค

5. บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มีนโยบายพัฒนาและเพิ่มสัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัสดุย่อยสลายได้ รีไซเคิล หรือนำกลับมาใช้ซ้ำ ลดปริมาณวัสดุและพลังงานในการผลิต ส่งเสริมการจัดการหลังการใช้งานอย่างเหมาะสม และสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนา ยกระดับ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และกิจการอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ เพื่อจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่บริษัทฯ มีความเกี่ยวข้อง ให้เกิดการดำเนินงานสอดคล้องตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม : มี

แนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม : อื่น ๆ : นโยบายสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนา ยกระดับ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และกิจการอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ เพื่อจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่บริษัทฯ มีความเกี่ยวข้อง ให้เกิดการดำเนินงานสอดคล้องตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งนโยบายสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดดังนี้

1. บริษัทฯ ยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศ ข้อกำหนดและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับอุตสาหกรรม ระดับประเทศ รวมถึงมาตรการการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้ครบถ้วนและมีผลการดำเนินงานที่อยู่ภายในเกณฑ์ที่กำหนด

2. บริษัทฯ ส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ตลอดจนการจัดหาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถช่วยลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมและตอบสนองเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas: GHG) ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด การอนุรักษ์พลังงาน และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

3. บริษัทฯ มุ่งเน้น การลดการใช้ทรัพยากร โดยนำแนวคิด 3R (Reduce-Reuse-Recycle) มาใช้ในการทำงาน

4. บริษัทฯ ส่งเสริมการจัดหาสินค้าและวัสดุที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน (Sustainable Sourcing) รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้ผลิตสินค้า เพื่อส่งเสริมแนวทางการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

5. บริษัทฯ บริหารจัดการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

6. บริษัทฯ ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกคน พิจารณาและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และให้มีส่วนร่วมในการป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

7. บริษัทฯ จะดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในรอบปีที่ผ่านมา

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในรอบปีที่ผ่านมา : มี

นโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง : อื่น ๆ : นโยบายสิ่งแวดล้อม

ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ ได้ดำเนินการทบทวนนโยบาย อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง ทั้งนี้ ในปี 2568 ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568 วันที่ 23 ธันวาคม 2568 โดยดำเนินการทบทวนนโยบายสิ่งแวดล้อม โดยไม่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง เนื่องจากยังเป็นไปตามการดำเนินการของบริษัทฯ

3.3.2 ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการพลังงาน

แผนการจัดการพลังงาน

แผนการจัดการพลังงานของบริษัท : มี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการดำเนินงาน ผ่านการทบทวนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำไปสู่แนวทางที่เหมาะสมและยั่งยืน บริษัทฯ ได้นำหลัก 3R (Reduce-Reuse-Recycle) มาประยุกต์ใช้ในการจัดการพลังงานไฟฟ้า ซึ่งเป็นพลังงานหลักที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ส่งผลต่อธุรกิจในระยะยาวและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการเชิงรุก อาทิ การส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน และการกำหนดแนวทางลดการใช้พลังงานในทุกภาคส่วนขององค์กร

การตั้งเป้าหมายการจัดการไฟฟ้าและ/หรือน้ำมันและเชื้อเพลิง

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการไฟฟ้าและ/หรือน้ำมันและเชื้อเพลิงหรือไม่ : มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการไฟฟ้าและ/หรือน้ำมันและเชื้อเพลิง

เป้าหมาย	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
ลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำมันและเชื้อเพลิง	2566 : ใช้พลังงาน 1,232,521.28 กิโลวัตต์-ชั่วโมง	2571 : ลด 8%
เพิ่มการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน	2567 : ใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน 84,642.00 กิโลวัตต์-ชั่วโมง	2571 : เพิ่ม 15%

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน

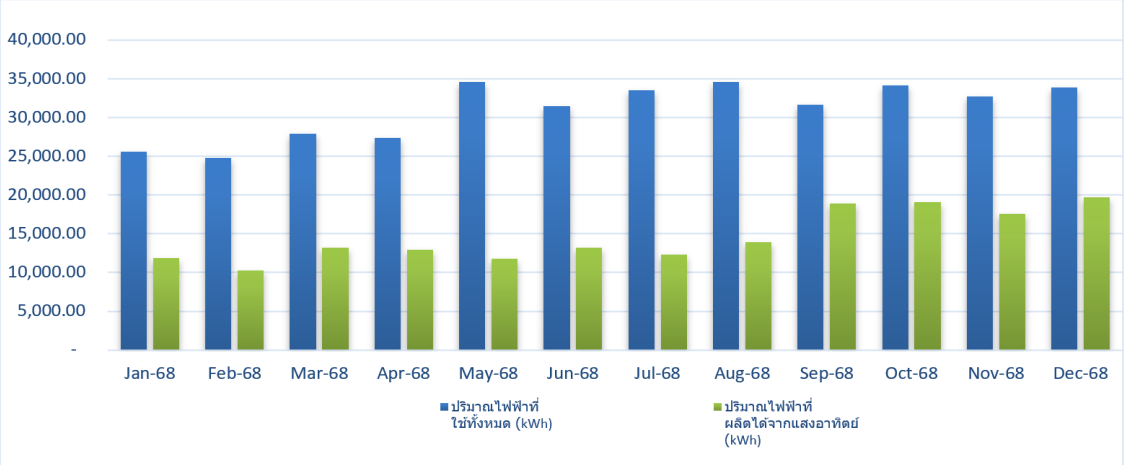
ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน : มี

ผลการดำเนินงานปี 2568

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) เพิ่มเติมจากปี 2567 เพื่อเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนและลดการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานปกติ สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ตลอดปี 2568 ระบบ Solar Rooftop ของคลังสินค้าอ้อมใหญ่สามารถผลิตไฟฟ้าได้รวม 174,584 กิโลวัตต์ชั่วโมง คิดเป็นประมาณร้อยละ 47 ของการใช้ไฟฟ้าทั้งหมดของคลังสินค้า ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ขณะที่การใช้ไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานปกติ (ไม่รวมพลังงานแสงอาทิตย์) อยู่ที่ 372,156 กิโลวัตต์ชั่วโมง หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 0.01 ของรายได้รวมของบริษัทฯ สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการพลังงานและการควบคุมต้นทุนให้สอดคล้องกับขนาดการดำเนินธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังแสดงในกราฟ ดังนี้



ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดของบริษัทฯ

รายการ	2566 (ปีฐาน)	2567	2568
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าของบริษัทฯ (กิโลวัตต์ชั่วโมง)	6,872,972.20	8,507,591.49	10,246,470.58
รายได้จากการขายและให้บริการ (ล้านบาท)	2,529.51	3,111.27	3,664.35
อัตราการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้ (กิโลวัตต์ชั่วโมง: รายได้ 1.0 ล้านบาท)	2,717.11	2,734.45	2,796.26
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงจากปีฐาน		0.63	2.91

ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกโดยมีการเช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้า จึงต้องปฏิบัติตามมาตรการการใช้พลังงานของผู้ให้เช่า ส่งผลให้ไม่สามารถควบคุมการเปิด-ปิดไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ดำเนินการเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานเพื่อลดการใช้ไฟฟ้าในส่วนที่สามารถควบคุมได้

การเปรียบเทียบการใช้พลังงานไฟฟ้าระหว่างปี 2566-2568

ในปี 2566 (ปีฐาน) บริษัทฯ ควบคุมการใช้พลังงานได้ที่คลังสินค้าอ้อมใหญ่ สำนักงานใหญ่ และสาขาจำนวน 3 แห่ง ต่อมาในปี 2567 และ ปี 2568 จำนวนสาขาที่บริษัทฯ สามารถควบคุมการใช้พลังงานได้เพิ่มขึ้น เพื่อให้เห็นภาพการเปรียบเทียบที่ชัดเจน บริษัทฯ ได้จัดทำตารางแสดงข้อมูลการใช้พลังงาน 2 รูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 1: การเปรียบเทียบการใช้พลังงานของสาขาฐานเดิม (Base Year Comparison) เปรียบเทียบการใช้พลังงานของคลังสินค้า สำนักงานใหญ่ และสาขาทั้ง 3 แห่งที่มีอยู่ตั้งแต่ปี 2566 (ปีฐาน) เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการลดการใช้พลังงานในหน่วยงานเดิม

รายการ	2566 (ปีฐาน)	2567	2568
จำนวนสาขาที่ควบคุมได้	5 แห่ง	5 แห่ง	5 แห่ง
การใช้ไฟฟ้า (กิโลวัตต์ชั่วโมง)	1,232,521.28	1,265,336.00	1,128,628.44
รายได้ (ล้านบาท)	2,529.51	3,111.27	3,664.35
อัตราการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้ (กิโลวัตต์ชั่วโมง : รายได้ 1.0 ล้านบาท)	487.26	406.69	308.00
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงจากปีฐาน		-16.54	- 36.79

หมายเหตุ: การเปรียบเทียบการใช้พลังงานเทียบปีฐาน

บริษัทฯ เปรียบเทียบประสิทธิภาพการใช้พลังงานกับปีฐาน 2566 ในหน่วยงานเดิม 5 แห่ง ได้แก่ สำนักงานใหญ่ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ สาขาสำเพ็ง สาขาซอยละลายทรัพย์ และ The OK Station เพื่อวัดผลความสำเร็จของมาตรการลดการใช้พลังงานในกลุ่มหน่วยงานหลักอย่างชัดเจน

ตารางที่ 2: การใช้พลังงานรวมทั้งหมดตามจำนวนสาขาจริง (Actual Total Consumption) แสดงการใช้พลังงานรวมทั้งหมดของคลังสินค้า สำนักงานใหญ่ และสาขาทั้งหมดที่บริษัทฯ ควบคุมได้ในแต่ละปี (Standalone) เพื่อแสดงให้เห็นถึงการใช้พลังงานตามการขยายสาขา

รายการ	2566	2567	2568
จำนวนสาขาที่ควบคุมได้	5 แห่ง	10 แห่ง	17 แห่ง
การใช้ไฟฟ้า (กิโลวัตต์ชั่วโมง)	1,232,521.28	1,316,882.00	1,439,151.32
รายได้ (ล้านบาท)	2,529.51	3,111.27	3,664.35
อัตราการใช้ไฟฟ้าต่อรายได้ (กิโลวัตต์ชั่วโมง: รายได้ 1.0 ล้านบาท)	487.26	423.26	392.74
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงจากปีฐาน		-13.13	-19.40

หมายเหตุ: ขอบเขตการรายงานและจำนวนสาขา

บริษัทฯ มีการขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องรวมทั้งสิ้น 17 แห่ง (ข้อมูล ณ ปี 2568) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปี 2566 (5 แห่ง) กลุ่มหน่วยงานฐานเดิม (Base Year) ได้แก่ สำนักงานใหญ่ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ สาขาสำเพ็ง สาขาซอยละลายทรัพย์ และ The OK Station

ปี 2567 (เพิ่ม 5 แห่ง รวมเป็น 10 แห่ง) ขยายสู่กลุ่มสถานศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา-บางแสน และมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปี 2568 (เพิ่ม 7 แห่ง รวมเป็น 17 แห่ง) ขยายสู่ส่วนภูมิภาคและสถานศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สาขาวัดเทียนดัด สาขาวังสะพุง สาขาหลังสวน จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดตราด

การแสดงข้อมูลทั้ง 2 รูปแบบนี้ช่วยให้เห็นภาพที่ชัดเจนทั้งในด้านประสิทธิภาพการลดการใช้พลังงานของหน่วยงานเดิม และการใช้พลังงานโดยรวมของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายธุรกิจ

จากการวิเคราะห์การใช้พลังงานไฟฟ้าในคลังสินค้าอ้อมใหญ่ สำนักงานใหญ่ และสาขาที่อยู่ภายใต้การควบคุมการใช้พลังงานในปี 2568 พบว่า ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อรายได้ลดลงร้อยละ 19.40 เมื่อเทียบกับปี 2566 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 5 จากปีฐานอย่างมีนัยสำคัญ การลดลงดังกล่าวเป็นผลมาจากการเติบโตของยอดขายที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการพลังงานควบคู่ไปกับการขยายธุรกิจ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการสำคัญในปี 2568

1. โครงการขยายระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ณ คลังสินค้าอ้อมใหญ่

จากผลการดำเนินงานในปี 2567 ที่แผงโซลาร์เซลล์ขนาด 120 กิโลวัตต์สามารถผลิตไฟฟ้าได้ถึงร้อยละ 29 ของพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในคลังสินค้าอ้อมใหญ่ และบรรลุเป้าหมายตามแผนที่กำหนดไว้ บริษัทฯ จึงได้ศึกษาความเป็นไปได้และดำเนินการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพิ่มเติมในปี 2568 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาดให้สูงขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งเป็นพลังงานสะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากภาครัฐให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงเพื่อประเมินประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการลงทุนระยะยาว การดำเนินโครงการนี้เป็นการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นต้นแบบในการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนให้แก่ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อไป

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพิ่มเติมขนาด 108 กิโลวัตต์ แล้วเสร็จในเดือนกันยายน 2568 รวมกำลังการผลิตติดตั้งทั้งหมด 228 กิโลวัตต์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการลดการใช้พลังงานจากแหล่งไฟฟ้าปกติและส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งดำเนินการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและส่งเสริมพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในที่ทำงาน รวมถึงการสร้างจิตสำนึกในการร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานตลอดปี 2568 พบว่า แผงโซลาร์เซลล์สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ได้รวม 174,584 กิโลวัตต์ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 47 ของพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในคลังสินค้าอ้อมใหญ่ทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของโครงการและความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการใช้พลังงานทดแทนอย่างจริงจัง



2. โครงการส่งเสริมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการส่งเสริมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในโครงการภายใต้แนวคิด Moshi Green Awareness ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานหลักด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานทุกระดับ และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของ Moshi Green Awareness ในการปลูกฝัง Core Value ด้านความยั่งยืน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ขยายการดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมหลัก 2 กิจกรรม คือ "Moshi Moshi Saving Energy" และ "Green Meeting" ซึ่งมุ่งสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการลดการใช้พลังงานและทรัพยากรเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานทั้งบริษัทฯ มีความรู้ความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

กิจกรรม Moshi Moshi Saving Energy: บริษัทฯ ได้ดำเนินการสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อรณรงค์ให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จดหมายข่าวภายใน (Newsletter) ป้ายประชาสัมพันธ์ในที่ทำงาน และการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการลดการใช้ไฟฟ้าในชีวิตประจำวัน เทคนิคการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และแนวทางการประหยัดพลังงานในที่ทำงาน รวมถึงการเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่พนักงาน

กิจกรรม Green Meeting: บริษัทฯ ได้ส่งเสริมแนวปฏิบัติในการจัดประชุมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยลดการใช้กระดาษ ส่งเสริมการใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ปิดไฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่จำเป็นในห้องประชุม และเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและพลังงานในการจัดประชุม

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการอบรมและสื่อสารไปยังพนักงานจำนวน 1,471 คน ครอบคลุมทั้งพนักงานคลังสินค้า พนักงานสำนักงาน และพนักงานร้านสาขา ผลจากการดำเนินโครงการพบว่า พนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด สามารถระบุวิธีการใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพได้ และมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแนวทางอย่างแข็งขัน ซึ่งส่งผลให้การใช้พลังงานไฟฟ้าในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความยั่งยืนต่อไป

การจัดการพลังงาน : การใช้เชื้อเพลิง

	2566	2567	2568
น้ำมันดีเซล (ลิตร)	33,794.00	35,051.00	32,484.77
น้ำมันเบนซิน (ลิตร)	2,644.00	2,430.00	10,700.64

การจัดการพลังงาน : การใช้ไฟฟ้า

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวม (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)[1]	6,872,972.20	8,592,233.49	10,421,054.47
ปริมาณการซื้อไฟฟ้ามาใช้ (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	6,872,972.20	8,507,591.49	10,246,470.58
ปริมาณการซื้อหรือผลิตไฟฟ้ามาใช้จากแหล่งพลังงานทดแทน (กิโลวัตต์-ชั่วโมง)	N/A	84,642.00	174,583.89

หมายเหตุ : (1) เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกโดยมีการเช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้า จึงต้องปฏิบัติตามมาตรการการใช้พลังงานของผู้ให้เช่า ส่งผลให้ไม่สามารถควบคุมการเปิด-ปิดไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ดำเนินการเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานเพื่อลดการใช้ไฟฟ้าในส่วนที่สามารถควบคุมได้

ดังนั้น เพื่อให้การตั้งเป้าหมายการลดการใช้พลังงานต่อรายได้สะท้อนประสิทธิภาพการดำเนินงานที่บริษัทฯ สามารถควบคุมได้อย่างแท้จริง การคำนวณอัตราการใช้พลังงานจะพิจารณาเฉพาะการใช้พลังงานจากคลังสินค้าอ้อมใหญ่ สำนักงานใหญ่ และสาขาที่บริษัทฯ สามารถควบคุมการใช้พลังงานได้โดยตรง สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพลังงาน ปี 2568

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการน้ำ

แผนการจัดการน้ำ

แผนการจัดการน้ำของบริษัท : มี

บริษัทฯ ได้จัดทำแผนปฏิบัติงานการบริหารจัดการน้ำภายในองค์กร ผ่านการจัดตั้งคณะทำงานและหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายบริหารจัดการความยั่งยืน เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งไม่เพียงมีผลต่อต้นทุนในการดำเนินกิจการ แต่มีผลต่อสิ่งแวดล้อมองค์รวม ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามข้อกำหนดกฎหมาย บริหารจัดการทรัพยากรแผนการบริหารจัดการน้ำภายในองค์กร ประกอบด้วย

1. การใช้น้ำอย่างคุ้มค่า (Water Saving) ด้วยหลักการ 3R (นโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน) โดยบริษัทฯ ยึดหลักการ Reduce คือ ลดปริมาณการใช้น้ำด้วยการตรวจสอบจุดรั่วไหลของอุปกรณ์การใช้น้ำภายในบริษัทฯ และส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรน้ำเพื่อหลีกเลี่ยงการใช้น้ำอย่างสิ้นเปลือง การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำอย่างประหยัด การปลูกจิตสำนึกแก่พนักงานในองค์กร

2. ความรับผิดชอบในการปล่อยน้ำเสีย ณ คลังสินค้าลงสู่แหล่งสาธารณะ โดยจัดให้มีการทวนสอบจากหน่วยงานภายนอก การควบคุมการปล่อยน้ำเสียให้เป็นไปตามค่ามาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมควบคู่ไปกับการเติบโตของผลประกอบการของบริษัทฯ รวมถึงส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทฯ

นอกจากการดำเนินการจัดการทรัพยากรน้ำ บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับน้ำ เช่น น้ำท่วม น้ำแล้ง ที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบกับบริษัทฯ ดังนั้นบริษัทฯ ได้มีการจัดทำแผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อเตรียมความพร้อมต่อสภาวะวิกฤติอุทกภัย โดยเฉพาะคลังสินค้าอ้อมใหญ่ โดยการเตรียมพร้อมรับมือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นด้วยการติดตาม ประเมิน และคาดการณ์สถานการณ์น้ำท่วมอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดความเสี่ยงในการหยุดชะงักของธุรกิจ โดยการเตรียมพร้อมรับมือ

ดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถให้บริการและกระจายสินค้าไปยังทุกสาขาของบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่องแม้ในช่วงเวลาที่เกิดความเสี่ยงจากน้ำท่วม

การตั้งเป้าหมายการจัดการน้ำ [2]

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการน้ำหรือไม่ : มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการน้ำ

เป้าหมาย	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
ลดการใช้น้ำ (Reduction of water withdrawal)	2566 : ใช้น้ำ 4,283.60 ลูกบาศก์เมตร	2571 : ลด 6%

หมายเหตุ : [2] ลดปริมาณการใช้น้ำสำหรับคลังสินค้าอ้อมใหญ่ และสาขา Standalone

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการน้ำ

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการน้ำ : มี

ผลการดำเนินงานปี 2568

บริษัทฯ มีแนวทางในการบริหารจัดการให้มีการใช้น้ำประปาซึ่งเป็นแหล่งน้ำหลักในการดำเนินงานทั้งหมดของบริษัทฯ อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ หรืออุทกภัยทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโดยตรง บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการสำคัญสำหรับการใช้น้ำครอบคลุมกระบวนการทำงานทั้งหมดขององค์กร ทั้งการใช้น้ำภายในสำนักงานและการใช้น้ำของพนักงานสาขาร้านค้าปลีก (Standalone) ร้านค้าส่ง และคลังสินค้า รวมถึงควบคุมคุณภาพน้ำเสียที่เกิดขึ้น ณ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งจะนำไปสู่ความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์	รายละเอียดและผลการดำเนินการ
สร้างความตระหนักรู้และปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกระดับภายในองค์กรและการป้องกันธุรกิจหยุดชะงักจากอุทกภัยน้ำท่วม	● จัดให้มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แก่พนักงานทุกระดับภายในองค์กรเพื่อรณรงค์ให้พนักงานตระหนักถึงการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ● จัดทำแผนรองรับฉุกเฉินและแผนบริหารความต่อเนื่อง (BCP) กรณีน้ำท่วมคลังสินค้าแล้วเสร็จ
การให้ความรู้และการสื่อสาร	● เผยแพร่ความรู้ สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางจดหมายข่าวภายในและป้ายประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ ● มีช่องทางการการรับแจ้งซ่อมแซมอุปกรณ์การใช้น้ำที่ชำรุดตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อให้พนักงานทุกระดับสามารถแจ้งปัญหาการใช้น้ำได้ทันที
การสื่อสาร	● ร้อยละ 100 ของผู้บริหารและพนักงาน ได้รับการสื่อสารการใช้ทรัพยากรน้ำ ตามหลักการ 3R
การตรวจประเมินและการรับรองจากหน่วยงานภายนอก	● จัดให้มีการจัดจ้างสอบทวนจากหน่วยงานภายนอกเพื่อตรวจสอบค่าน้ำเสียประจำปี 2568 ณ คลังสินค้า ก่อนปล่อยน้ำเสียลงสู่สาธารณะตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ซึ่งผลการสอบทวนจากหน่วยงานภายนอกจะทำการเผยแพร่บนหน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ

ปริมาณการใช้น้ำของบริษัทฯ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายลดปริมาณการใช้น้ำประปาลูกบาศก์เมตรต่อปีสำหรับคลังสินค้าและสาขา Standalone ต่อจำนวนพนักงานลดลงร้อยละ 3 ต่อปี จากปีฐาน 2566

ปริมาณการใช้น้ำประปาลูกบาศก์เมตรต่อปี ต่อจำนวนพนักงาน

เพื่อให้เห็นภาพการเปรียบเทียบที่ชัดเจน บริษัทฯ ได้จัดทำตารางแสดงข้อมูลการใช้น้ำประปา 2 รูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 1: การเปรียบเทียบการใช้น้ำประปาของสาขาฐานเดิม (Base Year Comparison) เปรียบเทียบการใช้น้ำประปาของคลังสินค้า และสาขาที่อยู่ภายใต้การควบคุมที่มีอยู่ตั้งแต่ปีฐาน 2566 (คลังสินค้า และ Standalone) เพื่อแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการลดการใช้น้ำประปาในหน่วยงานเดิม (คลังสินค้า และ Standalone)

รายการ	2566 (ปีฐาน)	2567	2568
จำนวนสาขาและคลังสินค้าคลังสินค้าที่มีอยู่	3 แห่ง	3 แห่ง	3 แห่ง
น้ำประปาลูกบาศก์เมตรต่อปี	4,283.60	5,267	6,133
จำนวนพนักงาน	270	275	303
ปริมาณการใช้น้ำประปาลูกบาศก์เมตรต่อจำนวนพนักงานต่อปี/คน	15.87	19.15	20.24
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงจากปีฐาน		20.67	27.54

หมายเหตุ: การเปรียบเทียบการใช้น้ำประปาเทียบปีฐาน

บริษัทฯ เปรียบเทียบประสิทธิภาพการใช้น้ำกับปีฐาน 2566 โดยครอบคลุมเฉพาะหน่วยงานเดิม ได้แก่ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ สาขาสำเพ็ง และ The OK Station เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ของมาตรการประหยัดน้ำในกลุ่มคลังสินค้าและสาขา Standalone อย่างชัดเจน

ตารางที่ 2: การใช้น้ำประปารวมทั้งหมดตามจำนวนสาขาจริง (Actual Total Consumption) แสดงการใช้น้ำประปารวมทั้งหมดของคลังสินค้า และสาขาทั้งหมดที่อยู่ภายใต้การควบคุมในแต่ละปี เพื่อแสดงให้เห็นถึงการใช้น้ำประปาตามการขยายสาขา (บริษัทฯ ย้ายสำนักงานใหญ่ในวันที่ 2 มกราคม 2568 มายัง ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ จึงไม่สามารถวัดปริมารการใช้น้ำประปาได้)

รายการ	2566 (ปีฐาน)	2567	2568
จำนวนสาขาและคลังสินค้าทั้งหมด	3 แห่ง	8 แห่ง	13 แห่ง
น้ำประปาลูกบาศก์เมตรต่อปี	4,283.60	5,397.00	6,658.00
จำนวนพนักงาน	270	290	503
ปริมาณการใช้น้ำประปาลูกบาศก์เมตรต่อจำนวนพนักงานต่อปี/คน	15.87	18.61	13.24

หมายเหตุ: ขอบเขตการรายงานและจำนวนสาขา

บริษัทฯ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ โดยมีจำนวนสาขาที่อยู่ในการควบคุมรวมทั้งสิ้น 13 แห่ง (ข้อมูล ณ ปี 2568) แบ่งตามระยะเวลาการเริ่มดำเนินงานดังนี้

ปี 2566 (3 แห่ง) ประกอบด้วยกลุ่มสาขาฐานเดิม (Base Year) ได้แก่ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ สาขาสำเพ็ง และ The OK Station

ปี 2567 (เพิ่ม 5 แห่ง รวมเป็น 8 แห่ง) ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา-บางแสน และ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปี 2568 (เพิ่ม 5 แห่ง รวมเป็น 13 แห่ง) ขยายสู่ส่วนภูมิภาคและสถานศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สาขาวังสะพุง จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดตราด และ สำนักงานใหญ่

การแสดงข้อมูลทั้ง 2 รูปแบบนี้ช่วยให้เห็นภาพที่ชัดเจนทั้งในด้านประสิทธิภาพการใช้น้ำประปาของหน่วยงานเดิม และการใช้น้ำประปาโดยรวมของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นตามการขยายธุรกิจ

การวิเคราะห์การใช้น้ำประปาแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการที่น่าสนใจในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2567 พบว่าปริมาณการใช้น้ำต่อพนักงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.30 เมื่อเทียบกับปี 2566 (จาก 15.87 เป็น 18.61 หน่วยต่อคนต่อปี) ซึ่งการเพิ่มขึ้นนี้เป็นผลโดยตรงจากการขยายตัวทางธุรกิจ โดยเฉพาะการเปิดสาขา Standalone เพิ่มเติมจาก 3 แห่งเป็น 8 แห่ง ในระหว่างปี

อย่างไรก็ตาม ในปี 2568 องค์กรได้แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอัตราการใช้น้ำต่อพนักงานลดลงเหลือ 13.24 หน่วยต่อคนต่อปี คิดเป็นการลดลงร้อยละ 28.86 จากปีก่อนหน้า และเกินกว่าเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ที่ร้อยละ 3 จากปีฐานอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าจำนวนสาขาจะเพิ่มเป็น 13 แห่ง และพนักงานเพิ่มขึ้นเป็น 503 คน

ข้อมูลการใช้น้ำประปาได้ถูกรวบรวมจากพื้นที่หลักขององค์กร ประกอบด้วย สำนักงาน สาขา Standalone ร้านค้าสาขาสำเพ็ง ร้านค้า The OK Station และคลังสินค้า การปรับตัวที่ดีขึ้นในปี 2568 สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของมาตรการการบริหารจัดการน้ำ เช่น การรณรงค์สร้างจิตสำนึก หรือการออกแบบสาขาใหม่ที่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร

โครงการสำคัญในปี 2568

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้พัฒนาโครงการต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด Moshi Green Awareness 3 โครงการ เพื่อส่งเสริมการใช้น้ำอย่างประหยัด ป้องกันการรั่วไหลสูญเสีย และควบคุมคุณภาพน้ำเสียให้ได้มาตรฐาน แนวคิด Moshi Green Awareness เป็นกรอบการทำงานที่เน้นการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการอบรมพนักงานใหม่ การพัฒนาศักยภาพพนักงานปัจจุบัน และการปลูกฝัง Core Value ด้านความยั่งยืน ทั้งสามโครงการนี้ถูกออกแบบโดยใช้หลักการ 3Rs คือ ลดการใช้น้ำ (Reduce) นำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ (Recycle) เพื่อสร้างวัฒนธรรมการอนุรักษ์น้ำที่ยั่งยืนในองค์กร

1. โครงการ “Moshi รณรงค์ประหยัดพลังงาน สุขใจเมื่อช่วยโลก”

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างประหยัด รวมถึงปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่บุคลากรทั่วทั้งองค์กร โดยมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนมีความเข้าใจถึงคุณค่าและความสำคัญของการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ทั้งในสถานที่ทำงานและในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายในการสร้างจิตสำนึกร่วมกันในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสังคม โดยคาดหวังว่าผลจากการดำเนินโครงการจะช่วยลดปริมาณการใช้น้ำประปาต่อพนักงานลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการรณรงค์การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างประหยัดอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายหลักในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงความสำคัญของการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรต่าง ๆ เช่น จดหมายข่าวภายใน (Newsletter) ป้ายประชาสัมพันธ์ในที่ทำงาน และการจัดกิจกรรมสร้างความตระหนักรู้อย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ริเริ่มการทดลองดำเนินการปรับปรุงระบบการจัดการน้ำในคลังสินค้าอ้อมใหญ่ โดยเฉพาะในกระบวนการทดสอบระบบป้องกันอัคคีภัย (Fire Pump Testing) ซึ่งได้ทดลองการหมุนเวียนน้ำกลับเข้าสู่ระบบ (Water Recirculation Process) ทำให้น้ำที่ใช้ในการทดสอบสามารถกลับเข้าสู่ระบบเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้ แทนที่จะปล่อยทิ้งไป ซึ่งเป็นการลดการสูญเสียน้ำและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

จากผลการประเมินการใช้น้ำประปา พบว่า ปริมาณการใช้น้ำต่อจำนวนพนักงานในปี 2568 อยู่ที่ 13.24 ลูกบาศก์เมตรต่อคน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ มีสาเหตุหลักมาจากการขยายสาขาแบบ Standalone ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสาขาประเภทนี้มีระบบสุขาภิบาลและการใช้น้ำที่แยกออกจากห้างสรรพสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นที่จะหาแนวทางในการใช้น้ำอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพต่อไป รวมถึงการติดตามและประเมินผลการใช้น้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืนในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำขององค์กร

2. โครงการ “ระบบร้องเรียน แจ้งปัญหาการซ่อมแซมบำรุงรักษา อุปกรณ์การใช้น้ำ”

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการใช้น้ำอย่างประหยัด ปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างค่านิยมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการตรวจตราดูแลการรั่วไหลของอุปกรณ์การใช้น้ำ โดยสามารถแจ้งซ่อมและร้องเรียนปัญหาผ่านระบบได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป้าหมายคือลดการใช้น้ำอย่างสิ้นเปลืองและสร้างวัฒนธรรมการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืนในองค์กร

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

การดำเนินโครงการระบบร้องเรียน แจ้งปัญหาการซ่อมแซมบำรุงรักษา อุปกรณ์การใช้น้ำได้เริ่มใช้ระบบแจ้งซ่อมและร้องเรียนปัญหาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2568 เพื่อสร้างค่านิยมให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการตรวจตราดูแลการรั่วไหลของอุปกรณ์การใช้น้ำภายในองค์กร ระบบดังกล่าวเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้พนักงานสามารถแจ้งปัญหาได้ทันทีที่พบความผิดปกติ ส่งผลให้การแก้ไขเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จากการประเมินผลการดำเนินงานพบว่า ไม่มีข้อร้องเรียนคงค้างที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของระบบและความร่วมมือของพนักงานในการดูแลรักษาทรัพยากรน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการในการสร้างการมีส่วนร่วมและลดการสูญเสียน้ำโดยไม่จำเป็น

3. โครงการ “การตรวจสอบคุณภาพน้ำเสีย ณ คลังสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานกฎหมายก่อนปล่อยลงสู่สาธารณะ”

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและชุมชนโดยรอบคลังสินค้า ผ่านการควบคุมคุณภาพน้ำเสียให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ เป้าหมายหลักคือการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายอย่างเคร่งครัดในการตรวจสอบและบำบัดน้ำเสียจากคลังสินค้า เพื่อรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ชุมชนโดยรอบว่าการดำเนินงานของบริษัทคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

โครงการตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียที่คลังสินค้าได้ดำเนินการในเดือนธันวาคม 2568 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้แน่ใจว่าคุณภาพน้ำเสียเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กฎหมายกำหนดก่อนปล่อยลงสู่สาธารณะ การประเมินผลโครงการได้รับการสอบทานจากหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้งตัวอย่างโดยห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล ilac-MRA และระดับประเทศ TLAS พบว่าทุกพารามิเตอร์เป็นไปตามมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากอาคารประเภท ก. ทั้งในด้านค่าความเป็นกรด-ด่าง บีโอดี ของแข็งละลายทั้งหมด น้ำมันและไขมัน ไนโตรเจน ซัลไฟด์ และของแข็งแขวนลอย ซึ่งทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด จึงสรุปได้ว่าน้ำทิ้งจากคลังสินค้ามีคุณภาพเหมาะสมสำหรับการระบายออกสู่สิ่งแวดล้อม และบรรลุวัตถุประสงค์ในการลดผลกระทบต่อสังคมและชุมชนโดยรอบอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการน้ำ : ปริมาณการใช้น้ำของบริษัท จำแนกตามแหล่งน้ำ

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำรวม (ลูกบาศก์เมตร)	4,283.60	5,397.00	6,658.00
ปริมาณการใช้น้ำประปาหรือน้ำจากองค์กรอื่น (ลูกบาศก์เมตร)	4,283.60	5,397.00	6,658.00

การจัดการน้ำ : ปริมาณการใช้น้ำของบริษัท

บริษัทฯ มีแนวทางในการบริหารจัดการให้มีการใช้น้ำประปาซึ่งเป็นแหล่งน้ำหลักในการดำเนินงานทั้งหมดของบริษัทฯ อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ หรืออุทกภัยทางธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโดยตรง บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการสำคัญสำหรับการใช้น้ำครอบคลุมกระบวนการทำงานทั้งหมดขององค์กร ทั้งการใช้น้ำภายในสำนักงาน และการใช้น้ำของพนักงานสาขาร้านค้าปลีก (Standalone) ร้านค้าส่ง และคลังสินค้า รวมถึงควบคุมคุณภาพน้ำเสียที่เกิดขึ้น ณ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งจะนำไปสู่ความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถดูข้อมูลการใช้น้ำเป้าหมายการลดการใช้น้ำได้ที่หัวข้อผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการน้ำ

	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ (ลูกบาศก์เมตร)	4,283.60	5,397.00	6,658.00

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการขยะและของเสีย

การบริหารจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ เนื่องจากการเติบโตของประชากรและการขยายตัวทางเศรษฐกิจส่งผลให้ปริมาณการใช้ทรัพยากรและการสร้างขยะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการปนเปื้อนในดินและแหล่งน้ำ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการย่อยสลายของขยะอินทรีย์ และการสูญเสียทรัพยากรที่มีค่าจากการกำจัดขยะอย่างไม่เหมาะสม

การจัดการขยะอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการคัดแยกประเภทขยะตั้งแต่ต้นทาง จึงเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพในการนำทรัพยากรกลับมาใช้ประโยชน์ การดำเนินการตามหลักการ 3Rs ซึ่งประกอบด้วยการลดการใช้ (Reduce) การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการรีไซเคิล (Recycle) ไม่เพียงแต่จะช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด แต่ยังเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

การพัฒนาระบบการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นความท้าทายสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน เพื่อรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว

แผนการจัดการขยะและของเสีย

แผนการจัดการขยะและของเสียของบริษัท : มี

บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการขยะและของเสียอย่างครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่การติดตามปริมาณขยะ การลดปริมาณขยะตั้งแต่ต้นทาง การกำจัดอย่างถูกวิธี ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการจัดการขยะ โดยได้จำแนกขยะออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่

1. ขยะรีไซเคิลซึ่งประกอบด้วยกระดาษลัง เชือกพลาสติก ถุงพลาสติก และวัสดุรีไซเคิลอื่น ๆ

2. ขยะที่ต้องส่งไปฝังกลบ

ด้านการติดตามและรายงานผล ฝ่ายคลังสินค้าเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลปริมาณขยะรีไซเคิลและจัดเก็บข้อมูลผ่านระบบ และรายงานต่อคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าดำเนินธุรกิจตามภายใต้โครงการลดปริมาณขยะจากการขนส่งอย่างต่อเนื่อง โดยขยายการปรับเปลี่ยนจากการใช้กล่องกระดาษแบบใช้ครั้งเดียวเป็นลังพลาสติกแบบหมุนเวียนในระบบกระจายสินค้า เพื่อลดปริมาณขยะ ลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลืองและป้องกันการกำจัดของเสียที่ไม่ถูกวิธี ในส่วนของขยะที่จำเป็นต้องนำไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม โดยฝ่ายจัดซื้อได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้รับกำจัดขยะที่มีมาตรฐานตามข้อกำหนดทางกฎหมายและดำเนินงานด้วยแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีฝ่ายบัญชีและการเงินเป็นผู้ติดตามปริมาณการกำจัด เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานราชการ

ในปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนากระบวนการคัดแยกและจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะแต่ละประเภทอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจัดเก็บข้อมูลในส่วนสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า ร้านค้า Standalone และสาขาสำเพ็ง ในปี 2568 และวางแผนขยายการจัดเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทุกสาขา ภายในระยะเวลา 2-3 ปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยในปี 2568 ได้จัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านการคัดแยกขยะแก่พนักงานที่สำนักงานใหญ่ รวมถึงคลังสินค้า และขยายผลสู่ชุมชนโดยรอบ โดยเฉพาะสถานศึกษาใกล้เคียง รวมทั้งมีการสื่อสารความรู้ผ่านช่องทางอีเมล ภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานและชุมชนอย่างยั่งยืน



บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากขยะ จึงจัดให้มีการคัดแยกประเภทขยะอย่างเป็นระบบเพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณขยะ โดยดำเนินการจัดการขยะที่เกิดขึ้นภายในโรงอาหารของคลังสินค้า ซึ่งเกิดจากขั้นตอนการประกอบอาหาร และเศษอาหารจากที่พนักงานทิ้งในแต่ละวัน ทางบริษัทฯ ได้นำเศษอาหารจากโรงอาหารไปใช้ประโยชน์ โดยส่งมอบให้กับเจ้าของฟาร์มเลี้ยงสัตว์ในพื้นที่ชุมชนรอบข้างของบริษัทฯ โดยจัดเตรียมพื้นที่ ภาชนะ รวมถึงกำหนดเวลาเข้ารับเศษอาหารอย่างเป็นระบบ

มาตรการนี้เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการจัดการขยะอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นการลดของเสียและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจและการดูแลสิ่งแวดล้อม

การตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย (3)

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสียหรือไม่ : มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการขยะและของเสีย

เป้าหมาย	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย	วิธีการจัดการขยะและของเสีย
เพิ่มการนำขยะและของเสียกลับมาใช้ ประเภทขยะ: ขยะไม่อันตรายและ ขยะอันตราย	2567 : ขยะไม่อันตรายและขยะอันตราย 8,820.00 กิโลกรัม	2571 : เพิ่ม 20%	• อื่น ๆ : ส่งให้บริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายทำการคัดแยกขยะให้ตรงตามประเภทและทำลายให้ถูกวิธี รวมถึงการนำขยะและของเสียกลับมาใช้ได้ เช่นการต้มกระดาษเพื่อนำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตอีกครั้ง
ลดปริมาณขยะและของเสีย ประเภทขยะ: ขยะไม่อันตรายและ ขยะอันตราย	2567 : ขยะไม่อันตรายและขยะอันตราย 8,820.00 กิโลกรัม	2571 : ลด 15%	• อื่น ๆ : ส่งให้บริษัทที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายทำการคัดแยกขยะให้ตรงตามประเภทและทำลายให้ถูกวิธี รวมถึงการนำขยะและของเสียกลับมาใช้ได้ เช่นการต้มกระดาษเพื่อนำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตอีกครั้ง

หมายเหตุ : [3] เป้าหมายเพิ่มการนำขยะและของเสียกลับมาใช้ ประเภทขยะไม่อันตรายและขยะอันตราย สัดส่วนการดำเนินการแบ่งออกเป็น สำนักงานใหญ่ ลดปริมาณขยะฝังกลบลงร้อยละ 5 เทียบกับปีฐาน 2567 และ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ ลดปริมาณขยะฝังกลบลงร้อยละ 15 เทียบกับปีฐาน 2567

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะและของเสีย

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะและของเสีย : มี

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการขยะและของเสียตามหลัก 3Rs (Reduce-Reuse-Recycle) อย่างต่อเนื่อง โดยคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และตัวแทนพนักงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้เข้าศึกษาดูงานด้านการจัดการขยะกับธนาคารกสิกรไทย เพื่อนำแนวปฏิบัติที่ดีมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบการจัดการขยะของบริษัทฯ ภายหลังการดูงาน บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงระบบคัดแยกขยะภายในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การออกแบบและติดตั้งถังขยะที่มีสัญลักษณ์แยกประเภทชัดเจนในพื้นที่สำนักงานและคลังสินค้า พร้อมทั้งจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับการคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง และมีการติดตามข้อมูลปริมาณขยะที่คัดแยกได้อย่างต่อเนื่องเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางลดปริมาณขยะในอนาคต






บริษัทฯ ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อมกับชุมชนผ่านโครงการ “Give Back to Earth” โดยร่วมกับสถานศึกษาใกล้เคียงจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะและรณรงค์รับบริจาคขวดพลาสติก ซึ่งในปี 2568 สามารถรวบรวมขวดพลาสติกได้ 93 กิโลกรัม เพื่อนำไปรีไซเคิล นอกจากนี้ จากการดำเนินงานในคลังสินค้า บริษัทฯ ได้คัดแยกและนำกล่องและเศษกระดาษกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล รวม 216.6 ตัน เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า



ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ขนส่งบางส่วนจากกล่องกระดาษเป็นลังพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 สัดส่วนการใช้ลังพลาสติกเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50.6 ของบรรจุภัณฑ์ขนส่งทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 27 ซึ่งช่วยลดการใช้บรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียว และสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลการคัดแยกขยะให้ครอบคลุมทั้งสำนักงาน คลังสินค้า และสาขาทั่วประเทศ เพื่อให้สามารถติดตามและประเมินผลการจัดการขยะและของเสียได้อย่างเป็นระบบ

ตารางแสดงผลการดำเนินงาน

รายการ	หน่วย	2566	2567	2568
ปริมาณการลดใช้กล่องกระดาษ	ตัน	N/A	41.40	-39
อัตราการเพิ่มขึ้นของการใช้ลังพลาสติก	ร้อยละ	N/A	52	27
สัดส่วนการใช้ลังพลาสติกต่อบรรจุภัณฑ์ขนส่งทั้งหมด	ร้อยละ	N/A	48	51





โครงการสำคัญในปี 2568

1. Give Back to Earth: โครงการแลกเปลี่ยนขวดพลาสติก เป็นอุปกรณ์การเรียน

โครงการ "Give Back to Earth" จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมความรู้และจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่เยาวชนและชุมชน ผ่านกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง และการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ประโยชน์ผ่านกระบวนการรีไซเคิล โครงการนี้มีเป้าหมายเพื่อปลูกฝังแนวคิด "ลดการสร้างขยะ ใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า แปรรูปเพื่อประโยชน์สูงสุด" ตลอดจนสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ โรงเรียน และชุมชนใกล้เคียงในการร่วมกันดูแลสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้พนักงานและนักเรียนตระหนักถึงบทบาทของตนเองในการลดขยะพลาสติก เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งจัดกิจกรรมมอบอุปกรณ์การเรียนให้กับเยาวชนและชุมชนที่มาร่วมกิจกรรม

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรม "Give Back to Earth" ในปี 2568 โดยขยายขอบเขตความร่วมมือไปยัง 2 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนวัดประเสริฐสุทธาวาสและโรงเรียนวัดโมลี (นันทวิมล) ในการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะและรณรงค์รับบริจาคขวดพลาสติกใสเพื่อการรีไซเคิล กิจกรรมนี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากนักเรียน คณะครู และพนักงาน โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 287 คน

จากการรณรงค์ บริษัทฯ สามารถรวบรวมขวดพลาสติกใสที่ได้รับบริจาค 93 กิโลกรัม ซึ่งได้นำส่งมอบให้แก่วัดจากแดง เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผ้าไตรจีวรต่อไป โครงการนี้ไม่เพียงช่วยลดขยะพลาสติก แต่ยังเป็นอีกก้าวหนึ่งในการสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรและชุมชน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม







2. โครงการบริจาคขวดพลาสติกใสเพื่อผ้าไตรจีวร

โครงการบริจาคขวดพลาสติกใสเพื่อผ้าไตรจีวร ภายใต้แนวคิด Moshi Green Awareness มุ่งส่งเสริมการจัดการขยะพลาสติกตามหลัก 3R โดยเฉพาะการรีไซเคิลขวดพลาสติกใสให้เป็นเส้นใยสำหรับผลิตผ้าไตรจีวร โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ในการปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

ผ่านกิจกรรมที่พนักงานทุกระดับสามารถมีส่วนร่วมได้ในชีวิตประจำวัน เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติกและบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนเข้ากับวัฒนธรรมองค์กร

โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการจัดการขยะอย่างสร้างสรรค์และเกิดประโยชน์สูงสุด โดยสนับสนุนการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ โครงการยังมีเป้าหมายในการสร้างจิตสำนึกด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในหมู่พนักงาน และส่งเสริมแนวคิด "เปลี่ยนขยะเป็นประโยชน์" เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการลดปริมาณขยะพลาสติกและสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและพระพุทธศาสนา

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องในปี 2568 โดยจัดกิจกรรมรณรงค์ให้พนักงาน ณ สำนักงานใหญ่ ร่วมบริจาคขวดพลาสติกใส เพื่อนำไปมอบให้แก่วัดจากแดงสำหรับแปรรูปเป็นผ้าไตรจีวร โครงการนี้ได้รับความร่วมมือจากพนักงานสำนักงานและนักเรียนจากโรงเรียนในพื้นที่ใกล้เคียง ในการรวบรวมและทำความสะอาดขวดพลาสติกใสก่อนนำไปบริจาค

จากการดำเนินงาน บริษัทฯ สามารถรวบรวมขวดพลาสติกใสได้จำนวน 6,191 ขวด ซึ่งสามารถนำไปแปรรูปเป็นผ้าไตรจีวรได้ 413 ผืน นับเป็นอีกหนึ่งโครงการที่ช่วยลดขยะพลาสติกและสร้างประโยชน์ให้กับสังคม พร้อมทั้งตอกย้ำแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน

3. โครงการ "Give Happiness: Toy to Joy"

โครงการ "Give Happiness: Toy to Joy" เป็นโครงการที่ Moshi Moshi จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการแบ่งปันความสุขและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดที่ว่า "การให้คือพลังเล็ก ๆ ที่สร้างความสุขอันยิ่งใหญ่ได้เสมอ" โครงการนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมการแบ่งปันความอบอุ่นให้กับเด็ก ๆ ที่ขาดแคลน ลดขยะจากการทิ้งของเล่น ยืดอายุการใช้งานของตุ๊กตา และร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

โครงการนี้เชิญชวนให้ลูกค้าและผู้สนใจนำตุ๊กตาที่ยังอยู่ในสภาพดีมาบริจาค โดยกำหนดเกณฑ์การรับบริจาคคือ ตุ๊กตาผ้านุ่มนิ่มที่ไม่ขาดชำรุด พร้อมส่งต่อถึงมือน้อง ๆ และผ่านการทำความสะอาดก่อนนำมาบริจาค บริษัทฯ ได้จัดตั้งจุดรับบริจาคตุ๊กตาโดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตู้บริจาคสีชมพูสำหรับตุ๊กตาจากร้าน Moshi Moshi และตู้บริจาคสีฟ้าสำหรับตุ๊กตาอื่น ๆ ทั่วไป

สิ่งที่โดดเด่นของโครงการนี้คือ การที่ Moshi Moshi มอบตุ๊กตาใหม่ให้น้อง ๆ เพิ่มอีก 1 ตัว สำหรับทุกการบริจาคตุ๊กตา 1 ตัว เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคและเพิ่มจำนวนตุ๊กตาที่จะส่งมอบให้กับเด็ก ๆ ที่ขาดแคลนได้มากขึ้น

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

โครงการ Toy to Joy ได้รับการตอบรับที่ดีจากเพื่อนและผู้ร่วมบริจาค โดยได้รับตุ๊กตาและของเล่นตัวนุ่ม (Plush Toys) มาบริจาครวมทั้งสิ้น 121.21 กิโลกรัม ซึ่งโครงการได้นำไปมอบให้กับเด็กที่ขาดแคลนและต้องการ เพื่อสร้างรอยยิ้มและความสุขให้กับน้อง ๆ พร้อมทั้งช่วยลดปัญหาขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม

จากการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเบื้องต้น พบว่าโครงการช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ 1,260 กิโลกรัม CO_2e หรือประมาณ 1.3 ตัน CO_2e การลดนี้มาจากสองส่วนหลัก ส่วนแรกคือการป้องกันการผลิตของเล่นใหม่ ตามข้อมูลจากการศึกษาวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ การผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ 1 กิโลกรัมจะปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 5-15 กิโลกรัม CO_2e หากใช้ค่าประมาณการที่ 10 กิโลกรัม CO_2e ต่อกิโลกรัม การนำของเล่น 121.21 กิโลกรัมกลับมาใช้ใหม่ จึงช่วยป้องกันการปล่อยก๊าซได้ประมาณ 1,212 กิโลกรัม CO_2e ส่วนที่สองคือการป้องกันการปล่อยก๊าซจากหลุมฝังกลบ ตาม Waste Reduction Model (WARM) ของ US Environmental Protection Agency (https://www.epa.gov/warm) การฝังกลบขยะสิ่งทอจะปล่อยก๊าซเรือนกระจกประมาณ 0.3-0.5 กิโลกรัม CO_2e ต่อกิโลกรัม เมื่อใช้ค่ากลางที่ 0.4 กิโลกรัม CO_2e ต่อกิโลกรัม โครงการจึงช่วยป้องกันการปล่อยก๊าซจากหลุมฝังกลบได้อีกประมาณ 48 กิโลกรัม CO_2e

เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น ปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก 1,260 กิโลกรัม CO_2e นี้สามารถเทียบได้กับการลดการขับรถยนต์เบนซินประมาณ 5,000 กิโลเมตร หรือเทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ประมาณ 50-60 ต้นที่เจริญเติบโตเป็นเวลา 10 ปี หรือเทียบเท่ากับการลดการใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนทั่วไปประมาณ 2-3 เดือน ตามข้อมูลจาก Greenhouse Gas Equivalencies Calculator ของ US EPA (https://www.epa.gov/energy/greenhouse-gas-equivalencies-calculator)

ทั้งนี้ ตัวเลขที่นำเสนอเป็นการประมาณการเบื้องต้นโดยใช้ค่าเฉลี่ยจากการศึกษาผลิตภัณฑ์สิ่งทอและของเล่นทั่วไป และอิงตามแนวทางของ IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories (https://www.ipcc.ch/) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลในการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ค่าจริงอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัสดุและกระบวนการผลิตของของเล่นแต่ละชิ้น

โครงการ Toy to Joy แสดงให้เห็นว่าการนำของใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่มีประโยชน์ทั้งต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสอดคล้องกับหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 12 (การบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน) และเป้าหมายที่ 13 (การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการกระทำเล็ก ๆ สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมได้อย่างมีนัยสำคัญ

การจัดการขยะและของเสีย : ปริมาณขยะและของเสียของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณขยะและของเสียรวม (กิโลกรัม)[4]	N/A	N/A	13,102.71
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายรวม (กิโลกรัม)	N/A	N/A	12,428.60
ขยะและของเสียไม่อันตราย - การฝังกลบ (กิโลกรัม)	N/A	N/A	12,428.60
ขยะและของเสียไม่อันตราย - การเผาซึ่งได้พลังงานกลับมา (กิโลกรัม)	N/A	N/A	0.00
ขยะและของเสียไม่อันตราย - การเผาซึ่งไม่ได้พลังงานกลับมา (กิโลกรัม)	N/A	N/A	0.00
ขยะและของเสียไม่อันตราย - อื่น ๆ (กิโลกรัม)	N/A	N/A	0.00
ปริมาณขยะและของเสียอันตรายรวม (กิโลกรัม)	N/A	N/A	674.11
ขยะและของเสียอันตราย - อื่น ๆ (กิโลกรัม)[5]	N/A	N/A	674.11

หมายเหตุ : [4] *ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับการจัดการขยะตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยสามารถนำขยะและของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้รวมทั้งสิ้น 246,030.53 กิโลกรัม ซึ่งครอบคลุมการจัดเก็บข้อมูลจากสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และสาขาที่ควบคุมได้ 12 แห่ง (ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยบูรพา-บางแสน มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สาขาวัดเทียนดัด สาขาวังสะพุง สาขาหลังสวน จังหวัดตราด และจังหวัดอุทัยธานี) โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ การรีไซเคิล (Recycle): ปริมาณ 237,191.53 กิโลกรัม ผ่านกระบวนการคัดแยกขยะเพื่อส่งต่อให้หน่วยงานภายนอกนำไปแปรรูปเป็นวัตถุดิบใหม่ การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse): ปริมาณ 8,839 กิโลกรัม ในกลุ่มขยะอินทรีย์หรือเศษอาหาร โดยส่งมอบให้เกษตรกรในพื้นที่เพื่อใช้เป็นอาหารสัตว์และอาหารปลา ซึ่งแนวทางดังกล่าวนอกจากจะช่วยลดปริมาณขยะสู่บ่อฝังกลบแล้ว ยังสะท้อนถึงนโยบายคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างต่อเนื่อง*

[5] *กำจัดโดยส่งมอบให้ทางหน่วยงานราชการ (รถเทศบาล)*

การจัดการขยะและของเสีย : ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) ของบริษัท

	2566	2567	2568
ปริมาณขยะและของเสียที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) รวม (กิโลกรัม)[6]	N/A	N/A	246,030.53
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) / รีไซเคิล (Recycle) (กิโลกรัม)	N/A	N/A	246,030.53
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปใช้ซ้ำ (Reuse) (กิโลกรัม)	N/A	N/A	8,839.00
ปริมาณขยะและของเสียไม่อันตรายที่นำไปรีไซเคิล (Recycle) (กิโลกรัม)	N/A	N/A	237,191.53

หมายเหตุ : [6] *ในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับการจัดการขยะตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยสามารถนำขยะและของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้รวมทั้งสิ้น 246,030.53 กิโลกรัม ซึ่งครอบคลุมการจัดเก็บข้อมูลจากสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และสาขาที่ควบคุมได้ 12 แห่ง (ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัย*

เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยบูรพา-บางแสน มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สาขาวัดเทียนดัด สาขาวังสะพุง สาขาหลังสวน จังหวัดตราด และจังหวัดอุทัยธานี) โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ การรีไซเคิล (Recycle): ปริมาณ 237,191.53 กิโลกรัม ผ่านกระบวนการคัดแยกขยะเพื่อส่งต่อให้หน่วยงานภายนอกนำไปแปรรูปเป็นวัตถุดิบใหม่ การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse): ปริมาณ 8,839 กิโลกรัม ในกลุ่มขยะอินทรีย์หรือเศษอาหาร โดยส่งมอบให้เกษตรกรในพื้นที่เพื่อใช้เป็นอาหารสัตว์และอาหารปลา ซึ่งแนวทางดังกล่าวนอกจากจะช่วยลดปริมาณขยะสู่บ่อฝังกลบแล้ว ยังสะท้อนถึงนโยบายคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการก๊าซเรือนกระจก

แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจก

แผนการจัดการก๊าซเรือนกระจกของบริษัท : มี

บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านมาตรการต่าง ๆ ดังนี้

1. การประเมินและติดตามปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อมตามมาตรฐานสากล ครอบคลุมการดำเนินงานของสาขา ศูนย์กระจายสินค้า และสำนักงาน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และวางแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ
2. การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในอาคารและสาขา โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ เช่น ระบบปรับอากาศประสิทธิภาพสูง ระบบไฟฟ้าแสงสว่าง LED และระบบการจัดการพลังงานอัจฉริยะ
3. การส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนและพลังงานสะอาด โดยเฉพาะการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนศูนย์กระจายสินค้า
4. การบริหารจัดการขนส่งและโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการวางแผนเส้นทางขนส่งที่เหมาะสม การใช้ยานพาหนะไฟฟ้า และการบำรุงรักษายานพาหนะอย่างสม่ำเสมอ
5. การลดและคัดแยกขยะในสาขาและศูนย์กระจายสินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6. การสร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานในการอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติผ่านโครงการฝึกอบรมและกิจกรรมส่งเสริมต่าง ๆ

การตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการก๊าซเรือนกระจก : มี

การตั้งเป้าหมายที่บริษัทมี : การตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero Greenhouse Gas Emissions), การตั้งเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality), การตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ

การตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero Greenhouse Gas Emissions)

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero Greenhouse Gas Emissions)

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย ระยะสั้น	ปีเป้าหมาย ระยะยาว	การรับรอง
ขอบเขตที่ 1-2	2566 : ปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,534.82 tCO_2e	2569 : ลด 5% เทียบกับปีฐาน	2585 : ลด 20% เทียบกับปีฐาน	• องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) : ไม่มี • Science-based Targets (SBTi) : ไม่มี

การตั้งเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality)

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality)

ขอบเขตการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย	การรับรอง
ขอบเขตที่ 1-2	2566 : ปล่อยก๊าซเรือนกระจก 3,534.82 tCO_2e	2593	ไม่มี

การตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ [7]

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ

ขอบเขตการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก	ปีฐาน	ปีเป้าหมายระยะสั้น	ปีเป้าหมายระยะยาว
ขอบเขตที่ 1-2	2566 : ปล่อยก๊าซเรือนกระจก 715.68 tCO_2e	2569 : ลด 5% เทียบกับปีฐาน	2585 : ลด 20% เทียบกับปีฐาน

หมายเหตุ : [7] ในส่วนการดำเนินงานของสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และสาขาของบริษัทฯ ที่อยู่ภายใต้การควบคุมการใช้พลังงานโดยตรง

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการจัดการก๊าซเรือนกระจก : มี

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินงานตามแผนการจัดการก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบข้อมูล การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ บริษัทฯ ได้ยกระดับการจัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูลด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเริ่มใช้แพลตฟอร์มสำหรับรวบรวมข้อมูลและได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญในการจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขต Scope 1, Scope 2 และ Scope 3 อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมข้อมูลด้านการใช้พลังงาน การใช้น้ำ การจัดการของเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมในห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างละเอียดและแม่นยำมากขึ้น ทั้งนี้ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่รายงานในปี 2568 เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลและการย้ายสำนักงานใหญ่ ซึ่งสะท้อนถึงความครอบคลุมของข้อมูลมากกว่าการเพิ่มขึ้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจริง โดยบริษัทฯ มีแผนดำเนินการทวนสอบข้อมูลโดยผู้ตรวจสอบภายนอกในปี 2569 เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในด้านการดำเนินงาน บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง เช่น การปรับเปลี่ยนระบบแสงสว่างเป็นหลอด LED ในสำนักงานและร้านค้า การบำรุงรักษาระบบปรับอากาศอย่างสม่ำเสมอ และการขยายการใช้พลังงานหมุนเวียนผ่านการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพิ่มเติมที่คลังสินค้าอ้อมใหญ่ เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากแหล่งพลังงานแบบดั้งเดิม

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และการขนส่งอย่างต่อเนื่อง โดยได้ปรับปรุงระบบการวางแผนเส้นทางขนส่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกระจายสินค้า ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำยานพาหนะไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) มาใช้ในกระบวนการขนส่ง อย่างไรก็ตาม จากการประเมินโครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งใช้ผู้ให้บริการด้านการขนส่งภายนอก (Third Party Logistics: 3PL) เป็นหลัก พบว่าการลงทุนในยานพาหนะไฟฟ้ายังไม่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการกำหนดแนวทางในการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งภายนอกให้มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ยานพาหนะที่ได้รับการบำรุงรักษาอย่างเหมาะสมและไม่ปล่อยมลพิษเกินมาตรฐาน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมการขนส่ง

ในส่วนของการจัดการบรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ ได้ดำเนินการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ขนส่งบางส่วนจากกล่องกระดาษเป็น ลังพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 สัดส่วนการใช้ลังพลาสติกเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 51 ของบรรจุภัณฑ์ขนส่งทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 27 ซึ่งช่วยลดการใช้บรรจุภัณฑ์แบบใช้ครั้งเดียว และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำนวน 3 คอลเลกชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ควบคู่กับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน บริษัทฯ ยังส่งเสริมการจัดการขยะตามหลัก 3Rs (Reduce-Reuse-Recycle)

อย่างเป็นระบบ โดยนำแนวปฏิบัติที่ดีจากการศึกษาดูงานด้านการจัดการขยะมาปรับใช้ในองค์กร พร้อมทั้งจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับการคัดแยกขยะ และดำเนินโครงการ “Give Back to Earth” ร่วมกับสถานศึกษาใกล้เคียงในการรณรงค์รีไซเคิลขวดพลาสติก เพื่อนำไปแปรรูปและใช้ประโยชน์ต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้ด้านความยั่งยืนภายในองค์กร โดยจัดให้มีการอบรม ESG DNA ให้แก่พนักงานผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจด้าน ESG และส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ ซึ่งไม่เพียงช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ควบคุมต้นทุน และสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจในระยะยาว

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Emissions)

บริษัทฯ ใช้โปรแกรมคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของบริษัท เคไคลเมท 1.5 จำกัด และมีแผนทวนสอบข้อมูลโดยหน่วยงานภายนอกในปี 2569 เพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในหัวข้อการบริหารจัดการทรัพยากร โดยในการรายงานนี้ "พื้นที่ใช้สอย" หมายถึง พื้นที่รวมของสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และสาขาทั้งหมด และ "สาขา" หมายถึง สาขา Moshi Moshi, Garlic, The OK Station และ Giant

ตารางที่ 1.1: สรุปการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและความเข้มข้น (Scope 1 & 2 เท่านั้น)

รายการ	หน่วย	2566 (ปีฐาน)	2567	2568	การเปลี่ยนแปลงจากปีฐาน (%)
ข้อมูลพื้นฐาน					
รายได้	ล้านบาท	2,543.26	3,127.91	3,682.74	44.8%
จำนวนสาขา	สาขา	131	164	202	54.2%
พื้นที่ใช้สอยรวม	ตร.ม.	49,122.06	56,039.10	62,779.26	27.8%
การปล่อย GHG (Scope 1 & 2)	tCO_2e	**3,534.82**	**4,354.52**	**5,307.43**	**50.1%**
ความเข้มข้น GHG (Scope 1 & 2)					
ต่อรายได้	tCO_2e/ล้านบาท	1.39	1.39	1.44	+3.6%
ต่อจำนวนสาขา	tCO_2e/สาขา	26.98	26.55	26.27	-2.6%
ต่อพื้นที่ใช้สอย	tCO_2e/ตร.ม.	0.07	0.08	0.08	+17.48%

ตารางที่ 1.2: สรุปการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและความเข้มข้น (รวมทุก Scope 1 & 2 & 3)

รายการ	หน่วย	2566 (ปีฐาน)	2567	2568	การเปลี่ยนแปลงจากปีฐาน (%)
ข้อมูลพื้นฐาน					
รายได้	ล้านบาท	2,543.26	3,127.91	3,682.74	44.8%
จำนวนสาขา	สาขา	131	164	202	54.2%
พื้นที่ใช้สอยรวม	ตร.ม.	49,122.06	56,039.10	62,779.26	27.8%
การปล่อย GHG (All Scopes)	tCO_2e	3,534.82*	4,354.52*	6,315.79	78.7%
ความเข้มข้น GHG (All Scopes)					
ต่อรายได้	tCO_2e/ล้านบาท	1.39	1.39	1.71	+23.4%
ต่อจำนวนสาขา	tCO_2e/สาขา	26.98	26.55	31.27	+15.9%
ต่อพื้นที่ใช้สอย	tCO_2e/ตร.ม.	0.07	0.08	0.10	+39.8%

หมายเหตุ :

- ปี 2566 และ 2567 บริษัทฯ ยังไม่ได้เก็บข้อมูล Scope 3 จึงมีค่าเท่ากับ Scope 1 & 2 เท่านั้น
- ปี 2568 บริษัทฯ เริ่มเก็บข้อมูล Scope 3 เพิ่มเติม ส่งผลให้ GHG รวม และ Intensity เพิ่มขึ้น
- ตารางที่ 1.1 แสดงการเปรียบเทียบแบบ apple-to-apple (Scope 1 & 2 เท่านั้น) เพื่อดูเทรนด์ที่แท้จริง
- ตารางที่ 1.2 แสดงการปล่อยรวมทั้งหมดตามมาตรฐานสากล

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงความเข้มข้นการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2566-2568) บริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญในการขยายธุรกิจ โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.8 จาก 2,543.26 ล้านบาทในปี 2566 เป็น 3,682.74 ล้านบาทในปี 2568 จำนวนสาขาเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.2 จาก 131 สาขาเป็น 202 สาขา และพื้นที่ใช้สอยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.8 จาก 49,122 ตารางเมตร เป็น 62,779 ตารางเมตร อย่างไรก็ตาม การเติบโตทางธุรกิจนี้มาพร้อมกับความท้าทายในการบริหารจัดการพลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อพิจารณาจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 1 และ 2 (Scope 1 & 2) ซึ่งเป็นการปล่อยที่บริษัทฯ สามารถควบคุมได้โดยตรง พบว่าแม้ปริมาณการปล่อยรวมจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 50.1 จาก 3,534.82 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2566 เป็น 5,307.43 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2568 เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจ แต่เมื่อวิเคราะห์ในมุมของความเข้มข้น (Intensity) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพที่แท้จริง บริษัทฯ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการควบคุมและปรับปรุงประสิทธิภาพได้

ความเข้มข้นของ GHG ต่อจำนวนสาขาลดลงจาก 26.98 เป็น 26.27 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อสาขา หรือลดลงร้อยละ 2.6 เมื่อเทียบกับปีฐาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแต่ละสาขาใหม่ที่เปิดขึ้นมามีประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่ดีกว่าสาขาเดิม เป็นผลมาจากการออกแบบสาขาใหม่ที่คำนึงถึงประสิทธิภาพพลังงาน การติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน เช่น ระบบแอร์ที่มีค่า SEER สูง ระบบแสงสว่าง LED และระบบบริหารจัดการพลังงานอัตโนมัติ รวมถึงการนำแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) ด้านการจัดการพลังงานมาใช้ในทุกสาขา การลดลงของความเข้มข้นต่อสาขานี้เป็นความสำเร็จที่สำคัญ เพราะแม้จะเปิดสาขาใหม่เพิ่มขึ้นถึง 71 สาขาในช่วง 3 ปี แต่ก็ยังสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ยต่อสาขาได้

สำหรับความเข้มข้นของ GHG ต่อรายได้ เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียงร้อยละ 3.6 จาก 1.39 เป็น 1.44 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท แสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ สามารถรักษาประสิทธิภาพการสร้างรายได้เมื่อเทียบกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ค่อนข้างคงที่ แม้ว่าจะมีการลงทุนขยายสาขาใหม่และโครงสร้างพื้นฐานที่อาจส่งผลให้มีการใช้พลังงานเพิ่มขึ้นในระยะเริ่มต้น การเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำนี้ถือเป็นสัญญาณที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาว่ารายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.8 ในขณะที่ความเข้มข้นต่อรายได้เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.6 หมายความว่าบริษัทฯ สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นได้มากกว่าการเพิ่มขึ้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างชัดเจน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ดีขึ้นและการเติบโตของรายได้ที่เป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ความเข้มข้นของ GHG ต่อพื้นที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.48 จาก 0.07 เป็น 0.08 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายพื้นที่การดำเนินงานอย่างรวดเร็วในช่วง 3 ปี การขยายพื้นที่สำนักงานใหญ่และการเพิ่มโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ ส่งผลให้มีการใช้พลังงานเพิ่มขึ้นต่อพื้นที่ด้วย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบนี้ เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาคลังสินค้า การใช้ระบบกักเก็บพลังงาน และการติดตั้งระบบบริหารจัดการพลังงานอัจฉริยะ (Smart Energy Management System) ที่สามารถปรับการใช้พลังงานให้เหมาะสมตามความต้องการจริง

การรายงาน Scope 3: ความโปร่งใสและความครบถ้วนสมบูรณ์

ปี 2568 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของบริษัทฯ ในการยกระดับการรายงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มเก็บข้อมูลและรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 (Scope 3) เป็นครั้งแรก โดยในปีแรกได้เริ่มจากการเก็บข้อมูลบางส่วนของหมวด 3.1 สินค้าและบริการที่ซื้อ (Purchased Goods and Services) โดยเฉพาะการซื้อวัสดุอุปกรณ์ในสำนักงาน จำนวน 1,008.36 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งแม้จะเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการปล่อยทางอ้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่า แต่ก็สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร และเป็นก้าวแรกที่สำคัญในการรายงานตามมาตรฐานสากล GHG Protocol ที่กำหนดให้องค์กรควรรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ขอบเขตเพื่อให้เห็นภาพรวมที่สมบูรณ์ โดยบริษัทฯ มีแผนที่จะขยายขอบเขตการเก็บข้อมูล Scope 3 ในหมวดอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องในอนาคต

การรวม Scope 3 เข้ามาในการรายงาน ส่งผลให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมเพิ่มขึ้นจาก 3,534.82 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2566 เป็น 6,315.79 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2568 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 78.7 จากปีฐาน และความเข้มข้นต่าง ๆ

เพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยความเข้มข้นต่อรายได้เพิ่มขึ้นจาก 1.39 เป็น 1.71 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.4 ความเข้มข้นต่อจำนวนสาขาเพิ่มขึ้นจาก 26.98 เป็น 31.27 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อสาขา หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.9 และความเข้มข้นต่อพื้นที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นจาก 0.07 เป็น 0.10 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อตารางเมตร หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.8

การที่บริษัทฯ เริ่มเก็บข้อมูล Scope 3 แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรที่โปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม โดยไม่เพียงแต่มุ่งเน้นการปล่อยที่เกิดขึ้นภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับผลกระทบทางอ้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ข้อมูล Scope 3 นี้จะเป็นฐานสำคัญ (Baseline) ในการวางแผนและดำเนินมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคต เช่น การทำงานร่วมกับคู่ค้าและซัพพลายเออร์เพื่อลดการปล่อยในห่วงโซ่อุปทาน การส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดในการขนส่งและโลจิสติกส์ การปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการของเสียและการรีไซเคิล การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนให้พนักงานใช้พาหนะที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำหรือพลังงานสะอาดในการเดินทางมาทำงาน

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเปรียบเทียบเฉพาะสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และ 3 Standalone ที่มีอยู่แล้วในปีฐาน 2566 เท่านั้น (ไม่รวม Standalone ใหม่ 5 สาขาในปี 2567 และ 7 สาขาในปี 2568)

ปี	พื้นที่ที่เปรียบเทียบ	ขอบเขต 1 (tCO_2e)	ขอบเขต 2 (tCO_2e)	ขอบเขต 3 (tCO_2e)	รวม (tCO_2e)
2566 (ปีฐาน)	สำนักงานใหญ่ + คลังสินค้า + 3 Standalone	99.54	616.14	N/A	715.68
2567	สำนักงานใหญ่ + คลังสินค้า + 3 Standalone (เดิม)	101.58	658.31	N/A	759.89
2568	สำนักงานใหญ่ + คลังสินค้า + 3 Standalone (เดิม)	113.34	719.43	N/A	677.54

หมายเหตุ: การเปรียบเทียบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบปีฐาน

บริษัทฯ เปรียบเทียบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกับปีฐาน 2566 ในกลุ่มหน่วยงานเดิม 5 แห่ง ได้แก่ สำนักงานใหญ่ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ สาขาสำเพ็ง สาขาซอยละลายทรัพย์ และ The OK Station

ความเข้มข้นและการเปลี่ยนแปลง

ปี	ความเข้มข้นต่อหน่วยงาน ((tCO_2e)/หน่วย)	การเปลี่ยนแปลงเทียบปีก่อน (%)	การเปลี่ยนแปลงเทียบปีฐาน (%)	ความเข้มข้นต่อรายได้ (tCO_2e) /ล้านบาท)	การเปลี่ยนแปลงเทียบปีก่อน (%)	การเปลี่ยนแปลงเทียบปีฐาน (%)
2566 (ปีฐาน)	143.14	-	-	281.40	-	-
2567	151.98	6.18%	6.18%	242.94	-13.67%	-13.67%
2568	135.51	-10.84%	-5.33%	183.98	-24.27%	-34.62%

บริษัทฯ ได้ติดตามปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉพาะพื้นที่ที่อยู่ภายใต้การควบคุมโดยตรง ได้แก่ สำนักงานใหญ่ คลังสินค้า และ 3 สาขา Standalone ที่มีอยู่แล้วในปีฐาน โดยไม่รวมสาขาใหม่ที่เปิดเพิ่มในปี 2567 และ 2568

จากผลการดำเนินงานในปี 2567 พบว่า ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมอยู่ที่ 759.89 tCO_2e เพิ่มขึ้นจากปีฐาน 2566 ซึ่งอยู่ที่ 715.68 tCO_2e หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.18 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่าความเข้มข้นต่อรายได้ (GHG Intensity) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพที่สะท้อนถึงการเติบโตของธุรกิจ พบว่ามีค่าลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 281.40 เป็น 242.94 tCO_2e ต่อล้านบาทรายได้ หรือลดลงร้อยละ 13.67 เมื่อเทียบกับปีฐาน ในปี 2568 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมลดลงมาอยู่ที่ 677.54 tCO_2e หรือลดลงร้อยละ 5.33 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2566 ซึ่งบรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่บริษัทฯ กำหนดไว้ที่ร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีฐาน นอกจากนี้ ค่าความเข้มข้นต่อรายได้ยังลดลงต่อเนื่องมาอยู่ที่ 183.98 tCO_2e ต่อล้านบาทรายได้ หรือลดลงถึงร้อยละ 34.62 เมื่อเทียบกับปีฐาน สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก-พื้นที่ที่ควบคุมได้ รวมเฉพาะสำนักงานใหญ่ + คลังสินค้า + สาขา Standalone

ปี	พื้นที่ที่ควบคุมได้	ขอบเขต 1 (tCO_2e)	ขอบเขต 2 (tCO_2e)	ขอบเขต 3 (tCO_2e)	รวม (tCO_2e)
2566 (ปีฐาน)	สำนักงานใหญ่ + คลังสินค้า + 3 Standalone	99.54	616.14	n/a	715.68
2567	สำนักงานใหญ่ + คลังสินค้า + 8 Standalone	101.58	658.31	n/a	759.89
2568	สำนักงานใหญ่ + คลังสินค้า + 15 Standalone	113.34	719.43	n/a	832.77

หมายเหตุ: ขอบเขตการรายงานและจำนวนสาขา

บริษัทฯ มีการขยายขอบเขตการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องรวมทั้งสิ้น 17 แห่ง (ข้อมูล ณ ปี 2568) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปี 2566 (5 แห่ง): กลุ่มหน่วยงานฐานเดิม (Base Year) ได้แก่ สำนักงานใหญ่ คลังสินค้าอ้อมใหญ่ สาขาสำเพ็ง สาขาซอยละลายทรัพย์ และ The OK Station

ปี 2567 (เพิ่ม 5 แห่ง รวมเป็น 10 แห่ง): ขยายสู่กลุ่ม Standalone ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา-บางแสน และ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปี 2568 (เพิ่ม 7 แห่ง รวมเป็น 17 แห่ง): ขยายสู่กลุ่ม Standalone เพิ่มเติม ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สาขาวัดเทียนดัด สาขาวังสะพุง สาขาหลังสวน จังหวัดอุทัยธานี และ จังหวัดตราด

ปี	จำนวนหน่วยงาน	ความเข้มข้นต่อหน่วยงาน ((tCO_2e)/หน่วยงาน)	การเปลี่ยนแปลงเทียบปีฐาน (%)	รายได้ (ล้านบาท)	ความเข้มข้นต่อรายได้ ((tCO_2e)/ล้านบาท)	การเปลี่ยนแปลงเทียบปีฐาน (%)
2566 (ปีฐาน)	5	143.14	-	2,543.26	281.40	-
2567	10	75.99	-46.91%	3,127.91	242.94	-13.67%
2568	17	48.99	-65.78%	3,682.74	226.13	-19.64%

จากการติดตามผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 และ Scope 2) เทียบกับเป้าหมายระยะกลางที่ตั้งไว้ในการลดลงร้อยละ 5 จากปีฐาน 2566 พบว่า องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ทั้งนี้ ในปี 2568 มีการใช้สารที่อยู่ภายใต้การควบคุมของพิธีสารมอนทรีออล โดยมีค่า Emissions of ozone-depleting substances เท่ากับ 15.31 tCO_2e

ทิศทางและเป้าหมายในอนาคต

จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทฯ มีความมั่นใจว่าสามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำได้ แม้ว่าธุรกิจจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การที่บริษัทฯ สามารถลดความเข้มข้นของ GHG ต่อจำนวนสาขาได้ร้อยละ 2.3 (เมื่อพิจารณาเฉพาะ Scope 1 & 2) ในช่วงที่ธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความมุ่งมั่นในการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ จะยังคงมุ่งมั่นปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานในทุกมิติของการดำเนินงาน ทั้งการลงทุนในเทคโนโลยีสะอาดและพลังงานหมุนเวียน เช่น การขยายการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในสาขาและคลังสินค้าเพิ่มเติม การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ตระหนักและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทฯ จะทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้า เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีเป้าหมายในการลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในทุกมิติอย่างต่อเนื่อง และตั้งเป้าหมายระยะยาวในการบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2593 เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

โครงการสำคัญในปี 2568

โครงการและกิจกรรมด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินโครงการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในหลายมิติ โดยเฉพาะการศึกษาและดำเนินโครงการที่มุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ประกอบด้วยการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์เพิ่มเติม การศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้รถยนต์ไฟฟ้าเพื่อการขนส่ง และการดำเนินโครงการลดการใช้กระดาษอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังตระหนักถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะสถานการณ์ภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น จึงได้จัดทำแผนรองรับความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยเฉพาะน้ำท่วม และวางแผนจ้างที่ปรึกษาในปี 2569 เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากสถานการณ์โลกร้อนที่อาจเพิ่มขึ้น 2 องศาเซลเซียส พร้อมทั้งประเมินความเสี่ยง ผลกระทบทางการเงิน โอกาสในการปรับตัว และแนวทางการบรรเทาความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ

1. โครงการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์

โครงการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด ลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล และช่วยลดต้นทุนด้านพลังงานของบริษัทฯ ในระยะยาว นอกจากนี้ โครงการยังมีเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อน และสนับสนุนแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานแสงอาทิตย์แทนพลังงานไฟฟ้าจากระบบดั้งเดิมยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร ตลอดจนเป็นต้นแบบให้แก่ธุรกิจอื่น ๆ ในการปรับเปลี่ยนมาใช้พลังงานทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

การประยุกต์ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ผ่านระบบโซลาร์เซลล์ เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาที่ยั่งยืน ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล สอดคล้องกับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ของประเทศไทย บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์ เพิ่มเติมที่คลังสินค้าอ้อมใหญ่ในปี 2568 ให้ครอบคลุมพื้นที่ตามความเหมาะสมของการใช้ไฟฟ้า สามารถผลิตไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ได้รวม 174,584 กิโลวัตต์ชั่วโมง คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 47 ของพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในคลังสินค้าอ้อมใหญ่ทั้งหมดตลอดปี 2568 จากการดำเนินการดังกล่าวเทียบเท่ากับการลดการใช้ถ่านหินได้ 69.83 ตัน หรือเทียบเท่าการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 83.80 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ (tCO_2e)*

การผลิตไฟฟ้าในประเทศไทยมาจากเชื้อเพลิงหลายประเภท โดยมีก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงหลักที่ร้อยละ 60 รองลงมาคือถ่านหินร้อยละ 20 และพลังงานหมุนเวียนรวมถึงแหล่งพลังงานอื่น ๆ อีกร้อยละ 20 โดยการผลิตไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์ทุก 1,000 กิโลวัตต์-ชั่วโมง (kWh) จะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตไฟฟ้าทั้งระบบได้ประมาณ 480 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ ($kgCO_2$) และมีค่าเทียบเท่ากับการลดการใช้ถ่านหินมาตรฐานในการผลิตไฟฟ้าได้ 400 กิโลกรัม (kg)

(*หมายเหตุ: การคำนวณอ้างอิงจากค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (TGO) ที่ 0.48 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ต่อกิโลวัตต์-ชั่วโมง และค่ามาตรฐานการผลิตไฟฟ้าจากถ่านหินของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ที่ 0.40 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์ต่อกิโลวัตต์-ชั่วโมง)

2. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้รถยนต์ไฟฟ้าเพื่อการขนส่ง

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้รถยนต์ไฟฟ้าเพื่อการขนส่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิภาพ ความคุ้มค่า และผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในการปรับเปลี่ยนจากรถยนต์ที่ใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลมาเป็นรถยนต์ไฟฟ้า โดยมุ่งเน้นลดต้นทุนด้านพลังงาน ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดมลพิษทางอากาศที่เกิดจากการขนส่งสินค้า นอกจากนี้ โครงการยังมีเป้าหมายในการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ สอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืน และสนับสนุนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับองค์กรและระดับสากล

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำยานพาหนะไฟฟ้ามาใช้ในการดำเนินงาน โดยพิจารณาจากโครงสร้างธุรกิจที่บริษัทฯ อาศัยบริการจากผู้ให้บริการด้านการขนส่งภายนอก (Third Party Logistics) เป็นหลัก จากการศึกษาพบว่า การลงทุนในยานพาหนะไฟฟ้าไม่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในปัจจุบัน

ดังนั้น บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการกำหนดมาตรการในการคัดเลือกและทำงานร่วมกับผู้ให้บริการด้านการขนส่งภายนอก โดยกำหนดเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน เช่น การใช้ยานพาหนะที่ได้รับการบำรุงรักษาอย่างดี มีมาตรฐานการปล่อยมลพิษที่เป็นไปตามกฎหมาย และไม่ปล่อยควันดำ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมการขนส่ง

3. โครงการลดการใช้กระดาษ

โครงการลดการใช้กระดาษมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดปริมาณขยะที่เกิดจากกระดาษ และสนับสนุนแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนไปสู่ระบบดิจิทัลเพื่อลดการพิมพ์เอกสารที่ไม่จำเป็น รวมถึงการใช้กระดาษรีไซเคิลในงานสำนักงาน นอกจากนี้ โครงการยังมีเป้าหมายในการลดต้นทุนการดำเนินงาน ลดการตัดต้นไม้เพื่อผลิตกระดาษ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิตและกำจัดกระดาษที่ใช้แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

โครงการลดปริมาณการใช้กระดาษของสำนักงานและสาขาประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษรายงานการขายและใบกำกับภาษีได้ 50 รีม หรือลดลงร้อยละ 2.49 เมื่อเทียบกับปี 2567 การลดการใช้กระดาษ 50 รีมของบริษัทฯ ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ โดยช่วยลดปริมาณขยะกระดาษได้กว่า 109 กิโลกรัม (kg) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

4. โครงการใบเสร็จเพื่อโลกสีเขียว

บริษัทฯ มุ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ โดยเริ่มจากจุดเล็ก ๆ ที่สัมผัสกับลูกค้าทุกราย นั่นคือใบเสร็จรับเงิน ด้วยการเลือกใช้กระดาษ Cashier ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน FSC ในทุกสาขาทั้งที่มีอยู่เดิมและที่เปิดใหม่ บริษัทฯ แสดงจุดยืนอย่างชัดเจนในการสนับสนุนการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน โดย FSC หรือ Forest Stewardship Council มอบคุณค่าสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเข้ากับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากองค์กรนี้มาจากป่าที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ซึ่งหมายถึงการตัดไม้ที่คำนึงถึงอัตราการฟื้นฟูตามธรรมชาติ และการปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศ

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการขยายการใช้กระดาษที่มีการรับรองมาตรฐาน FSC ไปยังทุกสาขาทั่วประเทศอย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้อย่างยั่งยืนแก่พนักงานและลูกค้า ในปี 2568 บริษัทฯ มีมูลค่าการจัดซื้อกระดาษที่ได้รับการรับรอง FSC เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.77 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สะท้อนทั้งการขยายตัวของธุรกิจและความมุ่งมั่นในการยกระดับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร ผลการดำเนินงานนี้นับเป็นก้าวสำคัญในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

5. การเตรียมความพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเฉพาะสถานการณ์โลกร้อนที่อาจส่งผลให้อุณหภูมิโลกเพิ่มขึ้น 2 องศาเซลเซียส ซึ่งจะนำมาซึ่งภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น เช่น น้ำท่วม พายุ และภัยแล้ง ที่อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกที่มีสาขา 202 สาขาทั่วประเทศ โดยเฉพาะด้านการจัดเก็บและขนส่งสินค้าระหว่างสาขาและคลังสินค้า

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

5.1 แผนรองรับความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP)

บริษัทฯ ได้จัดทำแผนรองรับความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) เพื่อรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยเฉพาะสถานการณ์น้ำท่วม ซึ่งครอบคลุมถึง

- การวางแผนเส้นทางการขนส่งสินค้าทางเลือกเมื่อเกิดน้ำท่วม
- การเตรียมความพร้อมของคลังสินค้าและสาขาในพื้นที่เสี่ยง
- ระบบการสื่อสารและการประสานงานในภาวะฉุกเฉิน
- แผนการจัดหาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
- การประกันภัยที่เหมาะสมเพื่อบรรเทาความเสียหาย

5.2 แผนการว่าจ้างที่ปรึกษาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ปี 2569)

บริษัทฯ วางแผนจ้างที่ปรึกษาเฉพาะทางในปี 2569 เพื่อทำการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเกี่ยวกับ

- การประเมินผลกระทบ (Impact Assessment) วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจจากสถานการณ์โลกร้อนที่เพิ่มขึ้น 2 องศาเซลเซียส ทั้งด้านการดำเนินงาน ห่วงโซ่อุปทาน และโครงสร้างพื้นฐาน
- การประเมินความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Assessment) คำนวณความเสียหายทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น ความเสียหายจากน้ำท่วม การหยุดชะงักของการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟู
- การระบุโอกาส (Opportunity Identification) ค้นหาโอกาสในการปรับตัวและพัฒนาธุรกิจ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี
- แนวทางการบรรเทาและปรับตัว (Mitigation and Adaptation Strategies) พัฒนากลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อลดความเสี่ยง เพิ่มความสามารถในการปรับตัว และสร้างความยืดหยุ่นทางธุรกิจ (Business Resilience)

การดำเนินงานดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทฯ มีความพร้อมในการรับมือกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีการรั่วไหลที่มีนัยสำคัญในรอบปีที่รายงาน

การจัดการเพื่อลดปัญหาก๊าซเรือนกระจก : ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

	2566	2567	2568
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	3,534.82	4,354.52	6,315.79
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 1 (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	99.54	101.58	185.22
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 2 (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	3,435.28	4,252.94	5,122.21
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก - ขอบเขตที่ 3 (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	N/A	N/A	1,008.36

การจัดการเพื่อลดปัญหาก๊าซเรือนกระจก : การทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา

การทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท : ไม่มี

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านอื่น ๆ

แผนงาน ผลการดำเนินงาน ผลลัพธ์เกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน คือกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบหรือผลิตมาโดยมีจุดประสงค์เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะในด้านของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การผลิตที่ไม่ปล่อยมลพิษ หรือการใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ โดยไม่ลดทอนคุณภาพและความปลอดภัยของตัวสินค้า ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับความสนใจผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากมีความตระหนักรู้ในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการผลิต ใช้ และทิ้งผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการใช้ทรัพยากรที่เพิ่มขึ้น

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเกิดเป็นความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับบริษัทฯ ในการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และเป็นความท้าทายของบริษัทฯ ในการสร้างสมดุลของต้นทุนการผลิตและบริหารจัดการคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ คัดสรรมาจำหน่าย ผลิตจากกระบวนการที่ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเมื่อเทียบกับการผลิตแบบดั้งเดิมจริง มีความปลอดภัยในการใช้งานตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ในราคาที่จับต้องได้สำหรับผู้บริโภคตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ซึ่งส่งเสริมการจัดหาสินค้าและวัสดุที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน และเป็นแรงผลักดันที่ส่งเสริมให้บริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีการนำวัสดุรีไซเคิลหรือวัสดุธรรมชาติมาใช้ในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นอกจากการกำหนดมาตรฐานการผลิตที่ยั่งยืนแล้ว บริษัทฯ ยังพิจารณาถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change): การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตและการใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน ประเด็นนี้จึงเป็นแรงผลักดันสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้พลังงานทดแทนในกระบวนการผลิต หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานยาวนานและสามารถรีไซเคิลได้
- การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ: การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่ยั่งยืน เช่น น้ำ แร่ธาตุ และพลังงาน เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและทำให้ทรัพยากรธรรมชาติหมดไปเร็วกว่าที่ธรรมชาติจะฟื้นฟูได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุดจึงเป็นสิ่งจำเป็น
- การตระหนักรู้ของผู้บริโภค: ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความตระหนักมากขึ้นเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองว่าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ ใช้วัสดุจากธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ที่ปล่อยมลพิษน้อย

นโยบายและแนวปฏิบัติ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัสดุรีไซเคิลและวัสดุที่ย่อยสลายได้ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้เป้าหมายหลักของบริษัทฯ คือมีส่วนร่วมในการพัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการกระตุ้นให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาวัสดุและวิธีการออกแบบและกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามในสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันบริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาและพัฒนากระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มต้นด้วยการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัสดุรีไซเคิลและวัสดุที่ย่อยสลายได้ เช่น พลาสติกรีไซเคิล กระดาษรีไซเคิล เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต้องราคาที่จับต้องได้ให้ออกสู่ตลาดมากขึ้นตามแนวทางของคุณค่าของบริษัทด้าน Sustainable living

เป้าหมายการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 1 คอลเลกชัน ภายในปี 2568

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. เพิ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 5 คอลเลกชัน ภายในปี 2573

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. เพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ผลการดำเนินงานปี 2568

ในปี 2568 บริษัทฯ มีเป้าหมายเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 1 คอลเลกชัน และตั้งเป้าขยายเป็น 5 คอลเลกชันภายในปี 2573 โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ สามารถดำเนินการได้เกินเป้าหมาย ด้วยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Eco-Friendly ทั้งหมด 3 คอลเลกชัน

1. คอลเลกชัน "หมวดของใช้ในบ้าน" ผลิตภัณฑ์ในคอลเลกชันนี้ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล เช่น พลาสติกรีไซเคิลและกระดาษรีไซเคิล ที่ผ่านการคัดสรรอย่างพิถีพิถัน โดยมีคุณภาพและความปลอดภัยเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด พร้อมทั้งจำหน่ายในราคาที่เข้าถึงได้สำหรับผู้บริโภคทั่วไป ในการผลิตคอลเลกชันดังกล่าว บริษัทฯ ได้นำเม็ดพลาสติก Recycle มาใช้เป็นวัตถุดิบหลัก รวมน้ำหนักทั้งสิ้น 1,904 กิโลกรัม ซึ่งช่วยทดแทนการใช้พลาสติกใหม่ในกระบวนการผลิต และลดปริมาณขยะพลาสติกรวมถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีนัยสำคัญ

2. คอลเลกชัน "หมวดกระเป๋า" คอลเลกชันนี้มุ่งเน้นการลดการสะสมขยะในสิ่งแวดล้อมผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานยาวนาน เพื่อลดความถี่ในการทิ้งและการจัดซื้อใหม่ โดยผลิตจากผ้าที่มีส่วนผสมของเส้นใยซึ่งแปรรูปมาจากขวดพลาสติกรีไซเคิล รวมจำนวนทั้งสิ้น 31,922 ขวด เส้นใยสังเคราะห์ที่ได้จากกระบวนการแปรรูปดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นส่วนผสมหลักในการผลิตผ้าสำหรับคอลเลกชันกระเป๋า ซึ่งช่วยดึงขยะพลาสติกออกจากวงจรสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. คอลเลกชัน "หมวดเครื่องเขียน" ผลิตภัณฑ์ในคอลเลกชันนี้ใช้วัสดุรีไซเคิลและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตเมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม โดยบริษัทฯ ได้นำกระดาษรีไซเคิล รวมจำนวนทั้งสิ้น 36 รีม มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องเขียน การใช้กระดาษรีไซเคิลดังกล่าวช่วยลดความจำเป็นในการตัดไม้เพื่อผลิตกระดาษใหม่ และยังมีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตได้อีกด้วย

การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Eco-Friendly ทั้ง 3 คอลเลกชันนี้ ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการสร้างสมดุลระหว่างคุณภาพ ราคา และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของคุณค่าของบริษัทฯ ด้าน Sustainable Living

บริษัทฯ มีแผนที่จะพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยศึกษาและนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้บริโภคในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนเพื่ออนาคตที่ดีกว่าของโลกใบนี้

โครงการสำคัญในปี 2568

1. โครงการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

บริษัทฯ ได้ดำเนินการศึกษาและพัฒนาโครงการผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โครงการนี้มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการใช้วัสดุรีไซเคิลในการผลิตสินค้า เพื่อลดการใช้ทรัพยากรใหม่และลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการผลิตที่ใช้วัสดุสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

ในการคัดเลือกประเภทสินค้าที่จะนำมาผลิตและออกแบบ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงแนวทางการใช้วัสดุรีไซเคิลในการผลิตสินค้าเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยสินค้าที่ได้รับการคัดเลือก ได้แก่

1) สมุด ทำมาจากกระดาษรีไซเคิล

2) กระเป๋า ผลิตจากผ้าที่ทำจากขวดพลาสติกใช้แล้ว

3) ตะกร้า ไม้แขวนเสื้อ ถังขยะ และผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นที่ผลิตจากเศษพลาสติกเชื้อ PP (Polypropylene) และ PS (Polystyrene) ซึ่งเป็นของเสียจากกระบวนการผลิต

การคัดเลือกประเภทสินค้าทั้ง 3 ประเภทนี้ได้พิจารณาจากความนิยมในตลาดและความสามารถในการใช้วัสดุรีไซเคิลเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะเน้นความสวยงาม ความทนทาน และความยั่งยืนเพื่อให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและการลดขยะ

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านอื่น ๆ

แผนงาน ผลการดำเนินงาน ผลลัพธ์เกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ

การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบัน ภาคธุรกิจต่างตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการใช้บรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาขยะพลาสติกที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อระบบนิเวศและสิ่งมีชีวิต แรงผลักดันสำคัญมาจากทั้งกฎระเบียบของภาครัฐที่เข้มงวดมากขึ้น ความคาดหวังของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบของภาคธุรกิจต่อสังคมที่มีมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงสู่การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่เพียงเป็นการตอบสนองต่อความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญ องค์กรต่างเล็งเห็นว่าการลดผลกระทบเชิงลบและสร้างคุณค่าเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

นอกจากนี้ ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัทฯ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน หรือชุมชน ต่างคาดหวังให้บริษัทฯ แสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนตามนโยบายสิ่งแวดล้อมขององค์กร จึงมีสำคัญต่อการตอบโจทย์ความคาดหวังเหล่านี้ ดังนั้น การดำเนินการอย่างต่อเนื่องจะช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ลดการเกิดขยะ สร้างคุณค่าตามแนวทางขององค์กร และสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ย่อยสลายและใช้ได้ครั้งเดียวมีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นของขยะ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงมีความสำคัญต่อการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ จึงพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้ ในการจัดการปัญหาการใช้พลาสติกและการใช้วัสดุในบรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการสร้างความยั่งยืนในระบบการผลิตและการบริโภค

1. ปัจจัยด้านการลดการใช้พลาสติกชนิดที่ย่อยสลายได้ยาก
2. ปัจจัยด้านการใช้วัสดุรีไซเคิล
3. ปัจจัยด้านขนาดและน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์

นโยบายและแนวปฏิบัติ

บริษัทฯ คำนึงถึงความสำคัญของการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานและการใช้บรรจุภัณฑ์ให้เกิดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบริษัทฯ ดำเนินการหลากหลายวิธีเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายในปี 2568 ให้มีการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ 3 SKUs และการเปลี่ยน Tag จากกระดาษทั่วไป เป็นกระดาษรีไซเคิล การดำเนินงานเริ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถลดการใช้บรรจุภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดหรือเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เพื่อไม่ให้เกิดการใช้วัสดุที่เป็นภาระต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ด้วยการดำเนินการดังกล่าว บริษัทฯ ไม่เพียงแต่ช่วยลดการใช้ทรัพยากรและขยะ แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและผู้บริโภค

เป้าหมายการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ลดพลาสติกหุ้มผลิตภัณฑ์จำนวน 3 SKUs ต่อปี
2. ศึกษาและทดลองใช้วัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยั่งยืนและสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้มากขึ้น
2. เปลี่ยน Tag จากกระดาษทั่วไปเป็นกระดาษรีไซเคิลภายในปี 2570

3. ขยายการใช้วัสดุรีไซเคิลในบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. เพิ่มการเปลี่ยนวัสดุบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุรีไซเคิล หรือลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ให้ได้อย่างน้อย 4 ผลิตภัณฑ์ต่อปี

2. พัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนเป้าหมายความยั่งยืนในระยะยาว

ผลการดำเนินงานปี 2568

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการลดการใช้ถุงพลาสติก OPP (Oriented Polypropylene) ซึ่งเป็นพลาสติกที่นิยมใช้หุ้มผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมค้าปลีก 4 SKUs โดยได้ยกเลิกการใช้ถุง OPP หุ้มผลิตภัณฑ์ 4 ประเภท ได้แก่ ถุงหุ้มปากกา ถุงหุ้มตัวหนีบ ถุงหุ้มตะขอ และกล่องใส่กระเป๋าดินสอ การดำเนินการดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกที่จะเข้าสู่ระบบการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาขยะพลาสติก ซึ่งเป็นหนึ่งในความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญในปัจจุบัน

โครงการสำคัญในปี 2568

1. โครงการลดการใช้บรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ ดำเนินการลดการใช้พลาสติกหุ้มได้โดยไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพและความสวยงามของผลิตภัณฑ์ จากนั้นทดสอบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้มั่นใจว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อสินค้าและความสวยงาม เพื่อลดการใช้พลาสติกที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ เป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการสะสมของขยะพลาสติกที่จะเกิดขึ้นตามสาขาต่าง ๆ ของบริษัทฯ โดยผลจากการลดการใช้พลาสติกห่อหุ้ม รวมทั้งสิ้น 592,892 ใบ คิดเป็นปริมาณน้ำหนักพลาสติกที่ลดลงได้ทั้งหมด 777 กิโลกรัม

2. โครงการเปลี่ยนป้ายกระดาษทั่วไปเป็นกระดาษรีไซเคิล

โครงการนี้มุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังที่จะลดปริมาณขยะในธรรมชาติ ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ และสนับสนุนการรีไซเคิลและการใช้วัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ จึงคัดเลือกประเภทของกระดาษรีไซเคิลที่เหมาะสมนำมาใช้ผลิต Tag สำหรับนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยพิจารณาถึงคุณภาพของกระดาษ เพื่อให้การใช้งานมีประสิทธิภาพสูงสุด กระดาษที่เลือกใช้ควรมีการจัดการกับกระบวนการรีไซเคิลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบที่ไม่ดีต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการศึกษา ออกแบบ และจัดหาวัสดุรีไซเคิลเพื่อทดแทนวัสดุเดิมในกระบวนการดำเนินงาน โดยได้เริ่มนำป้ายสินค้า (Tag) ที่ผลิตจากกระดาษรีไซเคิลมาใช้ จำนวนทั้งสิ้น 743,234 ชิ้น เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพ Tag ภายใต้โครงการเปลี่ยนป้ายกระดาษทั่วไปเป็นกระดาษรีไซเคิล

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านอื่น ๆ

แผนงาน ผลการดำเนินงาน ผลลัพธ์เกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบของกฎหมายและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด เพื่อลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย และผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น ชุมชน และสังคม โดยตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม จึงมีการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและข้อกำหนดอื่น ๆ อย่างรัดกุม รวมทั้งบริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพื่อตอบสนองเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศและขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนเติบโตอย่างมั่นคง

นโยบายและแนวปฏิบัติ

บริษัทฯ ส่งเสริมการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในทุกมิติที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้องและเป็นระบบ โดยกำหนดนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน และนโยบายสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายให้ข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นศูนย์ บริษัทฯ จึงดำเนินการติดตามและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง พร้อมจัดให้มีการฝึกอบรมที่จำเป็นต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และเปิดช่องทางรับข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำมาพิจารณาเป็นมาตรการป้องกันแก้ไข หรือเยียวยาอย่างเป็นระบบ

สำหรับการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเบื้องต้น บริษัทฯ ดำเนินการภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางหลักในการพัฒนากระบวนการทำงานด้านการบริหารทรัพยากรต่าง ๆ อาทิ น้ำ ขยะและของเสีย และพลังงาน นอกจากนี้ ในการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ ยึดหลักเกณฑ์ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ในการเก็บและคำนวณข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการบริการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ มีความสอดคล้องกับกฎหมายและแนวทางที่เป็นที่ยอมรับในประเทศไทยและสากล

Link และ QR code สำหรับนำไปสู่หน้าเว็บไซต์ที่เผยแพร่นโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ
https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

ข้อมูลเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม

จำนวนกรณีและเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือสร้างผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ((กรณี))	0	0	0

3.4 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม

3.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน : มี

แนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน : อื่น ๆ : นโยบายสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายสิทธิมนุษยชนเพื่อเป็นคำมั่นว่าจะยึดถือปฏิบัติ สนับสนุน และส่งเสริมการเคารพและปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกคนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายภายในประเทศ รวมถึงมุ่งมั่นการดำเนินงานตามหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) หลักการสิทธิมนุษยชนสากล (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization: ILO) ด้วยหลักการสำคัญที่ว่าด้วยการปกป้องสิทธิ การเคารพสิทธิ และการเยียวยาเมื่อเกิดผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน เนื่องจากการประกอบธุรกิจ โดยนำนโยบายสิทธิมนุษยชนให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร คณะกรรมการบริษัท จึงกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนในบริษัทฯ ต้องปฏิบัติและรับทราบ ตลอดจนให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ ได้รับทราบด้วย

ขอบเขต

บริษัทฯ พิจารณานำนโยบายสิทธิมนุษยชน เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชน และแนวปฏิบัติในการดำเนินงาน ของบริษัทฯ และกิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการในทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพนักงานหรือแรงงาน ห่วงโซ่อุปทาน ชุมชน และสังคม

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเจตนารมณ์ที่จะส่งเสริมให้บริษัทร่วมทุน หุ้นส่วนธุรกิจ คู่ค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ และกิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการ ดำเนินงานบนพื้นฐานของหลักการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยนำนโยบายฉบับนี้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ หรือประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม

แนวปฏิบัติของนโยบายสิทธิมนุษยชน

คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานบริษัทฯ เคารพในศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและเปิดให้ทุกคนมีโอกาสที่เท่าเทียมกัน และปฏิบัติต่อทุกคนโดยไม่เลือกปฏิบัติ และไม่คำนึงถึงความแตกต่างทั้งด้านเชื้อชาติ สัญชาติ สีผิว เพศ สภาพ เพศวิถี อายุ ศาสนา ภาษา ลัทธิ ความเชื่อ สถานะทางสังคม ถิ่นกำเนิดของครอบครัว ความทุพพลภาพ ความพิการ ความคิดเห็นทางการเมือง รวมทั้งบทบัญญัติของกฎหมายและหลักการสิทธิมนุษยชนสากลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งดำเนินธุรกิจด้วยความรอบคอบและตระหนักถึงความรับผิดชอบในทุกมิติ เพื่อป้องกันมิให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดกระบวนการทำงานของบริษัทฯ โดยจะจัดให้มีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment) พร้อมเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวลจากผู้มีส่วนได้เสียเพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้เหมาะสม โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการสากลที่เกี่ยวข้อง โดยได้กำหนดแนวปฏิบัติของนโยบายสิทธิมนุษยชน ครอบคลุมสาระสำคัญดังต่อไปนี้

<u>สิทธิมนุษยชนของลูกค้า</u>

1. ดูแลลูกค้าทุกรายโดยเท่าเทียมกัน ให้การต้อนรับ และติดต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ ให้ข้อมูลข่าวสารและให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์กับลูกค้าสูงสุด พร้อมส่งมอบสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหมายกับลูกค้าในราคาที่เป็นธรรม
2. ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด โดยปฏิบัติด้วยความเสมอภาคและทัดเทียมกัน ไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ อายุ สีผิว การศึกษา ความพิการ และสถานะทางสังคม
3. ปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าให้ได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการกับบริษัทฯ
4. จัดให้มีช่องทางที่ให้ลูกค้าร้องเรียน เสนอข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ มายังบริษัทฯ โดยมีการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสมตลอดจนให้มีการเยียวยา หากมีการละเมิดสิทธิมนุษยชน

<u>สิทธิมนุษยชนของพนักงาน</u>

1. บริษัทฯ ปฏิเสธการจ้างแรงงานเด็ก โดยกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขอายุในการจ้างแรงงานตามข้อบัญญัติของกฎหมายคุ้มครองแรงงานอย่างเคร่งครัด

2. บริษัทฯ ส่งเสริมการจ้างงานอย่างเป็นธรรม โดยปฏิบัติกับพนักงานและลูกจ้างทุกคน รวมทั้งแรงงานต่างด้าวแรงงานผู้พิการ ผู้สูงอายุ สตรี และผู้มีความหลากหลายทางเพศ อย่างเป็นธรรมและโปร่งใสในทุกสถานที่ปฏิบัติงาน การจ้างงานจะระบุข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่าย มีการกำหนดอัตราค่าตอบแทนเป็นไปตามกฎหมายค่าจ้างขั้นต่ำที่กำหนด และพิจารณาค่าตอบแทนที่เพียงพอต่อความจำเป็นในการดำรงชีพขั้นพื้นฐาน รวมทั้งกำหนดการจ่ายค่าตอบแทนในงานที่มีคุณค่าเท่ากัน ให้เป็นไปอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ

บริษัทฯ กำหนดชั่วโมงการทำงานสูงสุด ให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน พร้อมทั้งมีมาตรการกำกับดูแลเพื่อป้องกัน และลดเวลาการทำงานล่วงเวลาที่เกินความจำเป็น หรือการทำงานที่ยาวนานเกินสมควร จัดให้มีเวลาพักผ่อนในวันทำงาน และชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งวันหยุดประจำปี โดยได้รับค่าจ้างเต็มจำนวน ตามกฎหมายแรงงาน

3. บริษัทฯ ไม่ยอมรับการใช้แรงงานบังคับในทุกรูปแบบ ไม่ยอมรับการบังคับใช้แรงงาน แรงงานจากนักโทษ แรงงานทาส และแรงงานในรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นการบังคับเพื่อแสวงหาประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งในการดำเนินงาน และในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ และกิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการ

4. บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานและลูกจ้าง แสดงความคิดเห็น และแสดงออกใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย และศีลธรรมอันดี เคารพสิทธิและเสรีภาพในการสมาคม และการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อเจรจาต่อรอง (Freedom of association and the right to collective bargaining) รวมถึงการร่วมกลุ่มในรูปแบบใด ๆ ที่เป็นไปตามกฎหมาย การรวมกลุ่มกันต้องเป็นไปด้วยความสงบ เรียบร้อย ปราศจากอาวุธ โดยต้องไม่กระทบต่อประสิทธิภาพหรือความต่อเนื่องในการทำงาน ประโยชน์ส่วนรวม และไม่ขัดต่อกฎหมายหรือจรรยาบรรณธุรกิจ

5. บริษัทฯ ส่งเสริมความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในบุคคลและทรัพย์สินของบริษัทฯ และพนักงาน ลูกจ้าง ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ กิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการ และห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความปลอดภัย มีมาตรการและระบบการป้องกันและเฝ้าระวัง ความเสี่ยงต่อความปลอดภัยโดยให้ถือปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่เกี่ยวข้อง มาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และข้อบังคับด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ

6. บริษัทฯ ต่อต้านและไม่ดำเนินการใด ๆ ที่ข้องเกี่ยวกับการค้ามนุษย์ การกลั่นแกล้ง การก่อกวน การข่มขู่คุกคาม การล่วงละเมิด การใช้ความรุนแรงใด ๆ การล้อเลียนหรือการแสดง ความเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างของผู้อื่นในลักษณะที่ไม่พึงปรารถนา การคุกคามทางเพศที่แสดงออกทางพฤติกรรมและวาจา รวมถึงลักษณะที่ส่อถึงการล่วงละเมิดทางเพศ หรือทำให้บุคคลหนึ่งเกิดความอับอายทั้งทางร่างกายและจิตใจ อันถือเป็นการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

<u>สิทธิมนุษยชนของผู้ถือหุ้น</u>

1. ดูแล ส่งเสริมการใช้สิทธิความเป็นเจ้าของในการควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ ในการเข้าประชุม การแสดงความคิดเห็น การออกเสียง การลงมติต่าง ๆ

2. นำเสนอรายงาน แจ้งข่าวสารข้อมูลการดำเนินกิจการของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ ครบถ้วนตามความเป็นจริง รวมถึงแจ้งกฎเกณฑ์วิธีการต่าง ๆ ในการถือหุ้นโดยทั่วกัน

3. ตระหนักและให้ความสำคัญถึงสิทธิของผู้ถือหุ้น ไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิด หรือลิดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้น

<u>สิทธิมนุษยชนของคู่ค้า และ/หรือเจ้าหนี้</u>

1. เปิดโอกาสให้คู่ค้าทุกรายได้นำเสนอสินค้าและบริการ การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางการค้าโดยเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ

2. ปฏิบัติต่อคู่ค้า และ/หรือ เจ้าหนี้อย่างเสมอภาคและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย

3. ปกป้อง คุ้มครอง ไม่เปิดเผยข้อมูลในส่วนของลูกค้า และ/หรือ เจ้าหนี้ ให้คู่ค้าหรือผู้อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องทราบถึงการปกป้อง ดูแล และนำทรัพย์สินทางปัญญาและข้อมูลความลับของคู่ค้ามาใช้ในทางที่ผิด

4. ยึดมั่นในหลักการดำเนินธุรกิจ การโฆษณา และการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้มีการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนเมื่อพบเห็นการกระทำที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัตินี้ โดยให้ดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด ทั้งนี้ บริษัทฯ จะคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนอย่างเหมาะสม และเก็บรักษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องไว้เป็นความลับ เพื่อป้องกันการถูกกลั่นแกล้งหรือการตอบโต้ในทุกรูปแบบ

บริษัทฯ จะปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมองค์กรการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยดำเนินการสอดส่องดูแล ไม่เพิกเฉยเมื่อพบเห็นการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน อีกทั้งจะสื่อสาร เผยแพร่ ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชนแก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทฯ กิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการ และห่วงโซ่อุปทาน อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และจะดำเนินการทบทวนนโยบายสิทธิมนุษยชน เป็นประจำทุกปีหรือเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญ เพื่อให้นโยบายมีความสอดคล้องกับหลักกฎหมาย หลักปฏิบัติสากล และ/หรือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่เสมอ

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ยึดมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล โดยนำมาตรฐานแรงงานไทย มรท. 8001-2563 ของกระทรวงแรงงาน มาใช้ในการดูแลสิทธิและสวัสดิภาพของพนักงาน ปฏิบัติตามหลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights) และแนวทางของ OECD สำหรับบรรษัทข้ามชาติ (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) ในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังปฏิบัติตามปฏิญญาไตรภาคีของ ILO (ILO Tripartite Declaration) ว่าด้วยบรรษัทข้ามชาติและนโยบายสังคม เพื่อส่งเสริมการจ้างงานที่เป็นธรรมและเงื่อนไขการทำงานที่เหมาะสม รวมทั้งคำนึงถึงมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนอย่างครบถ้วนและเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการและมาตรฐานด้านการจัดการสิทธิมนุษยชน : มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001-2533) ของกระทรวงแรงงาน, The OECD Guidelines for Multinational Enterprises, ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติและ/หรือเป้าหมายด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ กำหนดให้มีการทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

การทบทวนนโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนในรอบปีที่ผ่านมา : มี

นโยบาย แนวปฏิบัติ และ/หรือเป้าหมายด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนที่มีการเปลี่ยนแปลง : สิทธิของพนักงาน, การไม่เลือกปฏิบัติ, อื่น ๆ : นโยบายสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ยึดมั่นในหลักการเคารพและคุ้มครองสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจ และได้ทบทวนปรับปรุงนโยบายสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นระบบ โดยนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ครั้งที่ 3/2568 เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2568 เพื่อพิจารณาเห็นชอบ และนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2568 เพื่ออนุมัติ การทบทวนครั้งนี้มีการปรับปรุงสาระสำคัญหลายประการ ได้แก่ การระบุคำมั่นสัญญาต่อสาธารณะอย่างชัดเจนในการเคารพและสนับสนุนการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล การปรับปรุงนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของพนักงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และการเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือยื่นข้อร้องเรียนที่เข้าถึงได้

บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายให้การละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนและการละเมิดกฎหมายแรงงานอยู่ในระดับศูนย์ทั้งในระยะสั้นถึงระยะกลาง (1-5 ปี) และระยะยาว (มากกว่า 5 ปี) โดยครอบคลุมทุกรูปแบบของการละเมิด ไม่ว่าจะเป็นกรณีที่ถูกแจ้งเตือนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรภายนอก เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) รวมถึงกรณีถูกปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายแรงงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ยึดถือนโยบายไม่ยอมรับการละเมิดสิทธิในทุกรูปแบบ (Zero Tolerance) และถือเป็นเรื่องที่ไม่อาจประนีประนอมได้ภายใต้สถานการณ์ใดทั้งสิ้น นอกจากนี้ ในระยะยาว บริษัทฯ ได้ยกระดับความมุ่งมั่นด้านความปลอดภัยในการทำงานด้วยการกำหนดเป้าหมายให้จำนวนกรณีการเกิดอุบัติเหตุอยู่ในระดับศูนย์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานของพนักงานในการทำงานอย่างปลอดภัย

บริษัทฯ ได้สื่อสารนโยบายสิทธิมนุษยชนและความคาดหวังในการเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างชัดเจนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งพนักงาน คู่ค้า ซัพพลายเออร์ และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ พร้อมทั้งกำหนดแนวทางปฏิบัติที่คาดหวังให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจปฏิบัติตามมาตรฐานสิทธิมนุษยชนเดียวกัน เพื่อสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมมิได้เป็นเพียงพันธกิจทางจริยธรรมเท่านั้น หากแต่ยังเป็นรากฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

การตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD)

บริษัทมีกระบวนการตรวจสอบ HRDD : มี

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงและโอกาสจากประเด็นสิทธิมนุษยชนที่มีความละเอียดอ่อนและเชื่อมโยงถึงผลกระทบเชิงลบและเชิงบวกของการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการและมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนในทุกรูปแบบ โดยบริษัทฯ ประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่องและบูรณาการเข้ากับกระบวนการหลักในการทำธุรกิจ ตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ การดำเนินงานประจำวัน ไปจนถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าการเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจในทุกระดับ กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านของบริษัทฯ ประกอบด้วย การกำหนดนโยบาย การระบุความเสี่ยงและผลกระทบ การบูรณาการและการดำเนินการตามความเสี่ยงที่เกิดขึ้น การติดตามผลการดำเนินงาน และกลไกการร้องทุกข์และกระบวนการเยียวยา

ความคืบหน้าการจัดทำกระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านของบริษัทฯ มีดังนี้

1. ความมุ่งมั่นและการกำกับดูแล

นโยบายและการสื่อสาร

บริษัทฯ ได้ทบทวนและปรับปรุงนโยบายสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล พร้อมทั้งสื่อสารนโยบายและความคาดหวังในการเคารพสิทธิมนุษยชนอย่างชัดเจนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งพนักงาน คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ และช่องทางสื่อสารต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกฝ่ายเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานสิทธิมนุษยชนที่บริษัทฯ กำหนดไว้

โครงสร้างการกำกับดูแล

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เป็นผู้กำกับดูแลและพิจารณาเห็นชอบนโยบายสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ รวมถึงมีหน้าที่พิจารณาและให้ความเห็นชอบนโยบาย กลยุทธ์ และแผนงานด้านสิทธิมนุษยชน รวมถึงติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่กำกับดูแลเรื่องสิทธิมนุษยชนในระดับผู้บริหาร และให้มีโครงการด้านสิทธิมนุษยชนที่สอดคล้องกับนโยบายสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งรับผิดชอบในการขับเคลื่อนและติดตามผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

คณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายบริหารความเสี่ยง ฝ่ายกลยุทธ์และการปฏิบัติการ เป็นต้น ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่รับผิดชอบและได้รับการจัดสรรทรัพยากรอย่างชัดเจนในการปฏิบัติงาน โดยมีหน้าที่ทบทวนนโยบายสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลเป็นประจำทุกปี เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน รวมถึงริเริ่มโครงการด้านสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องกับนโยบาย ผลักดันผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และการปฏิบัติตามนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมทั้งภายในองค์กรและตลอดห่วงโซ่อุปทาน และนำเสนอผลการดำเนินงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

คณะทำงานด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งประกอบด้วยหัวหน้าฝ่ายจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำหน้าที่ปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนด โดยแบ่งความรับผิดชอบตามความเชี่ยวชาญและขอบเขตงานของแต่ละฝ่าย เพื่อให้การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนเกิดผลเป็นรูปธรรมในทุกระดับขององค์กร

2. การปลูกฝังในองค์กรและการพัฒนาศักยภาพ

บริษัทฯ ได้สื่อสารและจัดอบรมเรื่องนโยบายสิทธิมนุษยชนแก่พนักงานทั้งหมด ผ่านการปฐมนิเทศพนักงานใหม่และการอบรมต่อเนื่อง โดยภายในสิ้นปี 2568 มีพนักงานที่ได้รับการอบรมเรื่องสิทธิมนุษยชนแล้วทั้งสิ้น 1,033 คน พร้อมทั้งสื่อสารเกี่ยวกับกรณีที่เข้าข่ายละเมิดสิทธิมนุษยชนและช่องทางให้ข้อเสนอแนะหรือร้องเรียน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดการอบรมพนักงานให้ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคและไม่มีการเลือกปฏิบัติ ตามนโยบายสิทธิมนุษยชนที่กำหนดไว้

3. การประเมินผลกระทบและความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

การประเมินความเสี่ยงภายในองค์กร บริษัทฯ ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชนสำหรับกิจการที่ดำเนินการอยู่อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงกิจการหรือโครงการใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น กรณีการควบรวมกิจการ การซื้อกิจการ การร่วมลงทุน หรือการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการใดที่อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน โดยการประเมินครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ระดับความรุนแรงของผลกระทบ และโอกาสที่อาจเกิดขึ้น

การประเมินความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ ดำเนินการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนของคู่ค้าธุรกิจและคู่ค้า Tier 1 รวมถึงประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าธุรกิจและคู่ค้ารายใหม่ทุกราย เพื่อให้มั่นใจว่าห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ มีมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชนที่เหมาะสม

การประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จัดให้มีการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าเพื่อรับฟังความคิดเห็นและนำมาพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

4. การบูรณาการและการจัดการความเสี่ยง

การบรรเทาความเสี่ยงและวางกลไกป้องกัน บริษัทฯ ทบทวนทุกประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญและบูรณาการเข้ากับระบบบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) โดยวิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริงและกำหนดแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม พร้อมทั้งจัดให้มีกลไกควบคุมภายในและภายนอกเพื่อให้มั่นใจว่าผลกระทบอยู่ในระดับต่ำหรือในระดับที่ยอมรับได้

5. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

การปรึกษาหารือและรับฟังความคิดเห็น บริษัทฯ จัดให้มีการประชุมคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการเป็นประจำ เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและนำแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์มาปรับใช้แก่พนักงาน โดยมีการบันทึกผลการประชุมและนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการดำเนินงาน

การให้ผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมในการระบุประเด็นปัญหา บริษัทฯ ให้คำมั่นว่าจะให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมในการระบุประเด็นปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ โดยผู้มีส่วนได้เสียสามารถเสนอข้อคิดเห็นและแจ้งข้อร้องเรียนถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรณีมีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนที่จะให้ผู้มีส่วนได้เสียทำการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนและเปิดเผยผลการดำเนินงานเกี่ยวกับวิธีการจัดการกับผลกระทบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย

6. การติดตามและทบทวนความเสี่ยง

บริษัทฯ มีระบบติดตามความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ โดยนำเสนอผลการดำเนินงานต่อคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างน้อย ปีละ 2 ครั้ง กรณีพบกรณีพบการละเมิดสิทธิมนุษยชนจะรายงานต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ ทั้งนี้ บริษัท มีการติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าธุรกิจที่มีความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิมนุษยชน เพื่อให้มั่นใจว่าห่วงโซ่อุปทานปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนด

7. กลไกการเยียวยาและรับข้อร้องเรียน

ช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่โปร่งใส เข้าถึงได้ง่าย และครอบคลุมทุกช่องทาง รวมถึงมีกระบวนการดำเนินงานตรวจสอบ แก้ไข และติดตามข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม

หลักการพิจารณาเยียวยา บริษัทฯ กำหนดหลักการพิจารณาเยียวยาสำหรับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ได้รับผลกระทบได้รับการเยียวยาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

รายละเอียดความคืบหน้าในปีที่ผ่านมา

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนากระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านอย่างต่อเนื่อง โดยมีความคืบหน้าที่สำคัญ ได้แก่ การทบทวนและปรับปรุงนโยบายสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การจัดตั้งโครงสร้างการกำกับดูแลที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ การจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานกว่า 1,000 คน การดำเนินการประเมินความเสี่ยงทั้งภายในองค์กรและในห่วงโซ่อุปทาน และการบูรณาการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเข้ากับระบบบริหารความเสี่ยงองค์กร และการจัดให้มีกลไกการร้องเรียนและเยียวยาที่โปร่งใสและเข้าถึงได้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบและเคารพสิทธิมนุษยชนของทุกฝ่ายอย่างแท้จริง

รูปภาพกระบวนการตรวจสอบ HRDD



3.4.2 ผลการดำเนินงานด้านสังคม

ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานและแรงงาน

แผนการจัดการพนักงานและแรงงาน

แผนการจัดการพนักงานและแรงงานของบริษัท	:	มี
แผนการจัดการพนักงานและแรงงานที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา	:	การจ่ายค่าตอบแทนพนักงานอย่างเป็นธรรม, การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน, การส่งเสริมความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของพนักงาน, แรงงานข้ามชาติ/ต่างด้าว, แรงงานเด็ก, ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ มีการแบ่งลำดับขั้นของพนักงานออกเป็น 3 ขั้นใหญ่ ได้แก่ ระดับปฏิบัติการ ระดับบริหาร และระดับบริหารระดับสูง โดยบริษัทฯ มีนโยบายการจ้างงานพนักงานทั้งแบบประจำและชั่วคราวตามประเภทของงาน ด้วยเงื่อนไขการทำงานตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด และกำหนดค่าตอบแทนตามโครงสร้างเงินเดือนของบริษัทฯ ซึ่งมีการระบุอย่างชัดเจนในสัญญาจ้าง สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินเป็นประจำทุกปี และมีการพิจารณาปรับตำแหน่งและเงินเดือนตามผลการประเมินโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือเลือกปฏิบัติต่อเพศ อายุ สัญชาติ ความบกพร่องทางร่างกาย ศาสนา หรืออื่น ๆ นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานตามสภาวะเศรษฐกิจ เพื่อปรับปรุงสวัสดิการและสภาพแวดล้อมในการทำงานอยู่เสมอ บริษัทฯ มีคณะกรรมการสวัสดิการซึ่งมาจากการเลือกตั้งตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งทำหน้าที่ตัวแทนของพนักงานในการนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมานำเสนอเพื่อปรับปรุงสวัสดิการและสวัสดิภาพในการทำงาน เช่น การจัดหาผ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อนำมาตัดเป็นชุดยูนิฟอร์มโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายในการสวมใส่ของพนักงาน

สำหรับเป้าหมายปี 2568 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายให้มีกรณีละเมิดกฎหมายแรงงานเป็นศูนย์ (กรณีที่บริษัทฯ ถูกแจ้งเตือนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรภายนอก เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) รวมถึงกรณีถูกปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายแรงงาน) เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายดังกล่าว บริษัทฯ เริ่มดำเนินการวางแผนเพื่อปรับปรุงทะเบียนกฎหมายแรงงานและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง วางแผนและพูดคุยรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับ และทุกกลุ่ม ทั้งพนักงานสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า ร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก ในโครงการ Let's Talk เพื่อทำความเข้าใจพนักงานมากยิ่งขึ้น สอบถามถึงการเลือกปฏิบัติ และการไม่ได้รับความเป็นธรรมในองค์กร รวมทั้งสอบถามความเป็นอยู่ของพนักงาน (Well Being) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เสนอแนวทางการดูแลพนักงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจากผลการรับฟังความคิดเห็น ไม่พบประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน การเลือกปฏิบัติและการไม่ได้รับความเป็นธรรม บริษัทฯ มีการวิเคราะห์โครงสร้างค่าตอบแทนปัจจุบันเทียบกับอุตสาหกรรม และจัดให้มีการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาแรงงานเพื่อให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นและเข้าถึงง่าย อาทิเช่น แอปพลิเคชัน LINE ของฝ่ายทรัพยากรบุคคล ซึ่งใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์เรื่องต่าง ๆ กับพนักงานด้วยเช่นกัน และการแจ้งเรื่องร้องเรียนผ่านหน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในองค์กร โดยบริษัทฯ ได้ออกแบบสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน Voice of Employee (VOE) ประจำปี เพื่อสำรวจความเห็น ความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานกับบริษัทฯ อีกด้วย

ความปลอดภัย และอาชีวอนามัยในการทำงาน

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งครอบคลุมพนักงานของบริษัทฯ ทุกกลุ่มและบุคคลภายนอกที่เข้ามาปฏิบัติงานภายในสถานประกอบการ เช่น คู่ค้า ผู้รับเหมา โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน โดยมุ่งมั่นให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างปลอดภัย พร้อมทั้งกำหนดมาตรการป้องกันที่สอดคล้องกับข้อกำหนดตามกฎหมาย โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ("คณะกรรมการความปลอดภัยฯ") มีหน้าที่พิจารณาแผนงานด้านความปลอดภัยในการทำงาน รายงานและเสนอแนะมาตรการหรือแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการทำงาน รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงทะเบียนกฎหมายด้านความปลอดภัย เพื่อนำมากำหนดเป็นมาตรการป้องกันและบรรเทากรณีอุบัติเหตุ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายจำนวนกรณีการเกิดอุบัติเหตุเท่ากับศูนย์ โดยคณะทำงานด้านความปลอดภัยจัดให้มีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างวัฒนธรรมการทำงานอย่างปลอดภัยในสถานประกอบการของบริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงในการทำงาน อีกทั้งมีการจัดอบรมด้านความปลอดภัยที่เหมาะสมกับสภาพการทำงานของพนักงานแต่ละกลุ่ม เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานตระหนักรู้และมีความเข้าใจเรื่องการดูแลความปลอดภัยในการทำงานของทั้งตนเอง เพื่อนร่วมงาน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงาน หากเกิดอุบัติการณ์ อุบัติเหตุ หรือความเจ็บป่วยจากการทำงาน พนักงานมีหน้าที่ในการแจ้งหัวหน้างานเพื่อบันทึกเป็นข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ (จป. วิชาชีพ) และคณะกรรมการความปลอดภัยฯ เพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติหรือแผนงานให้รัดกุมยิ่งขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำ

การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับบทบาทความรับผิดชอบตามสายงาน พร้อมทั้งสนับสนุนให้พนักงานสามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ สร้างการขาย

และการบริการที่เป็นมาตรฐาน บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายการพัฒนาบุคลากรที่เหมาะสมกับแต่ละสายงาน และระดับตำแหน่งของพนักงาน สอดคล้องกับแนวทางและแผนงานการดำเนินธุรกิจทั้งในแผนงานระยะสั้นและระยะยาว โดยนำระบบสมรรถนะ (Competency) มาใช้ในการระบุและประเมินความสามารถที่จำเป็นสำหรับการทำงาน เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรในองค์กร และสนับสนุนให้พนักงานแต่ละคนก้าวหน้าในสายงานผ่านการเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีการปรับปรุงแผนพัฒนาทักษะและความรู้ความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรม เช่น สมรรถนะ (Competency) คำอธิบายลักษณะงาน (Job Description) และข้อมูลจากต้นสังกัดโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับแผนงานและกลยุทธ์ของบริษัท รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ รวมถึงความจำเป็นในแต่ละช่วงเวลา บริษัทฯ ใช้โมเดลการพัฒนาแบบ 70:20:10 ซึ่งเป็นแนวคิดในการพัฒนาบุคลากรที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยแบ่งสัดส่วนการเรียนรู้ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (On-the-job training) ร้อยละ 70 การเรียนรู้จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น (Social learning) เช่น การสอนงาน (Coaching) และการเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring) ร้อยละ 20 และการเรียนรู้จากการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ (Formal training) ร้อยละ 10 ซึ่งฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปี ให้สอดคล้องกับเป้าหมายประจำปีของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งเพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างบุคลากรเพื่อทดแทนตำแหน่งบริหารที่สำคัญ ได้แก่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารระดับสูง ของบริษัทฯ เพื่อลดความเสี่ยงหรือผลกระทบจากการขาดความต่อเนื่องในการบริหารจัดการ โดยบริษัทฯ จะมีการประเมินและคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเข้าสู่กระบวนการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) เพื่อพัฒนาให้พร้อมทดแทนตำแหน่งเป้าหมายภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยพัฒนาตามโมเดลการพัฒนา 70:20:10 และมีการประเมินผลการพัฒนา รวมทั้งทบทวนความพร้อมและความเหมาะสมของผู้สืบทอดตำแหน่งในทุกปี เพื่อปรับแผนการสืบทอดตำแหน่งให้เหมาะสมอยู่เสมอ

การดึงดูดและรักษาพนักงาน

บริษัทฯ เชื่อว่าการสร้างสถานที่ทำงานที่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี และมีสวัสดิการที่เหมาะสมจะช่วยดึงดูดและรักษาพนักงานให้เติบโตไปกับองค์กรในระยะยาว นอกเหนือจากการรวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสวัสดิการผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานทุกระดับ ผ่านการทำแบบสอบถาม Voice of Employee (VOE) ปีละ 1 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทำความเข้าใจความรู้สึก ความต้องการ และความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร สำหรับข้อคำถามประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1. ด้านความพึงพอใจของพนักงาน (Employee satisfaction survey)
2. ด้านความผูกพันกับองค์กร (Employee engagement survey)

ทั้งนี้ ในแบบสำรวจดังกล่าว ยังมีข้อคำถามปลายเปิดให้พนักงานสามารถแสดงความเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ซึ่งบริษัทฯ จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปพิจารณาเพื่อปรับปรุงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น

ในด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ บริษัทฯ จัดสวัสดิการตามที่กฎหมายกำหนดและเพิ่มเติมสวัสดิการบางส่วนเพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานและเพื่อเสริมความสามารถในการดึงดูดพนักงานให้อยู่กับบริษัทฯ โดยกำหนดให้มีการทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันในตลาดแรงงานได้ มีการปรับเงินเดือนประจำปีโดยพิจารณาจากสภาพเศรษฐกิจและอ้างอิงตามผลประเมินการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งนี้ สัดส่วนในการประเมินจะแตกต่างกันตามระดับตำแหน่ง

สำหรับพนักงานร้านสาขาที่มีอัตราการลาออกมากกว่าพนักงานกลุ่มอื่น บริษัทฯ ตระหนักถึงแนวโน้มว่าในช่วงเปิดสาขาใหม่มีภาระหน้าที่การงานที่หนัก ซึ่งส่งผลให้อัตราการลาออกของพนักงานค่อนข้างสูงในช่วงดังกล่าว ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เพิ่มแรงจูงใจทางการเงินเพื่อเป็นค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับภาระงานให้แก่พนักงานในสาขาที่เปิดใหม่ และเพื่อดึงดูดให้พนักงานอยู่กับองค์กรในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯยังมีการจัดทำ Onboarding Program เพื่อช่วยเหลือพนักงานใหม่ที่ร้านสาขาให้สามารถเรียนรู้อย่างเป็นระบบและปรับตัวเข้ากับแนวทางการทำงานของบริษัทฯ รวมทั้ง บริษัทฯ ยังมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีสำหรับพนักงานหน้าร้าน พร้อมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในทีมอีกด้วย

การตั้งเป้าหมายการจัดการพนักงานและแรงงาน

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการพนักงานและแรงงานหรือไม่ : มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการพนักงานและแรงงาน

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
• การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน	พนักงานมีจำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อคนต่อปี	-	2569: พนักงานมีจำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ย 11 ชั่วโมงต่อคนต่อปี
• อื่น ๆ : ผลประเมินความผูกพันและความพึงพอใจ ของพนักงาน ร้อยละ 90	ผลประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงาน	-	2571: ผลประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานร้อยละ 90
• อื่น ๆ : ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจไม่เกินร้อยละ 30	ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ	-	2571: ร้อยละของพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ ไม่เกินร้อยละ 30
• อื่น ๆ : การละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนเป็นศูนย์	การละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนเป็นศูนย์	-	2571: การละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนเป็นศูนย์
• อื่น ๆ : กรณีละเมิดกฎหมายแรงงานเป็นศูนย์	กรณีละเมิดกฎหมายแรงงานเป็นศูนย์ (กรณีที่บริษัทฯ ถูกแจ้งเตือนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรภายนอก (NGOs) รวมถึงกรณีถูกปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายแรงงาน)	-	2571: กรณีละเมิดกฎหมายแรงงานเป็นศูนย์ (กรณีที่บริษัทฯ ถูกแจ้งเตือนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรภายนอก (NGOs) รวมถึงกรณีถูกปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายแรงงาน)
• อื่น ๆ : จำนวนโครงการใหม่ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมต่าง ๆ หรือ Knowledge Sharing ด้านต่าง ๆ 3 โครงการ	จำนวนโครงการใหม่ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมต่าง ๆ หรือ Knowledge Sharing ด้านต่าง ๆ	-	2571: จำนวนโครงการใหม่ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมต่าง ๆ หรือ Knowledge Sharing 3 โครงการ
• อื่น ๆ : คะแนนประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่อการพัฒนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95	คะแนนประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่อการพัฒนา	-	2572: คะแนนประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่อการพัฒนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95
• อื่น ๆ : คะแนนความพึงพอใจของพนักงานใหม่ต่อโปรแกรม Onboarding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95	คะแนนความพึงพอใจของพนักงานใหม่ต่อโปรแกรม Onboarding	-	2572: คะแนนความพึงพอใจของพนักงานใหม่ต่อโปรแกรม Onboarding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95
• อื่น ๆ : คะแนนในการทดสอบความรู้ของพนักงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95	คะแนนในการทดสอบความรู้ของพนักงาน	-	2572: คะแนนในการทดสอบความรู้ของพนักงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพนักงานและแรงงาน

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการพนักงานและแรงงาน : มี

ผลการดำเนินงานปี 2568

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม โดยให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน และสวัสดิการของพนักงาน ทำให้ไม่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม โดยปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด ส่งผลให้ไม่มีกรณีการละเมิดกฎหมายแรงงานเกิดขึ้น

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานและการดูแลสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างครอบคลุม โดยในปี 2568 มีค่าใช้จ่ายด้านการพัฒนาพนักงานรวมทั้งสิ้น 1.92 ล้านบาท และพนักงานมีชั่วโมงอบรมเฉลี่ย 13.59 ชั่วโมงต่อคนต่อปี เกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ 10 ชั่วโมง ในด้านคุณภาพการพัฒนา บริษัทฯ ได้รับคะแนนประเมินความพึงพอใจของพนักงานต่อการพัฒนาร้อยละ 95 และคะแนนทดสอบความรู้ของพนักงานร้อยละ 90 ซึ่งทั้งสองตัวชี้วัดสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ร้อยละ 85 ขณะที่ผลการประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 85 เป็นไปตามเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม อัตราการลาออกโดยสมัครใจในปี 2568 (รวมพนักงานรายวัน) อยู่ที่ร้อยละ 57 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ไม่เกินร้อยละ 30 บริษัทฯ ตระหนักถึงความท้าทายดังกล่าวและได้ดำเนินการเชิงรุก โดยส่งเสริมให้พนักงานมีช่องทางในการสื่อสารและหารือเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการผ่านการประชุมร่วมกันทุกไตรมาส เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้สะท้อนความคิดเห็น รับฟังข้อเสนอแนะ และร่วมกันหาแนวทางแก้ไขประเด็นต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อความผูกพันและการรักษาพนักงานในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังยึดมั่นในหลักการด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานสากลอย่างเคร่งครัด โดยมีนโยบายสิทธิมนุษยชน เป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงกำหนดเป้าหมายให้การละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนและการละเมิดกฎหมายแรงงานเป็นศูนย์ ซึ่งในปี 2568 บริษัทฯ สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยไม่มีการละเมิดแต่อย่างใด ควบคู่กับการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยในการทำงาน โดยพนักงานทุกคนได้รับการดูแลภายใต้ระบบการบริหารจัดการอาชีวอนามัย และความปลอดภัยครบร้อยละ 100 พร้อมทั้งมีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้ไม่มีพนักงานเจ็บป่วยจากการทำงานและไม่มีการเสียชีวิต โดยมีอัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) อยู่ที่ 0.24 ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย เป็นธรรม และเคารพในศักดิ์ศรีของพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับหลักการแรงงานสากลตามอนุสัญญา ILO

โครงการสำคัญในปี 2568

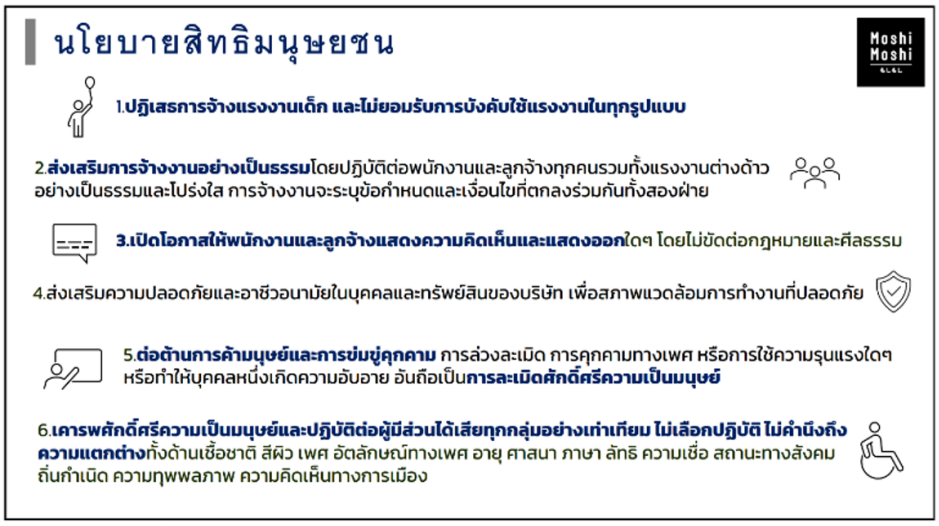
1. โครงการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และความปลอดภัยในการทำงาน ประจำปี 2568

บริษัทฯ มีการให้ความรู้ในเรื่องสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและความปลอดภัยในการทำงานเพื่อส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจถึงหลักการสิทธิมนุษยชน และความสำคัญของความปลอดภัยในการทำงานเพื่อป้องกันปัญหา รวมทั้งลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานไม่เป็นธรรม และอุบัติเหตุจากการทำงาน

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจถึงหลักการสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและความปลอดภัยในการทำงาน รวมถึงสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนและความปลอดภัย โดยพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี เพื่อป้องกันปัญหา รวมทั้งลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานไม่เป็นธรรม และอุบัติเหตุจากการทำงาน รวมทั้งเพื่อยกระดับและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงาน

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีการให้ความรู้ในเรื่องสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และความปลอดภัยในการทำงาน โดยเป็นส่วนหนึ่งของการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ มีการสื่อสารถึงนโยบายฯ กรณีที่เข้าข่ายละเมิดสิทธิมนุษยชน และช่องทางให้ข้อเสนอแนะ หรือร้องเรียนเหตุที่เข้าข่ายละเมิดฯ โดยภายในสิ้นปี 2568 มีพนักงานที่ได้รับการอบรมเรื่องสิทธิมนุษยชนแล้วทั้งสิ้น 1,033 คน



บริษัทฯ ยังมีการจัดหลักสูตรอบรมพนักงาน เช่น หลักสูตรด้านความปลอดภัยในการทำงาน โดยเฉพาะพนักงานในคลังสินค้าที่มีการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างถูกวิธีและปลอดภัย ลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน การอบรมปฐมพยาบาลขั้นต้นและการกู้ชีพพื้นฐานเพื่อเสริมสร้างทักษะในการช่วยเหลือตนเอง และผู้อื่นได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย รวมถึงขอความช่วยเหลือจากระบบบริการทางการแพทย์ฉุกเฉินได้อย่างเหมาะสม






นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดให้มีการซ้อมแผนเผชิญเหตุฉุกเฉิน (Emergency Response Plan) ด้านอัคคีภัยและการอพยพหนีไฟอย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดให้มีการดำเนินการมากกว่าที่กฎหมายกำหนด เพื่อรองรับแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ให้มั่นใจว่าพนักงานมีความพร้อมในการรับมือเหตุฉุกเฉิน สามารถอพยพได้อย่างปลอดภัย และลดความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สิน

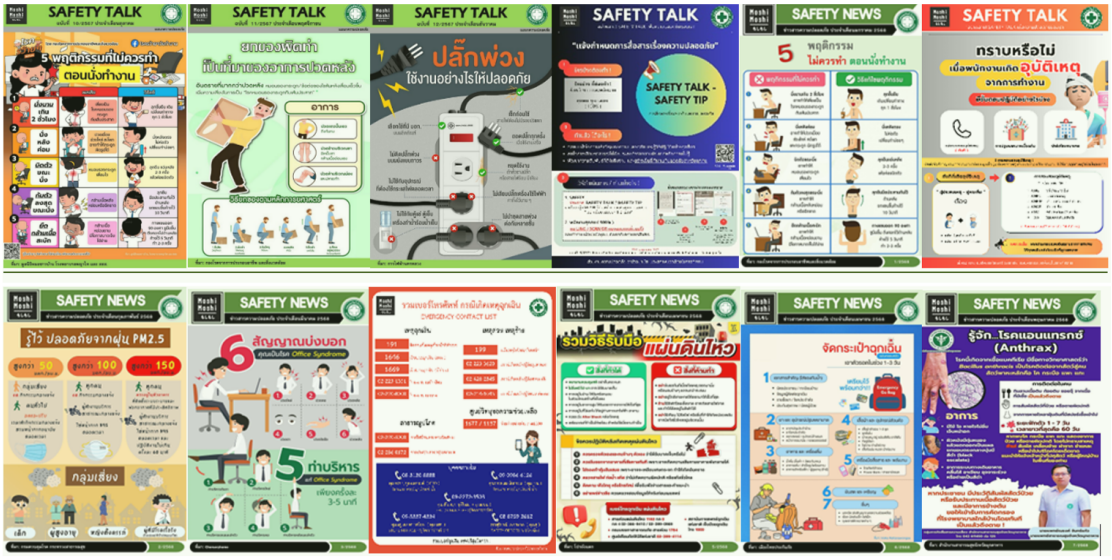





2. การสื่อสารความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารความปลอดภัยในการทำงานอย่างเป็นระบบและครอบคลุม โดยจัดให้มีการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลายในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เพื่อสร้างการรับรู้ ความตระหนัก และวัฒนธรรมความปลอดภัยแก่พนักงานทุกกลุ่มในองค์กร การสื่อสารดำเนินการอย่างสม่ำเสมอผ่านการเผยแพร่ Safety News ซึ่งเป็นข่าวสารและบทความด้านความปลอดภัยที่นำเสนอกรณีศึกษา แนวทางการป้องกันอุบัติเหตุ และสถิติด้านความปลอดภัย รวมถึง Safety Talk ที่เป็นหัวข้อสนทนาและคำแนะนำในรูปแบบกระชับ เข้าใจง่าย มุ่งเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการทำงานประจำวัน การใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย

ช่องทางการสื่อสารที่บริษัทฯ ใช้ประกอบด้วย ระบบอีเมลภายในองค์กร และบอร์ดประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มสื่อสารภายในองค์กร และการจัด Safety Meeting เป็นประจำทุกเดือน ตลอดจนการจัด Safety Talk ก่อนเริ่มงานเพื่อทบทวนแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดทำสื่อความปลอดภัยในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น โปสเตอร์ อินโฟกราฟิก และวิดีโอสั้น ที่ออกแบบให้เข้าใจง่ายและดึงดูดความสนใจ เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย



ในส่วนของ Safety Talk ดังกล่าว บริษัทฯ จัดให้มีการพูดคุยด้านความปลอดภัยกับพนักงานก่อนเริ่มปฏิบัติงานในแต่ละวัน โดยเป็นการย้ำเตือนแนวปฏิบัติ แจ้งข่าวสาร และเปิดโอกาสให้พนักงานแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อสร้างความตระหนักและเน้นย้ำความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย ทั้งยังช่วยส่งเสริมทัศนคติที่ถูกต้องต่อความปลอดภัย กระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวและตระหนักรู้ ส่งเสริมจิตสำนึกด้านความปลอดภัยเชิงบวก ปลูกฝังให้ยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ดี รวมถึงเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อความปลอดภัยในการทำงานอย่างต่อเนื่อง






3. โครงการสุ่มตรวจสารเสพติด

โครงการสุ่มตรวจสารเสพติด มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันและลดปัญหาการใช้สารเสพติดในสถานประกอบการ โดยช่วยคัดกรองและลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานและความปลอดภัยของพนักงาน ทั้งนี้ โครงการยังมุ่งเสริมสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากพนักงานที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของสารเสพติด ตลอดจนส่งเสริมวินัยและความรับผิดชอบของพนักงานเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ดำเนินโครงการสุ่มตรวจสารเสพติดเป็นประจำทุกปีโดยไม่แจ้งล่วงหน้า เพื่อป้องกันและควบคุมความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน ความปลอดภัย และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งนี้ ในปี 2568 ได้ดำเนินการตรวจสอบตามแผนที่กำหนด และผลการตรวจพบว่าพนักงานทุกคนผ่านเกณฑ์ โดยไม่มีการตรวจพบสารเสพติด ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของมาตรการป้องกันและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ปลอดภัยและปราศจากสารเสพติด





4. โครงการ Happy 8 เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

โครงการ Happy 8 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยมุ่งสร้างองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) ซึ่งเป็นแนวคิดหลักในการดำเนินงานกับบุคลากรในองค์กร การสร้างความสุขในที่ทำงานถือเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารองค์กรเพื่อให้พนักงานทุกคนมีความสุขในการทำงาน ความสุขนี้จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดความตึงเครียดและความขัดแย้งภายในองค์กร รวมถึงช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานให้พัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและเกิดผลลัพธ์ที่ดีทั้งต่อบุคคลและองค์กรโดยรวม

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

Happy Body: ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีแก่พนักงานเพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพกายที่แข็งแรง สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยออกแบบ

โปรแกรมตรวจสุขภาพเฉพาะบุคคลตามช่วงอายุและความเสี่ยงด้านสุขภาพที่แตกต่างกัน ครอบคลุมการตรวจร่างกายทั่วไป การตรวจเลือด การตรวจคัดกรองโรคที่สำคัญตามกลุ่มอายุ และการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจากแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้พนักงานสามารถตรวจพบความผิดปกติของร่างกายในระยะเริ่มต้น เข้าใจสภาวะสุขภาพของตนเอง และได้รับคำแนะนำในการดูแลรักษาสุขภาพอย่างเหมาะสมและทันท่วงที นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการติดตามผลการตรวจสุขภาพและให้คำแนะนำเพิ่มเติมแก่พนักงานที่พบความเสี่ยงด้านสุขภาพ เพื่อให้ได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่องและมีสุขภาพที่ดีในระยะยาว

กิจกรรม Happy Body สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเป็นองค์กรที่ใส่ใจสุขภาพของพนักงาน ตระหนักว่าพนักงานที่มีสุขภาพดีคือพื้นฐานสำคัญของความสำเร็จและการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน







Happy Heart: ส่งเสริมจิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ มีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมอาสาสมัครและสร้างประโยชน์ต่อสังคม โดยจัดตั้งโครงการ "Give for Life หนึ่งคนให้หลายคนรับ" เพื่อส่งเสริมการบริจาคโลหิตอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทฯ ได้วางรากฐานและโครงสร้างการดำเนินงานที่ชัดเจนเพื่อสนับสนุนการเป็นอาสาสมัครของพนักงาน โดยจัดสรรเวลาทำงานให้พนักงานสามารถเข้าร่วมกิจกรรมบริจาคโลหิตโดยไม่ถือเป็นวันลา จัดเตรียมสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในองค์กรสำหรับรองรับกิจกรรม พร้อมทั้งประสานงานกับสภากาชาดไทยเพื่อจัดกิจกรรมประจำปีอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสื่อสารและสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงาน โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางภายในองค์กรเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ต่อสุขภาพที่พนักงานจะได้รับจากการบริจาคโลหิต และสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์และการมีส่วนร่วมต่อสังคม โครงการดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการให้และแบ่งปันในหมู่พนักงาน สนับสนุนสุขภาวะที่ดีของพนักงานผ่านกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ และสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างองค์กรกับสังคม ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมอาสาสมัครที่สร้างคุณค่าต่อสังคม พร้อมทั้งส่งเสริมสุขภาพและสวัสดิการที่ดีของพนักงานอย่างยั่งยืน





นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายการสนับสนุนกิจกรรมอาสาสมัครด้านสาธารณสุขโดยประกาศเชิญชวนพนักงานให้ร่วมบริจาคดวงตากับสภากาชาดไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจแก่พนักงานเกี่ยวกับความสำคัญและประโยชน์ของการบริจาคดวงตา ที่ถือเป็นการให้ที่ยิ่งใหญ่และมีคุณค่าแก่เพื่อนมนุษย์ที่ประสบปัญหาทางสายตา โดยมีการสื่อสารผ่านช่องทางภายในองค์กรเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน อธิบายขั้นตอนการลงทะเบียน และสร้างความมั่นใจว่าการบริจาคดวงตาเป็นกระบวนการที่มีคุณค่าและสามารถช่วยเหลือผู้ที่ต้องการได้อย่างแท้จริง ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการส่งเสริมจิตสำนึกด้านการให้และการมีส่วนร่วมต่อสังคมในวงกว้าง



Happy Society: สร้างสังคมแห่งการทำงานร่วมกันและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตระหนักว่าความสำเร็จขององค์กรเกิดจากการทำงานเป็นทีมและการมีค่านิยมร่วมกัน จึงจัดกิจกรรม ภายใต้แนวคิด Happy Society เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน ปลูกฝังค่านิยมองค์กร และสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่

กิจกรรม Team Building เพื่อสริมสร้างความสามัคคีและส่งเสริมการยึดถือ Core Value ขององค์กร จัดกิจกรรมสร้างทีมเพื่อส่งเสริมค่านิยมหลักขององค์กรและสร้างความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน ผ่านกิจกรรมกลุ่มที่ออกแบบมาเป็นพิเศษให้แต่ละทีมต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาหรือทำภารกิจให้สำเร็จตามเป้าหมายภายในระยะเวลาที่กำหนด กิจกรรมเหล่านี้ช่วยให้พนักงานได้ฝึกทักษะการทำงานเป็นทีม การสื่อสาร การแก้ปัญหาร่วมกัน และการบริหารเวลา เมื่อจบแต่ละภารกิจ วิทยากรจะสรุปผลการทำกิจกรรมและสรุปภาพรวมพร้อมเชื่อมโยงบทเรียนสู่การทำงานจริง โดยเน้นย้ำประเด็นสำคัญของการทำงานเป็นทีม การสนับสนุนซึ่งกันและกัน และการมุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน ซึ่งช่วยให้พนักงานสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการทำงานประจำวัน สร้างความเข้มแข็งให้กับทีมงานและองค์กร

กิจกรรมสร้างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านโครงการ Give Back to Earth: ช่วยโลก รักษ์สิ่งแวดล้อม ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมทำความสะอาดชายหาด ณ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยมีผู้บริหารและพนักงานร่วมกันช่วยปกป้องระบบนิเวศชายฝั่งและลดผลกระทบจากขยะทะเล กิจกรรมนี้ไม่เพียงแต่เป็นการดูแลสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างโอกาสให้พนักงานทุกระดับได้ร่วมมือกันทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีความหมาย เพื่อปลูกจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานผ่านการทำงานร่วมกันเพื่อเป้าหมายที่ดีงาม





แนวคิด Happy Society สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างองค์กรที่แข็งแกร่งผ่านการทำงานเป็นทีม ปลูกฝังค่านิยมร่วมกัน และสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการเป็นพลเมืององค์กรที่ดีของสังคม

Happy Family: ดูแลพนักงานและครอบครัวอย่างใส่ใจ

บริษัทฯ มองพนักงานทุกคนเป็นส่วนสำคัญของครอบครัว Moshi Moshi และตระหนักว่าความสุขและความมั่นคงของครอบครัวพนักงานส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตและประสิทธิภาพในการทำงาน จึงจัดกิจกรรมภายใต้แนวคิด Happy Family เพื่อดูแลสวัสดิการและสร้างโอกาสที่ดีให้กับครอบครัวพนักงานอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่

โครงการ "Give a Future: สานฝัน สู่อนาคต" บริษัทฯ จัดสรรทุนการศึกษาให้แก่บุตรของพนักงานที่มีผลการเรียนดีและมีความประพฤติดี ตั้งแต่ระดับประถมศึกษาตอนต้นจนถึงมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาและอนาคตที่ดีให้กับบุตรของพนักงาน โครงการนี้มีแนวคิดสำคัญในการปลูกฝังคุณค่าของการให้และแบ่งปัน โดยกำหนดให้บุตรของพนักงานที่ได้รับทุนการศึกษาต้องบำเพ็ญประโยชน์เพื่อส่วนรวม เพื่อส่งต่อการช่วยเหลือและสร้างจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่อายุยังน้อย นอกจากนี้ กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ยังเป็นโอกาสให้หลายครอบครัวได้พาบุตรหลานไปร่วมกันทำกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นการใช้เวลาร่วมกันอย่างมีคุณค่า เสริมสร้างความสัมพันธ์และความอบอุ่นภายในครอบครัว พร้อมทั้งปลูกฝังคุณค่าด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมและสังคมให้กับเยาวชนรุ่นใหม่





การดูแลพนักงานในยามวิกฤตกรณีน้ำท่วมภาคใต้ ในปี 2568 เมื่อประเทศไทยประสบภัยพิบัติน้ำท่วมใหญ่ในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพนักงานหลายคน บริษัทฯ ได้แสดงความเป็นครอบครัวผ่านการลงมือช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรม คณะผู้บริหารได้เดินทางลงพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้กำลังใจและประเมินความเสียหายของครอบครัวพนักงานผู้ประสบภัยจำนวน 39 ครัวเรือน โดยไม่ใช่เพียงการให้ความช่วยเหลือทางการเงินเท่านั้น แต่บริษัทฯ ยังจัดหาอุปกรณ์ทำความสะอาด ประสานงานการซ่อมแซมและฟื้นฟูบ้านเรือน รวมถึงติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อให้พนักงานและครอบครัวสามารถกลับมาใช้ชีวิตได้ตามปกติโดยเร็วที่สุด การลงมือช่วยเหลือในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจและความรับผิดชอบที่บริษัทฯ มีต่อพนักงาน ไม่ใช่เพียงในฐานะลูกจ้าง แต่ในฐานะส่วนหนึ่งของครอบครัว Moshi Moshi อย่างแท้จริง





กิจกรรม Happy Family สะท้อนถึงปรัชญาการดูแลพนักงานแบบองค์รวมของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นไม่เพียงความสุขของพนักงานเท่านั้น

แต่รวมถึงครอบครัวและคุณภาพชีวิตของพนักงานในทุกมิติ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่อบอุ่น มีความมั่นคง และเติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน

Happy Relax: สร้างความสุขและผ่อนคลายความเครียด

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและการพักผ่อน จึงจัดกิจกรรมภายใต้แนวคิด Happy Relax ตลอดทั้งปีเพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้ผ่อนคลายความเครียด สร้างความสุข และเสริมสร้างความผูกพันระหว่างเพื่อนร่วมงานผ่านกิจกรรมที่สนุกสนานและมีความหมาย โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่

งานเลี้ยงฉลองเทศกาลปีใหม่ บริษัทฯ จัดงานเลี้ยงประจำปีเพื่อรวมพนักงานทุกระดับและทุกหน่วยงานเข้าด้วยกัน เพื่อฉลองความสำเร็จที่ผ่านมาและต้อนรับปีใหม่ด้วยความหวังดี งานเลี้ยงนี้เป็นโอกาสสำคัญที่พนักงานจะได้พบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีข้ามสายงาน และสร้างความทรงจำอันประทับใจร่วมกัน ซึ่งช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่อบอุ่นและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน






กิจกรรมวันวาเลนไทน์ ในวันแห่งความรัก บริษัทฯ จัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งต่อความรักและความอบอุ่นให้กับพนักงาน โดยมอบลูกอมและช็อกโกแลตรูปหัวใจให้กับพนักงานทุกคน พร้อมจัดกิจกรรมสุ่มของรางวัลตามธีมวาเลนไทน์ โดยมีคิวปิดเซอร์ไพรส์ส่งความรักถึงโต๊ะทำงานของพนักงานแต่ละคน กิจกรรมนี้ช่วยสร้างบรรยากาศที่สดใสและรอยยิ้มให้กับทุกคนในวันแห่งความรัก พร้อมแสดงถึงความใส่ใจและความห่วงใยที่บริษัทฯ มีต่อพนักงาน





กิจกรรมเทศกาลคริสต์มาส บริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งท้ายปีด้วยบรรยากาศแห่งความสุขและความอบอุ่น โดยมีลุงซานต้าแจกขนมหวานให้กับพนักงาน พร้อมจัดกิจกรรม "Merry Buddy Moment" ที่เปิดโอกาสให้ Buddy และ Budder ได้ดูแลซึ่งกันและกันและแลกเปลี่ยนของขวัญในเทศกาลแห่งความสุข กิจกรรมนี้ไม่เพียงสร้างเสียงหัวเราะและความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน
รุ่นเก่าและรุ่นใหม่ รวมถึงสร้างความผูกพันและบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่นเป็นกันเอง





กิจกรรม Moshi Moshi Challenge บริษัทฯ เชิญชวนพนักงานมาร่วมสนุกกับ Dance Challenge โดยเต้นตามเพลงของ Moshi Moshi ใน TikTok เพื่อร่วมลุ้นรับรางวัล กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเพลิดเพลินและความสนุกสนาน ขณะเดียวกันก็ช่วยให้พนักงานได้ขยับร่างกาย ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน และสร้างพลังบวกในการทำงานประจำวัน นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมแบรนด์ Moshi Moshi ผ่านการมีส่วนร่วมของพนักงาน สร้างความภาคภูมิใจในแบรนด์และองค์กร



กิจกรรม Happy Relax ดังกล่าว สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน สร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และสร้างสภาพแวดล้อมที่พนักงานรู้สึกมีคุณค่า มีความสุข และมีแรงจูงใจในการทำงานร่วมกันอย่างเต็มศักยภาพ

Happy Brain: พัฒนาความรู้และทักษะชีวิตอย่างรอบด้าน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยตระหนักว่าพนักงานที่มีความรู้และทักษะที่หลากหลายจะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงจัดกิจกรรมภายใต้แนวคิด Happy Brain เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาตนเองในทุกมิติของชีวิต โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่

HR Connect เป็นแพลตฟอร์มการสื่อสารและแบ่งปันความรู้ที่บริษัทฯ จัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ มุ่งเน้นการนำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ครอบคลุมทั้งด้านการทำงานและการใช้ชีวิต โดยคัดสรรเนื้อหาที่ทันสมัย น่าสนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน เนื้อหาที่นำเสนอประกอบด้วยหัวข้อที่หลากหลาย เช่น ทักษะการทำงานและการสื่อสาร การบริหารจัดการเวลาและความเครียด การวางแผนการเงินและการออม การดูแลสุขภาพและโภชนาการ ความรู้ด้านกฎหมายและสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเทรนด์และนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน โดยจัดให้มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง อาทิ การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง การคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี การประหยัดพลังงานและน้ำในบ้านและที่ทำงาน การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การนำของเหลือใช้มาใช้ใหม่ (Reuse และ Recycle) และแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในชีวิตประจำวัน ความรู้เหล่านี้ช่วยให้พนักงานสามารถมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในชีวิตส่วนตัวและในที่ทำงาน

การจัดกิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงานอย่างองค์รวม สร้างเสริมความรู้และทักษะชีวิตที่มีคุณภาพ ช่วยให้พนักงานมีความพร้อมในการรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ ทั้งในที่ทำงานและในชีวิตส่วนตัว พร้อมทั้งส่งเสริมให้พนักงานเป็นคนที่มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง





กิจกรรม Happy Brain สะท้อนถึงความเชื่อของบริษัทฯ ที่ว่า การลงทุนในการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานคือการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุด เพราะพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

Happy Money: สร้างความมั่นคงทางการเงินให้พนักงาน

บริษัทฯ ตระหนักว่าความมั่นคงทางการเงินเป็นรากฐานสำคัญของคุณภาพชีวิตที่ดีและความสุขในการทำงาน จึงจัดกิจกรรมภายใต้แนวคิด Happy Money เพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือพนักงานในด้านการเงิน ลดภาระค่าใช้จ่าย และสร้างโอกาสที่ดีให้กับพนักงานและครอบครัว โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดให้มีโครงการช่วยเหลือทางการเงิน 2 โครงการหลัก ดังนี้

โครงการสินเชื่อ ใจฟู บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับบริษัทสินเชื่อออกโปรแกรมสินเชื่อเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเป็นพิเศษสำหรับพนักงาน Moshi Moshi เพื่อเป็นทางเลือกทางการเงินในกรณีที่พนักงานมีความจำเป็นเร่งด่วนหรือเหตุฉุกเฉินที่ต้องใช้เงิน โดยโครงการนี้มีข้อดีหลายประการ ได้แก่ ไม่ต้องมีหลักประกันหรือผู้ค้ำประกัน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าสินเชื่อทั่วไปด้วยระบบลดต้นลดดอก สามารถขอสินเชื่อแบบออนไลน์ได้สะดวก รวดเร็ว กระบวนการอนุมัติที่รวดเร็ว และการชำระคืนที่ง่ายผ่านการหักบัญชีอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เน้นย้ำถึงการใช้สินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบ โดยแนะนำให้พนักงานกู้เงินเท่าที่จำเป็นจริง ๆ และกู้เท่าที่มีความสามารถในการชำระคืนได้ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดภาระหนี้สินที่เกินความจำเป็นและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตในระยะยาว โครงการนี้สะท้อนถึงความใส่ใจของบริษัทฯ ที่ต้องการให้พนักงานมีทางเลือกทางการเงินที่ดีและปลอดภัย โดยเฉพาะในยามที่มีความจำเป็นเร่งด่วน

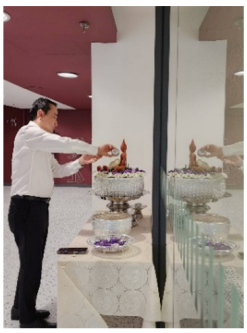
โครงการ Give a Future: ทุนการศึกษาบุตรพนักงาน บริษัทฯ ดำเนินโครงการต่อเนื่องในการมอบทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน ตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาและลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาของครอบครัวพนักงาน โดยพนักงานสามารถสมัครเข้าร่วมโครงการเพื่อขอรับทุนการศึกษาให้กับบุตร ซึ่งผู้ที่ได้รับทุนจะต้องบำเพ็ญประโยชน์เพื่อส่วนรวม เช่น การบริจาคสิ่งของที่ไม่ใช้แล้ว การปลูกป่า การอ่านหนังสือให้ผู้พิการทางสายตา เพื่อส่งต่อความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และสร้างจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่อายุยังน้อย โครงการนี้ไม่เพียงช่วยลดภาระทางการเงินด้านการศึกษาของครอบครัวพนักงาน แต่ยังส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในครอบครัวให้ได้ใช้เวลาร่วมกันทำกิจกรรมที่มีคุณค่าและมีความหมาย นอกจากนี้ยังช่วยให้พนักงานรู้สึกเกิดความรักและผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น เมื่อเห็นว่าบริษัทฯ ให้ความสำคัญและดูแลไม่เพียงแค่พนักงานเท่านั้น แต่รวมถึงครอบครัวและอนาคตของบุตรหลานด้วย

กิจกรรม Happy Money สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะด้านความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของชีวิตที่มีคุณภาพ การมีพนักงานที่มีความมั่นคงทางการเงินและครอบครัวที่อบอุ่นจะส่งผลให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความผูกพันกับองค์กรอย่างยั่งยืน

Happy Soul: เสริมสร้างจิตใจและรักษาวัฒนธรรมไทย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความสมดุลระหว่างการทำงานและจิตใจที่เข้มแข็ง รวมถึงการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีไทยอันดีงาม จึงจัดกิจกรรมภายใต้แนวคิด Happy Soul เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งทางจิตใจ สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน และรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของคนไทย โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่

กิจกรรมสงกรานต์ สืบสานประเพณีไทยในองค์กร บริษัทฯ จัดพิธีสงกรานต์เพื่อเฉลิมฉลองวันขึ้นปีใหม่ไทยอย่างสมเกียรติ โดยจัดพิธีสรงน้ำพระพุทธรูปทั้งในสำนักงานใหญ่และคลังสินค้า เปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้ร่วมทำบุญและแสดงความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามประเพณีไทย กิจกรรมนี้ไม่เพียงเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้แก่พนักงาน ช่วยให้จิตใจสงบและเกิดพลังบวกในการเริ่มต้นปีใหม่ นอกจากนี้ กิจกรรมนี้ยังเป็นโอกาสดีในการสร้างความสัมพันธ์และบรรยากาศที่อบอุ่นภายในองค์กร โดยมีการแจกของหวานเพื่อคลายร้อนตามประเพณีสงกรานต์และสร้างรอยยิ้มให้กับพนักงานทุกคน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความผูกพันและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว Moshi Moshi





กิจกรรม Happy Soul สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานอย่างรอบด้าน ไม่เพียงแต่ด้านร่างกายและการเงินเท่านั้น แต่รวมถึงด้านจิตใจและจิตวิญญาณ พร้อมทั้งรักษาและสืบทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมไทยที่งดงามให้คงอยู่ในองค์กร เพื่อสร้างสมดุลและความสุขที่แท้จริงให้กับพนักงานทุกคนอย่างยั่งยืน

5. โครงการ Congratulation Probation for PC: ต้อนรับและสร้างขวัญกำลังใจพนักงานใหม่

บริษัทฯ ตระหนักว่าช่วงเวลาทดลองงานเป็นช่วงเวลาที่สำคัญและอาจมีความท้าทายสำหรับพนักงานใหม่ โดยเฉพาะพนักงานหน้าร้าน (Product Consultant: PC) ที่ต้องเผชิญหน้ากับลูกค้าและปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมการทำงานใหม่ จึงจัดให้มีโครงการ Congratulation Probation for PC เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ สนับสนุนและเสริมสร้างความมั่นใจให้พนักงานสามารถปรับตัวเข้ากับการทำงานได้อย่างราบรื่นและรู้สึกมีคุณค่าในบทบาทของตนเอง

เมื่อพนักงานผ่านการประเมินช่วงทดลองงานได้เป็นที่น่าพอใจ บริษัทฯ จะมอบรางวัลและของขวัญแสดงความยินดี เช่น การแจกขนมหรือของรางวัลเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้พนักงานได้นำไปฉลองร่วมกับเพื่อนร่วมงานภายในสาขา การมอบรางวัลนี้ไม่เพียงแต่เป็นการแสดงความยินดีและยอมรับว่าพนักงานได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานอย่างเป็นทางการแล้ว แต่ยังเป็นการสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานต่อไป กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรและอบอุ่น เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานใหม่กับเพื่อนร่วมงาน และทำให้พนักงานรู้สึกถึงการได้รับการต้อนรับ มีคุณค่า และเป็นส่วนสำคัญของครอบครัว Moshi Moshi







6. โครงการพัฒนาสวัสดิการเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นดูแลคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยพัฒนาสวัสดิการและสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความผูกพันต่อองค์กร

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาสวัสดิการและสภาพแวดล้อมการทำงานในหลายด้านเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานอย่างเป็นรูปธรรม โดยนอกเหนือจากโครงการสินเชื่อ ใจฟู ซึ่งเป็นโปรแกรมสินเชื่อเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับพนักงานในทุกพื้นที่แล้ว บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการย้ายสถานที่ปฏิบัติงานของสำนักงานใหญ่ พร้อมออกแบบพื้นที่ทำงานให้มีบรรยากาศที่สวยงาม ทันสมัยและเอื้อต่อการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น มีการจัดเตรียมเครื่องฟอกอากาศเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพอากาศภายในสำนักงาน รวมถึงจัดให้มีพื้นที่ Co-working Space สำหรับการพักผ่อนและทำกิจกรรมร่วมกันของพนักงาน ภายในพื้นที่ดังกล่าวยังได้จัดเตรียมเครื่องดื่ม น้ำผลไม้ และขนมทางเลือกเพื่อสุขภาพ เพื่อให้พนักงานได้พักผ่อนและเติมพลังในระหว่างการทำงาน อันเป็นการสนับสนุนคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน



ด้านความปลอดภัย เมื่อเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวในกรุงเทพมหานคร บริษัทฯ ได้แสดงความรับผิดชอบและความใส่ใจต่อความปลอดภัยของพนักงานอย่างเต็มที่ โดยเชิญวิศวกรโยธาผู้เชี่ยวชาญมาตรวจสอบความมั่นคงและความปลอดภัยของอาคารสำนักงาน ว่าจ้างบริษัททำความสะอาดสำนักงานอย่างละเอียดก่อนเปิดทำการเพื่อสุขอนามัยที่ดีของพนักงาน และประสานงานกับผู้บริหารอาคารเพื่อจัดให้มีการซ้อมอพยพเพิ่มเติมเป็นกรณีพิเศษ เพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินพนักงานจะสามารถอพยพได้อย่างปลอดภัยและรวดเร็ว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับสุขภาพของพนักงานหญิงเป็นพิเศษ โดยส่งเสริมให้พนักงานหญิงเข้ารับการตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมแบบไม่มีค่าใช้จ่ายร่วมกับมูลนิธิกาญจนบารมี โดยบริษัทฯ ได้ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิและอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานดูแลสุขภาพและสามารถตรวจพบความผิดปกติได้ตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งจะช่วยให้ได้รับการรักษาที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในวันแรงงาน บริษัทฯ ยังได้มอบคูปองส่วนลดสวนสนุกให้กับพนักงานเพื่อเป็นของขวัญและสร้างโอกาสให้พนักงานได้พักผ่อนและใช้เวลาอย่างมีความสุขกับครอบครัว ซึ่งช่วยผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานและสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน โครงการพัฒนาสวัสดิการเหล่านี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเป็นองค์กรที่ดูแลพนักงานอย่างรอบด้าน ตั้งแต่ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและสามารถแข่งขันได้ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี ความปลอดภัย สุขภาพ ไปจนถึงความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและความผูกพันระหว่างพนักงานกับองค์กรอย่างยั่งยืน

การจัดการพนักงานและแรงงาน : การจ้างงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ้างงานที่มุ่งเน้นการให้ความเท่าเทียมกัน ความหลากหลาย การอยู่ร่วมกัน การไม่เลือกปฏิบัติ และความเท่าเทียมทางเพศ โดยไม่จำกัดหรือกีดกัน เชื้อชาติ สัญชาติ สีผิว เพศสภาพ เพศวิถี อายุ ศาสนา ภาษา ลัทธิ ความเชื่อ สถานะทางสังคม ถิ่นกำเนิดของครอบครัว ความทุพพลภาพ ความพิการ ความคิดเห็นทางการเมือง และวัฒนธรรม สอดคล้องตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน โดยบริษัทฯ ปฏิเสธการจ้างแรงงานเด็ก โดยกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขอายุในการจ้างแรงงานตามข้อบัญญัติของกฎหมายคุ้มครองแรงงานอย่างเคร่งครัด รวมทั้งให้คำมั่นว่าจะปฏิบัติตามสิทธิเด็กและหลักปฏิบัติทางธุรกิจ (Children's Rights and Business Principles: CRBP) บริษัทฯ ปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมายแรงงานของประเทศไทย คือต้องไม่มีการใช้งานแรงงานเด็กที่ผิดกฎหมาย ไม่จ้างลูกจ้างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี และต้องมั่นใจว่าลูกจ้างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ทำงานไม่เกินวันละ 8 ชั่วโมง ไม่ทำงานในช่วงเวลากลางคืน (22.00 - 06.00 น.) ห้ามทำงานอันตรายตามกฎหมายกำหนด ไม่ทำงานที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและพัฒนาการ ส่งผลต่อสภาพจิตใจหรือศีลธรรม รวมถึงส่งผลกระทบต่อการศึกษาภาคบังคับ

บริษัทฯ มีนโยบายสิทธิมนุษยชน ซึ่งตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นคำมั่นว่าจะยึดถือปฏิบัติ สนับสนุน และส่งเสริมการเคารพและปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกคนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายภายในประเทศ ในส่วนของการจ้างงาน บริษัทยึดหลักปฏิบัติ ตามปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) ด้วยหลักการสำคัญที่ว่าด้วยการปกป้องสิทธิ การเคารพสิทธิ และการเยียวยาเมื่อเกิดผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน เนื่องจากการประกอบธุรกิจ อีกทั้งบริษัทฯ ส่งเสริมการจ้างงานอย่างเป็นธรรม ปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001-2563) ของกระทรวงแรงงาน โดยปฏิบัติกับพนักงานและลูกจ้างทุกคน โดยเท่าเทียมกัน และไม่เลือกปฏิบัติ โดยไม่แบ่งเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศสภาพ อายุ ความพิการ รวมทั้งแรงงานต่างด้าว แรงงานผู้พิการ ผู้สูงอายุ สตรี และผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และโปร่งใสในทุกสถานที่ปฏิบัติงาน การจ้างงานจะระบุข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่าย มีการกำหนดอัตราค่าจ้างและสวัสดิการเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและควรเพียงพอต่อการดำรงชีวิตโดยคำนึงถึงความเท่าเทียมด้านค่าตอบแทน มีการกำหนดระยะเวลาการทำงาน การทำงานล่วงเวลา การทำงานในวันหยุด วันลา วันหยุด และสิทธิประโยชน์อื่นใดไม่น้อยกว่ากฎหมายกำหนด

นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้พนักงานและลูกจ้างมีชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม และจะขจัดจำนวนชั่วโมงการทำงานที่มากเกินควรอันส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของพนักงานและลูกจ้าง อีกทั้งบริษัทฯ ไม่ยอมรับการใช้แรงงานบังคับในทุกรูปแบบ ไม่ยอมรับการบังคับใช้แรงงาน แรงงานจากนักโทษ แรงงานทาส และแรงงานในรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นการบังคับเพื่อแสวงหาประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งในการดำเนินงาน และในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ และกิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนและการส่งเสริมการความหลากหลายและการยอมรับความแตกต่างในองค์กร โดยมุ่งสร้างวัฒนธรรมในการทำงานที่เปิดกว้าง ไม่แบ่งแยก ให้คุณค่ากับความแตกต่างของแต่ละบุคคล บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรอย่างเท่าเทียม พร้อมสนับสนุนให้สามารถแสดงศักยภาพในการทำงานออกมาได้อย่างเต็มที่ มีความมั่นใจ และภาคภูมิใจในตนเอง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการทบทวนนโยบายเกี่ยวกับมาตรฐานแรงงานของบริษัทฯ อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง อีกทั้งมีการสื่อสารผ่านการปฐมนิเทศพนักงาน และผ่านหน้าเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบโดยทั่วถึง

ในปี 2568 บริษัทฯ มีพนักงานทั้งหมดจำนวน 1,471 คน โดยมีช่วงอายุ เพศ ระดับการศึกษา และลักษณะการปฏิบัติงานที่หลากหลาย พนักงานถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่ช่วยผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการสรรหาและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพสูง ควบคู่กับการสร้างคุณค่าขององค์กร เพื่อดึงดูดผู้มีความสามารถเข้ามาร่วมงานกับองค์กร รวมถึงขยายวิธีการสรรหาพนักงานให้กว้างขึ้น โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น Facebook และ LinkedIn รวมถึงช่องทางสมัครงานออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อสื่อสารตำแหน่งว่าง ส่งผลให้การสรรหาพนักงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีการปรับกระบวนการสัมภาษณ์งานในรูปแบบ Face to Face และในรูปแบบ VDO Conference ผ่าน Microsoft Team

บริษัทฯ ได้ดำเนินการโครงการ Give a Better Life สร้างอาชีพ สู่ความยั่งยืน อย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตรวจสอบความต้องการของคนในชุมชนบริเวณโดยรอบพื้นที่บริษัทฯ ผ่านการดำเนินการด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การเยี่ยมชมครัวเรือนในรัศมี 5 กิโลเมตรจากบริษัทฯ เพื่อสอบถามความต้องการของครอบครัวที่ต้องการจะได้รับการสนับสนุนอาชีพจากบริษัทฯ เพื่อสร้างรายได้เสริม เช่น การประกอบสินค้า การบรรจุสินค้า และอื่น ๆ โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีการอบรมความรู้และทักษะแก่คนในชุมชนเพื่อเพิ่มคุณภาพของงาน รวมทั้งยังมีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงานของผู้รับจ้างอยู่เสมอ เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นไปตามมาตรฐานด้านแรงงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการสนับสนุนและสร้างอาชีพให้กับชุมชนโดยรอบคลังสินค้า โดยได้วางแผนการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอนและต่อเนื่อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ สำหรับเป้าหมายระยะสั้น บริษัทฯ ตั้งเป้าที่จะเพิ่มสัดส่วนการสนับสนุนการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีฐาน 2566 ในขณะที่ในระยะกลาง บริษัทฯ จะขยายการสนับสนุนให้เพิ่มเป็นร้อยละ 10 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง และสำหรับเป้าหมายระยะยาว บริษัทฯ มีแผนที่จะเพิ่มการสนับสนุนไปจนถึงร้อยละ 20 ซึ่งสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ในการเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ มีนโยบายไม่เลือกปฏิบัติและให้โอกาสที่เท่าเทียมกันในการจ้างงาน โดยว่าจ้างผู้ด้อยโอกาส และได้ว่าจ้างงานคนพิการตามกฎหมายการจ้างงานคนพิการ รวมถึงสนับสนุนและส่งเสริมให้คนพิการได้ทำงานเท่าเทียมกับคนปกติในตำแหน่งที่สามารถทำได้ ซึ่งบริษัทฯ จ้างคนพิการตามที่พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 กำหนดไว้ อีกทั้งบริษัทฯ ได้เปิดโอกาสในการว่าจ้างกลุ่มคนหนุ่มสาว เข้ามาทำงาน Part Time และสนับสนุนให้นักศึกษาเข้ามาฝึกงานเพื่อเรียนรู้งานภายในบริษัทฯ โดยในปี 2568 ได้ว่าจ้างพนักงานชั่วคราว (Part Time) ซึ่งเป็นกลุ่มคนหนุ่มสาว ทั้งสิ้น 215 คน คิดเป็นร้อยละ 14.62 ของพนักงานทั้งหมด และมีนักศึกษาเข้ารับการฝึกงาน ทั้งสิ้น 4 คน

ประเภทสัญญาจ้าง	2566	2567	2568
พนักงานประจำชาย (คน)	153	174	227
พนักงานประจำหญิง (คน)	878	1,038	1,242
พนักงานสัญญาจ้างชาย (ผู้รับเหมาทั้งหมดรวมถึงพนักงานที่มีสัญญาจ้างพิเศษ) (Contractors or temporary staff) (คน)	0	0	0
พนักงานสัญญาจ้างหญิง (ผู้รับเหมาทั้งหมดรวมถึงพนักงานที่มีสัญญาจ้างพิเศษ) (Contractors or temporary staff) (คน)	2	2	2
ร้อยละการจ้างพนักงานสัญญาจ้างทั้งหมด (ผู้รับเหมาทั้งหมดรวมถึงพนักงานที่มีสัญญาจ้างพิเศษ) ต่อพนักงานประจำทั้งหมด	0.19	0.17	0.14

รายละเอียดพนักงาน	2566	2567	2568
สัดส่วนพนักงานแยกตามอายุ			
พนักงานชาย			
พนักงานชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี	71	92	118
พนักงานชาย อายุ 30-50 ปี	79	79	104
พนักงานชาย อายุมากกว่า 50 ปี	3	3	5
พนักงานหญิง			
พนักงานหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี	365	472	550
พนักงานหญิง อายุ 30-50 ปี	468	526	648
พนักงานหญิง อายุมากกว่า 50 ปี	45	40	46
สัดส่วนพนักงานแยกตามสัญชาติ			
พนักงานชาย			
พนักงานชาย สัญชาติไทย	146	166	220
พนักงานชาย สัญชาติเมียนมา	6	7	6
พนักงานชาย สัญชาติกัมพูชา	0	0	0
พนักงานชาย สัญชาติลาว	1	1	1
พนักงานชาย สัญชาติอื่น ๆ	0	0	0
พนักงานหญิง			
พนักงานหญิง สัญชาติไทย	857	1,017	1,224
พนักงานหญิง สัญชาติเมียนมา	20	20	19
พนักงานหญิง สัญชาติกัมพูชา	0	0	0
พนักงานหญิง สัญชาติลาว	1	1	1
พนักงานหญิง สัญชาติอื่น ๆ	0	0	0

การจ้างงานพนักงาน

	2566	2567	2568
พนักงานรวม (คน)	1,031	1,212	1,471
พนักงานชาย (คน)[1]	153	174	227
พนักงานหญิง (คน)[2]	878	1,038	1,244

หมายเหตุ : [1] *ร้อยละจำนวนพนักงานชาย (%) ปี 2566: 14.84% ปี 2567: 14.36% ปี 2568: 15.43%*

[2] *ร้อยละจำนวนพนักงานหญิง (%) ปี 2566: 85.16% ปี 2567: 85.64% ปี 2568: 84.56%*

การจ้างงานผู้พิการ

บริษัทฯ มีนโยบายไม่เลือกปฏิบัติและให้โอกาสที่เท่าเทียมกันในการจ้างงาน โดยสนับสนุนการจ้างงานคนพิการตามกฎหมายการจ้างงานคนพิการ รวมถึงส่งเสริมให้คนพิการได้ทำงานเท่าเทียมกับบุคลากรอื่นในตำแหน่งที่เหมาะสมกับศักยภาพอย่างเท่าเทียม

ในปี 2568 บริษัทฯ มีพนักงานผู้พิการจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ของพนักงานประจำทั้งหมดจำนวน 1,471 คน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 โดยนำส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ จำนวน 23,237.70 บาท

	2566	2567	2568
การจ้างงานผู้พิการรวม (คน)[3]	12	13	13
พนักงานผู้พิการรวม (คน)	12	13	13
พนักงานผู้พิการชาย (คน)	5	7	7
พนักงานผู้พิการหญิง (คน)	7	6	6
ลูกจ้างผู้พิการที่ไม่ใช่พนักงานรวม (คน)	0	0	0
การส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ	ไม่มี	ไม่มี	มี

หมายเหตุ : [3] ร้อยละของการจ้างงานผู้พิการรวมต่อการจ้างงานรวม (%) ปี 2566 : 1.16% ปี 2567 : 1.07% ปี 2568 : 0.90%

การจัดการพนักงานและแรงงาน : การจ่ายค่าตอบแทน

บริษัทฯ มีการกำหนดค่าตอบแทนตามโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน และมีการระบุอย่างชัดเจนในสัญญาจ้างโดยกำหนดผลตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งจะพิจารณาจากระดับวุฒิการศึกษา ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ให้สอดคล้องกับระดับหน้าที่ความรับผิดชอบในตำแหน่งงาน โดยมีการสำรวจอัตราการจ้างงานในตลาดแรงงานมาเป็นส่วนประกอบ เพื่อให้แน่ใจว่าโครงสร้างเงินเดือนของบริษัทฯ มีความเหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกัน อีกทั้งบริษัทฯ มีการวิเคราะห์ข้อมูลค่าตอบแทนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าพนักงานทั้งหญิงและชายได้รับค่าตอบแทนอย่างเท่าเทียม โดยไม่มีการแบ่งแยกหรือเลือกปฏิบัติตามเพศ อายุ สัญชาติ ความบกพร่องทางร่างกาย ศาสนา หรืออื่น ๆ

บริษัทฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยพนักงานประจำร้อยละ 100 ได้รับการประเมินอย่างเป็นระบบเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาจากผลสำเร็จของงาน (KPI: Key Performance Indicator) เพื่อให้การประเมินเป็นไปในแนวทางและมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ทั้งนี้ ผลการประเมินจะถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการพิจารณาการปรับตำแหน่ง เงินเดือน การจ่ายโบนัสประจำปี การพิจารณาความดีความชอบ ตามผลการประเมินโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือเลือกปฏิบัติต่อเพศ อายุ สัญชาติ ความบกพร่องทางร่างกาย ศาสนา หรืออื่น ๆ

ในด้านสวัสดิการ บริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการตามที่กฎหมายกำหนด พร้อมทั้งสวัสดิการเพิ่มเติมในหลายด้าน เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน และเสริมสร้างความสามารถในการดึงดูดและรักษาบุคลากร โดยมีการทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการปรับเงินเดือนประจำปี โดยพิจารณาจากสภาพเศรษฐกิจควบคู่กับผลประเมินการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งสัดส่วนของเกณฑ์การประเมินจะแตกต่างกันตามระดับตำแหน่ง

บริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ด้านต่าง ๆ ให้กับพนักงานประจำโดยคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิตและสภาพการปฏิบัติงานมาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ซึ่งบริษัทฯ มีการจัดสรรผลตอบแทนให้กับพนักงานในรูปแบบที่ชัดเจน อาทิ

- เงินเดือน
- โบนัสประจำปี
- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- ประกันกลุ่ม: ประกันชีวิตและอุบัติเหตุ
- ประกันกลุ่ม: ประกันชีวิตและและสุขภาพ ค่ารักษาพยาบาลกรณีผู้ป่วยใน (IPD) และผู้ป่วยนอก (OPD)

- การตรวจสุขภาพประจำปี
- เงินช่วยเหลือฌาปนกิจ กรณีพนักงานเสียชีวิต
- เงินช่วยเหลือฌาปนกิจ กรณีครอบครัวพนักงานเสียชีวิต
- เงินช่วยเหลือกรณีอัคคีภัย
- เงินช่วยเหลือกรณีอุทกภัย
- เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อที่อยู่อาศัย และเงินกู้อเนกประสงค์
- เงินช่วยเหลือพนักงานอุปสมบท
- เงินช่วยเหลือพนักงานสมรส
- เครื่องแบบพนักงาน
- สวัสดิการเยี่ยมไข้
- สวัสดิการคลอดบุตร

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดสวัสดิการที่ส่งเสริมด้านครอบครัวของพนักงาน โดยส่งเสริมให้พนักงานสามารถดูแลครอบครัวได้อย่างเต็มที่ โดยจัดสวัสดิการลาคลอดและเลี้ยงดูบุตร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การลาคลอด	2566	2567	2568
พนักงานที่มีสิทธิ์ลาคลอดและเลี้ยงดูบุตร (คน)	878	1,038	1,244
พนักงานที่ใช้สิทธิ์ลาคลอดและเลี้ยงดูบุตร (คน)	20	31	46
พนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอดและเลี้ยงดูบุตร (คน)	17	24	37
พนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอดและเลี้ยงดูบุตร และยังอยู่ในสัญญาจ้างต่ออีก 1 ปี (คน)	9	-	-
อัตราการกลับมาทำงานหลังจากใช้สิทธิ์ลาคลอดและเลี้ยงดูบุตร (ร้อยละ)	85.00	77.00	80.43

การจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน

	2566	2567	2568
ค่าตอบแทนพนักงานรวม (บาท)[4]	270,277,082.17	341,172,471.96	418,097,171.35
ค่าตอบแทน พนักงานชาย (บาท)[5]	44,984,872.57	57,432,949.33	69,075,991.79
ค่าตอบแทน พนักงานหญิง (บาท)[6]	225,292,209.60	283,739,522.63	349,021,179.56

หมายเหตุ : *[4] อัตราสัดส่วนค่าตอบแทนเฉลี่ยระหว่างพนักงานหญิงต่อพนักงานชาย ปี 2566: 0.87 ปี 2567: 0.83 ปี 2568: 0.92*

[5] ร้อยละค่าตอบแทนของพนักงานชาย (%) ปี 2566: 16.64% ปี 2567: 16.83% ปี 2568: 16.52%

[6] ร้อยละค่าตอบแทนของพนักงานหญิง (%) ปี 2566: 83.36% ปี 2567: 83.17% ปี 2568: 83.48%

การจัดการพนักงานและแรงงาน : การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของบุคลากร โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรในบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับบทบาทความรับผิดชอบตามหน้าที่งาน ให้สามารถผลิตงานคุณภาพ สร้างการขายและการบริการที่เป็นมาตรฐาน ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องที่สอดคล้องกับสายอาชีพและเหมาะสมกับระดับตำแหน่งของพนักงาน มีการฝึกอบรมให้สอดรับกับแนวทางและแผนงานการดำเนินธุรกิจทั้งในแผนงานระยะสั้นและระยะยาว และได้มีการนำระบบสมรรถนะ (Competency) มาใช้พัฒนาทักษะความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรในองค์กรโดยเน้นการพัฒนาที่เหมาะสมรายบุคคล เพื่อสนับสนุนความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างต่อเนื่อง โดยแผนพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของพนักงานนั้นมาจากการวิเคราะห์ความต้องการของการฝึกอบรม ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากแต่ละภาคส่วน เช่น สมรรถนะที่พนักงานควรจะต้องมีตามตำแหน่งงาน (Job Competency) คำอธิบายลักษณะงาน (Job Description) สายอาชีพ (Career Path) และข้อมูลจากต้นสังกัด โดยคำนึงถึงแผนงานและนโยบายของบริษัทฯ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ส่งผลต่อธุรกิจ รวมถึงความจำเป็นในแต่ละช่วงเวลาการทำงาน โดยพนักงานแต่ละระดับในหน้าที่งานต่าง ๆ จะได้รับการพัฒนาในรูปแบบหลากหลาย ทั้งการฝึกอบรมภายใน การฝึกอบรมภายนอก และการสอนงาน (Coaching) ซึ่งฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะเป็นผู้จัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปี และกำหนดให้สอดคล้องกับเป้าหมายการทำงานประจำปีของบริษัทฯ โดยมีการแบ่งประเภทของการพัฒนาบุคลากร ดังนี้

1. การพัฒนาทักษะการบริหารจัดการและพฤติกรรมในองค์กร (Soft Skill)

เป็นการพัฒนาทักษะหลากหลายด้านสำหรับบุคคลทุกระดับที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานสามารถทำงานได้ดี มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีร่วมกับผู้อื่น สร้างเสริมการทำงานเป็นทีม ทำให้งานประสบความสำเร็จ โดยหัวข้อการอบรมพัฒนาความรู้ เช่น ทักษะการติดต่อสื่อสาร ความสามารถในการปรับตัว ภาวะผู้นำ การแก้ปัญหาและตัดสินใจ และทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ เป็นต้น

2. การพัฒนาทักษะความรู้ทางเทคนิค (Technical Skill)

การพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานตามคุณลักษณะเฉพาะของงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน หรือความสามารถในการแนะนำ ชี้แนะให้ผู้อื่นปฏิบัติตามได้ เช่น ความรู้เฉพาะทางด้านบัญชี การเงิน คอมพิวเตอร์ ทักษะงานขาย และระบบบริหารสินค้าคงคลัง เป็นต้น โดยมีการประเมินความรู้และทักษะที่พนักงานพึงมีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานผ่านการประเมินทักษะความสามารถของพนักงานด้วยระบบสมรรถนะ (Competency)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกระบวนการออกแบบการพัฒนาในหลายรูปแบบ เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน เช่น มีการนำรูปแบบการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiential Learning Theory) การสอนงานในสถานที่ปฏิบัติงานจริง (On the Job Training) การประชุมร่วมเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคในการทำงาน เพื่อกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน และแนวทางการแก้ไขปัญหาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในบริษัทฯ อีกทั้งส่งเสริมให้ผู้บริหารตั้งแต่ระดับต้นขึ้นไปทำหน้าที่เป็นวิทยากร ทำให้เกิดการพัฒนาทั้งต่อตนเองและผู้อื่น

บริษัทฯ มีการปรับปรุงแผนพัฒนาทักษะและความรู้ความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรม เช่น สมรรถนะ (Competency) และคำอธิบายลักษณะงาน (Job Description) โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับแผนงานและกลยุทธ์ของบริษัท รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ รวมถึงความจำเป็นในแต่ละช่วงเวลา บริษัทฯ ใช้โมเดลการพัฒนาแบบ 70:20:10 ซึ่งเป็นแนวคิดในการพัฒนาบุคลากรที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง โดยแบ่งสัดส่วนการเรียนรู้ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (On-the-job training) ร้อยละ 70 การเรียนรู้จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น (Social learning) เช่น การสอนงาน (Coaching) และการเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring) ร้อยละ 20 และการเรียนรู้จากการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ (Formal training) ร้อยละ 10 ซึ่งฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปีให้สอดคล้องกับเป้าหมายประจำปีของบริษัทฯ

หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรประจำปี 2568 ประกอบด้วยหลักสูตรต่าง ๆ ที่ครอบคลุมทั้งด้านการพัฒนาทักษะการบริหารจัดการและพฤติกรรมในองค์กร (Soft Skill) อาทิ Critical Thinking and Problem Solving หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Excel Advance หลักสูตรด้านการพัฒนาทักษะความรู้ทางเทคนิค (Technical Skill) หลักสูตรพัฒนาทักษะเชิงดิจิทัล เช่น Generative AI for 10x Productivity และหลักสูตรด้านความปลอดภัย เช่น การวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัยและการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ซึ่งการอบรมจะมีทั้งในรูปแบบ Onsite และ Online

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดการอบรมผ่านระบบ e-Learning โดยนำหลักสูตรจากสถาบันภายนอก เช่น หลักสูตรด้าน PDPA ที่สอนโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ พร้อมการทดสอบภายหลังการอบรมเพื่อรับใบประกาศนียบัตร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมโครงการ ESG DNA ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเน้นย้ำความสำคัญด้านความยั่งยืนซึ่งถือเป็นหนึ่งใน Core Value ของบริษัทฯ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานสำนักงานทุกคนเข้าร่วมการเรียนรู้ด้าน ESG จำนวน 4 หลักสูตร พร้อมการทดสอบเพื่อรับใบประกาศนียบัตร ซึ่งพนักงานสามารถสอบผ่านได้คิดเป็นร้อยละ 100 ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับเกียรติบัตรจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อแสดงถึงการให้ความสำคัญและการสนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการอบรมและผ่านหลักสูตรพื้นฐานด้านความยั่งยืนตามโครงการ ESG DNA

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาหลักสูตรด้านการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืนในรูปแบบ e-Learning ภายในองค์กร เช่น หลักสูตรต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน หลักสูตรการอนุรักษ์พลังงาน สิ่งแวดล้อม และการจัดการขยะ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของพนักงาน โดยมีการทดสอบภายหลังการอบรมเพื่อประเมินผลการพัฒนา

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้พัฒนาแพลตฟอร์ม e-Learning ใหม่ ซึ่งมีกำหนดเปิดใช้งานในปี 2569 เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและยกระดับศักยภาพของพนักงานในระยะยาว รวมทั้งมีแผนพัฒนาหลักสูตรเฉพาะทางที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ตลอดจนหลักสูตรด้านอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานตามแนวคิด Well-being ต่อไป

ในปี 2568 บริษัทฯ มีการส่งเสริมความรู้ให้แก่พนักงานทุกกลุ่มผ่านโครงการ PLEARN ตามแนวคิดเรียนรู้อย่างสนุกสนานผ่านการเล่นเกม โดยใช้หลักการ Gamification เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ มีการเก็บสะสมคะแนนเพื่อจูงใจให้พนักงานร่วมสนุกอย่างต่อเนื่อง โดยพนักงานที่ร่วมสนุกจะได้ร่วมลุ้นรางวัลในแต่ละกิจกรรมและได้ลุ้นรางวัลท้ายปี ในแต่ละเกมจะมีการให้ความรู้ในประเด็นสำคัญต่าง ๆ เช่น สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม และ PDPA เป็นต้น เพื่อเน้นย้ำความรู้ที่สำคัญ รวมทั้งบริษัทฯ ยังมีการสื่อสารความรู้ต่าง ๆ ผ่านทาง HR Connect ซึ่งประกอบด้วยการสื่อสารผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน LINE อีเมล และระบบอินทราเน็ตของบริษัทฯ ในประเด็นต่าง ๆ เช่น Self Care Tips การดูแลตัวเองแบบง่าย ๆ และวิธีการแยกขยะ เป็นต้น

สำหรับกลุ่มพนักงานใกล้เกษียณ บริษัทฯ ได้จัดทำโครงการ Happy Retirement เพื่อให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในการเตรียมพร้อมเกษียณ โดยพนักงานกลุ่มเป้าหมายที่สนใจสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการเพื่อรับข้อมูลข่าวสารและสร้าง Community ร่วมกัน

สำหรับกลุ่มพนักงานหน้าร้านสาขา บริษัทฯ มีการจัดทำ Training Roadmap อย่างต่อเนื่อง แบ่งระดับเป็นหลักสูตรสำหรับพนักงานขายหน้าร้าน หัวหน้าร้านและผู้จัดการร้าน โดยมีหลักสูตรเบื้องต้นและหลักสูตรต่อยอดยกระดับความรู้ความสามารถต่อเนื่องจากปี 2567

สำหรับปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดทำ Onboarding Program เพื่อดูแลพนักงานใหม่ในช่วงทดลองงานให้สามารถเรียนรู้และสามารถปรับตัวเข้ากับบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานใหม่ช่วงทดลองงานและรับข้อเสนอแนะ (Feedback) จากพนักงานใหม่เพื่อนำข้อมูลมาใช้ปรับปรุงแนวทางการดูแลพนักงานใหม่ให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น สำหรับการพัฒนาพนักงานใหม่ช่วงทดลองงาน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหาร พัฒนาผ่าน Induction Program ที่มุ่งเน้นการพัฒนาในส่วนการเรียนรู้จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น (Social learning) ผ่านการพูดคุยกับผู้บริหารแต่ละทีมเพื่อเรียนรู้การทำงานของแต่ละฝ่าย และกลุ่มพนักงาน มุ่งเน้นการพัฒนาในส่วนการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (On-the-job training: OJT) ผ่านแบบฟอร์ม OJT ที่กำหนดหัวข้อการเรียนรู้ที่ชัดเจน และแบบฟอร์มการตั้งเป้าหมายช่วงทดลองงานเพื่อกำหนดหัวข้อการวัดผลช่วงทดลองงานเฉพาะรายบุคคล เพื่อให้พนักงานใหม่รับรู้เป้าหมายในช่วงทดลองงานอย่างชัดเจนและพัฒนาได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2568 ได้เริ่มใช้แบบฟอร์ม OTJ และแบบฟอร์มตั้งเป้าหมายช่วงทดลองงานกับพนักงานกลุ่มหน้าร้านก่อน เนื่องจากเป็นกลุ่มพนักงานส่วนใหญ่ของบริษัทฯ และในปีต่อไปจะขยายผลใช้กับพนักงานกลุ่มอื่น ๆ ทั่วทั้งบริษัทฯ กรณีเป็นสาขาเปิดใหม่จะมีผู้จัดการเขต (Area Manager) เป็นพี่เลี้ยงในการให้คำแนะนำ รวมทั้งมีการตรวจสอบมาตรฐานการทำงานของพนักงาน เพื่อมั่นใจว่าทุกร้านสาขาสามารถปฏิบัติได้ตามระเบียบและขั้นตอนมาตรฐานของบริษัทฯ นอกจากนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ร่วมกับศูนย์ที่ปรึกษาการจัดการและพัฒนาธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านค้าปลีก จัดอบรมหลักสูตร Customer Service Excellence สำหรับผู้จัดการร้านและหัวหน้าร้านผ่านการอบรมในรูปแบบ Onsite เป็นครั้งแรกโดยคัดเลือก 48 สาขานำร่องจากกรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้า และมีการติดตามผลการอบรมอย่างเข้มข้นผ่านโครงการ Service Champion โดยมีการประเมินผลจากนักช็อปปริศนา หัวหน้างาน (Area Manager) และฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อค้นหาสาขาที่มีการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริการภายในสาขาและสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาปรับใช้ในการบริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งการจัดอบรมครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวที่จะขยายครอบคลุมทุกสาขาทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาทีมงานให้สามารถมอบประสบการณ์การบริการที่ประทับใจแก่ลูกค้าทุกสาขาทั่วประเทศ

บริษัทฯ มีการติดตามและประเมินผลการพัฒนาบุคลากรตามแผนการอบรมประจำปีด้วยวิธีการที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร เช่น การผลประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าอบรม การทดสอบก่อนและหลังอบรม (Pre-Post Test) และการติดตามผลหลังการอบรม (Follow up) โดยหัวหน้างานจะเป็นผู้ประเมินระดับการพัฒนาของพนักงานภายหลังการอบรม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการจัดทำสรุปข้อมูลและรายงานผลการพัฒนาตามแผนอบรมประจำปีในที่ประชุมผู้บริหารเป็นประจำทุกเดือน

บริษัทฯ มีการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งเพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างบุคลากรเพื่อทดแทนตำแหน่งบริหารที่สำคัญ ได้แก่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ เพื่อลดความเสี่ยงหรือผลกระทบจากการขาดความต่อเนื่องในการบริหารจัดการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการประเมินและคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเข้าสู่กระบวนการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) เพื่อพัฒนาให้พร้อมทดแทนตำแหน่งเป้าหมายภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยพัฒนาตามโมเดลการพัฒนา 70:20:10 และมีการประเมินผลการพัฒนา รวมทั้งทบทวน ความพร้อมและความเหมาะสมของผู้สืบทอดตำแหน่งในทุกปี เพื่อปรับแผนการสืบทอดตำแหน่งให้เหมาะสมอยู่เสมอ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานทั้งหมด จำนวน 20,228.50 ชั่วโมง และคิดเป็น 1.70 วันอบรมเฉลี่ยของพนักงานทั้งหมด

	2566	2567	2568
จำนวนชั่วโมงอบรมเฉลี่ยของพนักงาน (ชั่วโมง/คน/ปี)	8.99	9.30	13.59
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (บาท)	1,470,000.00	1,480,000.00	1,927,678.00

การจัดการพนักงานและแรงงาน : ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ เล็งเห็นว่าการสร้างความปลอดภัยภายในองค์กร การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกในขณะปฏิบัติงาน รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงานมีสุขอนามัยที่ดี จะช่วยสร้างความสุขและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหาร พนักงานสำนักงาน พนักงานหน้าร้าน ซึ่งบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจที่สนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย และมีสุขอนามัยในสถานที่ทำงานที่ดี บริษัทฯ มุ่งเน้นการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเต็มความสามารถ และจะเสริมสร้างให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านความปลอดภัย อีกทั้งมีการให้ความรู้ผ่านการฝึกอบรม และส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี

สุขภาพและความปลอดภัยการดูแลด้านสุขภาพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพพนักงานทุกระดับ พร้อมทั้งใส่ใจในด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการทำงานของพนักงาน โดยได้ดำเนินการตรวจสอบสภาพแวดล้อมในพื้นที่ปฏิบัติงานตามกฎหมาย เช่น แสง เสียง คุณภาพ อากาศ ความชื้น และอุณหภูมิ เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานภายใต้จุดมุ่งหมาย “ทำงานแล้วต้องมีความสุข”

บริษัทฯ จัดหลักสูตรอบรมพนักงาน เช่น หลักสูตรด้านความปลอดภัยในการทำงาน โดยเฉพาะพนักงานในคลังสินค้าที่มีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงาน ต้องเรียนรู้การใช้เครื่องมือต่าง ๆ อย่างถูกวิธีและปลอดภัย การอบรมปฐมพยาบาลขั้นต้นและการกู้ชีพพื้นฐาน เพื่อเสริมสร้างทักษะในการช่วยเหลือตนเองและผู้อื่นได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย รวมถึงขอความช่วยเหลือจากระบบบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน รวมทั้งการซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟในสถานประกอบการ โดยกำหนดให้มีการดำเนินการมากกว่าที่กฎหมายกำหนด เพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทราบขั้นตอนการปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้และสามารถอพยพหนีไฟได้อย่างปลอดภัย อีกทั้งมีการสื่อสารความปลอดภัยในการทำงานผ่านช่องทางต่าง ๆ ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเพื่อสร้างการรับรู้แก่พนักงานทุกกลุ่มในองค์กร เช่น การสื่อสาร Safety News ผ่านช่องทางอีเมล และบอร์ดประชาสัมพันธ์ การทำ Safety Talk เป็นการพูดคุยด้านความปลอดภัยกับพนักงานก่อนปฏิบัติงาน ในรูปแบบการย้ำเตือน การแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้พนักงานรับทราบ เพื่อสร้างความตระหนักและเน้นย้ำความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย เพื่อให้การเริ่มต้นการทำงานของพนักงานในแต่ละวัน โดยมีทัศนคติที่ถูกต้องในเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน เกิดความตื่นตัว ตระหนักรู้ ส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกความปลอดภัยด้านบวก ปลูกฝังให้ยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ดี และแลกเปลี่ยน เรียนรู้วิธีการแก้ไขปัญหา และวิธีการปรับปรุงงาน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน

ตารางแสดงอัตราการเกิดอุบัติเหตุ ปี 2566-2568

อัตราการเกิดอุบัติเหตุ	2566	2567	2568
การตรวจสอบครอบคลุมจำนวนพนักงานทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ	100.00	100.00	100.00
ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR)			
● พนักงาน	0.41	0.34	0.24
● ผู้รับเหมา	0.00	0.00	0.00
อัตราวันที่หยุดงานเนื่องจากอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยด้วยโรคจากการทำงานขั้นรุนแรง (Lost Workday Rate: LWR)			
● พนักงาน	0.00	0.00	0.05
● ผู้รับเหมา	0.00	0.00	0.00
ความรุนแรงของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Severity Rate: LTISR)	0.00	0.68	0.24
อัตราบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Rate: LTIR)	0.00	0.00	0.05
การเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต (ครั้ง)			
● พนักงาน	0.00	0.00	0.00
● ผู้รับเหมา	0.00	0.00	0.00
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิต (คน)			
● พนักงาน	0.00	0.00	0.00
● ผู้รับเหมา	0.00	0.00	0.00

ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

	2566	2567	2568
จำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บจากการทำงานของพนักงานจนถึงขั้นหยุดงาน (ครั้ง)	1	1	1

การจัดการพนักงานและแรงงาน : ความผูกพันของพนักงานและการรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร

บริษัทฯ เชื่อว่าการสร้างสถานที่ทำงานที่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและมีสวัสดิการที่เหมาะสมจะช่วยดึงดูดและรักษาพนักงานให้เติบโตไปกับองค์กรในระยะยาว นอกเหนือจากการรวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสวัสดิการผ่านคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานทุกระดับ ผ่านการทำแบบสอบถาม Voice of Employee (VOE) ปีละ 1 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทำความเข้าใจความรู้สึก ความต้องการ และความผูกพันของพนักงานองค์กร นอกจากนั้น ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการ Let's Talk เพื่อเปิดพื้นที่ให้พนักงานทุกระดับและทุกกลุ่มงานได้ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสะท้อนมุมมองต่อการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นพนักงานสำนักงานใหญ่ คลังสินค้า ร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก เพื่อให้บริษัทฯ เข้าใจความต้องการและมุมมองของพนักงานได้ดียิ่งขึ้น โดยมีการสอบถามถึงประเด็นด้านความเท่าเทียมและการไม่เลือกปฏิบัติในองค์กร ตลอดจนติดตามความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของพนักงาน (Well-being) เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาสภาพแวดล้อมการทำงานให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จากผลการรับฟังความคิดเห็นพูดคุย ไม่พบประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน การเลือกปฏิบัติและการไม่ได้รับความเป็นธรรม รวมทั้งได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาแนวทางการดูแลพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ทำการวิเคราะห์ปัญหาด้านอัตราการลาออก (Turnover Rate) ที่สูงผ่านการสัมภาษณ์ผู้

ลาออก (Exit Interview) แบบออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางในการรับทราบสาเหตุการลาออกอย่างตรงไปตรงมา โดยมีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลที่อ่อนไหวอย่างรัดกุม ด้วยการจำกัดสิทธิการเข้าถึงเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลที่ได้รับจะช่วยให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลสามารถวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์การรักษาพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และการแก้ไขปัญหาด้านอัตราการลาออกโดยเฉพาะของพนักงานร้านสาขา

สำหรับพนักงานร้านสาขาที่มีอัตราการลาออกมากกว่าพนักงานกลุ่มอื่น บริษัทฯ ตระหนักถึงแนวโน้มว่าในช่วงเปิดสาขาใหม่มีภาระหน้าที่การงานที่หนัก ซึ่งส่งผลให้อัตราการลาออกของพนักงานค่อนข้างสูงในช่วงดังกล่าว ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้เพิ่มแรงจูงใจทางการเงินเพื่อเป็นค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับภาระงานให้แก่พนักงานในสาขาที่เปิดใหม่ และเพื่อดึงดูดให้พนักงานอยู่กับองค์กรในระยะยาว นอกจากนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ยังมีการจัดทำ Onboarding Program เพื่อช่วยเหลือพนักงานใหม่ที่ร้านสาขาให้สามารถเรียนรู้อย่างเป็นระบบและปรับตัวเข้ากับแนวทางการทำงานของบริษัทฯ รวมทั้งบริษัทฯ ยังมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีสำหรับพนักงานหน้าร้าน พร้อมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในทีมอีกด้วย

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ ในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้โครงการ Happy 8 เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยมุ่งสร้างองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญในการบริหารและพัฒนาบุคลากรในองค์กร การสร้างความสุขในที่ทำงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน อันนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดความตึงเครียดและความขัดแย้งภายในองค์กร รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานให้พัฒนาตนเองในทิศทางที่ดี ส่งผลให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและเกิดผลลัพธ์ที่ดีทั้งต่อบุคคลและองค์กรโดยรวม

ภายใต้โครงการดังกล่าว บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรม Team Building เพื่อส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นทีม สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน ผ่านการทำกิจกรรมร่วมกัน ในบรรยากาศที่สนุกสนานและสร้างสรรค์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม โดยพนักงานและผู้บริหารได้ร่วมกันทำความสะอาดชายหาดในจังหวัดระยอง เพื่อช่วยปกป้องระบบนิเวศชายฝั่ง พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

ความผูกพันของพนักงาน

	2566	2567	2568
พนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจรวม (คน)[7]	637	630	839
พนักงานชายที่ลาออกโดยความสมัครใจ (คน)	141	142	162
พนักงานหญิงที่ลาออกโดยความสมัครใจ (คน)	496	488	677
สัดส่วนพนักงานที่ลาออกโดยสมัครใจ (%)	61.78	51.98	57.04

หมายเหตุ : [7] ปี 2568 รวมพนักงานรายวัน

	2566	2567	2568
ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร[8]	มี	มี	มี

หมายเหตุ : [8] ผลประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (%) ปี 2566: 85.70% ปี 2567: 82.90% ปี 2568: 85.02 %

การรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นและแสดงออกได้อย่างเหมาะสม ภายใต้กรอบของกฎหมายและศีลธรรมอันดี โดยเคารพและสนับสนุนเสรีภาพในการรวมกลุ่มโดยสงบ รวมถึงสิทธิในการเจรจาต่อรองร่วมเพื่อแสวงหาข้อตกลงที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดช่องทางให้พนักงานสามารถขอคำปรึกษาและหารือได้ในทุกประเด็น ทั้งเรื่องการทำงานและเรื่องส่วนตัว โดยไม่จำกัดรูปแบบการหารือ ทั้งการพูดคุยเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม ผ่านฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือผ่านตัวแทนคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสื่อสารและหารือระหว่างบริษัทฯ กับพนักงาน

บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการตามหลักเกณฑ์ของกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ประกอบด้วยผู้แทนฝ่ายลูกจ้างซึ่งมาจากการเลือกตั้ง และผู้แทนฝ่ายนายจ้าง โดยมีวาระการดำรงตำแหน่ง 2 ปี เพื่อร่วมกันดูแล พัฒนา และเจรจาเกี่ยวกับสวัสดิการและผลประโยชน์ของพนักงาน ภายในปี 2568 มีพนักงานที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการร่วมเจรจาและกำหนดข้อตกลงด้านสวัสดิการรวมทั้งสิ้น 21 คน และมีการจัดประชุมคณะกรรมการสวัสดิการจำนวน 13 ครั้ง เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและพิจารณาแนวทางในการพัฒนาสวัสดิการที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงาน โดยมีประเด็นการหารือสำคัญเกี่ยวกับสวัสดิการและผลประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้ การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ ในปี 2568

ประเด็นการหารือเรื่องสวัสดิการหรือผลประโยชน์	แนวทางดำเนินการ / วิธีแก้ไข
1. ค่าที่จอดรถสำหรับพนักงานสำนักงานใหญ่ (เดอะมอลล์ท่าพระ) หลังการย้ายสถานที่ทำงานทำให้พนักงานบางส่วนที่เดิมสามารถจอดรถได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายอาจได้รับผลกระทบ	1. บริษัทฯ สนับสนุนค่าที่จอดรถให้พนักงานเดิมจากสำนักงานเอกชัย 16 (เริ่มงานไม่เกิน ส.ค. 2567) และกำหนดให้พนักงานระดับผู้จัดการแผนกขึ้นไปสามารถใช้สิทธิที่จอดรถโดยไม่มีค่าใช้จ่าย
2. พนักงานเสนอให้มีการจัดกิจกรรมกีฬาสีเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน	2. บริษัทฯ มีแผนพิจารณาจัดกิจกรรมกีฬาสีภายในองค์กรในปี 2569
3. พนักงานเสนอให้เพิ่มระยะเวลาในการจัดงานเลี้ยงปีใหม่ของบริษัทฯ	3. บริษัทฯ มีแผนปรับระยะเวลาในการจัดงานเลี้ยงปีใหม่ในปี 2569
4. กลิ่นไม่พึงประสงค์ภายในคลังสินค้า	4. ติดตั้งแผ่นซิลิโคนปิดท่อระบายน้ำ และเพิ่มความถี่ในการเติมน้ำในท่อระบายน้ำเพื่อป้องกันกลิ่น
5. คุณภาพและความเพียงพอของอาหารจากร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มภายในคลังสินค้า	5. รับฟังความคิดเห็นพนักงานและประสานผู้เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงคุณภาพและความเหมาะสมของบริการอาหาร
6. จำนวนโต๊ะและเก้าอี้ภายในโรงอาหารคลังสินค้า	6. จัดหาโต๊ะและเก้าอี้เพิ่มเติม เพื่อให้เพียงพอต่อจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น
7. ความร้อนภายในคลังสินค้า	7. ติดตั้งพัดลมดูดอากาศ เพื่อช่วยระบายความร้อนภายในคลังสินค้า
8. อุปกรณ์และเครื่องมือในการทำงานภายในคลังสินค้า	8. จัดหาและบำรุงรักษาอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในงานคลังสินค้าให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน พร้อมทั้งเปลี่ยนทดแทนอุปกรณ์ที่ชำรุดหรือเสื่อมสภาพเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุและให้เพียงพอต่อการใช้งานของพนักงาน

การรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร : มี

รูปแบบการรวมกลุ่มของพนักงานภายในองค์กร : คณะกรรมการสวัสดิการ

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้า

แผนการจัดการลูกค้าของบริษัท : มี

แผนการจัดการลูกค้าที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา : การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า, การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค, การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบันที่การแข่งขันสูง การรักษาความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสินค้าไลฟ์สไตล์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายขายและปฏิบัติการ และฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงได้ร่วมกันจัดทำแผนพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกร้าน Moshi Moshi เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า และนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) เพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ สินค้า และประสบการณ์ที่ดีในการเลือกซื้อสินค้า สร้างความจงรักภักดี (Customer Loyalty) และยกระดับภาพลักษณ์ของแบรนด์ในมุมมองของลูกค้า

จากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากสมาชิกร้าน Moshi Moshi เพื่อประเมินความพึงพอใจและหัวข้อที่ลูกค้าต้องการให้พัฒนา โดยหัวข้อในการประเมินครอบคลุมทั้งด้านการพัฒนาสินค้า ราคา ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร การตลาด และการบริการ ในปี 2568 บริษัทฯ จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า ดังนี้

1. ด้านสินค้า (Product) ได้เพิ่มสินค้าใหม่กว่า 12,000 รายการ พร้อมจัดทำแผนการนำเข้าสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องในแต่ละปี เพื่อยกระดับความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม ทั้งในกลุ่มสินค้าใหม่ สินค้าคอลแลบ สินค้าคาแรกเตอร์ลิขสิทธิ์ ตลอดจนการขยายประเภทสินค้าในหมวดต่าง ๆ เพื่อเสริมความครบถ้วนของไลน์สินค้าและสร้างประสบการณ์การเลือกซื้อที่หลากหลายยิ่งขึ้น เช่น สินค้า DIY สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าอุปกรณ์ช่าง เป็นต้น อีกทั้งดำเนินการกระจายสินค้าไปสู่สาขาต่างจังหวัดให้มีจำหน่ายครบถ้วนเหมือนกับสาขาในกรุงเทพมหานคร

2. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีการวางแผนส่งเสริมการขายรายเดือน จัดทำโปรโมชันพิเศษสำหรับสมาชิกในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น มอบสินค้าฟรีเมื่อซื้อสินค้าครบตามเงื่อนไข การให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าตามหมวดหมู่ที่ระบุ และการมอบคูปองส่วนลดพิเศษสำหรับซื้อสินค้าในหมวดหมู่ที่ร่วมรายการ สิทธิประโยชน์ดังกล่าวจัดให้เฉพาะสมาชิกของร้าน Moshi Moshi ภายใต้เงื่อนไขและระยะเวลาที่กำหนดในแต่ละช่วงเวลา

3. ด้านร้านค้าและบรรยากาศ (Store & Atmosphere) มีการปรับปรุงร้าน 6 สาขา ได้แก่ สาขามาร์เก็ตสุวรรณภูมิ สาขาอิมพีเรียลสำโรง สาขาวีสแควร์ นครสวรรค์ สาขาตลาดต้นตาล ขอนแก่น สาขาเดอะมอลล์ ท่าพระ และสาขาโรบินสัน ลาดกระบัง อีกทั้งมีการปรับเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ การแบ่งโซนสินค้าตามหมวดหมู่ให้ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้สะดวก

4. ด้านพนักงานและบริการ (Service) มีการจัดทำคู่มือและจัดอบรมด้านการมีจิตใจในการให้บริการที่ดี (Service Mind) ให้แก่พนักงานขายแต่ละสาขาอย่างสม่ำเสมอ โดยมีหัวข้อการอบรม ได้แก่ การบริการ การทักทายลูกค้า การแนะนำโปรโมชัน การสอบถามการเป็นสมาชิก ขั้นตอนการชำระเงิน และการเชิญชวนลูกค้า อีกทั้งมีการพิจารณาเพิ่มจำนวนพนักงานแต่ละสาขาให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน

5. ด้านการตลาดและการสื่อสาร (Marketing & Communication) มีการจัดการเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจ และวางแผนการเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook TikTok Instagram เป็นต้น อีกทั้งมีการจัดทำแคมเปญและจัดกิจกรรมอีเวนต์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าต่าง ๆ และสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้า นอกจากนี้ ยังมีการใช้บริการ Nano/KOL/UGC เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือจากการใช้งานสินค้าจริงอีกด้วย

การบริหารจัดการเพื่อความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยของลูกค้าและผู้บริโภค

บริษัทฯ ให้ความสำคัญสูงสุดต่อความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยของลูกค้าและผู้บริโภค โดยวางกระบวนการบริหารจัดการที่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การออกแบบและคัดสรรผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การขนส่ง จนถึงการให้บริการ

ในขั้นตอนการคัดสรรผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัยและคุณภาพเป็นสำคัญ กำหนดข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าอย่างชัดเจน และตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์มีส่วนประกอบที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค สำหรับการจัดหาวัตถุดิบ บริษัทฯ คัดเลือกคู่ค้าและซัพพลายเออร์ที่มีการดำเนินงานได้มาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ โดยการประเมินคู่ค้าพิจารณาใน 2 มิติหลัก ได้แก่ มิติด้านศักยภาพทางธุรกิจ และมิติด้านความยั่งยืน ครอบคลุมการดำเนินงานด้านแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งตรวจสอบการได้รับใบรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง อาทิ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) หรือมาตรฐานอาหารและยา (อย.) โดยคู่ค้าจะต้องผ่านการประเมินด้วยคะแนนรวมทุกมิติตามเกณฑ์ของบริษัทฯ

บริษัทฯ จัดให้มีระบบการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ตั้งแต่การรับสินค้า การจัดเก็บ จนถึงการจัดจำหน่าย โดยฝ่ายคลังสินค้าและโลจิสติกส์ดำเนินการสุ่มตรวจคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบความถูกต้องของฉลากตามที่กฎหมายกำหนด จัดเก็บสินค้าตามมาตรฐานความปลอดภัย เช่น การควบคุมอุณหภูมิและความชื้น และมีระบบเฝ้าระวังสินค้าใกล้หมดอายุ

สำหรับการขนส่ง บริษัทฯ ใช้ยานพาหนะและอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับประเภทสินค้า ควบคุมสภาพการขนส่งให้เหมาะสม และมีระบบติดตามตรวจสอบสภาพสินค้าระหว่างขนส่ง ในด้านการให้บริการ บริษัทฯ สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องครบถ้วน ให้คำแนะนำการใช้งานอย่างเหมาะสม จัดให้มีช่องทางรับข้อร้องเรียน และดำเนินการเรียกคืนสินค้าอย่างรวดเร็วหากพบปัญหา พร้อมทั้งจัดให้มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อระบุที่มาของผลิตภัณฑ์และสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที

ด้วยกระบวนการบริหารจัดการที่ครอบคลุมและเป็นระบบ บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเชื่อถือ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

การสื่อสารและข้อมูลผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วนและถูกต้อง ผ่านการติดฉลากที่ชัดเจน การสื่อสารเงื่อนไขการให้บริการและการรับประกันอย่างโปร่งใส การกำหนดราคาที่เป็นธรรม และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่คำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าตามมาตรฐานสากลและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การจัดการข้อร้องเรียนและการบริการหลังการขาย

บริษัทฯ จัดให้มีระบบรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมกำหนดระยะเวลาการตอบสนองและแก้ไขปัญหาที่ชัดเจน โดยฝ่ายการตลาดทำหน้าที่รวบรวมและประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ บริษัทฯ มีนโยบายรับเปลี่ยนคืนสินค้าภายใน 7 วัน และดำเนินการติดตามความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการทบทวนและปรับปรุงหลักเกณฑ์แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และความคาดหวังของผู้บริโภค

คุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภค

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคเพราะตระหนักว่าเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จทางธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ เล็งเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงจะสร้างความประทับใจ ความไว้วางใจ และความภักดีจากลูกค้า ซึ่งเป็นรากฐานของการเติบโตและความมั่นคงทางธุรกิจในระยะยาว อีกทั้งยังเชื่อมั่นว่าการลงทุนในคุณภาพเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าช่วยลดต้นทุนจากการแก้ไขปัญหา การรับคืนสินค้า และการเสียลูกค้า

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นโอกาสในการสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะในยุคที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากมาย และต้องการมากกว่าแค่สินค้าที่ใช้งานได้ แต่ยังคำนึงถึงความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมด้วย การให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์จึงเป็นการแสดงถึงวิสัยทัศน์ และพันธสัญญาที่บริษัทฯ มีต่อผู้บริโภค สังคม และผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

นโยบายและแนวปฏิบัติ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากลและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ครอบคลุมตั้งแต่การกำหนดมาตรฐานคุณภาพ ความปลอดภัย และความสะดวกในการใช้งาน การคัดเลือกคู่ค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ตลอดจนการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีแผนการรับคืนสินค้าที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบสินค้าคุณภาพที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยตั้งเป้าหมายในการลดข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ และรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้าเพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้ดียิ่งขึ้น

การตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้า

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้าหรือไม่ : มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการลูกค้า

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1	-	2569: ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	ทบทวนและปรับปรุงแนวทางปฏิบัติการรับคืนและการเคลมสินค้าให้เป็นลายลักษณ์อักษร	-	2569: ทบทวนและปรับปรุงแนวทางปฏิบัติการรับคืนและการเคลมสินค้าให้เป็นลายลักษณ์อักษร
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	จัดทำระบบบันทึกและติดตามข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ	-	2569: ดำเนินการจัดทำระบบบันทึกและติดตามข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ
• การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค	กำหนดเป้าหมายจำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาเกินจริง การสื่อสารที่ผิดพลาดและการละเมิดสิทธิผู้บริโภคเป็นศูนย์กรณี	-	2569: กำหนดเป้าหมายจำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาเกินจริง การสื่อสารที่ผิดพลาด และการละเมิดสิทธิผู้บริโภคเป็นศูนย์กรณี

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
• การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและจัดทำแผนพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าให้แล้วเสร็จ	-	2569: ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและจัดทำแผนพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าให้แล้วเสร็จ
• การพัฒนาความพึงพอใจและการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	ยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจจากผู้บริโภค	-	2569: ยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจจากผู้บริโภค
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1	-	2571: ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1
• การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค	กำหนดระยะเวลาในการตรวจสอบข้อเท็จจริงให้แล้วเสร็จภายใน 30 วันหลังจากตอบข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ	-	2571: กำหนดระยะเวลาในการตรวจสอบข้อเท็จจริงให้แล้วเสร็จภายใน 30 วันหลังจากตอบข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	พัฒนาระบบวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางป้องกันข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ	-	2571: พัฒนาระบบวิเคราะห์สาเหตุและแนวทางป้องกันข้อร้องเรียนด้านคุณภาพ
• อื่น ๆ : ยกระดับความเข้มงวดในการตรวจสอบคู่ค้า โดยว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายนอก (Third Party) เพื่อตรวจติดตามการปฏิบ	ยกระดับความเข้มงวดในการตรวจสอบคู่ค้า โดยว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายนอก (Third Party) เพื่อตรวจติดตามการปฏิบัติตาม Supplier Code of Conduct	-	2571: ยกระดับความเข้มงวดในการตรวจสอบคู่ค้า โดยว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายนอก (Third Party) เพื่อตรวจติดตามการปฏิบัติตาม Supplier Code of Conduct
• อื่น ๆ : ดำเนินการสุ่มตรวจสอบคู่ค้าระดับ Tier 1 ที่ผลิตสินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค	ดำเนินการสุ่มตรวจสอบคู่ค้าระดับ Tier 1 ที่ผลิตสินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค อย่างน้อย 1 รายต่อปี	-	2571: ดำเนินการสุ่มตรวจสอบคู่ค้าระดับ Tier 1 ที่ผลิตสินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค อย่างน้อย 1 รายต่อปี
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	พัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียนและการเยียวยาผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	-	2571: พัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียนและการเยียวยาผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
• การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค	จัดทำและประกาศใช้นโยบายด้านคุณภาพและการเรียกคืนผลิตภัณฑ์	-	2573: จัดทำและประกาศใช้นโยบายด้านคุณภาพและการเรียกคืนผลิตภัณฑ์

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1	-	2573: ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีน้อยกว่าร้อยละ 1
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	พัฒนาระบบการจัดการคุณภาพเชิงป้องกันที่ครอบคลุมทั้งกระบวนการผลิต	-	2573: พัฒนาระบบการจัดการคุณภาพเชิงป้องกันที่ครอบคลุมทั้งกระบวนการผลิต
• อื่น ๆ : สร้างระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบยั่งยืน ครอบคลุมคู่ค้าทุกระดับ	สร้างระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบยั่งยืนครอบคลุมคู่ค้าทุกระดับ	-	2573: สร้างระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบยั่งยืน ครอบคลุมคู่ค้าทุกระดับ
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	พัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้า (Traceability) ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์	-	2573: พัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้า (Traceability) ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์
• การผลิตและบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า	สร้างมาตรฐานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคในระดับสากล	-	2573: สร้างมาตรฐานการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคในระดับสากล

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการลูกค้า

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการลูกค้า : มี

ผลการดำเนินงานปี 2568

การตรวจสอบสินค้าและมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุด โดยได้กำหนดเป้าหมายระยะสั้นสำหรับปี 2568-2569 ไว้ 3 ด้าน ได้แก่ การควบคุมข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพต่อยอดขายรายปีให้น้อยกว่าร้อยละ 1 การทบทวนและปรับปรุงแนวทางปฏิบัติการรับคืนและการเคลมสินค้าให้เป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงการจัดทำระบบบันทึกและติดตามข้อร้องเรียนด้านคุณภาพอย่างเป็นระบบ

บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติในการสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการไปยังลูกค้า และผู้บริโภคอย่างครบถ้วนและโปร่งใส โดยได้จัดทำจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมแนวทางการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นธรรม รวมถึงดำเนินการจัดทำฉลากสินค้าที่ถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎหมาย โดยระบุรายละเอียดที่สำคัญ เช่น ข้อมูลผู้ผลิต วันที่ผลิตและวันหมดอายุ วิธีการใช้งาน ผลกระทบต่อสุขภาพ และช่องทางการติดต่อสำหรับลูกค้าและผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและเพียงพอต่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินการจัดทำโฆษณาสินค้าและบริการที่ตรงตามลักษณะและคุณสมบัติที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ โดยไม่มีการสื่อสารที่บิดเบือนหรือเกินความเป็นจริง

ในปี 2568 บริษัทฯ ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตอย่างใกล้ชิด และผ่านการรับรองความปลอดภัยจากหน่วยงานราชการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สินค้าทุกรายการที่จำหน่ายผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามกฎหมาย ไม่เป็นสินค้าที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์ หรือสิทธิบัตร ผลการดำเนินงานพบว่าไม่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ไม่มีกรณีข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ารั่วไหล และไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพจากการใช้ผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค เช่น ป้ายราคาผิด และข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ไม่ครบถ้วน เป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

	2566	2567	2568
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค (กรณี)	ไม่มีข้อมูล	21	10

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงและเยียวยาผู้บริโภคด้วยการคืนเงินตามแนวทางด้านความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งออกมาตรการป้องกันและแก้ไขเพื่อลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยบริษัทฯ จะติดตามและรายงานผลการดำเนินงานด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

โครงการสำคัญในปี 2568

1. โครงการตรวจสอบคุณภาพสินค้าจากคู่ค้า

- ตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการรับมอบ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าเป็นไปตามข้อกำหนดด้านคุณภาพและความปลอดภัยที่ตกลงไว้กับคู่ค้า
- ป้องกัน และลดความเสี่ยงจากสินค้าที่อาจมีข้อบกพร่องหรือไม่เป็นไปตามมาตรฐาน
- เสริมสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคู่ค้าและลูกค้าผ่านระบบการตรวจสอบคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการดำเนินงานโดยเน้นการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยดำเนินการสุ่มตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่อาจส่งผลต่อสุขภาพ และความปลอดภัยพร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้อง และความชัดเจนของข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์ รวมถึงวิธีการใช้งานและคำเตือนที่จำเป็น เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพ และข้อกำหนดที่ชัดเจน ซึ่งครอบคลุมทั้งคุณลักษณะของสินค้า มาตรฐานภายใน และมาตรฐานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงและปลอดภัยต่อการใช้งาน

ในปี 2568 ไม่พบเหตุการณ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับผลกระทบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ

2. โครงการพัฒนาแนวทางการสื่อสารการตลาด

โครงการพัฒนาแนวทางการสื่อสารการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางที่ชัดเจน และครอบคลุมเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเสริมสร้างความเป็นเอกภาพในการสื่อสารขององค์กร ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าควบคู่ไปกับการกระตุ้นยอดขาย และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ในระยะยาว เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงและสามารถแข่งขันได้ในตลาด

การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้จัดทำแนวปฏิบัติเรื่องการสื่อสารการตลาด ให้มีความชัดเจนและนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยประเมินผลและติดตามผลการดำเนินงานในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์จากหลากหลายมิติ ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการรักษามาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

ผลการประเมินข้อร้องเรียนด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในปี 2568 พบข้อร้องเรียนทั้งสิ้น 31 กรณี ซึ่งผ่านการตรวจสอบและพบว่ามีข้อร้องเรียนที่ได้รับการยืนยันด้านคุณภาพจำนวน 20 กรณี มูลค่าการคืนสินค้าคิดเป็นร้อยละ 0.00006235 ของยอดขายปี 2568 ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพในทุกกรณีอย่างเร่งด่วน พร้อมทั้งวิเคราะห์สาเหตุเพื่อกำหนดมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ เพื่อยกระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคและมาตรฐานผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการทบทวนขั้นตอนการปฏิบัติงานมาตรฐานสำหรับการยกเลิกการขายและการเปลี่ยนสินค้า (Void & Refund) เพื่อรองรับกรณีการคืนสินค้า หรือการเคลมผลิตภัณฑ์ภายหลังการจำหน่าย โดยกำหนดกระบวนการที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมตั้งแต่การรับเรื่อง การตรวจสอบ การอนุมัติ จนถึงการส่งมอบสินค้าทดแทนหรือการคืนเงิน เพื่อเพิ่มความสะดวกและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานการให้บริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

โครงการสำคัญในปี 2568

1. โครงการการประเมินคุณภาพคู่ค้าเพื่อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ ดำเนินงานที่มุ่งเน้นการคัดเลือกและประเมินคู่ค้าตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้ได้วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย โดยครอบคลุมการตรวจสอบมาตรฐานการผลิต การรับรองที่เกี่ยวข้อง และหลักความยั่งยืน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้คู่ค้าที่มีการดำเนินงานได้มาตรฐาน สร้างความมั่นใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยบริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าทุกรายต้องได้รับการประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งพิจารณาทั้งในมิติด้านศักยภาพทางธุรกิจและมิติด้านความยั่งยืน

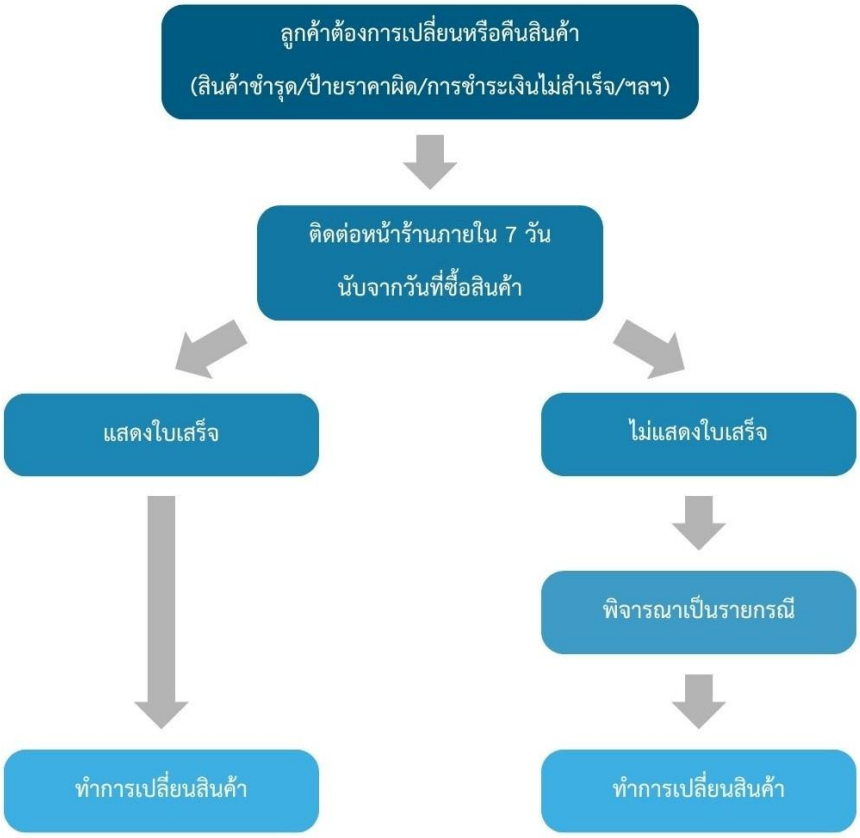
การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีกระบวนการประเมินคู่ค้าใหม่ทุกรายตามแบบประเมินมาตรฐานก่อนเริ่มความสัมพันธ์ทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการประเมินด้านศักยภาพทางธุรกิจ คุณภาพผลิตภัณฑ์ และการตรวจสอบใบรับรองมาตรฐานตามข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) และมาตรฐานอาหารและยา (อย.) ทั้งนี้ สำหรับปี 2568 บริษัทฯ ได้ทำการประเมินคู่ค้าใหม่ทุกรายตามเกณฑ์ที่กำหนด

และดำเนินธุรกิจเฉพาะกับคู่ค้าที่ผ่านการประเมินเท่านั้น ทำให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าทุกรายมีศักยภาพในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน

รูปภาพผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการลูกค้า

ขั้นตอนการดำเนินการในการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าจากลูกค้า



การจัดการลูกค้า : ความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทฯ โดยมีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการพัฒนาความพึงพอใจลูกค้า คือ คะแนนสำรวจความพึงพอใจลูกค้าร้อยละ 85 ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละสาขา โดยจะนำผลการประเมินไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ ตลอดจนพัฒนาปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ในปี 2568 ทางบริษัทฯ ได้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ได้รับผลการประเมินที่ร้อยละ 92

ความพึงพอใจของลูกค้า

	2566	2567	2568
ผลประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	มี	มี	มี

ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนและสังคม

บริษัทฯ วางกรอบนโยบายการดำเนินธุรกิจ โดยบูรณาการหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ครอบคลุมทุกมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ (Environmental, Social and Governance: ESG) โดยมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่บังคับใช้และข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายบริหารจัดการความยั่งยืน โดยมีการปลูกฝังให้บุคลากรภายในองค์กรให้ปฏิบัติตาม

นโยบาย ในส่วนของการพัฒนาสังคมของบริษัท เพื่อผลักดันการเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและสังคม ตลอดจนส่งเสริมชุมชน และการสาธารณประโยชน์

แผนการจัดการชุมชนและสังคม

แผนการจัดการชุมชนและสังคมของบริษัท :	มี
แผนการจัดการชุมชนและสังคมที่บริษัทดำเนินการในรอบปีที่ผ่านมา :	การจ้างงานและพัฒนาทักษะอาชีพ, การศึกษา, ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มผู้เปราะบาง, การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม, อื่น ๆ : การพัฒนาชุมชนและสังคม ภายใต้แนวคิด "GIVE"

การพัฒนาชุมชนและสังคม ภายใต้แนวคิด "GIVE"

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบซื้อมาขายไป โดยกิจกรรมหลักที่อาจมีผลกระทบต่อชุมชนคือการดำเนินงานของคลังสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าในพื้นที่ติดถนนสายหลัก การกำหนดตารางเวลาเข้า-ออกของรถขนส่งที่ชัดเจน และการใช้ระบบบริหารจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีกระบวนการประเมินผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน รวมถึงการสำรวจความต้องการของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาวางแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชนและสังคมให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN SDGs) ภายใต้แนวคิด "GIVE" ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้านหลัก ดังนี้

1. Give a Hand “รวมใจ ฟื้นฟูผู้ประสบภัย”

แนวทางบริหารจัดการด้านการช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติถูกออกแบบมาให้ตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างรวดเร็ว โดยบริษัทฯ มีการจัดตั้งงบประมาณสำรองสำหรับช่วยเหลือเหตุการณ์ภัยพิบัติ และจัดเตรียมผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สภากาชาดไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาคประชาสังคม เพื่อให้การช่วยเหลือเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังมีการติดตามผลหลังการช่วยเหลือเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ประสบภัยได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม

2. Give a Future “สานฝัน สู่อนาคต”

บริษัทฯ จัดโครงการมอบทุนการศึกษาให้แก่บุตรพนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีผลการเรียนและพฤติกรรมดี เช่น การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อปลูกฝังคุณธรรม และจิตสำนึกแก่เยาวชน ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับทุนยังได้รับการติดตามและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าโครงการที่บริษัทฯ จัดทำขึ้นสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกได้ในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายระยะสั้น กลาง และยาว ของโครงการเกี่ยวกับการบันทึกสมุดทำความดีของนักเรียนทุน (ทำความดี 5 เรื่องต่อปี) โดยเป้าหมายระยะสั้นกำหนดไว้ร้อยละ 80 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องบันทึกสมุดทำความดี ในขณะที่ระยะกลางจะเพิ่มเป็นร้อยละ 90 และในระยะยาว มุ่งหวังให้นักเรียนทุนทั้งหมดร้อยละ 100 บันทึกสมุดทำความดี เพื่อเป็นการปลูกฝังคุณธรรมและสร้างแรงบันดาลใจให้กับเยาวชน

3. Give a Better Life “สร้างอาชีพ สู่ความยั่งยืน”

บริษัทฯ ได้ลงพื้นที่เยี่ยมเยียนครัวเรือนในรัศมี 5 กิโลเมตร เพื่อสำรวจและประเมินความต้องการด้านอาชีพของชุมชน อาทิ การประกอบและบรรจุสินค้า พร้อมทั้งประเมินผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของบริษัทฯ ต่อชุมชนโดยรอบอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดโครงการพัฒนาชุมชน ทั้งด้านการอบรมทักษะอาชีพเพื่อเพิ่มคุณภาพงาน และการตรวจสอบสภาพแวดล้อมการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐานด้านแรงงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้วางแผนสนับสนุนการสร้างรายได้ให้ชุมชนท้องถิ่นเป็น 3 ระยะ โดยกำหนดเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนเป็นร้อยละ 5, 10 และ 20 ในระยะสั้น กลาง และยาว ตามลำดับ จากปีฐาน 2566 เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนอย่างยั่งยืน

4. Give for Life “หนึ่งคนให้หลายคนรับ”

บริษัทฯ ส่งเสริมกิจกรรมบริจาคโลหิตผ่านการจัดกิจกรรมร่วมกับสภากาชาดไทย โดยมีการกำหนดวันบริจาคโลหิตประจำปีและสนับสนุนพนักงานให้เข้าร่วมกิจกรรมผ่านการประชาสัมพันธ์ โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะดำเนินการผ่านช่องทาง Line Official HR อีเมล และบอร์ดประชาสัมพันธ์

บริษัทฯ ออกแบบกิจกรรมดังกล่าวเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถสมัครใจเข้าร่วมบริจาคโลหิตได้ในเวลาทำงาน โดยไม่ถือเป็นการลาและไม่มีการหักค่าจ้างหรือเงินเดือนแต่อย่างใด นโยบายนี้เป็นการสร้างกลไกที่ช่วยให้พนักงานสามารถมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องกังวลเรื่องเวลาหรือรายได้ ซึ่งเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าแก่สังคม

5. Give Back to Earth “ช่วยโลก รักษ์สิ่งแวดล้อม”

โครงการนี้มุ่งเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางบริหารจัดการที่ครอบคลุมทั้งการลดปริมาณของเสีย การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน และการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในชุมชนและสังคม ทั้งนี้ รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการสามารถศึกษาได้ในส่วนการบริหารจัดการทรัพยากร มิติสิ่งแวดล้อม

6. Give Happiness “ยิ้มด้วยกันปันด้วยใจ”

แนวทางการจัดการโครงการนี้เน้นไปที่การสร้างโอกาสให้กับผู้ด้อยโอกาส โดยรวบรวมสิ่งของจำเป็น เช่น อุปกรณ์การเรียน เครื่องเขียน และของใช้จำเป็นต่าง ๆ เพื่อแจกจ่ายให้กับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ห่างไกลหรือขาดแคลนสิ่งของจำเป็นสำหรับใช้ในการดำรงชีพ เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี

จากการดำเนินงานและมีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่องเป็นผลให้ระหว่างปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบกรณีข้อพิพาทกับชุมชนโดยรอบสถานประกอบการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกให้ความช่วยเหลือในการสร้างรายได้เสริม ให้ความช่วยเหลือกับชุมชนและสังคมที่ต้องการอุปกรณ์ต่าง ๆ ทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่เผชิญภัยพิบัติต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมสร้างความรู้เกี่ยวกับการแยกขยะที่ถูกต้องเพื่อความสะดวกในการนำไปรีไซเคิล โดยสำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนและสังคมรวมเป็นเงินจำนวน 8,294,002.18 บาท

บริษัทฯ มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการดังกล่าว อย่างเป็นระบบผ่านตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน เพื่อให้การพัฒนาชุมชนและสังคมเกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืน สอดคล้องกับนโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดหวังว่าความช่วยเหลือที่บริษัทฯ ให้ชุมชน และความรู้ความเข้าใจที่ชุมชนแบ่งปันกับบริษัทฯ จะเป็นรากฐานในการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว

การตั้งเป้าหมายการจัดการชุมชนและสังคม

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายการจัดการชุมชนและสังคมหรือไม่ : มี

รายละเอียดการตั้งเป้าหมายการจัดการชุมชนและสังคม

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
• การจ้างงานและพัฒนาทักษะอาชีพ	สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	2566: -	2569: สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 5
• การศึกษา	ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษาบุตรของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 80 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี	-	2569: ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษาบุตรของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 80 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี
• อื่น ๆ : จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขา	จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขา อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	-	2569: จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขา อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
• การจ้างงานและพัฒนาทักษะอาชีพ	สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 10	2566: -	2571: สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 10
• การศึกษา	ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษา บุตรของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 90 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี	-	2571: ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษา บุตรของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 90 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปีฐาน	ปีเป้าหมาย
• อื่น ๆ : จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขา	จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขาอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	-	2571: จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขาอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
• การจ้างงานและพัฒนาทักษะอาชีพ	สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 20	2566: -	2573: สนับสนุนการสร้างรายได้สำหรับชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งคลังสินค้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 20
• การศึกษา	ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษา บุตรของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 100 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี	-	2573: ส่งเสริมเยาวชน ผ่านการให้ทุนการศึกษา บุตรของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง โดยร้อยละ 100 ของจำนวนนักเรียนที่ได้รับทุน จะต้องมีการบันทึกสมุดทำความดี
• อื่น ๆ : จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขา	จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขาอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง	-	2573: จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการจัดการขยะให้แก่ชุมชนใกล้เคียงที่ตั้งสำนักงาน/คลังสินค้า/ร้านสาขาอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม

ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการจัดการชุมชนและสังคม : มี

ผลการดำเนินงานประจำปี 2568

ด้านการบรรเทาสาธารณภัย

บริษัทฯ ให้การสนับสนุนผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผ่านการบริจาคเงิน 200,000 บาท ผ่านมูลนิธิรามาธิบดี พร้อมมอบเครื่องนุ่งห่มและสิ่งของจำเป็น 3,000 ชิ้น ให้แก่ศูนย์บรรเทาสาธารณภัย มณฑลทหารบกที่ 42 นอกจากนี้ยังบริจาคสิ่งของให้แก่โครงการ "พลังแห่งความหวัง–เพื่อทุกชีวิต" สำหรับกำลังพลตามแนวชายแดนไทย–กัมพูชา รวมมูลค่าความช่วยเหลือทั้งสิ้น 200,000 บาท

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมและบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนในยามวิกฤต

ด้านการสนับสนุนการศึกษา

บริษัทฯ สนับสนุนทุนการศึกษาบุตรพนักงานที่มีผลการเรียนดี จำนวน 16 ทุน รวม 96,000 บาท และสนับสนุนกิจกรรม Junior Film Show ของโรงเรียนนานาชาติเอกมัย 10,000 บาท รวมงบประมาณด้านการศึกษาทั้งสิ้น 106,000 บาท

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการมีส่วนร่วมสนับสนุนการศึกษาและส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนอย่างต่อเนื่อง

ด้านการช่วยเหลือสังคม

บริษัทฯ จัดกิจกรรมบริจาคโลหิต "หนึ่งคนให้ หลายคนรับ" ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย และส่งเสริมการจ้างงานชุมชนข้างเคียง สร้างรายได้รวม 7,681,002.76 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 63 จากปีฐาน 2566 พร้อมดำเนินโครงการแลกขวดพลาสติกเป็นอุปกรณ์การเรียน มีนักเรียนเข้าร่วม 218 คน รวบรวมขวดพลาสติกได้ 6,191 ขวด ส่งมอบให้วัดจากแดงผลิตเป็นผ้าไตรจีวรรีไซเคิล 413 ผืน

การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ควบคู่กับการสร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

โครงการสำคัญในปี 2568

1. Give a Hands: โครงการรวมใจ ฟื้นฟูผู้ประสบภัย

บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “รวมใจฟื้นฟูผู้ประสบภัย” ภายใต้แนวคิด Give a Hand เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติและเหตุการณ์ฉุกเฉิน โดยมุ่งเน้นการให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วและเหมาะสม เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและสนับสนุนการดำรงชีวิตในช่วงวิกฤต

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสนับสนุนการฟื้นฟูชุมชนในพื้นที่ประสบภัย เพื่อช่วยให้ผู้ได้รับผลกระทบสามารถกลับมาดำเนินชีวิตได้ตามปกติโดยเร็ว อันเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับชุมชนในระยะยาว

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

บริษัทฯ บริจาคเงินจำนวน 200,000 บาท ผ่านมูลนิธิรามาธิบดี เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สนับสนุนเครื่องนุ่งห่มและสิ่งของจำเป็น จำนวน 3,000 ชิ้น ให้แก่โครงการ“พลังแห่งความหวัง–เพื่อทุกชีวิต” เพื่อสนับสนุนภารกิจของกำลังพลที่ปฏิบัติหน้าที่ตามแนวชายแดนไทย–กัมพูชา และบริจาคเครื่องนุ่งห่มและสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็น จำนวน 130 ชิ้นให้แก่ศูนย์บรรเทาสาธารณภัย มณฑลทหารบกที่ 42 เพื่อนำไปกระจายความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยในพื้นที่หาดใหญ่และจังหวัดสงขลา









2. Give A Future: โครงการมอบทุนการศึกษาให้แก่บุตรของพนักงาน

บริษัทฯ ดำเนินโครงการมอบทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน ภายใต้แนวคิด Give a Future เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาของบุตรพนักงานที่มีผลการเรียนดีและมีความประพฤติดี โดยมุ่งหวังให้เด็กและเยาวชนได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่และมีโอกาสเติบโตอย่างมีคุณภาพ

นอกจากนี้ โครงการยังมุ่งปลูกฝังคุณธรรม จิตสาธารณะ และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนเติบโตเป็นกำลังสำคัญที่มีคุณภาพของสังคมในอนาคต

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการมอบทุนการศึกษาสำหรับบุตรของพนักงาน ในวันที่ 18 มิถุนายน 2568 จำนวนทั้งสิ้น 16 ทุน แบ่งออกเป็น

- ระดับประถมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 ทุน ทุนการศึกษาละ 5,000 บาท จำนวนรวม 20,000 บาท
- ระดับประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 4 ทุน ทุนการศึกษาละ 5,000 บาท จำนวนรวม 20,000 บาท
- ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 ทุน ทุนการศึกษาละ 6,000 บาท จำนวนรวม 24,000 บาท
- ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 4 ทุน ทุนการศึกษาละ 8,000 บาท จำนวนรวม 32,000 บาท

ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับทุนการศึกษาจะต้องทำความดีในด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม คนละ 5 เรื่อง และจัดทำรายงานเพื่อประเมินผลก่อนเข้าร่วมการคัดเลือกรับทุนในครั้งถัดไป โดยในปี 2568 นักเรียนที่ได้รับทุน ได้ทำกิจกรรมทำความดีครบตามข้อกำหนดคิดเป็นร้อยละ 100









3. Give A Future: โครงการสนับสนุนการศึกษาในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและสนับสนุนกิจกรรมของนักเรียน

บริษัทฯ ดำเนินโครงการสนับสนุนการศึกษาและกิจกรรมการเรียนรู้ของนักเรียน ภายใต้แนวคิด Give a Future เพื่อส่งเสริมโอกาสทางการศึกษา และพัฒนาศักยภาพของเด็กและเยาวชนให้สามารถเติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยบริษัทฯ สนับสนุนกิจกรรมการเรียนการสอน รวมถึงกิจกรรมเสริมทักษะต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์การเรียนรู้ทั้งด้านวิชาการและทักษะชีวิต

โครงการดังกล่าวมุ่งหวังให้เด็กและเยาวชนได้รับการพัฒนาอย่างรอบด้าน พร้อมทั้งเสริมสร้างพื้นฐานความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการเติบโตและการพัฒนาตนเองในอนาคต

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

บริษัทฯ ได้สนับสนุน ทุนการศึกษาเพื่อกิจกรรมของนักเรียน โครงการ Junior Film Show ของโรงเรียนนานาชาติเอกมัย จำนวน 10,000 บาท เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติ



4. Give For life: หนึ่งคนให้ หลายคนรับ

บริษัทฯ ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จัดกิจกรรมบริจาคโลหิต "หนึ่งคนให้ หลายคนรับ" ประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2568 ณ ห้องประชุมชั้น 2 คลังสินค้าอ้อมใหญ่

บริษัทฯ ออกแบบกิจกรรมนี้ให้พนักงานสามารถสมัครใจเข้าร่วมบริจาคโลหิตได้ในเวลาทำงาน โดยไม่ต้องใช้วันลา นโยบายนี้เป็นการสร้างกลไกที่ช่วยให้พนักงานสามารถมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องกังวลเรื่องเวลาหรือรายได้ ซึ่งเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าแก่สังคม

จากการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ มีพนักงานให้ความสนใจและเข้าร่วมบริจาคโลหิตเป็นจำนวนมาก Moshi Moshi มุ่งหวังที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มช่องทางการระดมโลหิตให้แก่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย เพื่อนำไปช่วยเหลือผู้ป่วยที่ต้องการโลหิตในกรณีฉุกเฉินหรือเพื่อการรักษาพยาบาล และเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยต่อชีวิตผู้ป่วยต่อไป

5. Give Back to Earth: โครงการแลกเปลี่ยนขวดพลาสติก เป็นอุปกรณ์การเรียน

บริษัทฯ ดำเนินโครงการแลกเปลี่ยนขวดพลาสติกเป็นอุปกรณ์การเรียน ภายใต้แนวคิด Give Back to Earth เพื่อส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการจัดการขยะอย่างถูกวิธี โดยมุ่งสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาขยะพลาสติกและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนการคัดแยกขยะและการนำทรัพยากรกลับมาใช้ประโยชน์ผ่านกระบวนการรีไซเคิล

โครงการดังกล่าวยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและสถานศึกษาในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเปิดโอกาสให้นักเรียนและประชาชนร่วมกันรวบรวมขวดพลาสติกเพื่อนำมาแลกเปลี่ยนเป็นอุปกรณ์การเรียน ซึ่งช่วยสร้างแรงจูงใจในการลดปริมาณขยะพลาสติกและส่งเสริมพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า อันนำไปสู่การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

บริษัทฯ เริ่มต้นวางแผนและดำเนินโครงการ “Give Back To Earth” ตั้งแต่ปี 2567 บริษัทฯ มีเป้าหมายขยายผลโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าจัดกิจกรรมอย่างน้อย 2 ครั้ง ต่อปี เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในกลุ่มเยาวชน ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนวัดประเสริฐสุทธาวาส และโรงเรียนวัดโมลี (นันทวิมล) โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้ด้านการคัดแยกขยะและการรีไซเคิลพลาสติก พร้อมส่งเสริมการนำขวดพลาสติกกลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคม

- จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่นักเรียนโรงเรียนวัดประเสริฐสุทธาวาส โดยมีนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมการทั้งหมด 95 คน สามารถรวบรวมขวดพลาสติกได้ 1,110 ขวด ซึ่งนำไปรีไซเคิลเป็นจีวรได้จำนวน 74 ผืน และโรงเรียนวัดโมลี (นันทวิมล) มีนักเรียนร่วมกิจกรรมการทั้งหมด 123 คน สามารถรวบรวมขวดพลาสติกได้ 5,081 ขวด ซึ่งนำไปรีไซเคิลเป็นจีวรได้จำนวน 338 ผืน





6. Give A Better Life: โครงการเสริมสร้างอาชีพให้ชุมชนข้างเคียง

บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “Give a Better Life” ตั้งแต่ปี 2566 เพื่อส่งเสริมการสร้างอาชีพและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินธุรกิจ ภายใต้แนวคิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ สนับสนุนการจ้างงานและการมอบหมายงานที่สามารถดำเนินการได้จากครัวเรือน ควบคู่กับการถ่ายทอดความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพ อันเป็นส่วนหนึ่งในการลดความเหลื่อมล้ำและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน

การดำเนินการและผลการดำเนินงาน

- สนับสนุนการจ้างงานให้แก่ครัวเรือนในชุมชนภายในรัศมี 5 กิโลเมตรจากคลังสินค้าอ้อมใหญ่ โดยมอบหมายงานติดฉลากบรรจุสินค้าและงานประกอบสินค้า

- ในปี 2568 มีครัวเรือนที่ได้รับการสนับสนุนจำนวน 67 ครอบครัว

จากการดำเนินโครงการในปี 2568 บริษัทฯ ได้สนับสนุนการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนในชุมชนรวม 7,681,002.76 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 63 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2566

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการสนับสนุนการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 จากปีฐาน 2566 ในระยะสั้น และมีแผนขยายการสนับสนุนเพิ่มเป็น ร้อยละ 10 ในระยะกลาง และร้อยละ 20 ในระยะยาว สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการมีส่วนร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

โครงการดังกล่าวช่วยสร้างโอกาสในการจ้างงานให้กับชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งส่งเสริมการกระจายรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับครัวเรือนในชุมชนอย่างยั่งยืน

7. Give Happiness: โครงการยิ้มด้วยกันปันด้วยใจ

บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “ยิ้มด้วยกันปันด้วยใจ” ภายใต้แนวคิด Give Happiness เพื่อส่งเสริมการแบ่งปันและสร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่เด็กและเยาวชนในพื้นที่ห่างไกลหรือขาดแคลนทรัพยากร โดยบริษัทฯ รวบรวมและมอบสิ่งของจำเป็น อาทิ อุปกรณ์การเรียน เครื่องเขียน และของใช้พื้นฐานให้แก่สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของเยาวชนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้สนับสนุนการศึกษาและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเยาวชนในชุมชน ผ่านการบริจาคอุปกรณ์การเรียน เครื่องเขียน และสิ่งของจำเป็นให้แก่สถานศึกษาในพื้นที่ห่างไกลหรือขาดแคลน รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 12 แห่ง ดังนี้

- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 200 ชิ้น ให้แก่ โรงเรียนวัดบางประทุนนอก ถนนสุขสวัสดิ์ แขวงบางปะกอก เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 75 ชิ้น ให้แก่ โรงเรียนเฟื่องฟ้าวิทยา ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 390 ชิ้น ให้แก่ โรงเรียนวัดยางนอน ตำบลยางนอน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 390 ชิ้น ให้แก่ โรงเรียนวัดหนองกรด ตำบลโคกช้าง อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 180 ชิ้น ให้แก่ โรงเรียนหนองปรือประชาสวรรค์ ตำบลวังเย็น อำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 200 ชิ้น ให้แก่ โรงเรียนบางน้ำชน ถนนเจริญนคร แขวงสำเหร่ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 200 ชิ้น ให้แก่ ศูนย์นันทนาการอัมพวา ซอยจรัญสนิทวงศ์ 22 แขวงบ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 200 ชิ้น ให้แก่ มูลนิธิบ้านนกขมิ้น ซอยเสรีไทย17 ถนนเสรีไทย แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 230 ชิ้น ให้แก่ กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 200 ชิ้น ให้แก่ สำนักงานเทศบาลตำบลอ้อมใหญ่
- ส่งมอบอุปกรณ์การเรียนการสอนและของใช้จำเป็น จำนวน 276 ชิ้น ให้แก่ คริสตจักรสานสัมพันธ์ศาลายา เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และช่วยเสริมสร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่เด็กนักเรียนในพื้นที่
- สนับสนุนสิ่งของ จำนวน 170 ชิ้น ให้แก่ ศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย เพื่อนำไปมอบเป็นของที่ระลึกแก่ผู้แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะและดวงตา ในโครงการประชาสัมพันธ์การบริจาคอวัยวะ ครอบคลุม 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร





โครงการ Toy to Joy

บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “Give Happiness: Toy to Joy 2025” เพื่อส่งเสริมการแบ่งปันและสร้างความสุขให้แก่เด็กที่ขาดแคลน พร้อมทั้งสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยเปิดรับบริจาคตุ๊กตาที่อยู่ในสภาพดีเพื่อนำไปส่งมอบให้แก่เด็กและเยาวชนในพื้นที่ที่ขาดแคลน ทั้งยังมีส่วนช่วยยืดอายุการใช้งานของของเล่นและลดปริมาณขยะ

ในการดำเนินโครงการ บริษัทฯ ได้จัดตั้งจุดรับบริจาคตุ๊กตา 2 ประเภท ได้แก่ ตู้สีชมพู สำหรับตุ๊กตาจากร้าน Moshi Moshi และ ตู้สีฟ้า สำหรับตุ๊กตาจากแบรนด์อื่น โดยกำหนดให้ตุ๊กตาที่รับบริจาคต้องอยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด และผ่านการทำความสะอาดเรียบร้อย นอกจากนี้

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบาย 1:1 คือ ทุกการบริจาคตุ๊กตา 1 ตัว บริษัทฯ จะสมทบตุ๊กตาใหม่เพิ่มอีก 1 ตัว เพื่อเพิ่มจำนวนของเล่นที่สามารถส่งมอบให้แก่เด็ก ๆ ได้มากยิ่งขึ้น

การดำเนินการและผลการดำเนินการ

โครงการสามารถรวบรวมตุ๊กตาได้รวมทั้งสิ้น 509 ชิ้น ประกอบด้วย ตุ๊กตาจากแบรนด์อื่น 495 ชิ้น และตุ๊กตาจากร้าน Moshi Moshi 14 ชิ้น โดยบริษัทฯ ได้สมทบตุ๊กตาใหม่เพิ่มเติมอีก 509 ชิ้น ส่งผลให้สามารถส่งมอบตุ๊กตาให้แก่เด็กและเยาวชนที่ขาดแคลนได้รวมทั้งสิ้น 1,018 ชิ้น

โครงการดังกล่าวช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสังคมในการแบ่งปันทรัพยากร การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างความสุขให้แก่เด็กที่ขาดแคลนได้อย่างเป็นรูปธรรม









ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสังคมด้านอื่น ๆ

แผนงาน ผลการดำเนินงาน ผลลัพธ์เกี่ยวกับการจัดการด้านสังคมอื่น ๆ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นประเด็นสำคัญในการดำเนินธุรกิจยุคปัจจุบัน เนื่องจากโลกกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดดส่งผลให้การแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรง การเกิดวิกฤตต่าง ๆ เช่น โควิด-19 ยังทำให้บทบาทของการมีระบบบริหารห่วงโซ่อุปทานมีความสำคัญยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นและความพร้อมในการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด องค์กรต้องเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการดำเนินงาน พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกัน การให้ความสำคัญด้านความยั่งยืนก็มีบทบาทสำคัญขึ้น ทั้งจากผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้น

การพัฒนานโยบายที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร การพัฒนาระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน และการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เป็นวิธีหนึ่งที่องค์กรนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงมีบทบาททั้งในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพและการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกภาคส่วน

บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งเสริมคู่ค้าให้ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบและสอดคล้องกับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยสนับสนุนให้คู่ค้าปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ซึ่งครอบคลุมแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) บริษัทฯ ได้เผยแพร่จรรยาบรรณดังกล่าวผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ เว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อให้คู่ค้าทุกรายสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสัมพันธ์กับคู่ค้า โดยสร้างความเข้าใจในแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืน สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ และการแลกเปลี่ยนความรู้และแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างกัน มีการจัดเก็บข้อมูลการประเมินและการปฏิบัติตามจรรยาบรรณอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ในการตัดสินใจและพัฒนาความร่วมมือทางธุรกิจในระยะยาว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำแนวปฏิบัติการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management Guidelines) สำหรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานและฝึกอบรมให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ อาทิ ฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนกจัดซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และช่วยให้บริษัทฯ สามารถบริหารงานด้านคู่ค้าแบบเชิงรุกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวมุ่งเน้นการบริหารจัดการคู่ค้าตามกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืน และส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบและมีจริยธรรม ช่วยให้บริษัทฯ สามารถระบุและประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้า พร้อมทั้งวางแผนและดำเนินมาตรการแก้ไข รวมถึงรับรองผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ

แนวปฏิบัติการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management Guidelines)

วัตถุประสงค์

แนวปฏิบัตินี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยกำหนดแนวทางและข้อปฏิบัติสำหรับคู่ค้าในประเด็นสำคัญ ได้แก่ การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การจัดการทรัพยากรน้ำ การดูแลความหลากหลายทางชีวภาพ การป้องกันและควบคุมมลพิษ การเคารพสิทธิมนุษยชนและสิทธิแรงงาน การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น การดำเนินธุรกิจด้วยธรรมาภิบาลที่ดี และการปฏิบัติตามกฎหมายและจริยธรรมธุรกิจ

1. การจัดกลุ่มคู่ค้าตามระดับความสำคัญ

บริษัทฯ จัดแบ่งกลุ่มคู่ค้าออกเป็น 4 ระดับ ตามมูลค่าการซื้อขายและความสำคัญของผลิตภัณฑ์ โดยมีการแบ่งคู่ค้ารายสำคัญ ดังนี้

- Tier 1 คือคู่ค้าที่มียอดซื้อเกิน 10 ล้านบาทต่อปี และไม่มีผลิตภัณฑ์ที่คู่ค้ารายอื่นทดแทนได้
- Tier 2 คือคู่ค้าที่มียอดซื้อเกิน 10 ล้านบาทต่อปี แต่ผลิตภัณฑ์สามารถทดแทนได้
- Tier 3 คือคู่ค้าที่มียอดซื้อระหว่าง 1-10 ล้านบาทต่อปี
- Tier 4 คือคู่ค้าที่มียอดซื้อไม่เกิน 1 ล้านบาทต่อปี

ทั้งนี้ คู่ค้ากลุ่ม Tier 1 จะต้องลงนามรับทราบและปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าอย่างเคร่งครัด ก่อนขยายผลไปยังคู่ค้ากลุ่มอื่น ๆ ตามลำดับความสำคัญ

2. มิติสิ่งแวดล้อม (Environmental)

2.1 การจัดการพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

คู่ค้าควรมีแผนการจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สามารถติดตามและรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทุกขอบเขต และนำพลังงานสะอาดมาใช้ในการดำเนินงาน

2.2 การจัดการทรัพยากรน้ำและมลพิษ

คู่ค้าควรปฏิบัติตามกฎหมายเรื่องการจัดการน้ำเสีย การควบคุมมลพิษทางอากาศ เสียง และของเสียอันตรายอย่างเคร่งครัด พร้อมส่งเสริมให้มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและมีระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อลดการเกิดปัญหาและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

2.3 การจัดการทรัพยากรและของเสีย

คู่ค้าควรมีมาตรการจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การลดการเกิดของเสีย และการนำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิล

2.4 ความหลากหลายทางชีวภาพ

สำหรับคู่ค้าที่ดำเนินงานในพื้นที่ที่อาจส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ควรมีมาตรการป้องกันและมีแผนการดูแลที่เหมาะสม

3. มิติสังคม (Social)

3.1 สิทธิมนุษยชนและสิทธิแรงงานพื้นฐาน

3.1.1 การป้องกันการใช้แรงงานเด็ก

คู่ค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่นเกี่ยวกับการป้องกันการใช้แรงงานเด็ก และมีนโยบายชัดเจนที่ห้ามการใช้แรงงานเด็กในทุกรูปแบบ

3.1.2 การป้องกันการใช้แรงงานบังคับ

คู่ค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับการป้องกันการใช้แรงงานบังคับ และมีหลักปฏิบัติที่ชัดเจนในการห้ามการใช้แรงงานบังคับ การค้ามนุษย์ หรือการจ้างงานที่ไม่เป็นไปโดยสมัครใจ รวมถึงการไม่ยึดเอกสารประจำตัวของพนักงาน

3.1.3 การไม่เลือกปฏิบัติและความเท่าเทียม

คู่ค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับการไม่เลือกปฏิบัติ และมีนโยบายชัดเจนในการส่งเสริมความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติในเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา เพศ อายุ ความพิการ หรือสถานภาพอื่น ๆ

3.1.4 เสรีภาพในการรวมกลุ่มและการเจรจาต่อรอง

คู่ค้าต้องเคารพกฎหมายท้องถิ่นเกี่ยวกับเสรีภาพในการรวมกลุ่มและสิทธิในการร่วมเจรจาต่อรอง และมีหลักปฏิบัติที่สนับสนุนสิทธิของพนักงานในการรวมตัวและเจรจาต่อรองอย่างสันติ

3.1.5 ชั่วโมงการทำงานและค่าตอบแทน

คู่ค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่นเกี่ยวกับการจ่ายค่าจ้างและชั่วโมงการทำงานที่บังคับใช้ทั้งหมด และมีนโยบายชัดเจนในการจำกัดชั่วโมงการทำงานที่มากเกินควร คู่ค้าต้องให้ค่าตอบแทนไม่ต่ำกว่าค่าจ้างขั้นต่ำตามกฎหมาย และควรให้ค่าจ้างที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

3.1.6 สุขภาวะและความปลอดภัยในการทำงาน

คู่ค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานสุขภาวะและความปลอดภัยในการทำงาน และมีหลักปฏิบัติที่ชัดเจนในการจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย และมีระบบการจัดการอุบัติเหตุ

3.2 หลักการสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล

บริษัทฯ ให้คำมั่นว่าจะนำหลักการแนะนำของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights) และแนวปฏิบัติขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนาสำหรับบริษัทข้ามชาติ (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) มาปฏิบัติ และกำหนดให้คู่ค้าเคารพและสนับสนุนการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากลเหล่านี้

3.3 สิทธิเด็ก

บริษัทฯ สนับสนุนสิทธิเด็กในการดำเนินงานและผ่านโครงการต่าง ๆ โดยให้คำมั่นปฏิบัติตามหลักการสิทธิเด็กและธุรกิจ (Children's Rights and Business Principles) และมีมาตรการป้องกันการใช้แรงงานเด็กในห่วงโซ่อุปทาน

3.4 การพัฒนาชุมชนและการจ้างงานท้องถิ่น

บริษัทฯ มีหลักการในการลงทุนในชุมชนที่เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ และให้คำมั่นว่าจะส่งเสริมการจ้างงานและการจัดซื้อจัดจ้างในท้องถิ่นเมื่อเป็นไปได้ เพื่อสร้างผลประโยชน์ให้กับชุมชนในพื้นที่ดำเนินงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการสนับสนุนชุมชนและองค์กรไม่แสวงหากำไรผ่านการบริจาคและโครงการต่าง ๆ โดยยอดเงินที่เกี่ยวข้องจะเปิดเผยในแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

3.5 การสนับสนุนกิจกรรมอาสาสมัคร

บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานและคู่ค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมอาสาสมัครและองค์กรการกุศล โดยมีกลไกและโครงสร้างที่เฉพาะเจาะจงเพื่อสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าว

4. มิติธรรมาภิบาล (Governance)

4.1 จริยธรรมธุรกิจและการต่อต้านคอร์รัปชัน

คู่ค้าควรปฏิบัติตามหลักจริยธรรมธุรกิจ มีนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการให้สินบน ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการฟอกเงิน และมีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

4.2 การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ

คู่ค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในทุกพื้นที่ที่ดำเนินงาน รวมถึงกฎหมายด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม ภาษี และการแข่งขันทางการค้า

4.3 การจัดการข้อมูลและความปลอดภัยไซเบอร์

คู่ค้าควรมีระบบการจัดการข้อมูลที่เหมาะสม มีมาตรการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทางธุรกิจ และมีแผนรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์

5. การประเมินและจัดการความเสี่ยง

5.1 การประเมินคู่ค้ารายใหม่

บริษัทฯ ดำเนินการตรวจสอบคู่ค้ารายใหม่ในมิติ ESG ก่อนการคัดเลือก โดยคู่ค้า Tier 1 จะได้รับการประเมินที่เข้มงวดและครอบคลุมที่สุด ครอบคลุมประวัติการปฏิบัติตามกฎหมาย การจัดการสิทธิมนุษยชน และความสามารถในการปฏิบัติตามข้อกำหนดของบริษัทฯ

5.2 การประเมินคู่ค้ารายเดิม

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้ารายเดิมอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกลุ่มตามระดับความเสี่ยง (สูง กลาง ต่ำ) ร่วมกับการจัดกลุ่มตาม Tier และทบทวนการประเมินเป็นประจำทุกปี

6. การดำเนินการและการสนับสนุน

6.1 การสื่อสารและการบูรณาการ

บริษัทฯ เผยแพร่แนวปฏิบัติ ESG สำหรับคู่ค้าบนเว็บไซต์อย่างเป็นทางการในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report พร้อมจัดทำเป็นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แนวปฏิบัตินี้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายจัดซื้อจัดจ้างและจะถูกนำมาพิจารณาประกอบในสัญญาที่บริษัทฯ ทำกับคู่ค้า

6.2 การฝึกอบรมพนักงานและคู่ค้า

บริษัทฯ จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับนโยบายด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนให้แก่พนักงานที่ทำหน้าที่จัดซื้อจัดจ้าง และจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับประเด็นปัญหาด้านสังคมให้กับคู่ค้า Tier 1 รวมถึงการเป็นพี่เลี้ยงและสนับสนุนด้วยการแบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดีตามความเหมาะสม

6.3 การรายงานและการติดตาม

บริษัทฯ จะประเมินและติดตามการปฏิบัติด้าน ESG ของคู่ค้าเป็นประจำทุกปี โดยคู่ค้า Tier 1 จะได้รับการประเมินและติดตามอย่างใกล้ชิดกว่าคู่ค้ากลุ่มอื่น บริษัทฯ อาจเรียกขอให้คู่ค้าให้ข้อมูลหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมเพื่อประกอบการประเมินตามความจำเป็น

7. การตรวจสอบและการบังคับใช้

7.1 การตรวจสอบและการติดตาม

บริษัทฯ จัดทำแผนการประเมินและการตรวจสอบติดตามด้วยการเยี่ยมชมสถานที่จริง (Physical Inspection Audits) อย่างเป็นระบบ โดยจัดลำดับความสำคัญตามกลุ่ม Tier และความเสี่ยง ซึ่งบริษัทฯ จะรายงานจำนวนคู่ค้าที่ได้รับการตรวจสอบหรือการตรวจติดตามเป็นประจำทุกปี

7.2 ผลการตรวจสอบและการดำเนินการ

บริษัทฯ เปิดเผยผลจากการตรวจสอบหรือการตรวจติดตามคู่ค้าอย่างโปร่งใส และมีการดำเนินการที่เฉพาะเจาะจงในกรณีที่คู่ค้าไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ในกรณีที่ไม่พบประเด็นปัญหา บริษัทฯ จะระบุว่าไม่มีประเด็นปัญหาเกิดขึ้น

7.3 มาตรการแก้ไข

บริษัทฯ จะติดตามและกำหนดระยะเวลาการแก้ไขประเด็นที่คู่ค้าต้องปรับปรุง หรือพัฒนาการปฏิบัติงาน เพื่อให้มีการดำเนินงานอย่างเรียบร้อย โดยการตรวจพบข้อบกพร่องเล็กน้อยจะต้องได้รับการแก้ไขภายใน 30 วัน และข้อบกพร่องที่มีความสำคัญจะต้องได้รับการแก้ไขภายใน 90 วัน ทั้งนี้ หากคู่ค้าเพิกเฉยต่อการปรับปรุง หรือพัฒนาการปฏิบัติงานในประเด็นที่แจ้ง บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณามาตรการที่เหมาะสมสำหรับคู่ค้า เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

8. การมีส่วนร่วมระดับอุตสาหกรรม

8.1 การเข้าร่วมโครงการและกิจกรรม

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเข้าร่วมโครงการความร่วมมือด้านความยั่งยืนในระดับอุตสาหกรรม จัดและเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง และร่วมพัฒนามาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดีในระดับอุตสาหกรรม

8.2 การเป็นสมาชิกขององค์กรและโครงการด้านห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ตั้งใจจะเข้าร่วมและเป็นสมาชิกขององค์กรระดับชาติและนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนและสิทธิมนุษยชน รวมทั้งพิจารณาการเข้าร่วมเป็น Signatory หรือสมาชิกในโครงการและความร่วมมือที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานที่ได้รับการยอมรับ เช่น Ethical Trading Initiative (ETI), Global e-Sustainability Initiative (GeSI), Supplier Ethical Data Exchange (Sedex) หรือโครงการอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับบริบทการดำเนินธุรกิจ

เมื่อเข้าร่วมแล้ว บริษัทฯ จะปฏิบัติตามหลักการและแนวทางอย่างเคร่งครัด มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในกิจกรรมต่าง ๆ และรายงานความก้าวหน้าตามข้อผูกพันที่ให้ไว้ ทั้งนี้ บริษัทฯ อาจพิจารณาให้กรรมการหรือผู้บริหารระดับสูงเข้าไปมีส่วนร่วมในบทบาทการกำกับดูแลหรือเป็นกรรมการในองค์กรดังกล่าวหากเหมาะสม

9. การสื่อสารและการปฏิบัติตามแนวทาง

9.1 การสื่อสารข้อคาดหวัง

บริษัทฯ สื่อสารอย่างชัดเจนเกี่ยวกับความคาดหวังเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้าทั้งหมด

9.2 การบันทึกและการนำไปใช้

บริษัทฯ มีการบันทึกการประชุมหรือรายงานว่าบริษัทฯ นำผลที่ได้จากการหารือกับผู้มีส่วนได้เสียไปใช้ปรับปรุงการดำเนินงานอย่างไร เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

10. การเปิดเผยข้อมูลและการทบทวน

10.1 การรายงานผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ เปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและสิทธิมนุษยชนอย่างโปร่งใส รวมทั้งรายงานข้อมูลเหตุการณ์การละเมิดสิทธิมนุษยชนในห่วงโซ่อุปทาน หรือแถลงว่าไม่มีเหตุการณ์เกิดขึ้นในรอบการรายงาน พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลการดำเนินการและสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการจัดการประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้ ยอดเงินการสนับสนุนชุมชนและองค์กรไม่แสวงหากำไรจะเปิดเผยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

10.2 การทบทวนและปรับปรุง

บริษัทฯ ทบทวนแนวปฏิบัตินี้เป็นประจำทุกปีเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย มาตรฐานสากล และสถานการณ์ทางธุรกิจ รวมถึงการปรับปรุงตามผลการประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การทบทวนจะครอบคลุมทั้งประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ผลการตรวจสอบคู่ค้า และแนวโน้มของมาตรฐานสากลด้านความยั่งยืน

หมายเหตุ: แนวปฏิบัตินี้ใช้เป็นกรอบในการประเมิน คัดเลือก และดำเนินความสัมพันธ์กับคู่ค้าของบริษัทฯ และจะถูกนำมาพิจารณาประกอบในสัญญาการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่สอดคล้องกับหลักการความยั่งยืนและความรับผิดชอบขององค์กรในมิติ ESG พร้อมทั้งการปฏิบัติตามมาตรฐานสากลด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงานในห่วงโซ่อุปทาน

เป้าหมายการดำเนินงาน

เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. คู่ค้า Tier 1 และ 2 ทั้งหมดลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า
2. คู่ค้ารายใหม่ทั้งหมดต้องผ่านเกณฑ์ประเมินด้าน ESG
    - ไม่มีการละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านสังคม
    - คะแนนประเมินคู่ค้าเบื้องต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50
    - คะแนนประเมินคู่ค้าด้าน ESG ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60
3. คู่ค้า Tier 3 ในประเทศร้อยละ 60 ลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า
4. คู่ค้าในประเทศ ร้อยละ 100 ต้องไม่มีกรณีละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายระยะกลาง (3-5 ปี)

1. คู่ค้า Tier 1 และ 2 ทั้งหมดลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า และคู่ค้า Tier 4 ในประเทศร้อยละ 60 ลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า
2. คู่ค้าทุกรายต้องผ่านเกณฑ์การประเมินด้าน ESG
    - ไม่มีการละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านสังคม
    - คะแนนประเมินคู่ค้าเบื้องต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50
    - คะแนนประเมินด้าน ESG ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60
3. คู่ค้า Tier 1 ในประเทศ ร้อยละ 80 ได้รับการตรวจสอบ ESG Onsite ในปี 2570

เป้าหมายระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

1. ร้อยละ 100 ของคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศต้องไม่มีการละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและกฎหมายด้านสังคม
2. ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทในประเทศไทยเพื่อจำหน่ายร้อยละ 30 ต่อปี
3. สร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนอย่างสมบูรณ์
4. พัฒนาความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับคู่ค้าในการสร้างนวัตกรรมด้านความยั่งยืน

ผลการดำเนินงานปี 2568

บริษัทฯ นำแนวคิดด้านความยั่งยืนมาบูรณาการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับการคัดกรองคู่ค้าอย่างรอบคอบ จึงได้พัฒนาระบบการประเมินคู่ค้าเบื้องต้นที่มีเกณฑ์การประเมินชัดเจน มีการประเมินความเสี่ยงทั้งคู่ค้ารายใหม่ (New Suppliers) และคู่ค้ารายเดิม (Existing Suppliers) อย่างสม่ำเสมอ โดยพิจารณาจากปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ 1) ความสำคัญต่อธุรกิจ (Business Relevance) พิจารณาจากมูลค่าการซื้อขาย และความสำคัญของผลิตภัณฑ์หรือการไม่สามารถทดแทนได้ 2) ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านความ

ยั่งยืน (ESG Risk) พิจารณาครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance) โดยบริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าต้องมีคะแนนรวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 และมีคะแนนด้านความยั่งยืน (ESG Risk) มากกว่าร้อยละ 60 ซึ่งบริษัทฯ จะทำการประเมินคู่ค้าในประเทศตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อจัดกลุ่มคู่ค้าออกเป็นระดับต่าง ๆ (Tier) ตามความสำคัญ 4 ระดับ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ระบุคู่ค้า Tier 1 จำนวน 3 ราย คู่ค้า Tier 2 จำนวน 14 ราย คู่ค้า Tier 3 จำนวน 60 ราย และคู่ค้า Tier 4 จำนวน 74 ราย

บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานตามนโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยคู่ค้า Tier 1 ในประเทศทั้งหมด ได้ลงนามรับทราบและยืนยันการปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 100 และคู่ค้ารายใหม่ จำนวน 42 ราย ได้ลงนามรับทราบในจรรยาบรรณคู่ค้าเช่นกัน ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ และการสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งกับคู่ค้าอย่างยั่งยืน

ในด้านการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้า บริษัทฯ มีการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าได้ปรับปรุงตามข้อบกพร่องที่พบ อีกทั้งสนับสนุนให้คู่ค้ารายงานข้อมูลการจัดการผลกระทบด้าน ESG และสนับสนุนให้ดำเนินการเพื่อลดผลกระทบจากประเด็นดังกล่าว ตลอดปี 2568 พบว่า คู่ค้าทุกรายของบริษัทฯ จำนวน 151 ราย ผ่านเกณฑ์การประเมินทั้งด้านการดำเนินงานและด้านความยั่งยืน โดยไม่พบคู่ค้ารายใดที่มีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และไม่พบกรณีการละเมิดหรือความเสี่ยงที่อาจนำไปสู่การละเมิดกฎหมายด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

นอกจากนี้ คู่ค้า Tier 1 ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นเจ้าของหรืออยู่ภายใต้การควบคุมโดยบริษัท เดอะ วอลต์ ดิสนีย์ (The Walt Disney Company) ได้ผ่านการตรวจประเมินตามมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศของดิสนีย์ (Disney's International Labor Standards: ILS) โดยคู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของดิสนีย์ (The Walt Disney Company's Code of Conduct) และหลักจรรยาบรรณด้านห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Code of Conduct) ที่ครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ทั้งนี้ คู่ค้าดังกล่าวจะได้รับการตรวจสอบสถานประกอบการผ่านการเยี่ยมชมสถานที่จริง (Physical Inspection Audits) เป็นประจำทุกปีโดยหน่วยงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล เพื่อติดตามและประเมินการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งสถานประกอบการของคู่ค้ายังได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 ซึ่งเป็นมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และผ่านการตรวจประเมินตามมาตรฐาน SEDEX ด้วยวิธีการตรวจ SMETA ซึ่งครอบคลุมการประเมินด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

โครงการสำคัญในปี 2568

1. โครงการฝึกอบรมและการสื่อสารด้านจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct Training and Communication Program)

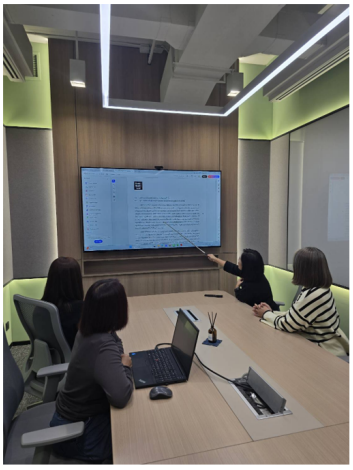
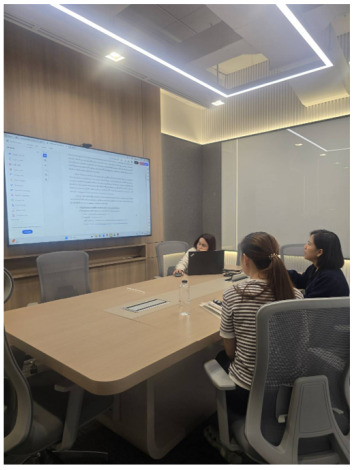
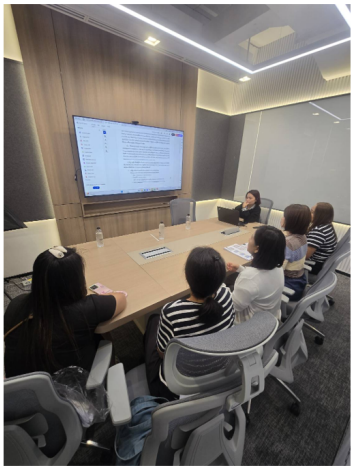
ในปี 2568 บริษัทได้ดำเนินการจัดทำโครงการฝึกอบรมและการสื่อสารด้านจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct Training and Communication Program) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ร่วมกับคู่ค้า และแลกเปลี่ยนความรู้และแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างกัน อีกทั้งยังมุ่งสร้างความตระหนักในการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานจริยธรรมทางธุรกิจ ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับคู่ค้าบนพื้นฐานของหลักการที่เป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อป้องกันปัญหาการทุจริตหรือการเอาเปรียบในการดำเนินธุรกิจ

<u>การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน</u>

โครงการดังกล่าวประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 3 ส่วน ได้แก่

1. การจัดทำเอกสารจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct Handbook) ที่รวบรวมแนวทางปฏิบัติทางจรรยาบรรณไว้อย่างชัดเจนและครอบคลุม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน
2. การสื่อสารภายในองค์กรอย่างอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความเข้าใจและการรับรู้ร่วมกันระหว่างบุคลากรทุกระดับเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านจรรยาบรรณคู่ค้า
3. การจัดสัมมนาและฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับหลักจรรยาบรรณและแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวอย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ ช่วยส่งเสริมให้การบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิผล โดยคู่ค้า Tier 1 ทุกราย และคู่ค้ารายใหม่ จำนวน 42 ราย ลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า

ผลการดำเนินงานของโครงการแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดสัมมนาและฝึกอบรมได้รับความร่วมมือจากตัวแทนคู่ค้าเข้าร่วมผ่านช่องทางทั้งรูปแบบออนไลน์และการอบรม ณ สถานที่จัด (On-site Training) ส่งผลให้คู่ค้ามีองค์ความรู้และความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับความสำคัญของจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ อันนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนและความน่าเชื่อถือในระยะยาว ความสำเร็จของโครงการสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนจากการที่คู่ค้า Tier 1 ภายในประเทศได้ลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ครบถ้วน และในปี 2568 ได้ขยายผลไปยังคู่ค้า Tier 2 ภายในประเทศ ได้ลงนามในจรรยาบรรณคู่ค้าร้อยละ 100

ข้อมูลเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจ โดยยึดถือนโยบายไม่ยอมรับการละเมิดสิทธิในทุกรูปแบบ (Zero Tolerance) และได้กำหนดเป้าหมายให้การละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนและการละเมิดกฎหมายแรงงานอยู่ในระดับศูนย์ทั้งในระยะสั้นถึงกลาง (1-5 ปี) และระยะยาว (มากกว่า 5 ปี) ครอบคลุมทุกรูปแบบของการละเมิด ไม่ว่าจะเป็นกรณีที่ถูกแจ้งเตือนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรภายนอก เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) รวมถึงกรณีถูกปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายแรงงาน ทั้งนี้ ในระยะยาว บริษัทฯ ได้ยกระดับความมุ่งมั่นด้านความปลอดภัยในการทำงานด้วยการกำหนดเป้าหมายให้จำนวนกรณีการเกิดอุบัติเหตุอยู่ในระดับศูนย์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานของพนักงานในการทำงานอย่างปลอดภัย และถือเป็นเรื่องที่ไม่อาจประนีประนอมได้ภายใต้สถานการณ์ใดทั้งสิ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อร้องเรียนได้โดยบริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบและสอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และหลักการสิทธิมนุษยชนสากล โดยผู้มีส่วนได้เสียสามารถเสนอข้อคิดเห็นและแจ้งข้อร้องเรียนถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กรณีมีการกระทำผิดกฎหมาย กฎระเบียบ การคอร์รัปชัน การละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างไม่เป็นธรรม หรือการกลั่นแกล้งและการก่อกวนคุกคาม ผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

1. กรณีผู้ถูกร้องเรียนเป็นบุคคลที่ดำรงตำแหน่งถัดลงไปจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

แจ้งต่อคณะกรรมการบริหารโดยผ่านประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตามช่องทางการรับแจ้งดังต่อไปนี้

1) อีเมล: moshiwhistleblower@moshimoshi.co.th

2) ไปรษณีย์ถึง: คณะกรรมการบริหาร บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
เลขที่: 129 อาคารศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ชั้น 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบุคคโล เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

3) Website: www.moshimoshi.co.th

2. กรณีผู้ถูกร้องเรียนเป็นบุคคลซึ่งดำรงตำแหน่งตั้งแต่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารขึ้นไป

แจ้งต่อคณะกรรมการตรวจสอบโดยผ่านประธานกรรมการตรวจสอบ ตามช่องทางการรับแจ้งดังต่อไปนี้

1) อีเมล: ac@moshimoshi.co.th

2) ไปรษณีย์ถึง: ประธานกรรมการตรวจสอบ บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
เลขที่: 129 อาคารศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ชั้น 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบุคคโล เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

3) Website: www.moshimoshi.co.th

ทั้งนี้ หากบริษัทฯ ทำให้เกิดหรือมีส่วนทำให้เกิดผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน จะจัดให้มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาและเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว พร้อมจัดให้มีมาตรการคุ้มครองและปกป้องข้อมูลของผู้ร้องเรียนอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด (Whistleblowing Policy) ซึ่งให้ความรู้เกี่ยวกับผู้มีสิทธิร้องเรียน ประเภทของเรื่องร้องเรียน อาทิ การกระทำผิดกฎหมาย การคอร์รัปชัน การละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงสถานการณ์การกลั่นแกล้งหรือการคุกคามในที่ทำงาน ตลอดจนช่องทางการร้องเรียน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความเข้าใจและสามารถใช้กลไกดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม

บริษัทฯ มีการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่องโดยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการหลักในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเปิดเผยการดำเนินการเพื่อหลีกเลี่ยงป้องกันและบรรเทาประเด็นปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสม

จำนวนกรณีและเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนอย่างมีนัยสำคัญ

บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางการร้องเรียน ตามนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด เพื่อรับเรื่องร้องเรียนในเรื่องที่ละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับ รวมถึงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน โดยมีการตรวจสอบจากหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ในปี 2568 ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค จำนวน 10 กรณี ซึ่งเป็นกรณีที่ลูกค้าแจ้งต่อหน้าร้านโดยตรง โดยส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ เช่น การติดป้ายราคาไม่ถูกต้อง หรือราคาที่แสดงหน้าสินค้าไม่ตรงกับราคาที่ลูกค้าชำระรวมถึงกรณีที่บริษัทฯ มีการปรับลดราคาสินค้าแล้ว แต่ราคาที่เรียกเก็บจากลูกค้ายังคงเป็นราคาเดิม เป็นต้น บริษัทฯ ได้ทำการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าทันที และได้ปรับปรุงระเบียบปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องให้รัดกุมยิ่งขึ้น

เรื่องร้องเรียนทั้ง 10 กรณีดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทฯ ได้รายงานเรื่องดังกล่าวต่อคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเพื่อรับทราบเรียบร้อยแล้ว

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ละเมิดกฎหมายหรือข้อบังคับด้านสังคมและสิทธิมนุษยชนอย่างมีนัยสำคัญ รวม กรณี	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ (กรณี)	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิผู้บริโภค (กรณี)	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์หรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิคู่ค้า (กรณี)	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดข้อพิพาทกับชุมชน / สังคม (กรณี)	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของไซเบอร์หรือข้อมูลลูกค้ารั่วไหล (กรณี)	0	0	0
จำนวนกรณีหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน (กรณี)	0	0	0

4. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

4.1 วิเคราะห์การดำเนินงานและฐานะทางการเงินการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ภาพรวมของการดำเนินงาน

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") เป็นธุรกิจค้าปลีกที่มุ่งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบเป็นเลิศ โดดเด่นด้วยความน่ารัก ประณีต คุณภาพดี ในราคาที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้ เพื่อส่งมอบความสุขให้กับลูกค้าในทุก ๆ วัน บริษัทฯ นำเสนอสินค้าไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายครอบคลุมทั้งของใช้ในบ้าน ตุ๊กตา เครื่องเขียน เครื่องแต่งกาย กระเป๋า แฟชั่น อุปกรณ์เสริมความงาม เครื่องสำอาง อุปกรณ์ IT ของเล่น ขนม อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง และหมวดอื่น ๆ ที่นำเสนอสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักอายุ 18-25 ปี ซึ่งประกอบด้วยนักศึกษาและคนทำงาน รวมถึงกลุ่มเป้าหมายรองอายุ 13-17 ปี และวัยทำงานอายุ 26-34 ปี

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้กว้างขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตลอดทั้งปีพบว่ากลุ่มเด็กอายุ 6-12 ปี มีการเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในไตรมาสที่ 4 นอกจากนี้ ยังพบการเติบโตของกลุ่มลูกค้าผู้ชายที่มาซื้อน้ำหอมสำหรับผู้ชาย รวมถึงกลุ่มผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ที่สนใจผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้านและของตกแต่งบ้าน ทำให้ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถครอบคลุมเพศและช่วงอายุที่หลากหลาย พร้อมเพิ่มสัดส่วนกลุ่มลูกค้าครอบครัวมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ มีความโดดเด่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด มีความคล่องตัวในการปรับตัวตามเทรนด์ พร้อมทั้งมีศักยภาพทางการตลาดที่โดดเด่น ส่งผลให้สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม

โดย ณ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีสาขารวมทั้งสิ้น 202 สาขา ประกอบด้วยร้าน Moshi Moshi 196 สาขา โดยในจำนวนนี้เป็น รูปแบบ Standalone จำนวน 12 สาขา ร้าน Garlic 4 สาขา ร้าน Giant 1 สาขา และร้าน The OK Station 1 สาขา ครอบคลุมพื้นที่ 68 จังหวัดทั่วประเทศไทย โดยในไตรมาส 4 มีการเปิดร้านสาขาในจังหวัดใหม่ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตราด จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดอำนาจเจริญ โดยร้านสาขาของบริษัทฯ จะมีการกระจายตัวครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย อาทิ ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าชั้นนำ คอมมูนิตี้มอลล์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และสาขาที่ตั้งอยู่นอกห้างสรรพสินค้า ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง รวมทั้งการตอบรับที่ดีจากลูกค้าทั่วประเทศ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนขยายสาขาในรูปแบบ Standalone เพิ่มเติมในอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและรองรับการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยไตรมาส 4 ปี 2568 และแนวโน้มปี 2569

ภาวะเศรษฐกิจโลก

เศรษฐกิจโลกในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 กำลังเผชิญกับความท้าทายที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น ภายใต้นโยบายการค้าและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ แม้มาตรการภาษีสูงบางส่วนจะได้รับการปรับลดจากข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ แต่สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจยังคงมีความผันผวนสูง โดยเฉพาะปัจจัยชั่วคราวที่เคยหนุนเศรษฐกิจในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 เช่น การเร่งส่งออกสินค้าล่วงหน้าเพื่อหลีกเลี่ยงมาตรการภาษี กำลังค่อย ๆ สิ้นสุดลง ส่งผลให้โมเมนตัมการเติบโตทางเศรษฐกิจชะลอลงในช่วงปลายปี

สำหรับแนวโน้มเศรษฐกิจโลกในปี 2569 IMF คาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจโลกจะชะลอตัวลงต่อเนื่องจากร้อยละ 3.3 ในปี 2567 เหลือร้อยละ 3.2 ในปี 2568 และลดลงเหลือร้อยละ 3.1 ในปี 2569 โดยประเทศพัฒนาแล้วคาดว่าจะเติบโตในอัตราที่ค่อนข้างต่ำประมาณร้อยละ 1.5 เนื่องจากนโยบายการเงินที่ยังคงตึงตัวและอุปสงค์ภายในประเทศที่อ่อนแอ ขณะที่ประเทศตลาดเกิดใหม่แม้จะยังคงเติบโตได้ดีกว่า แต่จะเติบโตได้เพียงเล็กน้อยเหนือร้อยละ 4 ซึ่งต่ำกว่าศักยภาพในระยะยาว

ความเสี่ยงสำคัญที่อาจกระทบเศรษฐกิจโลกในปี 2569 ได้แก่ ความไม่แน่นอนทางนโยบายที่ยืดเยื้อ นโยบายกีดกันทางการค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ปัญหาหนี้สาธารณะและการคลังของรัฐบาลในหลายประเทศที่อยู่ในระดับสูง ความเสี่ยงในตลาดการเงินจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยและค่าเงิน รวมถึงความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและราคาพลังงานโลก

ภาวะเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 แสดงสัญญาณฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ภายใต้การสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวต่อเนื่อง การบริโภคภาคเอกชนที่ปรับตัวดีขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล และการลงทุนภาครัฐที่เร่งตัวในช่วงปลายปี อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวยังคงไม่สม่ำเสมอ โดยภาคการส่งออกยังเผชิญกับความท้าทายจากอุปสงค์โลกที่ชะลอตัวและความไม่แน่นอนด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ขณะที่ภาคการผลิตบางอุตสาหกรรมยังคงมีการปรับตัว นอกจากนี้ บรรยากาศทางการเมืองภายในประเทศที่มีการเตรียมความพร้อมสู่การเลือกตั้งในอนาคต ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนบางประการต่อทิศทางนโยบายเศรษฐกิจระยะยาว

สำหรับแนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2569 คาดว่าจะขยายตัวในอัตราที่ใกล้เคียงกับปี 2568 โดยอยู่ในช่วงร้อยละ 2.5-3.5 ปัจจัยสนับสนุนหลักยังคงมาจากภาคการท่องเที่ยว โดยกระทรวงการคลังคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2569 ไว้ที่ 35.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 32.97 ล้านคนในปี 2568 ซึ่งลดลงร้อยละ 7.2 จากปีก่อนหน้า

ทั้งนี้ ในช่วงวันที่ 1-31 มกราคม 2569 ประเทศไทยรับนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว 3,277,908 คน สร้างรายได้ประมาณ 161,838 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.23 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 อันดับแรกที่เดินทางเข้าไทย ได้แก่ จีน มาเลเซีย รัสเซีย อินเดีย และเกาหลีใต้ โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ การฟื้นตัวของตลาดจีน มาตรการด้านความปลอดภัยภายใต้โครงการ Trusted Thailand มาตรการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การยกเลิกบัตร ตม.6 และการส่งเสริมให้สายการบินเพิ่มเที่ยวบิน

นอกจากภาคการท่องเที่ยวแล้ว การบริโภคภาคเอกชนที่ได้รับแรงหนุนจากมาตรการช่วยเหลือต้นทุนค่าครองชีพและการจ้างงานที่ดีขึ้น รวมถึงการลงทุนภาครัฐในโครงการโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ ทั้งนี้ การเลือกตั้งในปี 2569 อาจส่งผลต่อความต่อเนื่องของนโยบายเศรษฐกิจและการตัดสินใจลงทุนในระยะสั้น และในระยะยาวอาจนำมาซึ่งความชัดเจนทางนโยบายที่เอื้อต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกยังคงมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะผลกระทบจากสงครามการค้าและนโยบายกีดกันทางการค้าที่อาจส่งผลต่อการส่งออกของไทย

แนวโน้มธุรกิจค้าปลีกและการแข่งขัน ปี 2569

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2569 ยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากการจัดงานระดับนานาชาติและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของภาครัฐ ประกอบกับกับการใช้จ่ายภาคครัวเรือนและการลงทุนภาคเอกชนที่ยังคงเติบโต ส่งผลเชิงบวกต่อกำลังซื้อและบรรยากาศการบริโภคโดยรวม ซึ่งเอื้อต่อการเติบโตของตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์

อย่างไรก็ตาม ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความเข้มข้นมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากการเข้าสู่ตลาดของแบรนด์ไลฟ์สไตล์จากต่างประเทศที่นำเสนอสินค้าหลากหลายและมีระดับราคาที่แข่งขันได้ ควบคู่กับผู้ประกอบการรายเดิมที่เร่งพัฒนาสินค้า กลยุทธ์การตลาด และประสบการณ์หน้าร้านอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการในตลาดต่างแข่งขันทั้งด้านราคา การจัดโปรโมชัน การสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง และความสามารถในการพัฒนาสินค้าให้สอดรับกับเทรนด์ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ส่งผลให้โอกาสการเติบโตในตลาดมีความท้าทายมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงที่ผ่านมา

ความเสี่ยงเกิดใหม่ที่สำคัญสำหรับธุรกิจค้าปลีกในปี 2569 คือผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะปัญหาอุณหภูมิที่สูงขึ้นและน้ำท่วมที่มีความถี่และความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในหลายด้าน ทั้งการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ความเสียหายต่อสินค้าและสาขาร้านค้า การเข้าถึงร้านค้าของลูกค้าที่ลดลงในช่วงสภาพอากาศเลวร้าย ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นจากการป้องกันความเสียหาย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นในช่วงสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมพร้อมรับมือและวางแผนบริหารความเสี่ยงเหล่านี้อย่างเป็นระบบ ผู้ประกอบการค้าปลีกทั้งในประเทศและจากต่างประเทศมีแนวโน้มเผชิญการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง โดยต่างนำกลยุทธ์ที่หลากหลายมาใช้ ทั้งด้านการกำหนดราคาและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การขยายช่องทางจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และระบบ Omnichannel การยกระดับประสบการณ์การช็อปปิ้งให้แตกต่างและน่าจดจำ ตลอดจนการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ผู้ประกอบการไทยจะต้องเร่งพัฒนาและใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในเรื่องความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคท้องถิ่น ความคล่องตัวในการปรับตัวตามเทรนด์ การสร้างประสบการณ์การช็อปปิ้งที่โดดเด่นและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนไทย การนำเสนอคุณค่าที่แตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีในราคาที่เข้าถึงได้ พร้อมทั้งเสริมสร้างความพร้อมในการรับมือกับความเสี่ยงจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง เช่น การเตรียมมาตรการป้องกันน้ำท่วม การพัฒนาช่องทางออนไลน์ให้แข็งแกร่ง และการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ทวีความเข้มข้นขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2569

การดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนเพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคง พร้อมตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน จึงได้กำหนดกรอบการทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ (Environmental, Social, and Governance: ESG) ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทุกขั้นตอน และถ่ายทอดสู่สายงานระดับปฏิบัติการต่าง ๆ และได้จัดทำนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน โดยครอบคลุมมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ซึ่งได้รับการทบทวนเพื่อปรับปรุงขอบเขตของนโยบายให้สอดคล้องกับลักษณะทางธุรกิจของบริษัทฯ ที่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตามพลวัตของการพัฒนาด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากลอยู่เสมอ

บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ "6 GIVEs" อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย

สิ่งแวดล้อม (Environment)

- โครงการ "Give Back to Earth ช่วยโลก รักษ์สิ่งแวดล้อม" จัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะแก่เยาวชนที่โรงเรียนวัดโมลี พร้อมส่งต่อขยะพลาสติกให้กับโครงการรับบริจาคขวดพลาสติกของวัดจากแดง

สังคม (Social)

- โครงการ "Give Happiness ยิ้มด้วยกันปันด้วยใจ" มอบสิ่งของเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย
- โครงการ "Give a Hand" ให้ความช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยหาดใหญ่ โดยบริจาคเงินจำนวน 200,000 บาท ผ่านมูลนิธิรามาธิบดีฯ พร้อมทั้งลงพื้นที่ช่วยเหลือพนักงาน 39 ครัวเรือนที่ได้รับผลกระทบ และจัดส่งเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มไปยังศูนย์บรรเทาสาธารณภัย มณฑลทหารบกที่ 42 เพื่อสนับสนุนการช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่
- บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการ "Give Happiness: Toy to Joy" ระหว่างวันที่ 15 พฤศจิกายน - 15 ธันวาคม 2568 เพื่อเชิญชวนลูกค้าร่วมบริจาคตุ๊กตาที่ยังอยู่ในสภาพดีผ่านตู้รับบริจาคภายในร้าน Moshi Moshi จำนวน 8 สาขาทั่วประเทศ เพื่อส่งต่อให้แก่เด็กที่ขาดแคลน โดยทุกการบริจาคตุ๊กตา 1 ตัว บริษัทฯ จะมอบตุ๊กตาใหม่เพิ่มอีก 1 ตัว โครงการนี้สะท้อนความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม ควบคู่กับการส่งเสริมแนวคิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดปริมาณขยะเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม



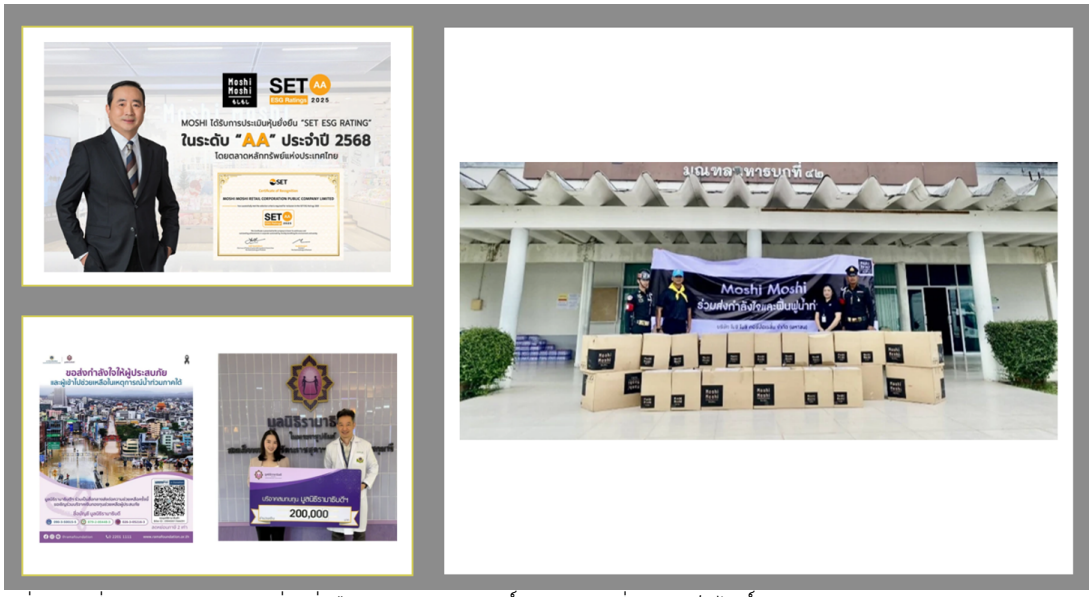




เศรษฐกิจและบรรษัทภิบาล (Economic and Governance)

- ได้รับรางวัล Outstanding CEO ในกลุ่มอุตสาหกรรมพาณิชย์ซึ่งจัดโดยสมาคมนักวิเคราะห์การลงทุน (IAA Awards for Listed Companies 2025)
- ได้รับการประเมิน CGR 2025 ระดับ "ดีเลิศ" 5 ดาว ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
- ได้รับใบประกาศนียบัตรรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เป็นครั้งแรก
- ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ระดับ "AA" ประจำปี 2568
- บริษัทฯ เข้าร่วมงาน SET Opportunity Day และ Digital Roadshow อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสื่อสารผลการดำเนินงานและทิศทางธุรกิจให้นักลงทุนรับทราบอย่างโปร่งใส อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักลงทุนโดยตรง เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมเหล่านี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด 'Make Sustainability part of Your Everyday Life' เพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ทุกภาคส่วน



สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและกิจกรรมองค์กร กรุณาเยี่ยมชมเว็บไซต์ https://sustainability.moshimoshi.co.th/en/home

พัฒนาการที่สำคัญ ไตรมาส 4 ปี 2568

1. บริษัทฯ ได้ขยายเครือข่ายสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 14 สาขา แบ่งเป็นสาขาภายใต้แบรนด์ Moshi Moshi จำนวน 13 สาขา และภายใต้แบรนด์ Garlic จำนวน 1 สาขา โดยในจำนวนสาขา Moshi Moshi ที่เปิดใหม่นี้เป็นสาขาแบบ Standalone ในเขตชุมชน 2 สาขา และใกล้มหาวิทยาลัย 1 สาขา ซึ่งสะท้อนถึงกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายการเข้าถึงพื้นที่ใหม่ โดยเปิดสาขาในจังหวัดที่ยังไม่เคยมีสาขามาก่อนอีก 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตราด จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดอำนาจเจริญ ซึ่งเป็นการขยายฐานลูกค้าไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดย ณ สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีสาขารวมทั้งสิ้น 202 สาขา ประกอบด้วยร้าน Moshi Moshi 196 สาขา โดยในจำนวนนี้เป็น รูปแบบ Standalone จำนวน 12 สาขา ร้าน Garlic 4 สาขา ร้าน Giant 1 สาขา และร้าน The OK Station 1 สาขา ครอบคลุมพื้นที่ 68 จังหวัดทั่วประเทศไทย

2. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยคงไว้ซึ่งคุณภาพและราคาที่เข้าถึงได้ ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมด้านสินค้าและแผนการตลาดอย่างรอบด้าน โดยทยอยเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องและหลากหลาย เพื่อรองรับช่วงเทศกาล High Season ในเดือนธันวาคม ซึ่งเป็นช่วงเวลาสำคัญของการใช้จ่ายของผู้บริโภคและมีสัดส่วนยอดขายที่สูงของปี โดยนำเสนอสินค้าใหม่จำนวนหลายพันรายการที่ได้รับการคัดสรรมาอย่างดี ประกอบด้วยสินค้าลิขสิทธิ์ที่ได้รับความนิยมสูง อาทิ Collection x Thai Artist Butterclub ที่กลับมาอีกครั้งด้วยคาแรกเตอร์ใหม่ Cotton Puppy ที่น่ารักและอบอุ่น PEANUTS SNOOPY & FRIENDS ตัวการ์ตูนคลาสสิกที่ทุกคนรัก ZOOTOPIA จากภาพยนตร์แอนิเมชันชื่อดัง Stickwithme สติกเกอร์และของตกแต่งที่กำลังฮิต CareBears หมีน้อยผู้น่ารักที่มาพร้อมความทรงจำ และ STITCH ตัวการ์ตูนสุดซนที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายทันสมัยตามกระแสนิยมและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ตลอดจนสินค้าตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ที่ออกแบบมาเพื่อเพิ่มสีสันและความสุขให้กับลูกค้าในช่วงเวลาพิเศษ



3. บริษัทฯ ได้ดำเนินการขยายและยกระดับรูปแบบสาขาที่มีศักยภาพ ควบคู่กับการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์และดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยมีพัฒนาการที่สำคัญได้แก่ **1. การเปิดตัวร้าน Moshi Moshi Concept Store ใหม่ภายใต้แนวคิด "Dreamland"** หรือ **"ดินแดนแห่งความฝัน"** ณ Moshi Moshi Central Pinklao ชั้น 4 ในวันที่ 27 ธันวาคม 2568 โดยมีการจัดงาน Grand Opening Event พิเศษที่มีแขกรับเชิญคู่ดาราชื่อดัง "สกาย-นานิ" มาร่วมงาน เพื่อสร้างประสบการณ์การช็อปปิ้งที่แตกต่างและน่าประทับใจให้กับลูกค้า Concept Store แห่งใหม่นี้ได้รับการออกแบบเพื่อมอบประสบการณ์ที่เหนือกว่าการช็อปปิ้งทั่วไป ผสมผสานความบันเทิงและบรรยากาศที่น่าหลงใหล ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และ **2. การขยายพื้นที่สาขา The Mall Lifestore ท่าพระ** ให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อรองรับหลากหลายของสินค้าและเพิ่มความสะดวกสบายในการเลือกซื้อของลูกค้า โดยได้จัดกิจกรรมพิเศษ "Moshi Moshi Joyful Surprises" ร่วมกับ TleFirstOne (เติ้ล-เฟิร์สวัน) เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2568 เพื่อฉลองการเปิดโซนใหม่ที่ขยายพื้นที่เพิ่มเติม กิจกรรมดังกล่าวมีส่วนช่วยสร้างกระแสตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและแฟนคลับศิลปิน อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์และสนับสนุนยอดขายในช่วง High Season อย่างมีนัยสำคัญ



ข้อมูลในการวิเคราะห์การดำเนินงานและฐานะทางการเงิน

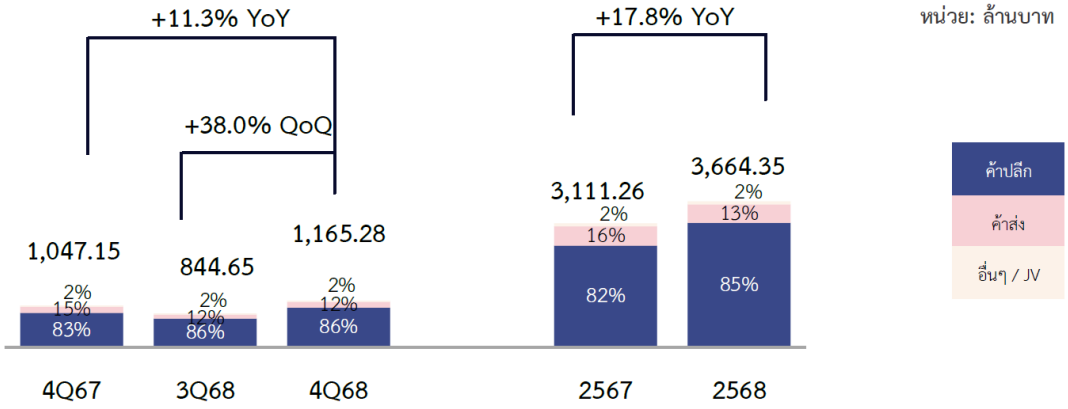
ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร

สรุปผลการดำเนินงานประจำปี 2568

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q4/67	Q3/68	Q4/68	เปลี่ยนแปลง +/-		2567	2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	1,047.15	844.65	1,165.28	11.3%	38.0%	3,111.26	3,664.35	17.8%
ต้นทุนขายและต้นทุนบริการ	(488.86)	(374.46)	(505.38)	3.4%	35.0%	(1,447.21)	(1,621.55)	12.0%
กำไรขั้นต้น	558.29	470.19	659.90	18.2%	40.3%	1,664.05	2,042.80	22.8%
รายได้อื่น	4.28	4.95	4.74	10.7%	(4.2%)	16.64	18.39	10.5%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(254.79)	(255.25)	(309.23)	21.4%	21.1%	(865.19)	(1,040.05)	20.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(33.16)	(32.47)	(35.20)	6.2%	8.4%	(110.21)	(124.11)	12.6%
กำไร (ขาดทุน) อื่น-สุทธิ	5.75	5.38	4.43	(23.0%)	(17.7%)	24.81	25.17	1.5%
ต้นทุนทางการเงิน	(20.77)	(21.12)	(21.46)	3.3%	1.6%	(75.41)	(84.84)	12.5%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	259.60	(171.68)	303.18	16.8%	76.6%	654.69	837.36	27.9%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(53.67)	(34.45)	(60.61)	12.9%	75.9%	(134.01)	(167.14)	24.7%
กำไรสุทธิ	**205.93**	**137.23**	**242.57**	**17.8%**	**76.8%**	**520.68**	**670.22**	**28.7%**

หมายเหตุ: อาจมีความคลาดเคลื่อนของตัวเลขจากการปัดจุดทศนิยม

รายได้จากการดำเนินงาน



YoY: 4Q2568 VS 4Q2567

ไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 1,165.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 118.13 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีธุรกิจค้าปลีกเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก มีรายได้ 996.94 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 86 ของรายได้จากการดำเนินงาน เติบโต 130.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.1 จากการขยายเครือข่าย 38 สาขาใหม่ (Moshi Moshi 37 สาขา และ Garlic 1 สาขา) ทำให้มีสาขาร้าน Moshi Moshi 196 สาขา เพิ่มขึ้นจาก 159 สาขาในปีก่อน ขณะที่รายได้จากธุรกิจค้าส่งอยู่ที่ 144.74 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12 ของรายได้จากการดำเนินงานลดลง 10.44 ล้านบาท หรือติดลบร้อยละ 6.7 สาเหตุหลักจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง ประกอบกับปัญหาการจราจรติดขัดจากการก่อสร้างสะพานหน้าห้างสรรพสินค้าแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ ส่งผลให้บริษัทนำเที่ยวหลีกเลี่ยงการนำกลุ่มทัวร์เข้ามา และลูกค้าทั่วไปลดการเดินทางเข้าห้างสรรพสินค้า สำหรับรายได้จากช่องทางอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วยช่องทางออนไลน์ Warehouse Sales และกิจการร่วมค้า รวมอยู่ที่ 23.60 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2 ของรายได้จากการดำเนินงานลดลงสุทธิ 2.18 ล้านบาท หรือติดลบร้อยละ 8.5 โดยรายได้จากช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น 1.92 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.4 ในขณะที่รายได้จากช่องทาง Warehouse Sales และกิจการร่วมค้า ลดลงรวม 4.1 ล้านบาท หรือติดลบร้อยละ 45.8 จากการหยุดรับรู้รายได้ของกิจการร่วมค้า ในไตรมาสนี้

บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตของสาขาเดิม (Same Store Sales Growth: SSSG) ร้อยละ 1.6 แม้เผชิญกับฐานที่สูงในปีก่อนหน้า สะท้อนการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับแรงหนุนจากช่วง High Season ของไตรมาสนี้ ซึ่งบริษัทฯ ได้ขนทัพสินค้าทั้งประเภท IP (Licensed

Products) และ Non-IP (Non Licensed Products) มาผลักดันยอดขายอย่างเต็มที่ ครอบคลุมสินค้าตามเทศกาลและหลากหลายหมวดสำคัญ อาทิ หมวดเครื่องสำอาง ของใช้ในบ้าน สินค้า DIY และของเล่น เป็นต้น

สำหรับกิจการร่วมค้า โมชิ โมชิ แอนด์ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ โปรเจ็ค ดีเวลลอปเม้นท์ (กิจการร่วมค้าฯ) ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ มีการรับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากกิจการร่วมค้าดังกล่าวในจำนวนเล็กน้อย (ในระดับหลักหมื่นบาท) ซึ่งไม่มีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ

การขยายสาขาร้านค้า Moshi Moshi	ไตรมาส 4 2567	ไตรมาส 3 2568	ไตรมาส 4 2568	ปี 2567	ปี 2568
จำนวนสาขาเปิดใหม่ สุทธิ	6	7	13*	33*	37*
จำนวนสาขาสุทธิ ณ วันสิ้นงวด	159	183	196	159	196
ผลการดำเนินงานและอัตราการเติบโต					
รายได้จากการดำเนินงาน (ล้านบาท)	1,047.15	844.65	1,165.28	3,111.26	3,664.35
อัตราการเติบโตของรายได้สาขาเดิม (ร้อยละ)	15.4	6.0	1.6	3.8	7.0

* ในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 บริษัทฯ ขยายสาขาร้านค้าปลีก รวมทั้งสิ้น 14 สาขา ประกอบด้วย ร้านค้าแบรนด์ Moshi Moshi 13 สาขาและร้านค้าแบรนด์ Garlic 1 สาขา

* ในปี 2567 บริษัทฯ ขยายสาขาร้านค้าปลีก Moshi Moshi รวมทั้งสิ้น 34 สาขา อย่างไรก็ตาม ในไตรมาส 2 ปี 2567 บริษัทฯ มีความจำเป็นต้องปิดดำเนินการ 1 สาขา เนื่องจากผู้ให้เช่าพื้นที่มีแผนพัฒนาพื้นที่ใหม่

QoQ: 4Q2568 VS 3Q2568

สำหรับการเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.0 หรือเพิ่มขึ้น 320.63 ล้านบาท โดยรายได้จากธุรกิจค้าปลีกเติบโต 275.44 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.2 มีสาเหตุหลักจากการขยายสาขาร้านค้าปลีกรวม 14 สาขา ประกอบด้วยร้านค้าปลีก Moshi Moshi 13 สาขา โดยเป็น Standalone 3 สาขา และร้าน Garlic 1 สาขา และมีการเปิดตัวร้าน Moshi Moshi Concept Store ใหม่ภายใต้แนวคิด "Dreamland" หรือ "ดินแดนแห่งความฝัน" ที่เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า โดยเป็นการผสมผสานความบันเทิงและบรรยากาศที่สร้างความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามา เพื่อมอบประสบการณ์ที่แตกต่างและน่าจดจำให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ การเปิดตัว Concept Store ดังกล่าวสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการยกระดับประสบการณ์ลูกค้าและสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาด รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้าง Engagement ผ่านการรีวิวสินค้าและการมีส่วนร่วมบน Social Media สำหรับรายได้จากธุรกิจค้าส่งเติบโต 40.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.2 สาเหตุหลักจากความต้องการของตลาดในช่วงเทศกาลซึ่งเป็นช่วงฤดูขายสูงสุดของสินค้า สำหรับรายได้จากช่องทางอื่น ๆ นั้น รายได้จากช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น 7.43 ล้านบาท หรือร้อยละ 65.6 จากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลและการเข้าร่วมแคมเปญการตลาดออนไลน์กับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในขณะที่รายได้จากช่องทาง Warehouse Sales ลดลง 2.9 ล้านบาท เนื่องจากในไตรมาส 3 มีการจัดกิจกรรม Warehouse Sales มากกว่าไตรมาสนี้ ส่งผลให้รายได้จากช่องทางดังกล่าวชะลอตัวลง

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีสาขารวมทั้งสิ้น 202 สาขา ประกอบด้วยร้าน Moshi Moshi 196 สาขา (ร้านค้าปลีก Moshi Moshi 194 สาขา และร้านค้าส่ง Moshi Moshi 2 สาขา) ร้าน Garlic 4 สาขา ร้าน Giant 1 สาขา และร้าน The OK Station 1 สาขา ครอบคลุมพื้นที่ 68 จังหวัดทั่วประเทศไทย

ในไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ ได้ขยายสาขาร้านค้าปลีก Moshi Moshi ในจังหวัดอุทัยธานี จังหวัดตราด และจังหวัดอำนาจเจริญเป็นครั้งแรก สะท้อนถึงกลยุทธ์การขยายพื้นที่ให้ครอบคลุมจังหวัดใหม่อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีแผนการขยายสาขาค้าส่ง ในปี 2568

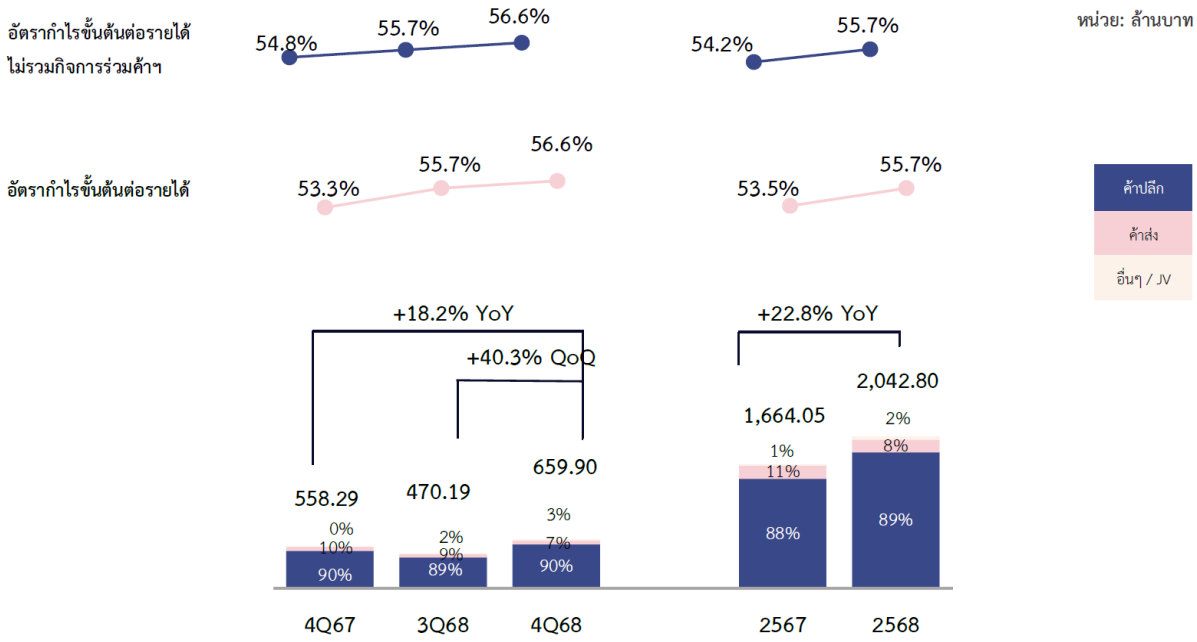
YoY: 2568 VS 2567

ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม 3,664.35 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 17.8 หรือเพิ่มขึ้น 553.08 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีธุรกิจค้าปลีกเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก มีรายได้ 3,127.60 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 85 ของรายได้จากการดำเนินงาน เติบโต 570.10 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.3 จากการขยายสาขา 38 สาขาในปีนี้ ขณะที่ยอดขายของสาขาเดิม (SSSG) เติบโตร้อยละ 7.0 เมื่อเทียบกับปีก่อน รายได้จากธุรกิจค้าส่ง 462.65 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13 ของรายได้จากการดำเนินงาน ลดลง 22.65 ล้านบาท หรือติดลบร้อยละ 4.7 ปัจจัยหลักเป็นผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ การก่อสร้างสะพานหน้าห้างสรรพสินค้าแพลทินัม แฟชั่น มอลล์ รวมถึงร้านค้า The OK Station ซึ่งดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Trading โดยจัดซื้อสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายทั่วไปมาจำหน่าย สำหรับรายได้จากช่องทางอื่น ๆ รวมอยู่ที่ 74.10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2 ของรายได้จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 5.63 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.2 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากช่องทางออนไลน์และ Warehouse Sales ขณะที่รายได้จากกิจการร่วมค้าลดลง 10.54

ล้านบาท เนื่องจากการดำเนินงานการจัดนิทรรศการร่วมกันได้สิ้นสุดลงแล้ว ตั้งแต่ 31 ธันวาคม 2567 โดยรายการที่เกิดขึ้นในปี 2568 เป็นการจัดการทรัพย์สินและหนี้สินเพื่อเตรียมการเลิกกิจการร่วมค้า ซึ่งรวมถึงการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ ชำระหนี้สิน และค่าใช้จ่ายค้างจ่ายต่าง ๆ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจผ่านกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค พร้อมเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องกว่า 1,000 รายการต่อเดือน ควบคู่กับการปรับปรุงร้านค้าปลีกเพื่อยกระดับภาพลักษณ์และประสบการณ์การช็อปปิ้ง โดยมุ่งเน้นการตกแต่งร้านให้ทันสมัยและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการขยายสาขาให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เปิดตัวร้านค้าปลีกใน Concept ใหม่ “Dreamland” เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์การช็อปปิ้ง (Customer Experience) มากขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) บนสื่อสังคมออนไลน์และเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ในระยะยาว

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น



YoY: 4Q2568 VS 4Q2567

ไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 659.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 101.61 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 53.3 เป็นร้อยละ 56.6 โดยอัตรากำไรขั้นต้นของทั้งธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งปรับตัวดีขึ้น ปัจจัยหลักที่สนับสนุนให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้น ได้แก่ การที่บริษัทฯ ไม่มีการรับรู้ต้นทุนจากกิจการร่วมค้าเช่นเดียวกับปีก่อน การขยายสาขาร้านค้าปลีก จำนวน 38 สาขา การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการขายสินค้านำเข้าซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าสินค้าในประเทศในหลายกลุ่มสินค้า และการเติบโตอย่างต่อเนื่องของสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง เช่น ของใช้ภายในบ้าน เครื่องสำอาง และสินค้าแฟชั่น เป็นต้น นอกจากนี้ การแข็งค่าของเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยเชิงบวกต่ออัตรากำไรขั้นต้น

ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ สะท้อนผลการดำเนินงานหลักอย่างแท้จริง เนื่องจากการดำเนินงานการจัดนิทรรศการของกิจการร่วมค้าได้สิ้นสุดลงแล้วในปี 2567 และปัจจุบันอยู่ระหว่างเตรียมเลิกกิจการซึ่งไม่มีผลกระทบต่ออัตรากำไรขั้นต้น

QoQ: 4Q2568 VS 3Q2568

เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 189.72 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.3 ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 55.7 เป็นร้อยละ 56.6 ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดี โดยเฉพาะสินค้าตามเทศกาล เช่น สินค้า Halloween Christmas และปีใหม่ ซึ่งเป็นไปตามปัจจัยตามฤดูกาล ตลอดจนการนำเสนอสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำกำไรโดยรวมปรับตัวดีขึ้น

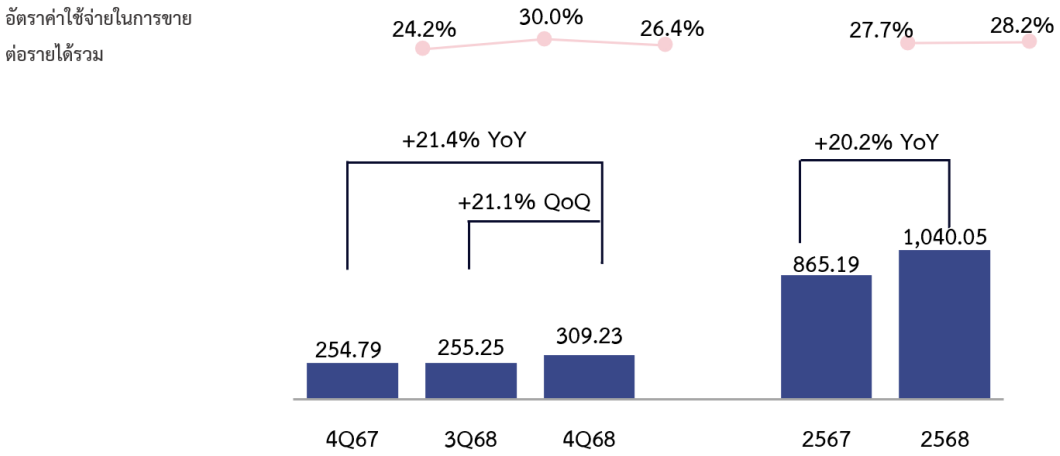
YoY: 2568 VS 2567

ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 2,042.80 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 378.75 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากร้อยละ 53.5 เป็นร้อยละ 55.7 ปัจจัยหลักมาจากการสิ้นสุดการดำเนินงานของกิจการร่วมค้าฯ ในปีนี้ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมของบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้น นอกจากนี้ ธุรกิจหลักของบริษัทฯ ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายสาขาร้านค้าปลีกอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับสัดส่วนสินค้าไปยังกลุ่มที่มีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับที่ดีขึ้น ตลอดจนการ

บริหารจัดการสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดตลอดทั้งปี ขณะเดียวกัน ร้าน Moshi Moshi ได้การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงกว่า ประกอบกับการแข็งค่าของเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินหยวน ส่งผลให้ต้นทุนสินค้านำเข้าปรับลดลง และเป็นปัจจัยสนับสนุนเพิ่มเติมให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นเพิ่มเติม

ค่าใช้จ่ายในการขาย

หน่วย: ล้านบาท



YoY: 4Q2568 VS 4Q2567

ไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขาย 309.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 54.44 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.4 จากปีก่อน สาเหตุหลักเป็นผลจากการลงทุนเพื่อรองรับการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนสาขาร้านค้าปลีก Moshi Moshi เพิ่มขึ้น จาก 159 สาขา ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2567 เป็น 196 สาขา ณ สิ้นไตรมาส 4 ปี 2568 รวมถึงการเปิดสาขาร้านค้าปลีก Garlic อีก 1 สาขา

ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่จำนวน 14 สาขา เพิ่มขึ้นจาก 6 สาขาในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นตามแผนการเติบโตทั้งในส่วนของการเพิ่มบุคลากร ค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดสาขาใหม่ ตลอดจนค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพื่อเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์และสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่าน Engagement บน Social Media การเชื่อมโยงกับศิลปินและอีเวนต์ยอดนิยม ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการเปิดตัว Moshi Moshi Dreamland ซึ่งเป็นกิจกรรมการตลาดขนาดใหญ่เพื่อยกระดับภาพลักษณ์แบรนด์และขยายฐานลูกค้า ทั้งนี้ อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.2 เป็นร้อยละ 26.4 แต่การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นผลจากการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตและการขยายเครือข่ายสาขา ซึ่งคาดว่าจะสนับสนุนการสร้างรายได้และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ในอนาคต

QoQ: 4Q2568 VS 3Q2568

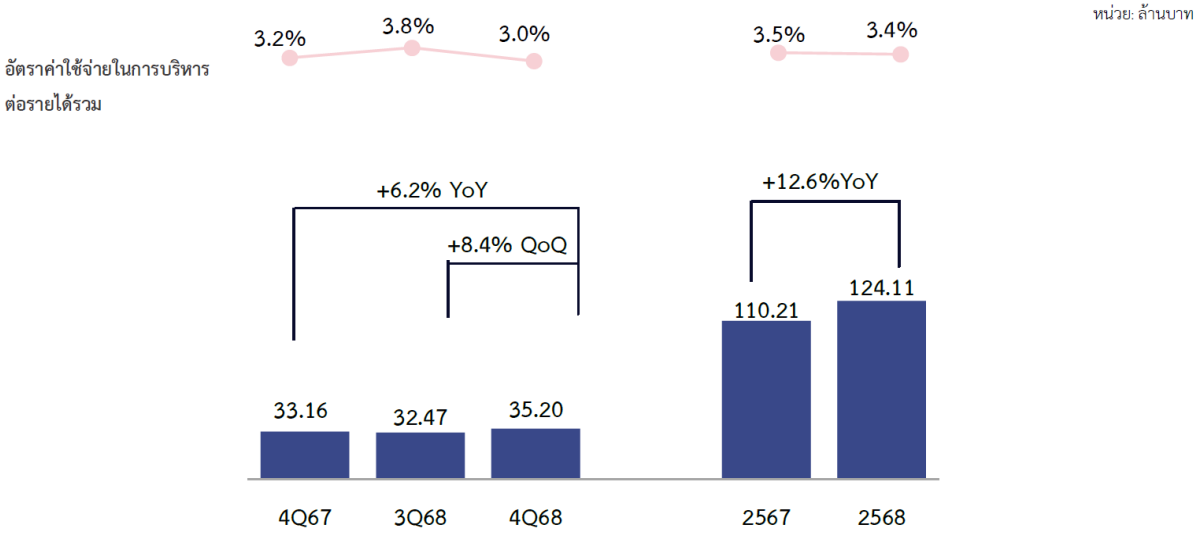
เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้น 53.98 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.1 จากการขยายสาขาร้านค้า Moshi Moshi อย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2568 เปิดร้านสาขา Moshi Moshi ทั้งหมด 13 สาขา จาก 183 สาขาในไตรมาส 3 ปี 2568 เป็น 196 สาขา และเปิดร้าน Garlic เพิ่ม 1 สาขา โดยค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการขยายสาขา ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายหลักปรับตัวสูงขึ้น ทั้งในส่วนของค่าใช้จ่ายพนักงานค่าเช่าและค่าบริการ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดสาขาใหม่ ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด และค่าจ้างพนักงานชั่วคราวเพื่อรองรับในช่วง High Season ประกอบกับค่าใช้จ่ายด้านการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อกระตุ้นยอดขายและขยายฐานลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญ อย่างไรก็ตาม อัตราค่าใช้จ่ายขายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 26.4 ลดลงจากร้อยละ 30.0 ในไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากรายได้รวมเติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขาย

YoY: 2568 VS 2567

ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขาย 1,040.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 174.86 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.2 จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการขยายสาขาร้านค้าปลีก Moshi Moshi อย่างต่อเนื่อง จาก 159 ณ สิ้นปี 2567 เป็น 196 สาขาในปี 2568 หรือเพิ่มขึ้น 37 สาขา รวมถึงการเปิดสาขา Garlic เพิ่มอีก 1 สาขา ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายหลักปรับตัวเพิ่มขึ้น อาทิ ค่าใช้จ่ายพนักงาน ค่าเช่าและค่าบริการพื้นที่ ค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้า ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด และค่าจ้างพนักงานชั่วคราว เพื่อรองรับช่วง High Season รวมถึงการปรับเงินเดือนพนักงานประจำปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เริ่มรับรู้ค่าตัดจำหน่ายระบบ POS ใหม่และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2568 รวมถึงรับรู้ค่าเสื่อมราคาจากการต่อเติมคลังสินค้าตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2568 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการลงทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและรองรับการขยายธุรกิจในระยะยาว ส่งผลให้อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 27.7 เป็นร้อยละ 28.2

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท



YoY: 4Q2568 VS 4Q2567

ไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 35.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.04 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.2 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจ ค่าเช่าและค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากการย้ายสถานประกอบการสำนักงานใหญ่ และค่าที่ปรึกษาวิชาชีพโครงการ JUMP+ อย่างไรก็ตาม อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมปรับตัวลดลงจากร้อยละ 3.2 เป็นร้อยละ 3.0

QoQ: 4Q2568 VS 3Q2568

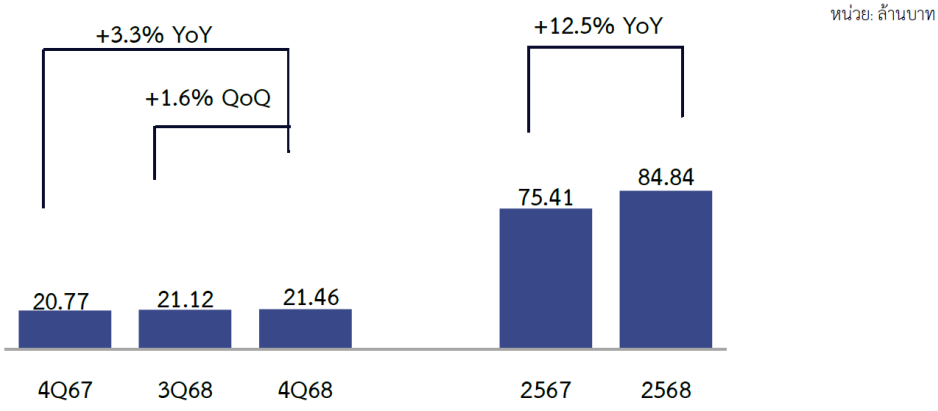
เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น 2.73 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.4 สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายพนักงานที่ปรับตัวสอดคล้องกับการเติบโตของบริษัทฯ และค่าที่ปรึกษาวิชาชีพโครงการ JUMP+ ทั้งนี้ อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมปรับตัวลดลงจากร้อยละ 3.8 เป็นร้อยละ 3.0 เนื่องจากในไตรมาสก่อนหน้ามีค่าใช้จ่ายด้านการอบรมสัมมนาภายในเพื่อพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความสัมพันธ์ของพนักงานทุกระดับ ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นในไตรมาสนี้ ประกอบกับรายได้รวมที่เติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหาร ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ปรับตัวดีขึ้น

YoY: 2568 VS 2567

ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 124.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.90 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานและการปรับเงินเดือนพนักงานประจำปี ค่าเช่าและค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากการย้ายสถานประกอบการสำนักงานใหญ่ ค่าใช้จ่ายในการจัดหาพนักงาน และค่าที่ปรึกษาวิชาชีพโครงการ JUMP+ ทั้งนี้ อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมปรับตัวลดลงจากร้อยละ 3.5 เป็นร้อยละ 3.4 แสดงให้เห็นถึงการเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) จากการขยายธุรกิจ โดยรายได้เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่า ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายส่วนกลางได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท



YoY: 4Q2568 VS 4Q2567

ไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน 21.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.69 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน การเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักจากการรับรู้ดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สินสัญญาเช่าที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลมาจากการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

QoQ: 4Q2568 VS 3Q2568

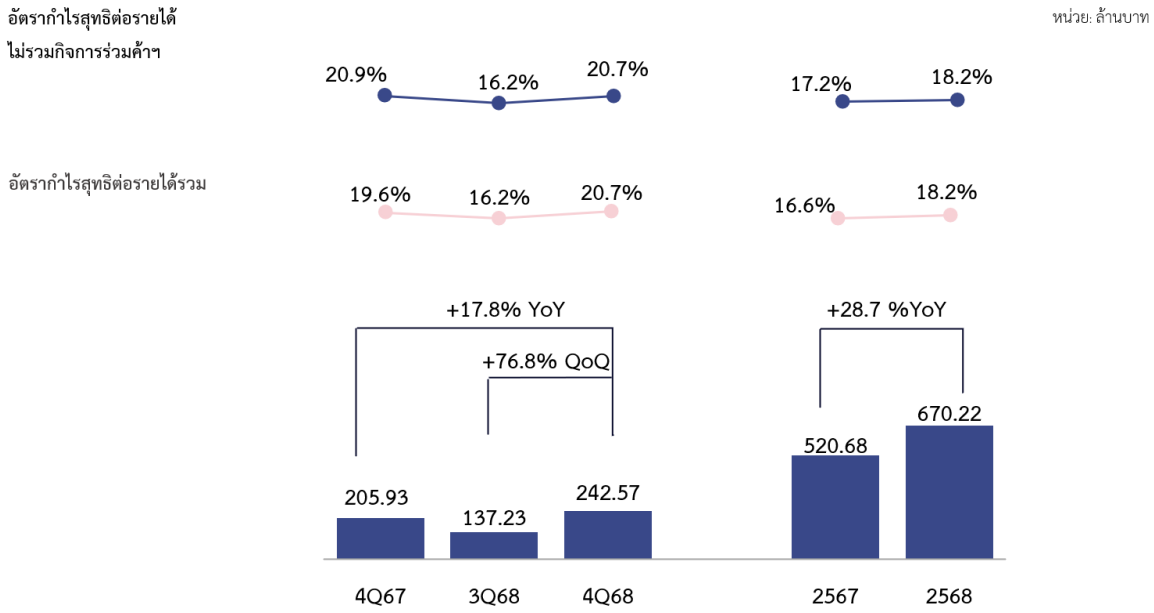
ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียง 0.34 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 จากไตรมาสก่อนหน้า แม้ว่าหนี้สินตามสัญญาเช่าจะเพิ่มขึ้นจากการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง แต่ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นในอัตราที่ชะลอลง เนื่องจากได้รับผลดีจากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง (MLR) ของธนาคารพาณิชย์สำหรับสัญญาเช่าในช่วงเดือนมีนาคม พฤษภาคม สิงหาคม และธันวาคม 2568

YoY: 2568 VS 2567

ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน 84.84 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.43 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักคือการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยจ่ายตามหนี้สินสัญญาเช่าจากการขยายสาขา

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายจากเงินกู้ยืม โดยต้นทุนทางการเงินทั้งหมดเป็นผลจากการรับรู้ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับสัญญาเช่า ซึ่งสอดคล้องกับการขยายธุรกิจผ่านการเพิ่มจำนวนสาขา

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ



YoY: 4Q2568 VS 4Q2567

ไตรมาส 4 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 242.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.6 เป็นร้อยละ 20.7 เนื่องจากบริษัทฯ ไม่มีการรับรู้รายได้และค่าใช้จ่ายจากกิจการร่วมดำเนินงานการจัดนิทรรศการ ทั้งนี้ อัตรากำไรสุทธิต่อรายได้หากไม่รวมกิจการร่วมค้าอยู่ที่ร้อยละ 20.7 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 20.9 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเปิดสาขาใหม่เป็นจำนวนมากถึง 14 สาขา เพิ่มขึ้นจาก 6 สาขาในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน รวมถึงการเพิ่มงบประมาณด้านการตลาดเพื่อเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์และรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาด อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงรักษาระดับอัตรากำไรสุทธิได้ใกล้เคียงเดิม จากการขยายสาขาค้าปลีก การเติบโตของ SSSG และความสามารถในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

QoQ: 4Q2568 VS 3Q2568

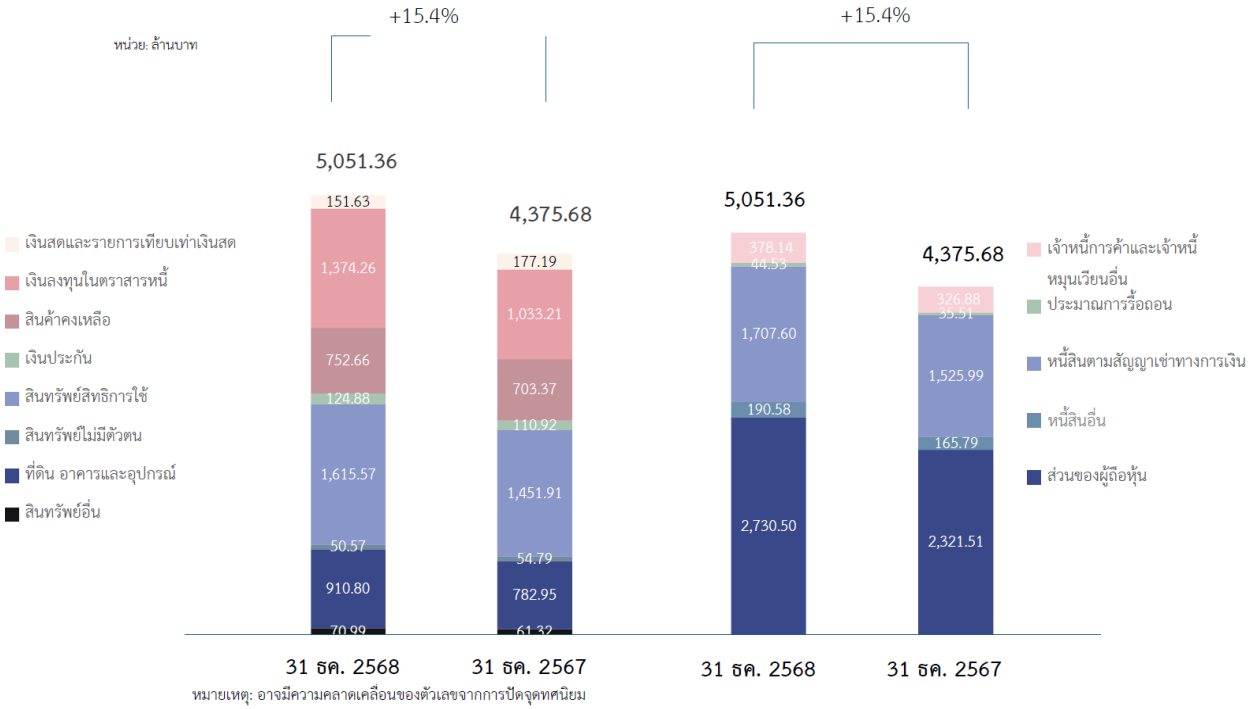
เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 105.34 ล้านบาท หรือร้อยละ 76.8 โดยอัตรากำไรสุทธิปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.2 เป็นร้อยละ 20.7 เนื่องจากไตรมาสที่ 4 เป็นช่วง High Season ของอุตสาหกรรมค้าปลีก ซึ่งมีเทศกาลสำคัญหลายเทศกาล ส่งผลให้ยอดขายเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ประกอบกับสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามวัฏจักรทางธุรกิจและปัจจัยตามฤดูกาลของบริษัทฯ

YoY: 2568 VS 2567

ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 670.22 ล้านบาท เติบโต 149.54 ล้านบาท หรือร้อยละ 28.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยอัตรากำไรสุทธิปรับตัวขึ้นอย่างโดดเด่นจากร้อยละ 16.6 เป็นร้อยละ 18.2 ทั้งนี้ หากไม่รวมผลการดำเนินงานของกิจการร่วมค้า ซึ่งมีผลขาดทุนสุทธิ 16.41 ล้านบาท อัตรากำไรสุทธิจะปรับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.2 เป็นร้อยละ 18.2 สะท้อนถึงการเติบโตอย่างมีคุณภาพของธุรกิจ

หลัก โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นอย่างมีนัยสำคัญ อันเป็นผลจากการบริหารต้นทุนสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการบริหารจัดการสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ การขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ในระดับที่แข็งแกร่ง ตลอดจนผลประกอบการของสาขาใหม่ที่เป็นไปตามเป้าหมาย ล้วนเป็นแรงสนับสนุนสำคัญที่ช่วยผลักดันการเติบโตของกำไรสุทธิในปีนี้ ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ รับรู้ผลกำไรจากการร่วมลงทุนในรูปแบบกิจการร่วมค้าจำนวน 0.59 ล้านบาท

งบฐานะทางการเงิน



หมายเหตุ: อาจมีความคลาดเคลื่อนของตัวเลขจากการปัดจุดทศนิยม

ความสามารถในการบริหารทรัพย์สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

สินทรัพย์

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 5,051.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 675.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.4 จากสิ้นปี 2567 ซึ่งสอดคล้องกับการขยายสาขาและการย้ายสำนักงานใหญ่ ส่งผลให้สินทรัพย์สิทธิการใช้ เพิ่มขึ้น 163.66 ล้านบาท ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ เพิ่มขึ้น 127.85 ล้านบาท และสินค้าคงเหลือ เพิ่มขึ้น 49.29 ล้านบาท อีกทั้ง ผลการดำเนินงานที่เติบโตส่งผลให้บริษัทฯ มีสภาพคล่องที่ดี จึงมีการลงทุนในตราสารหนี้เพิ่มขึ้น 341.10 ล้านบาท

หนี้สิน

หนี้สินรวมอยู่ที่ 2,320.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 266.69 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 13.0 จากสิ้นปี 2567 โดยเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 51.26 ล้านบาท เนื่องจากช่วงสิ้นปี 2568 มีการเตรียมความพร้อมของสินค้าเพื่อขายสำหรับช่วงต้นปี 2569 หนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้น 181.61 ล้านบาท สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์สิทธิการใช้จากการขยายสาขาและการย้ายสำนักงานใหญ่

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมีมูลค่า 2,730.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 408.99 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.6 จากสิ้นปี 2567 ตามผลการดำเนินงาน ของบริษัทฯ

ทั้งนี้ โครงสร้างทางการเงินโดยรวมของบริษัทฯ ยังคงแข็งแกร่งและมีสภาพคล่องที่ดี โดยไม่มีภาระผูกพันการกู้ยืมเงิน

สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน

งบกระแสเงินสด สำหรับปี สิ้นสุด 31 ธ.ค. 2568	2567	2568	+/-
หน่วย: ล้านบาท			%YoY
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	688.00	1,141.78	66.0%
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(96.51)	(538.62)	458.1%
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน	(509.39)	(628.72)	23.4%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	82.10	(25.56)	(131.1%)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	95.09	177.19	86.3%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสิ้นปี	177.19	151.63	(14.4%)

หมายเหตุ: อาจมีความคลาดเคลื่อนของตัวเลขจากการปัดจุดทศนิยม

กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีกระแสเงินสดได้มาจากการดำเนินงานสุทธิจำนวน 1,141.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 453.78 ล้านบาทเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากกำไรหลังปรับรายการที่ไม่กระทบกระแสเงินสดเพิ่มขึ้น 256.69 ล้านบาท สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ปรับตัวดีขึ้น นอกจากนี้ การบริหารสินค้าคงเหลืออย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้กระแสเงินสดเพิ่มขึ้น 221.97 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม มีกระแสเงินสดลดลงจากการจ่ายชำระภาษี 45.56 ล้านบาท

โดยรวม แสดงให้เห็นถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานได้อย่างแข็งแกร่งและมีเสถียรภาพมากขึ้น

กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

กระแสเงินสดใช้ไปสุทธิในกิจกรรมลงทุนอยู่ที่ 538.62 ล้านบาท ใช้ไปเพิ่มขึ้น 442.11 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนประกอบด้วยกิจกรรมหลักดังนี้

- เงินสดสุทธิเพื่อลงทุนในตราสารหนี้เพิ่มขึ้น 397.08 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น 59.33 ล้านบาท ซึ่งเป็นการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในการขยายเครือข่ายสาขา การขยายพื้นที่ภายในคลังสินค้าเพื่อช่วยเพิ่มพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าและการย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ เพื่อรองรับการเติบโตและขยายธุรกิจในอนาคต

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 628.72 ล้านบาท ใช้ไปเพิ่มขึ้น 119.33 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยปัจจัยหลักคือ

- การชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าและดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้น 53.33ล้านบาท สอดคล้องกับการขยายสาขาของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง
- การจ่ายเงินปันผล 264.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 66.00 ล้านบาท เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงผลการดำเนินงานที่เติบโตและนโยบายการจ่ายผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอของบริษัทฯ

โดยสรุป กระแสเงินสดของบริษัทฯ สะท้อนถึงศักยภาพในการสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง ควบคู่กับการลงทุนเพื่อรองรับการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และการบริหารจัดการทางการเงินอย่างสมดุลระหว่างการเติบโตในระยะยาวและการสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่ผู้ถือหุ้น

ภาระผูกพันด้านหนี้สินและการบริหารจัดการภาระนอกงบดุล

หมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อ 33. ภาระผูกพันรายจ่ายฝ่ายทุน

ภาระผูกพันที่เป็นข้อผูกมัด ณ วันที่ในงบฐานะการเงินที่เกี่ยวข้องกับรายจ่ายฝ่ายทุนซึ่งยังไม่ได้รับรู้ในงบการเงิน มีดังนี้

	ปี 2568	ปี 2567
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,022,000 บาท	29,015,023 บาท
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	6,778,860 บาท	2,981,440 บาท
รวม	7,800,860 บาท	31,996,463 บาท

การออกตราสารหนี้ซึ่งมีข้อกำหนดให้บริษัทต้องคงอัตราส่วนทางการเงิน

การออกตราสารหนี้ซึ่งมีข้อกำหนดให้บริษัทต้องคงอัตราส่วนทางการเงินหรือไม่ : ไม่มี

4.2 ปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่อาจมีผลต่อฐานะการเงินหรือการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจัยหรือเหตุการณ์สำคัญที่มีผลต่อฐานะการเงินหรือการดำเนินงานในอนาคต

ทิศทางการดำเนินธุรกิจปี 2569

1. Retail Network Expansion & Transformation

บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายเครือข่ายร้านค้าปลีกอย่างต่อเนื่องในทำเลที่มีศักยภาพสูง โดยมีแผนเปิดสาขาใหม่จำนวน 35 สาขาภายในปี 2569 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นสาขาแบบ Standalone อย่างน้อย 5 สาขา เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าในพื้นที่ที่มีศักยภาพนอกเหนือจากศูนย์การค้า ควบคู่กับการยกระดับสาขาเดิมผ่านการปรับปรุง ขยายพื้นที่ ย้ายทำเล และปรับรูปแบบการจัดแสดงสินค้าให้มีความทันสมัยและตอบโจทย์ประสบการณ์การช้อปปิ้งของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดสรรงบลงทุน (CAPEX) ประมาณ 200 ล้านบาท สำหรับการขยายสาขาและการบริหารงานทั่วไป และงบประมาณประมาณ 220 ล้านบาท สำหรับการก่อสร้างคลังสินค้าแห่งที่ 2 เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

2. Product Portfolio Development & Retail Excellence

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเปิดตัวสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานการจัดแสดงและนำเสนอสินค้าภายในร้านให้มีความน่าสนใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

3. Digital Infrastructure & Data-Driven Management

บริษัทฯ เดินหน้าพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ พร้อมนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4. Customer Base Expansion

บริษัทฯ มุ่งขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมตลาดในวงกว้าง (Mass Market) มากยิ่งขึ้น โดยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายทั้งด้านอายุและเพศ พร้อมเสริมความแข็งแกร่งในกลุ่มเป้าหมายหลักอายุ 13–35ปีควบคู่กับการเจาะกลุ่มเป้าหมายรองอายุ 6–12 ปี เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ตั้งแต่วัยเด็ก ขยายโอกาสทางธุรกิจในระยะยาวและเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น

5. Intensify Marketing & Brand Equity

บริษัทฯ มุ่งเสริมความเข้มข้นด้านการตลาดควบคู่กับการยกระดับคุณค่าแบรนด์ (Brand Equity) ผ่านการทำการตลาดครบทุกช่องทาง การสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่ชัดเจนและแตกต่างการพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าให้ดีขึ้นทุกจุดสัมผัส การสร้างความผูกพันและความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว รวมถึงการสื่อสารคุณค่าของสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการรับรู้ที่แข็งแรง ตอกย้ำความน่าเชื่อถือ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของแบรนด์อย่างยั่งยืนเพื่อสร้างการรับรู้ที่แข็งแรง ตอกย้ำความน่าเชื่อถือ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของแบรนด์อย่างยั่งยืน

4.3 ข้อมูลจากงบการเงิน และอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

ข้อมูลจากงบการเงินที่สำคัญ

ตารางสรุปงบฐานะการเงิน

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
สินทรัพย์			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (พันบาท)	95,093.33	177,186.85	151,627.19
เงินลงทุนระยะสั้น - สุทธิ (พันบาท)	1,089,960.16	977,509.94	1,308,408.69
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น - สุทธิ (พันบาท)	12,434.67	23,574.65	25,585.26
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ (พันบาท)	421,806.19	703,374.94	752,664.58
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น (พันบาท)	4,933.97	4,487.99	5,493.27
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น - อื่น ๆ (พันบาท)	4,933.97	4,487.99	5,493.27
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน (พันบาท)	1,624,228.32	1,886,134.36	2,243,778.99
เงินลงทุนระยะยาว - สุทธิ (พันบาท)	0.00	55,703.16	65,855.82
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น (พันบาท)	92,662.65	110,924.86	124,877.59

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
เงินมัดจำ (พันบาท)	92,662.65	110,924.86	124,877.59
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน - สุทธิ (พันบาท)	5,996.06	5,571.89	5,147.73
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ (พันบาท)	716,510.73	782,952.36	910,799.17
สินทรัพย์สิทธิการใช้ - สุทธิ (พันบาท)	1,169,041.37	1,451,914.45	1,615,570.27
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ (พันบาท)	30,501.08	54,791.93	50,568.75
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - อื่น ๆ (พันบาท)	30,501.08	54,791.93	50,568.75
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี (พันบาท)	19,759.02	27,686.66	34,759.04
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (พันบาท)	2,034,470.91	2,489,545.31	2,807,578.37
รวมสินทรัพย์ (พันบาท)	3,658,699.23	4,375,679.67	5,051,357.36
หนี้สิน			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น (พันบาท)	282,893.62	326,880.01	378,140.21

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
หนี้สินที่เกิดจากสัญญาและค่าเช่ารับล่วงหน้า - หมุนเวียน (พันบาท)	7,102.71	14,709.14	20,379.46
รายได้รับล่วงหน้า - อื่น ๆ (พันบาท)	7,102.71	14,709.14	20,379.46
หนี้สินตามสัญญาเช่า - ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี (พันบาท)	226,790.68	276,141.51	315,415.05
ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย (พันบาท)	62,303.19	87,244.37	99,276.17
หนี้สินหมุนเวียนอื่น (พันบาท)	21,608.65	26,731.41	30,645.14
รวมหนี้สินหมุนเวียน (พันบาท)	600,698.84	731,706.44	843,856.03
หนี้สินตามสัญญาเช่า - ส่วนที่ถึงกำหนดชำระเกินกว่าหนึ่งปี (พันบาท)	997,492.10	1,249,850.71	1,392,186.79
ประมาณการหนี้สินระยะยาว (พันบาท)	30,053.84	35,513.53	44,532.86
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน - ไม่หมุนเวียน (พันบาท)	32,811.27	37,054.88	40,135.58
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น (พันบาท)	40.00	40.00	145.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน (พันบาท)	1,060,397.21	1,322,459.13	1,477,000.24

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
รวมหนี้สิน (พันบาท)	1,661,096.05	2,054,165.57	2,320,856.27
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
ทุนจดทะเบียน (พันบาท)	330,000.00	330,000.00	330,000.00
หุ้นสามัญจดทะเบียน (พันบาท)	330,000.00	330,000.00	330,000.00
ทุนที่ออกและชำระแล้ว (พันบาท)	329,999.95	329,999.95	329,999.95
หุ้นสามัญชำระแล้ว (พันบาท)	329,999.95	329,999.95	329,999.95
ส่วนเกิน (ต่ำกว่า) มูลค่าหุ้น (พันบาท)	1,178,098.14	1,178,098.14	1,178,098.14
ส่วนเกิน (ต่ำกว่า) มูลค่าหุ้นสามัญ (พันบาท)	1,178,098.14	1,178,098.14	1,178,098.14
กำไร (ขาดทุน) สะสม (พันบาท)	473,826.96	813,416.01	1,222,403.01
กำไรสะสม - จัดสรรแล้ว (พันบาท)	33,000.00	33,000.00	33,000.00
สำรองตามกฎหมาย (พันบาท)	33,000.00	33,000.00	33,000.00
กำไร (ขาดทุน) สะสม - ยังไม่ได้จัดสรร (พันบาท)	456,505.09	780,416.01	1,189,403.01

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
รวมส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ (พันบาท)	1,997,603.18	2,321,514.10	2,730,501.10
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น (พันบาท)	1,997,603.18	2,321,514.10	2,730,501.10
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น (พันบาท)	3,658,699.23	4,375,679.67	5,051,357.36

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุน

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ			
รายได้จากการดำเนินธุรกิจ (พันบาท)	2,529,513.77	3,111,263.07	3,664,346.34
รายได้จากการขายและให้บริการ (พันบาท)	2,529,513.77	3,111,263.07	3,664,346.34
รายได้อื่น (พันบาท)	13,741.78	16,644.98	18,389.92
รวมรายได้ (พันบาท)	2,543,255.55	3,127,908.05	3,682,736.25
ต้นทุน (พันบาท)	1,179,539.98	1,447,209.70	1,621,547.27

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
ต้นทุนขาย (พันบาท)	1,179,539.98	1,447,209.70	1,621,547.27
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (พันบาท)	815,341.99	975,406.53	1,164,163.84
ค่าใช้จ่ายในการขาย (พันบาท)	711,440.30	865,190.93	1,040,051.08
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (พันบาท)	103,901.68	110,215.60	124,112.75
รวมต้นทุนและค่าใช้จ่าย (พันบาท)	1,994,881.97	2,422,616.23	2,785,711.11
กำไร (ขาดทุน) อื่น (พันบาท)	14,845.09	24,809.70	25,172.34
กำไร (ขาดทุน) อื่น - อื่น ๆ (พันบาท)	14,845.09	24,809.70	25,172.34
กำไร (ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ (พันบาท)	563,218.67	730,101.52	922,197.49
ต้นทุนทางการเงิน (พันบาท)	53,384.09	75,416.06	84,837.88
ภาษีเงินได้ (พันบาท)	101,601.93	134,006.11	167,138.54
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานต่อเนื่อง (พันบาท)	408,232.65	520,679.35	670,221.07

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ สำหรับงวด (พันบาท)	408,232.65	520,679.35	670,221.07
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ สำหรับงวด / กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานต่อเนื่อง (พันบาท)	408,232.65	520,679.35	670,221.07
กำไร (ขาดทุน) จากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์พนักงาน (พันบาท)	0.00	1,539.36	3,457.21
ภาษีเงินได้ของรายการที่จะไม่จัดประเภทรายการใหม่เข้าไปไว้ในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง (พันบาท)	0.00	(307.87)	(691.44)
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จอื่น - สุทธิจากภาษี (พันบาท)	0.00	1,231.49	2,765.77
กำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม สำหรับงวด (พันบาท)	408,232.65	521,910.84	672,986.84
การแบ่งปันกำไร (ขาดทุน) สุทธิ : ผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่ (พันบาท)	408,232.65	520,679.35	670,221.07
การแบ่งปันกำไร (ขาดทุน) เบ็ดเสร็จรวม : ผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่ (พันบาท)	408,232.65	521,910.84	672,986.84

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท/หุ้น) (พันบาท)	1.24000	1.58000	2.03000
กำไรก่อนหัก ดอกเบี้ย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (พันบาท)	871,236.48	1,084,744.86	1,333,357.47
กำไรจากการดำเนินงาน (พันบาท)	534,631.80	688,646.84	878,635.23
กำไรจากการดำเนินงานปกติ (พันบาท)	393,387.56	495,869.65	645,048.73

ตารางสรุปงบกระแสเงินสด

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
งบกระแสเงินสด			
กำไร (ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน และ/หรือ ภาษีเงินได้ (พันบาท)	563,218.67	730,101.52	922,197.49
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (พันบาท)	308,017.81	354,643.34	411,159.99
ค่าเสื่อมราคา (พันบาท)	296,419.75	344,593.73	398,351.18

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
ค่าตัดจำหน่าย (พันบาท)	11,598.07	10,049.62	12,808.81
(โอนกลับ) ขาดทุนจากการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือ (พันบาท)	(4,865.67)	5,653.80	15,955.48
(กำไร) ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน (พันบาท)	(51.88)	(109.29)	348.11
(กำไร) ขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงินอื่น (พันบาท)	(74.97)	1,474.51	(635.59)
(กำไร) ขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมของเงินลงทุน (พันบาท)	(8,724.73)	(17,164.20)	(20,385.63)
(กำไร) ขาดทุนจากการขายและตัดจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร (พันบาท)	390.47	1,246.84	863.90
(กำไร) ขาดทุนจากการขายสินทรัพย์ถาวร (พันบาท)	(11.52)	180.30	(11.84)
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร (พันบาท)	401.99	1,066.54	875.74
(กำไร) ขาดทุนจากการขายและตัดจำหน่ายสินทรัพย์อื่น (พันบาท)	0.00	0.00	2,175.51

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์อื่น (พันบาท)	0.00	0.00	2,175.51
(โอนกลับ) ขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ถาวร (พันบาท)	0.00	299.87	1,183.02
เงินปันผลและดอกเบี้ยรับ (พันบาท)	(9,009.77)	(14,670.34)	(12,870.46)
รายได้ดอกเบี้ย (พันบาท)	(9,009.77)	(14,670.34)	(12,870.46)
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน (พันบาท)	5,414.23	6,376.40	6,705.91
(กลับรายการ) ประมาณการหนี้สิน (พันบาท)	(1,436.77)	0.00	(196.64)
รายการปรับปรุงอื่น ๆ (พันบาท)	(142.42)	(15.61)	(1,980.60)
เงินสดได้มาจาก (ใช้ไปใน) การดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน (พันบาท)	852,734.96	1,067,836.85	1,324,520.48
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น (เพิ่มขึ้น) ลดลง (พันบาท)	(1,828.54)	(9,822.47)	(2,938.02)
สินค้าคงเหลือ (เพิ่มขึ้น) ลดลง (พันบาท)	(13,158.20)	(287,222.55)	(65,245.11)

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
สินทรัพย์ดำเนินงานอื่น (เพิ่มขึ้น) ลดลง (พันบาท)	(21,205.00)	(26,703.55)	(15,994.98)
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เพิ่มขึ้น (ลดลง) (พันบาท)	55,278.46	50,486.16	54,152.63
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน เพิ่มขึ้น (ลดลง) (พันบาท)	1,256.64	(593.43)	(168.00)
หนี้สินดำเนินงานอื่น เพิ่มขึ้น (ลดลง) (พันบาท)	(70,561.46)	11,329.66	10,324.63
เงินสดรับ (จ่าย) จากการดำเนินงาน (พันบาท)	802,516.86	805,310.67	1,304,651.64
(จ่าย) คืนภาษีเงินได้ (พันบาท)	(83,941.12)	(117,310.70)	(162,870.56)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน (พันบาท)	718,575.75	687,999.97	1,141,781.08
เงินสดรับจากเงินลงทุน (พันบาท)	973,594.79	2,098,262.35	1,019,432.66
เงินสดรับจากการจำหน่ายเงินลงทุน (พันบาท)	973,594.79	2,098,262.35	812,432.66

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
เงินสดรับจากการไถ่ถอนเงินลงทุนในตราสารหนี้ (พันบาท)	115,000.00	764,000.00	207,000.00
เงินสดจ่ายซื้อเงินลงทุน (พันบาท)	(2,004,712.42)	(2,023,729.91)	(1,341,984.09)
เงินสดรับจากการขายสินทรัพย์ถาวร (พันบาท)	74.94	13.94	45.42
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (พันบาท)	74.94	13.94	45.42
เงินสดจ่ายจากการซื้อสินทรัพย์ถาวร (พันบาท)	(86,505.97)	(179,138.78)	(225,863.22)
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (พันบาท)	(72,357.01)	(149,193.57)	(208,516.06)
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (พันบาท)	(14,148.96)	(29,945.21)	(17,347.16)
รับดอกเบี้ย (พันบาท)	4,567.84	8,266.02	10,232.48
รายการอื่น ๆ (กิจกรรมลงทุน) (พันบาท)	(217.04)	(192.31)	(488.16)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน (พันบาท)	(1,113,197.85)	(96,518.69)	(538,624.90)

	บาท (THB)		
	31 ธ.ค. 2566	31 ธ.ค. 2567	31 ธ.ค. 2568
	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ	งบเฉพาะกิจการ
	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ	ตรวจสอบ
เงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า (พันบาท)	(183,024.94)	(236,757.37)	(280,760.95)
จ่ายเงินปันผล (พันบาท)	(30,000.05)	(197,999.91)	(263,999.84)
จ่ายดอกเบี้ย (พันบาท)	(52,990.99)	(74,630.48)	(83,955.05)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน (พันบาท)	(266,015.97)	(509,387.76)	(628,715.84)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ (พันบาท)	(660,638.08)	82,093.51	(25,559.66)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด (พันบาท)	755,731.41	95,093.33	177,186.85
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด สิ้นงวด (พันบาท)	95,093.33	177,186.85	151,627.19

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	2566	2567	2568
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity ratio)			
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	2.70	2.58	2.66
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.99	1.61	1.76

	2566	2567	2568
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด (เท่า)	1.20	0.94	1.35
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า (เท่า)	231.53	172.80	149.08
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	2.00	2.00	2.00
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป (เท่า)	2.98	2.14	2.23
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย (วัน)	122.31	170.41	163.38
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (เท่า)	2.86	2.57	2.23
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	128.00	142.00	164.00
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ (เท่า)	7.68	8.43	8.65
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	48.00	43.00	42.00
วงจรเงินสด (Cash Cycle) (วัน)	82.00	101.00	124.00
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability ratio)			
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	53.37	53.48	55.75
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (ร้อยละ)	22.27	23.47	25.17
อัตราส่วนรายได้อื่นต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	0.01	0.01	0.01
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร (ร้อยละ)	1.28	0.94	1.24

	2566	2567	2568
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	16.05	16.65	18.20
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	22.57	24.11	26.53
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial policy ratio)			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.83	0.88	0.85
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	10.55	9.68	10.87
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (interest bearing debt to EBITDA ratio) (เท่า)	1.41	1.41	1.28
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน (เท่า)	3.84	3.93	4.23
อัตราการจ่ายเงินปันผล (ร้อยละ)	23.07	48.50	50.07
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency ratio)			
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ร้อยละ)	12.62	12.96	14.22
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร (ร้อยละ)	3.56	4.15	4.42
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ (เท่า)	0.79	0.78	0.78

5. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

5.1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป

นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อนายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่อยู่/สถานที่ตั้ง : 93 ถนนรัชดาภิเษก

แขวง/ตำบล : ดินแดง

เขต/อำเภอ : ดินแดง

จังหวัด : กรุงเทพมหานคร

รหัสไปรณีย์ : 10400

โทรศัพท์ : 02-009-9000

โทรสาร : 02-009-9991

บริษัทผู้สอบบัญชี

ชื่อบริษัทผู้สอบบัญชี : บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด

ที่อยู่/สถานที่ตั้ง : เลขที่ 179/74-80 อาคารบางกอกซิตี้ทาวเวอร์ ชั้น 7, 11, 13-16 ถนนสาทรใต้

แขวง/ตำบล : แขวงทุ่งมหาเมฆ

เขต/อำเภอ : เขตสาทร

จังหวัด : กรุงเทพมหานคร

รหัสไปรณีย์ : 10120

โทรศัพท์ : +66 2844 1000

โทรสาร : +66 2286 5050

รายชื่อผู้สอบบัญชี : นางสาว สุขุมาภรณ์ วงศ์อริยาพร

เลขที่ใบอนุญาต : 4843

ที่ปรึกษากฎหมาย หรือ ผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ

ที่ปรึกษากฎหมาย / ผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการที่ 1

ชื่อที่ปรึกษากฎหมาย / ผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ : บริษัท ลอว์ ทีเอสที จำกัด

ที่อยู่/สถานที่ตั้ง : 11/445-446 ซอยรามคำแหง 44 ถนนรามคำแหง

แขวง/ตำบล : หัวหมาก

เขต/อำเภอ : บางกะปิ

จังหวัด : กรุงเทพ

รหัสไปรณีย์ : 10240

โทรศัพท์ : 02-370-4618

โทรสาร : 02-370-4619

5.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

กฎหมายและข้อกำหนดที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆ โดยกฎหมายและกฎเกณฑ์สำคัญในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ มีดังนี้

1. กฎหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมบางชนิดให้มีคุณภาพและคุณลักษณะที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความปลอดภัย และป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดแก่ประชาชนจากการอุปโภคผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ทั้งนี้ เครื่องหมายมาตรฐานภายใต้พระราชบัญญัติดังกล่าวแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีประกาศกำหนดมาตรฐานไว้ โดยผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีมาตรฐานเป็นไปตามที่ประกาศกำหนดสามารถยื่นคำขออนุญาตแสดงเครื่องหมายได้ตามความสมัครใจ

2. เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมบางชนิดที่ผู้ผลิต และผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มีหน้าที่ต้องผลิตผลิตภัณฑ์และนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะตามมาตรฐานที่ประกาศกำหนด โดยผู้ผลิตและผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะต้องได้รับอนุญาตให้ผลิตหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงสามารถแสดงเครื่องหมายมาตรฐานบังคับกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้าที่ต้องได้รับอนุญาตตามมาตรฐานบังคับ เช่น ของเล่น แบตเตอรี่สำรองไฟฟ้าสำหรับการใช้งานแบบพกพา และภาชนะและเครื่องใช้พลาสติกสำหรับอาหาร เป็นต้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีกระบวนการตรวจสอบการได้รับใบรับรองมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดของผู้ผลิต และ/หรือผู้จำหน่ายสินค้าก่อนการสั่งซื้อ และ/หรือว่าจ้างผลิตเพื่อจำหน่ายในร้านค้าของบริษัทฯ

2. กฎหมายที่เกี่ยวกับอาหาร

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมคุณภาพของอาหารเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยมีการกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของอาหาร ทั้งที่เป็นอาหารควบคุมเฉพาะหรือที่ไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะ อีกทั้งยังมีการกำหนดให้ผู้ที่จะตั้งโรงงานผลิตอาหารเพื่อจำหน่ายและผู้นำเข้าอาหารเพื่อจำหน่ายต้องได้รับใบอนุญาตก่อนการดำเนินการดังกล่าวด้วย ในกรณีที่อาหารที่ผลิตหรือนำเข้าเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน อาหารที่รัฐมนตรีประกาศให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลากหรือเป็นอาหารจำพวกอื่นที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานสถานที่ผลิตหรือสถานที่นำเข้าแล้วต้องดำเนินการขอรับเลขสารบบอาหารให้ถูกต้องครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด นอกจากนี้หากอาหารที่จะผลิตหรือนำเข้าเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้ามีหน้าที่ต้องนำตำรับอาหารมาขอขึ้นทะเบียนก่อนการผลิตหรือนำเข้า (แล้วแต่กรณี)

บริษัทฯ ในฐานะผู้จำหน่ายอาหารต้องใช้ความระมัดระวังไม่นำอาหารไม่บริสุทธิ์ อาหารปลอม อาหารที่ผิดมาตรฐาน หรืออาหารอื่นที่รัฐมนตรีกำหนดมาจำหน่าย ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีกระบวนการตรวจสอบการได้รับใบอนุญาตขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และขอรับเลขสารบบอาหารตามที่กฎหมายกำหนดของผู้ผลิต และ/หรือผู้จำหน่ายสินค้าก่อนการสั่งซื้อ และ/หรือว่าจ้างผลิตเพื่อจำหน่ายในร้านค้าของบริษัทฯ

3. กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมคุณภาพของเครื่องสำอางเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยจะมีการกำหนดให้ผู้ที่ประสงค์จะผลิตเครื่องสำอางเพื่อจำหน่าย ผู้นำเข้าเครื่องสำอางเพื่อจำหน่าย และผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอาง มีหน้าที่ต้องจดแจ้งรายละเอียดของเครื่องสำอาง และจะดำเนินการผลิตหรือนำเข้า (แล้วแต่กรณี) ได้ต่อเมื่อได้รับใบจดแจ้งแล้ว

บริษัทฯ ในฐานะผู้จำหน่ายเครื่องสำอางมีหน้าที่ต้องใช้ความระมัดระวังไม่นำเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางปลอม เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน เครื่องสำอางที่รัฐมนตรีประกาศห้าม และเครื่องสำอางที่ถูกสั่งเพิกถอนใบรับจดแจ้งมาจำหน่าย ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีกระบวนการตรวจสอบการจดแจ้งรายละเอียดของเครื่องสำอางให้ถูกต้องครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนดของผู้ผลิต และ/หรือผู้จำหน่ายสินค้าก่อนการสั่งซื้อ และ/หรือว่าจ้างผลิตเพื่อจำหน่ายในร้านค้าของบริษัทฯ

4. กฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย

พระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 มีวัตถุประสงค์เพื่อเยียวยาผู้ที่ได้รับความเสียหายจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการ ซึ่งหมายความถึง ผู้ผลิตหรือผู้ว่าจ้างให้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้ขายสินค้า โดยผู้ขายสินค้าจะต้องรับผิดเฉพาะกรณีที่ไม่สามารถระบุตัวผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างผลิต หรือผู้นำเข้าได้ โดยผู้ที่ต้องรับผิดในความเสียหายอันเกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยจะต้องรับผิดชอบในความเสียหายไม่ว่าความเสียหายนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ทั้งนี้ สินค้าที่ไม่ปลอดภัย หมายถึงสินค้าที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นได้ ไม่ว่าจะเป็นเพราะความบกพร่องในการผลิตหรือการออกแบบ หรือไม่ได้กำหนดวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือกำหนดไว้แต่ไม่ถูกต้องหรือไม่ชัดเจนตามสมควร โดยตามกฎหมายฉบับนี้ ผู้ที่ได้รับความเสียหายเพียงพิสูจน์ว่าตนได้รับความเสียหายจากสินค้า และการใช้หรือการเก็บรักษาสินค้านั้นเป็นไปตามปกติธรรมดา โดยไม่ต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากการกระทำของผู้ประกอบการ

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไม่ต้องรับผิดในความเสียหายอันเกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยหากพิสูจน์ได้ว่า (1) สินค้านั้นมิได้เป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย (2) ผู้เสียหายได้รู้อยู่แล้วว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือ (3) ความเสียหายเกิดขึ้นจากการใช้หรือการเก็บรักษาสินค้าไม่ถูกต้องตามวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ผู้ประกอบการได้กำหนดไว้อย่างถูกต้องและชัดเจนตามสมควรแล้ว

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (รวมทั้งที่แก้ไขเพิ่มเติม) (“พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ”) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสิทธิของผู้บริโภคและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ เพื่อรักษาความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคซึ่งภายใต้ พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ กำหนดหลักเกณฑ์เพื่อรักษาสิทธิของผู้บริโภค เช่น การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านโฆษณา โดยการโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น ข้อความที่เกินความจริง และข้อความที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลาก โดยกำหนดลักษณะของลักษณะของฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากจะต้องใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้ารวมถึงระบุชื่อของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าสถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า ข้อความที่แสดงประเภทสินค้ารวมถึงราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำและข้อความจำเป็นอื่น ๆ

5. กฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (รวมทั้งที่แก้ไขเพิ่มเติม) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสิทธิของผู้บริโภคและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ เพื่อรักษาความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคซึ่งภายใต้ พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ กำหนดหลักเกณฑ์เพื่อรักษาสิทธิของผู้บริโภค เช่น การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านโฆษณา โดยการโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ข้อความที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ หรือ ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม เป็นต้น

การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลาก โดยกำหนดลักษณะฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากจะต้องใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า รวมถึงระบุชื่อของผู้ผลิตหรือ ผู้นำเข้า สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า และข้อความที่แสดงประเภทสินค้า รวมถึงราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน ปีที่หมดอายุในกรณีที่เป็นสินค้าที่หมดอายุได้ และข้อความจำเป็นอื่น ๆ

6. กฎหมายเกี่ยวกับสาธารณสุข

พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่แก้ไขเพิ่มเติม) มีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลสุขอนามัยของประชาชน โดยมีการกำหนดควบคุมดูแลในเรื่องสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยของประชาชน อาทิเช่น การจัดตั้งตลาด ตลอดจนสถานที่จำหน่ายอาหารและสถานที่สะสมอาหาร การจัดการสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย และการประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เป็นต้น โดยบริษัทฯ มีการเก็บสะสมเพื่อจะหน่ายอาหารที่แปรรูปมาจากพืช ซึ่งเข้าข่ายเป็นการประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จึงต้องได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นก่อนการดำเนินการ

บริษัทฯ จัดให้มีใบอนุญาตที่สำคัญในการประกอบธุรกิจเพื่อเก็บสะสมและขายสินค้าของบริษัทฯ ได้แก่ ใบรับจดแจ้งนำเข้าเครื่องสำอางเพื่อจำหน่าย และใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เป็นต้น

5.2.1 ข้อมูลอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อมูลอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน : ไม่มี

5.2.2 ข้อจำกัดของผู้ถือหุ้นในต่างประเทศ

มีข้อจำกัดของผู้ถือหุ้นในต่างประเทศหรือไม่ : มี

หุ้นของบริษัทฯ สามารถโอนได้โดยไม่มีข้อจำกัด โดยการโอนหุ้นจะต้องไม่ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นโดยบุคคลต่างด้าวมากกว่าร้อยละ 49.00 ของหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ

5.3 ข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อพิพาททางกฎหมาย

มีข้อพิพาททางกฎหมายหรือไม่ : ไม่มี

5.4 ตลาดรอง

ตลาดรอง

มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศอื่นหรือไม่ : ไม่มี

5.5 สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ (กรณีออกตราสารหนี้)

สถาบันทางการเงินที่ติดต่อประจำ

มีการออกตราสารหนี้ : ไม่มี

ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ

6. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

6.1 ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่พนักงาน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ดังนั้น คณะกรรมการบริษัทจึงได้เห็นควรให้มีการจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยครอบคลุมเนื้อหาหลักการสำคัญตั้งแต่โครงสร้าง บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท จนถึงหลักการในการบริหารงานของผู้บริหารอย่างโปร่งใส ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานใด ๆ ของบริษัทฯ เป็นไปด้วยความเป็นธรรม และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

เพื่อให้บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือสำหรับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และเพื่อประโยชน์ในการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน ตรงตามความมุ่งหวังของทั้งภาคธุรกิจ ผู้ลงทุน ตลอดจนตลาดทุนและสังคมโดยรวม คณะกรรมการบริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และแนวปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรม โปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้บริษัทฯ เป็นองค์กรที่เติบโตอย่างยั่งยืน

ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ มีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการดำเนินงาน เพิ่มโอกาสและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งนำไปสู่การเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ชุมชน และสังคม

บุคคลที่มีบทบาทสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจมีกลไกขับเคลื่อนการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยผู้ถือหุ้น คณะกรรมการ ฝ่ายบริหาร และพนักงาน ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบที่แตกต่างกันไป แต่มีสิ่งสำคัญเหมือนกันคือการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีความเป็นธรรม โปร่งใส และรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตน เพื่อทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามที่กำหนด

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมทั้งกำหนดแนวปฏิบัติต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับบริบทในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในการยึดถือและปฏิบัติตาม ตลอดจนมีระบบการติดตามดูแล และเปิดเผยการปฏิบัติให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความโปร่งใสในการดำเนินงานแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ภายใต้หลักการปฏิบัติพื้นฐานที่สำคัญของการกำกับดูแลกิจการ ที่ตระหนักถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนผ่านวิสัยทัศน์ และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ โดยมีนโยบายที่จะให้ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มได้รับความพึงพอใจ และได้รับสิทธินั้นอย่างเต็มที่บนหลักการของความเป็นธรรม เพื่อการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

ผลจากการที่คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญเรื่อง การกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้บริษัทฯ นำแนวทางดังกล่าวไปใช้ในการปฏิบัติงาน จึงเป็นผลงานอันภาคภูมิใจของบริษัทฯ ดังนี้

- การประเมินหุ้นยั่งยืน ปี 2568 หรือ SET ESG Ratings 2025 บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับในระดับ AA จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย ปี 2568 (CGR) บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับในระดับ 5 ดาว อยู่ในเกณฑ์ระดับ “ดีเลิศ” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับการจัดอันดับอยู่ใน Top Quartile ของบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) 10,000-30,000 ล้านบาท จากผลสำรวจและการประเมินดังกล่าวด้วย ซึ่งประเมินโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- การประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 (AGM Checklist) บริษัทฯ ได้รับ 100 คะแนนเต็ม หรือ 5 เหรียญ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ : มี

คณะกรรมการบริษัท ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม จริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงสนับสนุนการดำเนินการเพื่อต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ เพื่อสร้างคุณค่าและผลประกอบการที่ดีในระยะยาวและเสริมสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นลายลักษณ์อักษร สอดคล้องกับแนวปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (Corporate Governance Code for Listed Companies 2017: CG Code) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด และเป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย และมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการกำกับดูแลกิจการให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่อง

หลักปฏิบัติ 1 : ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการในฐานะผู้นำองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน

1. คณะกรรมการบริษัทเข้าใจบทบาทและตระหนักถึงความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่ต้องกำกับดูแลให้องค์กรมีการบริหารจัดการที่ดี โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท ซึ่งกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน ทั้งในการปฏิบัติหน้าที่และกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติที่ประชุมคณะกรรมการและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวัง (Duty of Care) ความซื่อสัตย์สุจริต (Duty of Loyalty) โดยพิจารณาตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรา 89/7 มาตรา 89/8 มาตรา 89/9 มาตรา 89/10 ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) เพื่อรักษาสิทธิและผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกราย ซึ่งครอบคลุมถึง (1) การกำหนดวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (2) การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ และนโยบายการดำเนินงาน (3) การจัดสรรทรัพยากรสำคัญและควบคุมดูแลการบริหารและการจัดการของฝ่ายบริหาร และ (4) การติดตาม ประเมินผล และดูแลการรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทฯ

2. คณะกรรมการบริษัทจะกำหนดให้มีนโยบายต่าง ๆ เช่น นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ตรวจสอบได้ เคารพในสิทธิของผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย และบริหารงานให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสามารถปรับตัวได้ภายใต้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน โดยคณะกรรมการบริษัทจะติดตามให้บริษัทฯ ปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนด ตลอดจนทบทวนนโยบายอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง

3. คณะกรรมการบริษัทจะดำเนินการให้มีระบบและกลไกอย่างเพียงพอที่จะทำให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติที่ประชุมคณะกรรมการ มติที่ประชุมผู้ถือหุ้น

4. คณะกรรมการบริษัทจะจัดให้มีกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ตลอดจนทบทวนกฎบัตรให้มีความสอดคล้องกับสภาวะปัจจุบัน ระเบียบ ข้อบังคับ และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง

หลักปฏิบัติ 2 : กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของกิจการที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืน

1. คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักขององค์กรในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และสอดคล้องกับการสร้างคุณค่าให้แก่กิจการ ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และสังคมโดยรวม รวมทั้งมีการสื่อสารให้บุคลากรในทุกระดับยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเพื่อเป็นวัฒนธรรมขององค์กร โดยพิจารณาถึง (1) สภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ ตลอดจนการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ปรับปรุงงานและสร้างเป็นรากฐานองค์กร (2) ความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย และ (3) ความสามารถในการแข่งขัน ความชำนาญ โอกาส และความเสี่ยงธุรกิจ

2. คณะกรรมการบริษัทจะส่งเสริมการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งกำหนดให้มีการทบทวนวัตถุประสงค์ เป้าหมาย รวมทั้งแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของกิจการ

หลักปฏิบัติ 3 : เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิผล

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดและทบทวนโครงสร้างคณะกรรมการให้เหมาะสมสอดคล้องกับธุรกิจ และขนาดของบริษัทฯ และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณสมบัติหลากหลาย ทั้งในด้านความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ เพศ และอายุ ที่สามารถเอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทฯ

2. คณะกรรมการบริษัทมีจำนวนอย่างน้อยห้า (5) คน แต่ไม่เกินสิบสอง (12) คน โดยประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวนไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด อันจะทำให้เกิดการถ่วงดุลในการพิจารณา และออกเสียงในเรื่องต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ กรรมการอิสระของบริษัทฯ ทุกท่านมีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงหลักเกณฑ์ ข้อกำหนด และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. คณะกรรมการบริษัทจะดูแลให้มีการสรรหาบุคคลซึ่งมีความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ที่เหมาะสม และสามารถปฏิบัติหน้าที่ที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการ และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี) เพื่อพิจารณาแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะเปิดเผยข้อมูลของกรรมการบริษัท และกรรมการชุดย่อย อาทิ อายุ เพศ ประวัติการศึกษา ประสบการณ์ สัดส่วนการถือหุ้น จำนวนปีที่ดำรงตำแหน่ง จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม ค่าตอบแทนของคณะกรรมการบริษัท ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน การดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่น บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ และรายงานผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ และคณะกรรมการชุดย่อย ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report ของบริษัทฯ และ/หรือบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ

4. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำกับดูแลให้การสรรหาและคัดเลือกกรรมการ มีกระบวนการที่โปร่งใสและชัดเจน เพื่อให้ได้คณะกรรมการบริษัทที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับองค์ประกอบที่กำหนดไว้

5. กรรมการบริษัทมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละไม่เกินสาม (3) ปีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด โดยกรรมการอิสระจะมีวาระการดำรงตำแหน่งต่อเนื่องไม่เกินเก้า (9) ปี เว้นแต่มีเหตุผลและความจำเป็นตามที่คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควร

6. กรรมการบริษัทและผู้บริหารของบริษัทฯ สามารถเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท หรือผู้บริหารของบริษัทในเครือ หรือบริษัทอื่นได้ แต่ต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการของบริษัทฯ และต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงหลักเกณฑ์ ข้อกำหนด และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และควรจะเข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการบริษัทไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบห้า (75) ของจำนวนการประชุมคณะกรรมการทั้งหมดที่จะจัดขึ้นในปีนั้น ๆ

6.1 กรรมการบริษัทควรดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทจดทะเบียนอื่นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ไม่เกินห้า (5) บริษัท

6.2 ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทอื่นใด โดยจะต้องแจ้งต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทให้รับทราบ เว้นแต่การไปดำรงตำแหน่งตามที่บริษัทฯ จะพิจารณาส่งไปเป็นกรรมการ หรือผู้บริหารของบริษัทย่อย ตามสัดส่วนการลงทุน เพื่อกำกับดูแลบริษัทย่อยให้ปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทฯ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ

7. คณะกรรมการบริษัทจะเลือกบุคคลที่เหมาะสมเป็นประธานกรรมการ และดูแลให้มั่นใจว่าองค์ประกอบและการดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัทเอื้อต่อการใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจอย่างมีอิสระ ทั้งนี้ ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ จะไม่เป็นบุคคลคนเดียวกัน เพื่อให้เกิดความชัดเจนในด้านความรับผิดชอบระหว่างการกำหนดนโยบายการกำกับดูแล และการบริหารงานประจำ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบในการดำเนินงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารไว้อย่างชัดเจน และกำหนดให้ประธานกรรมการบริษัทต้องเป็นกรรมการอิสระ

8. คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและการดำเนินงานของบริษัทฯ อันได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

9. คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาค่าตอบแทนของกรรมการตามที่คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนเสนอ โดยให้กรรมการบริษัทได้รับค่าตอบแทนเป็นเบี้ยประชุม และค่าตอบแทนรายเดือนซึ่งกำหนดเป็นอัตราคงที่ ทั้งนี้ อัตราเบี้ยประชุมจะเทียบเคียงกับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งนี้ กระบวนการกำหนดค่าตอบแทนต้องมีความโปร่งใส และได้รับความเห็นชอบจากผู้ถือหุ้น โดยระดับและองค์ประกอบของค่าตอบแทนจะต้องเหมาะสมกับความรับผิดชอบและเพียงพอที่จะจูงใจให้คณะกรรมการบริษัทนำพาองค์กรให้ดำเนินงานตามเป้าหมายทั้งระยะสั้น และระยะยาว และรักษากรรมการที่มีคุณภาพ รวมทั้งจะหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าตอบแทนที่เกินสมควร

ในส่วนของผู้บริหารของบริษัทฯ และบริษัทย่อยจะได้รับทั้งค่าตอบแทนคงที่เป็นเงินเดือน โดยพิจารณาเทียบเคียงกับค่าตอบแทนของบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน และค่าตอบแทนผันแปรในรูปโบนัส ซึ่งจะพิจารณาจากตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ผู้บริหารดังกล่าวดูแลบริหารงาน โดยจะพิจารณาอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส และเพื่อจูงใจผู้บริหารให้ปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

10. บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย ให้คณะกรรมการแต่ละชุดมีหน้าที่ประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ประจำปีของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยโดยรวมและรายบุคคล

หลักปฏิบัติ 4 : สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร

1. คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนมีหน้าที่ในการกำหนดคุณสมบัติ และหลักเกณฑ์ในการสรรหาบุคคลที่มีความเหมาะสมเข้าดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลดังกล่าว โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะกำหนดรูปแบบและกระบวนการในการพัฒนาประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และสภาวการณ์และความจำเป็นต่อการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย

2. คณะกรรมการบริษัทจะกำหนดให้มีแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เพื่อเป็นการเตรียมสืบทอดตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารระดับสูง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง และให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารรายงานผลการดำเนินงานตามแผนสืบทอดตำแหน่ง ต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อทราบเป็นระยะด้วย อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง

3. คณะกรรมการบริษัทจะทำความเข้าใจโครงสร้างและความสัมพันธ์ของผู้ถือหุ้น ที่อาจมีผลกระทบต่อการบริหารและการดำเนินงานของบริษัทฯ และดูแลไม่ให้เรื่องดังกล่าวเป็นข้อจำกัดในการหาบุคคลที่เหมาะสม มาดำรงตำแหน่งกรรมการ และผู้บริหาร

4. คณะกรรมการบริษัทจะติดตามดูแลการบริหารและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และแรงจูงใจที่เหมาะสม เช่น การจัดให้บริษัทฯ มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เพื่อให้พนักงานมีการออมอย่างเพียงพอสำหรับรองรับการเกษียณ รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการเงิน เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และทำงานกับบริษัทฯ ได้ในระยะยาว

หลักปฏิบัติ 5 : ส่งเสริมนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

1. คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินการที่ก่อให้เกิดมูลค่าแก่ธุรกิจ ควบคู่ไปกับการสร้างคุณประโยชน์ต่อลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

2. คณะกรรมการบริษัทจะติดตามดูแลให้ฝ่ายบริหารประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสะท้อนอยู่ในแผนดำเนินการ (Operational Plan) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทุกฝ่ายขององค์กรได้ดำเนินการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก และแผนกลยุทธ์ (Strategies) ของบริษัทฯ

3. คณะกรรมการบริษัทจะติดตามดูแลให้ฝ่ายบริหารจัดสรรและจัดการทรัพยากรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยคำนึงถึงผลกระทบและการพัฒนาทรัพยากรตลอดสาย Value Chain เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักได้อย่างยั่งยืน

4. คณะกรรมการบริษัทจะจัดให้มีกรอบการกำกับดูแล และการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กรที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัทฯ รวมทั้งดูแลให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและพัฒนาการดำเนินงาน การบริหารความเสี่ยง เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้คำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยจัดให้มีหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานในฐานะตัวแทนของบริษัทฯ

หลักปฏิบัติ 6 : ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม

1. คณะกรรมการบริษัทจะกำกับดูแลให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีระบบการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายในที่เหมาะสม และมีการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง โดยแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อช่วยสนับสนุนคณะกรรมการบริษัท ในการกำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ครอบคลุมทั้งองค์กร และดูแลให้มีระบบหรือกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงโดยรวมที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่จะจัดการให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

2. คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบที่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างอิสระ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงมีคุณสมบัติตามที่กฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกำหนดเพื่อทำหน้าที่ต่าง ๆ รวมทั้งหน้าที่ในการสอบทาน และ/หรือ พิจารณารายงานทางการเงิน ความเหมาะสมเพียงพอของระบบควบคุมภายใน การปฏิบัติตามกฎหมาย ความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน การพิจารณาเสนอผู้สอบบัญชี และการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทฯ

3. คณะกรรมการบริษัทจะติดตามดูแลและจัดการความขัดแย้งของผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นรวมไปถึงการป้องกันการใช้ประโยชน์อันมิควรในทรัพย์สิน ข้อมูล และโอกาสของบริษัทฯ และการทำธุรกรรมกับผู้ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับบริษัทฯ ในลักษณะที่ไม่สมควร โดยกำหนดให้มีนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นโยบายการทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน และนโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน เพื่อกำกับดูแลในเรื่องดังกล่าว

4. คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการจัดทำนโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันที่ชัดเจน และสื่อสารไปยังพนักงานทุกระดับขององค์กร และต่อบุคคลภายนอกเพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติได้จริง รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมและปลูกฝังให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งได้จัดให้มีการรับเรื่องร้องเรียนและการดำเนินการกรณีที่มีการชี้เบาะแส และกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ไว้ในนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยจัดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย สามารถแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนมายังบริษัทฯ ได้อย่างสะดวกและเหมาะสม และบริษัทฯ มีการกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียน พยาน และบุคคลที่ให้ข้อมูลในการสืบสวนหาข้อเท็จจริงไม่ให้ได้รับความเดือดร้อน อันตรายใด ๆ หรือความไม่ชอบธรรม อันเกิดมาจากการแจ้งเบาะแส การร้องเรียน การเป็นพยาน หรือการให้ข้อมูลแก่บริษัทฯ

5. กรรมการบริษัทและผู้บริหารของบริษัทฯ มีหน้าที่รายงานให้บริษัทฯ ทราบถึงการมีส่วนได้เสียของตน หรือของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งมีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจการของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดหน้าที่รายงานการมีส่วนได้เสียของกรรมการ ไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท โดยกำหนดให้กรรมการแจ้งให้บริษัทฯ ทราบโดยไม่ชักช้าในกรณีที่กรรมการบริษัทรายใด มีส่วนได้เสียในธุรกรรมใด ๆ ที่ทำกับบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย หรือมีการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย และกรรมการบริษัทที่มีส่วนได้เสีย ต้องไม่มีส่วนร่วมในการออกเสียงในวาระดังกล่าว

หลักปฏิบัติ 7 : รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล

1. คณะกรรมการบริษัทมีความรับผิดชอบในการกำกับดูแลให้บริษัทฯ มีระบบงานบัญชี การจัดทำรายงานทางการเงิน และการสอบทานงบการเงินที่เป็นไปตามกฎเกณฑ์และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ ทั้งข้อมูลของบริษัทฯ ข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลทั่วไปที่สำคัญอย่างถูกต้อง เพียงพอ ทันเวลา และเป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ กฎเกณฑ์ มาตรฐาน แนวปฏิบัติ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง

2. คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบให้มีการจัดทำ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report และรายงานทางการเงินของบริษัทฯ โดยจัดทำตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป และใช้ดุลยพินิจอย่างระมัดระวังในการจัดทำ รวมทั้งกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน โดยคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ดูแลเกี่ยวกับคุณภาพ ของรายงานทางการเงิน และเป็นผู้ให้ความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท

3. คณะกรรมการบริษัทจะติดตามดูแลความเพียงพอของสภาพคล่องทางการเงิน และความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย เพื่อไม่ให้กระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินกิจการของบริษัทฯ โดยกำหนดให้ฝ่ายบริหารมีการติดตามและประเมินฐานะทางการ

เงินและสภาพคล่องของกิจการเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ และรายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบเป็นประจำทุกไตรมาส พร้อมแผนหรือกลไกในการแก้ไขหากเกิดปัญหา

4. คณะกรรมการบริษัทจะกำกับดูแลให้ฝ่ายบริหาร จัดให้มีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบงานนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อทำหน้าที่ในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่น เช่น นักลงทุน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ให้เป็นไปอย่างเหมาะสมเท่าเทียมกัน และทันเวลา

5. คณะกรรมการบริษัทจะส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งเพิ่มเติมจากช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยคณะกรรมการบริษัทจะจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษผ่านช่องทางอื่นด้วย เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

หลักปฏิบัติ 8 : สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

1. คณะกรรมการบริษัทจะดูแลให้มั่นใจว่าผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการพิจารณา และตัดสินใจในเรื่องสำคัญของบริษัทฯ เป็นไปตามสิทธิของผู้ถือหุ้น

2. คณะกรรมการบริษัทจะดูแลส่งเสริม และอำนวยความสะดวกในการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย โปร่งใส มีประสิทธิภาพ รวมถึงการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ดังนี้

2.1 มีการให้ข้อมูลวัน เวลา สถานที่ และวาระการประชุม โดยมีคำชี้แจง เหตุผลประกอบ และความเห็นของคณะกรรมการบริษัทในแต่ละวาระ หรือประกอบการขอมติตามที่ระบุไว้ในหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น หรือในเอกสารแนบวาระการประชุมอย่างครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจของผู้ถือหุ้น

2.2 อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มได้ใช้สิทธิในการเข้าร่วมประชุมและออกเสียงอย่างเต็มที่และละเว้นการกระทำใด ๆ ที่เป็นการจำกัดโอกาสในการเข้าประชุมของผู้ถือหุ้น

2.3 ก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทฯ จะเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถส่งความเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อซักถาม หรือเสนอเพิ่มวาระการประชุมได้ล่วงหน้า โดยกำหนดหลักเกณฑ์การส่งคำถาม และการขอเสนอวาระการประชุมล่วงหน้าให้ชัดเจน และแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบ พร้อมกับการนำส่งหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น และบริษัทฯ จะเผยแพร่หลักเกณฑ์ดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ อย่างไรก็ดี ผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหารไม่ควรเพิ่มวาระการประชุม ที่ไม่ได้แจ้งเป็นการล่วงหน้าโดยไม่จำเป็น โดยเฉพาะวาระสำคัญที่ผู้ถือหุ้นต้องใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ

2.4 กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการให้ผู้ถือหุ้นรายย่อย สามารถเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลประกอบการพิจารณาด้านคุณสมบัติ และการให้ความยินยอมของผู้ได้รับการเสนอชื่อผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ

2.5 สนับสนุนให้ผู้ถือหุ้นใช้หนังสือมอบฉันทะ ในรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดทิศทางการลงคะแนนเสียงได้ และเสนอชื่อกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 คน เป็นทางเลือกในการมอบฉันทะของผู้ถือหุ้น

2.6 ก่อนเริ่มการประชุมผู้ถือหุ้น ประธานในที่ประชุมจะชี้แจงให้ผู้ถือหุ้นทราบถึงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชุม วิธีการใช้สิทธิออกเสียง สิทธิออกเสียงลงคะแนนตามแต่ละประเภทของหุ้น และวิธีนับคะแนนเสียงของผู้ถือหุ้นที่ต้องลงมติในแต่ละวาระ

2.7 ในการประชุมผู้ถือหุ้น ประธานในที่ประชุมจะจัดสรรเวลาให้เหมาะสม และบริษัทฯ จะให้โอกาสแก่ผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ในการแสดงความเห็น ข้อเสนอแนะ หรือตั้งคำถามในวาระต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างอิสระก่อนการลงมติในวาระใด ๆ

2.8 บริษัทฯ จะส่งเสริมให้กรรมการบริษัท และผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ ทุกคน เข้าร่วมในการประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น

2.9 จัดให้มีการลงมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นสำหรับแต่ละรายการ ในกรณีที่วาระนั้นมีหลายรายการ เช่น วาระการแต่งตั้งกรรมการบริษัท

2.10 บริษัทฯ จะสนับสนุนให้มีการใช้บัตรลงคะแนนเสียง เพื่อความโปร่งใส และตรวจสอบการนับผลการลงคะแนนได้

2.11 บริษัทฯ จะจัดให้มีบุคคลที่เป็นอิสระ ทำหน้าที่ช่วยในการตรวจนับ หรือตรวจสอบคะแนนเสียงในแต่ละวาระ และเปิดเผยให้ที่ประชุมทราบพร้อมบันทึกลงในรายงานการประชุม

2.12 ภายหลังการประชุมผู้ถือหุ้นแล้วเสร็จ บริษัทฯ จะจัดทำรายงานการประชุมที่บันทึกข้อมูลอย่างถูกต้อง และครบถ้วนในสาระสำคัญ รวมทั้งจะมีการบันทึกประเด็นข้อซักถาม ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่สำคัญไว้ในรายงานการประชุม เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะนำผลการลงคะแนนในแต่ละวาระ รวมทั้งรายงานการประชุมเผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้พิจารณา

2.13 บริษัทฯ จะจัดส่งสำเนารายงานการประชุมผู้ถือหุ้นให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายใน 14 วันนับจากวันประชุมผู้ถือหุ้น

2.14 ส่งเสริมให้บริษัทฯ นำเทคโนโลยี มาใช้กับการประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งในการลงทะเบียนผู้ถือหุ้น การนับคะแนน และแสดงผลเพื่อให้การดำเนินการประชุมสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ

ในปี 2568 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2568 มีการทบทวนนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี ของบริษัทฯ ให้เหมาะสมกับสภาวการณ์ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ไม่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงนโยบายดังกล่าว อีกทั้งได้มีสื่อสารให้บุคลากรของบริษัทฯ ทุกระดับทราบ และยึดถือปฏิบัติผ่านการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ และมีการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านระบบอินทราเน็ต และบอร์ดประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งมีการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี และแนวปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการฉบับเต็ม : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

6.1.1 นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับคณะกรรมการ

นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับคณะกรรมการ : มี

แนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับคณะกรรมการ : การสรรหากรรมการ, การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ, ความเป็นอิสระของคณะกรรมการจากฝ่ายจัดการ, การพัฒนากรรมการ, การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ, การกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม, แนวปฏิบัติอื่น ๆ เกี่ยวกับคณะกรรมการ

การสรรหากรรมการ

บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกและการสรรหากรรมการ โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน จะพิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและตาม Skill Matrix ที่บริษัทฯ ได้กำหนดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงพิจารณาความหลากหลายของคุณสมบัติ เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา สัญชาติ (Board Diversity) เป็นต้น เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ก่อให้เกิดความเป็นธรรม โปร่งใส สามารถสร้างผลตอบแทน และเพิ่มมูลค่าระยะยาวให้ผู้ถือหุ้น และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการสรรหากรรมการ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายค่าตอบแทนกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับข้อบังคับของบริษัทฯ และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านการกำหนดค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ (ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร) ให้เป็นไปอย่างโปร่งใส มีความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ในการพิจารณาและทบทวนรูปแบบและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมถึงปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้วแต่กรณี

ข้อบังคับของบริษัทฯ ข้อ 26. กำหนดว่า “กรรมการบริษัทมีสิทธิได้รับค่าตอบแทนกรรมการจากบริษัท ในรูปของเงินรางวัล เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส หรือผลประโยชน์ตอบแทนในลักษณะอื่น ตามที่ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นจะพิจารณาและลงมติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสาม (2/3) ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุม โดยอาจกำหนดค่าตอบแทนกรรมการเป็นจำนวนแน่นอนหรือวางเป็นหลักเกณฑ์เฉพาะ และจะกำหนดไว้เป็นคราว ๆ หรือให้มีผลตลอดไปจนกว่าที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะมีมติเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่นก็ได้ นอกจากนี้กรรมการบริษัทมีสิทธิได้รับเบี้ยเลี้ยงและสวัสดิการต่าง ๆ ตามระเบียบของบริษัท"

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าตอบแทนกรรมการ

ในการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ ให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน เป็นผู้พิจารณาและกำหนดค่าตอบแทนกรรมการโดยการพิจารณาเป็นไปอย่างรอบคอบ ชัดเจน โปร่งใส และเหมาะสม ทั้งนี้ การพิจารณาประเภทค่าตอบแทน วิธีการจ่ายค่าตอบแทน และจำนวนค่าตอบแทนกรรมการ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน จะนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาและนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ

- ค่าตอบแทนกรรมการ จะพิจารณาจากหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ และการทำงานของคณะกรรมการจะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และขนาดธุรกิจ โดยพิจารณาเปรียบเทียบอ้างอิงค่าตอบแทนกรรมการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในประเภทและขนาดธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งพิจารณาการขยายตัวทางธุรกิจ และการเติบโตของบริษัทฯ ซึ่งค่าตอบแทนที่กำหนดนั้นต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมและเพียงพอที่จะจูงใจและรักษากรรมการที่มีคุณภาพไว้
- ประเภทค่าตอบแทน อยู่ในรูปของเงินรางวัล เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส หรือ ผลประโยชน์ตอบแทนในลักษณะอื่น

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

ความเป็นอิสระของคณะกรรมการจากฝ่ายจัดการ

คณะกรรมการบริษัททุกคนมีความเป็นอิสระในการแสดงความเห็นต่อการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร โดยมีการแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและประธานเจ้าหน้าหน้าที่บริหารอย่างชัดเจน และมีการมอบอำนาจจัดการกิจการให้แก่ฝ่ายบริหารเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทสามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นอิสระอย่างแท้จริงจากฝ่ายบริหาร

คณะกรรมการบริษัทในฐานะตัวแทนผู้ถือหุ้น เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารจัดการงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัทฯ โดยมีการกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ เพื่อการสร้างมูลค่าให้แก่กิจการ รวมทั้งสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนภายใต้ความเชี่ยวชาญ และจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

คณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในการสร้างเสริมความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยกรรมการแต่ละท่านจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริต และระมัดระวังรักษาประโยชน์ของบริษัทฯ รวมทั้งต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัทฯ และมติคณะกรรมการ ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัท จึงจัดทำกฎบัตรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กรรมการของบริษัทฯ เข้าใจบทบาท อำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบของตนที่มีต่อผู้ถือหุ้นของ บริษัทฯ และแสดงได้ว่าจะปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และมีความโปร่งใส ซึ่งโดยทั่วไปคณะกรรมการบริษัทจะมอบหมายให้ฝ่ายบริหารเป็นผู้ปฏิบัติ

คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของบริษัทฯ อีกทั้งเป็นบุคคลที่มีหลากหลายทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่สามารถเอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทฯ โดยเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบาย และภาพรวมขององค์กร ตลอดจนมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแล ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้

คณะกรรมการบริษัท มีจำนวนอย่างน้อยห้า (5) ท่าน แต่ไม่เกินสิบสอง (12) โดยประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวนไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด อันจะทำให้เกิดการถ่วงดุลในการพิจารณา และออกเสียงในเรื่องต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ กรรมการอิสระของบริษัทฯ ทุกท่านมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงเกณฑ์ข้อกำหนด และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กรรมการอิสระ คือ กรรมการที่มิได้มีส่วนร่วมในการบริหารและไม่มีส่วนได้เสียในทางการเงิน กล่าวคือ มีความเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นใหญ่ หรือกลุ่มของผู้ถือหุ้นใหญ่ และผู้บริหารของบริษัทฯ

สำหรับนิยาม กรรมการอิสระของบริษัทฯ เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ. 39/2559 เรื่อง การขออนุญาต และการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ รวมทั้งการแก้ไขประกาศในเรื่องดังกล่าว (ถ้ามี) โดยสามารถดูรายละเอียดได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับความเป็นอิสระของคณะกรรมการจากฝ่ายจัดการ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การพัฒนากรรมการ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ซึ่งช่วยกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กรเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตและความสำเร็จขององค์กรท่ามกลางปัจจัยความเสี่ยงและความท้าทายต่าง ๆ และเป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จึงให้มีการจัดทำแผนพัฒนากรรมการเพื่อให้คณะกรรมการเข้าร่วมพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังจัดให้มีการปฐมนิเทศกรรมการใหม่ โดยมุ่งเน้นให้การปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการบรรลุตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่กรรมการบริษัท และกรรมการชุดย่อย เพื่อให้มีความรู้เท่าทันสถานการณ์ปัจจุบันและมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรมและให้ความรู้ที่อาจกระทำเป็นการภายในหรือใช้บริการของสถาบันภายนอก

สำหรับหลักสูตรการอบรม บริษัทฯ จะพิจารณาตามความเหมาะสมให้เกี่ยวข้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการแต่ละตำแหน่ง เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และเป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานกำกับดูแลเชหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

1. กรรมการที่เข้ารับตำแหน่งใหม่

1.1 การจัดปฐมนิเทศกรรมการที่เข้ารับตำแหน่งใหม่ กรรมการใหม่ได้รับการปฐมนิเทศเพื่อรับทราบข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หน้าที่ ความรับผิดชอบของกรรมการ การสร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เงื่อนไขต่าง ๆ ของการเป็นกรรมการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงข้อมูลอื่นที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวทางการปฐมนิเทศกรรมการเข้าใหม่ (Board Orientation Guideline) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.2 การส่งเสริมให้กรรมการผ่านหลักสูตรพื้นฐานของกรรมการ โดยเฉพาะหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) ที่จัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย เป็นอย่างน้อย

2. การพัฒนาความรู้ของกรรมการอย่างต่อเนื่อง

2.1 การส่งเสริมการสร้างความรู้ความเข้าใจในธุรกิจให้กับกรรมการทุกท่าน ผ่านการร่วมประชุมหรือรับทราบข้อมูลโดยตรงกับผู้บริหารของบริษัทฯ

2.2 การส่งเสริมให้กรรมการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จะมีการส่งเสริมในการเข้ารับการอบรมในด้านต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น การรับฟังเสวนาในเรื่องที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับสถานการณ์ และเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน บริษัทฯ จะเสนอหลักสูตรที่เป็นประโยชน์ ในส่วนที่ยังขาดอยู่ หรือต้องการหาความรู้เพิ่มเติม ผ่านการอบรมกับหน่วยงานภายนอก ได้แก่ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการกำกับตลาดทุน หรือสถาบันอื่นใด ดังนี้

หลักสูตรที่จะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ ดังนี้

- บทบาท หน้าที่ แนวทางปฏิบัติงานของคณะกรรมการแต่ละคณะ
- การจัดการและการบริหารธุรกิจ
- การกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน หรือ ESG
- การควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง
- กฎหมาย กฎระเบียบ หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงภาษีอากร
- การบริหารทรัพยากรบุคคล
- การเงิน การลงทุน และนวัตกรรมทางการลงทุน
- เทคโนโลยีสารสนเทศ และธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- ฯลฯ

2.2.1 กรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ท่าน และ กรรมการที่เป็นผู้บริหารอย่างน้อย 1 ท่าน ควรต้องเข้าร่วมอบรมหรือสัมมนา อย่างน้อยท่านละ 1 หลักสูตรต่อปี เพื่อพัฒนาศักยภาพในการทำหน้าที่กรรมการ โดยมีงบประมาณตามวงเงินที่กำหนด และส่งเสริมให้กรรมการทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นการเพิ่มพูนความรู้ เช่น การเข้าอบรม การสัมมนา ภายนอกและภายในบริษัทฯ เช่น ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เป็นต้น

2.2.2 กรรมการที่เข้ารับการอบรมหรือสัมมนา ต้องรายงานการเข้าอบรมหรือสัมมนาให้แก่คณะกรรมการทราบและเปิดเผยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อให้คณะกรรมการร่วมกันพิจารณาผลงานและปัญหา เพื่อการปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการให้มีประสิทธิภาพและประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน จะเป็นการประเมินทั้งแบบรายคณะและรายบุคคล โดยเป็นการประเมินด้วยตนเอง (Self-Evaluation) รวมทั้งมีการเปิดเผยหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และผลการประเมินในภาพรวมไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report โดยบริษัทฯ มีการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการดังนี้

1. การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัท

1.1 การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัทรายคณะ

1.2 การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัทรายบุคคล

2. การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อย

การกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

แม้ว่าในปัจจุบันบริษัทฯ ยังไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม อย่างไรก็ดี หากในอนาคตที่บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลการดำเนินงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดมาตรการและกลไกทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้บริษัทฯ สามารถกำกับดูแลการบริหารจัดการกิจการของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายหลักทรัพย์ รวมถึงกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดจนประกาศ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว อันจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

แนวปฏิบัติอื่น ๆ เกี่ยวกับคณะกรรมการ

วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการและกรรมการอิสระ

กรรมการบริษัท มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละไม่เกินสาม (3) ปี โดยกรรมการจะพ้นจากตำแหน่งหนึ่งในสาม (1/3) ของจำนวนกรรมการทั้งหมดในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี หรือกรรมการอาจพ้นจากตำแหน่งด้วยเหตุอื่น และกรรมการอิสระมีวาระการดำรงตำแหน่งต่อเนื่องไม่เกินเก้า (9) ปี นับจากวันที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระครั้งแรก ในกรณีที่จะแต่งตั้งกรรมการอิสระนั้นดำรงตำแหน่งต่อไป คณะกรรมการบริษัทควรพิจารณาอย่างสมเหตุสมผลถึงความจำเป็นดังกล่าว

ทั้งนี้ ในปี 2568 ไม่มีกรรมการอิสระท่านใดดำรงตำแหน่งกรรมการต่อเนื่องเกินกว่าเก้า (9) ปี

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติอื่น ๆ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การดำรงตำแหน่งในบริษัทอื่นของกรรมการและผู้บริหาร

ตามกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี กำหนดให้กรรมการของบริษัทฯ สามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในกิจการอื่นได้ แต่ต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการของบริษัทฯ โดยกรรมการควรดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทจดทะเบียนอื่นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ไม่เกินห้า (5) บริษัท อีกทั้งสามารถเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัทในเครือหรือบริษัทอื่นได้ แต่ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงเกณฑ์ ข้อกำหนด และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจะต้องแจ้งต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทรับทราบ

ทั้งนี้ ในปี 2568 ไม่มีกรรมการบริษัทท่านใดดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทจดทะเบียนอื่นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เกินห้า (5) บริษัทจดทะเบียน

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติอื่น ๆ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

6.1.2 นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสิทธิของผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ให้เช่าพื้นที่ ชุมชนและสังคม และภาครัฐ โดยบริษัทฯ ตระหนักดีว่าการสนับสนุนและข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินการและการพัฒนาธุรกิจของบริษัทฯ ดังนั้นบริษัทฯ จะปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งจะดำเนินการให้มีการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มโดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวตามกฎหมายหรือตามข้อตกลงที่มีกับบริษัทฯ และไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้น

นอกจากนี้ การร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลายเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจค้าปลีก ในฐานะที่เป็นหนึ่งในผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการพัฒนาความสัมพันธ์และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมกับรับฟังข้อคิดเห็นจากทุกฝ่ายเพื่อปรับปรุงองค์กรต่อไปในอนาคต โดยบริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียให้มีความครอบคลุมมากที่สุด โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ มีรูปแบบการสื่อสารและกระบวนการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ

นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการ ที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสีย : มี

แนวปฏิบัติและมาตรการดำเนินการ ที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย : ผู้ถือหุ้น, พนักงาน, ลูกค้า, คู่แข่งทางการค้า, คู่ค้า, เจ้าหนี้, หน่วยงานราชการหรือภาครัฐ, ชุมชนและสังคม, แนวปฏิบัติอื่น ๆ เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัท ได้มีการกำหนดนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการให้สิทธิของผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น โดยส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตนและไม่ลิดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้น ไม่ว่าจะเป็นสิทธิขั้นพื้นฐาน การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม เพียงพอ และทันเวลา ตลอดจนการได้เข้าร่วมประชุมออกเสียงและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ บริษัทฯ ให้สิทธิของผู้ถือหุ้น โดยผ่านคณะกรรมการบริษัทที่เลือกตั้งเข้ามา นอกจากสิทธิในการเข้าร่วมประชุม และลงคะแนนเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับหนึ่ง (1) หุ้นต่อหนึ่ง (1) เสียง ซึ่งเท่ากับจำนวนหุ้นที่ตนถือ และมีสิทธิในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้สิทธิขั้นพื้นฐานอื่น ๆ เช่น สิทธิการได้รับส่วนแบ่งผลกำไร เงินปันผล การเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอเรื่องเพื่อบรรจุเป็นวาระการประชุม และสามารถส่งคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการรวมถึงการดำเนินงานของบริษัทฯ ล่วงหน้าก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น สิทธิการแสดงความคิดเห็นและซักถามในการประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อร่วมตัดสินใจ และอนุมัติในเรื่องสำคัญของบริษัทฯ ได้แก่ วาระอนุมัติจ่ายเงินปันผล พร้อมทั้งแจ้งนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ อัตราเงินปันผลที่เสนอจ่าย พร้อมทั้งเหตุผลและข้อมูลประกอบวาระการเลือกตั้งกรรมการ บริษัทฯ จะเสนอชื่อกรรมการให้ผู้ถือหุ้นลงคะแนนทีละคน โดยในหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้นจะระบุชื่อ นามสกุล พร้อมแนบประวัติย่อของกรรมการแต่ละคนที่เสนอแต่งตั้ง เช่น อายุ ประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน จำนวนบริษัทที่ดำรงตำแหน่งกรรมการที่แยกเป็นบริษัทจดทะเบียน หรือบริษัททั่วไป อีกทั้งผู้ถือหุ้นอาจลงมติให้กรรมการคนใดคนหนึ่งออกจากตำแหน่งก่อนถึงคราวออกตามวาระได้ด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสามในสี่ (3/4) ของจำนวนผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและมีสิทธิออกเสียง และมีหุ้นนับรวมกันได้ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง (1/2) ของจำนวนหุ้นที่ถือโดยผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง ตามข้อบังคับของบริษัทฯ

ในส่วนของหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหากรรมการ ประเภทกรรมการที่เสนอ เช่น กรรมการ หรือกรรมการอิสระ หากกรณีเสนอชื่อกรรมการเดิมกลับเข้ารับดำรงตำแหน่ง บริษัทฯ จะให้ข้อมูลการเข้าร่วมประชุมในปีที่ผ่านมา และวันเดือนปีที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการ วาระกำหนดค่าตอบแทน จะเสนอนโยบายค่าตอบแทนกรรมการ หลักเกณฑ์การให้ค่าตอบแทนกรรมการ และวาระแต่งตั้งผู้สอบบัญชี จะเสนอแต่งตั้งสำนักงานสอบบัญชีที่เป็นอิสระ เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ รวมทั้งเปิดเผยค่าบริการสอบบัญชี และค่าบริการอื่น ๆ เป็นต้น

คณะกรรมการบริษัท ได้มีกำหนดนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามหลักการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด โดยบริษัทฯ ให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิขั้นพื้นฐาน โดยจะไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิดหรือจำกัดสิทธิของผู้ถือหุ้น และบริษัทฯ ได้ยึดถือแนวปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จะไม่เพิ่มระเบียบวาระในการประชุมโดยไม่ได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า และให้ผู้ถือหุ้นได้มีโอกาสศึกษาข้อมูลประกอบวาระก่อนตัดสินใจ

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามพันธกิจในการส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น ดังนี้

1. เปิดเผยโครงสร้างผู้ถือหุ้นอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมั่นใจว่าบริษัทฯ มีโครงสร้างการดำเนินงานที่มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยไม่มีการถือหุ้นที่ซับซ้อน ไม่มีผู้ถือหุ้นร่วม และไม่มีผู้ถือหุ้นไขว้ รวมถึงไม่มีการถือหุ้นแบบพีระมิดในกลุ่มของบริษัทฯ

2. เผยแพร่สารสนเทศ รายละเอียดการใช้สิทธิในเรื่องต่าง ๆ ผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงความเท่าเทียมกันในการรับรู้ข่าวสาร ระยะเวลาการใช้สิทธิ และความสะดวกในการใช้สิทธิ โดยจะไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการจำกัดสิทธิในการเข้าถึงสารสนเทศของบริษัทฯ หรือปิดกั้นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ถือหุ้นด้วยกัน

3. ส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้นในการจัดประชุม โดยกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการประชุมผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้นเป็นการประชุมสามัญประจำปี ปีละหนึ่ง (1) ครั้ง ภายในสี่ (4) เดือน นับจากวันสิ้นสุดรอบปีบัญชีของบริษัทฯ และอาจเรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นเป็นกรณีไป หากมีความจำเป็นเร่งด่วนต้องเสนอวาระเป็นกรณีพิเศษ โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568 โดยเป็นการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-AGM) ผ่านโปรแกรม ZOOM ของบริษัท โอ

เจ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยมีสถานที่ควบคุมการประชุม ณ ห้อง Ballroom 2 โรงแรมเดอะ สลิล ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ เลขที่ 2052,7-9 ซอยเจริญกรุง 72/4-1 แขวงวัดพระยาไกร เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะให้กรรมการอิสระแทนการเข้าประชุมด้วยตนเอง และจัดเตรียมคู่มือการใช้งานระบบการประชุมอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถลงคะแนนและรับรู้ข้อมูลการประชุม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ก่อนการประชุม

- ให้สิทธิผู้ถือหุ้นในการเสนอวาระการประชุม และเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการล่วงหน้า ตั้งแต่วันที่ 13 พฤศจิกายน ถึง 30 ธันวาคม 2567 รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามล่วงหน้าเกี่ยวกับวาระการประชุมถึงเลขานุการบริษัทได้ล่วงหน้าก่อนวันประชุม โดยเผยแพร่หลักเกณฑ์ทั้งหมดไว้ที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ รวมถึงเผยแพร่การให้สิทธิผ่านเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยด้วย ทั้งนี้ การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอวาระการประชุมหรือเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการ
- บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นปีละครั้งภายในระยะเวลาไม่เกินสี่ (4) เดือนนับแต่วันสิ้นรอบปีบัญชี โดยเปิดเผยกำหนดวันจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าสี่สิบห้า (45) วัน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถวางแผนตารางเวลาในการเข้าร่วมประชุมได้ โดยเผยแพร่ล่วงหน้าผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568 ซึ่งเป็นวันเดียวกันกับที่คณะกรรมการบริษัท มีมติให้กำหนดวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี รวมทั้งได้แจ้งกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิเข้าร่วมประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี และวันปิดสมุดทะเบียนเพื่อสิทธิในการรับเงินปันผล (ถ้ามี) โดยใช้เกณฑ์วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้น (Record Date) เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมีเวลาพิจารณาเอกสารเชิญประชุมและข้อมูลต่าง ๆ ก่อนการประชุมมากขึ้น
- บริษัทฯ ได้ลงหนังสือเชิญประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้น ไม่น้อยกว่า 28 วันล่วงหน้าก่อนวันประชุม โดยหนังสือเชิญประชุม พร้อมระบุวัน เวลา รูปแบบการจัดประชุม คำแนะนำในการเข้าร่วมประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ข้อบังคับของบริษัทฯ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประชุมและวาระการประชุม โดยมีข้อมูลรายละเอียดประกอบวาระการประชุมอย่างเพียงพอ และครบถ้วน พร้อมทั้งความเห็นของคณะกรรมการบริษัทแยกเรื่องแต่ละวาระอย่างชัดเจน หนังสือมอบฉันทะ แบบ ก. แบบ ข. และแบบ ค. ตามแบบที่กระทรวงพาณิชย์กำหนด คำชี้แจงวิธีการมอบฉันทะ รายชื่อ และรายละเอียดของกรรมการอิสระ ที่เสนอให้เป็นผู้รับมอบฉันทะ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถเลือกที่จะมอบฉันทะให้ประชุมแทนได้ พร้อมทั้งเงื่อนไข หลักเกณฑ์ และวิธีปฏิบัติในการเข้าร่วมประชุม การมอบฉันทะ และการออกเสียงลงคะแนน ส่งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าก่อนวันประชุม และได้เผยแพร่หนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น กำหนดการประชุม และข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับระเบียบวาระการประชุม และหนังสือมอบฉันทะทุกแบบ ทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ตั้งแต่วันที่ 24 มีนาคม 2568 (วันประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 วันที่ 24 เมษายน 2568) และแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบเมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวผ่านระบบการเผยแพร่ข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อมูลเดียวกับที่จัดส่งให้กับผู้ถือหุ้น และใช้ในการประชุม เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมีเวลาพิจารณารายละเอียดแต่ละวาระ และจัดส่งหนังสือเชิญประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้นตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน 2568 ล่วงหน้าก่อนวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 (วันที่ 24 เมษายน 2568) และเปิดให้ผู้ถือหุ้นลงทะเบียน (Pre-Register) ได้ตั้งแต่วันที่ 8 เมษายน 2568 โดยรองรับการตรวจสอบยืนยันเอกสารประกอบการลงทะเบียน และเมื่อได้รับการยืนยันตัวตนถูกต้องแล้ว ได้จัดส่งอีเมลแจ้งรายชื่อผู้ใช้งาน (Username) และรหัสผ่าน (Password) เพื่อใช้ล็อกอินเข้าสู่ระบบการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเปิดระบบให้เข้าร่วมประชุม 2 ชั่วโมงก่อนเริ่มการประชุม และได้แนบคู่มือการใช้งานระบบประชุมในเอกสารแนบของหนังสือเชิญประชุม
- บริษัทฯ อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้น ทั้งผู้ถือหุ้นรายย่อย นิติบุคคล ตลอดจนนักลงทุนสถาบัน ที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ โดยได้จัดทำแบบหนังสือมอบฉันทะ แบบ ก. แบบ ข. และแบบ ค. พร้อมกับหนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ หรือสามารถขอให้บริษัทฯ ดำเนินการจัดส่งแบบมอบฉันทะให้ โดยหนังสือมอบฉันทะ ระบุชื่อ และประวัติของกรรมการอิสระที่ผู้ถือหุ้นสามารถเลือกเป็นผู้รับมอบฉันทะ ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 บริษัทฯ ได้ระบุให้ รศ. ดร.สมชาย สุภัทรกุล และ รศ. ดร.วรรณี เตโชโยธิน กรรมการอิสระ เป็นผู้รับมอบฉันทะ

วันประชุม

- ในวันประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทฯ ได้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ถือหุ้น และนักลงทุนสถาบันอย่างเท่าเทียมกันทุกราย ไม่มีลักษณะกีดกันหรือสร้างภาระให้ผู้ถือหุ้น สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชกำหนดว่าด้วยการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 เพื่อให้ผู้ถือหุ้นทุกท่านสามารถเข้าร่วมประชุมได้อย่างสะดวกและปลอดภัย พร้อมทั้งจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลระบบเพื่อให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถาม และแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการลงทะเบียนและยืนยันตัวตนในการเข้าร่วมประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งบริษัทฯ ได้ใช้ระบบการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานอิสระ คือ บริษัท โอเจ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการระบบควบคุมการประชุมและลงคะแนนเสียงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นไปตามมาตรฐานการจัดประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) มาใช้เพื่อการประมวลผลการลงคะแนนให้เป็นไปอย่างรวดเร็วและแม่นยำ

- ก่อนเริ่มการประชุมผู้ถือหุ้น ประธานในที่ประชุมได้ชี้แจงให้ผู้ถือหุ้นทราบถึงสิทธิตามข้อบังคับของบริษัทฯ ระเบียบ วิธีปฏิบัติ และข้อบังคับในการประชุม การดำเนินการประชุม วิธีการใช้สิทธิลงคะแนน รวมถึงวิธีการออกเสียงลงคะแนน และการนับคะแนนเสียงเพื่อลงมติในแต่ละวาระการประชุม รวมทั้งให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นในการตั้งคำถาม และแสดงความเห็นในที่ประชุมอย่างเท่าเทียมกัน
- บริษัทฯ ได้อธิบายวิธีการใช้งานระบบประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้ทราบถึงวิธีการลงคะแนน และวิธีการส่งคำถามก่อนเวลาเริ่มประชุม โดยกำหนดให้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมเป็นไปตามจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นถืออยู่ โดยหนึ่ง (1) หุ้นมีสิทธิเท่ากับหนึ่ง (1) เสียง
- บริษัทฯ ใช้ระบบลงคะแนนเสียงของ บริษัท โอเจ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการระบบควบคุมการประชุมและลงคะแนนเสียงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นไปตามมาตรฐานการจัดประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) และแสดงผลสรุปคะแนนเสียงในทุกวาระอย่างชัดเจน
- บริษัทฯ จัดให้มีที่ปรึกษากฎหมายที่เป็นอิสระจากภายนอก (Inspector) เพื่อทำหน้าที่ดูแลให้การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้อง ตามกฎหมายและข้อบังคับของบริษัทฯ ได้แก่ กระบวนการตรวจสอบเอกสารของผู้ถือหุ้น หรือผู้รับมอบฉันทะที่มีสิทธิเข้าร่วมประชุม ผู้มีส่วนได้เสียที่ใช้สิทธิออกเสียง วิธีการนับคะแนน โดยในการนับคะแนนนั้นต้องสอดคล้องกับข้อบังคับของบริษัทฯ ทั้งนี้ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น และเพื่อความโปร่งใส จึงได้จัดให้มีผู้ตรวจสอบการนับคะแนนเสียง คือ ที่ปรึกษากฎหมายที่เป็นอิสระ ในทุกระเบียบวาระอีกด้วย
- ประธานกรรมการบริษัทถือเป็นตัวแทนของคณะกรรมการทั้งคณะเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อพบปะและตอบคำถามผู้ถือหุ้น รวมทั้งผู้บริหารสูงสุดของบริษัทฯ เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นทุกครั้ง เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัทฯ ต่อผู้ถือหุ้น นอกจากนั้นประธานคณะกรรมการชุดย่อยทุกชุด ได้เข้าร่วมในการประชุมผู้ถือหุ้นด้วย เพื่อตอบคำถามผู้ถือหุ้นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการชุดย่อย ประธานในที่ประชุมจัดสรรเวลาการประชุมอย่างเพียงพอ โดยในระหว่างการประชุมได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นและซักถามอย่างทั่วถึงก่อนจะลงคะแนน และสรุปมติที่ประชุมแต่ละวาระ ในระหว่างการประชุมถ้าคำถามใดไม่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาในวาระนั้น ๆ ประธานกรรมการบริษัท หรือผู้บริหารระดับสูงจะนำไปตอบข้อซักถามในวาระอื่น ๆ เพื่อให้การใช้เวลาในการพิจารณาแต่ละวาระเป็นไปอย่างเหมาะสม
- การประชุมดำเนินการไปตามลำดับของระเบียบวาระการประชุมที่กำหนดไว้ในหนังสือเชิญประชุมที่ได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า มีการระบุวัตถุประสงค์ และเหตุผลของแต่ละวาระที่เสนอ พร้อมความเห็นของคณะกรรมการ ประธานในที่ประชุมเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็น และซักถามเรื่องต่าง ๆ ในแต่ละวาระ
- บริษัทฯ ให้สิทธิผู้ถือหุ้นที่มาลงทะเบียนเข้าร่วมประชุมได้ภายหลังเริ่มการประชุมแล้ว และมีสิทธิออกเสียงหรือลงคะแนนในวาระที่อยู่ระหว่างการพิจารณาและยังไม่ได้ลงมติ
- บริษัทฯ จัดให้มีการลงมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นสำหรับแต่ละรายการ ในกรณีที่วาระนั้นมีหลายรายการ เช่น วาระการแต่งตั้งกรรมการ บริษัทฯ ได้เสนอชื่อกรรมการให้ผู้ถือหุ้นลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นรายบุคคล โดยผู้ที่รับคะแนนเสียงเห็นด้วยสูงสุดตามจำนวนกรรมการที่พึงได้รับเลือกตั้งในครั้งนั้น ซึ่งเป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทฯ
- สำหรับผู้ถือหุ้นที่เข้าประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ บริษัทฯ ได้จัดทำระบบออกเสียงลงคะแนนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และนำผลคะแนนที่ผู้ถือหุ้นลงคะแนนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มารวมคำนวณกับคะแนนเสียงที่ผู้ถือหุ้นได้ลงไว้ล่วงหน้าในหนังสือมอบฉันทะก่อนประกาศผลคะแนนเสียงและมติที่ประชุม และเพื่อความโปร่งใส บริษัทฯ ให้ที่ปรึกษากฎหมายอิสระจากภายนอกเป็นสักขีพยานในการนับคะแนนตรวจสอบความถูกต้อง
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นและซักถามอย่างเต็มที่ โดยมีประธานในที่ประชุม ประธานกรรมการตรวจสอบ ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง ประธานกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประธานกรรมการบริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ผู้บริหารระดับสูง และผู้สอบบัญชี เข้าร่วมประชุมเพื่อตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น โดยผู้ถือหุ้นได้ส่งคำถามผ่านระบบโดยการส่งข้อความ
- คณะกรรมการและผู้บริหารได้ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมประชุมสามัญผู้ถือหุ้น โดยในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568 กรรมการบริษัทเข้าร่วมประชุมจำนวน 10 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด ประกอบด้วย ประธานกรรมการบริษัท ประธานกรรมการตรวจสอบ กรรมการตรวจสอบ ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง กรรมการบริหารความเสี่ยง ประธานกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน กรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประธานกรรมการบริหาร กรรมการบริหาร และผู้บริหาร ประกอบด้วยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดด้านการเงิน เลขานุการบริษัท ผู้บริหารของบริษัทฯ และผู้สอบบัญชีเข้าร่วมประชุมอย่างครบถ้วน เพื่อชี้แจงรายละเอียดตามวาระต่าง ๆ ตอบข้อซักถาม และรับฟังข้อเสนอแนะของผู้ถือหุ้น

<u>หลังประชุม</u>

- นำส่งมติที่ประชุมพร้อมรายละเอียดจำนวนคะแนนเสียงในแต่ละวาระอย่างชัดเจน แก่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายในวันประชุม (วันที่ 24 เมษายน 2568) เพื่อให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้เข้าร่วมประชุมรับทราบในทันที
- บริษัทฯ จัดทำรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยได้บันทึกข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน เกี่ยวกับรายชื่อกรรมการที่เข้าร่วมประชุม และไม่เข้าร่วมประชุม คำถาม คำตอบ คำชี้แจงที่เป็นสาระสำคัญ ผลการลงคะแนนในแต่ละวาระ โดยแยกเป็นคะแนนที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรืองดออกเสียง อย่างละเอียด เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ และได้เผยแพร่ผ่านทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใน 14 วันนับจากวันประชุม (วันที่ 8 พฤษภาคม 2568) เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้พิจารณา

การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (The Equitable Treatment of Shareholders)

เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมั่นใจได้ว่า บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม คณะกรรมการบริษัทได้กำกับดูแลให้มีการดำเนินการที่รักษาสิทธิพื้นฐานที่ผู้ถือหุ้นพึงได้รับอย่างเท่าเทียมกันและเป็นธรรม ตามที่กฎหมายกำหนด บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ถือหุ้นรายย่อย ผู้ถือหุ้นที่เป็นผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นที่มิได้เป็นผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นสัญชาติไทย หรือต่างด้าว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ถือหุ้นจะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม รวมถึงได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทฯ และจัดให้มีช่องทางที่ผู้ถือหุ้นสามารถติดต่อขอรับข้อมูลหรือสอบถามได้โดยตรงผ่านทางหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์

2. ผู้ถือหุ้นมีสิทธิออกเสียงลงคะแนนตามจำนวนหุ้นที่ตนมี และมีความเท่าเทียมกันในสารสนเทศเกี่ยวกับบริษัทฯ

3. บริษัทฯ เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นที่มีสัดส่วนการถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละหนึ่ง (1) ของหุ้นจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ โดยอาจเป็นผู้ถือหุ้นรายเดียวหรือหลายรายรวมกัน สามารถเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการ และเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัทฯ ได้ล่วงหน้าก่อนการประชุมโดยมีหลักเกณฑ์ซึ่งได้ประกาศแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบผ่านทางเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทฯ ล่วงหน้า โดยกำหนดการเปิดรับเรื่องจากผู้ถือหุ้นในช่วง 3 เดือนสุดท้ายก่อนวันสิ้นสุดรอบปีบัญชี เพื่อให้คณะกรรมการมีเวลาเพียงพอในการพิจารณาวาระที่ผู้ถือหุ้นเสนอว่าสมควรบรรจุเป็นวาระหนึ่งในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น พร้อมทั้งกำหนดระยะเวลาในการเสนอวาระ และเสนอชื่อบุคคล ไม่น้อยกว่า 1 เดือน รวมทั้งได้แจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบถึงหลักเกณฑ์การพิจารณา โดยคณะกรรมการจะเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมในการบรรจุไว้ในระเบียบวาระการประชุมผู้ถือหุ้น

สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 บริษัทฯ เปิดให้ผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการ และเสนอวาระการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ตั้งแต่วันที่ 13 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2567 โดยไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอวาระการประชุมผู้ถือหุ้นหรือเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการ

4. บริษัทฯ และคณะกรรมการบริษัทมีการดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายในให้เป็นไปตามกฎหมาย และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในนโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน และแนวปฏิบัติการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ โดยมีการทบทวนอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อให้เกิดความยุติธรรมและเสมอภาคต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกราย ดังนี้

4.1 แจ้งนโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน และแนวปฏิบัติการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้รับทราบและถือปฏิบัติ เพื่อให้มั่นใจว่าได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และนโยบายดังกล่าว

4.2 ห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในช่วงเวลาก่อนเปิดเผยงบการเงินต่อสาธารณชน 1 เดือน โดยสำนักบริหาร (เลขานุการบริษัท) จะแจ้งให้กรรมการและผู้บริหารได้ทราบช่วงเวลาการห้ามซื้อขาย (Silent Period)

4.3 เปิดเผยการถือหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหาร ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report อย่างครบถ้วนตามที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้มีการติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน โดยกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารส่งสำเนารายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ให้สำนักบริหาร (เลขานุการบริษัท) ภายในวันนับแต่มีการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทในทุกไตรมาสและทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ โดยสำนักบริหาร (เลขานุการบริษัท) จะเป็นผู้รวบรวมเพื่อรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท

5. บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ ตามคำนิยามของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ต้องรายงานการมีส่วนได้เสีย และความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของตน และบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของบริษัทฯ เมื่อเข้าดำรงตำแหน่งเป็นครั้งแรก และให้รายงานทุกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลการมีส่วนได้เสียตามแบบที่คณะกรรมการเห็นชอบให้แก่ประธานกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวในการตรวจสอบ และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

6. ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท หากกรรมการคนหนึ่งคนใดมีส่วนได้เสียกับผลประโยชน์ในเรื่องที่กำลังพิจารณา กรรมการที่มีส่วนได้เสียจะต้องไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องนั้น โดยอาจไม่เข้าร่วมประชุม หรืองดออกเสียง เพื่อให้การตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทเป็นไปอย่างยุติธรรม และเป็นประโยชน์ของผู้ถือหุ้นอย่างแท้จริง

7. บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการเข้าทำรายการเกี่ยวโยงกัน โดยเป็นไปตามข้อกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการทำรายการเกี่ยวโยง และการทำรายการระหว่างกันไว้อย่างชัดเจน และเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยกำหนดเรื่องที่ต้องรายงานคณะกรรมการหรือผู้ถือหุ้นไว้อย่างชัดเจน รวมถึงการระมัดระวังไม่ให้มีการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันโดยฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

บริษัทฯ ได้กำหนดมีการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้มีความครบถ้วน เหมาะสม เท่าเทียม ทันเวลา รวมถึงดูแลการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ และข้อมูลที่มีผลกระทบต่อราคาซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ ได้กำหนดให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดสายงานบัญชีและการเงิน และบุคคลอื่นที่คณะกรรมการบริษัทอาจพิจารณามอบหมายต่อไปเป็นผู้เปิดเผยข้อมูลของบริษัทฯ

การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทฯ ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องจะทำผ่านหลายช่องทาง อาทิ การรายงานต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ การพบปะนักลงทุน การเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชน เป็นต้น ทั้งนี้ รายละเอียดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะผ่านเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และของบริษัทฯ สามารถดูได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ นักลงทุนสัมพันธ์

ในการเปิดเผยข้อมูลสำคัญของบริษัทฯ นอกจากเผยแพร่ตามเกณฑ์ที่กำหนดผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทฯ จะเผยแพร่ไว้ในเว็บไซต์ของบริษัทฯ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report โดยมีการปรับปรุงเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและบุคคลภายนอกสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ทันต่อเหตุการณ์ เข้าถึงโดยสะดวก และได้รับประโยชน์มากที่สุด โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

1. สารสนเทศที่สำคัญของบริษัทฯ ประกอบด้วย ข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงิน การเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน โดยเฉพาะในส่วนของงบการเงินนั้นได้ผ่านการสอบทาน ตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีว่าถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป และผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริษัท ก่อนเปิดเผยแก่ผู้ถือหุ้น โดยคณะกรรมการบริษัทรายงานความรับผิดชอบต่อรายงานทางการเงิน ควบคู่กับรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ และรายงานของผู้สอบบัญชี นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เปิดเผยรายการระหว่างกัน รวมถึงบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

2. ข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยแก่สาธารณชน ผู้ถือหุ้น และนักลงทุน บริษัทฯ ได้เผยแพร่ไว้ในเว็บไซต์ของบริษัทฯ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น ข้อมูลของบริษัทฯ ประวัติกรรมการ แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report หนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น นโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี นโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

3. บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ตามกฎบัตรของคณะกรรมการ จำนวนครั้งของการประชุม และจำนวนครั้งที่กรรมการแต่ละคนเข้าร่วมประชุมในปีที่ผ่านมา การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ด้านวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเปิดเผยนโยบายค่าตอบแทนของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รูปแบบหรือลักษณะของค่าตอบแทน และเปิดเผยการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการที่เป็นไปตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น และค่าตอบแทนผู้บริหารระดับสูงไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

4. บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลทั่วไป ข้อมูลทางการเงินของบริษัทฯ ซึ่งได้รับการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีที่มีความเป็นอิสระ มีความรู้ ความชำนาญ และมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนด โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการเปลี่ยนแปลงผู้สอบบัญชีที่ปฏิบัติหน้าที่สอบทานหรือตรวจสอบแสดงความเห็นต่องบการเงินของบริษัทฯ มาแล้ว เจ็ด (7) รอบปีบัญชี ไม่ว่าจะติดต่อกันหรือไม่ เพื่อให้การให้ความเห็นของผู้สอบบัญชีมีความเป็นอิสระอย่างแท้จริง โดยบริษัทฯ จะแต่งตั้งผู้สอบบัญชีรายนั้นเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ได้ เมื่อพ้นระยะเวลาอย่างน้อยห้า (5) รอบปีบัญชีติดต่อกัน เว้นแต่จะมีข้อยกเว้นตามกฎหมายไว้เป็นอย่างอื่น โดยบริษัทฯ จะเผยแพร่งบการเงินตามเกณฑ์ที่กำหนดผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและนักลงทุน นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่สอบทานความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของงบการเงิน เพื่อให้มั่นใจว่างบการเงินของบริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือ

5. จัดให้มีการจัดทำคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร (Management Discussion and Analysis: MD&A) เพื่อประกอบการเปิดเผยงบการเงินทุกไตรมาส ทั้งนี้ เพื่อให้นักลงทุนได้รับทราบข้อมูล เข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในแต่ละไตรมาสได้ดียิ่งขึ้น นอกเหนือจากข้อมูลตัวเลขในงบการเงินเพียงอย่างเดียว

6. จัดทำรายงานข้อมูลทางการเงินที่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่ผ่านการตรวจสอบจากบริษัทตรวจสอบบัญชีจาก บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมั่นใจว่า ข้อมูลที่แสดงในรายงานทางการเงินมีความถูกต้อง

7. เปิดเผยค่าสอบบัญชีและค่าบริการอื่นที่ผู้สอบบัญชีให้บริการ นอกจากการเผยแพร่ข้อมูลในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report ตามเกณฑ์ที่กำหนด และผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการจะพิจารณาให้มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษผ่านช่องทางอื่น ๆ ด้วย เช่น รายงานการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ซึ่งได้เผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

8. บริษัทฯ จัดให้มีนักลงทุนสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลสำคัญต่อนักลงทุน นักลงทุนรายย่อย ผู้ถือหุ้น และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส และทั่วถึง รวมทั้งการนำเสนอผลงาน และการแจ้งสารสนเทศของบริษัทฯ ต่อนักลงทุนสถาบัน นักลงทุนรายย่อย ผู้ถือหุ้น และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้น : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

พนักงาน

คณะกรรมการบริษัท ได้มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาบุคลากร เล็งเห็นถึงความสำคัญของบุคลากร โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรในบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับบทบาทความรับผิดชอบตามหน้าที่งาน ให้สามารถผลิตผลงานคุณภาพ สร้างการขายและการบริการที่เป็นมาตรฐาน ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการพัฒนาบุคลากร ที่สอดคล้องกับสายอาชีพ และเหมาะสมกับระดับตำแหน่งของพนักงาน มีการฝึกอบรมให้สอดรับกับแนวทาง และแผนงานการดำเนินธุรกิจทั้งในแผนงานระยะสั้น-ระยะยาว และได้มีการนำระบบ Competency มาใช้พัฒนาทักษะความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรในองค์กรโดยเน้นการพัฒนาที่เหมาะสมรายบุคคล เพื่อสนับสนุนความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถดูรายละเอียดได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ มีแผนพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของพนักงาน โดยการวิเคราะห์ความต้องการของการฝึกอบรมซึ่งรวบรวมข้อมูลจากแต่ละภาคส่วน เช่น สมรรถนะที่พนักงานควรจะต้องมีตามตำแหน่งงาน (Job Competency) คำอธิบายลักษณะงาน (Job Description) สายอาชีพ (Career Path) โดยคำนึงถึงแผนงานและนโยบายของบริษัทฯ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ส่งผลต่อธุรกิจ รวมถึงความจำเป็นในแต่ละช่วงเวลาการทำงาน โดยพนักงานแต่ละระดับในหน้าที่งานต่าง ๆ จะได้รับการพัฒนาในรูปแบบหลากหลาย ทั้งการฝึกอบรมภายใน การฝึกอบรมภายนอก และการสอนงาน (Coaching) ซึ่งฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะเป็นผู้จัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปี และกำหนดให้สอดคล้องกับเป้าหมายการทำงานประจำปีของบริษัทฯ โดยมีการแบ่งประเภทของการพัฒนาบุคลากร ดังนี้

1. การพัฒนาทักษะการบริหารจัดการและพฤติกรรมในองค์กร (Soft Skill) เป็นการพัฒนาทักษะด้านความหลากหลายสำหรับบุคคลทุกระดับ ที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานสามารถทำงานได้ดี มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีร่วมกับผู้อื่น สร้างเสริมการทำงานเป็นทีม ทำให้งานประสบความสำเร็จ หัวข้อการอบรมพัฒนาความรู้ เช่น ทักษะการติดต่อสื่อสาร ความสามารถในการปรับตัว ภาวะผู้นำ การแก้ปัญหาและตัดสินใจ ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ เป็นต้น

2. การพัฒนาทักษะความรู้ทางเทคนิค (Technical Skill) เป็นการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานตามคุณลักษณะเฉพาะของงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน หรือความสามารถในการแนะนำ ชี้แนะให้ผู้อื่นปฏิบัติตามได้ เช่น ความรู้เฉพาะทางด้านบัญชี การเงิน คอมพิวเตอร์ ทักษะงานขาย ระบบบริหารสินค้าคงคลัง เป็นต้น โดยมีการประเมินความรู้และทักษะที่พนักงานพึงมีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานผ่านการประเมินทักษะความสามารถของพนักงานด้วยระบบ Competency

บริษัทฯ มีกระบวนการออกแบบการพัฒนาในหลายรูปแบบ เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน เช่น มีการนำรูปแบบการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiential Learning Theory) การสอนงานในสถานที่ปฏิบัติงานจริง (On the job training) การประชุมร่วมเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคในการทำงาน เพื่อกำหนดวิธีการปฏิบัติงาน และแนวทางการแก้ไขปัญหาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในบริษัทฯ อีกทั้งส่งเสริมให้ผู้บริหารตั้งแต่ระดับต้นขึ้นไปทำหน้าที่เป็นวิทยากรทำให้เกิดการพัฒนาทั้งต่อตนเองและผู้อื่น

การเผชิญสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในช่วงที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการอบรมจากห้องเรียน (Classroom Training) เป็นรูปแบบออนไลน์ (Online Training) และห้องเรียนเสมือนจริง (Virtual Classroom) เป็นต้น และมีการนำ Model 70:20:10 มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ สร้างความมั่นใจได้ว่าผู้เข้าอบรมจะได้รับความรู้และทักษะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

บริษัทฯ ถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญ เป็นปัจจัยหนึ่งสู่ความสำเร็จ ปฏิบัติต่อพนักงานทุกรายอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ให้ผลตอบแทน สวัสดิการ ผลประโยชน์ที่เหมาะสมเป็นธรรมไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด เทียบเคียงกับตลาด และอุตสาหกรรมเดียวกันได้ อีกทั้ง บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียน หากมีปัญหาระหว่างพนักงาน พนักงานมีสิทธิร้องทุกข์ โดยผู้ที่รับผิดชอบดำเนินการตามหลักเกณฑ์ และขั้นตอนที่กำหนดไว้

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวกับพนักงาน : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

ลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการสร้างสรรค์และผลิตสินค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องให้กับลูกค้า โดยมีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อลูกค้า

1. ดำเนินการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีในราคาที่เหมาะสมโดยพนักงานที่มีคุณภาพ

2. มีการศึกษา ประเมิน ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ ตลอดจนควบคุมดูแลสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐาน ข้อกำหนด กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3. ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอและเป็นประโยชน์สำหรับการตัดสินใจของผู้บริโภคสินค้า และ/หรือบริการโดยไม่จงใจปกปิดเนื้อหาหรือให้ข้อมูลเท็จ หรือจงใจให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการเข้าใจผิด อันเป็นเหตุให้ลูกค้าเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ ปริมาณหรือเงื่อนไขใด ๆ ของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

4. เคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้บริโภคสินค้า และ/หรือบริการ รวมทั้งคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดยไม่นำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า มาเปิดเผยหากไม่ได้รับความยินยอมจากลูกค้า หรือนำไปใช้หาผลประโยชน์ต่าง ๆ เว้นแต่เป็นข้อมูลที่ต้องเปิดเผยต่อบุคคลภายนอกตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. จัดให้มีกระบวนการที่ลูกค้าสามารถแจ้งถึงปัญหาของการนำสินค้าไปใช้ หรือการให้บริการที่ไม่เหมาะสม ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผ่านทางเว็บไซต์ และทางเฟซบุ๊กของบริษัทฯ เพื่อเป็นการป้องกัน แก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และเหมาะสม รวมทั้งนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้าและการให้บริการดังกล่าวต่อไป

6. มีระบบการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าอย่างปลอดภัยมีมาตรการรักษาความลับของลูกค้า ไม่ส่งต่อข้อมูลโดยไม่ได้รับความยินยอมจากลูกค้า และไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง และ/หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ

7. ให้มีระบบ กระบวนการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ และดำเนินการให้ผู้ที่เกี่ยวข้องแก้ไข รวมทั้งแจ้งผลให้ลูกค้าทราบ

8. จัดให้มีช่องทางในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวก

คู่แข่งทางการค้า

บริษัทฯ ตั้งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมและปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันที่ดี บริษัทฯ ต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม โดยไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย ไม่ทำข้อตกลงใดที่มีลักษณะจำกัดการแข่งขันทางการค้า และส่งเสริมการแข่งขันโดยเสรี ไม่กระทำการใด ๆ เพื่อก่อให้เกิดการบิดเบือนราคาตลาดซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้บริโภค พร้อมทั้งให้ความร่วมมือเพื่อเสริมศักยภาพทางธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ จะปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้าให้สอดคล้องกับหลักสากลภายใต้กรอบแห่งกฎหมายเกี่ยวกับหลักปฏิบัติการแข่งขันทางการค้าไม่ละเมิดความลับ หรือล่วงรู้ความลับทางการค้าของคู่ค้าด้วยวิธีฉ้อฉล โดยมีแนวปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย ภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขัน

2. ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม หรือขัดต่อกฎหมายใด ๆ

3. ไม่กระทำโดยเจตนาเพื่อทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางเสื่อมเสีย โดยปราศจากซึ่งข้อมูลอันอาจกล่าวอ้างได้

4. ไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญหาและงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่น หรือคู่แข่งทางการค้า

5. ระมัดระวังในการติดต่อและการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางการค้า ซึ่งอาจถูกมองว่าเป็นการดำเนินการที่ขัดต่อกฎหมายแข่งขันทางการค้า และกฎหมายป้องกันการผูกขาด

6. ไม่ทำความตกลงใด ๆ กับคู่แข่งหรือบุคคลใดที่มีลักษณะเป็นการลดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้า หรือมีลักษณะผูกขาดทางการค้าทางการค้าในประเทศที่เกี่ยวข้องได้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม โดยดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและหลักปฏิบัติการแข่งขันทางการค้าสากล ตลอดจนไม่สนับสนุนการกระทำที่เป็นการสมยอมในการเสนอราคาหรือพฤติกรรมที่อาจทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม อีกทั้งไม่แสวงหาหรือเข้าถึงข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่เหมาะสมหรือไม่สุจริต และไม่ดำเนินการใด ๆ ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่คู่แข่งโดยมิชอบ โดยในปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีกรณีข้อพิพาทกับคู่แข่ง

คู่ค้า

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะปฏิบัติต่อคู่ค้า และ/หรือเจ้าหนี้ทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม ซื่อสัตย์ และไม่เอาเปรียบรวมทั้งปฏิบัติให้เป็นไปตามสัญญา ให้ข้อมูลที่เป็นจริง รายงานที่ถูกต้อง โดยมีแนวปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

1. บริษัทฯ เปิดโอกาสในการทำธุรกิจให้กับคู่ค้าทุกราย และการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคและเป็นธรรม
2. ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลง และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อคู่ค้าอย่างเคร่งครัด โปร่งใส และเท่าเทียมกัน
3. ผู้บริหารหรือพนักงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ ว่าจ้างทำของและบริการ ต้องเปิดเผยข้อมูล และ/หรือลักษณะความสัมพันธ์ส่วนบุคคลของตนเอง คู่สมรส ญาติสนิท หรือมีความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับผู้เสนอราคารายใดรายหนึ่งที่อาจส่งผลให้เกิดไม่ความโปร่งใสในการปฏิบัติหน้าที่โดยตรง ให้แสดงความรับผิดชอบโดยการไม่อยู่ร่วมในกระบวนการพิจารณาตัดสินชี้ขาด
4. ไม่เรียก ไม่รับของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง ยกเว้น ในโอกาสอันควรตามธรรมเนียมปฏิบัติ และละเว้นการให้ความชอบพอเป็นพิเศษจนเป็นเหตุให้ผู้อื่นคิดว่าน่าจะเกิดความไม่ยุติธรรม โดยเฉพาะการทำให้ผู้ค้ารายอื่นเกิดความเข้าใจผิด และไม่ต้องการร่วมเสนอราคา และอาจนำไปบอกกล่าวจนทำให้บริษัทฯ เสื่อมเสียภาพพจน์
5. จัดทำสัญญาที่เป็นธรรม และปฏิบัติตามข้อตกลงที่มีต่อคู่ค้า และ/หรือเจ้าหนี้ กรณีที่คาดว่าจะไม่สามารถปฏิบัติได้ ต้องรีบเจรจากับคู่ค้า และ/หรือเจ้าหนี้โดยเร็ว เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข และป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
6. ใช้สินค้าและบริการที่มีลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้าถูกต้อง และไม่สนับสนุนสินค้าหรือการกระทำที่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
7. มีมาตรการในการตรวจสอบ คัดกรองคู่ค้าของบริษัทฯ เช่น ผู้ผลิต ผู้รับจ้างต่าง ๆ รวมทั้งสนับสนุนการทำธุรกิจกับคู่ค้าที่ดำเนินกิจการอย่างเป็นธรรม ไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม
8. ไม่ให้ความร่วมมือ หรือสนับสนุนบุคคลหรือองค์กรใด ๆ ที่ทำธุรกิจผิดกฎหมาย หรือเป็นภัยต่อสังคมและความมั่นคงประเทศ
9. ให้ความสำคัญในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ และไม่นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เพื่อผลประโยชน์ของตนเองและ/หรือผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เว้นแต่ได้รับความยินยอมจากคู่ค้า

อีกทั้งบริษัทฯ ได้กำหนดจรรยาบรรณคู่ค้า เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้การดำเนินธุรกิจระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้า ตลอดจนบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องให้เป็นไปด้วยความโปร่งใส มีจริยธรรมเป็นไปตามกฎหมาย คำนึงถึงแนวทางปฏิบัติต่อแรงงานตามหลักสิทธิมนุษยชน การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และให้ความใส่ใจในการดูแลความปลอดภัย และอาชีวอนามัยที่ดี ตลอดจนการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียด จรรยาบรรณคู่ค้า ได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ อีกทั้งบริษัทฯ ได้มีการทบทวนจรรยาบรรณคู่ค้า อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง ในปี 2568 คณะกรรมการบริหาร มีมติอนุมัติให้ทบทวนและมีการแก้ไขจรรยาบรรณคู่ค้า โดยให้มีรายละเอียดให้ครอบคลุมเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนให้ครบทุกด้าน

ลิงก์นโยบายและแนวปฏิบัติ และมาตรการดำเนินการที่เกี่ยวกับคู่ค้า : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

เจ้าหนี้

บริษัทฯ จะปฏิบัติต่อเจ้าหนี้ทุกฝ่ายอย่างเสมอภาค เป็นธรรม ซื่อสัตย์ และไม่เอาเปรียบรวมทั้งปฏิบัติให้เป็นไปตามสัญญา ให้ข้อมูลที่เป็นจริง รายงานที่ถูกต้อง โดยมีแนวปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

1. ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลง และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด โปร่งใส และเท่าเทียมกัน
2. รายงานฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ด้วยความซื่อสัตย์ ถูกต้อง และตรงเวลาให้แก่เจ้าหนี้อย่างสม่ำเสมอ
3. ในกรณีที่จะไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไข ควรจะรีบแจ้ง และเจรจากับเจ้าหนี้เป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

บริษัทฯ มีการบริหารสินเชื่อสำหรับเจ้าหนี้การค้า โดยกำหนดหลักเกณฑ์และขั้นตอนการบริหารเงื่อนไขการชำระเงินให้แก่ซัพพลายเออร์ของแต่ละหน่วยธุรกิจให้สามารถแข่งขันและเทียบเคียงคู่แข่งได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ พิจารณาให้ระยะเวลาจ่ายเงินโดยรวมมีความสอดคล้องกัน เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงิน อีกทั้งยังคำนึงถึงต้นทุนและความเสี่ยงทางการเงินอันอาจเกิดจากอัตราแลกเปลี่ยนในอนาคตอีกด้วย

	2566	2567	2568
อัตราหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า	6.14	7.44	6.40
ระยะเวลาการจ่ายชำระหนี้ (วัน)	59.44	49.03	57.00

บริษัทฯ กำหนดระยะเวลาในการชำระหนี้ให้แก่คู่ค้าภายใน 60 วัน โดยในปี 2568 ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย ของบริษัทฯ อยู่ที่ 57 วัน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด

หน่วยงานราชการหรือภาครัฐ

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการปฏิบัติต่อหน่วยงานราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. ดำเนินการอย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมา ในการติดต่อทำธุรกรรมกับหน่วยงานราชการหรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ
2. ไม่ให้สินบน ของขวัญ หรือของกำนัลแก่หน่วยงานราชการหรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือเพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจโดยมิชอบ
3. ไม่เปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการเข้ามาประพฤติมิชอบในธุรกิจของบริษัทฯ และไม่ให้การสนับสนุนในการกระทำที่ส่อไปในทางทุจริต
4. สามารถทำความรู้จักหรือการสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานราชการและบริษัทฯ ได้ในขอบเขตที่เหมาะสม เช่น การพบปะพูดคุยในที่สาธารณะต่าง ๆ การแสดงความยินดีในวาระโอกาสเทศกาล หรือตามประเพณีปฏิบัติ

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมุ่งเน้นความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และปราศจากการทุจริตคอร์รัปชัน ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายการว่าจ้างเจ้าพนักงานของรัฐ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่มีความชัดเจน โปร่งใส และป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันในแง่ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยสามารถดูรายละเอียดได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ การกำกับดูแลกิจการ/นโยบาย/นโยบายการว่าจ้างเจ้าพนักงานของรัฐ

ชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับมีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยบูรณาการกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กร เพื่อนำไปสู่การสร้างความเจริญก้าวหน้าในเชิงธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. ไม่กระทำการใด ๆ ที่ส่งผลเสียหายต่อทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด
2. ไม่สนับสนุนกิจกรรมใด ๆ ที่เป็นภัยต่อสังคม หรือศีลธรรมอันดีงาม และ/หรือเป็นการส่งเสริมอบายมุข
3. ให้ความสำคัญกับกิจกรรมของชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม มุ่งสร้างสรรค์และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่อยู่รอบสถานประกอบการของบริษัทฯ
4. ส่งเสริมการพัฒนารูปแบบกระบวนการรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยแนวทางการเข้าร่วมสร้างสรรค์ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ
5. ส่งเสริมให้มีการให้ความรู้และฝึกอบรมแก่พนักงาน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้เกิดขึ้นในพนักงานทุกระดับ และสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทฯ จัดขึ้น
6. มีส่วนร่วมทางสังคม ให้การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมที่ธำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมอันดีงาม
7. มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม ในเรื่องสาธารณประโยชน์ การรักษาสภาพแวดล้อม และการพัฒนาชุมชน ตลอดจนโครงการสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ เด็ก และเยาวชน
8. รณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้แก่พนักงานในการอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างชาญฉลาด และมีประสิทธิภาพ
9. สร้างสรรค์และสนับสนุนกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อการดูแลรักษา การอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และพลังงานต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง
10. ไม่กระทำการใด ๆ ที่จะมีผลเสียต่อชื่อเสียงของประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม
11. ไม่ให้ความร่วมมือหรือสนับสนุนบุคคลหรือองค์กรใด ๆ ที่ทำธุรกิจผิดกฎหมาย หรือเป็นภัยต่อสังคม และความมั่นคงประเทศ
12. ปฏิบัติหรือควบคุมให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

แนวปฏิบัติอื่น ๆ เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ได้ยึดมั่นที่จะบริหารการจัดการด้านรักษาข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงควบคุมดูแลอย่างเข้มงวด รัดกุม ทั้งด้านเอกสารและระบบปฏิบัติการเพื่อรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ให้ปลอดภัย มีเสถียรภาพ และโปร่งใส เพื่อรองรับการบังคับใช้ของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 บริษัทฯ ได้มีการดำเนินการ ดังนี้

1. บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร เพื่อมีหน้าที่ดูแลและจัดเตรียมแผนงานต่าง ๆ โดยวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน กำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

2. คณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีหน้าที่กำหนดนโยบาย และแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้เป็นมาตรฐานในการทำงานของบริษัทฯ และสอดคล้องกับข้อกฎหมาย

3. การกำหนดมาตรการต่าง ๆ เกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ เงื่อนไข การแจ้ง การขอความยินยอม การเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้ข้อมูล หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด พร้อมกำกับ ดูแล ให้คำปรึกษา สนับสนุน ส่งเสริม และทบทวนนโยบายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ

4. คณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้แต่งตั้งผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer) นางสาวปิยะวรรณ แก้วเมือง ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแล และตรวจสอบเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ให้เป็นไปตามคำสั่งของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงประเมินความเสี่ยง การจัดการคำร้อง และข้อร้องเรียนต่าง ๆ

5. บริษัทฯ ใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน ทั้งในด้านเทคโนโลยีและกระบวนการป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่เป็นความลับ และพัฒนาบุคลากรทุกระดับ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีการรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้มาตรฐานด้วยมาตรการต่าง ๆ เช่น การติดตั้ง Firewall และซอฟต์แวร์ตรวจจับการบุกรุก การใช้เทคโนโลยีเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) การติดตั้งซอฟต์แวร์ Scan Virus เพื่อป้องกันไวรัสอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงกำหนดสิทธิการใช้งานตามระดับ (Level of Authorization)

6. บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลแก่พนักงานทุกคน โดยจัดทำสื่อการสอนพร้อมแบบทดสอบก่อนและหลังการอบรม ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความตระหนักรู้ เข้าใจ และสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลผ่านช่องทางอีเมล ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ หัวข้อ การกำกับดูแลกิจการ/นโยบายความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

สถิติความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

	2566	2567	2568
จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลจากหน่วยงานกำกับดูแล	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

การป้องกันความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ที่ได้ทำการจัดเก็บ รวบรวม นำมาใช้ เปิดเผย และการถ่ายโอนข้อมูลเพื่อใช้ในการรับบริการและซื้อสินค้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการด้านการนำข้อมูลส่วนบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ในการรับบริการและซื้อสินค้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารจัดการด้านการนำข้อมูลส่วนบุคคลที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ในการนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการและความเหมาะสม บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบและให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้าทางธุรกิจ และมีช่องทางและกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ จึงได้ประกาศนโยบายความเป็นส่วนตัว บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อแสดงความโปร่งใสในการดำเนินงาน โดยกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบดูแลคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งกรอบการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act : PDPA) นโยบายความเป็นส่วนตัวได้ครอบคลุมการใช้ข้อมูลที่หน้าร้าน และการดำเนินงานภายใต้บริษัทฯ ครอบคลุมรายละเอียด ดังนี้



ลิงก์แนวปฏิบัติอื่น ๆ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

6.2 จรรยาบรรณธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัท กำหนดให้มีหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยหลักการและแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่และการดำเนินธุรกิจให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน รับทราบและยึดถือปฏิบัติ โดยสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และให้ความสำคัญเรื่องการเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเสมอภาค เป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และการปลูกฝังจิตสำนึกให้บุคลากรของบริษัทฯ มีความซื่อสัตย์สุจริต พากเพียร อดทน และรับผิดชอบ โดยคณะกรรมการบริษัท และผู้บริหารจะต้องเป็นผู้นำในเรื่องจริยธรรม และปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยุติธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ ตามหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

จรรยาบรรณธุรกิจ

จรรยาบรรณธุรกิจ : มี

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตโดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความชอบธรรม โปร่งใส มีคุณธรรม ด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และสังคมโดยรวม โดยเป็นไปตามการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ จึงมีการกำหนดหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งกรรมการผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ จะต้องรับทราบและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ

1. ผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ และบุคลากรของบริษัทฯ จะดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส รอบคอบ ซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพเพื่อการสร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน โดยมุ่งมั่นที่จะสร้างผลการดำเนินงานที่ดีและการเจริญเติบโตที่มั่นคง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว รวมทั้งดำเนินการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ตามระยะเวลาที่กฎหมายหรือกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกำหนด ด้วยความโปร่งใสและเชื่อถือได้ต่อผู้ถือหุ้น รวมทั้งไม่กระทำการใด ๆ โดยไม่ชอบด้วยกฎหมายอันเป็นการละเมิดสิทธิหรือลิดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้น และปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน โดยการเปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใส เชื่อถือได้ ต่อผู้ถือหุ้นผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ และนักลงทุนสัมพันธ์ โดยบุคลากรของบริษัทฯ จะต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์จากข้อมูลภายในที่ยังไม่ได้เปิดเผยสู่สาธารณะที่ได้รับรู้อันเนื่องมาจากตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบเนื่องจากเป็นการเอาเปรียบผู้ถือหุ้น

2. พนักงาน

บริษัทฯ จะจัดให้มีขั้นตอนการสรรหาและคัดเลือกพนักงานโดยพิจารณาถึงความรู้ความสามารถ ความเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ และความเหมาะสมต่อองค์กร โดยปราศจากอคติเป็นสำคัญ บริษัทฯ จะประเมินผลการปฏิบัติงาน และพิจารณาค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงานทุกรายอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม โดยพิจารณาตามความรู้ ความสามารถ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน ตลอดจนดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานโดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตและความปลอดภัยในการทำงาน และยึดมั่นปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยแรงงานอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของพนักงานโดยจะจัดให้มีการอบรม การสัมมนาอย่างสม่ำเสมอ และให้โอกาสอย่างทั่วถึงกับพนักงานทุกคน อันจะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่มีความรู้ความสามารถสูงให้คงอยู่กับบริษัทฯ เพื่อพัฒนาองค์กรต่อไป อีกทั้งบริษัทฯ จะจัดให้มีช่องทางในการร้องเรียนในกรณีพนักงานไม่ได้รับความเป็นธรรมตามระบบ และกระบวนการที่บริษัทฯ กำหนด รวมถึงมีการปกป้องพนักงานไม่ให้ถูกกลั่นแกล้งหรือได้รับโทษกรณีที่ร้องเรียนโดยสุจริต

3. ลูกค้า

บริษัทฯ รับผิดชอบต่อลูกค้าโดยการรักษาคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าและบริการ และจัดให้มีการกำหนดราคาสินค้าและบริการในอัตราที่เหมาะสม รวมถึงมุ่งพัฒนาและรักษาสัมพันธภาพที่ยั่งยืน โดยการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ครบถ้วนและครอบคลุมให้มากที่สุด เพื่อมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ คำนึงถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ถูกต้องและครบถ้วนแก่ลูกค้า รวมทั้งยังส่งเสริมให้มีการนำนวัตกรรมและงานวิจัยมาพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรน้อยลง ประหยัดพลังงาน สามารถหมุนเวียนใช้ซ้ำได้ และมีอายุการใช้งานที่ยืนยาว และเพื่อเป็นการเอาใจใส่ต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางให้ลูกค้าของบริษัทฯ สามารถแจ้งปัญหาสินค้าและบริการที่ไม่เหมาะสมเพื่อที่บริษัทฯ จะได้ป้องกันและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัทฯ ได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนรักษาความลับของลูกค้าโดยไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยมิชอบ และไม่รับ ไม่เรียก หรือจ่ายผลประโยชน์ใด ๆ อันส่อถึงการกระทำที่เป็นการไม่สุจริต

4. คู่ค้า

บริษัทฯ มีกระบวนการในการคัดเลือกคู่ค้าโดยการให้คู่ค้าแข่งขันบนข้อมูลที่เท่าเทียมกัน และคัดเลือกคู่ค้าด้วยความยุติธรรมภายใต้หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ ที่โปร่งใส นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำรูปแบบสัญญาที่เหมาะสม ไม่ขัดต่อกฎหมาย และ

เป็นธรรมแก่คู่สัญญาทุกฝ่าย และจัดให้มีระบบติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างครบถ้วน และป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ทั้งนี้ บริษัทฯ ซื้อสินค้าจากคู่ค้าตามเงื่อนไขทางการค้า ตลอดจนปฏิบัติตามสัญญาต่อคู่ค้าอย่างเคร่งครัดโดยไม่เรียกหรือรับทรัพย์สิน

บริษัทฯ จะไม่ดำเนินธุรกิจกับบุคคลหรือนิติบุคคลที่กระทำผิดกฎหมาย ทุจริต หรือละเมิดสิทธิมนุษยชน

5. เจ้าหนี้

บริษัทฯ จะปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ตามสัญญาที่มีต่อเจ้าหนี้เป็นสำคัญ รวมทั้งการชำระคืนเงินต้น ดอกเบี้ย และการดูแลหลักประกันต่าง ๆ ภายใต้สัญญาที่เกี่ยวข้องกำหนด ตลอดจนไม่ใช้วิธีการที่ไม่สุจริต ปกปิดข้อมูลหรือข้อเท็จจริง อันจะทำให้เจ้าหนี้เกิดความเสียหาย กรณีไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ต้องรีบแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไข

6. คู่แข่ง

บริษัทฯ ประพฤติตามกรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม มีจรรยาบรรณและอยู่ในกรอบของกฎหมาย รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมนโยบายการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม โดยไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ความลับหรือล่วงรู้ความลับทางการค้าของคู่แข่งด้วยวิธีฉ้อฉล บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมต่อทุกฝ่าย โดยมีกระบวนการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชัน ในปี 2568 ไม่ปรากฏข้อพิพาทฟ้องร้องระหว่างบริษัทฯ กับคู่แข่งทางการค้า

7. สังคม และส่วนรวม

บริษัทฯ ใส่ใจและให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของผู้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานของบริษัทฯ มีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง รวมทั้งจัดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทฯ พยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่บริษัทฯ ดำเนินกิจการอยู่ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะปรับเปลี่ยนวิธีดำเนินงานให้เหมาะสมกับสภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อลดผลกระทบใด ๆ ที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคม

นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ

แนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ : การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์, การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน, การแจ้งเบาะแสและคุ้มครองผู้ร้องเรียน, การป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์, การให้หรือรับของขวัญ การบันเทิง หรือการเลี้ยงรับรองทางธุรกิจ, การปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบต่าง ๆ, การใช้และรักษาข้อมูลและทรัพย์สิน, การต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม, การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ, การจัดการสิ่งแวดล้อม, สิทธิมนุษยชน, ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน, แนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ

การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และจัดทำแนวปฏิบัติว่าด้วยความขัดแย้งทางผลประโยชน์ สำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ต้องรับทราบและปฏิบัติทุกคน โดยคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัตินโยบาย และประกาศใช้ และจะมีการทบทวนอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง พร้อมทั้งมีการสื่อสารให้แก่ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ขั้นตอนการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ โดยนโยบายมีหลักการที่ว่าการตัดสินใจใด ๆ ในการเข้าทำธุรกรรมหรือรายการใด ๆ ของบริษัทฯ จะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ควรหลีกเลี่ยงการกระทำที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยบริษัทฯ มีแนวปฏิบัติว่าด้วยความขัดแย้งทางผลประโยชน์มีหลักการที่สำคัญ ดังนี้

1. กรรมการ และผู้บริหารทุกคนของบริษัทฯ ตามคำนิยามของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ต้องรายงานการมีส่วนได้เสียและความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของตน และบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของบริษัทฯ เมื่อเข้าดำรงตำแหน่งเป็นครั้งแรก และให้รายงานทุกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลการมีส่วนได้เสียตามแบบที่คณะกรรมการเห็นชอบ ให้แก่ ประธานกรรมการตรวจสอบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง

2. มีโครงสร้างการถือหุ้นที่ชัดเจน โปร่งใส ไม่มีการถือหุ้นไขว้กับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ จึงไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์แก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง โดยได้เปิดเผยโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report อย่างละเอียด รวมถึงการเปิดเผยการถือหลักทรัพย์ของคณะกรรมการบริษัทอย่างครบถ้วน

3. มีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ระหว่างคณะกรรมการบริษัท กรรมการบริหาร ผู้บริหารระดับสูง ฝ่ายบริหาร และผู้ถือหุ้น จึงทำให้ปราศจากการก้าวก่ายหน้าที่ความรับผิดชอบ ในกรณีที่กรรมการบริษัท หรือผู้บริหารคนใดคนหนึ่งมีส่วนได้เสียกับผลประโยชน์ในเรื่องที่กำลังพิจารณา ผู้มีส่วนได้เสียนั้นก็จะไม่เข้าร่วมประชุมหรือออกเสียง เพื่อให้การตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร เป็นไปอย่างยุติธรรม เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นอย่างแท้จริง

4. มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ ไว้ในอำนาจดำเนินการและข้อบังคับพนักงานเป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีบทกำหนดโทษชัดเจน กรณีที่ผู้บริหารหรือพนักงาน นำข้อมูลของบริษัทฯ ไปเปิดเผยต่อสาธารณะหรือใช้ประโยชน์ส่วนตน

5. กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติเรื่องความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และนโยบายการทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการทำรายการที่ต้องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการตรวจสอบ และดูแลให้มีการปฏิบัติเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

6. กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน ที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับธุรกรรมของบริษัทฯ ต้องไม่มีส่วนร่วมในการพิจารณาหรืออนุมัติธุรกรรมดังกล่าว และให้การกำหนดราคาเป็นไปอย่างเหมาะสมยุติธรรมตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปเสมือนการทำรายการกับบุคคลทั่วไป

7. กำหนดให้มีการนำเสนอรายการที่เกี่ยวโยงกันต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาแสดงความเห็นก่อนนำเสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริษัท ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด

8. กำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือรายการที่เกี่ยวโยงกัน หรือรายการระหว่างกันตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด โดยเปิดเผยไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report หรือแบบรายงานอื่นใด ตามแต่กรณีโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ

9. พนักงานและครอบครัว ต้องไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการขัดแย้งต่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ ไม่ว่าจะเกิดจากการติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้องทางการค้า เช่น คู่ค้า ลูกค้า คู่แข่งขัน หรือจากการใช้โอกาสหรือข้อมูลที่ได้จากการเป็นพนักงานในการหาประโยชน์ส่วนตน และในเรื่องการทำธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัทฯ หรือการทำงานอื่นนอกเหนือจากงานของบริษัทฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน

10. การรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์

(1) กรรมการ

- ให้จัดทำหนังสือรับรองของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (Certificate of Related and Conflict Person) เมื่อได้รับตำแหน่งใหม่หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล แล้วแต่กรณี

- ให้จัดทำรายงานตามแบบรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เมื่อได้รับตำแหน่งใหม่ หรือเมื่อมีความขัดแย้งเกิดขึ้นในระหว่างปี แล้วแต่กรณี

- สำหรับกรณีที่กรรมการ มีการกระทำที่เป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้กรรมการผู้นั้นเปิดเผยข้อเท็จจริงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

(2) ผู้บริหาร/เทียบเท่าผู้บริหาร

- ให้จัดทำหนังสือรับรองของบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง (Certificate of Related and Conflict Person) เมื่อได้รับตำแหน่งใหม่หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล แล้วแต่กรณี

- ให้ทำรายงานตามแบบรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เมื่อได้รับตำแหน่งใหม่ หรือเมื่อมีความขัดแย้งเกิดขึ้นในระหว่างปี แล้วแต่กรณี

- สำหรับกรณีที่ผู้บริหาร/เทียบเท่า ผู้บริหาร มีการกระทำที่เป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้ผู้บริหาร/เทียบเท่าผู้บริหาร ผู้นั้นเปิดเผยข้อเท็จจริงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

(3) พนักงานตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้อำนวยการ จนถึงผู้อำนวยการ หรือเทียบเท่า

- สำหรับกรณีที่พนักงานตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้อำนวยการ จนถึงผู้อำนวยการ หรือเทียบเท่า มีการกระทำที่เป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้ผู้นั้นเปิดเผยข้อเท็จจริงต่อผู้บังคับบัญชาทันที ที่สามารถกระทำได้ และทำรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์

- ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้สอบทานความขัดแย้งทางผลประโยชน์

- กรณีมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้วินิจฉัยและสั่งการ พร้อมทั้งทำคำวินิจฉัยโดยแนบรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นำเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร และแจ้งให้พนักงานตั้งแต่ระดับผู้ช่วยผู้อำนวยการ จนถึงผู้อำนวยการ หรือเทียบเท่า ที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ทราบคำวินิจฉัยและให้ถอนตัวจากการมีส่วนร่วมนั้น ๆ

- เมื่อคณะกรรมการบริหารพิจารณาเรียบร้อยแล้วให้ส่งเรื่องต่อหน่วยงานทรัพยากรบุคคลเพื่อดำเนินการต่อไป

ลิงก์การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทฯ จึงจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นลายลักษณ์อักษรขึ้น สำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน เพื่อรับทราบและปฏิบัติทุกคน โดยเสนอคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหาร พิจารณาอนุมัตินโยบาย แนวปฏิบัติ และประกาศใช้ โดยจะมีการทบทวนอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง พร้อมทั้งมีการสื่อสารให้แก่ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ขั้นตอนการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ตลอดจนมีการให้ความรู้ภายในองค์กร เพื่อป้องกันการทุจริตและคอร์รัปชันในทุกกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อให้การตัดสินใจและการดำเนินการทางธุรกิจที่อาจมีความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันได้รับการพิจารณาและปฏิบัติอย่างรอบคอบ และครอบคลุมเรื่องการคอร์รัปชัน เช่น การบริจาคเพื่อการกุศล การสนับสนุนพรรคการเมือง เงินสนับสนุน การจ่ายค่าอำนวยความสะดวก การจ้างเจ้าพนักงานของรัฐ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การให้ของขวัญหรือบริการ การเลี้ยงรับรองและการบริการต้อนรับ โดยบริษัทฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 และบริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2568

ลิงก์การต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การแจ้งเบาะแสและคุ้มครองผู้ร้องเรียน

บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด (Whistleblowing) เพื่อคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสที่แจ้งข้อมูล หรือให้เบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของบริษัทฯ นโยบาย และแนวปฏิบัติต่าง ๆ เช่น นโยบายสิทธิมนุษยชน หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยรายละเอียดสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้มีสิทธิร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแส

บุคลากรของบริษัทฯ ทุกระดับ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัทฯ เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่แข่งทางการค้า เจ้าหนี้ ภาครัฐ ชุมชน สังคม ที่พบเห็นบุคลากรของบริษัทฯ กระทำการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของบริษัทฯ นโยบาย และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ของบริษัทฯ หรือผู้ที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมอันเนื่องมาจากการที่ตนร้องเรียน ให้ข้อมูล แจ้งเบาะแส ร่วมมือ มีส่วนช่วยเหลือในขั้นตอนการสืบสวนสอบสวน หรือรวบรวมข้อเท็จจริง เป็นพยาน ให้ถ้อยคำ หรือให้ความร่วมมือใด ๆ ต่อศาลหรือหน่วยงานของรัฐ

เรื่องที่ร้องเรียน

1. การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งรวมถึงพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ กฎระเบียบ ข้อบังคับของบริษัทฯ นโยบาย และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ของบริษัทฯ

2. การกระทำที่ทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เช่น พบเห็นบุคคลในองค์กรติดสินบนหรือรับสินบนเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐบาล หรือหน่วยงานเอกชน

3. การกระทำที่ผิดขั้นตอนตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ ความไม่ถูกต้องของรายงานทางการเงิน หรือความบกพร่องของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ จนทำให้สงสัยได้ว่าอาจจะเป็นช่องทางในการทุจริตคอร์รัปชันหรือทำให้บริษัทฯ เสียหาย

ช่องทางการร้องเรียน

ผู้ร้องเรียนสามารถร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสผ่านช่องทางการรับเรื่องดังต่อไปนี้ โดยจะต้องระบุรายละเอียดของเรื่องที่จะร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแส พร้อมชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ โดยส่งมายังช่องทาง ดังนี้

1. กรณีผู้ถูกร้องเรียนเป็นบุคคลที่ดำรงตำแหน่งถัดลงไปจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

แจ้งต่อคณะกรรมการบริหารโดยผ่านประธานเจ้าหน้าที่บริหารตามช่องทางการรับแจ้ง ดังต่อไปนี้

1.1 อีเมล: moshiwhitleblower@moshimoshi.co.th

1.2 ไปรษณีย์ถึง เลขที่: 129 อาคารศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ชั้น 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบุคคโล เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

1.3 Website : www.moshimoshi.co.th

2. กรณีผู้ถูกร้องเรียนเป็นบุคคลซึ่งดำรงตำแหน่งตั้งแต่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารขึ้นไป

แจ้งต่อคณะกรรมการตรวจสอบโดยผ่านประธานคณะกรรมการตรวจสอบตามช่องทางการรับแจ้งดังต่อไปนี้

2.1 อีเมล: ac@moshimoshi.co.th

2.2 ไปรษณีย์ถึง เลขที่: 129 อาคารศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ชั้น 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบุคคโล เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

2.3 Website : www.moshimoshi.co.th

ทั้งนี้ การร้องเรียนจะถือเป็นความลับที่สุด และผู้ร้องเรียนสามารถร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสได้มากกว่าหนึ่งช่องทาง และไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตนผู้ร้องเรียน เว้นแต่หากเปิดเผยตนเองจะทำให้บริษัทฯ สามารถแจ้งผลการดำเนินการ หรือรายละเอียดเพิ่มเติมในเรื่องที่ร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสให้ทราบได้

ขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริงและบทลงโทษ

1. ในการดำเนินการตรวจสอบและรวบรวมข้อเท็จจริง ผู้รับข้อร้องเรียนจะดำเนินการเสนอเรื่องร้องเรียนให้บุคคลดังต่อไปนี้ ทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบและรวบรวมข้อเท็จจริง ตามที่ได้รับร้องเรียน

ก. กรณีผู้ถูกร้องเรียนเป็นบุคคลที่ดำรงตำแหน่งถัดลงไปจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ให้คณะกรรมการบริหาร และ/หรือบุคคลหรือหน่วยงานที่คณะกรรมการบริหารมอบหมายทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบ

ข. กรณีผู้ถูกร้องเรียนเป็นบุคคลที่ดำรงตำแหน่งตั้งแต่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารขึ้นไป ให้คณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือบุคคลหรือหน่วยงานที่คณะกรรมการตรวจสอบมอบหมายทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบ

ในกรณีนี้ ผู้ตรวจสอบสามารถเชิญให้พนักงานคนหนึ่งคนใดมาให้ข้อมูล หรือขอให้จัดส่งเอกสารใด ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเพื่อการตรวจสอบหาข้อเท็จจริงได้ ในกรณีที่ผู้ตรวจสอบเป็นบุคคลหรือหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการตรวจสอบหรือคณะกรรมการบริหาร ให้บุคคลหรือหน่วยงานดังกล่าวกลับมารายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการตรวจสอบหรือคณะกรรมการบริหารด้วย (แล้วแต่กรณี)

2. กรณีที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าผู้ที่ถูกร้องเรียนได้กระทำผิดจริง ผู้ที่ถูกร้องเรียนจะได้รับทราบข้อกล่าวหาและมีสิทธิพิสูจน์ตนเอง โดยการหาข้อมูลหรือหลักฐานเพิ่มเติมที่แสดงให้เห็นว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกระทำผิดตามที่ได้ถูกร้องเรียน

3. หากตรวจสอบแล้วพบว่าเรื่องร้องเรียนเป็นความจริง บริษัทฯ จะดำเนินการดังต่อไปนี้

ก. ผู้กระทำผิดจะได้รับการพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ และหากการกระทำทุจริตนั้นผิดกฎหมาย ผู้กระทำผิดอาจได้รับโทษทางกฎหมาย

ข. ในกรณีที่เรื่องร้องเรียนดังกล่าวเป็นเรื่องสำคัญ เช่น เป็นเรื่องที่กระทบต่อชื่อเสียงภาพลักษณ์หรือฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ขัดแย้งกับนโยบายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือเกี่ยวข้องกับผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น ให้ผู้ตรวจสอบพิจารณาเสนอเรื่องดังกล่าวพร้อมความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาต่อไป

ค. ในกรณีที่ข้อร้องเรียนก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ใดผู้หนึ่งที่ไม่ได้กระทำผิด ผู้ตรวจสอบจะเสนอวิธีการบรรเทาความเสียหายที่เหมาะสมและเป็นธรรมให้กับผู้เสียหายตามที่เห็นสมควรก็ได้

มาตรการคุ้มครองผู้แจ้งข้อมูลหรือแจ้งเบาะแส

1. ผู้ร้องเรียนสามารถเลือกที่จะไม่เปิดเผยตนเองได้ หากเห็นว่าการเปิดเผยอาจทำให้เกิดความเสียหายกับตนเอง แต่ต้องระบุรายละเอียดข้อเท็จจริง หรือหลักฐานที่ชัดเจนเพียงพอที่แสดงให้เห็นว่ามีเหตุอันควรเชื่อว่ามีการกระทำที่เป็นการทุจริต หรือฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับของบริษัทฯ แนวปฏิบัติ หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

2. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนหรือการแจ้งเบาะแส รวมถึงชื่อผู้แจ้งข้อมูลหรือแจ้งเบาะแส บริษัทฯ ถือเป็นความลับและจะเปิดเผยเท่าที่จำเป็นโดยคำนึงถึงความปลอดภัย และความเสียหายของผู้ให้ข้อมูล ชี้เบาะแส รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ผู้รับเรื่องร้องเรียน ผู้ตรวจสอบ และผู้รับผิดชอบในทุกขั้นตอนจะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับเป็นชั้นความลับสูงสุด และไม่เปิดเผยต่อบุคคลอื่น หากฝ่าฝืนถือเป็นการกระทำความผิดวินัย

3. บริษัทฯ จะไม่ลดตำแหน่ง ลงโทษ หรือดำเนินการใด ๆ ในทางลบต่อผู้ร้องเรียน หรือพนักงานที่ปฏิเสธการคอร์รัปชันแม้ว่าการกระทำนั้นจะทำให้บริษัทฯ สูญเสียโอกาสทางธุรกิจ

4. ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายจะได้รับการบรรเทาความเสียหายด้วยวิธีการหรือกระบวนการที่มีความเหมาะสมและเป็นธรรม

5. คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมาย อาจพิจารณาเพิ่มมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน ผู้ชี้เบาะแส หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตรวจสอบได้ตามความเหมาะสม หากเห็นว่าเป็นเรื่องที่มีแนวโน้มที่จะเกิดความเสียหาย หรือความไม่ปลอดภัยต่อบุคคลดังกล่าว อันเนื่องมาจากการร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสตามนโยบาย

6. พนักงานที่ปฏิบัติต่อบุคคลอื่นด้วยวิธีการที่ไม่เป็นธรรม เลือกปฏิบัติด้วยวิธีการที่ไม่เหมาะสม หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่นนั้น อันมีเหตุจูงใจมาจากการที่บุคคลอื่นนั้นร้องเรียน แจ้งข้อมูล หรือชี้เบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน หรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ นโยบาย และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ของบริษัทฯ รวมไปถึงการที่บุคคลอื่นนั้นฟ้องร้องดำเนินคดี เป็นพยาน ให้ถ้อยคำ หรือให้ความร่วมมือใด ๆ ต่อศาล หรือหน่วยงานของรัฐ จะถือเป็นการกระทำความผิดวินัยและต้องได้รับโทษ รวมถึงอาจได้รับโทษตามที่กฎหมายกำหนดด้วยหากเป็นการกระทำความผิดตามกฎหมาย

บริษัทฯ มีวิธีการปฏิบัติงานที่ชัดเจนในการตรวจสอบข้อเท็จจริงตามนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

ลิงก์การแจ้งเบาะแสและคุ้มครองผู้ร้องเรียน : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมายและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ นโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ และแนวปฏิบัติการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ สำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องรับทราบและปฏิบัติทุกคน โดยเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัตินโยบาย และประกาศใช้ โดยจะมีการทบทวนอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง และมีการสื่อสารให้แก่ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน

นโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ และแนวปฏิบัติการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ เป็นการห้ามมิให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทฯ นำข้อมูลต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทฯ หรือข้อมูลที่หากมีการเปิดเผยออกไปแล้วจะทำให้บริษัทฯ เสียหายหรือเสียเปรียบ ถือเป็นข้อมูลที่เป็นความลับและสำคัญ รวมถึงนำความลับ และ/หรือข้อมูลภายในของบริษัทฯ ที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนไปเปิดเผย หรือแสวงหาประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม และไม่ว่าจะได้รับผลตอบแทนหรือไม่ก็ตาม รวมทั้งต้องไม่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยใช้ข้อมูลภายใน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ให้ความรู้แก่กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ เกี่ยวกับหน้าที่ในการรายงานการถือครองหลักทรัพย์ของตนเอง คู่สมรส หรือผู้ที่อยู่กินฉันสามีภริยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 59 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมถึงการรายงานการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งหลักทรัพย์ของตนเอง คู่สมรส หรือผู้ที่อยู่กินฉันสามีภริยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 246 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 298 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม)

2. กำหนดให้กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ รวมทั้งคู่สมรส หรือผู้ที่อยู่กินฉันสามีภริยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ จัดทำและเปิดเผยรายงานการถือครองหลักทรัพย์และรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และจัดส่งสำเนารายงานนี้ให้แก่บริษัทฯ ในวันเดียวกันกับที่ส่งรายงานต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และรายงานการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัททราบ รวมทั้งให้มีการเปิดเผยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

3. กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทฯ ที่ได้รับทราบข้อมูลภายในที่เป็นสาระสำคัญซึ่งมีผลหรืออาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ จะต้องงดการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ เป็นเวลาอย่างน้อยสามสิบ (30) วันก่อนที่งบการเงินหรือข้อมูลภายในนั้นจะเปิดเผยต่อสาธารณชน และในช่วงเวลา 24 ชั่วโมงภายหลังจากที่ข้อมูลดังกล่าวของบริษัทฯ ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนแล้ว และผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลดังกล่าวจะต้องไม่เปิดเผยข้อมูลนั้นให้ผู้อื่นทราบจนกว่าจะได้มีการแจ้งข้อมูลนั้นต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สำนักบริหาร (เลขานุการบริษัท) จะแจ้งอีเมลไปยังบุคคลที่เกี่ยวข้องให้ทราบช่วงระยะเวลา Blackout Period ล่วงหน้า และในปี 2568 ไม่พบว่ากรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานที่เกี่ยวข้องมีการซื้อขายหลักทรัพย์ในช่วงที่บริษัทฯ กำหนดให้งดการซื้อขาย

4. ห้ามมิให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ ที่มีหรืออาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชน ซึ่งตนได้ล่วงรู้มาในตำแหน่งหรือฐานะเช่นนั้น มาใช้เพื่อการซื้อหรือขาย หรือเสนอซื้อหรือเสนอขาย หรือชักชวนให้บุคคลอื่นซื้อหรือขาย หรือเสนอซื้อหรือเสนอขายซึ่งหุ้นหรือหลักทรัพย์อื่น (ถ้ามี) ของบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม อันอาจจะเกิดความเสียหายแก่บริษัทฯ และไม่ว่าการกระทำดังกล่าวจะทำเพื่อประโยชน์ต่อตนเองหรือผู้อื่น หรือนำข้อเท็จจริงเช่นนั้นออกเปิดเผยเพื่อให้ผู้อื่นกระทำการดังกล่าวโดยตนได้รับผลประโยชน์ตอบแทนหรือไม่ก็ตาม

5. ทั้งนี้ หากมีการกระทำอันฝ่าฝืนแนวปฏิบัติดังกล่าวข้างต้น บริษัทฯ จะถือเป็นความผิดทางวินัยตามข้อบังคับการทำงานของบริษัทฯ โดยจะพิจารณาลงโทษตามควรแก่กรณี รวมทั้งอาจมีความรับผิดทางอาญาและทางแพ่ง ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ลิงก์การป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การให้หรือรับของขวัญ การบันเทิง หรือการเลี้ยงรับรองทางธุรกิจ

<u>แนวทางในการปฏิบัติการให้ หรือการรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด</u>

เพื่อดำรงไว้ซึ่งนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จึงกำหนดแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีแนวปฏิบัติในการให้ หรือการรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด ดังนี้

- บุคลากรของบริษัทฯ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ห้ามเรียกรับ หรือให้ของขวัญ เงิน ทรัพย์สิน สิ่งของ สิ่งบันเทิง ค่าเดินทาง หรือประโยชน์อื่นใด ที่เกินความจำเป็นและไม่เหมาะสม ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม กับเจ้าพนักงานของรัฐ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจที่อาจทำให้เกิดอิทธิพลในการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งโดยไม่เป็นธรรม หรือมีเจตนาชักนำให้กระทำหรือละเว้นการกระทำที่ไม่ถูกต้อง หรือเพื่อแลกเปลี่ยนกับสิทธิพิเศษที่ไม่พึงได้ หรือหากการกระทำเหล่านั้นจะมีผลกระทบเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทฯ การรับ หรือการให้ของขวัญ หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ต้องกระทำด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และเป็นไปตามประเพณีนิยม
- บุคลากรของบริษัทฯ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ห้ามรับ หรือสัญญาว่าจะรับ หรือให้เงิน ทรัพย์สิน สิ่งของ หรือประโยชน์อื่นใด กับผู้หนึ่งผู้ใดที่มีเจตนาเพื่อจูงใจให้ปฏิบัติ หรือละเว้นการปฏิบัติ รวมถึงการกระทำใด ๆ ที่เข้าข่ายดังกล่าวที่ไม่ถูกต้อง ไม่สุจริต ทั้งต่อหน้าและลับหลัง
- บริษัทฯ จะต้องเก็บรักษาหลักฐานการใช้จ่ายเงินที่แสดงมูลค่าของขวัญ ของที่ระลึก หรือประโยชน์อื่นใด เพื่อการตรวจสอบได้ในภายหลัง

อย่างไรก็ดี บุคคลข้างต้นสามารถรับ และให้ของขวัญ หรือประโยชน์อื่นใด กรณีมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ดำเนินการอย่างถูกต้อง เปิดเผย และโปร่งใส โดยไม่ขัดต่อศีลธรรม เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบของบริษัทฯ รวมถึงหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(2) มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ เทศกาล และขนบธรรมเนียมในแต่ละท้องถิ่น

(3) ไม่ใช้เป็นข้ออ้างสำหรับการทุจริตและคอร์รัปชัน

(4) ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ส่วนตน และประโยชน์ของบริษัทฯ

(5) มูลค่าการรับ การให้ของขวัญ การเลี้ยงรับรอง บริการต้อนรับ หรือประโยชน์อื่นใด ไม่เกินสามพันบาท กับหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่รัฐต่อครั้ง

ทั้งนี้ หากบุคคลข้างต้นกระทำการให้ หรือรับของขวัญ เงิน ทรัพย์สิน สิ่งของ สิ่งบันเทิง ค่าเดินทาง หรือประโยชน์อื่นใด ต้องให้ความร่วมมือในการจัดทำ “แบบรายงานการรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด” และ “แบบขออนุมัติ/รายงาน การให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด” และรายงานต่อผู้บังคับบัญชาโดยตรง และสำเนาสำนักบริหาร

1. การให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด

1.1 ต้องเป็นการให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด ซึ่งเป็นไปตามปกติตามประเพณีนิยม รวมถึงโอกาสในการแสดงความยินดี แสดงความขอบคุณ แสดงการต้อนรับ แสดงความเสียใจ หรือให้ความช่วยเหลือตามมารยาทที่ถือปฏิบัติในสังคม สามารถกระทำได้โดยต้องไม่ขัดต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และจารีตประเพณีท้องถิ่น เช่น มูลค่าต้องไม่เกิน 3,000 บาท ต่อคนต่อโอกาส และควรให้ในรูปแบบที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่ม ดังต่อไปนี้

ก. ปฏิทิน ไดอารี่

ข. สินค้าของบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่ม (Company Product)

ค. สินค้าที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่ม (Corporate Logo / Corporate Brand)

ง. สินค้าโครงการหลวง โครงการในพระราชดำริ สินค้าชุมชนในพื้นที่ปฏิบัติการของบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่ม หรือสินค้าเพื่อการกุศล หรือสาธารณประโยชน์ หรือสินค้าที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1.2 ต้องเป็นการให้ในนามบริษัทฯ เท่านั้น ไม่ใช่ในนามของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน และต้องกระทำอย่างเปิดเผยไม่ปกปิด

1.3 การให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด ควรดำเนินการให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อไม่ให้เกิดการเลือกปฏิบัติ

1.4 ต้องเป็นประเภทและมีมูลค่าที่มีความเหมาะสม ถูกต้องตามกาลเทศะ เช่น กรณีที่อยู่ระหว่างการประกวดราคา งดการให้ของขวัญกับเจ้าหน้าที่รัฐ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนของบริษัท หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.5 ต้องไม่เป็นการให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด แก่คู่สมรส บุตร หรือผู้เกี่ยวข้องของเจ้าพนักงานของรัฐ ลูกค้า คู่ค้า และบุคคลที่ติดต่อด้วย เนื่องจากโดยพฤติการณ์ถือว่าเป็นการรับแทน

1.6 การให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด ซึ่งเป็นไปตามปกติตามประเพณีนิยม รวมถึงโอกาสในการแสดงความยินดี แสดงความขอบคุณ แสดงการต้อนรับ แสดงความเสียใจ หรือให้ความช่วยเหลือตามมารยาทที่ถือปฏิบัติในสังคม และเนื่องในโอกาสสำคัญทางธุรกิจ อาทิ วันสถาปนาการจัดตั้ง การลงนามสัญญาทางธุรกิจ สามารถกระทำได้ และมูลค่าของที่ระลึกควรไม่เกินกว่า 3,000 บาท หรือหากเกินกว่า 3,000 บาท หน่วยงานผู้ให้จะต้องจัดทำแบบฟอร์ม “แบบขออนุมัติ/รายงานการให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด” พร้อมแนบเอกสารประกอบการพิจารณา เช่น ใบเสนอราคา รูปภาพ/รูปถ่ายของขวัญ เป็นต้น และเสนอพิจารณาตามแนวปฏิบัติต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

1.7 ในการดำเนินการเบิกค่าใช้จ่าย ต้องปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ เรื่อง ผู้มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายตามงบประมาณ พร้อมทั้งแนบเอกสาร เช่น "แบบขออนุมัติ/รายงานการให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด" ที่ได้รับการอนุมัติแล้ว พร้อมเอกสารประกอบการเบิกค่าใช้จ่าย หรือหลักฐานประกอบอื่น ๆ ภายใน 7 วันทำการหลังการดำเนินงาน และนำส่งเอกสารทั้งหมดให้ฝ่ายบัญชีและการเงินจัดเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อดำเนินการตรวจสอบต่อไป พร้อมทั้งสำเนาให้สำนักบริหาร

2. การรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด

2.1 กำหนดให้มีประกาศ นโยบายไม่รับของขวัญ ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ หรือโอกาสอื่นใดเพื่อสร้างบรรทัดฐาน ที่ดีในการดำเนินธุรกิจ โดยบุคลากรของบริษัทฯ มีหน้าที่ชี้แจงให้คู่ค้าธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ทราบถึงประกาศนโยบายไม่รับของขวัญของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง และขอให้ผู้มีส่วนได้เสียให้ความร่วมมือในการดำเนินการดังกล่าว

2.2 บุคลากรของบริษัทฯ งดรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด ในทุกกรณี อันมีเจตนาโดยมิชอบ หรือส่งผลต่อการตัดสินใจในเชิงผลประโยชน์ และมีหน้าที่แจ้งให้บุคคลภายนอกทราบถึงนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างทั่วถึง

2.3 ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด โดยมิอาจหลีกเลี่ยงได้ หรือไม่สามารถส่งคืนได้ ต้องปฏิบัติดังนี้

ก. ผู้รับจะต้องรายงานผู้บังคับบัญชาตามสายงาน และบันทึกการรับใน “แบบรายงานการรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด” และส่งมอบของดังกล่าวให้กับสำนักบริหาร

ข. สำนักบริหาร ต้องดำเนินการบันทึกการรับและมีหน้าที่รับผิดชอบในการรวบรวมสิ่งของดังกล่าว และดำเนินการตามความเหมาะสม เช่น นำไปเป็นของรางวัลให้กับพนักงานในเทศกาลสำคัญ หรือขออนุมัติดำเนินการบริจาคให้บุคคลหรือหน่วยงานภายนอกเพื่อการกุศลหรือสาธารณประโยชน์ต่อไปตามความเหมาะสม เว้นแต่

1. กรณีเป็นของบริโภคซึ่งมีวันหมดอายุน้อยกว่า 1 เดือน ให้เป็นดุลยพินิจของผู้บังคับบัญชาส่วนงานที่ได้รับของขวัญในการบริหารจัดการ อาจแจกจ่ายในส่วนงานของตน หรือแบ่งสันปันส่วนให้หน่วยงานอื่น ๆ โดยจัดทำ “แบบรายงานรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด” ให้บริษัทฯ ทราบ

2. กรณีเป็น ปากกา ปฏิทิน ไดอารี่ ที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท พนักงานสามารถรับเป็นขวัญส่วนตัวได้ หรือแจกจ่ายให้กับหน่วยงานอื่น ๆ โดยมิต้องจัดทำ “แบบรายงานรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด” ให้บริษัทฯ ทราบ

3. กรณีเป็นการรับของขวัญ ของที่ระลึก ในนามองค์กรต่อองค์กร เช่น การลงนามสัญญาทางธุรกิจ สามารถรับไว้ได้ ทั้งนี้ ของขวัญ ของที่ระลึก ดังกล่าว จะต้องเป็นทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยให้ผู้รับของขวัญจะต้องจัดทำ “แบบรายงานการรับของขวัญ ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด” และให้ผู้บังคับบัญชาในสายงานอนุมัติรับทราบ และนำส่งของขวัญไปที่สำนักบริหาร

<u>แนวทางในการปฏิบัติการเลี้ยงรับรองหรือบริการต้อนรับ</u>

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ดังนั้น การใช้จ่ายสำหรับการเลี้ยงรับรองในเชิงธุรกิจ อาทิเช่น การเลี้ยงรับรองเป็นอาหารและเครื่องดื่ม การเลี้ยงรับรองในรูปแบบการกีฬา กิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ และการใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติทางธุรกิจ หรือเป็นจารีตทางการค้า รวมถึงการให้ความรู้ความเข้าใจทางธุรกิจ สามารถกระทำได้ แต่ต้องเป็นการใช้จ่ายอย่างสมเหตุสมผล และไม่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงานของผู้รับการเลี้ยง หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทฯ ผู้รับการเลี้ยงหรือบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นต้องเป็นไปตามอำนาจการอนุมัติของบริษัทฯ ทั้งนี้บริษัทฯ จึงกำหนดแนวปฏิบัติในการเลี้ยงรับรองและบริการต้อนรับ ดังนี้

1. การใช้จ่ายสำหรับเลี้ยงรับรองและบริการต้อนรับทางธุรกิจ อาทิ การเลี้ยงรับรองเป็นอาหารและเครื่องดื่ม การเลี้ยงรับรองในรูปแบบการกีฬา และการใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติทางธุรกิจ หรือเป็นจารีตทางการค้า รวมถึงการให้ความรู้ความเข้าใจทางธุรกิจสามารถกระทำได้ แต่ต้องเป็นการใช้จ่ายอย่างสมเหตุสมผล และไม่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

2. ต้องเป็นการเลี้ยงรับรองหรือบริการต้อนรับในนามของบริษัทฯ เท่านั้น ไม่ใช่ในนามกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน และต้องกระทำอย่างเปิดเผยไม่ปกปิด

3. ต้องเป็นประเภทและมีมูลค่าที่มีความเหมาะสม ถูกต้องตามกาลเทศะ เช่น กรณีที่อยู่ระหว่างการประกวดราคา ห้ามการบริการ หรือเลี้ยงรับรองกับเจ้าหน้าที่รัฐ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนของบริษัท หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. ต้องไม่เป็นการเลี้ยงรับรอง หรือบริการต้อนรับในสถานที่ที่ไม่เหมาะสม

5. ต้องไม่เป็นการกระทำเพื่อครอบงำชักนำหรือตอบแทนบุคคลใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบผ่านการกระทำที่ไม่เหมาะสม หรือแอบแฝงเพื่อให้ได้มาซึ่งการช่วยเหลือ หรือผลประโยชน์

6. ในการเลี้ยงรับรองหรือบริการต้อนรับ ต้องจัดทำบันทึกแนบ “แบบขออนุมัติ/รายงานการเลี้ยงรับรองหรือบริการต้อนรับ” และเสนอพิจารณาอนุมัติตามอำนาจอนุมัติตามแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

7. การดำเนินการเบิกค่าใช้จ่ายต้องปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ และอำนาจดำเนินการ ผู้ขอเบิกต้องแสดงหลักฐานประกอบการเบิกค่าใช้จ่าย ประกอบด้วย "แบบขออนุมัติ/รายงานการเลี้ยงรับรองหรือบริการต้อนรับ" ที่ได้รับการอนุมัติแล้ว พร้อมเอกสารประกอบการเบิกค่าใช้จ่าย ภายใน 7 วันทำการหลังการดำเนินงานและนำส่งเอกสารทั้งหมดให้ฝ่ายบัญชีและการเงินจัดเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อดำเนินการตรวจสอบต่อไป

แนวทางในการปฏิบัติการบริจาค หรือการให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค

บริษัทฯ มีแนวทางปฏิบัติการบริจาค หรือการให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค ต้องเป็นไปอย่างโปร่งใสและถูกต้องตามกฎหมาย และต้องพิสูจน์ได้ว่าเป็นการนำไปใช้ในการกุศล หรือสนับสนุนอย่างแท้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ขออนุมัติ และต้องเป็นไปตามกฎหมายและไม่ขัดต่อศีลธรรม และไม่ถูกนำไปใช้เพื่อเป็นข้ออ้างในการติดสินบนหรือการทุจริตคอร์รัปชัน หรือก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจที่ไม่เหมาะสม และในการให้เงินสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อธุรกิจ ภาพลักษณ์ที่ดี และชื่อเสียงของบริษัทฯ จึงกำหนดแนวปฏิบัติในการบริจาคและการให้เงินสนับสนุน ดังนี้

1. การบริจาค ทั้งในรูปแบบของการให้ความช่วยเหลือทางการเงิน หรือรูปแบบอื่น ๆ เช่น การให้ความรู้หรือสละเวลา เป็นต้น บริษัทฯ สามารถกระทำได้โดยอาจเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมตอบแทนสังคม ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัทฯ โดยมิได้มุ่งหวังผลตอบแทนทางธุรกิจ ทั้งนี้ การบริจาคและให้การสนับสนุน ต้องดำเนินการภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้

1.1 ต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมาย และไม่ขัดต่อศีลธรรม รวมทั้งไม่เป็นการกระทำการใด ๆ อันจะนำไปใช้เพื่อเป็นข้ออ้างในการติดสินบน หรือการทุจริตคอร์รัปชัน หรือก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจที่ไม่เหมาะสม

1.2 เป็นองค์กรที่เชื่อถือได้ และ/หรือมีการจัดตั้งอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

1.3 ต้องเป็นการบริจาค โดยกระทำในนามบริษัทฯ เท่านั้น

1.4 ต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการบริจาค ซึ่งสามารถปฏิบัติและวัดประเมินผลได้

1.5 ไม่ควรจ่ายเงินตรงไปที่เจ้าหน้าที่หรือบุคคลใด ๆ ในนามบุคคล เว้นแต่มีรายละเอียดระบุในหนังสือขอรับการสนับสนุนชัดเจนและมีหลักฐานการรับการสนับสนุนเป็นลายลักษณ์อักษร

1.6 การดำเนินการบริจาค ให้หน่วยงานที่จะทำการบริจาคจัดทำแบบฟอร์ม “แบบขออนุมัติ บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค” และแนบเอกสารประกอบการขออนุมัติ เช่น หนังสือขอรับบริจาคและนำเสนอพิจารณาอนุมัติ ตามแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

1.7 การดำเนินการเบิกค่าบริจาค (กรณีบริจาคเงิน) ต้องปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ และอำนาจดำเนินการ ผู้ขอเบิกต้องแสดงหลักฐานประกอบการเบิกเงินค่าบริจาค ประกอบด้วย "แบบขออนุมัติ บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน" ที่ได้รับการอนุมัติแล้ว พร้อมเอกสารประกอบการเบิกค่าใช้จ่ายต่อฝ่ายบัญชีและการเงินจัดเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อดำเนินการตรวจสอบต่อไป

1.8 เมื่อดำเนินแล้วเสร็จ ผู้ขออนุมัติต้องจัดทำแบบฟอร์ม “แบบรายงาน บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค” พร้อมแสดงหลักฐานการบริจาค เช่น ภาพถ่าย หนังสือขอบคุณ หรือใบเสร็จรับเงิน ในกรณีบริจาคเป็นเงิน และให้นำส่งเอกสารทั้งหมด ภายใน 7 วันทำการหลังการดำเนินงาน และนำส่งเอกสารทั้งหมดให้ฝ่ายบัญชีและการเงินจัดเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อดำเนินการตรวจสอบต่อไป

1.9 ควรมีการติดตามตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าการบริจาค และ/หรือการสนับสนุนได้ถูกนำไปเพื่อใช้ประโยชน์ของสาธารณะ และ/หรือตรงตามวัตถุประสงค์ของการบริจาค และ/หรือการสนับสนุนอย่างแท้จริง ไม่มีวัตถุประสงค์แอบแฝง หรือเพื่อให้ได้ประโยชน์ทางธุรกิจที่ไม่เหมาะสม

2. การให้เงินสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นเงินหรือทรัพย์สินแก่กิจกรรมหรือโครงการใด จะต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมายและมั่นใจว่าการให้เงินสนับสนุนดังกล่าวจะไม่ถูกนำไปใช้เป็นวิธีการหลีกเลี่ยงในการให้สินบน ทั้งนี้ การให้เงินสนับสนุนนั้นต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ธุรกิจและภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ โดยไม่หวังผลประโยชน์หรือมีวัตถุประสงค์แอบแฝงอื่นที่เป็นการทุจริต หรือประพฤติโดยมิชอบ โดยอาจกระทำได้หลายรูปแบบ เช่น การสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรม กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กิจการเพื่อการศึกษาและกีฬา เป็นต้น

2.1 การจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) สามารถดำเนินการได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า เจ้าหนี้ คู่แข่ง รัฐบาล ชุมชนและสังคม ตลอดจนสิ่งแวดล้อม และการจัดกิจกรรมดังกล่าวจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

2.2 การสนับสนุนโดยเงิน หรือการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ต้องไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ต่างตอบแทนให้กับบุคคล หน่วยงาน หรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2.3 การสนับสนุนโดยเงิน หรือการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จะต้องตรวจสอบได้ มีใบเสร็จรับเงิน หรือเอกสารหลักฐานอื่น ๆ ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับระเบียบบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าการสนับสนุนดังกล่าวไม่ได้ใช้เป็นข้ออ้างสำหรับการกระทำอันเป็นการทุจริตคอร์รัปชัน

2.4 การจัดทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) หรือกิจกรรมใด ๆ ในนามบริษัทฯ ต้องยกเว้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนพรรคการเมือง

2.5 การดำเนินการให้เงินสนับสนุน ให้หน่วยงานที่จะทำการให้เงินสนับสนุนจัดทำแบบฟอร์ม “แบบขออนุมัติ บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค” และแนบเอกสารประกอบการขออนุมัติ เช่น หนังสือขอรับเงินสนับสนุน และนำเสนอพิจารณาอนุมัติตามแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

2.6 การดำเนินการเบิกค่าใช้จ่ายเงินสนับสนุน ต้องปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ อำนาจดำเนินการพร้อมทั้งแนบเอกสาร ผู้ขอเบิกต้องแสดงหลักฐานประกอบการเบิกการให้เงินสนับสนุน ประกอบด้วย "แบบขออนุมัติ บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน" และสินค้าเพื่อบริจาค ที่ได้รับการอนุมัติแล้ว พร้อมเอกสารประกอบการเบิกค่าใช้จ่ายต่อฝ่ายบัญชีและการเงิน

2.7 เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ ผู้ขออนุมัติจะต้องจัดทำแบบฟอร์ม “แบบรายงาน บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค” พร้อมแสดงหลักฐานการให้เงินสนับสนุน เช่น ภาพถ่าย หนังสือขอบคุณ ภายใน 7 วันทำการหลังการดำเนินงานและนำส่งเอกสารทั้งหมดให้ฝ่ายบัญชีและการเงินจัดเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อดำเนินการตรวจสอบต่อไป

3. สินค้าบริจาค บริษัทฯ สามารถกระทำได้โดยอาจเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมตอบแทนสังคม ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัทฯ โดยมิได้มุ่งหวังผลตอบแทนทางธุรกิจ ทั้งนี้ สินค้าบริจาค ต้องดำเนินการภายใต้เงื่อนไข ดังต่อไปนี้

3.1 ต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมาย และไม่ขัดต่อศีลธรรม รวมทั้งไม่เป็นการกระทำการใด ๆ อันจะนำไปใช้เพื่อเป็นข้ออ้างในการติดสินบนหรือการทุจริตคอร์รัปชัน หรือก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจที่ไม่เหมาะสม

3.2 เป็นองค์กรที่เชื่อถือได้ และ/หรือมีการจัดตั้งอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

3.3 ต้องเป็นการบริจาคสินค้า โดยกระทำในนามบริษัทฯ เท่านั้น

3.4 การดำเนินการบริจาคสินค้า ให้หน่วยงานที่จะทำการบริจาค จัดทำแบบฟอร์ม “แบบขออนุมัติ บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค” และแนบเอกสารประกอบการขออนุมัติ เช่น หนังสือขอรับบริจาค และนำเสนอพิจารณาอนุมัติตามแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

3.5 การดำเนินการเบิกสินค้าเพื่อบริจาค ต้องปฏิบัติตามอำนาจดำเนินการ ผู้ขอเบิกต้องแสดงหลักฐานประกอบการเบิกสินค้าเพื่อบริจาค ประกอบด้วย "แบบขออนุมัติ บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค" ที่ได้รับการอนุมัติแล้ว พร้อมรายละเอียดสินค้าที่ต้องการบริจาค นำส่งฝ่ายจัดหาสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.6 เมื่อดำเนินแล้วเสร็จ ผู้ขออนุมัติต้องจัดทำแบบฟอร์ม “แบบรายงาน บริจาค หรือให้เงินสนับสนุน และสินค้าเพื่อบริจาค” พร้อมแสดงหลักฐานการบริจาค เช่น ภาพถ่าย หนังสือขอบคุณ และให้นำส่งเอกสารทั้งหมด ภายใน 7 วันทำการหลังการดำเนินงาน และนำส่งเอกสารทั้งหมดให้ฝ่ายบัญชีและการเงินจัดเก็บไว้เป็นหลักฐานเพื่อดำเนินการตรวจสอบต่อไป

การปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบต่าง ๆ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ขั้นตอนการปฏิบัติงานและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในทุกพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ รวมถึงการเคารพความแตกต่างด้านวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละท้องถิ่น โดยบุคลากรของบริษัทฯ ต้องศึกษา ทำความเข้าใจ เคารพ ไม่ฝ่าฝืนกฎหมาย ทำในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย และไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการขัดต่อวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีนั้น ๆ รวมทั้งแจ้งข้อร้องเรียนและเบาะแสเมื่อพบเห็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

1. บุคลากรของบริษัทฯ ต้องศึกษาและทำความเข้าใจกฎหมาย ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ รวมถึงระเบียบ ข้อบังคับ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของตนโดยตรงให้ถี่ถ้วนและปฏิบัติตามอย่าง

เคร่งครัด เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้า ตัวอย่างสินค้าและอุปกรณ์ที่นำไปด้วย เอกสารในการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทางและการปฏิบัติงานไม่ผิดกฎหมายหรือไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ทั้งนี้ หากไม่แน่ใจให้ขอคำปรึกษาจากผู้บังคับบัญชา และห้ามปฏิบัติไปตามความเข้าใจของตนเองโดยไม่มีคำแนะนำ

2. บริษัทฯ เคารพต่อขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่บริษัทฯ เข้าไปลงทุน โดยดำเนินธุรกิจและปฏิบัติตามกฎหมายในแต่ละประเทศหรือท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ด้วยตระหนักเสมอว่ากฎหมาย กฎเกณฑ์ หรือขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ในแต่ละท้องถิ่นอาจมีเงื่อนไข ขั้นตอน หรือวิธีปฏิบัติที่แตกต่างกัน

3. บุคลากรของบริษัทฯ ต้องไม่ให้การช่วยเหลือ สนับสนุนการกระทำที่เป็นการหลีกเลี่ยงหรือฝ่าฝืนการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เมื่อพบว่าระเบียบ ข้อกำหนด ขั้นตอนการปฏิบัติงาน หรือหนังสือสั่งการของบริษัทฯ แตกต่างจากที่บังคับใช้ในพื้นที่หรือประเทศนั้น ๆ ให้ปรึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนดำเนินการใด ๆ

ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่ถูกปรับ กล่าวโทษ หรือถูกดำเนินการทางแพ่ง โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ขั้นตอนการปฏิบัติงานและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในทุกพื้นที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ รวมถึงการเคารพความแตกต่างด้านวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละท้องถิ่น โดยบุคลากรของบริษัทฯ ต้องศึกษา ทำความเข้าใจ เคารพ ไม่ฝ่าฝืนกฎหมาย ทำในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย และไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการขัดต่อวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีนั้น ๆ รวมทั้งแจ้งข้อร้องเรียนและเบาะแสเมื่อพบเห็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

การใช้และรักษาข้อมูลและทรัพย์สิน

การป้องกันข้อมูลภายในมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของบริษัทฯ รวมทั้งมีความสำคัญต่อความมั่นคงในอาชีพการงานของบุคลากรทุกคนด้วย เพื่อให้การให้ข้อมูลข่าวสารต่อบุคคลภายนอกเป็นไปในแนวทางที่จะไม่เกิดผลเสียหายต่อธุรกิจและชื่อเสียงของบริษัทฯ จึงได้กำหนดแนวปฏิบัติการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยบุคลากรของบริษัทฯ ต้องรักษาข้อมูลภายในไว้เป็นความลับ ไม่นำข้อมูลไปใช้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตน แม้พ้นสภาพหรือสิ้นสุดการปฏิบัติหน้าที่ไปแล้ว

1. บุคลากรของบริษัทฯ ต้องรักษาข้อมูลภายในและเอกสารที่ไม่สามารถเปิดเผยต่อบุคคลภายนอก อันนำไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเอง หรือครอบครัว หรือพวกพ้องในทางมิชอบ เช่น ข้อมูลที่มีผลกระทบต่อราคาหุ้น ความลับทางการค้า สูตรการประดิษฐ์คิดค้นต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นสิทธิของบริษัทฯ

2. ข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทฯ เก็บรักษาไว้ได้รับการเก็บอย่างถูกต้อง เป็นความลับ และมีการใช้งานโดยสุจริตตามที่เจ้าของข้อมูลรับทราบและยินยอม และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยบุคลากรของบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามนโยบาย และ/หรือระเบียบวิธีปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด

3. บุคลากรของบริษัทฯ ต้องไม่นำข้อมูลที่เป็นความลับไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือบุคคลอื่น

4. บุคลากรของบริษัทฯ ที่ได้รับหรือทำงานเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลต้องเก็บรักษาหรือใช้ข้อมูลดังกล่าวอย่างระมัดระวัง

5. บริษัทฯ กำหนดให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคู่สัญญาและข้อตกลงที่มีไว้กับคู่สัญญา ถือเป็นความลับที่ไม่อาจเปิดเผยให้บุคคลอื่น เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทฯ และคู่สัญญาเท่านั้น

6. บริษัทฯ จัดให้มีมาตรการและระบบควบคุมดูแลข้อมูลของบริษัทฯ ภายในฝ่าย หรือแผนกของตนอย่างรัดกุม เพื่อป้องกันไม่ให้ข้อมูลภายในที่สำคัญของบริษัทฯ เปิดเผยออกสู่ภายนอกก่อนการเผยแพร่อย่างเป็นทางการ โดยให้ถือว่ามาตรการและระบบควบคุมนี้เป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัทฯ

7. บริษัทฯ มอบหมายให้เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชาในลำดับขั้นต่าง ๆ ที่จะต้องควบคุมดูแลไม่ให้มีการรั่วไหลของข้อมูลและข่าวสารที่สำคัญของบริษัทฯ ออกสู่ภายนอก โดยบุคลากรในสายบังคับบัญชาของตนก่อนการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการของบริษัทฯ

8. การใช้ข้อมูลภายในร่วมกันของบุคลากรจะต้องอยู่ในกรอบหน้าที่และความรับผิดชอบเท่าที่บุคลากรพึงได้รับมอบหมายเท่านั้น

9. บุคลากรของบริษัทฯ ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับของบริษัทฯ แม้พ้นสภาพหรือสิ้นสุดการปฏิบัติหน้าที่ไปแล้ว

10. กรณีถูกถามหรือขอให้เปิดเผยข้อมูลในส่วนที่อยู่นอกเหนือความรับผิดชอบ ให้ปฏิเสธการแสดงความเห็นต่าง ๆ ด้วยความสุภาพ และแนะนำ ให้สอบถามจากหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายและรับผิดชอบในการเปิดเผยข้อมูลนั้นโดยตรง เพื่อให้การให้ข้อมูลถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

11. บริษัทฯ มีการกำหนดชั้นความลับของข้อมูลและวิธีการที่บุคคลของบริษัทฯ ต้องทำความเข้าใจถึงระดับความลับ และการปฏิบัติเพื่อรักษาความลับ บุคลากรของบริษัทฯ ต้องรักษาความลับในส่วนที่ตนเองรับผิดชอบ ไม่ให้ความลับตกไปยังบุคคลอื่น รวมทั้งบุคลากรของบริษัทอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง

12. บริษัทฯ ต้องรักษาและปกปิดข้อมูลลูกค้า และข้อมูลทางการค้าไว้เป็นความลับ บุคลากรของบริษัทฯ ต้องไม่เปิดเผยความลับของลูกค้าต่อบุคลากรของบริษัทฯ และบุคลากรภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้อง เว้นแต่เป็นข้อบังคับโดยกฎหมายให้เปิดเผย การเปิดเผยเพื่อวัตถุประสงค์ทางการฟ้องร้องคดี หรือคณะกรรมการบริษัทอนุมัติให้มีการเปิดเผย

13. ข้อมูลภายในเป็นข้อมูลในการดำเนินการและบริหารกิจการอันเป็นข้อมูลลับของบริษัทฯ ที่ยังไม่เปิดเผยสู่สาธารณะ หากเปิดเผยแล้วย่อมส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีผลกระทบต่อมูลค่าหุ้นที่มีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ บุคลากรของบริษัทฯ จึงต้องรักษาข้อมูลภายในไว้เป็นความลับ และต้องไม่นำข้อมูลภายในที่ตนล่วงรู้มาจากการปฏิบัติหน้าที่ของตนไปบอกผู้อื่น หรือนำข้อมูลภายในไปใช้แสวงหาประโยชน์ในทางมิชอบ หรือทำให้ประโยชน์ของบริษัทฯ ลดลง

ทรัพย์สินทางปัญญาและงานอันมีลิขสิทธิ์

บริษัทฯ เคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น โดยไม่ละเมิดหรือไม่สนับสนุนการดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่น มีการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม เคารพและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

1. บริษัทฯ ต้องดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อบังคับตามที่บริษัทฯ เข้าไปลงทุน รวมถึงข้อผูกพันตามสัญญาที่เกี่ยวกับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่ถูกต้อง สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า และข้อมูลกรรมสิทธิ์อื่น ๆ

2. บริษัทฯ ต้องไม่ละเมิดหรือนำสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่ถูกต้องไปใช้ในทางที่ผิด

3. บุคลากรของบริษัทฯ ที่มีหน้าที่รักษาความลับทางการค้า สูตรลับทางการค้า กระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ หรือวิธีการประกอบธุรกิจที่เป็นความลับ จะต้องรักษาความลับนั้น ๆ ให้ปลอดภัยที่สุด และป้องกันมิให้ข้อมูลเหล่านั้นรั่วไหล

4. บุคลากรของบริษัทฯ ต้องเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ไม่นำผลงานของผู้อื่นแม้เพียงบางส่วนไปใช้เป็นประโยชน์ส่วนตน โดยไม่ได้รับอนุญาตหรือให้ค่าตอบแทนแก่เจ้าของงานเสียก่อน

5. บุคลากรของบริษัทฯ มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ว่าด้วยเรื่องการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภท ข้อบังคับและข้อผูกพันตามสัญญาทั้งหมด เกี่ยวกับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น รวมถึงสิทธิบัตร ลิขสิทธิ เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า และข้อมูลกรรมสิทธิ

6. ในการเข้าทำสัญญาหรือนิติกรรมใด ๆ ควรมีการตกลงให้ชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

7. การโอนสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ ให้กับบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นบริษัทในกลุ่มหรือไม่ก็ตาม ต้องทำตามแบบที่กฎหมายกำหนดและต้องดำเนินการโดยผู้มีอำนาจของบริษัทฯ เท่านั้น

8. รายงานต่อผู้บังคับบัญชา หรือผู้ดูแลงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อพบเห็นการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิหรือการกระทำที่อาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

9. ในกรณีที่งานอันมีลิขสิทธิ์ หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่นใดเกิดขึ้น จากการปฏิบัติงานของผู้บริหาร พนักงาน ลิขสิทธิ์ หรือทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านั้นย่อมตกเป็นของบริษัทฯ

10. บุคลากรของบริษัทฯ ที่พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานแล้ว จะต้องส่งมอบทรัพย์สินทางปัญญาต่าง ๆ ของบริษัทฯ เช่น สิ่งประดิษฐ์ รายงาน ข้อมูลการค้า โปรแกรมต่างๆ กรรมวิธี นวัตกรรม ที่อยู่ในความครอบครองคืนให้กับบริษัทฯ ทั้งหมด

นอกจากการกำหนดในเรื่องการป้องกันมิให้มีการกระทำผิดเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ในส่วนของบริษัทฯ ได้มีการพัฒนาสินค้า และมีสินค้าที่เป็นของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของตนเองเพื่อป้องกันมิให้ผู้อื่นทำการละเมิดได้ โดยบริษัทฯ จะดำเนินการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เช่น เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร เป็นต้น

การต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

บริษัทฯ ตั้งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมและปฏิบัติตามกรอบกติกาการแข่งขันที่ดี บริษัทฯ ต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม โดยไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต หรือไม่เหมาะสม ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย ไม่ทำข้อตกลงใดที่มีลักษณะจำกัดการแข่งขันทางการค้า และส่งเสริมการแข่งขันโดยเสรี ไม่กระทำการใด ๆ เพื่อก่อให้เกิดการบิดเบือนราคาตลาด ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้บริโภค พร้อมทั้งให้ความร่วมมือเพื่อเสริมศักยภาพทางธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ จะปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้าให้สอดคล้องกับหลักสากลภายใต้กรอบแห่งกฎหมายเกี่ยวกับหลักปฏิบัติการแข่งขันทางการค้าไม่ละเมิดความลับหรือล่วงรู้ความลับทางการค้าของคู่ค้าด้วยวิธีฉ้อฉล โดยมีแนวปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

1. ปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้าอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่ายภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขัน

2. ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต หรือไม่เหมาะสม หรือขัดต่อกฎหมายใด ๆ

3. ไม่กระทำโดยเจตนาเพื่อทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางเสื่อมเสีย โดยปราศจากซึ่งข้อมูลอันอาจกล่าวอ้างได้

4. ไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญหาและงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่น หรือคู่แข่งทางการค้า

5. ระมัดระวังในการติดต่อและการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคู่แข่งทางการค้า ซึ่งอาจถูกมองว่าเป็นการดำเนินการที่ขัดต่อกฎหมายแข่งขันทางการค้าและกฎหมายป้องกันการผูกขาด

6. ไม่ทำความตกลงใด ๆ กับคู่แข่งหรือบุคคลใดที่มีลักษณะเป็นการลดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้า หรือมีลักษณะผูกขาดทางการค้าทางการค้าในประเทศที่เกี่ยวข้องได้

การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการจัดเก็บรักษาความลับของข้อมูลต่าง ๆ เนื่องด้วยบริษัทฯ มีความเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย เช่น ลูกค้า คู่ค้า เป็นต้น โดยได้กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลและระบบสารสนเทศตามอำนาจและความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละระดับ และมีการจัดเตรียมมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ เช่น การมีระบบสำรองข้อมูล ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดให้ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีหน้าที่ดูแลระบบสารสนเทศของบริษัทฯ และได้กำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและไซเบอร์ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. ดำเนินการให้ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ มีความมั่นคงปลอดภัย น่าเชื่อถือมีมาตรการป้องกัน รับมือ และลดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ รวมถึงการรั่วไหลของข้อมูลและข้อมูลส่วนบุคคล ให้สอดคล้องตามกฎหมายและมาตรฐานสากล

2. กำหนดระเบียบ หลักเกณฑ์ และแนวทางปฏิบัติ การใช้งานระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ เพื่อความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและไซเบอร์

3. จัดให้มีมาตรการควบคุมการเข้าถึงระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศให้เหมาะสมและปลอดภัย ทั้งในด้านการรักษาความลับ ด้านการรักษาความครบถ้วน และด้านการรักษาสภาพพร้อมใช้งาน

4. จัดให้มีมาตรการป้องกัน และเฝ้าระวังภัยคุกคามด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐาน ด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ เพื่อป้องกันภัยคุกคามต่าง ๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

5. จัดให้มีการสำรองข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงมาตรการและการบริหารจัดการ หากเกิดเหตุการณ์ผิดปกติหรือภัยคุกคามทางไซเบอร์ ที่มีผลกระทบกับความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ อย่างเหมาะสม รวดเร็ว และทันการณ์ เพื่อควบคุมความเสียหายที่จะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

6. จัดให้มีการประเมิน วิเคราะห์ และบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและไซเบอร์เพื่อพิจารณาหาแนวทางป้องกันและแก้ไขความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งป้องกันภัยคุกคามต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

7. ทบทวน ระเบียบ หลักเกณฑ์ แนวทางปฏิบัติ รวมถึงมาตรการต่าง ๆ เกี่ยวกับด้านสารสนเทศและไซเบอร์ ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ กฎหมาย มาตรฐานสากล และการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ

8. กำกับดูแลให้พนักงานและผู้เกี่ยวข้องปฏิบัติตามระเบียบ หลักการ แนวทางปฏิบัติ รวมถึงมาตรการต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด รวมถึงสนับสนุนการดำเนินการและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้เกิดความรับผิดชอบ และตระหนักถึงความสำคัญของความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและไซเบอร์อย่างสม่ำเสมอ

9. พิจารณาและทบทวนนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและไซเบอร์ อย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี หรือที่มีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้านการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบและเคารพในสิทธิข้อมูลของลูกค้า โดยเฉพาะกิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารผ่านทางระบบสังคมออนไลน์ต่างๆ โดยบริษัทฯ ให้ความเคารพต่อความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและให้ทางเลือกแก่ลูกค้าในการปฏิเสธการรับข่าวสารและข้อมูล (Unsubscribe) นอกจากนี้บริษัทฯ ยังดูแลเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาสาระของข้อมูลเป็นไปตามข้อเท็จจริง

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีมาตรการป้องกันและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ดังนี้

1. จัดให้มีการคัดกรองและกำหนดสิทธิเฉพาะผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการเข้าถึงดำเนินการแจกจ่ายข้อมูลต่าง ๆ และการสำรองข้อมูล

2. ติดตั้งระบบและอุปกรณ์ในการป้องกันการคุกคาม และการเฝ้าระวังพฤติกรรมภัยคุกคาม โดยมีการจัดทำรายงานการโจมตีและผลการแก้ไข เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำมาตรการป้องกันต่อไป

3. ดำเนินการทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Testing) และการประเมินช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) เพื่อให้มั่นใจว่าระบบมีความปลอดภัยและสามารถป้องกันภัยคุกคามได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. สร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ที่เกี่ยวกับภัยคุกคาม วิธีการป้องกัน และกฎหมายด้านไอทีที่เกี่ยวข้องให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทุกช่องทางการสื่อสารภายในของบริษัทฯ และจัดให้มีการฝึกอบรมรวมทั้งมีการวัดผลเพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพต่อไป

5. ให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของระบบ Cyber Security โดยมีการจัดทำสื่อให้ความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจ ผ่านอีเมล Tech Talk เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง

6. จัดให้มีแผนรับมือและตอบสนองต่อเหตุการณ์ผิดปกติทางไซเบอร์ (Cyber Incident Response Plan) เพื่อให้สามารถรับมือและกู้คืนระบบได้อย่างรวดเร็ว เพื่อลดผลกระทบต่อการดำเนินงานและข้อมูลสำคัญของบริษัทฯ

สถิติความปลอดภัยด้านไซเบอร์

	2566	2567	2568
กรณีการละเมิดระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศหรือเหตุการณ์ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์อื่น ๆ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
กรณีการละเมิดข้อมูล อันประกอบด้วยการรั่วไหล การโจรกรรม และการสูญหายของข้อมูลส่วนบุคคล	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

ลิงก์การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนายกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และกิจการอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ เพื่อจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่บริษัทฯ มีความเกี่ยวข้อง ให้เกิดการดำเนินงานสอดคล้องตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

1. บริษัทฯ ยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศ ข้อกำหนดและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการยอมรับทั้งในระดับอุตสาหกรรม ระดับประเทศ รวมถึงมาตรการการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้ครบถ้วนและมีผลการดำเนินงานที่อยู่ภายในเกณฑ์ที่กำหนด
2. บริษัทฯ ส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ตลอดจนการจัดหาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถช่วยลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และตอบสนองเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas : GHG) ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด การอนุรักษ์พลังงาน และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมีส่วนรวมในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
3. บริษัทฯ มุ่งเน้นการลดการใช้ทรัพยากร โดยนำแนวคิด 3R (Reduce – Reuse – Recycle) มาใช้ในการทำงาน
4. บริษัทฯ ส่งเสริมการจัดหาสินค้าและวัสดุที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน (Sustainable Sourcing) รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้ผลิตสินค้า เพื่อส่งเสริมแนวทางการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน
5. บริษัทฯ บริหารจัดการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6. บริษัทฯ ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกคน พิจารณาและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และให้มีส่วนร่วมในการป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ลิงก์การจัดการสิ่งแวดล้อม : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

สิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายสิทธิมนุษยชนเพื่อเป็นคำมั่นว่าจะยึดถือปฏิบัติ สนับสนุน และส่งเสริมการเคารพและปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐาน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกคนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายภายในประเทศ รวมถึงมุ่งมั่นการดำเนินงานตามหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (Universal Declaration of Human Rights: UDHR) หลักการข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations Global Compact: UN Global Compact) หลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights: UNGPs) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) ด้วยหลักการสำคัญที่ว่าด้วยการปกป้องสิทธิ การเคารพสิทธิ และการเยียวยาเมื่อเกิดผลกระทบจากการละเมิดสิทธิ

มนุษยชน เนื่องจากการประกอบธุรกิจ โดยนำนโยบายสิทธิมนุษยชนให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร คณะกรรมการบริษัทจึงกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนในบริษัทฯ ต้องปฏิบัติและรับทราบ ตลอดจนสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจได้รับทราบด้วย

ขอบเขต

บริษัทฯ พิจารณานำนโยบายสิทธิมนุษยชน เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารจัดการด้านสิทธิมนุษยชนและแนวปฏิบัติในการดำเนินงานของบริษัทฯ และกิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการในทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน หรือแรงงาน ห่วงโซ่อุปทาน ชุมชน และสังคม

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีเจตนารมณ์ที่จะส่งเสริมให้บริษัทร่วมทุน หุ้นส่วนธุรกิจ คู่ค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ และกิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการ ดำเนินงานบนพื้นฐานของหลักการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยนำนโยบายฉบับนี้เป็นแนวทางในการปฏิบัติหรือประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม

แนวปฏิบัติของนโยบายสิทธิมนุษยชน

คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานบริษัทฯ เคารพในศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์และปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและเปิดให้ทุกคนมีโอกาสที่เท่าเทียมกัน และปฏิบัติต่อทุกคนโดยไม่เลือกปฏิบัติ และไม่คำนึงถึงความแตกต่างทั้งด้านเชื้อชาติ สัญชาติ สีผิว เพศสภาพ เพศวิถี อายุ ศาสนา ภาษา ลัทธิ ความเชื่อ สถานะทางสังคม ถิ่นกำเนิดของครอบครัว ความทุพพลภาพ ความพิการ ความคิดเห็นทางการเมือง รวมทั้งบทบัญญัติของกฎหมายและหลักการสิทธิมนุษยชนสากลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวังอย่างรอบด้าน เพื่อป้องกันมิให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนในกระบวนการทำงานของบริษัทฯ โดยจะประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights Impact Assessment) โดยรับฟังประเด็นจากผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติของนโยบายสิทธิมนุษยชนครอบคลุมสาระสำคัญดังต่อไปนี้

สิทธิมนุษยชนของลูกค้า

1. ดูแลลูกค้าทุกรายโดยเท่าเทียมกัน ให้การต้อนรับและติดต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ ให้ข้อมูลข่าวสารและให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพเป็นประโยชน์กับลูกค้าสูงสุด พร้อมส่งมอบสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหมายกับลูกค้าในราคาที่เป็นธรรม
2. ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด โดยปฏิบัติด้วยความเสมอภาคและทัดเทียมกัน ไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศ อายุ สีผิว การศึกษา ความพิการ และสถานะทางสังคม
3. ปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าให้ได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการกับบริษัทฯ
4. จัดให้มีช่องทางที่ให้ลูกค้าร้องเรียน เสนอข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ มายังบริษัทฯ โดยมีการบริหารจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสมตลอดจนให้มีการเยียวยา หากมีการละเมิดสิทธิมนุษยชน

สิทธิมนุษยชนของพนักงาน

1. บริษัทฯ ปฏิเสธการจ้างแรงงานเด็ก โดยกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขอายุในการจ้างแรงงานตามข้อบัญญัติของกฎหมายคุ้มครองแรงงานอย่างเคร่งครัด
2. บริษัทฯ ส่งเสริมการจ้างงานอย่างเป็นธรรม โดยปฏิบัติกับพนักงานและลูกจ้างทุกคน รวมทั้งแรงงานต่างด้าว แรงงานผู้พิการ ผู้สูงอายุ สตรี และผู้มีความหลากหลายทางเพศ อย่างเป็นธรรมและโปร่งใสในทุกสถานที่ปฏิบัติงาน การจ้างงานจะระบุข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่ายฝ่าย มีการกำหนดอัตราค่าตอบแทน เป็นไปตามกฎหมายค่าจ้างขั้นต่ำที่กำหนด และพิจารณาค่าตอบแทนที่เพียงพอต่อความจำเป็นในการดำรงชีพขั้นพื้นฐาน รวมทั้งกำหนดการจ่ายค่าตอบแทนในงานที่มีคุณค่าเท่ากัน ต้องเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ

กำหนดชั่วโมงการทำงานสูงสุดให้สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน รวมถึงป้องกันและลดเวลาการทำงานล่วงเวลา หรือชั่วโมงการทำงานที่มากเกินไป จัดให้มีเวลาพักผ่อนในวันทำงานและชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งวันหยุดประจำปีโดยได้รับค่าจ้างเต็มจำนวน ตามกฎหมายแรงงาน

3. บริษัทฯ ไม่ยอมรับการใช้แรงงานบังคับในทุกรูปแบบ ไม่ยอมรับการบังคับใช้แรงงาน แรงงานจากนักโทษ แรงงานทาส และแรงงานในรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นการบังคับเพื่อแสวงหาประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งในการดำเนินงาน และในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ และกิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการ
4. บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานและลูกจ้าง แสดงความคิดเห็นและแสดงออกใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อหลักกฎหมายและศีลธรรมอันดี เคารพสิทธิและเสรีภาพในการสมาคม และการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อเจรจาต่อรอง (Freedom of association and the right to collective bargaining) รวมถึงการร่วมกลุ่มในรูปแบบใด ๆ ที่เป็นไปตามกฎหมาย การรวมกลุ่มกันต้องเป็นไปด้วยความสงบ เรียบร้อย ปราศจากอาวุธ โดยต้องไม่กระทบต่อประสิทธิภาพหรือความต่อเนื่องในการทำงาน ประโยชน์ส่วนรวม และไม่ขัดต่อกฎหมายหรือจรรยาบรรณธุรกิจ
5. บริษัทฯ ส่งเสริมความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในบุคคลและทรัพย์สินของบริษัทฯ พนักงาน ลูกจ้าง ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

ของบริษัทฯ กิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการและห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความปลอดภัย มีมาตรการและระบบการป้องกันและเฝ้าระวัง ความเสี่ยงต่อความปลอดภัยโดยให้ถือปฏิบัติตามกฎหมายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยที่เกี่ยวข้อง มาตรฐานสากลด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และข้อบังคับด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ

6. บริษัทฯ ต่อต้านและไม่ดำเนินการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้ามนุษย์ การกลั่นแกล้ง การก่อกวน การข่มขู่ การคุกคาม การล่วงละเมิด การใช้ความรุนแรงใด ๆ การล้อเลียนหรือการแสดงความเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างของผู้อื่นในลักษณะที่ไม่พึงปรารถนา การคุกคามทางเพศที่แสดงออกทางพฤติกรรมและวาจา รวมถึงลักษณะที่ส่อถึงการล่วงละเมิดทางเพศ หรือทำให้บุคคลหนึ่งเกิดความอับอายทั้งทางร่างกายและจิตใจ อันถือเป็นการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

สิทธิมนุษยชนของผู้ถือหุ้น

1. ดูแล ส่งเสริมการใช้สิทธิความเป็นเจ้าของในการควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ ในการเข้าประชุม การแสดงความคิดเห็น การออกเสียง การลงมติต่าง ๆ

2. นำเสนอรายงาน แจ้งข่าวสารข้อมูลการดำเนินกิจการของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ ครบถ้วนตามความเป็นจริง รวมถึงแจ้งกฎเกณฑ์วิธีการต่าง ๆ ในการถือหุ้นโดยทั่วกัน

3. ตระหนักและให้ความสำคัญถึงสิทธิของผู้ถือหุ้น ไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิดหรือลิดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้น

สิทธิมนุษยชนของคู่ค้า และ/หรือเจ้าหนี้

1. เปิดโอกาสให้คู่ค้าทุกรายได้นำเสนอสินค้าและบริการ การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางการค้าโดยเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ

2. ปฏิบัติต่อคู่ค้า และ/หรือเจ้าหนี้อย่างเสมอภาคและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย

3. ปกป้อง คุ้มครอง ไม่เปิดเผยข้อมูลในส่วนของลูกค้า และ/หรือเจ้าหนี้ ให้คู่ค้าหรือผู้อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องทราบถึงการปกป้อง ดูแล และนำทรัพย์สินทางปัญญาและข้อมูลความลับของคู่ค้ามาใช้ในทางที่ผิด

4. ยึดมั่นในหลักการดำเนินธุรกิจ การโฆษณา และการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน

การแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน เมื่อพบเห็นการกระทำที่เชื่อได้ว่าเป็นการละเมิดนโยบายและแนวปฏิบัตินี้ โดยขั้นตอนให้เป็นไปตามนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด ทั้งนี้ ผู้แจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน จะได้รับความคุ้มครองและข้อมูลจะเก็บเป็นความลับ

บริษัทฯ จะปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมองค์กร การเคารพสิทธิมนุษยชน โดยดำเนินการสอดส่องดูแล ไม่เพิกเฉยเมื่อพบเห็นการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน อีกทั้งจะสื่อสาร เผยแพร่ ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจด้านสิทธิมนุษยชนแก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทฯ กิจการที่บริษัทฯ มีอำนาจบริหารจัดการ และห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และจะดำเนินการทบทวนนโยบายสิทธิมนุษยชน เป็นประจำทุกปี หรือเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญ เพื่อให้นโยบายมีความสอดคล้องกับหลักกฎหมาย หลักปฏิบัติสากล และ/หรือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่เสมอ

ลิงก์สิทธิมนุษยชน : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

บริษัทฯ มีความห่วงใยต่อชีวิตและสุขภาพของบุคลากร เพื่อประโยชน์ในการวางมาตรการควบคุม กำกับ ดูแล และบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างเหมาะสม สำหรับป้องกัน สงวนรักษาทรัพยากรบุคคลอันเป็นกำลังสำคัญ บริษัทฯ จึงได้มีการกำหนดนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ครอบคลุมทุกส่วนงานทั้งหมดของบริษัทฯ

2. แต่งตั้งคณะทำงานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อจัดทำแผนและโครงการ ตลอดจนมาตรการ ระเบียบ ข้อบังคับ รวมถึงแนวปฏิบัติและคู่มือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย โดยยึดหลักกฎหมายและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

3. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย และประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกของพนักงาน ให้ตระหนักและเข้าใจถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเองในด้านความปลอดภัย

4. กำกับดูแลให้พนักงานทุกคน ปฏิบัติตามมาตรการ ระเบียบ ข้อบังคับ รวมถึงแนวปฏิบัติและคู่มือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัยที่ดี และป้องกันอุบัติเหตุและอันตรายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน

5. ส่งเสริมและให้สิทธิพนักงานเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานและขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อความปลอดภัยที่ดียิ่งขึ้น

6. พิจารณาการทบทวนและปรับปรุง มาตรการ ระเบียบ ข้อบังคับ รวมถึงแนวปฏิบัติและคู่มือต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความปลอดภัย อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามกฎหมาย มาตรฐานสากล ตลอดจนขั้นตอนการปฏิบัติงานของบริษัทฯ

7. ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

ลิงก์ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

แนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ

นโยบายด้านภาษี

บริษัทฯ กำหนดนโยบายด้านภาษี โดยยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ ตลอดจนยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ภายใต้หลักการกำกับกิจการที่ดี เพื่อให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน และมั่นคง ดังนี้

1. บริษัทฯ ยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและประเทศอื่น ๆ ที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจ

2. การทำธุรกรรมระหว่างบริษัทฯ กับกิจการหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน เป็นไปตามกฎหมายและหลักการ Arm's Length เพื่อความถูกต้องและเป็นธรรม

3. บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยโครงสร้างทางภาษีที่เหมาะสม ถูกต้อง ไม่ก่อให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี

4. ศึกษาและพิจารณาผลกระทบทางภาษีสำหรับโครงการลงทุนหรือธุรกรรมใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรม กลยุทธ์ทางธุรกิจ และถูกต้องตามกฎหมาย

5. ดำเนินการและใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างเหมาะสมและถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย

6. เปิดเผยนโยบายด้านภาษี รวมถึงข้อมูลด้านภาษีตามกฎและระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อความโปร่งใสในการดำเนินการด้านภาษี

7. บริษัทฯ จัดให้มีผู้รับผิดชอบประสานงานด้านภาษีกับหน่วยงานราชการ เพื่อให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องสามารถนำส่งให้แก่หน่วยราชการได้ตรงเวลาและเพิ่มความโปร่งใสในการจัดการงานด้านภาษี

ลิงก์แนวปฏิบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

การส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยจรรยาบรรณพนักงาน และจรรยาบรรณธุรกิจ อันประกอบด้วยหลักการและแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่และการดำเนินธุรกิจให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน รับทราบและยึดถือปฏิบัติโดยให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และให้ความสำคัญในเรื่องการเคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเสมอภาค เป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ พร้อมทั้งสื่อสาร และสร้างการตระหนักด้านหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนครบถ้วน (ร้อยละ 100) โดยเปิดเผยบนเว็บไซต์ และอินทราเน็ตของบริษัทฯ และมีการกำหนดให้มีการทบทวนอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน รับทราบและลงนามยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด อีกทั้งหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการปฐมนิเทศสำหรับพนักงานเข้าใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกระดับ รับรู้ เข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

การส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ปฏิบัติตาม จรรยาบรรณธุรกิจ : มี

บริษัทฯ มีนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ โดยกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษร สำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องรับทราบและปฏิบัติทุกคน คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัตินโยบาย และประกาศใช้ โดยจะมีการทบทวนอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง และหากมีการเปลี่ยนแปลงหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ หรือคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ให้เป็นไปตามกฎหมาย หรือกฎระเบียบ โดยมีการสื่อสารและมีการให้ความรู้ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการปฏิบัติแก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน คิดเป็นร้อยละ 100 อีกทั้งบริษัทฯ ได้จัดทำโครงการส่งเสริมจรรยาบรรณและจริยธรรมองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านจรรยา

บรรณธุรกิจ และหลักจริยธรรมแก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การสร้างกรอบการดำเนินงานที่ให้ความเคารพและให้เกียรติพนักงาน ตลอดจนการส่งเสริมการยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล และคุณธรรมในทุกขั้นตอนการทำงาน โครงการนี้มีเป้าหมายสำคัญคือการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบ การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีคุณค่าและยั่งยืน รวมถึงการสื่อสารความรู้ในประเด็นสำคัญแก่พนักงานทั่วทั้งองค์กร ซึ่งประกอบด้วยการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน หลักสิทธิมนุษยชน จริยธรรมในสถานที่ทำงาน และช่องทางการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน (Whistleblowing Channel) โดยดำเนินการสื่อสารและให้ความรู้ผ่านระบบอินทราเน็ตของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนการสื่อสารหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 4 ด้านที่ดำเนินการตลอดปี 2568 ดังนี้

1. ด้านการสร้างความเข้าใจพื้นฐาน (เดือนมกราคม - ธันวาคม) โดยประชาสัมพันธ์หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ผ่านช่องทางอินทราเน็ตของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อให้บุคลากรมีความเข้าใจในหลักการและวิธีปฏิบัติที่ถูกต้อง

2. ด้านการพัฒนาหลักการและเครื่องมือ (เดือนตุลาคม - ธันวาคม) ได้มีการทบทวนนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจและนำไปปฏิบัติในทุกระดับขององค์กรและมีการทบทวนเพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และการปฏิบัติขององค์กร

3. ด้านเครื่องมือในการสื่อสาร (เดือนมกราคม - ธันวาคม) โดยจัดทำสื่อเนื้อหาดิจิทัลครอบคลุม 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ จรรยาบรรณธุรกิจ เรื่องเครื่องมือสร้างความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน จรรยาบรรณธุรกิจ เรื่องการแจ้งเบาะแสการกระทำความผิด และจรรยาบรรณธุรกิจ ด้านการให้ความสำคัญต่อลูกค้า

4. ด้านการประเมินผลและติดตาม (เดือนตุลาคม) จัดทำการทดสอบความรู้ "Speedy Quiz" ในช่วงวันที่ 14-31 ตุลาคม 2568 เพื่อวัดระดับความเข้าใจในเรื่องจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน

ผลการดำเนินงานพบว่ากรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน จำนวน 1,163 คน ได้เข้าทำแบบทดสอบและผ่านการประเมินเพื่อวัดความเข้าใจด้านจรรยาบรรณและแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่ถูกต้อง มีผู้ที่ผ่านการทดสอบจำนวน 1,163 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส และหากมีผู้ที่ไม่ผ่านการทดสอบ บริษัทฯ จะแจ้งให้หัวหน้างานรับทราบ และจัดการอบรมและให้ความรู้เพิ่มเติม พร้อมกำหนดให้มีการติดตามผลการทดสอบในครั้งถัดไป โดยมุ่งเน้นให้ทุกคนต้องผ่านการทดสอบอย่างครบถ้วน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

การติดตามและป้องกันการฝ่าฝืนจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีการดำเนินการเพื่อระบบการตรวจสอบและป้องกันการกระทำผิดจรรยาบรรณในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในหลักจริยธรรมและธรรมาภิบาล โดยมีเป้าหมายในการตรวจพบการกระทำผิดอย่างรวดเร็ว ดำเนินการแก้ไขและลงโทษผู้กระทำผิดอย่างเหมาะสม ตลอดจนพัฒนามาตรการป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงและโอกาสในการเกิดการกระทำผิดซ้ำในอนาคต

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่ได้รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการฝ่าฝืนหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ แต่จากการตรวจสอบภายในอย่างเข้มงวดโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ บริษัทฯ ได้ตรวจพบการกระทำผิดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจจำนวน 14 กรณี โดยแบ่งเป็น 5 กรณีที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันโดยพนักงาน และอีก 9 กรณีเป็นการฝ่าฝืนกฎระเบียบภายในบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม จากการตรวจสอบพบว่าไม่มีกรณีใดที่ส่งผลกระทบหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ และไม่พบกรณีการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐหรือบุคคลภายนอก อีกทั้งไม่มีกรณีใดที่ต้องเสียค่าปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ได้รายงานประเด็นข้อร้องเรียนการกระทำผิดให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน รวมถึงรายงานกรณีที่ตรวจพบเกี่ยวกับการทุจริตและคอร์รัปชันให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ คณะกรรมการทั้ง 2 คณะดังกล่าว มีกรรมการอิสระดำรงตำแหน่งอยู่

ทั้งนี้ เมื่อบริษัทฯ ตรวจพบการกระทำผิดได้ดำเนินการลงโทษผู้กระทำผิดตามระเบียบข้อบังคับของบริษัทฯ อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งสื่อสารข้อมูลให้พนักงานทุกคนรับทราบ เพื่อให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงมาตรการป้องกันเพิ่มเติมในหลายด้าน ทั้งการปรับปรุงระบบการควบคุมภายในและกระบวนการตรวจสอบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการจัดให้มีการอบรมและทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อป้องกันการเกิดเหตุการณ์ลักษณะเดียวกันในอนาคต

กรณีของการฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ (กรณี)	ปี 2568
การทุจริตคอร์รัปชัน	5
ผลประโยชน์ทับซ้อน	0
การฝ่าฝืนกฎระเบียบภายในของบริษัทฯ	9
การขัดขวางการแข่งขันทางการค้า	0
การร้องเรียนด้านอื่น ๆ (กรณี)	
สังคมและชุมชน	0
สิ่งแวดล้อม และอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	0
การละเมิดสิทธิมนุษยชน	0
อื่น ๆ	0

การดำเนินการภายหลังที่ผ่านการสอบสวน และยืนยันว่าฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ (กรณี)	ปี 2568
พ้นสภาพการเป็นพนักงาน	5
ลงโทษทางวินัย	9
ไม่มีบทลงโทษ	0
โอนย้ายสาขา	0
อื่น ๆ	0

บริษัทฯ มีวิธีการปฏิบัติงานที่ชัดเจนในการตรวจสอบข้อเท็จจริงตามนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

สำหรับกรณีการทุจริตคอร์รัปชันทั้ง 5 กรณี ภายหลังการดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงและยืนยันได้ว่าเป็นการกระทำความผิดจริง บริษัทฯ ได้พิจารณาลงโทษสูงสุดด้วยการให้พนักงานที่เกี่ยวข้องพ้นสภาพการเป็นพนักงานโดยทันที เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทฯ ที่มีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด

รูปภาพการส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

ขอเชิญผู้บริหารและพนักงานบริษัททุกท่าน

ทำแบบทดสอบจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

ของ Moshi ประจำปี 2568

เพื่อวัดความเข้าใจและสนับสนุนองค์กรให้มี

การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการพัฒนาอย่างยั่งยืน



SCAN QR CODE เพื่อทำแบบทดสอบ

14 - 31 ตุลาคม 2568

comsec@moshimoshi.co.th

CS Conner 09/2025

แนวทางการดำเนินธุรกิจสู่การเป็นองค์กรธรรมาภิบาล



ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง อย่างเคร่งครัด



ปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณทางธุรกิจ



ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรม



ยึดมั่นในการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี ปลูกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึกที่ดี



คำนึงถึงผลประโยชน์และผลกระทบ จากการดำเนินงานขององค์กร ด้วยความเสมอภาคและเป็นธรรม



ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบและรักษา ประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียและสังคม



สร้างระบบงานที่เข้มแข็ง เพื่อป้องกัน การทุจริต คอร์รัปชัน ผ่านระบบ การตรวจสอบภายใน



กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และ พนักงาน มีส่วนร่วมในการต่อต้าน การทุจริต คอร์รัปชัน



มีช่องทางการร้องเรียนและ รับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย

CS Conner 03/2025

การเข้าร่วมเครือข่ายในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทฯ เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและปราศจากการทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายหลักคือการได้รับการรับรองสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) ซึ่งจะเป็นการยืนยันถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนงานอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการที่คณะกรรมการบริษัทมีมติให้เข้าร่วมและประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการบริษัท ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเพื่อเป็นกลไกหลักในการบริหารจัดการ พร้อมทั้งจัดทำเอกสารเผยแพร่ความรู้ ควบคู่กับการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้รับทราบ จัดทำจดหมายแจ้งคู่ค้าเพื่อสร้างความร่วมมือในวงกว้าง ตลอดจนกำหนดมาตรการป้องกันและควบคุมความเสี่ยงอย่างเป็นรูปธรรม

บริษัทฯ ดำเนินการตามแผน โดยทำการประเมินตนเองตามแบบประเมินตนเองของ CAC ในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม 2568 และได้นำเสนอแบบประเมินตนเองของ CAC และข้อมูลประกอบแบบประเมิน ต่อที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 3/2568 วันที่ 26 มิถุนายน 2568 ที่ประชุมพิจารณาเห็นชอบแบบประเมินตนเอง และข้อมูลประกอบแบบประเมิน และเห็นควรให้นำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติให้บริษัทฯ จัดส่งข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินตนเองให้คณะกรรมการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2568 ซึ่งประชุมในวันเดียวกัน บริษัทฯ ได้ยื่นขอรับรอง และได้ผ่านการพิจารณาและรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2568 และเพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณให้กับบริษัทที่ผ่านการรับรอง ทาง CAC จึงได้จัดงาน CAC Incentive Pool: ร่วมสร้างสิทธิประโยชน์แห่งความโปร่งใส เพื่อธุรกิจไทยยั่งยืน ในวันที่ 24 พฤศจิกายน 2568 ณ โรงแรม ไฮแอท รีเจนซี่ สุขุมวิท กรุงเทพ โดยมี นายสง่า บุญสงเคราะห์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้เข้าร่วมงาน และรับรางวัลในครั้งนี้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกมิติขององค์กร

เข้าร่วมหรือประกาศเจตนารมณ์เป็นภาคีเครือข่ายในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน :	มี
ภาคีเครือข่ายหรือโครงการการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันที่บริษัทเข้าร่วมหรือประกาศเจตนารมณ์ :	โครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC)
	สถานะการรับรองเป็นสมาชิกโครงการ CAC : ได้รับการรับรอง

รูปภาพการเข้าร่วมเครือข่ายในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน


CAC
Thai Private Sector Collective Action Against Corruption
Certificate of Membership
This is to certify that
CAC
CERTIFIED
MOSHI MOSHI RETAIL CORPORATION
PUBLIC COMPANY LIMITED
has met the commitments to the CAC
Declaration on anti-corruption by
putting in place good business principles
and controls against bribery
and is now a full member of CAC
During the Period from 30 September 2025 to 30 September 2028
(Mr. Kulvech Janvatanavit)
Councilor and Secretary
(Mr. Rapee Sucharitakul)
CAC Chairman
Do Good • Do Right • Fight Corruption
FTI
สภาธุรกิจตลาดทุนไทย

6.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของนโยบายและระบบการกำกับดูแลกิจการในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งสอดคล้องตามแนวทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560 (Corporate Governance Code for Listed Companies 2017: CG Code) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีการกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการบริษัทได้มีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย เป้าหมาย แผนธุรกิจ และงบประมาณของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงจริยธรรมและผลกระทบผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญนอกเหนือจากผลประกอบการทางการเงินซึ่งได้พิจารณาทบทวนและอนุมัติในรอบปีบัญชี ตลอดจนกำกับดูแลให้ฝ่ายบริหารดำเนินการให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ และงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการติดตามการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

6.3.1 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติของระบบการกำกับดูแลกิจการ หรือกฎบัตรคณะกรรมการ

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการทบทวนนโยบายและ แนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ หรือกฎบัตรคณะกรรมการ : มี

ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติ : มี

คณะกรรมการบริษัทได้พัฒนาระบบการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยในปี 2568 คณะกรรมการบริษัท ทำการทบทวน นโยบาย กฎบัตร และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ดังนี้

1. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2568 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2568 มีการทบทวนและแก้ไขปรับปรุง นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ให้เป็นไปตามเกณฑ์ของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) และแก้ไขปรับปรุง นโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด นโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เป็นไปตามการปฏิบัติของบริษัทฯ และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568 วันที่ 23 ธันวาคม 2568 มีการทบทวนนโยบายของบริษัทฯ และได้มีการแก้ไขปรับปรุง นโยบายสิทธิมนุษยชน เพื่อให้สอดคล้องหลักเกณฑ์การปฏิบัติตามมาตรฐานสากล และการปฏิบัติของบริษัทฯ และรับทราบการแก้ไขเปลี่ยนแปลง คู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 5/2568 วันที่ 28 พฤษภาคม 2568 และแก้ไขเปลี่ยนแปลง จรรยาบรรณคู่ค้า และแนวปฏิบัติต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ในการประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 12/2568 วันที่ 17 ธันวาคม 2568 เพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ และการปฏิบัติของบริษัทฯ อีกทั้งคณะกรรมการบริษัทได้ประพฤติตนเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามนโยบาย และกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติตาม พร้อมทั้งสื่อสารภายนอก ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ และสื่อสารภายในผ่านการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ และสื่อสารผ่านอินทราเน็ตของบริษัทฯ และบอร์ดประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งมีการติดตามการปฏิบัติตามนโยบาย และแนวปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการติดตามผลการปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจ มีมาตรฐาน โปร่งใส มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบได้

2. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2568 วันที่ 13 พฤศจิกายน 2568 ได้พิจารณา ทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ โดยไม่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง และมีการทบทวนกลยุทธ์ของบริษัท เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทาง เป้าหมาย การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และได้กำหนดให้ฝ่ายบริหารรายงานความคืบหน้าในการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ให้คณะกรรมการบริษัทฯ ทราบเป็นระยะ

3. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568 วันที่ 23 ธันวาคม 2568 ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหาร อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง และครั้งนี้ได้มีแก้ไขปรับปรุงกฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

4. คณะกรรมการบริษัทดำเนินการประเมินตนเองทั้งรายบุคคลและรายคณะ สำหรับผลงานประจำปี 2568 และคณะกรรมการชุดย่อย ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหาร ดำเนินการประเมินตนเองสำหรับผลงานประจำปี 2568 และนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ และนำผลการประเมินมาพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ พร้อมทั้งเปิดเผยขั้นตอนกระบวนการประเมินตนเอง และผลประเมิน ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

5. คณะกรรมการบริษัท ได้จัดให้มีการประชุมระหว่างกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร ประจำปี 2568 จำนวน 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2568 เพื่ออภิปรายประเด็นและปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดการที่สำคัญ รวมทั้งเปิดโอกาสให้กรรมการบริษัทที่ไม่เป็นผู้บริหารสามารถแสดงความเห็นได้อย่างอิสระ โดยไม่มีฝ่ายบริหารร่วมด้วย และแจ้งให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ทราบถึงผลการประชุม

6. คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาทบทวนนโยบายการสืบทอดตำแหน่ง โดยไม่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง รับทราบรายงานความคืบหน้าของแผนสืบทอดตำแหน่งของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหาร และรับทราบแผนการพัฒนาประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง ในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2568 ซึ่งผ่านการพิจารณาจากที่ประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ครั้งที่ 2/2568 วันที่ 25 กันยายน 2568

7. คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาและมีมติอนุมัติให้บริษัทฯ จัดส่งข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินตนเองให้คณะกรรมการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2568 วันที่ 27 มิถุนายน 2568 ซึ่งผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 3/2568 ซึ่งประชุมในวันเดียวกัน บริษัทฯ ได้ทำการยื่นขอรับรองและได้ผ่านการพิจารณาและรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2568 และเพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณให้กับบริษัทที่ผ่านการรับรอง ทาง CAC จึงได้จัดงาน CAC Incentive Pool: ร่วมสร้างสิทธิประโยชน์แห่งความโปร่งใส เพื่อธุรกิจไทยยั่งยืน ในวันที่ 24 พฤศจิกายน 2568 ณ โรงแรม ไฮแอท รีเจนซี่ สุขุมวิท กรุงเทพ โดยมีนายสง่า บุญสงเคราะห์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เข้าร่วมงานและรับรางวัล

6.3.2 การนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (CG Code) มาปฏิบัติ

การนำหลักการ CG Code ตามที่ : นำมาปฏิบัติใช้เป็นส่วนใหญ่

สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนดมาปฏิบัติ

บริษัทฯ ได้จัดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ กฎบัตรของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะ เพื่อการปฏิบัติที่ถูกต้องตามกฎหมาย และสอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของคณะกรรมการ โดยบริษัทฯ ตระหนักดีว่าการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน หน่วยงานภาครัฐ ชุมชน สังคม รวมถึงการใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเป็นบริษัทจดทะเบียนที่ยั่งยืน

คณะกรรมการได้ตระหนักถึงความสำคัญของกลไก และมาตรการที่จะกำกับดูแลให้การดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งมิติเศรษฐกิจ บรรษัทภิบาล สังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายดำเนินงานให้ถูกต้องตามกฎหมาย มีความโปร่งใส เป็นธรรม สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และยังกำหนดให้มีการทบทวน นโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ กฎบัตรคณะกรรมการชุดต่าง ๆ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัท โดยการเสนอแนะจากคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ได้พิจารณาทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแล้ว และในการประชุมคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ครั้งที่ 3/2568 วันที่ 5 พฤศจิกายน 2568 มีความเห็นว่า แนวปฏิบัติที่บริษัทฯ ยึดถือและใช้ปฏิบัติยังมีความเหมาะสมและสอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560 (CG Code) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยบริษัทฯ ได้ปรับใช้ตามบริบททางธุรกิจของบริษัทฯ และได้บันทึกหลักเกณฑ์ที่ยังไม่ได้ดำเนินการและเหตุผลไว้เป็นส่วนหนึ่งของมติคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนแล้ว โดยมีเพียงแนวปฏิบัติย่อยบางประการที่บริษัทฯ ยังไม่ได้นำมาปรับใช้ เนื่องจากเห็นว่ายังไม่เหมาะสมที่จะดำเนินการในขณะนี้ ซึ่งได้แก่

แนวปฏิบัติ 3.1.3 คณะกรรมการควรมีสัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้บริหารและกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารที่สะท้อนอำนาจที่ถ่วงดุลกันอย่างเหมาะสม โดยส่วนใหญ่ควรเป็นกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารที่สามารถให้ความเห็นเกี่ยวกับการทำงานของฝ่ายบริหารได้อย่างอิสระ ทั้งนี้ บริษัทฯ ปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ที่ ทจ. 39/2559 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ ข้อ 17 โครงสร้างคณะกรรมการและการจัดการของผู้ขออนุญาต ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้ (1) มีกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดของผู้ขออนุญาตแต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน โดยบริษัทฯ มีจำนวนกรรมการอิสระ 4 ท่าน และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร จำนวน 1 ท่าน รวมเป็น 5 ท่าน (คิดเป็นร้อยละ 50)

6.3.3 ผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีอื่น ๆ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ลงทุนทั้งในและต่างประเทศ และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับผลประเมินในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังนี้

1. การประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (CGR) บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับในระดับ 5 ดาว หรือ ดีเลิศ จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. การประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) บริษัทฯ ได้รับ 100 คะแนนเต็ม หรือ 5 เหรียญ จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

3. การประเมินหุ้นยั่งยืน ปี 2568 หรือ SET ESG Ratings 2025 บริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับในระดับ AA จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การปฏิบัติงานของส่วนงานนักลงทุนสัมพันธ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียอย่างสม่ำเสมอและโปร่งใส โดยในปี 2568 มีการดำเนินกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลและสื่อสารผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ จัดทำและเผยแพร่ข่าวแถลงผลการดำเนินงาน (Press Release) ทุกไตรมาส เพื่อสื่อสารผลการดำเนินงานต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัทฯ จัดทำบทวิเคราะห์และความเห็นของฝ่ายจัดการ (Management Discussion and Analysis: MD&A) เพื่อให้ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียเข้าใจทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างถูกต้องและชัดเจน

2. การประชุมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์

บริษัทฯ จัดการประชุมและบรรยายสรุปผลการดำเนินงานสำหรับนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ นักลงทุน และผู้ถือหุ้นที่สนใจ อย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง ตามรอบการเปิดเผยงบการเงินรายไตรมาส และตามเหตุการณ์กรณีมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับทราบข้อมูลโดยตรงจากผู้บริหาร และสามารถซักถามข้อสงสัยได้อย่างเปิดเผยและโปร่งใส

3. กิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบนักลงทุน ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์

บริษัทฯ ได้เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างโอกาสในการพบปะและสื่อสารกับนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่

- SET Opportunity Day เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 4 ครั้ง ได้แก่
  - วันที่ 5 มีนาคม 2568
  - วันที่ 16 พฤษภาคม 2568
  - วันที่ 19 สิงหาคม 2568
  - วันที่ 21 พฤศจิกายน 2568

  เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงาน ทิศทาง และกลยุทธ์ของบริษัทฯ แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง
- Thailand Focus เข้าร่วมงานที่จัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อสร้างโอกาสในการนำเสนอศักยภาพของบริษัทฯ ต่อนักลงทุนสถาบันทั้งในและต่างประเทศ
- SET Digital Roadshow เข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเข้าถึงนักลงทุนได้อย่างกว้างขวางและสะดวกรวดเร็ว จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่
  - วันที่ 5 มีนาคม 2568
  - วันที่ 19 พฤศจิกายน 2568

4. กิจกรรมเยี่ยมชมกิจการและพบปะนักลงทุน (Company Visit & Investor Engagement)

บริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้นักลงทุนสถาบัน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และผู้ถือหุ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศได้พบปะและพูดคุยกับผู้บริหารโดยตรง ทั้งในรูปแบบการประชุมแบบตัวต่อตัว (Physical Meeting) การเยี่ยมชมสถานประกอบการ (Site Visit) และการประชุมผ่านระบบออนไลน์ (Online Meeting) เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและสามารถเข้าถึงนักลงทุนได้อย่างกว้างขวาง

กิจกรรมดังกล่าวครอบคลุมทั้งการที่นักลงทุนเข้ามาเยี่ยมชมกิจการของบริษัทฯ การที่ผู้บริหารเดินทางเข้าร่วมงานประชุมนักลงทุน (Investor Conference) ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ทิศทางธุรกิจ และกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมถึงตอบข้อซักถามและรับฟังข้อเสนอแนะจากนักลงทุนอย่างใกล้ชิด ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดและเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวรวมทั้งสิ้น 45 ครั้ง

5. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์บริษัทฯ

บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในส่วนของนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations) (https://www.moshimoshi.co.th/th/investor-relations/financial-info/financial-highlights) อย่างสม่ำเสมอและเป็นปัจจุบัน โดยเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ งบการเงิน ผลการดำเนินงาน เอกสารนำเสนอต่อนักลงทุน (Investor Presentation) และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเท่าเทียมกัน

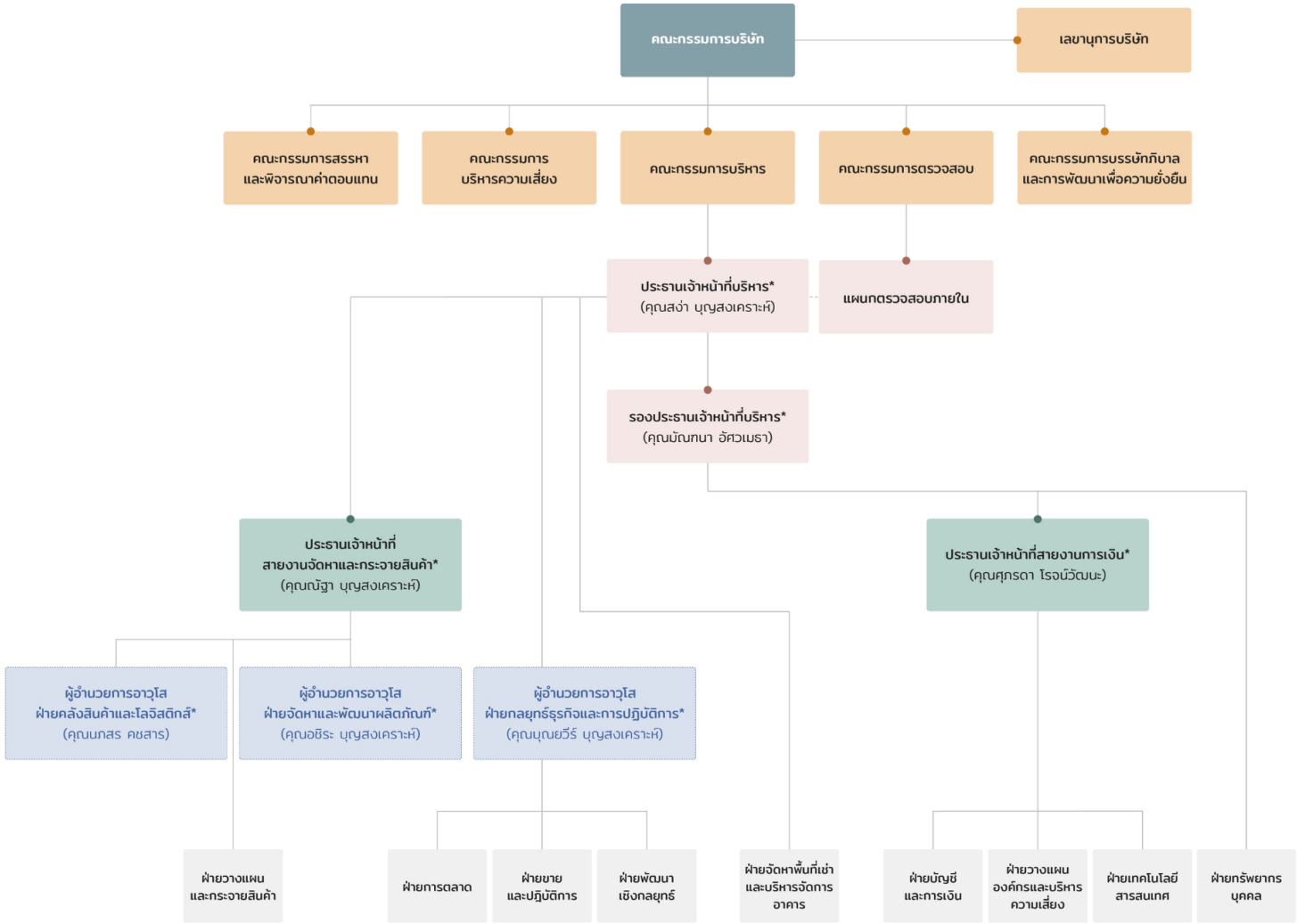
7. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการคณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ

7.1 โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

แผนภาพโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ ณ วันที่ : 31 ธันวาคม 2568

รูปแผนภาพโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ



หมายเหตุ: *เป็นผู้บริหารตามนิยาม สำนักงาน ก.ล.ต.

7.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ

โครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วย

1. คณะกรรมการบริษัท
2. คณะกรรมการชุดย่อย จำนวน 5 คณะ
    - 2.1 คณะกรรมการตรวจสอบ
    - 2.2 คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
    - 2.3 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
    - 2.4 คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
    - 2.5 คณะกรรมการบริหาร

7.2.1 องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท

บริษัทฯ มีองค์ประกอบและคุณสมบัติของคณะกรรมการที่เหมาะสมตามที่กำหนดไว้ โดยประกอบด้วยกรรมการอย่างน้อยห้า (5) คน และไม่เกินสิบสอง (12) คน และกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดนั้นต้องมีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร โดยกรรมการบริษัท ประกอบด้วยบุคคลที่มีความสามารถ โดยมีความหลากหลายด้านทักษะ ความชำนาญ ความรู้ ประสบการณ์ เพศ อายุ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดความหลากหลายทางทักษะของคณะกรรมการ (Board Skill Matrix) อาทิ ด้านเศรษฐกิจ การลงทุน การกำหนดนโยบาย และการวางแผนกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยงและการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน หรือ ESG การบัญชี การเงิน การภาษีอากร เทคโนโลยีสารสนเทศ Digital Online กฎหมาย กฎระเบียบบริษัทจดทะเบียน การตลาด การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการอิสระอย่างน้อยหนึ่ง (1) ในสาม (3) ของจำนวนกรรมการทั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่าสาม (3) คน กรรมการอิสระต้องมีคุณสมบัติความเป็นอิสระตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องตามกำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ในปี 2568 บริษัทฯ มีกรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 40 ของกรรมการทั้งหมด นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายในเรื่องความหลากหลายทางเพศของคณะกรรมการ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินบริษัทจดทะเบียน (CGR) คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้หญิงอย่างน้อยร้อยละ 30 ซึ่งในปี 2568 บริษัทฯ มีกรรมการที่เป็นเพศหญิง จำนวน 5 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 50 ของกรรมการทั้งหมด ประกอบด้วยกรรมการอิสระที่เป็นเพศหญิง จำนวน 2 ท่าน และกรรมการที่เป็นเพศหญิง จำนวน 3 ท่าน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายทางเพศของคณะกรรมการ อีกทั้งบริษัทฯ มีกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 1 ท่าน ที่มีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ ในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
กรรมการรวม	**10**	**100.00**
กรรมการชาย	5	50.00
กรรมการหญิง	5	50.00
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	5	50.00
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	5	50.00
กรรมการอิสระ	4	40.00
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารและไม่ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ	1	10.00

7.2.2 ข้อมูลคณะกรรมการและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัทรายบุคคล

กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อผูกพันบริษัทฯ

กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อผูกพันบริษัทฯ ประกอบด้วย นายสง่า บุญสงเคราะห์ นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา นายสมชาย บุญสงเคราะห์ นางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์ และนายอชิระ บุญสงเคราะห์ กรรมการสองในห้าคนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัทฯ

รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

ในปี 2568 บริษัทฯ มีกรรมการทั้งหมด 10 ท่าน ทั้งนี้ ข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง และประวัติกรรมการปรากฏในเอกสารแนบ 1 "รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี และเลขานุการบริษัท"

รายงานการถือครองหลักทรัพย์ บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของกรรมการและผู้บริหาร ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2568

รายชื่อกรรมการและผู้บริหาร	จำนวนหุ้น					
	ณ 30 ธ.ค. 2567		ณ 30 ธ.ค. 2568		เพิ่มขึ้น/ลดลง	% การถือหุ้น
	ทางตรง	ทางอ้อม	ทางตรง	ทางอ้อม		
1. ดร.วรภัทร โตธนะเกษม	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-
2. นายสง่า บุญสงเคราะห์	31,680,000	11,880,000	31,730,100	11880,000	เพิ่มขึ้น	13.22
3. รศ. ดร.สมชาย สุภัทรกุล	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-
4. รศ. ดร.วรรณี เตโชโยธิน	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-
5. นางสาววาสนา เธียรศิริศักดิ์	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-
6. นายสมชาย บุญสงเคราะห์	31,680,000	ไม่มี	31,680,000	ไม่มี	-	9.60
7. นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา	46,860,000	ไม่มี	40,760,000	ไม่มี	ลดลง	12.35
8. นางสาวศุภรดา โรจน์วัฒนะ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-
9. นางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์	25,080,000	ไม่มี	25,080,000	ไม่มี	-	7.60
10. นายอชิระ บุญสงเคราะห์	25,080,000	ไม่มี	25,080,000	ไม่มี	-	7.60
11. นางสาวบุณยวีร์ บุญสงเคราะห์	14,784,000	ไม่มี	14,784,000	ไม่มี	-	4.48
12. นางสาวนภสร คชสาร	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	-	-

รายชื่อกรรมการ	**ตำแหน่ง**	**วันที่ดำรงตำแหน่ง**	**ทักษะและความชำนาญ**

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. ดร. วรภัทร โตธนะเกษม เพศ: ชาย อายุ : 76 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอก สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 0 หุ้น (0.000000 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	ประธานกรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการที่หมดวาระและได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่	24 ม.ค. 2565	การเงิน, ผู้นำ, การจัดการกลยุทธ์, บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล, ความยั่งยืน

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
2. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ เพศ: ชาย อายุ : 58 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : - สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 31,730,100 หุ้น (9.615183 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 11,880,000 หุ้น (3.600001 %) รายละเอียดการถือหุ้นทางอ้อม คู่สมรส (น.ส. จารุวรรณ ก่อเกียรติวณิช)	รองประธานกรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)	24 ม.ค. 2565	ผู้นำ, การจัดการกลยุทธ์, แฟชั่น, การจัดการองค์กร, การจัดการความเสี่ยง

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
3. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล เพศ: ชาย อายุ : 58 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอก สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 0 หุ้น (0.000000 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)	24 ม.ค. 2565	บัญชี, การเงิน, ความยั่งยืน, การตรวจสอบ, บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
4. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน เพศ: หญิง อายุ : 60 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอก สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 0 หุ้น (0.000000 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)	12 พ.ค. 2566	บริหารธุรกิจ, บัญชี, การเงิน, การตรวจสอบ, การจัดทำงบประมาณ

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
5. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ เพศ: หญิง อายุ : 58 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 0 หุ้น (0.000000 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการที่หมดวาระและได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่	24 ม.ค. 2565	กฎหมาย, บัญชี, การเงิน, การตรวจสอบ, บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
6. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์ เพศ: ชาย อายุ : 70 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : - สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 31,680,000 หุ้น (9.600001 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการที่หมดวาระและได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่	24 ม.ค. 2565	พาณิชย์, แฟชั่น, การตลาด, การเจรจาต่อรอง, การออกแบบ

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
7. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา เพศ: หญิง อายุ : 69 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : กฎหมาย สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 40,760,000 หุ้น (12.351517 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)	24 ม.ค. 2565	กฎหมาย, เงินทุนและหลักทรัพย์, การเงิน

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
8. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ เพศ: หญิง อายุ : 49 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : ไม่มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 0 หุ้น (0.000000 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ไม่ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการที่หมดวาระและได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่	24 ม.ค. 2565	บัญชี, การเงิน, จัดซื้อ, การตรวจสอบ, ตรวจสอบภายใน

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
9. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์ เพศ: หญิง อายุ : 40 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 25,080,000 หุ้น (7.600001 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)	24 ม.ค. 2565	แฟชั่น, จัดซื้อ, การจัดการกลยุทธ์, ขนส่งและโลจิสติกส์, การจัดการข้อมูล

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
10. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์ เพศ: ชาย อายุ : 33 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร : มี การกระทำความผิดตามกฎหมายในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (*) : ไม่มี ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) : ใช่ ผ่านการอบรมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) : ไม่ใช่ **การถือครองหุ้นในบริษัท** • การถือหุ้นทางตรง : 25,080,000 หุ้น (7.600001 %) • การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหารตามมาตรา 59 (**) : 0 หุ้น (0.000000 %)	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง : ใช่ ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)	24 ม.ค. 2565	บรรจุภัณฑ์, การตลาด, จัดซื้อ, การตลาดดิจิทัล, การออกแบบ

คำอธิบายเพิ่มเติม:

(*) ความผิดตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์พ.ศ. 2535 หรือพระราชบัญญัติสัญญาซื้อขายล่วงหน้า พ.ศ. 2546 ทั้งนี้ เฉพาะความผิดในเรื่องดังต่อไปนี้

(1) การกระทำการโดยไม่สุจริต หรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง

(2) การเปิดเผย หรือเผยแพร่ข้อมูล หรือข้อความอันเป็นเท็จที่อาจทำให้สำคัญผิด หรือปกปิดข้อความจริงที่ควรบอกให้แจ้งในสาระสำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้อง

(3) การกระทำอันไม่เป็นธรรมหรือการเอาเปรียบผู้ลงทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์หรือสัญญาซื้อขายล่วงหน้า หรือมีหรือเคยมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนการกระทำดังกล่าว

(**) การถือหุ้นโดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกรรมการ ผู้บริหาร ตามมาตรา 59 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 เช่น คู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กินด้วยกันฉันสามีภริยา (ชายหญิงที่ไม่ได้จดทะเบียนสมรสแต่อยู่กินกันอย่างเปิดเผย) บุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เป็นต้น

รูปภาพรายชื่อคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

กรรมการอิสระ



ดร.วรภัทร โตธนะเกษม
ประธานกรรมการ และกรรมการอิสระ



รศ. ดร.สมชาย สุภัทรกุล
กรรมการอิสระ



รศ. ดร.วรรณี เตโชโยธิน
กรรมการอิสระ



นางสาววาสนา เอียรศิริศักดิ์
กรรมการอิสระ

กรรมการที่เป็นผู้บริหาร



นายสง่า บุญสงเคราะห์
รองประธานกรรมการ



นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา
กรรมการ



นางสาวศุภรดา โรจน์วัฒนะ
กรรมการ



นางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์
กรรมการ



นายอชิระ บุญสงเคราะห์
กรรมการ

กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร



นายสมชาย บุญสงเคราะห์
กรรมการ

รายชื่อกรรมการ จำแนกตามตำแหน่ง

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	กรรมการอิสระ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารและไม่ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ	กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทตามหนังสือรับรอง
1. ดร. วรภัทร โตธนะเกษม	ประธานกรรมการ		✓	✓		
2. นาย สง่า บุญสงเคราะห์	รองประธานกรรมการ	✓				✓
3. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล	กรรมการ		✓	✓		
4. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน	กรรมการ		✓	✓		
5. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์	กรรมการ		✓	✓		
6. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์	กรรมการ		✓		✓	✓
7. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา	กรรมการ	✓				✓
8. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ	กรรมการ	✓				
9. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์	กรรมการ	✓				✓
10. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์	กรรมการ	✓				✓
รวม (คน)		**5**	**5**	**4**	**1**	**5**

ภาพรวมทักษะและความชำนาญของกรรมการ

ทักษะและความชำนาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. แฟชั่น	3	30.00
2. เงินทุนและหลักทรัพย์	1	10.00
3. บรรจุภัณฑ์	1	10.00
4. พาณิชย์	1	10.00
5. ขนส่งและโลจิสติกส์	1	10.00
6. กฎหมาย	2	20.00
7. การตลาด	2	20.00
8. บัญชี	4	40.00
9. การเงิน	6	60.00
10. ความยั่งยืน	2	20.00
11. จัดซื้อ	3	30.00
12. การจัดการข้อมูล	1	10.00
13. การตลาดดิจิทัล	1	10.00
14. การเจรจาต่อรอง	1	10.00
15. การจัดการองค์กร	1	10.00
16. การออกแบบ	2	20.00
17. ผู้นำ	2	20.00
18. การจัดการกลยุทธ์	3	30.00
19. การจัดการความเสี่ยง	1	10.00
20. การตรวจสอบ	4	40.00
21. ตรวจสอบภายใน	1	10.00
22. การจัดทำงบประมาณ	1	10.00
23. บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล	3	30.00
24. บริหารธุรกิจ	1	10.00

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการอื่นๆ

ประธานกรรมการและผู้บริหารสูงสุดเป็นบุคคลเดียวกัน : ไม่ใช่

ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ : ใช่

ประธานกรรมการและผู้บริหารสูงสุดเป็นบุคคลในครอบครัวเดียวกัน : ไม่ใช่

ประธานกรรมการเป็นสมาชิกในคณะกรรมการบริหาร หรือคณะทำงาน : ไม่ใช่

บริษัทแต่งตั้งกรรมการอิสระอย่างน้อยหนึ่งคนเพื่อกำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการ [1] : ใช่

หมายเหตุ : [1] ประธานกรรมการ ซึ่งเป็นกรรมการอิสระ ตามอำนาจหน้าที่ประธานกรรมการ ในการเรียกประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยจะกำหนดวาระการประชุมประธานกรรมการ ร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยประธานกรรมการหรือบุคคลซึ่งได้รับมอบหมายส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมระเบียบวาระและเอกสารประกอบการประชุมให้แก่กรรมการทุกท่านล่วงหน้าไม่น้อยกว่าห้า (5) วันทำการก่อนวันประชุม โดยอาจส่งผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กรรมการได้มีเวลาศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอ เว้นแต่เป็นกรณีจำเป็นเร่งด่วน เพื่อรักษาสิทธิหรือประโยชน์ของบริษัทฯ ให้สามารถแจ้งการนัดประชุมโดยวิธีอื่นหรือกำหนดวันประชุมให้เร็วกว่านั้นก็ได้

มาตรการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ

มาตรการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ : มี

วิธีการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ : การแต่งตั้งกรรมการอิสระคนหนึ่ง ร่วมพิจารณากำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการ, อื่น ๆ : การเลือกกรรมการอิสระเป็นประธานกรรมการบริษัท และ อำนาจ หน้าที่ของประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท กำหนดให้คณะกรรมการบริษัทเลือกกรรมการคนหนึ่งที่เป็นกรรมการอิสระเป็นประธานกรรมการบริษัท โดยประธานกรรมการต้องไม่ดำรงตำแหน่งเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และในกรณีที่คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควร คณะกรรมการบริษัทอาจพิจารณาเลือกกรรมการอีกคนหนึ่งหรือหลายคนเป็นรองประธานกรรมการบริษัทก็ได้

ประธานกรรมการจะทำหน้าที่เป็นหัวหน้าของคณะกรรมการในการสนับสนุนการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ แต่จะไม่มีส่วนร่วมในการบริหารงานประจำวันซึ่งเป็นหน้าที่ของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตามอำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการบริษัทซึ่งเป็นกรรมการอิสระ ในการเรียกประชุมคณะกรรมการบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการประชุมด้วยตนเองหรือการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นไปตามข้อกำหนด หลักเกณฑ์หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยการกำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการ ประธานกรรมการ (ดร.วรภัทร โตธนะเกษม กรรมการอิสระ) ร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (นายสงา บุญสงเคราะห์) โดยประธานกรรมการหรือบุคคลซึ่งได้รับมอบหมายส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมระเบียบวาระและเอกสารประกอบการประชุมให้แก่กรรมการทุกท่านล่วงหน้าไม่น้อยกว่าห้า (5) วันทำการก่อนวันประชุม โดยอาจส่งผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กรรมการได้มีเวลาศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอ เว้นแต่เป็นกรณีจำเป็นเร่งด่วน เพื่อรักษาสิทธิหรือประโยชน์ของบริษัทฯ ให้สามารถแจ้งการนัดประชุมโดยวิธีอื่นหรือกำหนดวันประชุมให้เร็วกว่านั้นก็ได้

อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

เพื่อให้เป็นการถ่วงดุลอำนาจระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการบริษัทฯ กำหนดให้ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารไม่เป็นบุคคลคนเดียวกัน โดยประธานกรรมการจะทำหน้าที่เป็นหัวหน้าของคณะกรรมการในการสนับสนุนการดำเนินงานของฝ่ายจัดการ แต่จะไม่มีส่วนร่วมในการบริหารงานประจำวันซึ่งเป็นหน้าที่ของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยอำนาจหน้าที่ของทั้งสองตำแหน่งแตกต่างกันดังนี้

อำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการ

1. ประธานกรรมการมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้นำของคณะกรรมการโดยเป็นผู้กำกับดูแลและสนับสนุนให้คณะกรรมการสามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถตามทิศทางและกลยุทธ์ของบริษัทฯ

2. ดูแลให้มั่นใจว่ากรรมการทุกคนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดี

3. การเรียกประชุมคณะกรรมการบริษัท ไม่ว่าจะเป็นการประชุมด้วยตนเองหรือการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นไปตามข้อกำหนดหลักเกณฑ์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยจะกำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยประธานกรรมการหรือบุคคลซึ่งได้รับมอบหมายส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมระเบียบวาระและเอกสารประกอบการประชุมให้แก่กรรมการทุกท่านล่วงหน้าไม่น้อยกว่าห้า (5) วันทำการก่อนวันประชุม โดยอาจส่งผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้กรรมการได้มีเวลาศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอ เว้นแต่เป็นกรณีจำเป็นเร่งด่วน เพื่อรักษาสิทธิหรือประโยชน์ของบริษัทฯ ให้สามารถแจ้งการนัดประชุมโดยวิธีอื่นหรือกำหนดวันประชุมให้เร็วกว่านั้นก็ได้

4. ในการประชุมคณะกรรมการแต่ละครั้ง ประธานกรรมการจะทำหน้าที่ประธานในที่ประชุม เว้นแต่ไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ถ้ามีรองประธานอยู่ ให้รองประธานกรรมการเป็นประธานที่ประชุม แต่ถ้าไม่มีรองประธาน หรือมีแต่ไม่อยู่ในที่ประชุมนั้นหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการซึ่งมาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานที่ประชุมซึ่งกำหนดไว้ในข้อบังคับของบริษัทฯ เพื่อ

ให้การดำเนินการประชุมเป็นไปตามระเบียบวาระ โดยจัดสรรเวลาในการประชุมคณะกรรมการอย่างเพียงพอและเหมาะสม ส่งเสริมให้กรรมการใช้ดุลยพินิจอย่างรอบคอบและให้ความเห็นได้อย่างเป็นอิสระรวมถึงเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกรรมการที่เป็นผู้บริหารและกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร และระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ

5. สำหรับการประชุมผู้ถือหุ้น ประธานกรรมการจะทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุม หากไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ จะให้รองประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม หรือหากไม่มีรองประธานกรรมการ หรือมีแต่ไม่อยู่ในที่ประชุม หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้จะให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเลือกผู้ถือหุ้นซึ่งมาร่วมประชุมคนใดคนหนึ่งมาเป็นประธานในที่ประชุมแทน

6. เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกรรมการที่เป็นผู้บริหารและกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร และระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ

อำนาจหน้าที่ของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งจากคณะกรรมการบริษัท ให้มีอำนาจและหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการกิจการงานต่าง ๆ ของบริษัทฯ ตามที่คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหารมอบหมาย โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะเป็นผู้พิจารณาคุณสมบัติหลักเกณฑ์ วิธีการสรรหา และพิจารณาบุคคลที่จะเสนอให้เป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอชื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาแต่งตั้ง โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะต้องบริหารและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามแผนงาน หรืองบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ อำนาจหน้าที่ของประธานเจ้าหน้าที่บริหารให้รวมถึงเรื่องหรือกิจการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ด้วย

1. กำหนดวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย เป้าหมายหลัก และกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย และเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติต่อไป

2. กำหนดแผนการดำเนินงานและแผนงบประมาณประจำปีของบริษัทฯ และบริษัทย่อยตามที่ฝ่ายจัดการนำเสนอ รวมทั้งกำหนดโครงสร้างและอำนาจบริหารงาน และเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติต่อไป

3. ดูแล บริหาร ดำเนินงาน และสื่อสารกับฝ่ายจัดการเพื่อให้การปฏิบัติงานประจำของบริษัทฯ เป็นไปตามนโยบาย เป้าหมาย แผนงาน และงบประมาณภายใต้กรอบที่อนุมัติโดยคณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการบริษัท และ/หรือ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการบริษัท

4. ประสานงานกับคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้การดำเนินการทางธุรกิจอยู่ภายใต้นโยบายบริหารความเสี่ยงตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

5. พัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ

6. กำกับดูแลให้มั่นใจว่าฝ่ายจัดการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

7. มีหน้าที่กำกับดูแลเรื่องสิทธิมนุษยชน และจัดให้มีโครงการด้านสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องกับนโยบายสิทธิมนุษยชน

8. มีหน้าที่ในการกระจายงาน และควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้สอดคล้องตามกลยุทธ์ นโยบาย และงบประมาณที่ได้จัดสรรไว้ รวมทั้งการกำหนดแผนรองรับและควบคุมการดำเนินงาน ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสขององค์กร ที่อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อกำหนดมาตรการรองรับ และกรอบแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสม รวมถึงการเตรียมความพร้อมของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนทิศทางสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Economy) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาวของบริษัทฯ ที่กำหนดไว้

9. ติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือบริษัทร่วม (ถ้ามี) เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการ และ/หรือคณะกรรมการชุดย่อย (แล้วแต่กรณี) และเพื่อการจัดทำรายงานทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ของบริษัทฯ ให้ถูกต้อง เพียงพอ ทันเวลา เป็นไปตามกฎเกณฑ์ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

10. อนุมัติการเข้าทำสัญญาและ/หรือธุรกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ (เช่น การซื้อขาย การลงทุนหรือร่วมลงทุนกับบุคคลอื่นเพื่อการทำธุรกรรมตามปกติของบริษัทฯ และเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ) ภายในเงื่อนไขและวงเงินตามที่กำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) และ/หรือ ตามที่คณะกรรมการบริหาร และ/หรือ คณะกรรมการบริษัทกำหนด และ/หรือ ตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และ/หรือ ตามข้อบังคับของบริษัทฯ

11. อนุมัติการกู้ยืมเงิน และการขอสินเชื่อใด ๆ จากสถาบันการเงิน การให้กู้ยืม ตลอดจนการจำนำ จำนองของบริษัทฯ หรือเข้าเป็นผู้ค้ำประกันของบริษัทย่อย ภายในเงื่อนไขและวงเงินตามที่กำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) หรือตามที่คณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการบริษัทกำหนด

12. ดำเนินการให้มีการศึกษาโอกาสในการลงทุนในโครงการใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และเป็นไปตามนโยบายการลงทุนของบริษัทฯ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร หรือคณะกรรมการบริษัทแล้วแต่กรณี

13. ดำเนินการให้บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเกี่ยวกับการทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน และรายการได้มาจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ตลอดจนระเบียบบริษัทฯ ซึ่งมีมติอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการบริษัท

14. แต่งตั้งที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ภายในเงื่อนไขและวงเงินตามที่กำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) และ/หรือตามที่คณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการบริษัทกำหนด

15. พิจารณาเกณฑ์การสรรหาผู้บริหารระดับสูง และรายชื่อผู้บริหารระดับสูง เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา

16. พิจารณาอนุมัติเกณฑ์การสรรหาพนักงานบริษัทฯ และพิจารณาแต่งตั้งพนักงานบริษัทฯ เพื่อให้บริษัทฯ มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ เหมาะสมกับตำแหน่งงานและการปฏิบัติงานภายในองค์กร

17. พิจารณาอนุมัติรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทน รวมถึงเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหาร

18. พิจารณาอนุมัติการกำหนดเงินเดือน การปรับขึ้นเงินเดือน การกำหนดโบนัส ค่าตอบแทน และบำเหน็จรางวัล รวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหาร

19. พิจารณาและทบทวนกรอบนโยบายและรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทน การกำหนดค่าตอบแทนของพนักงานของบริษัทฯ ตลอดจนอนุมัติเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ และการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานของบริษัทฯ เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา

20. กำหนดโครงสร้างส่วนงานและอัตรากำลังให้เพียงพอ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

21. ออกคำสั่ง กฎระเบียบ ประกาศ แนวทางปฏิบัติ และบันทึกต่าง ๆ ภายในบริษัทฯ เพื่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ รวมถึงรักษาระเบียบวินัยภายในองค์กร มอบอำนาจและ/หรือมอบอำนาจช่วงให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคนปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดในนามของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ภายใต้ขอบเขตอำนาจที่ระบุไว้ในหนังสือมอบอำนาจของบริษัทฯ และ/หรือ ระเบียบ กฎเกณฑ์ หรือมติของคณะกรรมการบริษัท

22. ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งมีอำนาจดำเนินการใด ๆ ที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว

7.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัท ในฐานะผู้แทนของผู้ถือหุ้นมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่และกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริต เพื่อรักษาสิทธิและผลประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นทุกราย รวมถึงการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจ แผนธุรกิจ และงบประมาณอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การตลาด และสภาวะการแข่งขันที่เปลี่ยนไป พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่รวมถึงการดูแลการรายงานผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการและคณะกรรมการชุดย่อยของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อให้บรรลุกลยุทธ์และเป็นไปตามแผน ส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและผลการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้น

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัท ยังมีอำนาจในการอนุมัติเรื่องสำคัญต่าง ๆ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ อย่างเป็นธรรม เช่น การแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย การแต่งตั้งเลขานุการบริษัท การกำหนดแผนสืบทอดตำแหน่งของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร พิจารณาอนุมัติการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน พิจารณาอนุมัติรายการที่เกี่ยวโยงกัน พิจารณาอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล เป็นต้น

กฎบัตรคณะกรรมการ (Board charter) : มี

คณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้แทนของผู้ถือหุ้นมีอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

1. ปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง ซื่อสัตย์สุจริตเพื่อรักษาสิทธิและผลประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น

2. กำกับดูแล ให้บริษัทฯ มีกำหนดวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย เป้าหมายหลัก และกลยุทธ์ทางธุรกิจ รวมถึงกำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. กำหนดและทบทวนโครงสร้างคณะกรรมการ ในเรื่องจำนวนกรรมการ สัดส่วนกรรมการอิสระ เพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

4. กำกับดูแลให้มีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคคลเป็นกรรมการบริษัทอย่างโปร่งใส และพิจารณาให้โครงสร้างและอัตราค่าตอบแทนกรรมการบริษัทมีความเหมาะสม เพื่อนำเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติต่อไป โดยในการพิจารณาค่าตอบแทนควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ประสบการณ์ ภาระหน้าที่ ขอบเขตและบทบาทความรับผิดชอบ รวมถึงเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่อยู่ในระดับและอุตสาหกรรมเดียวกัน

5. พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย เช่น คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และ/หรือคณะกรรมการชุดย่อยอื่นใด เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทตามความเหมาะสม

6. พิจารณากำกับดูแลให้มีหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหาบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตลอดจนโครงสร้างค่าตอบแทน รวมถึงเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทฯ และพิจารณาแต่งตั้งประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกำหนดค่าตอบแทนสำหรับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตามที่คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนเสนอ

7. พิจารณากำหนดเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ ทำการประเมินผลอย่างน้อย ปีละหนึ่ง (1) ครั้ง รวมทั้งจัดทำรายงานของคณะกรรมการบริษัท

8. พิจารณากำกับดูแลให้มีการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย และกรรมการรายบุคคล อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ต่อไป โดยอาจจัดให้มีที่ปรึกษาภายนอกเพื่อร่วมพิจารณากำหนดแนวทาง และเสนอแนะประเด็นในการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการอย่างน้อยทุก ๆ สาม (3) ปี และเปิดเผยการดำเนินการดังกล่าวไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

9. กำกับดูแลให้มีแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เพื่อเป็นการเตรียมสืบทอดตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารระดับสูง โดยให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รายงานผลการดำเนินงานตามแผนสืบทอดตำแหน่งต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบเป็นระยะอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง

10. กำกับดูแลให้บริษัทฯ มีระบบการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายในที่เพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิผล และมีการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

11. ติดตามดูแล และจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างบริษัทฯ กับฝ่ายจัดการ คณะกรรมการบริษัท หรือผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ รวมถึงป้องกันการใช้ประโยชน์อันมิควรในทรัพย์สินของบริษัทฯ และการทำธุรกรรมกับผู้ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับบริษัทฯ ในลักษณะที่ไม่สมควร ทั้งนี้ รายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต้องดำเนินการและเปิดเผยข้อมูลตามที่กฎหมายกำหนด และเป็นไปเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นโดยรวม

12. กำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ การบริหารจัดการความยั่งยืน และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และให้มีการสื่อสารในทุกระดับของบริษัทฯ และกับบุคคลภายนอกเพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติได้จริง

13. จัดให้มีกลไกในการรับเรื่องร้องเรียน และการดำเนินการกรณีมีการชี้เบาะแส และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายสามารถติดต่อหรือร้องเรียนในเรื่องที่อาจเป็นปัญหากับกรรมการหรือบุคคลที่คณะกรรมการมอบหมายได้โดยตรง

14. ให้ความสำคัญและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจในระยะยาว ควบคู่ไปกับการสร้างคุณประโยชน์ต่อลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

15. กำกับดูแลให้บริษัทฯ แต่งตั้งกรรมการ หรือผู้บริหารในบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม ในจำนวนที่สะท้อนสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม เพื่อดูแลและรักษาผลประโยชน์ และผลตอบแทนจากการลงทุนที่บริษัทฯ ควรจะได้รับ และมีการกำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการ และผู้บริหารที่ได้รับการแต่งตั้งไว้อย่างชัดเจนเพื่อให้มีการบริหารเป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ

16. กำกับดูแลให้บริษัทฯ มีระบบการจัดทำรายงานทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ถูกต้อง เพียงพอ ทันเวลา และเป็นไปตามกฎเกณฑ์ มาตรฐาน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

17. กำกับดูแลให้บริษัทฯ มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งรวมถึงการกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติในการรักษาความลับ การรักษาความน่าเชื่อถือและความพร้อมใช้ของข้อมูล รวมทั้งการจัดการข้อมูลที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ และดูแลให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

18. กำกับดูแลความเพียงพอของสภาพคล่องทางการเงิน และความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทฯ รวมทั้งดูแลให้บริษัทฯ มีแผนหรือกลไกในการแก้ไขหากเกิดปัญหา

19. กำกับดูแลให้มีแผนการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง และโอกาสขององค์กรที่อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อกำหนดมาตรการรองรับความเสี่ยง และกรอบแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมสำหรับบริษัทฯ รวมถึงการเตรียมความพร้อมของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนทิศทางสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Economy)

20. กำกับดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องสำคัญของบริษัทฯ

21. รับทราบรายงานตรวจสอบของคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ ของบริษัทฯ

22. ขอความเห็นทางวิชาชีพจากองค์กรภายนอกหากมีความจำเป็นเพื่อประกอบการตัดสินใจที่เหมาะสม

23. แต่งตั้งเลขานุการบริษัทที่มีความรู้และประสบการณ์ และคุณสมบัติที่เหมาะสม เพื่อช่วยเหลือคณะกรรมการบริษัทในการปฏิบัติงานต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎหมาย ประกาศ และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

24. พิจารณาอนุมัติเรื่องต่าง ๆ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัทฯ อย่างเป็นธรรม

25. ทบทวนและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง

ลิงก์กฎบัตรคณะกรรมการ (Board charter) : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

7.3 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย

7.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งกรรมการที่มีความรู้ ความชำนาญที่เหมาะสมเป็นคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อช่วยปฏิบัติงานในการศึกษาและกลั่นกรองรายละเอียดในแต่ละด้าน และเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยคณะกรรมการชุดย่อย 5 คณะ ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหาร

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการตรวจสอบ

บทบาทหน้าที่

• การสอบทานรายงานทางการเงินและระบบควบคุมภายใน

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

1. สอบทานให้งบการเงินของบริษัทฯ เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย และมาตรฐานรายงานทางการเงิน มีความน่าเชื่อถือ และทันเวลา รวมถึงมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ
2. สอบทานระบบควบคุมภายใน (Internal Control) การตรวจสอบภายใน (Internal Audit) เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีระบบควบคุมภายในที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผล และให้ความเห็นชอบแผนการตรวจสอบภายในของบริษัทฯ และพิจารณารายงานผลการตรวจสอบภายในเพื่อให้ความเห็นก่อนเสนอรายงานการตรวจสอบภายในต่อคณะกรรมการบริษัท
3. พิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน รวมถึงประเมินคุณภาพการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในเป็นประจำทุกปี ตลอดจนให้ความเห็นชอบการแต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้างหัวหน้าฝ่ายตรวจสอบภายในหรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานตรวจสอบภายใน และงบประมาณสำหรับการดำเนินการของฝ่ายตรวจสอบภายใน
4. สอบทานให้บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับและประกาศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลใช้บังคับกับบริษัทฯ และ/หรือ ธุรกิจของบริษัทฯ และรับทราบรายงานความคืบหน้าเกี่ยวกับประเด็นสำคัญในการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ
5. พิจารณาเสนอแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ พร้อมทั้งเสนอค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี รวมทั้งเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง โดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วย
6. พิจารณารายการที่เกี่ยวโยงกัน หรือรายการที่อาจจะมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งข้อบังคับและประกาศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือ กฎหมายที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลใช้บังคับกับบริษัทฯ และ/หรือ ธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ
7. ดำเนินการรับเรื่องร้องเรียน และรับแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบและหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ของผู้ดำรงตำแหน่งตั้งแต่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารขึ้นไป รวมถึงการกำกับดูแลการตรวจสอบ และการลงโทษอย่างอิสระและเหมาะสม
8. จัดทำรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และควรประกอบด้วยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้

(ก) ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของงบการเงินของบริษัทฯ

(ข) ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ

(ค) ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับและประกาศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลใช้บังคับกับบริษัทฯ และ/หรือ ธุรกิจของบริษัทฯ

(ง) ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี

(จ) ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

(ฉ) จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ และการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน

(ช) ความเห็นหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎบัตร

(ซ) รายการอื่นใดที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบภายใต้ขอบเขตอำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

9. มีอำนาจเรียกฝ่ายจัดการ หัวหน้าหน่วยงานหรือพนักงานที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ มาให้ความเห็น ร่วมประชุมหรือส่งเอกสารตามที่เห็นว่าเกี่ยวข้องจำเป็นกับการพิจารณาของคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้งแสวงหาความเห็นที่เป็นอิสระจากที่ปรึกษาทางวิชาชีพอื่นใดเมื่อเห็นว่าจำเป็นได้ด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ
10.ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้งและเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
11.พิจารณาและทบทวนเกณฑ์ในการประเมินผล ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบ อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา
12.ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมายเว้นแต่คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นเป็นประการอื่น

ในกรณีที่มีการแต่งตั้งกรรมการตรวจสอบ และ/หรือ เปลี่ยนแปลงหน้าที่ของกรรมการตรวจสอบ ให้บริษัทฯ เปิดเผยมติการแต่งตั้ง ขอบเขตการดำเนินงาน และ/หรือ มติการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบดังกล่าวตามแบบแจ้งรายชื่อและขอบเขตการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนดต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใน 3 วันทำการนับแต่วันที่มีการแต่งตั้ง และ/หรือ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ลิงก์กฎบัตร

https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

คณะกรรมการบริหาร

บทบาทหน้าที่

- อื่น ๆ
    - ควบคุมดูแลการดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานของบริษัทฯ ตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

1. ดำเนินกิจการและบริหารกิจการของบริษัทฯ ตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท
2. พิจารณากลั่นกรองกลยุทธ์ แผนธุรกิจ งบประมาณประจำปีและแผนการลงทุนของบริษัทฯ โครงสร้างการบริหารจัดการ และอำนาจอนุมัติของบริษัทฯ เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทเห็นชอบ และดำเนินการตามที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท
3. บริหารจัดการ ตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงาน และการบริหารงานทั่วไปของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามนโยบายและแผนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงพิจารณากลั่นกรองข้อเสนอต่าง ๆ ของฝ่ายจัดการ
4. พิจารณาและอนุมัติการเข้าทำสัญญา และ/หรือ ธุรกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจปกติของ บริษัทฯ เช่น การซื้อขาย การลงทุนหรือร่วมทุนกับบุคคลอื่นเพื่อการทำธุรกรรมตามปกติของบริษัทฯ และเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ภายในวงเงินตามที่กำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) หรือตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
5. พิจารณาและอนุมัติการลงทุน การจัดซื้อ จัดจ้าง การกู้ยืมเงิน และการขอสินเชื่อใด ๆ จากสถาบันการเงิน และการดำเนินงานต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินกิจการปกติของบริษัทฯ ภายในวงเงินตามที่กำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวจะต้องอยู่ภายใต้ประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน หรือกฎหมายอื่นใดในเรื่องที่เกี่ยวข้อง
6. อนุมัติและดำเนินการเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการของบริษัทฯ ตามตารางอำนาจอนุมัติ (Delegation of Authority) ที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
7. อนุมัติแต่งตั้งที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ หรือบุคคลที่มีความเห็นอิสระ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ
8. ดำเนินการให้ฝ่ายจัดการ ผู้บริหาร หรือบุคคลใดที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ มาให้ความเห็น เข้าร่วมประชุม หรือให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับเรื่องที่จะมีการหารือกันในที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร
9. พิจารณาและทบทวนเกณฑ์ในการประเมินผล และประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา รวมทั้งจัดทำรายงานของคณะกรรมการบริหาร
10. ดำเนินการรับเรื่องร้องเรียน และรับแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด การทุจริตคอร์รัปชัน หรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบและหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ของผู้บริหารและพนักงานซึ่งต่ำกว่าระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมถึงการกำกับดูแล

การตรวจสอบ และการลงโทษ
11. ทบทวนกฎบัตรของคณะกรรมการบริหารให้สอดคล้องกับสภาวการณ์เป็นประจำทุกปี และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบหรือพิจารณาแล้วแต่กรณี
12. ดำเนินการอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท หรือตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

ลิงก์กฎบัตร

https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

บทบาทหน้าที่

- การสรรหากรรมการ / ผู้บริหารระดับสูง
- การพิจารณาค่าตอบแทน

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

1. พิจารณาและทบทวนนโยบายที่เกี่ยวกับการสรรหาและค่าตอบแทนของกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ
2. พิจารณาโครงสร้างและองค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัท ในเรื่องของจำนวนคณะกรรมการ เพื่อให้เหมาะสมกับขนาด ประเภท และความซับซ้อนของธุรกิจของบริษัทฯ
3. พิจารณาคุณสมบัติหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหาบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของบริษัทฯ เพื่อเสนอให้คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ
4. พิจารณาคุณสมบัติของบุคคลที่จะเสนอให้เป็นกรรมการอิสระ เพื่อให้แน่ใจว่ากรรมการอิสระของบริษัทฯ มีความเป็นอิสระตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
5. พิจารณาบุคคลที่จะเสนอให้เป็นกรรมการเพื่อเสนอชื่อให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ หรือเพื่อให้คณะกรรมการเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติ (แล้วแต่กรณี)
6. พิจารณาเสนอรายชื่อกรรมการหรือบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นกรรมการชุดย่อยต่าง ๆ และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาแต่งตั้งตามความเหมาะสม
7. พิจารณาคุณสมบัติหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหาบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ
8. คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารพิจารณาหลักเกณฑ์และวิธีการในการสรรหาและแต่งตั้งบุคคล ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเสนอให้เป็นผู้บริหารระดับสูง
9. พิจารณาบุคคลที่จะเสนอให้เป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอชื่อให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาแต่งตั้ง
10. พิจารณาและทบทวนรูปแบบและกระบวนการพัฒนากรรมการ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สอดคล้องกับธุรกิจของบริษัทฯ
11. พิจารณาและทบทวนแผนการพัฒนาศักยภาพประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง เพื่อเตรียมความพร้อมให้บริษัทฯ มีผู้สืบทอดงาน (Succession Plan) เพื่อให้การบริหารงานของบริษัทฯ สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง
12. พิจารณาและทบทวนรูปแบบและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยพิจารณาใช้ข้อมูลของบริษัทอื่นที่อยู่ในระดับและอุตสาหกรรมเดียวกัน และพิจารณาถึงความเหมาะสม เป็นธรรมและเป็นไปตามกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
13. พิจารณากำหนดค่าตอบแทนของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ ภายใต้รูปแบบและหลักเกณฑ์ที่กำหนด และเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ หรือเพื่อให้คณะกรรมการเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติ (แล้วแต่กรณี)
14. พิจารณากำหนดนโยบายและโครงสร้างค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ผู้บริหารและบุคลากรอื่น ๆ ทุกระดับ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร โดยคำนึงถึงปัจจัยทั้งภายนอกและภายใน เช่น ระดับอุตสาหกรรม ผลการดำเนินงาน เพื่อผลประโยชน์ขององค์กรในระยะยาว
15. พิจารณาและทบทวนเกณฑ์ในการประเมินผล ประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา
16. กำกับดูแลให้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการประเมินการปฏิบัติงานสำหรับทั้งองค์กร และเสนอให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา
17. พิจารณาและทบทวนเกณฑ์ในการประเมินผล ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน อย่างน้อยปี

ละหนึ่ง (1) ครั้ง และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา รวมทั้งจัดทำรายงานของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
18. ขอความเห็นจากที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญตามความจำเป็น เพื่อให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ตามสมควร
19. ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นประจำทุกปี และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบหรือพิจารณาแล้วแต่กรณี
20. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมายเว้นแต่คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน มีความเห็นเป็นประการอื่น

ลิงก์กฎบัตร

https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

บทบาทหน้าที่

• การกำกับดูแลด้านความเสี่ยง

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

1. พิจารณาให้ความเห็นและกำกับดูแล ให้มีการกำหนดนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยง รวมถึงความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน ที่เสนอโดยคณะกรรมการบริหารเพื่อให้ครอบคลุมทั้งองค์กร และกำกับดูแลให้มีการสอบทานและทบทวนนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
2. พิจารณาให้ความเห็น และกำกับดูแลให้มีการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) เพื่อเป็นกรอบในการบริหารกิจการ และกำกับดูให้มีการทบทวนระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์แวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป
3. พิจารณาให้ความเห็นแนวทางปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงและมาตรการป้องกันความเสี่ยงซึ่งฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องเสนอ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยง และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้
4. พิจารณากำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงและมาตรการป้องกันความเสี่ยงที่ได้กำหนดไว้
5. พิจารณากำกับดูแลให้บุคคลที่ได้รับมอบหมายรวบรวมผลการติดตามแนวทางปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงและมาตรการป้องกันความเสี่ยง และรายงานผลการติดตามดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อพิจารณา และเสนอแนะ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงแนวทางปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยง หรือมาตรการควบคุมความเสี่ยงและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ
6. ประสานงานกับคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมต่อการจัดการความเสี่ยง รวมทั้งมีการนำระบบการบริหารความเสี่ยงไปปรับใช้อย่างเหมาะสมและมีการปฏิบัติตามทั้งองค์กร
7. ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และข้อเสนอแนะแก่หน่วยงานและบุคลากร หรือคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งพิจารณาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยง
8. ประเมินและทบทวนประเภทความเสี่ยงที่บริษัทฯประสบภายใต้สถานการณ์แวดล้อมของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ
9. พิจารณาแต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง
10. ทบทวนกฎบัตรของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ เป็นประจำทุกปีและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบหรือพิจารณาแล้วแต่กรณี
11. พิจารณาและทบทวนเกณฑ์ในการประเมินผล และประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา รวมทั้งจัดทำรายงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
12. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอาจจัดให้มีที่ปรึกษาภายนอกเพื่อร่วมพิจารณากำหนดแนวทาง และเสนอแนะการบริหารความเสี่ยงได้ตามความจำเป็นและสมควร
13. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมายเว้นแต่คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีความเห็นเป็นประการอื่น

ลิงก์กฎบัตร

https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

บทบาทหน้าที่

- บรรษัทภิบาล
- การพัฒนาความยั่งยืน
- การกำกับดูแลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และบทบาทความรับผิดชอบ

ด้านบรรษัทภิบาล :

1. กำหนดและทบทวนนโยบายด้านบรรษัทภิบาลของบริษัทฯ เช่น นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ นโยบายป้องการใช้ข้อมูลภายในของบริษัท นโยบายด้านภาษี ให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ
2. ติดตามและพิจารณาผลการประเมินด้านบรรษัทภิบาล ภายใต้ข้อกำหนดขององค์กรประเมินด้านบรรษัทภิบาล เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และ/หรือ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
3. ติดตามดูแลการปฏิบัติงานด้านบรรษัทภิบาล ให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้
4. รายงานความคืบหน้าและผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อทราบอย่างสม่ำเสมอ

ด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน :

1. กำหนดและทบทวนนโยบายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ เช่น นโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน นโยบายสิ่งแวดล้อม นโยบายสิทธิมนุษยชน นโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ของบริษัทฯ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท พิจารณาอนุมัติ
2. พิจารณาให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับกลยุทธ์ การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ
3. ให้ความเห็นชอบงบประมาณการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อรวบรวมเป็นงบประมาณประจำปี นำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท พิจารณาอนุมัติ
4. พิจารณาขอบเขตการดำเนินงาน ติดตามและพิจารณาผลการประเมินการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้ข้อกำหนดขององค์กรประเมินความยั่งยืน เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
5. ติดตามดูแลการปฏิบัติงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้
6. รายงานความคืบหน้าและผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อทราบอย่างสม่ำเสมอ

ด้านทั่วไป :

1. ทบทวนกฎบัตรของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ เป็นประจำทุกปีและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบหรือพิจารณาแล้วแต่กรณี
2. พิจารณาและทบทวนเกณฑ์ในการประเมินผล และประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา รวมทั้งจัดทำรายงานของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ
3. คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน อาจขอคำแนะนำจากที่ปรึกษาอิสระภายนอกหรือผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพอื่น ๆ หากเห็นว่ามีความจำเป็นและเหมาะสม ด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ตามสมควร
4. พิจารณาแต่งตั้งคณะอนุกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ในการกำกับดูแลเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน รวมถึงดำเนินการอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
5. สามารถเรียกขอข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ของบริษัทฯ เพื่อประกอบการพิจารณาเพิ่มเติมในเรื่องต่างๆ ได้
6. ดำเนินการอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท หรือตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

ลิงก์กฎบัตร

https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

7.3.2 ข้อมูลคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด

รายชื่อคณะกรรมการตรวจสอบ

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล(*) เพศ: ชาย อายุ : 58 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอก สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการตรวจสอบบัญชี : ใช่	ประธานกรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)	24 ม.ค. 2565	บัญชี, การเงิน, ความยั่งยืน, การตรวจสอบ, บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล
2. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน(*) เพศ: หญิง อายุ : 60 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาเอก สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการตรวจสอบบัญชี : ใช่	กรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการเดิม (กรรมการที่ยังดำรงตำแหน่งตามงบปีที่รายงานและไม่มีการลาออกระหว่างปี)	12 พ.ค. 2566	บริหารธุรกิจ, บัญชี, การเงิน, การตรวจสอบ, การจัดทำงบประมาณ
3. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์(*) เพศ: หญิง อายุ : 58 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ มีประสบการณ์ความรู้ด้านการตรวจสอบบัญชี : ใช่	กรรมการตรวจสอบ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ) ประเภทของกรรมการ : กรรมการที่หมดวาระและได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่	24 ม.ค. 2556	กฎหมาย, บัญชี, การเงิน, การตรวจสอบ, บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล

คำอธิบายเพิ่มเติม:

(*) กรรมการที่มีความรู้และประสบการณ์ในการสอบทานงบการเงินของบริษัท

รายชื่อคณะกรรมการบริหาร

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง
1. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ เพศ: ชาย อายุ : 58 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : - สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	ประธานกรรมการบริหาร	23 ก.พ. 2565
2. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์ เพศ: ชาย อายุ : 70 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : - สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	23 ก.พ. 2565
3. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา เพศ: หญิง อายุ : 69 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : กฎหมาย สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	23 ก.พ. 2565
4. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ เพศ: หญิง อายุ : 49 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	23 ก.พ. 2565
5. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์ เพศ: หญิง อายุ : 40 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	23 ก.พ. 2565

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง
6. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์ เพศ: ชาย อายุ : 33 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	23 ก.พ. 2565
7. นางสาว บุณยวีร์ บุญสงเคราะห์ เพศ: หญิง อายุ : 29 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่	กรรมการบริหาร	25 ก.ย. 2566

รายชื่อคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

ชื่อคณะกรรมการชุดย่อย	รายชื่อ	ตำแหน่ง
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน	ประธานกรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา	กรรมการชุดย่อย
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์	ประธานกรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นาย สง่า บุญสงเคราะห์	กรรมการชุดย่อย
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	ดร. วรภัทร โตธนะเกษม	ประธานกรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์	กรรมการชุดย่อย (กรรมการอิสระ)
	นาย สง่า บุญสงเคราะห์	กรรมการชุดย่อย
	นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ	กรรมการชุดย่อย

7.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร

7.4.1 รายชื่อและตำแหน่งของผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ผู้บริหารของบริษัทฯ ตามคำนิยามผู้บริหารของประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ต. ที่ กจ.17/2551 เรื่อง การกำหนดบทนิยามในประกาศเกี่ยวกับการออกและเสนอขายหลักทรัพย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 7 คน

รายชื่อผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด

รายชื่อผู้บริหาร	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ เพศ: ชาย อายุ : 58 ปี วุฒิการศึกษา : ต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา : - สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (ผู้บริหารสูงสุด)	1 พ.ย. 2560	ผู้นำ, การจัดการกลยุทธ์, แฟชั่น, การจัดการองค์กร, การจัดการความเสี่ยง
2. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา เพศ: หญิง อายุ : 69 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : กฎหมาย สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	1 เม.ย. 2562	กฎหมาย, เงินทุนและหลักทรัพย์, การเงิน
3. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ(*) เพศ: หญิง อายุ : 49 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : การจัดการ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน	2 ม.ค. 2563	บัญชี, การเงิน, จัดซื้อ, การตรวจสอบ, ตรวจสอบภายใน

รายชื่อผู้บริหาร	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
4. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์ เพศ: หญิง อายุ : 40 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บัญชี สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ประธานเจ้าหน้าที่สายงานจัดหาและกระจายสินค้า	3 มิ.ย. 2562	แฟชั่น, จัดซื้อ, การจัดการกลยุทธ์, ขนส่งและโลจิสติกส์, การจัดการข้อมูล
5. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์ เพศ: ชาย อายุ : 33 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : เศรษฐศาสตร์ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์	3 ก.ค. 2560	บรรจุภัณฑ์, การตลาด, จัดซื้อ, การตลาดดิจิทัล, การออกแบบ
6. นางสาว บุณยวีร์ บุญสงเคราะห์ เพศ: หญิง อายุ : 29 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายกลยุทธ์ธุรกิจและการปฏิบัติการ	2 ม.ค. 2566	บริหารธุรกิจ, การตลาด

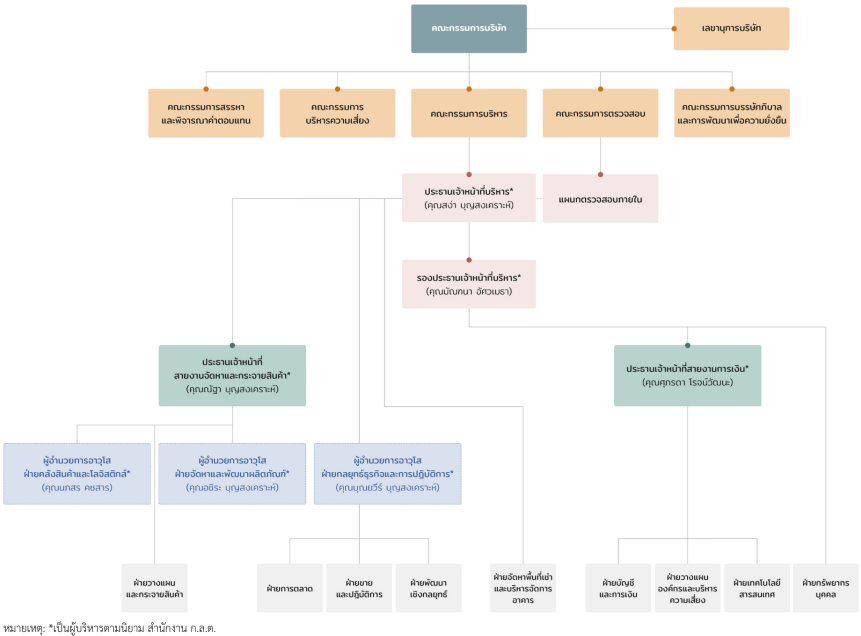
รายชื่อผู้บริหาร	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
7. นางสาว นภสร คชสาร เพศ: หญิง อายุ : 59 ปี วุฒิการศึกษา : ปริญญาโท สาขา : บริหารธุรกิจ สัญชาติไทย : ใช่ ถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย : ใช่ ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน : ไม่ใช่ ผู้ควบคุมดูแลการบัญชี : ไม่ใช่	ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายคลังสินค้าและโลจิสติกส์	1 พ.ย. 2567	ขนส่งและโลจิสติกส์, การจัดการข้อมูล, การวิเคราะห์ข้อมูล

คำอธิบายเพิ่มเติม :
(*) ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน
(**) ผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี
(***) แต่งตั้งภายหลังวันสิ้นงวดปีบัญชี ณ ปีรายงาน

แผนภาพโครงสร้างผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด

โครงสร้างผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด ณ วันที่ : 31 ธ.ค. 2568

รูปแผนภาพโครงสร้างผู้บริหารสูงสุดและผู้บริหาร 4 รายแรกนับจากผู้บริหารสูงสุด



7.4.2 นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหาร

บริษัทฯ มีนโยบายค่าตอบแทนกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กำหนดค่าตอบแทนของกรรมการ โดยพิจารณาจากหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและการทำงานของกรรมการ และคำนึงถึงความสอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยพิจารณาเปรียบเทียบอ้างอิงค่าตอบแทนกรรมการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในประเภทและขนาดธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งพิจารณาการขยายตัวทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยการพิจารณาของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท

เพื่อพิจารณาและนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของค่าตอบแทนประจำรายเดือน เงินรางวัล เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส หรือ ผลประโยชน์ตอบแทนในลักษณะอื่น ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนให้กรรมการบริหาร

ค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีการกำหนดอย่างเหมาะสมภายใต้หลักเกณฑ์ที่ชัดเจน โปร่งใส โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะเป็นผู้พิจารณาทบทวนค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าบริหาร เพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทฯ และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งสอดคล้องกับภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้วย โดยค่าตอบแทนมีวัตถุประสงค์ที่สร้างแรงจูงใจ และมีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัทฯ

ลิงก์นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหาร : https://www.moshimoshi.co.th/th/corporate-governance/policies-charters-and-corporate-documents

คณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการพิจารณาค่าตอบแทนมีความเห็นต่อนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหารหรือไม่ : มี

ในการกำหนดค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน เป็นผู้พิจารณาและกำหนดและเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา โดยให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของบริษัทฯ สอดคล้องกับผลประโยชน์ของบริษัทฯ ในระยะสั้นและระยะยาว

1. การพิจารณาความเหมาะสมของสัดส่วนค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือน และผลการดำเนินงานระยะสั้น เช่น โบนัส รวมถึงการพิจารณาจัดหาแนวทางการให้ค่าตอบแทนในระยะยาว อาทิเช่น การให้หุ้น หรือใบสำคัญแสดงสิทธิของบริษัทฯ เป็นต้น

2. การพิจารณาเปรียบเทียบค่าตอบแทนที่บริษัทฯ กำหนดกับระดับค่าตอบแทนที่ได้รับในกลุ่มธุรกิจขนาดเดียวกัน ประเภทเดียวกัน หรือมีผลการดำเนินงานใกล้เคียงกัน เป็นต้น

3. การพิจารณาเกณฑ์การประเมินผล โดยอ้างอิงจากผลการประเมินผลงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และการเปิดเผยข้อมูลให้เป็นที่รับทราบ ดังต่อไปนี้

3.1 หลักเกณฑ์การประเมินผลงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยเกณฑ์การประเมินผลงานควรจูงใจให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริหารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก กลยุทธ์ และสอดคล้องกับผลประโยชน์ของบริษัทฯ ในระยะยาว

3.2 ประเมินผลงานประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประจำทุกปี โดยมอบหมายให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (ไม่รวมกรรมการที่เป็นผู้บริหาร) เป็นผู้ประเมิน และประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะเป็นผู้สื่อสารผลการพิจารณาให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบ โดยมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและโปร่งใส โดยนำ Balance Scorecard ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ เป้าหมายและสถานะความสำเร็จและเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ การวัดผลการปฏิบัติงาน ด้านการกำหนดกลยุทธ์ การวางแผนการปฏิบัติทางการเงิน และด้านความยั่งยืน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

หมวดที่ 1 : ความคืบหน้าของแผนงาน (Key Performance Indicators)

- วัดความสำเร็จด้านการเงิน
- วัดความสำเร็จด้านการบริหารงาน การเติบโตของบริษัทฯ ผลการดำเนินการด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาด้านความยั่งยืน และประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน
- วัดความสำเร็จด้านการบริหารงานบุคคล

หมวดที่ 2 : การวัดผลการปฏิบัติงาน (Competency)

- ความเป็นผู้นำ
- การกำหนดกลยุทธ์
- การปฏิบัติตามกลยุทธ์
- การวางแผนและผลการปฏิบัติทางการเงิน
- ความสัมพันธ์กับคณะกรรมการ
- ความสัมพันธ์กับภายนอก
- การบริหารงานและความสัมพันธ์กับบุคลากร
- การสืบทอดตำแหน่ง
- ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

- คุณลักษณะส่วนตัว

หมวดที่ 3 : การพัฒนาของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

กระบวนการประเมิน มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

กระบวนการเริ่มต้นในช่วงต้นปีปฏิทิน โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะดำเนินการร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อร่วมกันกำหนดหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (Key Performance Indicators) สำหรับรอบปีการประเมินนั้น และนำเสนอหลักเกณฑ์ดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ในระหว่างปี ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะปฏิบัติหน้าที่ตามหลักเกณฑ์ และดัชนีชี้วัดที่ได้รับการอนุมัติ เมื่อสิ้นสุดรอบปีการประเมิน ฝ่ายจัดการจะดำเนินการรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานตามดัชนีชี้วัดเพื่อประกอบการประเมิน

ในช่วงต้นปีปฏิทินถัดไป คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (ไม่รวมกรรมการที่เป็นผู้บริหาร) จะดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานตามดัชนีชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย หมวดที่ 1 ความสำเร็จด้านการเงิน ความสำเร็จด้านการบริหารงาน การเติบโตของบริษัทฯ ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล การบริหารงานบุคคล และประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน หมวดที่ 2 การประเมินสมรรถนะความสามารถในการบริหารงาน (Competency) และหมวดที่ 3 การพัฒนาของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ภายหลังการประมวลผลคะแนนการประเมินทั้งสองส่วนเรียบร้อยแล้ว คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะนำเสนอผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ ทั้งนี้ ผลการประเมินที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทจะถูกนำไปใช้ในการพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหารต่อไป

การประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตามกระบวนการดังกล่าวข้างต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความโปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยผลการประเมินการปฏิบัติงานประธานเจ้าหน้าที่บริหารสำหรับปี 2568 อยู่ในระดับดีเยี่ยม

7.4.3 ค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหาร

บริษัทฯ มีการกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทน โดยมุ่งมั่นในการบริหารค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อดึงดูดรักษาบุคลากรตลอดจนสร้างแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงานแต่ละคน โดยมีการทบทวนโครงสร้างค่าตอบแทนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้โครงสร้างค่าตอบแทนสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ กำหนดให้มีการพิจารณาปรับอัตราเงินเดือนให้ผู้บริหารและพนักงานปีละหนึ่ง (1) ครั้ง โดยใช้ดัชนีวัดผลการดำเนินงาน (KPI) ซึ่งแบ่งออกเป็น 1) ด้านการดำเนินการธุรกิจ (Financial Performance) 2) โครงการด้านกลยุทธ์ (Business Development & Strategy) 3) ด้านความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล (Sustainability & Governance) และ 4) การบริหารงานบุคคล (People & Culture) มาใช้ในการกำหนดดัชนีวัดผลการดำเนินงานระดับองค์กรและถ่ายทอดมาเป็นดัชนีวัดผลการดำเนินงานของฝ่ายและของพนักงาน ซึ่งส่งผลต่อการให้ค่าตอบแทนของผู้บริหารและพนักงานสอดคล้องกับผลการดำเนินงานและกลยุทธ์ของบริษัทฯ

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ กำหนด KPI (Key Performance Indicators) ด้านความยั่งยืนและบรรษัทภิบาล ในด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารสูงสุด (ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร) ไปจนถึงระดับผู้บริหาร ตามนิยามของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่สายงานจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายคลังสินค้าและโลจิสติกส์ ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายกลยุทธ์ธุรกิจและการปฏิบัติการ) และพนักงานทุกคน

ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

บริษัทฯ พิจารณาจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหาร โดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและเหมาะสมตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และพิจารณาเปรียบเทียบกับผลอัตราค่าตอบแทนของบริษัทอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับบริษัทฯ ตลอดจนผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล นอกจากนั้นยังพิจารณาการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคนตามเป้าหมายของงานที่รับผิดชอบโดยมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนธุรกิจประจำปี เพื่อเป็นแรงผลักดันให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารสร้างความมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรในระยะยาว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าตอบแทนประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริษัท พิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลการประเมินดังกล่าวมาประกอบการพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ในรูปแบบของเงินเดือนและโบนัส ซึ่งพิจารณาจากผลการดำเนินงานในปัจจุบัน ประกอบกับการพิจารณาจากผลการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายและแผนงานในระยะยาว โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจนในแต่ละปี ทั้งตัวชี้วัดทางด้านการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย ผลประกอบการทางด้านการเงิน และตัวชี้วัดด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย ตัวชี้วัดด้านกลยุทธ์ ได้แก่ การพัฒนาธุรกิจและการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ด้านการพัฒนาองค์กร ตัวชี้วัดด้านบรรษัทภิบาลและความยั่งยืน ได้แก่ ผลการดำเนินงานที่ครอบคลุมประเด็นด้าน ESG และ ตัวชี้วัดด้านการบริหารงานบุคคล

ค่าตอบแทนผู้บริหาร

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะพิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นรายบุคคล และกลุ่มงานที่ได้รับผิดชอบเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลประเมินดังกล่าวมาประกอบการพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหารในรูปแบบของเงินเดือนและโบนัส

โครงสร้างค่าตอบแทน

บริษัทฯ กำหนดค่าตอบแทนและผลประโยชน์แบบคงที่แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) เงินเดือน คือ ค่าตอบแทนที่ได้รับเป็นไปตามหน้าที่ความรับผิดชอบตามตำแหน่งงาน ประสบการณ์ ทักษะ และความชำนาญ ซึ่งจ่ายเป็นเงินสดเข้าบัญชีทุกเดือน โดยจะมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี จากการพิจารณาผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมายและแผนงานที่กำหนดไว้ ตลอดจนเปรียบเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง และ 2) ผลประโยชน์อื่น เพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับบุคลากร รวมทั้งเตรียมความพร้อม และให้ความช่วยเหลือในกรณีที่เกษียณอายุ ลาออก ประสบปัญหาด้านสุขภาพ ทุพพลภาพหรือเสียชีวิต สวัสดิการต่าง ๆ เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันสุขภาพ เป็นต้น

ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ตามผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ กำหนดค่าตอบแทนจูงใจระยะสั้น คือ โบนัส ซึ่งเป็นผลตอบแทนที่แปรผันตามความสำเร็จของผลการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยจะมีการพิจารณาผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมาเปรียบเทียบกับเป้าหมายและแผนงานที่กำหนดไว้ ตลอดจนเปรียบเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง

	2566	2567	2568
ค่าตอบแทนกรรมการบริหารและผู้บริหารรวม (บาท)	30,970,000.00	31,500,000.00	33,594,776.19
ค่าตอบแทนผู้บริหาร (บาท)	30,970,000.00	31,500,000.00	33,594,776.19

สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินให้แก่ผู้บริหารของบริษัทฯ รวม 7 ราย ในรูปของเงินเดือนและโบนัสประจำปี รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 33.59 ล้านบาท โดยคิดเป็นร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับค่าตอบแทนรวมทั้งหมดของกิจการ

ค่าตอบแทนอื่นของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

	2566	2567	2568
เงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับกรรมการผู้บริหารและผู้บริหาร (บาท)	720,000.00	770,000.00	966,947.89
Employee Stock Ownership Plan (ESOP)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
Employee Joint Investment Program (EJIP)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

บริษัทฯ ได้จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพแก่ผู้บริหาร โดยบริษัทฯ ได้สมทบในอัตราส่วนร้อยละ 3 ของเงินเดือน

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่ายของกรรมการบริหารและผู้บริหาร

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่ายของกรรมการบริหารและผู้บริหารในรอบปีที่ผ่านมา : 0.00

ประมาณค่าตอบแทนของกรรมการบริหารและผู้บริหารในรอบปีปัจจุบัน : 0.00

7.5 ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงาน

ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานของบริษัท

จำนวนพนักงาน

	2566	2567	2568
พนักงานรวม (คน)	1,031	1,212	1,471
พนักงานชาย (คน)[1]	153	174	227
พนักงานหญิง (คน)[2]	878	1,038	1,244

หมายเหตุ : [1] ร้อยละจำนวนพนักงานชาย (%) ปี 2566: 14.84% ปี 2567: 14.36% ปี 2568: 15.43%

[2] ร้อยละจำนวนพนักงานหญิง (%) ปี 2566: 85.16% ปี 2567: 85.64% ปี 2568: 84.56%

จำนวนพนักงาน จำแนกตามตำแหน่งและสายงาน

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามตำแหน่ง

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานชาย ระดับปฏิบัติการ (คน)	146	166	219
จำนวนพนักงานชาย ระดับบริหาร (คน)	4	6	6
จำนวนพนักงานชาย ผู้บริหารระดับสูง (คน)	3	2	2

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามตำแหน่ง

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานหญิง ระดับปฏิบัติการ (คน)	857	1,015	1,221
จำนวนพนักงานหญิง ระดับบริหาร (คน)	16	18	18
จำนวนพนักงานหญิง ผู้บริหารระดับสูง (คน)	5	5	5

จำนวนพนักงาน จำแนกตามสายงานในรอบปีที่ผ่านมา [3]

แผนก / สายงาน / หน่วยงาน / กลุ่มธุรกิจ	จำนวนพนักงาน (คน)
แผนกความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม	3
แผนกจัดซื้อ	2
ฝ่ายจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์	45
ฝ่ายวางแผนและกระจายสินค้า	5
ฝ่ายคลังสินค้าและโลจิสติกส์	203
ฝ่ายพัฒนาเชิงกลยุทธ์	6
ฝ่ายกลยุทธ์ธุรกิจและการปฏิบัติการ	2
ฝ่ายจัดหาพื้นที่เช่าและบริหารจัดการอาคาร	6
ฝ่ายการตลาด	13
ฝ่ายขายและปฏิบัติการ	1,117
ฝ่ายวางแผนองค์กรและบริหารความเสี่ยง	4
ฝ่ายบัญชีและการเงิน	32
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	10
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	15
สำนักบริหาร	6
สายงานการเงิน	1
สายงานจัดหาและกระจายสินค้า	1
จำนวนพนักงานรวม	**1,471**

หมายเหตุ : [3] *ทั้งนี้ บริษัทฯ เป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย และได้มีการทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และกำหนดนโยบายการว่าจ้างเจ้าพนักงานของรัฐ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจน โปร่งใส ป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันในแง่ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ จะไม่ว่าจ้างเจ้าของพนักงานของรัฐ หากการว่าจ้างนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเอื้อประโยชน์ แสวงหาผลประโยชน์ต่างตอบแทน หรือเพื่อการใช้อำนาจในทางมิชอบ*

การเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ

จำนวนพนักงานเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา : ไม่ใช่

ข้อมูลเกี่ยวกับค่าตอบแทนพนักงาน

ค่าตอบแทนของพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและสามารถแข่งขันได้ในตลาด รวมถึงการสร้างความมั่นคงในสายอาชีพ และมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพอย่างเป็นธรรม มีการกำหนดอัตราค่าจ้างและสวัสดิการเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและควรเพียงพอต่อการดำรงชีวิต โดยคำนึงถึงความเท่าเทียมด้านค่าตอบแทน ทั้งยังจัดให้มีสวัสดิการด้านต่าง ๆ สำหรับพนักงานของบริษัทฯ ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น เงินประกันสังคม และนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าคอมมิชชัน และเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รวมทั้งเงินช่วยเหลือประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ค่าเดินทาง ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าครองชีพ ค่าเบี้ยขยัน เงินจูงใจอื่น ๆ เป็นต้น

	2566	2567	2568
ค่าตอบแทนพนักงานรวม (บาท)[4]	270,277,082.17	341,172,471.96	418,097,171.35
ค่าตอบแทน พนักงานชาย (บาท)[5]	44,984,872.57	57,432,949.33	69,075,991.79
ค่าตอบแทน พนักงานหญิง (บาท)[6]	225,292,209.60	283,739,522.63	349,021,179.56

หมายเหตุ : [4] อัตราส่วนค่าตอบแทนเฉลี่ยระหว่างพนักงานหญิงต่อพนักงานชาย ปี 2566: 0.87 ปี 2567: 0.83 ปี 2568: 0.92

[5] ร้อยละค่าตอบแทนของพนักงานชาย (%) ปี 2566: 16.64% ปี 2567: 16.83% ปี 2568: 16.52%

[6] ร้อยละค่าตอบแทนของพนักงานหญิง (%) ปี 2566: 83.36% ปี 2567: 83.17% ปี 2568: 83.48%

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident fund: PVD)

นโยบายและแนวปฏิบัติการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident fund: PVD)

นโยบายการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ : มี

บริษัทฯ ได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 (รวมทั้งที่มีการแก้ไข) โดยเป็นการเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เค มาสเตอร์ พูล ฟันด์ ซึ่งจดทะเบียนแล้ว ทะเบียนเลขที่ 23/2536 และมอบหมายให้ บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการกองทุนอย่างมีธรรมภิบาล เป็นผู้จัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทฯ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน และเพื่อจูงใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทฯ ในระยะยาว ซึ่งบริษัทฯ จะจ่ายเงินสมทบร้อยละ 3 ของฐานเงินเดือนของพนักงาน และพนักงานจ่ายเงินสะสมเข้ากองทุนในอัตราร้อยละ 3,5,10 หรือ15 ของฐานเงินเดือนขึ้นอยู่กับการเลือกสะสมของพนักงาน โดยลูกจ้างและบริษัทฯ จ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราคงที่ของเงินเดือนขั้นพื้นฐานของลูกจ้าง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีพนักงานที่เข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพทั้งหมด 188 คน จากจำนวนพนักงานทั้งหมด 1,471 คน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.78 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด

ภาพรวมวิธีการกำหนดอัตราเงินสะสมของลูกจ้างและอัตราเงินสมทบของนายจ้าง

บริษัทฯ จะจ่ายเงินสมทบร้อยละ 3 ของฐานเงินเดือนของพนักงาน และพนักงานจ่ายเงินสะสมเข้ากองทุนในอัตราร้อยละ 3,5,10 หรือ15 ของฐานเงินเดือนขึ้นอยู่กับการเลือกสะสมของพนักงาน โดยลูกจ้างและบริษัทฯ จ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราคงที่ของเงินเดือนขั้นพื้นฐานของลูกจ้าง

คณะกรรมการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของบริษัทมีการนำ : มี

หลักธรรมาภิบาลการลงทุนสำหรับผู้ลงทุนสถาบัน (“I Code”) มาใช้ในการดำเนินงานและบริหารจัดการกองทุนหรือไม่

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PVD)

รายละเอียดการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PVD)

จำนวนพนักงานที่เข้ารวม PVD

	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (คน)	203	215	257
จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม PVD (คน)	144	164	188
สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD / พนักงานทั้งหมด (%)	13.97	13.53	12.78
สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD / พนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม (%)	70.94	76.28	73.15

จำนวนเงินของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

	2566	2567	2568
จำนวนเงินที่นายจ้างสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงาน (บาท)	2,205,969.63	2,438,252.53	3,123,096.75
จำนวนเงินที่ลูกจ้างสะสมเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (บาท)	3,222,860.08	3,970,340.79	4,873,969.95

รายละเอียดสรุปการเข้าร่วมเป็นสมาชิก PVD ของพนักงานในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อบริษัท	มีพนักงานเข้าร่วมเป็นสมาชิก PVD	จำนวนพนักงาน (คน)	จำนวนพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (คน)	จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม PVD (คน)	สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD จากพนักงานทั้งหมด (%)	สัดส่วนพนักงานที่เข้าร่วม PVD จากพนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วม PVD (%)
บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	มี	1471	257	188	12.78%	73.15%

นโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการส่งเสริมการออมผ่านกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับลูกจ้างที่ยังไม่ได้เข้าเป็นสมาชิก PVD (ถ้ามี)

7.6 ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

7.6.1 ผู้ที่ได้รับมอบหมาย

รายชื่อผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี

นายธนา โรจน์ประเสริฐสุด เป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชีของบริษัทฯ ให้เป็นไปมาตรฐานรายงานทางการเงินที่กำหนดไว้ ตลอดจนมีหน้าที่ให้มีการปฏิบัติตามระเบียบ ข้อกำหนด หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทฯ ทั้งนี้ ข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องของผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี ปรากฏตามเอกสารแนบ 1

ข้อมูลทั่วไป	อีเมล	โทรศัพท์
1. นาย ธนา โรจน์ประเสริฐสุด	Thana.r@moshimoshi.co.th	02-891-3088

รายชื่อเลขานุการบริษัท

เพื่อให้เป็นไปตาม พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) มาตรา 89/15 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2566 เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2566 ได้มีมติอนุมัติให้แต่งตั้ง นางสาวชัชรีย์ เฉลิมทรัพย์ เป็นเลขานุการบริษัท โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน 2566 เป็นต้นไป โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

1. จัดทำและเก็บรักษาเอกสารดังต่อไปนี้
    ก) ทะเบียนกรรมการ
    ข) หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการ รายงานการประชุมคณะกรรมการ และรายงานประจำปีของบริษัทฯ
    ค) หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น และรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น
2. เก็บรักษารายงานการมีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการหรือผู้บริหาร
3. ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด
4. จัดส่งสำเนารายงานการมีส่วนได้เสีย (กรรมการ ผู้บริหาร และ/หรือ บุคคลที่เกี่ยวข้อง) ให้ประธานกรรมการ และประธานกรรมการตรวจสอบทราบภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่บริษัทฯ ได้รับรายงานนั้นจากกรรมการหรือผู้บริหาร
5. ปฏิบัติหน้าที่ข้างต้นด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวัง และความซื่อสัตย์สุจริต รวมทั้งต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับบริษัท มติคณะกรรมการ ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ ข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องของเลขานุการบริษัท ปรากฏตามเอกสารแนบ 1

ข้อมูลทั่วไป	อีเมล	โทรศัพท์
1. นางสาว ชัชรีย์ เฉลิมทรัพย์	comsec@moshimoshi.co.th	02-891-3088

รายชื่อหัวหน้างานตรวจสอบภายในหรือผู้ตรวจสอบภายในที่ว่าจ้างจากภายนอก

บริษัทฯ ได้จัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบภายใน และว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายในจากหน่วยงานภายนอก คือ บริษัท ตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด และ บริษัท เครสตัน ไอเอ (ประเทศไทย) จำกัด ทำหน้าที่ตรวจสอบระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ และประเมินการปฏิบัติตามระบบควบคุมภายในที่กำหนด รวมทั้งจัดทำแผนการตรวจสอบภายในประจำปี เสนอคณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาอนุมัติ เนื่องจากมีความเป็นอิสระและมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภายใน โดย บริษัท ตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด มีนางสาวศมจรีย์ แก้วขอมดี เป็นตัวแทนจากบริษัทดังกล่าวทำหน้าที่เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ และ บริษัท เครสตัน ไอเอ (ประเทศไทย) จำกัด มีนายดลวัฒน์ พรมชินวงศ์ เป็นตัวแทนจากบริษัทดังกล่าว ทำหน้าที่เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ โดยให้นางสาวบุณฑริกา พรมจันทร์ เป็นผู้ประสานงานกับบริษัทตรวจสอบภายในทั้งสองบริษัท

ทั้งนี้ การพิจารณาอนุมัติ การแต่งตั้ง การถอดถอน หรือการโยกย้าย หัวหน้างานตรวจสอบภายในหรือผู้ตรวจสอบภายในที่ว่าจ้างจากภายนอก จะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งหน่วยงานตรวจสอบภายใน รายงานผลการตรวจสอบโดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ทั้งนี้ ข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องของหัวหน้างานตรวจสอบภายใน ปรากฏตามเอกสารแนบ 3

ปี 2568 ผู้สอบบัญชีและหน่วยงานตรวจสอบภายในไม่มีข้อสังเกตที่เป็นสาระสำคัญในเรื่องความบกพร่องของการควบคุมภายใน คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท ได้พิจารณาแล้วความเห็นว่า ระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ มีความเพียงพอและเหมาะสมกับขนาดและสภาพการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และสอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และมีการปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในที่กำหนดไว้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีบุคลากรอย่างเพียงพอที่จะดำเนินการตามระบบการควบคุมภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลทั่วไป	อีเมล	โทรศัพท์
1. นางสาว ศมจรีย์ แก้วขอมดี	somcharee.k@dharmniti.co.th	-

7.6.2 หัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์

บริษัทฯ มอบหมายให้ นางสาวปิยะทิพย์ ดิลกศรี ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์ และนางสาวจันทนา อือรวมสัมพันธ์ เป็นผู้ช่วยนักลงทุนสัมพันธ์ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่อผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุน รวมทั้งข้อมูลทางการเงิน เช่น ผลการดำเนินงานและงบการเงินรายไตรมาส รายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารรายไตรมาส เป็นต้น ให้ผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนได้ทราบอย่างสม่ำเสมอ เท่าเทียม และครบถ้วนตามความเป็นจริง พร้อมทั้งเป็นตัวแทนในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น นักลงทุน และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ทั้งนี้ สามารถติดต่อฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ได้ที่

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 129 อาคารศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ชั้น 9 ถนนรัชดาภิเษก แขวงบุคคโล เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600
หมายเลขโทรศัพท์ : 02-891-3088 ต่อ 209
อีเมล : IR@moshimoshi.co.th

บริษัทมีการแต่งตั้งหัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์หรือไม่ : มี

รายชื่อหัวหน้างานนักลงทุนสัมพันธ์

ข้อมูลทั่วไป	อีเมล	โทรศัพท์
1. นางสาว ปิยะทิพย์ ดิลกศรี	IR@moshimoshi.co.th	02-891-3088

7.6.3 ผู้สอบบัญชีของบริษัท

รายละเอียดการสอบบัญชีของบริษัท

ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (Audit Fee)

สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี คือ บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด จำนวน 2,300,000 บาท

ค่าบริการอื่น (Non-Audit Fee)

สำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีค่าบริการสำหรับการเป็นพยานในการทำลายสินค้าคงเหลือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์กรมสรรพากร เป็นจำนวนเงิน 15,000 บาท

บริษัทผู้สอบบัญชี	ค่าสอบบัญชี (บาท)	ค่าบริการอื่น ๆ	รายชื่อและข้อมูลทั่วไปของ ผู้สอบบัญชี
บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด เลขที่ 179/74-80 อาคารบางกอกซิตี้ทาวเวอร์ ชั้น 7, 11, 13-16 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ +66 2844 1000	2,300,000.00	ประเภทของงานบริการอื่น: ค่าบริการสำหรับการเป็นพยานในการทำลายสินค้าคงเหลือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์กรมสรรพากร รายละเอียดข้อมูลค่าบริการอื่น ๆ: ค่าบริการสำหรับการเป็นพยานในการทำลายสินค้าคงเหลือ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์กรมสรรพากร ส่วนที่จ่ายไปในระหว่างปีบัญชี: 15,000.00 บาท ส่วนที่จะต้องจ่ายในอนาคต: 0.00 บาท รวมค่าบริการ: 15,000.00 บาท	1. นางสาว สุขุมาภรณ์ วงศ์อริยาพร อีเมล: sukhumaporn.wong-ariyaporn@pwc.com เลขที่ใบอนุญาต: 4843

บริษัทฯ ไม่มีบริษัทย่อย

7.6.4 บุคลากรที่ได้รับมอบหมาย กรณีที่เป็นบริษัทต่างประเทศ

บริษัทมีบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้เป็นตัวแทนในประเทศไทยหรือ : ไม่มี

ไม่

รายชื่อบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้เป็นตัวแทนในประเทศไทย

8. รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ

8.1 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการบริษัทมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย เป้าหมาย แผนธุรกิจ และงบประมาณของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ นอกเหนือจากผลประกอบการทางการเงิน ซึ่งได้พิจารณาทบทวนอนุมัติในรอบปีบัญชี ตลอดจนกำกับดูแลให้ฝ่ายบริหารดำเนินการให้เป็นไปตามแผน กลยุทธ์ และงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

คณะกรรมการบริษัทมีการติดตามการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ คณะกรรมการบริษัทได้ติดตามดูแลการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติผ่านการประชุมคณะกรรมการบริษัท ซึ่งรายงานผลโดยฝ่ายบริหาร

คณะกรรมการบริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดีและหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ โดยคณะกรรมการบริษัทได้ประพฤติตนเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามนโยบายและคู่มือดังกล่าว พร้อมทั้งสื่อสารและกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนยึดถือปฏิบัติตาม รวมถึงการติดตามผลการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีมาตรฐาน โปร่งใส มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติในการดำรงตำแหน่งที่บริษัทอื่นสำหรับกรรมการ กรรมการอิสระ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยกรรมการและกรรมการอิสระต้องไม่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการบริษัทจดทะเบียนอื่นมากกว่า 5 แห่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทอื่นใด โดยจะต้องแจ้งต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทให้รับทราบ เว้นแต่การไปดำรงตำแหน่งตามที่บริษัทฯ จะพิจารณาส่งไปเป็นกรรมการ หรือผู้บริหารของบริษัทย่อย ตามสัดส่วนการลงทุน เพื่อกำกับดูแลบริษัทย่อยให้ปฏิบัติตามนโยบายของบริษัทฯ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และต้องไม่เป็นธุรกิจที่แข่งขันกับธุรกิจของบริษัทฯ หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คณะกรรมการบริษัทมีการกำกับและสอบทานการควบคุมภายใน คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน จึงได้พิจารณากำหนดให้บริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสมกับขนาดของกิจการ สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่สอบทานและติดตามผลการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริหาร นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ

คณะกรรมการบริษัทมีการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทหน้าที่กำกับดูแลให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่และมีความรับผิดชอบในการกำกับและส่งเสริมให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการพิจารณาความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญตลอดจนการกำหนดแผนการดำเนินการ ติดตามประเมินผล และปรับปรุงแผนงานดังกล่าวอย่างต่อเนื่องเพื่อลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อประเมินความเสี่ยงพร้อมทั้งดำเนินการแก้ไขเพื่อลดระดับความเสี่ยง และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นใหญ่ คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้กำหนดเครื่องมือในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าบริษัทฯ มีการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยดูแลไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการดำเนินงาน ทั้งนี้ หากกรรมการหรือผู้บริหารมีส่วนได้เสียในเรื่องใดจะต้องเปิดเผยเรื่องดังกล่าวอย่างครบถ้วน

คณะกรรมการบริษัทมีการพัฒนาด้านความยั่งยืน คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทในการสนับสนุนให้บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ผลักดันให้มีการกำหนด ทบทวน และปฏิบัติตามนโยบาย กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน และเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายในองค์กร เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจ การดูแลสิ่งแวดล้อม และการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมและชุมชน

บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการอิสระทุกท่าน เพื่อสอบทานความถูกต้องการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอและความน่าเชื่อถือของงบการเงิน การกำกับและสอบทานการควบคุมภายในของบริษัทฯ ซึ่งมีรายละเอียดภาระหน้าที่ตามที่ระบุไว้ในหัวข้อ โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ ส่วนของหน้าที่คณะกรรมการตรวจสอบในกรณีที่มีการทำรายการที่ไม่ใช่การดำเนินงานตามปกติของบริษัทฯ คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่พิจารณารายการดังกล่าว ซึ่งมีกรรมการอิสระร่วมอยู่ในที่ประชุมด้วย บริษัทฯ มีคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนเพื่อกำหนดวิธีการ และหลักเกณฑ์ในการสรรหากรรมการบริษัท และกำหนดการจ่ายค่าตอบแทนหรือประโยชน์อื่นใดที่เป็นธรรมและสมเหตุผล และนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ

8.1.1 การสรรหาคณะกรรมการ / การพัฒนากรรมการ / การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

ข้อมูลเกี่ยวกับการสรรหาคณะกรรมการ

การสรรหาคณะกรรมการ

บริษัทฯ มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการสรรหาและคัดเลือกกรรมการ โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระ 2 ท่านจากจำนวนคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน 3 ท่าน มีหน้าที่พิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและตามความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน Skill Matrix ที่บริษัทฯ ได้กำหนดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เช่น ด้านเศรษฐกิจ การลงทุน การกำหนดนโยบาย และการวางแผนกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยง และการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาองค์กรด้านความยั่งยืน (ESG) การบัญชี การเงิน เทคโนโลยีสารสนเทศ กฎหมาย กฎระเบียบบริษัทมหาชน การตลาด และธุรกิจหลักของบริษัทฯ รวมถึงพิจารณาจากความหลากหลายของคุณสมบัติ เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา สัญชาติ (Board Diversity) เพื่อเป็นการส่งเสริมความเสมอภาคและขจัดการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม ซึ่งทำให้คณะกรรมการสามารถให้ความเห็นในมุมมองที่กว้างขึ้นและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะพิจารณาคัดเลือกและสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทั้งด้านประสบการณ์ ความรู้และความสามารถที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และสมควรได้รับการเสนอชื่อเป็นกรรมการ และกรรมการอิสระ เพื่อเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาแต่งตั้งตามข้อบังคับบริษัท

โดยปัจจุบันคณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการ ที่มีความรู้ความชำนาญเป็นไปตาม Skill Matrix ที่กำหนดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ดังนี้

ความรู้ความชำนาญ	จำนวนกรรมการในปัจจุบัน
1. เศรษฐกิจ การลงทุน การกำหนดนโยบาย และการวางแผนกลยุทธ์	3
2. การบริหารความเสี่ยง และการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ	3
3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	2
4. การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน หรือ ESG (Environment /Social /Governance)	3
5. การบัญชี การเงิน การภาษีอากร	4
6. เทคโนโลยีสารสนเทศ Digital Online	2
7. กฎหมาย กฎระเบียบบริษัทจดทะเบียน	3
8. การตลาด การประชาสัมพันธ์	3
9. ธุรกิจหลักของบริษัทฯ	6

การสรรหาและการคัดเลือกกรรมการนั้น คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะมีกระบวนการสรรหาและการคัดเลือกกรรมการ โดยการสรรหาจะหารายชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการ โดยพิจารณาแหล่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การเสนอชื่อกรรมการใหม่ โดยประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนเสนอในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ขอให้กรรมการพิจารณารายชื่อบุคคลที่เห็นว่ามีคุณสมบัติตาม Board Skill Matrix และสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

2. การเสนอชื่อกรรมการใหม่โดยผู้ถือหุ้น บริษัทฯ จะเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นทุกรายสามารถเสนอชื่อบุคคลเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการใหม่ตามหลักเกณฑ์และขั้นตอนที่กำหนด โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน จะเป็นผู้พิจารณาเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทอนุมัติช่วงเวลาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการพิจารณาคัดเลือกและเสนอเลือกตั้ง โดยในปี 2568 บริษัทฯ เปิดให้ใช้สิทธิได้ตั้งแต่วันที่ 13 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2567 โดยแจ้งผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทฯ ทั้งนี้ในปี 2568 ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการ

3. การรวบรวมรายชื่อจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ รวบรวมรายชื่อบุคคลที่มีความสามารถในการเป็นกรรมการบริษัทจดทะเบียน (Chartered Director) โดยใช้ฐานข้อมูลกรรมการ (Director Pool) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในการสรรหากรรมการใหม่ และรายชื่อกรรมการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่มีคุณสมบัติ สอดคล้องกับ Board Skill Matrix ของบริษัทฯ

การคัดเลือกคณะกรรมการ

เลขานุการคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน รวบรวมรายชื่อที่ได้จากขั้นตอนการสรรหา เสนอที่ประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน พิจารณาโดยที่ประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (ไม่รวมกรรมการที่มีส่วนได้เสีย) พิจารณาความเหมาะสมในคุณสมบัติของกรรมการจาก Board Skill Matrix เพื่อกลั่นกรองรายชื่อบุคคลที่มีความเหมาะสมเป็นกรรมการจากรายชื่อที่ผ่านการสรรหา ที่สอดคล้องกับคุณสมบัติของกรรมการบริษัท กรรมการอิสระ กฎบัตรคณะกรรมการบริษัท และตามกฎหมายที่กำหนด เพื่อเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณา

ทั้งนี้ เลขานุการคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ที่ได้รับการเสนอชื่อจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการเป็นกรรมการหรือผู้บริหารในกิจการอื่น ที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อบริษัทฯ และคุณสมบัติการเป็นกรรมการ และกรรมการอิสระ

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการพิจารณาคัดเลือกและกลั่นกรองบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมตามข้อบังคับของบริษัทฯ กฎบัตรคณะกรรมการ ตลอดจนหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. พิจารณาผู้ที่มีคุณสมบัติตามกฎหมาย ต้องไม่มีคุณสมบัติต้องห้ามตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การแต่งตั้งกรรมการอิสระ พิจารณาความเป็นอิสระตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดคุณสมบัติความเป็นอิสระไว้ตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

3. พิจารณาความเหมาะสมทางความรู้ ประสบการณ์ทักษะความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม (Board Skills Matrix) เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

4. พิจารณาความหลากหลายของโครงสร้างคณะกรรมการทั้งเพศ อายุ คุณวุฒิ และประสบการณ์ ตลอดจน เชื้อชาติ สัญชาติ (Board Diversity)

ในการพิจารณาบุคคลที่จะถูกเสนอชื่อเป็นกรรมการในบริษัทฯ จะต้องไม่ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นเกินกว่า 5 บริษัท ในกรณีกรรมการอิสระ จะต้องมีคุณสมบัติกรรมการอิสระตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และหากเป็นกรรมการรายเดิมที่ต่อวาระจะต้องดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระต่อเนื่องมาแล้วไม่เกิน 9 ปี นับจากวันที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระครั้งแรก ในกรณีที่แต่งตั้งกรรมการอิสระนั้นดำรงตำแหน่งต่อไป คณะกรรมการบริษัทควรพิจารณาอย่างสมเหตุผลถึงความจำเป็นดังกล่าว

เมื่อคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้พิจารณาตามกระบวนการที่บริษัทฯ กำหนดแล้ว จะนำเสนอชื่อบุคคลดังกล่าวต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาโดยคณะกรรมการบริษัทจะพิจารณากลั่นกรองเพื่อให้มั่นใจว่าบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อให้เลือกตั้งเป็นกรรมการมีคุณสมบัติตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดและเหมาะสมกับธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาอนุมัติแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการ หรือพิจารณาเห็นชอบและนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเป็นผู้เลือกตั้งกรรมการตามหลักเกณฑ์และวิธีการตามข้อบังคับของบริษัทฯ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ถือหุ้นหนึ่งคนมีคะแนนเสียงเท่ากับหนึ่งหุ้นต่อหนึ่งเสียง

2. ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะต้องใช้คะแนนเสียงที่มีอยู่ทั้งหมดตามข้อ 1. เลือกตั้งบุคคลคนเดียวหรือหลายคนเป็นกรรมการได้ แต่จะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้ใดมากน้อยเพียงใดไม่ได้

3. บุคคลซึ่งได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมี หรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดลงมามีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนกรรมการที่จะพึงมี หรือพึงเลือกตั้งในครั้งนั้นให้ผู้เป็นประธานในที่ประชุมเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาดเพิ่มอีกหนึ่งเสียง

ทั้งนี้ ในปี 2568 มีกรรมการที่ครบกำหนดต้องออกตามวาระทั้งสิ้น 4 ท่าน ได้แก่

1. ดร.วรภัทร โตธนะเกษม
2. นางสาววาสนา เธียรศิริศักดิ์
3. นายสมชาย บุญสงเคราะห์
4. นางสาวศุภรดา โรจน์วัฒนะ

อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้พิจารณาตามหลักเกณฑ์การสรรหา เห็นว่ากรรมการที่ต้องออกตามวาระทั้ง 4 ท่าน มีคุณสมบัติครบถ้วนตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 โดยได้ผ่านการวิเคราะห์คุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความชำนาญ (Board Skill Matrix) ที่สอดคล้องและจำเป็นต่อกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จึงได้มีการเสนอเรื่องผ่านมติคณะกรรมการบริษัท เพื่อเป็นวาระในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 ซึ่งที่ประชุมมีมติอนุมัติเลือกตั้งกรรมการทั้ง 4 ท่านกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกวาระหนึ่ง

ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการว่างลงเนื่องจากเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ และกรรมการที่ว่างลงมีวาระดำรงตำแหน่งเหลือมากกว่า 2 เดือน คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการแทน ด้วยมติคะแนนเสียงในการแต่งตั้งบุคคลเข้าเป็นกรรมการแทนต้องไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนกรรมการที่ยังเหลืออยู่ ทั้งนี้ บุคคลซึ่งเข้ารับตำแหน่งเป็นกรรมการในกรณีดังกล่าวให้อยู่ในตำแหน่งเพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่ง

รายชื่อกรรมการที่หมดวาระและได้รับการแต่งตั้งกลับเข้ามาใหม่

รายชื่อกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ดำรงตำแหน่ง	ทักษะและความชำนาญ
1. ดร. วรภัทร โตธนะเกษม	ประธานกรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ)	24 ม.ค. 2565	การเงิน, ผู้นำ, การจัดการกลยุทธ์, บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล, ความยั่งยืน
2. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร, กรรมการอิสระ)	24 ม.ค. 2565	กฎหมาย, บัญชี, การเงิน, การตรวจสอบ, บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล
3. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์	กรรมการ (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร)	24 ม.ค. 2565	พาณิชย์, แฟชั่น, การตลาด, การเจรจาต่อรอง, การออกแบบ
4. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ	กรรมการ (กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)	24 ม.ค. 2565	บัญชี, การเงิน, จัดซื้อ, การตรวจสอบ, ตรวจสอบภายใน

การสรรหากรรมการอิสระ

ในการสรรหากรรมการอิสระ บริษัทฯ พิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติของกรรมการอิสระตามที่บริษัทฯ กำหนด และเป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน รวมถึงหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด

หลักเกณฑ์ในการสรรหากรรมการอิสระ

คุณสมบัติกรรมการอิสระ

ในการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการอิสระ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะพิจารณาความเป็นอิสระและคุณสมบัติของกรรมการอิสระ และนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาคุณสมบัติของบุคคลที่จะเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระโดยพิจารณาจากคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตาม พระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 (และที่ได้แก้ไขเพิ่มเติม) พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (และที่ได้แก้ไขเพิ่มเติม) ประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน รวมถึงประกาศข้อบังคับ และ/หรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาคัดเลือกกรรมการอิสระจากคุณวุฒิ ความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ในการทำงาน และความเหมาะสมในด้านอื่น ๆ ประกอบ จากนั้นจะนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาแต่งตั้งกรรมการอิสระเป็นกรรมการของบริษัทฯ ต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการบริษัทต้องประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวนอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการอิสระ 4 ท่าน จากจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมด 10 ท่าน ซึ่งไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมด โดยกรรมการอิสระจะมีวาระการดำรงตำแหน่งต่อเนื่องไม่เกินเก้า (9) ปี และต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด โดยคุณสมบัติของกรรมการอิสระของบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ถือหุ้นไม่เกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ ทั้งนี้ ให้นับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้น ๆ ด้วย

2. ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้เงินเดือนประจำ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือของผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง ทั้งนี้ ลักษณะต้องห้ามดังกล่าวไม่รวมถึงกรณีที่กรรมการอิสระเคยเป็นข้าราชการ หรือที่ปรึกษาของส่วนราชการซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ

3. ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายในลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้อง และบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตรของกรรมการรายอื่น ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นกรรมการผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

4. ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ ในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน รวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัยสำคัญ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง

5. ความสัมพันธ์ทางธุรกิจดังกล่าวรวมถึงการทำรายการทางการค้าที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการการเช่าหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์หรือบริการ หรือการให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงิน ด้วยการรับหรือให้กู้ยืม ค้ำประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สิน รวมถึงพฤติการณ์อื่นใดในทำนองเดียวกัน ซึ่งเป็นผลให้บริษัทฯ หรือคู่สัญญามีภาระหนี้ที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ตั้งแต่ร้อยละสามของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัทฯ หรือตั้งแต่ยี่สิบล้านบาทขึ้นไป แล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่า ทั้งนี้ การคำนวณภาระหนี้ดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวโยงกัน ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันโดยอนุโลม สำหรับการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าว ให้นับรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นในระหว่างหนึ่งปีก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบุคคลเดียวกัน

6. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของสำนักงานสอบบัญชี ซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ สังกัดอยู่เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง

7. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใด ๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมาย หรือที่ปรึกษาทางการเงินซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่าสองล้านบาทต่อปีจากบริษัทฯ บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัยสำคัญ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วยเว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่าสองปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง

8. ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัทฯ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่

9. ไม่เป็นบุคคลซึ่งประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันที่มีนัยสำคัญกับกิจการของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนที่มีนัยในห้างหุ้นส่วน หรือเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงานลูกจ้างพนักงานที่ปรึกษาที่รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละหนึ่งของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่นซึ่งประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันที่มีนัยสำคัญกับกิจการของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

10. ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทฯ

ทั้งนี้ ในรอบระยะเวลาบัญชีที่ผ่านมา ไม่มีกรรมการอิสระท่านใดมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการให้บริการทางวิชาชีพกับบริษัทฯ และไม่มีกรรมการอิสระท่านใดดำรงตำแหน่งกรรมการต่อเนื่องเกินกว่า 9 ปี

กรรมการอิสระของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีจำนวน 4 คน ประกอบด้วย

1. ดร.วรภัทร โตธนะเกษม กรรมการอิสระ
2. รศ. ดร.สมชาย สุภัทรกุล กรรมการอิสระ
3. รศ. ดร.วรรณี เตโชโยธิน กรรมการอิสระ
4. นางสาววาสนา เธียรศิริศักดิ์ กรรมการอิสระ

ความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการให้บริการทางวิชาชีพของกรรมการอิสระในรอบปีที่ผ่านมา

ความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการให้บริการทางวิชาชีพ ของกรรมการอิสระในรอบปีที่ผ่านมา : ไม่มี

การสรรหากรรมการและผู้บริหารระดับสูงสุด

การสรรหากรรมการ

บริษัทฯ มีการกำหนดหลักเกณฑ์การสรรหาและคัดเลือกกรรมการ โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน จะพิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและตาม Skill Matrix ที่บริษัทฯ ได้กำหนดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงพิจารณาความหลากหลายของคุณสมบัติ เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา สัญชาติ (Board Diversity) เป็นต้น เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ก่อให้เกิดความเป็นธรรม โปร่งใส สามารถสร้างผลตอบแทน และเพิ่มมูลค่าระยะยาวให้ผู้ถือหุ้น และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน

การสรรหาผู้บริหารสูงสุด (ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร)

บริษัทฯ มีการกำหนดหลักเกณฑ์การสรรหาและคัดเลือกประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะพิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในด้านความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ความมีวิสัยทัศน์ และเข้าใจวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทฯ ซึ่งตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer : CEO) เป็นตำแหน่งที่สำคัญและเป็นผู้บริหารสูงสุดของฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหาร โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทฯ จะต้องได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อทำหน้าที่บริหารกิจการให้เป็นไปตามนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ของบริษัทฯ ตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยสอดคล้องกับประโยชน์ของกิจการในระยะยาว รวมถึงสนับสนุนการทำหน้าที่ของคณะกรรมการ และหน้าที่อื่นใดตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของบริษัทฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

วิธีการสรรหากรรมการและผู้บริหารระดับสูงสุด

วิธีการสรรหาบุคคลที่จะแต่งตั้ง เป็นกรรมการ ผ่านคณะกรรมการสรรหาหรือไม่ : ใช่

วิธีการสรรหาบุคคลที่จะแต่งตั้ง เป็นผู้บริหารระดับสูงสุด ผ่านคณะกรรมการสรรหาหรือไม่ : ใช่

จำนวนกรรมการที่มาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่

จำนวนกรรมการที่มาจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ แต่ละกลุ่มในรอบปีผ่านมา (คน) : 0

สิทธิของผู้ลงทุนรายย่อยในการแต่งตั้งกรรมการ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการให้สิทธิของผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น โดยส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นได้ใช้สิทธิของตนและไม่ลิดรอนสิทธิของผู้ถือหุ้น โดยให้สิทธิผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุมและเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อรับการเลือกตั้งกรรมการบริษัท ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถส่งคำถามเกี่ยวกับบริษัทฯ หรือเกี่ยวกับวาระการประชุมเพื่อสอบถามประเด็นข้อสงสัยต่อบริษัทฯ ล่วงหน้าก่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้เผยแพร่รายละเอียดและหลักเกณฑ์การให้สิทธิไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ หมวดนักลงทุนสัมพันธ์ รวมถึงเผยแพร่การให้สิทธิดังกล่าวผ่านเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนได้รับทราบ

การให้สิทธิผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุม เสนอชื่อบุคคล เพื่อรับเลือกตั้งเป็นกรรมการและส่งคำถามล่วงหน้า ก่อนการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 บริษัทฯ กำหนดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น วันที่ 24 เมษายน 2568 (เป็นการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์) และให้สิทธิเสนอวาระการประชุม เสนอชื่อบุคคล และส่งคำถามล่วงหน้าก่อนการประชุมตั้งแต่วันที่ 13 พฤศจิกายน ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2567 ทั้งนี้ ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นไม่มีผู้ถือหุ้นเสนอวาระการประชุม และเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการ และส่งคำถามล่วงหน้า

ในวาระการเลือกตั้งกรรมการ บริษัทฯ จะเสนอชื่อกรรมการให้ผู้ถือหุ้นลงคะแนนทีละคนโดยในหนังสือเชิญประชุมผู้ถือหุ้น จะระบุชื่อนามสกุล พร้อมแนบประวัติย่อของกรรมการแต่ละคนที่เสนอแต่งตั้ง เช่น อายุ ประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน จำนวนบริษัทที่ดำรงตำแหน่งกรรมการโดยแยกเป็นบริษัทจดทะเบียน หรือบริษัททั่วไป หลักเกณฑ์และวิธีการสรรหา ประเภทกรรมการที่เสนอ เช่น กรรมการ หรือกรรมการอิสระ หากกรณีเสนอชื่อกรรมการเดิมกลับเข้ารับดำรงตำแหน่งใหม่ บริษัทฯ จะให้ข้อมูลการเข้าร่วมประชุมในปีที่ผ่านมาและวันเดือนปีที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการ

การลงคะแนนเสียงจะเป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทฯ โดยมีหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

(1) ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับหนึ่ง (1) หุ้นต่อหนึ่ง (1) เสียง

(2) ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะใช้คะแนนเสียงที่มีอยู่ทั้งหมดตาม (1) เลือกตั้งบุคคลเดียวหรือหลายคนเป็นกรรมการก็ได้ ในกรณีที่เลือกตั้งบุคคลหลายคนเป็นกรรมการ จะแบ่งคะแนนเสียงแก่ผู้ใดมากน้อยเพียงใดไม่ได้

(3) ในกรณีเลือกตั้งบุคคลหลายคนเป็นกรรมการ ให้บุคคลที่ได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดลงมามีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนกรรมการที่จะพึงมีหรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ให้ประธานที่ประชุมเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาด

การตรวจนับคะแนนเสียง และวิธีนับคะแนนเสียงในแต่ละวาระการประชุม โดยนำระบบเทคโนโลยีมาใช้เพื่อความรวดเร็ว แม่นยำ มีความโปร่งใส อำนวยความสะดวกแก่ผู้ถือหุ้นในการประชุม และแสดงผลคะแนนเสียงให้ผู้ถือหุ้นได้รับทราบ บริษัทฯ จัดให้มีการลงคะแนนเสียงสำหรับทุกวาระ และในวาระการเลือกตั้งกรรมการบริษัท ให้ผู้ถือหุ้นสามารถลงคะแนนเสียงเลือกตั้งกรรมการได้เป็นรายบุคคล ซึ่งในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 เป็นการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-AGM) บริษัทฯ ได้ใช้ระบบการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของหน่วย

งานอิสระ คือ บริษัท โอเจ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการระบบควบคุมการประชุมและลงคะแนนเสียงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นไปตามมาตรฐานการจัดประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้รับการรับรองจาก ETDA

วิธีการแต่งตั้งกรรมการ : วิธีการแต่งตั้งกรรมการแต่ละรายต้องได้รับคะแนนเสียงเห็นชอบเกินกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุมและออกเสียงลงคะแนน

การกำหนดคุณสมบัติในการสรรหากรรมการบริษัท

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะพิจารณาคัดเลือกและสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท ซึ่งเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและตามความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน Skill Matrix ที่บริษัทฯ ได้กำหนดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงพิจารณาจากความหลากหลายของคุณสมบัติ เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา สัญชาติ (Board Diversity) เพื่อเป็นการส่งเสริมความเสมอภาคและขจัดการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม เพื่อเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เพื่อพิจารณาเลือกตั้งตามข้อบังคับของบริษัทฯ

รายละเอียดการกำหนดคุณสมบัติในการสรรหากรรมการบริษัท

ทักษะและความชำนาญที่เกี่ยวข้อง	ทักษะและความชำนาญ
เศรษฐกิจ การลงทุน การกำหนดนโยบาย และการวางแผนกลยุทธ์	เศรษฐศาสตร์, การเงิน, การจัดการองค์กร, การจัดการกลยุทธ์, การจัดทำงบประมาณ
การบริหารความเสี่ยง และการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ	การจัดการองค์กร, การจัดการความเสี่ยง, อื่น ๆ : การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	การจัดการทรัพยากรมนุษย์, ผู้นำ
การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน หรือ ESG	ความรับผิดชอบต่อสังคม, ความยั่งยืน, การจัดการความเปลี่ยนแปลง, บรรษัทภิบาล/ การกำกับดูแล
การบัญชี การเงิน และการภาษีอากร	บัญชี, การเงิน
กฎหมาย กฎระเบียบบริษัทจดทะเบียน	กฎหมาย
การตลาด และการประชาสัมพันธ์	การตลาด, อื่น ๆ : การประชาสัมพันธ์
ธุรกิจหลักของบริษัท	แฟชั่น, ของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน, กระดาษและวัสดุการพิมพ์, บรรจุภัณฑ์, ขนส่งและโลจิสติกส์

ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนากรรมการ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ซึ่งช่วยกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กรเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตและความสำเร็จขององค์กรท่ามกลางปัจจัยความเสี่ยงและความท้าทายต่าง ๆ และเป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จึงให้มีการจัดทำแผนพัฒนากรรมการเพื่อให้คณะกรรมการเข้าร่วมพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังจัดให้มีการปฐมนิเทศกรรมการใหม่ โดยมุ่งเน้นให้การปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการบรรลุตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้มีการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ กรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ และกรรมการชุดย่อย เพื่อให้มีความรู้เท่าทันสถานการณ์ปัจจุบันและมีการปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรมและให้ความรู้ที่อาจกระทำเป็นการภายใน หรือใช้บริการของสถาบันภายนอก สำหรับหลักสูตรการอบรม บริษัทฯ จะพิจารณาตามความเหมาะสมให้เกี่ยวข้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการแต่ละตำแหน่ง เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และเป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานกำกับดูแล หรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงกรรมการหรือมีกรรมการเข้าใหม่ บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการจัดปฐมนิเทศให้กับกรรมการเข้าใหม่ทุกครั้ง เพื่อให้ทราบถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ รวมถึงการให้ความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจและการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของบริษัทฯ เพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ โดยนำเสนอเอกสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการใหม่ เช่น แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report รวมถึงจัดให้มีการแนะนำลักษณะธุรกิจ และแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้แก่กรรมการด้วยเช่นกัน สำหรับปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีกรรมการเข้าใหม่ แต่ได้เตรียมข้อมูลและดำเนินการที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการบริหารงานอย่างต่อเนื่อง ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเรียนเชิญกรรมการใหม่เข้ารับตำแหน่ง ประกอบด้วย ประวัติบริษัทฯ และลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ โครงสร้างองค์กร โครงสร้างผู้ถือหุ้นใหญ่และกรรมการ ค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของกรรมการ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานย้อนหลังของบริษัทฯ หน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลที่ใช้ในการปฐมนิเทศเมื่อได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการ ประกอบด้วย เรื่องที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย หนังสือบริคณห์สนธิ และข้อบังคับของบริษัทฯ ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย รายงานการประชุมคณะกรรมการและกำหนดการประชุม นโยบายของบริษัทฯ เช่น นโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี นโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน นโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นโยบายการเข้าทำรายการเกี่ยวโยงกัน นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

การพัฒนากรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ซึ่งช่วยกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กรเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตและความสำเร็จขององค์กรท่ามกลางปัจจัยความเสี่ยงและความท้าทายต่าง ๆ และเป็นไปตามระเบียบ ข้อกำหนดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จึงให้มีการจัดทำแผนพัฒนากรรมการเพื่อให้คณะกรรมการเข้าร่วมพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังจัดให้มีการปฐมนิเทศกรรมการใหม่ โดยมุ่งเน้นให้การปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการบรรลุตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

ปัจจุบันมีกรรมการบริษัท ที่เข้ารับการอบรมในหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) และ Director Certification Program (DCP) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) จำนวน 10 คน และ 2 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีรายละเอียดการเข้าอบรมหลักสูตรของคณะกรรมการบริษัท ปรากฏในเอกสารแนบ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม (ถ้ามี) ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมและการทำบัญชี และเลขานุการบริษัท นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้แจ้งข้อมูลข่าวสารการจัดอบรมและสัมมนาที่เป็นประโยชน์ต่อคณะกรรมการเป็นประจำ

รายละเอียดการพัฒนากรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อกรรมการ	**เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา**	**ประวัติการเข้าร่วมอบรม**

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
1. ดร. วรภัทร โตธนะเกษม (ประธานกรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2550: Role of the Chairman Program (RCP) • 2543: Director Certification Program (DCP) • 2540: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: SCB Singapore Training on Task Force on Climate-related Financial Disclosure in July 2025 : Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited • 2568: Asia Directors' training on Sustainability Strategy update in March 2025 : Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited • 2568: Board Cyber Forum 2025: Cyber Defense with Al and Innovation Strategies organised by the Securities and Exchange Commission in September: Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited • 2568: GCNA, ASEAN & SA Directors' training on Al & Generative Al in June 2025 : Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited • 2568: GCNA, ASEAN & SA Directors' training on ICS Board awareness deck in August 2025 : Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited • 2568: Leadership Succession Program Class16, Kellogg College in July 2025 : University of Oxford • 2568: Monetary Authority of Singapore (MAS) Notice 637 - 2025 Model Risk IRBA Online Training with in September : Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited • 2568: Subsidiary Governance Conference (Chairman of NRC) – Malaysia in April 2025 : Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited • 2568: Super Series Premium Program, Clare Hall in December 2025 : University of Cambridge • 2568: Thailand economic update and political situation to the Board by in-house Economist in March, June and August 2025 : Standard Chartered Bank (Thai) Public Company Limited • 2568: รับฟังการบรรยาย "Winning in a Multi-Generational Workforce" โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
2. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ (รองประธานกรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2568: The Board's Roles in Climate Governance (BCG) • 2562: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: ACMA Refresher Course 2025 เรื่อง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายหลักทรัพย์ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: Resigning the Family Business for the next Era: Legal and Shareholding Structures : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: การดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Business Model) : ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย • 2568: การบริหารความเสี่ยง ESG (ESG Risks) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: พื้นฐานความรู้ด้านความยั่งยืน : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) • 2568: เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหาร : บริษัท เซฟสิริ (ประเทศไทย) จำกัด
3. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2567: Ethical Leadership Program (ELP) • 2555: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
4. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2566: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
5. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2548: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
6. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2564: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
7. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2562: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: การดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Business Model) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: พื้นฐานความรู้ด้านความยั่งยืน : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
8. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2566: Director Certification Program (DCP) • 2564: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: CFO 2026 (Tax) : บริษัท เอ็น วาย ซี แมนเนจเมนท์ จำกัด • 2568: IFRS S1 และ IFRS S2 ปี 2568 : บริษัท เอ็น วาย ซี แมนเนจเมนท์ จำกัด • 2568: Professional Development Program for Investor Relations รุ่นที่ 6/2568 : สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย • 2568: การดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Business Model) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: พื้นฐานความรู้ด้านความยั่งยืน : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) • 2568: เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหาร : บริษัท เซฟสิริ (ประเทศไทย) จำกัด • 2568: แนวทางการประเมินและบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกขององค์กรจากกิจกรรมประเภท 3 : สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงาน นครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
9. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2564: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: การดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Business Model) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: การบริหารความเสี่ยง ESG (ESG Risks) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: พื้นฐานความรู้ด้านความยั่งยืน : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) • 2568: วิทยาการจัดการสำหรับนักบริหารระดับสูง (วบส.) : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ • 2568: เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหาร : บริษัท เซฟสิริ (ประเทศไทย) จำกัด

รายชื่อกรรมการ	เข้าร่วมอบรมในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา	ประวัติการเข้าร่วมอบรม
10. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	เข้าร่วม	Thai Institute of Directors (IOD) • 2564: Director Accreditation Program (DAP) อื่น ๆ • 2568: การดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Business Model) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: พื้นฐานความรู้ด้านความยั่งยืน : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย • 2568: รับฟังการบรรยาย “Winning in a Multi-Generational Workforce” โดยวิทยากร คุณวันเฉลิม สิริพันธุ์ : บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) • 2568: เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหาร : บริษัท เซฟสิริ (ประเทศไทย) จำกัด

ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ประกอบด้วย คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการบริหาร จะดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง โดยทำเป็นประจำทุกปี

เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัท ได้จัดทำแบบประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัท ประจำปี 2568 โดยอ้างอิงแบบประเมินของสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ซึ่งคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้อนุมัติ ประกอบด้วยการประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัทรายคณะ และการประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัทรายบุคคล และการประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อย ดังนี้

การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัท (รายคณะ) แบ่งการประเมินเป็น 6 หัวข้อ

1. โครงสร้างและคุณสมบัติของกรรมการ
2. บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการ
3. การประชุมคณะกรรมการ
4. พลวัตในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ
5. ความสัมพันธ์กับฝ่ายจัดการ
6. การพัฒนากรรมการ

โดยมีกระบวนการในการประเมิน ดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัทอนุมัติแบบประเมิน
2. คณะกรรมการบริษัทดำเนินการประเมินผลรายคณะปีละ 1 ครั้ง
3. เลขานุการบริษัทจัดส่งแบบประเมินให้กรรมการแต่ละท่านดำเนินการประเมินรูปแบบรายคณะ
4. เลขานุการบริษัทรวบรวมแบบประเมินจากคณะกรรมการและสรุปผลเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณา
5. เลขานุการบริษัทประสานงานในการนำผลการประเมินและข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพของการทำงานของคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการกำกับดูแลกิจการในด้านต่าง ๆ

โดยผลการประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการ (รายคณะ) กรรมการได้มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการให้มีประสิทธิภาพและประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัท (รายบุคคล) แบ่งการประเมินเป็น 5 หัวข้อ

1. คุณสมบัติส่วนบุคคล
2. ความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่
3. การมีส่วนร่วมในการประชุม
4. บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
5. ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ

โดยมีกระบวนการในการประเมิน ดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัทอนุมัติแบบประเมิน
2. คณะกรรมการบริษัทดำเนินการประเมินผล โดยการประเมินตนเองปีละ 1 ครั้ง
3. เลขานุการบริษัทจัดส่งแบบประเมินให้กรรมการแต่ละท่านดำเนินการประเมินรูปแบบรายบุคคล
4. เลขานุการบริษัทรวบรวมแบบประเมินจากคณะกรรมการและสรุปผล เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณา
5. เลขานุการบริษัทประสานงานในการนำผลการประเมินและข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพของการทำงานของคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการกำกับดูแลกิจการในด้านต่าง ๆ

โดยผลการประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการรายบุคคล กรรมการได้มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการให้มีประสิทธิภาพและประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการชุดย่อยของบริษัทประกอบด้วย 1) คณะกรรมการตรวจสอบ 2) คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน 3) คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง 4) คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และ 5) คณะกรรมการบริหาร ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดทำแบบประเมินตามผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อยตามแบบประเมินของสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อย แบ่งการประเมินเป็น 4 หัวข้อ

1. โครงสร้างและคุณสมบัติ
2. การประชุม
3. บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ
4. การรายงานของคณะกรรมการ

โดยมีกระบวนการในการประเมิน ดังนี้

1. คณะกรรมการชุดย่อยพิจารณาแบบประเมินและนำเสนอคณะกรรมการบริษัทอนุมัติแบบประเมิน
2. คณะกรรมการชุดย่อยดำเนินการประเมินตนเองปีละ 1 ครั้ง
3. เลขานุการบริษัทจัดส่งแบบประเมินให้กรรมการแต่ละท่านดำเนินการประเมิน
4. เลขานุการบริษัทรวบรวมแบบประเมินจากคณะกรรมการชุดย่อย และสรุปผลเสนอต่อคณะกรรมการชุดย่อย และสรุปผลเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณา
5. เลขานุการบริษัทประสานงานในการนำผลประเมินและข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิผลของการทำงานของคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการกำกับดูแลกิจการในด้านต่าง ๆ

โดยผลการประเมินตามผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อย กรรมการได้มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการให้มีประสิทธิภาพและประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

สรุปการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ ประจำปี 2568

1. การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการ (รายคณะ) (ประเมินตนเอง) สำหรับปี 2568 มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 95.48
2. การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการ (รายบุคคล) (ประเมินตนเอง) สำหรับปี 2568 มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 95.17
3. การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อย (รายคณะ) (ประเมินตนเอง) สำหรับปี 2568 ประกอบด้วยคณะกรรมการตรวจสอบ ผลคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 99.73 คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ผลคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 99.75 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ผลคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 91.13 คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 95.48 และคณะกรรมการบริหาร คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 89.66

รายละเอียดการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

รายชื่อคณะกรรมการ	รูปแบบการประเมินผล	เกรด / คะแนนที่ได้รับเฉลี่ย	เกรด / คะแนนเต็ม

รายชื่อคณะกรรมการ	รูปแบบการประเมินผล	เกรด / คะแนนที่ได้รับเฉลี่ย	เกรด / คะแนนเต็ม
คณะกรรมการบริษัท	การประเมินแบบรายคณะ	95.48	100
	การประเมินแบบรายบุคคล (ประเมินตนเอง)	95.17	100
	การประเมินแบบรายบุคคลแบบไขว้ (ประเมินกรรมการท่านอื่น)	ไม่มี	ไม่มี
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	การประเมินแบบรายคณะ	99.75	100
	การประเมินแบบรายบุคคล (ประเมินตนเอง)	ไม่มี	ไม่มี
	การประเมินแบบรายบุคคลแบบไขว้ (ประเมินกรรมการท่านอื่น)	ไม่มี	ไม่มี
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	การประเมินแบบรายคณะ	91.13	100
	การประเมินแบบรายบุคคล (ประเมินตนเอง)	ไม่มี	ไม่มี
	การประเมินแบบรายบุคคลแบบไขว้ (ประเมินกรรมการท่านอื่น)	ไม่มี	ไม่มี
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	การประเมินแบบรายคณะ	95.48	100
	การประเมินแบบรายบุคคล (ประเมินตนเอง)	ไม่มี	ไม่มี
	การประเมินแบบรายบุคคลแบบไขว้ (ประเมินกรรมการท่านอื่น)	ไม่มี	ไม่มี
คณะกรรมการตรวจสอบ	การประเมินแบบรายคณะ	99.73	100
	การประเมินแบบรายบุคคล (ประเมินตนเอง)	ไม่มี	ไม่มี
	การประเมินแบบรายบุคคลแบบไขว้ (ประเมินกรรมการท่านอื่น)	ไม่มี	ไม่มี
คณะกรรมการบริหาร	การประเมินแบบรายคณะ	89.66	100
	การประเมินแบบรายบุคคล (ประเมินตนเอง)	ไม่มี	ไม่มี

รายชื่อคณะกรรมการ	รูปแบบการประเมินผล	เกรด / คะแนนที่ได้รับเฉลี่ย	เกรด / คะแนนเต็ม
	การประเมินแบบรายบุคคลแบบไขว้ (ประเมินกรรมการท่านอื่น)	ไม่มี	ไม่มี

8.1.2 การเข้าร่วมประชุมและการจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

บริษัทฯ มีแนวปฏิบัติให้กรรมการทุกท่าน มีสัดส่วนการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของการประชุมคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย

การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

การประชุมคณะกรรมการ

บริษัทฯ จะกำหนดและแจ้งตารางการประชุมคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยล่วงหน้าตลอดทั้งปี โดยแจ้งให้กรรมการทราบตั้งแต่ปลายปี และเปิดเผยตารางการประชุมทั้งปีในปีถัดไป และอาจมีการประชุมวาระพิเศษเพิ่มเติมตามความจำเป็น โดยมีการกำหนดวาระประชุมชัดเจนล่วงหน้า และมีวาระพิจารณาติดตามผลการดำเนินงานเป็นประจำ บริษัทฯ จะจัดส่งหนังสือเชิญประชุมพร้อมวาระการประชุมและเอกสารประกอบการประชุมให้กรรมการทุกท่านล่วงหน้าไม่น้อยกว่าห้า (5) วันทำการก่อนวันประชุม เพื่อให้คณะกรรมการได้มีเวลาศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอก่อนเข้าร่วมประชุม ในระหว่างการประชุมประธานในที่ประชุมได้มีการจัดสรรเวลาอย่างเพียงพอในการอภิปรายประเด็นที่สำคัญ อีกทั้งสนับสนุนให้กรรมการทุกท่านได้แสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์และเป็นอิสระ มีการใช้ดุลยพินิจอย่างรอบคอบ ทั้งนี้ เลขานุการบริษัทจะเข้าร่วมประชุมและจดบันทึกรายงานการประชุมทุกครั้ง ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท กรรมการที่อาจมีส่วนได้เสียจะไม่อยู่ในที่ประชุม และงดออกเสียงในวาระนั้น เอกสารประกอบการประชุม รายงานการประชุม ตลอดจนข้อมูลหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องมีการเก็บไว้อย่างครบถ้วนในที่ปลอดภัย โดยมีการจัดเก็บในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ควบคู่กับการจัดเก็บเอกสารต้นฉบับโดยในการประชุมทุกครั้งจะจัดให้มีผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมเพื่อให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ถูกต้องและทันเวลา

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดวันประชุมล่วงหน้า โดยกำหนดให้มีการประชุมคณะกรรมการบริษัท 6 ครั้งต่อปี และอาจมีการประชุมวาระพิเศษเพิ่มเติม ซึ่งในปี 2568 มีการประชุมทั้งหมด 7 ครั้ง เป็นการประชุมแบบ Hybrid Meeting โดยมีกรรมการเข้าร่วมประชุมแบบ E-Meeting และมีกรรมการเข้าร่วมประชุม ณ สถานที่ประชุม Physical Meeting โดยมีสัดส่วนการเข้าร่วมประชุมของกรรมการบริษัท คิดเป็นร้อยละ 94.29 โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายชื่อ	คณะกรรมการบริษัท			คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	คณะกรรมการบริหาร	ประชุมผู้ถือหุ้น
	รวม	ด้วยตนเอง	ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์						
1. ดร.วรภัทร โตธนะเกษม	7/7	0	7	-	-	-	3/3	-	1/1
2. นายสง่า บุญสงเคราะห์	7/7	5	2	-	-	2/2	2/3	12/12	1/1
3. รศ. ดร.สมชาย สุภัทรกุล	7/7	0	7	5/5	-	-	3/3	-	1/1
4. รศ. ดร.วรรณี เตโชโยธิน	7/7	0	7	5/5	2/2	2/2	-	-	1/1
5. นางสาววาสนา เธียรศิริศักดิ์	5/7	0	5	5/5	2/2	2/2	2/3	-	1/1
6. นายสมชาย บุญสงเคราะห์	7/7	6	1	-	-	-	-	12/12	1/1
7. นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา	7/7	4	3	-	2/2	-	-	12/12	1/1
8. นางสาวศุภรดา โรจน์วัฒนะ	7/7	6	1	-	-	-	-	12/12	1/1
9. นางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์	6/7	1	5	-	-	-	-	11/12	1/1
10. นายอชิระ บุญสงเคราะห์	6/7	6	0	-	-	-	-	11/12	1/1
11. นางสาวบุณยวีร์ บุญสงเคราะห์*	-	-	-	-	-	-	-	12/12	1/1

หมายเหตุ * ดำรงตำแหน่งเฉพาะกรรมการบริหารเท่านั้น

บริษัทฯ กำหนดและแจ้งตารางการประชุมคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยล่วงหน้าตลอดทั้งปี โดยแจ้งให้กรรมการทราบตั้งแต่ปลายปี และเปิดเผยตารางการประชุมทั้งปีในปีถัดไป โดยในปี 2569 กำหนดตารางการประชุมดังนี้

ครั้งที่	คณะกรรมการบริหาร	คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการบริษัท
1/2569	21/01/2569	4/02/2569	12/02/2569	12/02/2569	23/02/2569	23/02/2569
2/2569	25/02/2569	7/10/2569	24/09/2569	24/09/2569	13/0Z5/2569	16/03/2569
3/2569	25/03/2569				14/08/2569	13/05/2569
4/2569	29/04/2569				13/11/2569	14/08/2569
5/2569	20/05/2569					13/11/2569
6/2569	24/06/2569					17/12/2569
7/2569	15/07/2569					
8/2569	26/08/2569					
9/2569	23/09/2569					
10/2569	21/10/2569					
11/2569	25/11/2569					
12/2569	23/12/2569					

ในปี 2568 บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารประชุมกันเองตามความเหมาะสม โดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมในการประชุมเพื่ออภิปรายประเด็นหัวข้อต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดการที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการประชุมของกรรมการที่ไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมจำนวน 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2568 เป็นการประชุมเพื่อพิจารณาภาพรวมสำหรับการบริหารองค์กร ในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญที่ควรต้องปรับปรุงและมีผลกระทบต่อแนวโน้มธุรกิจ และภายหลังจากการประชุมได้นำเสนอรายละเอียดเนื้อหาให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารรับทราบ

ในการลงมติในที่ประชุม คณะกรรมการบริษัท ถือมติของเสียงข้างมาก โดยให้กรรมการหนึ่ง (1) คนมีหนึ่ง (1) เสียง โดยกรรมการที่มีส่วนได้เสียในวาระใดจะไม่ใช้สิทธิออกเสียงลงคะแนนในวาระนั้น ทั้งนี้ ในกรณีที่คะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด โดย ณ ขณะที่คณะกรรมการจะลงมติในที่ประชุมจะต้องมีกรรมการอยู่ไม่น้อยกว่าสองในสาม (2/3) ของจำนวนกรรรมการทั้งหมด ยกเว้นในวาระรายการที่เกี่ยวโยงกันให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

จำนวนการประชุมของคณะกรรมการบริษัท ในรอบปีที่ผ่านมา (ครั้ง) : 7

การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี (AGM) : 24 เม.ย. 2568

การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น (EGM) : ไม่มี

รายละเอียดการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อกรรมการ	การเข้าร่วมประชุมของกรรมการ			เข้าประชุม AGM			เข้าประชุม EGM		
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)
1. ดร. วรภัทร โตธนะเกษม (ประธานกรรมการ, กรรมการอิสระ)	7	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
2. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ (รองประธานกรรมการ)	7	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
3. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	7	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
4. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	7	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
5. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
6. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	7	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
7. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา (กรรมการ)	7	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
8. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ (กรรมการ)	7	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
9. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	6	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A
10. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	6	/	7	1	/	1	N/A	/	N/A

รายละเอียดการสรุปสัดส่วนการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อกรรมการ	อัตราการเข้าประชุมคณะกรรมการบริษัท	อัตราการเข้าประชุม AGM	อัตราการเข้าประชุม EGM
1. ดร. วรภัทร โตธนะเกษม (ประธานกรรมการ, กรรมการอิสระ)	7/7 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
2. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ (รองประธานกรรมการ)	7/7 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
3. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	7/7 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
4. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	7/7 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
5. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)	5/7 (71.43%)	1/1 (100.00%)	N/A
6. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	7/7 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
7. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา (กรรมการ)	7/7 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
8. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ (กรรมการ)	7/7 (100.00%)	1/1 (100.00%)	N/A
9. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	6/7 (85.71%)	1/1 (100.00%)	N/A
10. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)	6/7 (85.71%)	1/1 (100.00%)	N/A
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย	**(94.29%)**	**100.00%**	**N/A**

ค่าตอบแทนของคณะกรรมการ

ลักษณะค่าตอบแทนของคณะกรรมการ

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายค่าตอบแทนกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับข้อบังคับของบริษัทฯ และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านการกำหนดค่าตอบแทนของกรรมการ และผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ (ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร) ให้เป็นไปอย่างโปร่งใส มีความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ในการพิจารณาและทบทวนรูปแบบและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมถึงปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้วแต่กรณี

ข้อบังคับของบริษัทฯ ข้อ 26. กำหนดว่า “กรรมการบริษัทมีสิทธิได้รับค่าตอบแทนกรรมการจากบริษัท ในรูปของเงินรางวัล เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส หรือ ผลประโยชน์ตอบแทนในลักษณะอื่น ตามที่ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นจะพิจารณาและลงมติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสาม (2/3) ของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นซึ่งมาประชุม โดยอาจกำหนดค่าตอบแทนกรรมการเป็นจำนวนแน่นอนหรือวางเป็นหลักเกณฑ์เฉพาะ และจะกำหนดไว้เป็นคราว ๆ หรือให้มีผลตลอดไปจนกว่าที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะมีมติเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่นก็ได้ นอกจากนี้กรรมการบริษัทมีสิทธิได้รับเบี้ยเลี้ยงและสวัสดิการต่าง ๆ ตามระเบียบของบริษัทฯ"

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าตอบแทนกรรมการ

ในการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ ให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน เป็นผู้พิจารณาและกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ โดยการพิจารณาเป็นไปอย่างรอบคอบ ชัดเจน โปร่งใส และเหมาะสม ทั้งนี้ การพิจารณาประเภทค่าตอบแทน วิธีการจ่ายค่าตอบแทน และจำนวนค่าตอบแทนกรรมการ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน จะนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา และนำเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ

1. ค่าตอบแทนกรรมการ จะพิจารณาจากหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและการทำงานของกรรมการ จะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และขนาดธุรกิจ โดยพิจารณาเปรียบเทียบอ้างอิงค่าตอบแทนกรรมการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในประเภทและขนาดธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งพิจารณาการขยายตัวทางธุรกิจและการเติบโตทางผลกำไรของบริษัทฯ ซึ่งค่าตอบแทนที่กำหนดนั้นต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมและเพียงพอที่จะจูงใจและรักษากรรมการที่มีคุณภาพไว้

2. ประเภทค่าตอบแทน อยู่ในรูปของเงินรางวัล เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส หรือ ผลประโยชน์ตอบแทนในลักษณะอื่น

ในปี 2568 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2568 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568 ได้มีมติเห็นชอบหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนรายเดือน ค่าเบี้ยประชุม และบำเหน็จกรรมการ ประจำปี 2568 และที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568 ได้มีมติอนุมัติการกำหนดค่าตอบแทนสำหรับปี 2568 ของกรรมการบริษัท และกรรมการชุดย่อยต่าง ๆ โดยค่าตอบแทนสำหรับปี 2568 ประกอบด้วยค่าตอบแทนรายเดือน ค่าเบี้ยประชุม และบำเหน็จกรรมการ ทั้งนี้ ค่าตอบแทนของคณะกรรมการจะจ่ายให้เฉพาะกรรมการอิสระเท่านั้น

ค่าตอบแทนของคณะกรรมการ

ในปี 2568 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2568 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568 ได้มีมติเห็นชอบหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนรายเดือน เบี้ยประชุมรายครั้ง และบำเหน็จ ประจำปี 2568 และที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568 ได้มีมติอนุมัติการกำหนดค่าตอบแทนสำหรับปี 2568 ของกรรมการบริษัท และกรรมการชุดย่อยต่าง ๆ โดยค่าตอบแทนสำหรับปี 2568 ในวงเงินไม่เกิน 5,000,000 บาทประกอบด้วยค่าตอบแทนรายเดือน เบี้ยประชุมรายครั้ง และบำเหน็จ ทั้งนี้ค่าตอบแทนของคณะกรรมการจะจ่ายให้เฉพาะกรรมการอิสระเท่านั้น

1. ค่าเบี้ยประชุมและค่าตอบแทนประจำ

คณะกรรมการ	ปี 2568	
	ประธาน	กรรมการ
ค่าเบี้ยประชุมคณะกรรมการ		**(บาท/คน/ครั้ง)**
คณะกรรมการบริษัท	40,000	30,000
คณะกรรมการตรวจสอบ	30,000	20,000
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	20,000	10,000
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	20,000	10,000
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	20,000	10,000
ค่าตอบแทนประจำ		**(บาท/คน/เดือน)**
ค่าตอบแทนประจำประธานกรรมการ	44,000	
ค่าตอบแทนประจำกรรมการ	22,000	

2. บำเหน็จกรรมการ

จ่ายเงินบำเหน็จกรรมการสำหรับผลการดำเนินงานปี 2567 เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,350,000 บาท ทั้งนี้ จ่ายให้แก่กรรมการอิสระเท่านั้น

3. สิทธิประโยชน์อื่น

นอกเหนือจากค่าตอบแทนที่กรรมการได้รับเป็นตัวเงินแล้ว บริษัทฯ ได้ให้สิทธิประโยชน์อื่น ได้แก่ การประกันความรับผิดของกรรมการและเจ้าหน้าที่บริหาร (Directors' and Officers' Liabilities Insurance) ที่ทุนประกันจำนวน 50,000,000 บาท คิดเป็นเบี้ยประกันจำนวนเงิน 130,000 บาท

รายละเอียดค่าตอบแทนของกรรมการแต่ละรายบุคคลในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				ค่าตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
1. ดร. วรภัทร โตธนะเกษม (ประธานกรรมการ, กรรมการอิสระ)			**1,318,000.00**		**0.00**
คณะกรรมการบริษัท (ประธานกรรมการ)	280,000.00	978,000.00	1,258,000.00	มี	
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (ประธานกรรมการชุดย่อย)	60,000.00	0.00	60,000.00	มี	
2. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ (รองประธานกรรมการ)			**0.00**		**0.00**
คณะกรรมการบริษัท (รองประธานกรรมการ)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบริหาร (ประธานกรรมการบริหาร)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (กรรมการชุดย่อย)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (กรรมการชุดย่อย)	N/A	N/A	N/A	-	
3. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล (กรรมการ, กรรมการอิสระ)			**954,000.00**		**0.00**
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	210,000.00	564,000.00	774,000.00	มี	
คณะกรรมการตรวจสอบ (ประธานกรรมการตรวจสอบ)	150,000.00	0.00	150,000.00	มี	
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (กรรมการชุดย่อย)	30,000.00	0.00	30,000.00	มี	
4. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน (กรรมการ, กรรมการอิสระ)			**934,000.00**		**0.00**

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				ค่าตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	210,000.00	564,000.00	774,000.00	มี	
คณะกรรมการตรวจสอบ (กรรมการตรวจสอบ)	100,000.00	0.00	100,000.00	มี	
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (ประธานกรรมการชุดย่อย)	40,000.00	0.00	40,000.00	มี	
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (กรรมการชุดย่อย)	20,000.00	0.00	20,000.00	มี	
5. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ (กรรมการ, กรรมการอิสระ)			**894,000.00**		**0.00**
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	150,000.00	564,000.00	714,000.00	มี	
คณะกรรมการตรวจสอบ (กรรมการตรวจสอบ)	100,000.00	0.00	100,000.00	มี	
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ประธานกรรมการชุดย่อย)	40,000.00	N/A	40,000.00	มี	
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (กรรมการชุดย่อย)	20,000.00	N/A	20,000.00	มี	
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (กรรมการชุดย่อย)	20,000.00	N/A	20,000.00	-	
6. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)			**0.00**		**0.00**
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	0.00	0.00	0.00	มี	
7. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา (กรรมการ)			**0.00**		**0.00**

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				ค่าตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (กรรมการชุดย่อย)	0.00	0.00	0.00	มี	
8. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ (กรรมการ)			**0.00**		**0.00**
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (กรรมการชุดย่อย)	N/A	N/A	N/A	-	
9. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)			**0.00**		**0.00**
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	0.00	0.00	0.00	มี	
10. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์ (กรรมการ)			**0.00**		**0.00**
คณะกรรมการบริษัท (กรรมการ)	0.00	0.00	0.00	มี	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	0.00	0.00	0.00	มี	
11. นางสาว บุณยวีร์ บุญสงเคราะห์ (กรรมการบริหาร)			**0.00**		**0.00**

รายชื่อกรรมการ / คณะกรรมการ	บริษัท				ค่าตอบแทนที่เป็น ตัวเงินของบริษัท ย่อยรวม (บาท)
	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)	ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน	
คณะกรรมการบริหาร (กรรมการบริหาร)	0.00	0.00	0.00	มี	

รายละเอียดสรุปค่าตอบแทนแต่ละรายคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

รายชื่อคณะกรรมการ	ค่าเบี้ยประชุมต่อปี	ค่าตอบแทนที่ เป็นตัวเงินอื่นๆ	รวม (บาท)
1. คณะกรรมการบริษัท	850,000.00	2,670,000.00	3,520,000.00
2. คณะกรรมการตรวจสอบ	350,000.00	0.00	350,000.00
3. คณะกรรมการบริหาร	0.00	0.00	0.00
4. คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	60,000.00	0.00	60,000.00
5. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	60,000.00	0.00	60,000.00
6. คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน	110,000.00	0.00	110,000.00

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่ายของกรรมการบริษัท

ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ค้างจ่าย ของกรรมการบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา (บาท) : 0.00

8.1.3 การกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

กลไกการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วมหรือไม่ :	ไม่มี
กลไกการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม :	มี
กลไกในการกำกับดูแลการจัดการและ รับผิดชอบการดำเนินงานใน บริษัทย่อยและ บริษัทร่วมที่อนุมัติโดยคณะกรรมการ :	การส่งตัวแทนไปเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจควบคุมตามสัดส่วนการถือครองหุ้น, การกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของบริษัทในการกำหนดนโยบายที่สำคัญ, การเปิดเผยข้อมูลฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงาน, การทำรายการระหว่างบริษัทกับบุคคลที่เกี่ยวโยง, การทำรายการอื่นที่สำคัญ, การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์, ระบบการควบคุมภายในของบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักมีความเหมาะสมและรัดกุมเพียงพอในบริษัทย่อยที่เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลัก

แม้ว่าในปัจจุบันบริษัทฯ ยังไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม อย่างไรก็ดี หากในอนาคตที่บริษัทฯ มีการลงทุนในบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลการดำเนินงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดมาตรการและกลไกทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้บริษัทฯ สามารถกำกับดูแลการบริหารจัดการกิจการของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายหลักทรัพย์ รวมถึงกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประกาศ ข้อบังคับ และหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว อันจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การบริหารจัดการบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะดูแลการจัดการและการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้มีประสิทธิภาพ และจัดให้มีมาตรการในการติดตามการบริหารงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 การส่งบุคคลเข้าเป็นกรรมการ หรือผู้บริหารในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้สะท้อนสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

1.2 บริษัทฯ จะส่งบุคคลที่มีคุณสมบัติและมีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม เข้าเป็นกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลให้บริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎหมาย นโยบายและแผนธุรกิจของบริษัทฯ อย่างไรก็ดี การพิจารณาเลือกบุคคลที่จะเข้าไปเป็นกรรมการหรือผู้บริหารในแต่ละบริษัท ให้เป็นดุลยพินิจของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรืออำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) ที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทแล้ว

1.3 ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหารซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

(ก) กรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม มีขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัทฯ มติที่ประชุมคณะกรรมการ และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมนั้น

(ข) กรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ต้องทำหน้าที่อย่างดีที่สุดเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม และให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มบริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายระยะยาวรวมถึงใช้ดุลยพินิจในการบริหารจัดการบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม เพื่อประโยชน์ของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม และกลุ่มบริษัทในภาพรวม รวมทั้งรายงานความคืบหน้าของผลการดำเนินงานเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อรับทราบหรือพิจารณาอย่างสม่ำเสมอ

(ค) กรรมการและผู้บริหารของบริษัทย่อยมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทย่อยมีระบบการควบคุมภายใน และระบบบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพและรัดกุมเพียงพอ

(ง) กรรมการของบริษัทย่อยต้องดูแลมิให้บุคคลที่มีส่วนได้เสียในเรื่องใด หรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทย่อยไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมไม่มีส่วนร่วมในการอนุมัติเรื่องนั้น

(จ) กรรมการของบริษัทย่อยต้องดูแลและดำเนินการที่จำเป็นในการจัดให้มีการกำหนด ทบทวน และปรับปรุงนโยบายและแผนงานที่สำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยให้เป็นปัจจุบันและเหมาะสมกับลักษณะการประกอบธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับนโยบายและแผนงานที่สำคัญของบริษัทฯ ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

(ฉ) กรรมการของบริษัทย่อยต้องพิจารณา ติดตาม และให้คำแนะนำที่จำเป็นแก่บริษัทย่อย ในการจัดให้มีระบบการทำงานที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจ

(ช) กรรมการของบริษัทย่อย ต้องเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติงบประมาณประจำปีของบริษัทย่อยก่อนที่บริษัทย่อยจะจัดประชุมคณะกรรมการของบริษัทย่อยเพื่ออนุมัติงบประมาณประจำปี เว้นแต่เป็นกรณีที่ได้มีการกำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) ของบริษัทย่อยที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทแล้ว

2. กลไกการกำกับดูแลของบริษัทฯ ในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทย่อย

2.1 การเข้าทำรายการหรือการดำเนินการใด ๆ ของบริษัทย่อยซึ่งมีนัยสำคัญหรือมีผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ หรือเข้าข่ายหรือเป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ หรือรายการที่เกี่ยวโยงกันตามประกาศรายการที่เกี่ยวโยงกันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องขออนุมัติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทและ/หรือ ขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และ/หรือขออนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามกฎหมายก่อนการเข้าทำรายการบริษัทย่อยจะเข้าทำรายการหรือดำเนินการนั้นได้ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทและ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (แล้วแต่กรณี) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

นอกจากนี้ หากในการเข้าทำรายการหรือการเกิดเหตุการณ์บางกรณีของบริษัทย่อย อันทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในประกาศที่เกี่ยวข้อง กรรมการหรือผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของบริษัทย่อยดังกล่าวมีหน้าที่ต้องแจ้งมายังฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ในทันทีที่ทราบว่าบริษัทย่อยมีแผนจะเข้าทำรายการหรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

2.2 บริษัทฯ จะกำหนดมาตรการและขั้นตอนดำเนินการที่จำเป็นเพื่อทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทย่อยมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินอย่างถูกต้องครบถ้วน โดยบริษัทฯ จะดำเนินการที่จำเป็นเพื่อติดตามให้มีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอย่างครบถ้วนถูกต้อง

8.1.4 การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องไว้ในหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจและนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติอย่างแท้จริงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

การดำเนินงานในเรื่องการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยได้กำหนดไว้ในนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และแนวปฏิบัติว่าด้วยความขัดแย้งทางประโยชน์ เพื่อให้การตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทฯ เป็นอิสระภายใต้กรอบจริยธรรมที่ดี เพื่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ เป็นสำคัญ โดยกำหนดให้คณะกรรมการ และผู้บริหารของบริษัทฯ ตามนิยามของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ต้องรายงานการมีส่วนได้เสียและและความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของตนเอง และบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของบริษัทฯ เมื่อเข้าดำรงตำแหน่งเป็นครั้งแรกและให้รายงานทุกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลการมีส่วนได้เสียตามแบบที่คณะกรรมการบริษัทเห็นชอบให้แก่ประธานกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวในการตรวจสอบ และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และหากคณะกรรมการ และผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้มีส่วนได้เสียจะไม่มีอำนาจอนุมัติในรายการที่ตนมีส่วนได้เสียดังกล่าว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการบริษัทให้คณะกรรมการมีหน้าที่ติดตามดูแล และจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างบริษัทฯ กับฝ่ายจัดการ คณะกรรมการบริษัท หรือผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ รวมถึงป้องกันการใช้ประโยชน์อันมิควรในทรัพย์สินของบริษัทฯ และการทำธุรกรรมกับผู้ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับบริษัทฯ ในลักษณะที่ไม่สมควร ทั้งนี้รายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต้องดำเนินการและเปิดเผยข้อมูลตามที่กฎหมายกำหนด และเป็นไปเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นโดยรวม ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีแนวปฏิบัติว่าด้วยความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ในกรณีที่กรรมการรายใดมีส่วนได้เสียในธุรกรรมใดที่ทำกับบริษัทฯ หรือมีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ เพิ่มขึ้นหรือลดลง ให้กรรมการรายดังกล่าวแจ้งให้บริษัทฯ ทราบโดยไม่ชักช้า

บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายการเข้าทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน ที่สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัทฯ พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้ง ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่เกี่ยวโยงกันตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ภายใต้ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดดังกล่าว รวมถึงมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ และหลักเกณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ผู้ที่มีส่วนได้เสียจะไม่มีสิทธิออกเสียงลง

คะแนนในวาระที่เกี่ยวกับรายการดังกล่าว รวมทั้งเปิดเผยรายการดังกล่าวไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี / รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการป้องกันความขัดแย้ง ทางผล : มี

ประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมาหรือไม่

บริษัทฯ ถือว่านโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และนโยบายการเข้าทำรายการที่เกี่ยวโยงกันเป็นนโยบายที่สำคัญ บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการทบทวน อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง ทั้งนี้ ในปี 2568 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568 วันที่ 23 ธันวาคม 2568 ได้มีมติอนุมัติทบทวนนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และนโยบายการเข้าทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน โดยไม่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม เนื่องจากยังคงสอดคล้องกับกฎหมาย และประกาศ คำสั่ง ที่เกี่ยวข้อง และที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 10/2568 วันที่ 29 ตุลาคม 2568 ได้มีมติอนุมัติทบทวนแนวปฏิบัติป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยไม่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม เนื่องจากยังคงสอดคล้องกับกฎหมาย และประกาศ คำสั่ง ที่เกี่ยวข้อง โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนได้ลงนามรับทราบและถือปฏิบัติ อีกทั้งได้มีการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และนโยบายการเข้าทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ ระบบอินทราเน็ตของบริษัทฯ บอร์ดประชาสัมพันธ์ และการปฐมนิเทศพนักงานใหม่

บริษัทฯ ได้มีการให้ความรู้ เรื่องการปฏิบัติเมื่อเกิดความความขัดแย้งทางผลประโยชน์ผ่านทางอีเมล และระบบอินทราเน็ตของบริษัทฯ ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ พร้อมทั้งสำนักบริหาร (เลขานุการบริษัท) ได้ติดตามให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ที่จะต้องจัดทำรายงานการเปิดเผยรายการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ได้ครบถ้วนร้อยละ 100

การทำรายการเกี่ยวโยงกันของบริษัทฯ ได้มีการพิจารณาการทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน ประเภทธุรกิจปกติหรือสนับสนุนธุรกิจปกติ ที่มีเงื่อนไขการค้าทั่วไป บริษัทฯ ได้ดำเนินการด้วยความโปร่งใส โดยเปรียบเสมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอกและคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ เป็นหลัก โดยผู้ที่มีส่วนได้เสียกับรายการจะไม่มีส่วนร่วมในการพิจารณา และนำเสนอและรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบรายไตรมาส หากมีรายการที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์จะต้องผ่านการสอบทานและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ ก่อนนำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท หรือผู้ถือหุ้น ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดของรายการ ซึ่งบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญอย่างครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์

ทั้งนี้ ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีการกระทำผิดตามนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และไม่มีการกระทำผิดอันเนื่องมาจากการทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน อีกทั้งไม่พบการได้รับการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์และรายการที่เกี่ยวโยงกัน

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์รวม (กรณี)	0	0	0

การป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ของบริษัทฯ โดยกำหนดไว้ในนโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน และแนวปฏิบัติการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งห้ามมิให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทฯ นำข้อมูลใดซึ่งอาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนทั่วไป หรือข้อมูลใดที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในอันที่จะทำให้บริษัทฯ เสียหายหรือเสียเปรียบ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง ข้อมูลผลการดำเนินงาน ข้อมูลทางการค้า หรือข้อมูลอื่นใดของบริษัทฯ ที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน ไปเปิดเผยไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมไปใช้ หรือนำไปแสวงหาประโยชน์ไม่ว่าเพื่อตนเองหรือบุคคลอื่น ไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ ไม่ว่าจะได้รับผลตอบแทนหรือไม่ก็ตาม โดยกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานได้รับทราบเพื่อนำไปปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติ โดยบริษัทฯ ได้มีการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การปฐมนิเทศ การแจ้งผ่านทางอีเมล ระบบอินทราเน็ต และเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. บริษัทฯ จะให้ความรู้แก่กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ เกี่ยวกับหน้าที่ในการรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ ของบริษัทฯ และสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่อ้างอิงกับราคาหรือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ของตนเอง คู่สมรส หรือผู้ที่อยู่กินด้วยกันฉันสามีภริยา และบุ

ตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ รวมถึงนิติบุคคลที่กรรมการหรือผู้บริหาร คู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กินฉันสามีภริยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นรวมกันเกินร้อยละ 30 ของจำนวนสิทธิออกเสียงทั้งหมดของนิติบุคคลดังกล่าวและการถือหุ้นรวมกันดังกล่าวเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดในนิติบุคคลนั้น

2. กรรมการ และผู้บริหารของบริษัทฯ มีหน้าที่รายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์และสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ที่อ้างอิงกับราคาหรือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ของตนเอง และบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามประกาศที่ออกตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) โดยให้จัดส่งสำเนารายงานนี้ให้แก่เลขานุการบริษัท ในวันเดียวกันกับที่ส่งรายงานดังกล่าวต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และรายงานการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัททราบทุกครั้ง รวมทั้งให้มีการเปิดเผยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี /รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report

3. บริษัทฯ แจ้งรายชื่อกรรมการและผู้บริหารเพื่อนำเข้าสู่ระบบข้อมูลรายชื่อกรรมการและผู้บริหารของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ตามวิธีการที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ กำหนดในประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ว่าด้วยแบบและวิธีการแจ้งหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ

4. ผู้มีหน้าที่รายงาน ซื้อ ขาย โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์หรือสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ก่อนวันที่มีชื่อแสดงในระบบข้อมูลรายชื่อกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ ตามข้อ 3.

5. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ที่ได้รับทราบหรือครอบครองข้อมูลภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จะต้องงดการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ หรือเข้าผูกพันตามสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่อ้างอิงกับราคาหรือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ หรือนำข้อมูลดังกล่าวไปแสวงหาประโยชน์ไม่ว่าเพื่อตนเองหรือบุคคลอื่น ไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ ก่อนที่ข้อมูลภายในนั้นจะเปิดเผยต่อสาธารณชน เว้นแต่จะเป็นไปตามมาตรา 242 ของพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้งห้ามมิให้บุคคลดังกล่าวเปิดเผยข้อมูลภายในให้ผู้อื่นทราบจนกว่าจะได้มีการแจ้งข้อมูลนั้นต่อสาธารณชน

ทั้งนี้ ห้ามมิให้บุคคลข้างต้นรวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องซื้อหรือขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ หรือเข้าผูกพันตามสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่อ้างอิงกับราคาหรือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ เป็นเวลาอย่างน้อย 30 วันก่อนที่งบการเงินของบริษัทฯ จะเปิดเผยต่อสาธารณชน และในช่วงเวลา 24 ชั่วโมงภายหลังจากที่งบการเงินของบริษัทฯ ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนแล้ว (Blackout Period)

6. ห้ามมิให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ใช้ข้อมูลภายในหรือความลับทางธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตลอดจนข้อมูลความลับทางธุรกิจของคู่ค้าซึ่งตนได้ล่วงรู้มาในตำแหน่งหรือฐานะเช่นนั้น มาใช้เพื่อการซื้อ หรือขาย หรือเสนอซื้อ หรือเสนอขายหรือชักชวนให้บุคคลใด ซื้อหรือขาย หรือเสนอซื้อ หรือเสนอขาย ซึ่งหลักทรัพย์ของบริษัทฯ และเข้าผูกพันตามสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่อ้างอิงกับราคาหรือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ไม่ว่าทางตรง หรือทางอ้อม ไม่ว่าการใช้ข้อมูลดังกล่าวจะก่อให้เกิดผลเสียหายแก่บริษัทฯ บริษัทย่อย และคู่ค้าหรือไม่ก็ตาม และไม่ว่าการกระทำดังกล่าวจะทำเพื่อประโยชน์ต่อตนเอง หรือบุคคลใดก็ตาม รวมถึงไม่นำข้อมูลดังกล่าวไปเปิดเผย หรือแสวงหาประโยชน์เพื่อให้บุคคลใดกระทำ หรืองดเว้นกระทำการใด ๆ เพื่อให้ตน หรือบุคคลใดได้รับผลประโยชน์โดยที่ตนจะได้รับผลตอบแทนหรือไม่ก็ตาม

7. กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ ซึ่งรู้หรือครอบครองข้อมูลภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ต้องเก็บรักษาข้อมูลภายในดังกล่าวด้วยความระมัดระวังและมีความปลอดภัย เพื่อป้องกันไม่ให้ข้อมูลภายในรั่วไหลออกไปภายนอก

8. กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ ต้องไม่เปิดเผยข้อมูลภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อยแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในดังกล่าว เพื่อป้องกันการที่ข้อมูลภายในอาจถูกนำไปใช้ไม่ว่าเพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น

9. บริษัทฯ ต้องจัดให้มีระบบการเก็บรักษาและป้องกันการใช้ข้อมูลภายในที่ทำให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลภายในจะไม่รั่วไหล และไม่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ไม่ว่าเพื่อตนเองหรือบุคคลอื่น

10. การเปิดเผยข้อมูลภายในต่อสาธารณะ รวมถึงการสื่อสารข้อมูลใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในต้องได้รับความเห็นชอบจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือประธานเจ้าหน้าที่สายงานการเงิน หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น

11. บริษัทฯ จะดำเนินการจัดให้มีข้อตกลงในการรักษาความลับกับที่ปรึกษาหรือผู้ให้บริการอื่นก่อนที่จะให้บุคคลดังกล่าวเข้าถึงธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายใน

หากมีการกระทำอันฝ่าฝืนนโยบายนี้ บริษัทฯ จะถือเป็นความผิดทางวินัยตามข้อบังคับการทำงานของบริษัทฯ โดยจะพิจารณาลงโทษตามควรแก่กรณี ตั้งแต่การตักเตือนด้วยวาจา การตักเตือนเป็นหนังสือ การภาคทัณฑ์ ตลอดจนการเลิกจ้างให้พ้นสภาพการเป็นพนักงาน

การดำเนินงานในเรื่องการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน เพื่อ : มี

แสวงหาผลประโยชน์ในรอบปีที่ผ่านมาหรือไม่

สำนักบริหาร (เลขานุการบริษัท) จะแจ้งระยะเวลางดการซื้อขายหลักทรัพย์ (Blackout Period) เป็นอีเมลแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้อง ล่วงหน้า 1 เดือน ก่อนการเผยแพร่งบการเงินต่อสาธารณชน รวมทั้งการติดตามการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหาร รวมถึงคู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กินด้วยกันฉันสามีภริยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกครั้งที่มีการประชุมหรือทุกไตรมาส

สำหรับปี 2568 กรรมการและผู้บริหารมีการซื้อขายหลักทรัพย์ จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้

1. นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา กรรมการ ขายหุ้นสามัญ จำนวน 3,100,000 หุ้น วันที่ 14 พฤษภาคม 2568

2. นายอชิระ บุญสงเคราะห์ กรรมการ (โดยคู่สมรส/ผู้ที่อยู่กินด้วยกันฉันสามีภริยา) โอนหุ้นสามัญ จำนวน 174,840 หุ้น วันที่ 23 พฤษภาคม 2568

3. นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา กรรมการ ขายหุ้นสามัญ จำนวน 3,000,000 หุ้น วันที่ 9 มิถุนายน 2568

4. นายสง่า บุญสงเคราะห์ กรรมการ ซื้อหุ้นสามัญ จำนวน 50,100 หุ้น วันที่ 25 ธันวาคม 2568

ทั้งนี้ กรรมการและผู้บริหาร ที่ขายหรือโอนหลักทรัพย์ ได้จัดส่งสำเนารายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์และสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ให้กับสำนักบริหาร (เลขานุการบริษัท) ภายหลังที่ได้ดำเนินการแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และสำนักบริหาร (เลขานุการบริษัท) ได้รายงานการเปลี่ยนแปลงถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหาร ให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบทุกครั้งเมื่อมีการประชุม

บริษัทฯ ไม่พบการกระทำผิดหรือได้รับการแจ้งเบาะแส และข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายใน อีกทั้งกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ และแนวปฏิบัติการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ ที่กำหนดไว้ถูกต้อง ครบถ้วน ไม่มีการกระทำผิดเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทฯ กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ และแนวปฏิบัติการใช้ข้อมูลภายใน และการซื้อขายหลักทรัพย์ อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง โดยในปี 2568 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568 ได้มีมติอนุมัติทบทวนนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ โดยไม่มีการแก้ไขเพิ่มเติม เนื่องจากยังเป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ และประกาศที่เกี่ยวข้อง โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ได้ลงนามรับทราบภาระหน้าที่ในการรายงานการถือหลักทรัพย์ของตน ตามนโยบายและแนวปฏิบัติดังกล่าว ครบถ้วนร้อยละ 100 และได้มีการให้ความรู้เรื่องการรายงาน แบบรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์และสัญญาซื้อขายล่วงหน้าของผู้บริหาร (แบบ 59) ให้เป็นไปตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่ สจ. 6/2567 เรื่อง การจัดทำรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ และสัญญาซื้อขายล่วงหน้าของกรรมการ ผู้บริหาร ผู้สอบบัญชี ผู้ทำแผน และผู้บริหารแผน เพื่อเป็นการย้ำเตือนให้ทุกคนปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัทฯ ที่กำหนดไว้อย่างถูกต้องและครบถ้วน โดยเป็นการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ตของบริษัทฯ ทั้งนี้ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนได้ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติของบริษัทฯ ที่กำหนดไว้อย่างถูกต้องและครบถ้วนร้อยละ 100

จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบการกระทำผิดหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ และไม่ได้รับการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การใช้ข้อมูลภายในเพื่อแสวงหาผลประโยชน์รวม (กรณี)	0	0	0

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดหลักธรรมาภิบาล มุ่งดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ โปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งปฏิบัติตามข้อบังคับ กฎระเบียบ และกฎหมายอย่างเคร่งครัดเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ และบุคลากรของบริษัทฯ ไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชัน

การดำเนินงานในเรื่องการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ มีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และมีการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ และการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ จะต้องรับทราบและปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการต่อต้าน ทุจริตคอร์รัปชันในรอบปีที่ผ่านมาหรือไม่	: มี
รูปแบบการดำเนินงานในเรื่องการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	: การทบทวนความเหมาะสมในเรื่องการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน, การเข้าร่วมโครงการที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน, การประเมินและระบุความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน, การสื่อสารและฝึกอบรมแก่พนักงานเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน, การติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน, การตรวจสอบความครบถ้วนเพียงพอของกระบวนการจากคณะกรรมการตรวจสอบหรือผู้สอบบัญชี

บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ที่เป็นลายลักษณ์อักษรสำหรับบริษัทฯ เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน อย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง นอกจากนี้ บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงของธุรกิจที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน การกำหนดแนวทางมาตรการในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว และมีการสอบทานการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติ รวมถึงสอบทานความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน และจัดให้มีการสื่อสารภายในองค์กร ตลอดจนการสื่อสารไปยังบุคคลภายนอกองค์กร ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

การทบทวนความเหมาะสมในเรื่องการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2568 วันที่ 20 มีนาคม 2568 มีมติอนุมัติทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเพื่อให้สอดคล้องกับแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) อีกทั้งคณะกรรมการบริษัทมีมติแต่งตั้งคณะอนุกรรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 12/2568 วันที่ 17 ธันวาคม 2568 ได้ทบทวนแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) และการปฏิบัติของบริษัทฯ

การเข้าร่วมโครงการที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

คณะกรรมการบริษัท มีมติให้ประกาศเจตนารมณ์ เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) และบริษัทฯ ได้ประกาศเจตนารมณ์โดยการลงนามของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 และได้สื่อสารไปยังกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานอย่างทั่วถึง

บริษัทฯ ดำเนินการตามแผน โดยทำการประเมินตนเองตามแบบประเมินตนเองของ CAC ในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม 2568 และได้นำเสนอแบบประเมินตนเองของ CAC และข้อมูลประกอบแบบประเมิน ต่อที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 3/2568 วันที่ 26 มิถุนายน 2568 ที่ประชุมพิจารณาเห็นชอบแบบประเมินตนเอง และข้อมูลประกอบแบบประเมิน และเห็นควรให้นำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติให้บริษัทฯ จัดส่งข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินตนเองให้คณะกรรมการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2568 ซึ่งประชุมในวันเดียวกัน และบริษัทฯ ได้ยื่นขอรับรอง โดยผ่านการพิจารณาและรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2568 และเพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณให้กับบริษัทที่ผ่านการรับรอง ทาง CAC จึงได้จัดงาน CAC Incentive Pool ร่วมสร้างสิทธิประโยชน์แห่งความโปร่งใส เพื่อธุรกิจไทยยั่งยืน ในวันที่ 24 พฤศจิกายน 2568 ณ โรงแรม ไฮแอท รีเจนซี่ สุขุมวิท กรุงเทพ โดยมี นายสง่า บุญสงเคราะห์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้เข้าร่วมงาน และรับรางวัลในครั้งนี้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในทุกมิติขององค์กร

การประเมินและระบุความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้กำหนดแผนงานการบริหารความเสี่ยง และมีการทบทวนกรอบบริหารความเสี่ยงเป็นประจำในทุกปี รวมทั้งมีการกำหนดผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน โดยมีการพิจารณาความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีแนวทางการบริหารจัดการ ดังนี้

1. จัดให้มีคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูง และผู้บริหารแต่ละฝ่าย โดยประธานคณะทำงานบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ดำรงตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัทฯ เพื่อกำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมทั้งองค์กร

2. ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพ และทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง โดยคณะทำงานบริหารความเสี่ยง จะรายงานตรงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อกำหนดแนวทาง มาตรการ แผนปฏิบัติการ และกรอบการบริหารความเสี่ยง ที่สอดคล้องกับนโยบายการบริหารความเสี่ยง และนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

3. ดูแล ติดตาม และประเมินผลการจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และทิศทางธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งครอบคลุมนโยบายและขอบเขตการบริหารความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกและภายใน

การตรวจสอบความครบถ้วนเพียงพอของกระบวนการจากคณะกรรมการตรวจสอบ

บริษัทฯ ยังมีกระบวนการควบคุมตรวจสอบภายใน ตามแผนการตรวจสอบภายในเป็นประจำทุกปี โดยการตรวจสอบจะมีการสอบทานความเสี่ยง การควบคุมภายในของกิจการ การทุจริตคอร์รัปชัน และ/หรือกระบวนการที่เกี่ยวข้อง โดยหน่วยงานตรวจสอบภายในซึ่งมีความเป็นอิสระไม่ได้ขึ้นตรงกับฝ่ายจัดการ และรายงานผลดังกล่าวข้างต้นต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท

การสื่อสารและฝึกอบรมแก่พนักงานเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ จัดอบรมปฐมนิเทศพนักงานใหม่ และจัดอบรมสัมมนาระหว่างปี บริษัทฯ ให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนได้ลงนามรับทราบและถือปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน อีกทั้งบริษัทฯ ได้จัดอบรมแบบออนไลน์เกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน และเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งในปี 2568 มีจำนวนทั้งสิ้น 763 คน ที่ได้รับการอบรมเพื่อทบทวนและเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน นอกจากนี้ ยังได้รายงานผลการดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบ

บริษัทฯ สนับสนุนและส่งเสริมการตระหนักรู้เรื่องต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่องผ่านทางระบบอินทราเน็ตของบริษัทฯ ได้มีการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานทุกคน รวมทั้งคู่ค้า ผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ และคู่ค้ารายใหม่ลงนามรับทราบจำนวน 42 บริษัท

การติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทฯ กำหนดแนวทางในการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ดังนี้

1. คณะกรรมการตรวจสอบ สอบทานความถูกต้องของเอกสารอ้างอิง และแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัทฯ

2. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง พิจารณากรอบการประเมินความเสี่ยงด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งนำเสนอโดยคณะทำงานบริหารความเสี่ยง

3. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ต้องรายงานให้บริษัทฯ ทราบถึงการกระทำที่เข้าข่ายการทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยแจ้งต่อผู้บังคับบัญชา หรือบุคคลที่รับผิดชอบ และให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริงต่าง ๆ

4. กรรมการ และผู้บริหารของบริษัทฯ จะต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อสื่อสารไปยังพนักงานและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมทั้งทบทวนความเหมาะสมของนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับ และข้อกำหนดของกฎหมาย

5. กรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จะจัดให้มีการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมถึงการระบุและพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงต่าง ๆ รวมทั้งกระบวนการติดตามผลการควบคุมภายใน และวิธีการตอบสนองความเสี่ยง ซึ่งรวมถึงการติดตามประเมินผล

จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน

ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่ได้รับเรื่องร้องเรียน และแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน แต่บริษัทฯ ได้ตรวจพบการทุจริตคอร์รัปชันจำนวน 5 กรณี ซึ่งเป็นกรณีที่พนักงานกระทำผิดที่สร้างความเสียหายให้แก่บริษัทฯ และบริษัทฯ ได้พิจารณาและลงโทษผู้กระทำผิดแล้ว พร้อมทั้งกำหนดมาตรการแนวทางแก้ไขปัญหา ทั้งนี้ ไม่พบกรณีการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐหรือบุคคลภายนอกและไม่มีกรณีใดที่นำไปสู่การเสียค่าปรับหรือมีข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ได้รายงานการรับเรื่องร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส รวมถึงกรณีที่ตรวจพบ ให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และคณะกรรมการตรวจสอบรับทราบ ทั้งนี้ คณะกรรมการทั้งสองคณะดังกล่าว มีกรรมการอิสระดำรงตำแหน่งอยู่

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันรวม (กรณี)	0	4	5

หมายเหตุ : [1] ปี 2566 ไม่มีการเก็บข้อมูล

รายละเอียดกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน

ปี เหตุการณ์	รายละเอียด	สถานะความคืบหน้า
ม.ค. 2568 - มี.ค. 2568	**กรณีหรือประเด็น** บริษัทฯ ตรวจพบ ผู้จัดการร้านนำเงินของบริษัทฯ ไปใช้ส่วนตัว **ผลการตรวจสอบ** พนักงานของบริษัทฯ ได้ดำเนินการผิดจริงตามที่ได้ตรวจพบ **วิธีการดำเนินการแก้ไข** ปรับปรุงแนวปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินการรัดกุมมากขึ้น	ได้รับการแก้ไขแล้ว
ม.ค. 2568 - มี.ค. 2568	**กรณีหรือประเด็น** บริษัทฯ ตรวจพบ ผู้จัดการร้าน ทุจริตการคิดเงิน นำเงินจากการยกเลิกใบเสร็จรับเงินไปใช้ส่วนตัว และทุจริตแต้มสมาชิก **ผลการตรวจสอบ** พนักงานของบริษัทฯ ได้ดำเนินการผิดจริงตามที่ได้ตรวจพบ **วิธีการดำเนินการแก้ไข** ปรับปรุงแนวปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินการรัดกุมมากขึ้น	ได้รับการแก้ไขแล้ว
ม.ค. 2568 - มี.ค. 2569	**กรณีหรือประเด็น** บริษัทฯ ตรวจพบผู้จัดการร้านสมรู้ร่วมคิด กับพนักงานหน้าร้าน ทำการยกเลิกรายการสินค้าด้วยตัวเอง **ผลการตรวจสอบ** พนักงานของบริษัทฯ ได้ดำเนินการผิดจริงตามที่ได้ตรวจพบ **วิธีการดำเนินการแก้ไข** ปรับปรุงแนวปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินการรัดกุมมากขึ้น	ได้รับการแก้ไขแล้ว
ม.ค. 2568 - มี.ค. 2568	**กรณีหรือประเด็น** บริษัทฯ ตรวจพบหัวหน้าร้านสมรู้ร่วมคิดกับพนักงานหน้าร้าน ทำการยกเลิกรายการสินค้าด้วยตัวเอง **ผลการตรวจสอบ** พนักงานของบริษัทฯ ได้ดำเนินการผิดจริงตามที่ได้ตรวจพบ **วิธีการดำเนินการแก้ไข** ปรับปรุงแนวปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินการรัดกุมมากขึ้น	ได้รับการแก้ไขแล้ว

ปี เหตุการณ์	รายละเอียด	สถานะความคืบหน้า
ม.ค. 2568 - มี.ค. 2569	**กรณีหรือประเด็น** บริษัทฯ ตรวจพบพนักงานหน้าร้านใช้ User ของผู้จัดการร้านทำการยกเลิกรายการด้วยตัวเองโดยไม่สแกนสินค้าและนำเงินออกมา **ผลการตรวจสอบ** พนักงานของบริษัทฯ ได้ดำเนินการผิดจริงตามที่ได้ตรวจพบ **วิธีการดำเนินการแก้ไข** ปรับปรุงแนวปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินการรัดกุมมากขึ้น	ได้รับการแก้ไขแล้ว

การแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)

บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด (Whistleblowing) เพื่อคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสที่แจ้งข้อมูล หรือให้เบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับของบริษัทฯ และบริษัทย่อย แนวปฏิบัติ นโยบาย และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

การดำเนินงานในเรื่องการแจ้งเบาะแสในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทมีการดำเนินงานในเรื่องการแจ้งเบาะแส ในรอบปีที่ผ่านมาหรือ : มี

ไม่

ในรอบปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการทบทวนนโยบายการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิด ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดในเรื่องต่าง ๆ แต่บริษัทฯ ได้ตรวจพบการกระทำผิดหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจทั้งสิ้น 14 กรณี โดยเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการกระทำผิดระเบียบของบริษัทฯ จำนวน 9 กรณี และเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน จำนวน 5 กรณี ซึ่งเป็นกรณีที่พนักงานกระทำผิดที่สร้างความเสียหายให้แก่บริษัทฯ และบริษัทฯ ได้พิจารณาและลงโทษผู้กระทำผิดแล้ว พร้อมทั้งกำหนดมาตรการแนวทางแก้ไข และมีการสื่อสารให้ความรู้แก่พนักงานทุกคนรับทราบ เพื่อให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงมาตรการป้องกันเพิ่มเติมในหลายด้าน ทั้งการปรับปรุงระบบการควบคุมภายในและกระบวนการตรวจสอบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการจัดให้มีการอบรมและทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อป้องกันการเกิดเหตุการณ์ลักษณะเดียวกันในอนาคต อีกทั้ง ไม่พบกรณีการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐหรือบุคคลภายนอกและไม่มีกรณีใดที่นำไปสู่การเสียค่าปรับหรือข้อพิพาททางกฎหมาย

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่ได้รับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสการกระทำผิด แต่บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการป้องกันไม่ให้เกิดกรณีการแจ้งเบาะแส โดยมุ่งเน้นการกำหนดนโยบายด้านจรรยาบรรณทางธุรกิจ ระบบควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใส และการกำกับดูแลจากคณะกรรมการอย่างใกล้ชิด

บริษัทฯ ได้รายงานประเด็นข้อร้องเรียนการกระทำผิด ให้คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน รวมถึงรายงานกรณีที่ตรวจพบเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน ให้คณะกรรมการตรวจสอบรับทราบเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ คณะกรรมการทั้งสองคณะดังกล่าว มีกรรมการอิสระดำรงตำแหน่งอยู่

บริษัทฯ มุ่งมั่น และมีเจตนารมณ์ส่งเสริมการเป็นองค์กรที่โปร่งใสและเป็นธรรม บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางการร้องเรียนและการแจ้งเบาะแส เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยให้บริษัทฯ รับเรื่องร้องเรียนทั้งจากพนักงานภายในและบุคคลภายนอกเกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ และจรรยาบรรณของบริษัทฯ อันนำมาซึ่งความเสื่อมเสียในทรัพย์สินและชื่อเสียง บริษัทฯ ได้กำหนดช่องทางการแจ้งเบาะแสเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียได้มีช่องทางการร้องเรียนเมื่อพบเห็นการทุจริต การกระทำที่ไม่ถูกต้อง หรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ผิดกฎหมาย ผิดกฎระเบียบและผิดหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ หรือสิทธิมนุษยชน ในการดำเนินธุรกิจ

จำนวนกรณีหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแจ้งเบาะแส

	2566	2567	2568
จำนวนกรณีหรือประเด็นที่ได้รับผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสรวม (กรณี)	0	0	0

การติดตามการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการอื่น ๆ

แผนสืบทอดตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง

บริษัทฯ จัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่ง เพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างบุคลากร เข้าทดแทนตำแหน่งบริหารที่สำคัญอันได้แก่ ผู้บริหารของบริษัทฯ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ในกรณีที่ผู้ดำรงตำแหน่งบริหารที่สำคัญดังกล่าว ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้จนครบวาระ หรือตำแหน่งว่างลงด้วยเหตุอื่นใด ตลอดจนเพื่อลดความเสี่ยงหรือผลกระทบจากการขาดความต่อเนื่องในการบริหารจัดการ โดยมีฝ่ายทรัพยากรบุคคลเป็นผู้จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารของบริษัทฯ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน เพื่อพิจารณาและรับทราบ

บริษัทฯ จะจัดให้มีแนวทางการพัฒนาพนักงาน และผู้บริหารเพื่อเตรียมผู้สืบทอดตำแหน่งบริหารที่สำคัญ โดยบริษัทฯ จะเฟ้นหาบุคลากรที่มีศักยภาพเพื่อเข้าร่วมฝึกอบรมโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำรงตำแหน่งสำคัญ ๆ ของบริษัทฯ โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะมีการรายงานการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวต่อคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนเพื่อพิจารณาก่อนรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้ง โดยกระบวนการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้าร่วมโครงการจะต้องมีความโปร่งใส เป็นธรรม และผ่านการอนุมัติจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

นอกจากนี้ บริษัทฯ จะพิจารณาสนับสนุนให้มีการหมุนเวียนงาน เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์แก่บุคลากรของบริษัทฯ ให้มีความรู้รอบด้าน และความพร้อมมากยิ่งขึ้น รวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีศักยภาพที่เป็นผู้สืบทอดตำแหน่งต่าง ๆ มีโอกาสทดลองรับผิดชอบในตำแหน่งดังกล่าว บางช่วงเวลา ที่ผู้ดำรงตำแหน่งลา หรือเดินทางไปปฏิบัติหน้าที่นอกสถานที่ เพื่อประเมินการฝึกอบรม และการพัฒนาเพิ่มเติมที่จำเป็นสำหรับบุคลากรดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะคัดเลือกบุคคลเพื่อแทนตำแหน่งที่ว่างลง โดยพิจารณาจากบุคลากรของบริษัทฯ ผู้เข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้ ไม่จำกัดสิทธิของบุคคลภายนอก หรือบุคคลอื่นที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการในการสรรหาคัดเลือกที่บริษัทฯ กำหนด

คณะกรรมการบริษัท ตระหนักถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อม เพื่อสร้างบุคลากรเข้าทดแทนตำแหน่งงานที่สำคัญต่าง ๆ ในองค์กร ทดแทนกรณีที่ผู้ดำรงตำแหน่งบริหารที่สำคัญไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้จนครบวาระ หรือตำแหน่งว่างลงด้วยเหตุอื่นใด เพื่อลดความเสี่ยงหรือผลกระทบจากการขาดความต่อเนื่องในการบริหารจัดการ จึงได้กำหนดแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) ดังนี้

1. วัตถุประสงค์

(1) เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ แนวปฏิบัติและวางระบบในการสืบทอดตำแหน่งไว้ล่วงหน้า

(2) เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนบุคลากร วางแผนการสรรหาในเชิงรุกและคัดเลือกบุคลากรระดับบริหารได้ล่วงหน้า

(3) เพื่อเป็นการจูงใจและธำรงรักษาบุคลากรที่มีความสามารถและมีศักยภาพ สืบทอดตำแหน่งงานพร้อมได้รับโอกาสในการพัฒนาและปรับเลื่อนตำแหน่งงานที่สูงขึ้นเหมาะสมกับความรู้ความสามารถในตำแหน่งที่ทดแทน

2. แนวทางการวางแผนสืบทอดตำแหน่งงาน

(1) กำหนดตำแหน่งงานสำคัญ (Key Positions) ที่ต้องการผู้สืบทอด

(2) กำหนดคุณลักษณะของตำแหน่งทดแทน (Success Profile/Job profile)

(3) กระบวนการคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่ง (Shortlisting Candidates)

(4) การประเมินความพร้อมของผู้สืบทอดตำแหน่ง (Assessing Candidates)

(5) จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (Individual Development Plan: IDP)

(6) ติดตามผลการพัฒนาตามแผนและทบทวนรายชื่อผู้สืบทอด (Evaluating Process & Outcomes)

3. การกำหนดตำแหน่งที่ต้องมีการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง บริษัทฯ มีนโยบายจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งในตำแหน่งบริหารที่สำคัญ

4. คุณสมบัติและสมรรถนะ (Competency) ที่จำเป็นของตำแหน่งงาน

5. รายงานความคืบหน้าของแผนสืบทอดตำแหน่งให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนและคณะกรรมการบริษัทรับทราบเป็นประจำทุกปี

8.2 รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบในรอบปีที่ผ่านมา

8.2.1 การเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบ

การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ (ครั้ง) : 5

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล (ประธานกรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
2. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน (กรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
3. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ (กรรมการตรวจสอบ)	5	/	5	5/5 (100.00%)
อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย				**100.00%**

8.2.2 ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ประกอบด้วย กรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีประสบการณ์ด้านการบริหาร การบัญชีและการเงิน มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี กรรมการตรวจสอบทุกท่านมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับคณะกรรมการตรวจสอบของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในปี 2568 คณะกรรมการตรวจสอบมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 5 ครั้ง โดยมีสาระสำคัญ สรุปได้ดังนี้

1. สอบทานงบการเงินของบริษัทฯ

สอบทานงบการเงินรายไตรมาส และงบการเงินประจำปีของบริษัทฯ โดยประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีและฝ่ายบริหารของบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการจัดทำงบการเงินเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายและมาตรฐานการรายงานทางการเงิน มีความเชื่อถือได้ทันเวลา รวมถึงมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ

ทั้งนี้ ในการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุม คณะกรรมการตรวจสอบได้รับทราบว่าผู้สอบบัญชีมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ และไม่พบปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานแต่อย่างใด

2. สอบทานรายการระหว่างกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

สอบทานรายการระหว่างกัน รวมถึงรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัทฯ เป็นประจำทุกไตรมาส ตลอดจนทบทวนนโยบายการเข้าทำรายการที่เกี่ยวโยงกัน เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งข้อบังคับและประกาศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นว่า รายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล เป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ รวมถึงมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ

3. กำกับและสอบทานการควบคุมภายในของบริษัทฯ

ให้ความเห็นชอบการว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายในและแผนงานการตรวจสอบภายใน รวมทั้งพิจารณารายงานผลการตรวจสอบภายใน ที่ได้รับจากผู้ตรวจสอบภายในเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีระบบการควบคุมภายใน ที่เพียงพอและเหมาะสมกับขนาดของกิจการ

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน เพื่อให้การปฏิบัติงานมีความโปร่งใสและเชื่อถือได้ รวมถึงพิจารณาอนุมัติงบประมาณการตรวจสอบภายใน

4. พิจารณาเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชี

พิจารณาเสนอชื่อผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และกำหนดค่าสอบบัญชี โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงาน ทักษะ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และความเป็นอิสระ รวมถึงความเหมาะสมของค่าสอบบัญชี ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบเสนอชื่อผู้สอบบัญชีจากบริษัท ไพร้ซ วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด โดย นางสาวสุขุมาภรณ์ วงศ์อริยาพร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4843 และ/หรือ นางสาววราภรณ์ วรธิติกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4474 และ/หรือ นางสาวนภนุช อภิชาตเสถียร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5266 เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ประจำปี 2568 รวมทั้งเสนอค่าสอบบัญชีในปี 2568 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาต่อไป

5. ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ

ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวการณ์ และกฎระเบียบตลอดจนแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

6. ทบทวนแบบประเมินผลและประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบ

ทบทวนแบบประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการตรวจสอบ ประจำปี 2568 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา และประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบ ประจำปี 2567 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

7. พิจารณาสอบทานความสมบูรณ์และถูกต้องของแบบประเมินตนเองเพื่อพัฒนาระบบต่อต้านคอร์รัปชัน

สอบทานแบบประเมินตนเองเพื่อพัฒนาระบบต่อต้านคอร์รัปชัน และเอกสารอ้างอิงเพื่อยื่นขอรับรองต่อแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาการจัดส่งแบบประเมินตนเองฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2568

8. ทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และนโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด เพื่อให้ครอบคลุมกับกฎระเบียบและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา รวมทั้งรับทราบรายงานการแจ้งเบาะแสการทุจริตที่เกี่ยวกับการคอร์รัปชัน การกำกับดูแลและการลงโทษ ทั้งนี้ ไม่มีกรณีใดมีผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

9. จัดทำรายงานคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบได้จัดทำรายงานคณะกรรมการตรวจสอบและเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

จากการปฏิบัติหน้าที่คณะกรรมการตรวจสอบ สำหรับปี 2568 ตามที่ได้รายงานข้างต้น คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ระบุไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้งที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทอย่างครบถ้วนและเป็นอิสระ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงมีระบบควบคุมภายในเพียงพอและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ งบการเงินของบริษัทฯ มีความเชื่อถือได้ และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ และบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และสอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

8.3 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

8.3.1 - 8.3.2 การเข้าประชุมและผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ

การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหาร

การประชุมคณะกรรมการบริหาร (ครั้ง) : 12

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหาร			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ (ประธานกรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
2. นาย สมชาย บุญสงเคราะห์ (กรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
3. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา (กรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
4. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ (กรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
5. นางสาว ณัฐา บุญสงเคราะห์ (กรรมการบริหาร)	11	/	12	11 / 12 (91.67%)
6. นาย อชิระ บุญสงเคราะห์ (กรรมการบริหาร)	11	/	12	11 / 12 (91.67%)
7. นางสาว บุณยวีร์ บุญสงเคราะห์ (กรรมการบริหาร)	12	/	12	12 / 12 (100.00%)
			อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย	**97.62%**

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

ในปี 2568 บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ได้มีการประชุมคณะกรรมการบริหาร จำนวน 12 ครั้ง รวมทั้งได้บริหารจัดการในเรื่องสำคัญต่าง ๆ

1. ดำเนินกิจการและบริหารกิจการของบริษัทฯ ตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท

2. พิจารณากลั่นกรองกลยุทธ์ แผนธุรกิจ งบประมาณประจำปีและแผนการลงทุนของบริษัทฯ โครงสร้างการบริหารจัดการและอำนาจอนุมัติของบริษัทฯ เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทเห็นชอบ และดำเนินการตามที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท

3. บริหารจัดการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงาน และการบริหารงานทั่วไปของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามนโยบายและแผนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลรวมถึงพิจารณากลั่นกรองข้อเสนอต่าง ๆ ของฝ่ายจัดการ

4. พิจารณาและอนุมัติการเข้าทำสัญญาและ/หรือธุรกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ เช่นการซื้อขายการลงทุนหรือร่วมทุนกับบุคคลอื่นเพื่อการทำธุรกรรมตามปกติของบริษัทฯ และเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ภายในวงเงินตามที่กำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) หรือตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

5. พิจารณาและอนุมัติการลงทุนการจัดซื้อจัดจ้างการกู้ยืมเงิน และการขอสินเชื่อใด ๆ จากสถาบันการเงินและการดำเนินงานต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในการดำเนินกิจการปกติของบริษัทฯ ภายในวงเงินตามที่กำหนดไว้ในอำนาจอนุมัติและดำเนินการ (Delegation of Authority) ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวจะต้องอยู่ภายใต้ประกาศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน หรือกฎหมายอื่นใดในเรื่องที่เกี่ยวข้อง

6. อนุมัติและดำเนินการเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการของบริษัทฯ ตามตารางอำนาจอนุมัติ (Delegation of Authority) ที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

7. อนุมัติแต่งตั้งที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ หรือบุคคลที่มีความเห็นอิสระที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

8. ดำเนินการให้ฝ่ายจัดการ ผู้บริหาร หรือบุคคลใดที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ มาให้ความเห็น เข้าร่วมประชุม หรือให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะมีการหารือกันในที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร

9. พิจารณาและทบทวนเกณฑ์ในการประเมินผลและประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารอย่างน้อยปีละหนึ่ง (1) ครั้งและเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา รวมทั้งจัดทำรายงานของคณะกรรมการบริหาร

10. ดำเนินการรับเรื่องร้องเรียนและรับแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำผิดการทุจริตคอร์รัปชันหรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ของผู้บริหาร และพนักงานซึ่งต่ำกว่าระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมถึงการกำกับดูแล การตรวจสอบ และการลงโทษ

11. ทบทวนกฎบัตรของคณะกรรมการบริหารให้สอดคล้องกับสภาวการณ์เป็นประจำทุกปี และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบหรือพิจารณาแล้วแต่กรณี

12. ดำเนินการอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท หรือตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

การเข้าประชุมของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

การประชุมคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน (ครั้ง) : 2

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน (ประธานกรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
2. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ (กรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
3. นางสาว มัณฑนา อัศวเมธา (กรรมการชุดย่อย)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
			อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย	100.00%

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

รายงานคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ตั้งขึ้นเพื่อสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการ และกรรมการชุดย่อย รวมถึงพิจารณานโยบาย และแผนพัฒนากรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตลอดจนกำหนดกรอบนโยบายและรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ

ในปี 2568 คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 2 ครั้ง โดยมีสาระสำคัญ สรุปได้ดังนี้

1. เสนอชื่อกรรมการบริษัทที่ครบกำหนดวาระ ประจำปี 2568 เพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทอีกวาระ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติในด้านความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความชำนาญ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาเห็นชอบก่อนเสนอที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 เพื่อพิจารณาเลือกตั้ง

2. แต่งตั้งเลขานุการคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน เพื่อช่วยเหลือการดำเนินงานของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน

3. ทบทวนหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการ โดยคำนึงถึงคุณสมบัติ ความหลากหลาย ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความชำนาญ ตลอดจนภาวะผู้นำ คุณธรรมและจริยธรรม ทั้งนี้ ขั้นตอนกระบวนการสรรหาและคัดเลือกต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส รอบคอบ และระมัดระวัง และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

4. ทบทวน และปรับปรุงหลักเกณฑ์การสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยคำนึงถึงคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ มีทักษะและประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

5. พิจารณาโครงสร้างค่าตอบแทนสำหรับทั้งองค์กร โดยคำนึงถึงปัจจัยทั้งภายนอกและภายใน เช่น ระดับอุตสาหกรรม ผลการดำเนินงาน เพื่อผลประโยชน์ขององค์กรในระยะยาว และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

6. พิจารณาหลักเกณฑ์ในการประเมินการปฏิบัติงานสำหรับทั้งองค์กร เพื่อให้การประเมินเป็นไปในแนวทางและมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

7. ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน เพื่อให้มีความครบถ้วน สอดคล้องกับสภาวการณ์ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

8. ทบทวนแผนการพัฒนากรรมการ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สอดคล้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

9. ทบทวนและปรับปรุงแผนการพัฒนาประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารระดับสูง เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สอดคล้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และรับทราบแผนสืบทอดงาน (Succession Plan) ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

10. ทบทวนนโยบายค่าตอบแทนกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นโยบายสืบทอดตำแหน่ง นโยบายพัฒนาบุคลากร และนโยบายการว่าจ้างเจ้าพนักงานของรัฐ เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

11. ทบทวนแบบประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ประจำปี 2568 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา และประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ประจำปี 2567 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

12. ทบทวนเกณฑ์ประเมิน และแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมถึงกำหนดค่าตอบแทนประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประจำปี 2568 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา และประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประจำปี 2567 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

13. พิจารณากำหนดค่าตอบแทนกรรมการ และกรรมการชุดย่อย ประจำปี 2568 โดยคำนึงถึงความเหมาะสม หน้าที่ ความรับผิดชอบ และเชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตลอดจนพิจารณาเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา ก่อนเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา

14. รับทราบผลการเสนอวาระ และเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2568 เสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ และพิจารณาหลักเกณฑ์และกำหนดระยะเวลาการเสนอวาระ และเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการเลือกตั้งเป็นกรรมการบริษัท สำหรับการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2569 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

15. จัดทำรายงานคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรอบคอบ ซื่อสัตย์สุจริต ตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ในกฎบัตร โดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเพียงพอและเหมาะสม

การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

การประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ครั้ง) : 2

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ (ประธานกรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
2. รศ. ดร. วรรณี เตโชโยธิน (กรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
3. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ (กรรมการชุดย่อย)	2	/	2	2 / 2 (100.00%)
			อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย	**100.00%**

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

รายงานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ตั้งขึ้นเพื่อช่วยสนับสนุนคณะกรรมการบริษัท ในการกำกับดูแลให้มั่นใจว่า บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยง ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร และมีระบบและแผนการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนมาตรการป้องกันความเสี่ยงที่เพียงพอและเหมาะสมอันจะทำให้บริษัทฯ บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความเสี่ยงโดยรวมอยู่ในระดับที่บริษัทฯ ยอมรับได้

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 2 ครั้ง โดยมีสาระสำคัญ สรุปได้ดังนี้

1. ทบทวนนโยบายบริหารความเสี่ยงและกรอบการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้ครอบคลุมทั้งองค์กรและให้สอดคล้องและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

2. พิจารณาแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง ประจำปี 2568 และติดตามผลการบริหารความเสี่ยง และมาตรการป้องกันความเสี่ยง ตามแผนบริหารการจัดการความเสี่ยงที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายบริหารความเสี่ยงและกรอบบริหารความเสี่ยง และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

3. ทบทวนและปรับปรุงกฎบัตรคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มีความครบถ้วน สอดคล้องกับสภาวการณ์และให้นำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

4. ทบทวนแบบประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ประจำปี 2568 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา และประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ประจำปี 2567 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

5. จัดทำรายงานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรอบคอบ ซื่อสัตย์สุจริต ตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ในกฎบัตร โดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเพียงพอและเหมาะสม

การเข้าประชุมของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

การประชุมคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (ครั้ง) : 3

รายชื่อกรรมการ	การเข้าประชุมของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน			เข้าร่วมประชุมเฉลี่ย
	การเข้าประชุม (ครั้ง)	/	สิทธิในการประชุม (ครั้ง)	
1. ดร. วรภัทร โตธนะเกษม (ประธานกรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	3	/	3	3 / 3 (100.00%)
2. รศ. ดร. สมชาย สุภัทรกุล (กรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	3	/	3	3 / 3 (100.00%)
3. นางสาว วาสนา เธียรศิริศักดิ์ (กรรมการชุดย่อย, กรรมการอิสระ)	2	/	3	2 / 3 (66.67%)
4. นาย สง่า บุญสงเคราะห์ (กรรมการชุดย่อย)	2	/	3	2 / 3 (66.67%)
5. นางสาว ศุภรดา โรจน์วัฒนะ (กรรมการชุดย่อย)	3	/	3	3 / 3 (100.00%)
			อัตราการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย	**86.67%**

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

รายงานคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ติดตามดูแลการปฏิบัติงานด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเพื่อให้บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน พร้อมไปกับการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างยั่งยืน

ในปี 2568 คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 3 ครั้ง โดยมีสาระสำคัญ สรุปได้ดังนี้

1. ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้มีความครบถ้วน สอดคล้องกับสภาวการณ์ และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

2. ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบรรษัทภิบาล และความยั่งยืนของบริษัทฯ ได้แก่ นโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ นโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นโยบายการใช้ข้อมูลภายในของบริษัท นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นโยบายสิทธิมนุษยชน นโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศและไซเบอร์ นโยบายบริหารจัดการความยั่งยืน นโยบายด้านภาษี นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน นโยบายสิ่งแวดล้อม และนโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ ภายใต้กฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

3. รับทราบและทบทวนการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (CG Code) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ไปปฏิบัติใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ

4. ทบทวนแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2568 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา และประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2567 และเสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

5. พิจารณากำหนดประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืน โดยคำนึงถึงมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล และรับทราบกลยุทธ์ การตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืน โครงการการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2568

6. เห็นชอบรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2567 โดยได้กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารงานด้านความยั่งยืนครอบคลุมมิติบรรษัทภิบาล มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม

7. เห็นชอบงบประมาณด้านความยั่งยืน ประจำปี 2569 เพื่อให้การทำงานด้านความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาแนวทางในการดำเนินธุรกิจและรวบรวมเป็นงบประมาณประจำปี เสนอที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

8. เสนอแนะ รับทราบ และติดตามการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2568 เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้

9. รับทราบรายงานการติดตามการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ ไม่พบข้อร้องเรียน หรือการกระทำผิดจรรยาบรรณธุรกิจที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

10. รับทราบผลการประเมินตามโครงการเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ประจำปี 2568 ดังนี้

- โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (โดยบริษัทฯ ได้รับการประเมิน ในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 และติดอันดับอยู่ในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Top Quartile) ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด 10,001-30,000 ล้านบาท จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) ด้วยการสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- โครงการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นบริษัทจดทะเบียน (AGM Checklist) ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการประเมินด้วยคะแนนเต็ม 100 คะแนน 5 ตราสัญลักษณ์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

11. จัดทำรายงานคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรอบคอบ ซื่อสัตย์สุจริต ตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ในกฎบัตร โดยยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเพียงพอและเหมาะสม

9. การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน

9.1 การควบคุมภายใน

สรุปความเห็นของคณะกรรมการบริษัทเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในของบริษัท

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อระบบการควบคุมภายใน โดยคณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อให้การสนับสนุนและปฏิบัติการในนามของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับดูแลองค์กรที่ดีเพื่อให้ความมั่นใจว่า บริษัทฯ มีระบบควบคุมภายในที่เพียงพอเหมาะสมในการดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ กฎหมาย และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถช่วยป้องกัน บริหารจัดการความเสี่ยง หรือความเสียหายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย สามารถป้องกันทรัพย์สินจากการทุจริต เสียหาย รวมทั้งมีการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน เพียงพอ ในระยะเวลาที่เหมาะสม

คณะกรรมการบริษัท ได้ประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ และอนุมัติแบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งจัดทำโดยบริษัท ตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด (“ธรรมนิติ”) โดยการซักถามข้อมูลจากธรรมนิติ ฝ่ายบริหาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ เพื่อทำการประเมินการควบคุมภายในของบริษัทฯ ในด้านต่าง ๆ 5 องค์ประกอบ ภายใต้แนวคิดของ COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) ซึ่งประกอบด้วย

1. การควบคุมภายในองค์กร (Control Environment)
2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)
3. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)
4. ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล (Information and Communication)
5. ระบบการติดตาม (Monitoring Activities)

9.1.1 ความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายใน

ระบบการควบคุมภายในของบริษัท : The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)

The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)

คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ให้ความสำคัญและตระหนักถึงระบบควบคุมภายใน โดยมุ่งเน้นให้เกิดระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอ เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยคณะกรรมการบริษัท ได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่สอบทานให้บริษัทมีระบบควบคุมภายใน (Internal Control) และการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผล และสอบทานให้รายงานทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินของบริษัทฯ มีความครบถ้วน ถูกต้อง น่าเชื่อถือและทันเวลา ดูแลการทำรายการที่เกี่ยวโยงให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งข้อบังคับและประกาศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงดูแลให้บริษัทฯ มีการปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และสอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ทั้งนี้ ระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ ดำเนินการตามแนวทางของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่อ้างอิงจาก The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (“COSO”) ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การควบคุมภายในองค์กร การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม ระบบสารสนเทศและการสื่อสาร และระบบการติดตาม ดังนี้

1. การควบคุมภายในองค์กร (Control Environment)

บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีสภาพแวดล้อมของการควบคุมภายในที่ดี โดยจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบแยกตามสายงานอย่างชัดเจนและเหมาะสม รวมถึงมีการกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจ และดัชนีตัวชี้วัดผลความสำเร็จเพื่อใช้ในการประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร มีการถ่ายทอดเป้าหมายองค์กรสู่ระดับสายงานและฝ่าย มีการกำหนดนโยบายสำคัญต่าง ๆ การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลกิจการที่ดี นโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การกำกับดูแลการปฏิบัติ

งานให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมุ่งเน้นการปฏิบัติงานด้วยความซื่อตรง สุจริต โปร่งใส โดยกำหนดให้ฝ่ายบริหาร และพนักงานได้ปฏิบัติ รวมทั้งมีหน่วยงานตรวจสอบภายในเป็นหน่วยงานอิสระ ซึ่งทำหน้าที่รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจที่อาจทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยคณะกรรมการบริษัท มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระและกรรมการบริหาร ซึ่งทำหน้าที่ในการกำกับดูแลให้มีระบบและกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยง และกำกับดูแลให้มีการติดตามกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ เป็นไปตามกรอบการบริหารความเสี่ยงที่ดีประกอบด้วย การระบุความเสี่ยงและการประเมินความเสี่ยงครอบคลุมปัจจัยทั้งภายในและภายนอก ที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย ได้แก่ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ เป็นต้น ประเมินโอกาสที่จะเกิดและระดับของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งบริษัทฯ กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนมีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง

3. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)

บริษัทฯ มีการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร เพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์ เป้าหมายดำเนินงาน ฝ่ายบริหารมีการกำหนดแนวทางการจัดการ และ/หรือการควบคุมเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินงาน โดยอาศัยความเชี่ยวชาญทางลักษณะธุรกิจ ประสบการณ์การบริหารจัดการที่ผ่านมา และการบริหารความเสี่ยงในกระบวนการปฏิบัติงานเพื่อกำหนดมาตรการควบคุมเป็นรูปแบบของนโยบาย/คู่มือ/ระเบียบ และ/หรือขั้นตอนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นการควบคุมทั้งรูปแบบการป้องกันและการติดตาม ได้แก่ มีการแบ่งแยกหน้าที่อนุมัติ หน้าที่บันทึกข้อมูลสารสนเทศและการบัญชี และหน้าที่ในการดูแลจัดเก็บทรัพย์สินออกจากกัน มีการจัดทำเอกสารแสดงอำนาจอนุมัติกิจกรรมสำคัญไว้ในนโยบาย/ระเบียบ/คู่มือ/แบบฟอร์มปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง มีกระบวนการตรวจสอบข้อมูลการบันทึกรายการบัญชีหรือสารสนเทศมากกว่า 1 หน่วยงานเพื่อเป็นการตรวจสอบซึ่งกันและกัน มีการกำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลในระบบสารสนเทศของบริษัทฯ เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยบุคคลไม่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบปฏิบัติงานของฝ่ายขายและปฏิบัติการ ระบบปฏิบัติงานฝ่ายบัญชีและการเงิน ระบบปฏิบัติงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล เป็นต้น มีการจัดหาและติดตั้งระบบเครือข่าย เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ต่อพ่วงอื่น ๆ ที่เพียงพอเหมาะสมกับการดำเนินงานในปัจจุบัน มีการติดตั้งระบบป้องกันผู้บุกรุกภายนอกและมีการสำรองข้อมูลสำคัญของบริษัทฯ รวมถึงทดสอบการกู้คืนข้อมูลตามความถี่ที่กำหนดและมีการรวบรวมกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ

บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายการเข้าทำรายการที่เกี่ยวโยงกันอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติในกรณีที่บริษัทฯ มีการทำรายการกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน การทำธุรกรรมต้องมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้และเป็นธรรม โดยต้องมีการรายงานการพิจารณารายการที่เกี่ยวโยงกันต่อที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ

4. ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล (Information and Communication)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อระบบสารสนเทศและการสื่อสาร โดยได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมาใช้สนับสนุนการปฏิบัติงานครอบคลุมทุกกิจกรรมการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมทั้งมีการกำหนดให้มีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล การจัดลำดับขั้นข้อมูล การจำกัดการเข้าถึงข้อมูล ตลอดจนการจัดเก็บข้อมูลหรือเอกสารที่สำคัญอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การปฏิบัติงานและการนำข้อมูลที่สำคัญไปใช้ในการบริหารจัดการของผู้บริหาร หรือผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ มีความครบถ้วนถูกต้อง เพียงพอ เหมาะสม เชื่อถือได้ และทันเวลา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ ทำหน้าที่ประสานงานกับนักลงทุนต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานและการลงทุนของบริษัทฯ และจัดให้มีช่องทางการแจ้งข้อร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสการทุจริตคอร์รัปชันสำหรับพนักงานและบุคคลภายนอกตามช่องทางที่บริษัทฯ กำหนด เช่น เว็บไซต์ และอีเมล เป็นต้น

5. ระบบการติดตาม (Monitoring Activities)

บริษัทฯ มีการติดตามระบบควบคุมภายในและการประเมินผลการควบคุมภายใน โดยครอบคลุมทุกกิจกรรมหลักภายในบริษัทฯ โดยเป็นการติดตามอย่างต่อเนื่องโดยผู้ตรวจสอบภายในของ บริษัท ตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด อย่างสม่ำเสมอ ภายใต้แผนการตรวจสอบประจำปีที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีระบบควบคุมภายในที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผล รวมถึงฝ่ายบริหารเป็นผู้ทำหน้าที่ในการติดตามความคืบหน้าการแก้ไขตามมาตรการที่บริษัทฯ กำหนด

9.1.2 ข้อบกพร่องเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน

	2566	2567	2568

	2566	2567	2568
จำนวนข้อบกพร่องเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน รวม (กรณี)[1]	0	0	0

หมายเหตุ : [1] บริษัทฯ ไม่พบข้อบกพร่องเกี่ยวกับระบบควบคุมภายในที่เป็นสาระสำคัญที่กระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

9.1.3 ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบและข้อสังเกตจากผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับการควบคุมภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบมีความเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายใน ต่างจากความเห็นของคณะกรรมการบริษัทหรือไม่ : ไม่มี

ผู้สอบบัญชีมีข้อสังเกตเกี่ยวกับการควบคุมภายในของบริษัทหรือไม่ : ไม่มี

9.1.4 ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบต่อการดำรงตำแหน่งหัวหน้างานตรวจสอบภายใน

หัวหน้างานตรวจสอบภายใน : บริการจากหน่วยงานภายนอก (Outsource)

บริษัทฯ ได้ว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายในจากหน่วยงานภายนอก คือ บริษัท ตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด และบริษัท เครสตัน ไอเอ (ประเทศไทย) จำกัด ทำหน้าที่ตรวจสอบระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ และประเมินการปฏิบัติตามระบบควบคุมภายในที่กำหนด รวมทั้งจัดทำแผนการตรวจสอบภายในประจำปี เสนอคณะกรรมการตรวจสอบพิจารณา เนื่องจากมีความเป็นอิสระและมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภายใน โดยบริษัท ตรวจสอบภายในธรรมนิติ จำกัด มีนางสาวศมจรีย์ แก้วขอมดี เป็นตัวแทนจากบริษัทดังกล่าวทำหน้าที่เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ และบริษัท เครสตัน ไอเอ (ประเทศไทย) จำกัด มีนายดลวัฒน์ พรมชินวงศ์ เป็นตัวแทนจากบริษัทดังกล่าวทำหน้าที่เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ โดยให้นางสาวบุณฑริกา พรมจันทร์ เป็นผู้ประสานงานกับบริษัทตรวจสอบภายในกับทั้งสองบริษัท

ปี 2568 ผู้สอบบัญชีและผู้ตรวจสอบภายในจากหน่วยงานภายนอก ไม่มีข้อสังเกตที่เป็นสาระสำคัญในเรื่องความบกพร่องของการควบคุมภายใน คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท ได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่า ระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ มีความเพียงพอและเหมาะสมกับขนาดและสภาพการดำเนินธุรกิจของบริษัท และสอดคล้องกับกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และมีการปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในที่กำหนดไว้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีบุคลากรอย่างเพียงพอที่จะดำเนินการตามระบบการควบคุมภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9.1.5 การแต่งตั้ง ถอดถอน และโยกย้ายผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้างานตรวจสอบภายใน

การแต่งตั้ง ถอดถอน และโยกย้าย หัวหน้างานตรวจสอบภายใน ต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบหรือไม่ : มี

การพิจารณาและอนุมัติ แต่งตั้ง ถอดถอน โยกย้ายผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ จะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจสอบ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในเอกสารแนบ 3 รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายใน)

9.2 รายการระหว่างกัน

สำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีรายการกับบุคคลที่เกี่ยวโยงกัน โดยผู้ตรวจสอบบัญชีของบริษัทฯ ได้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานแล้ว และมีความเห็นว่ารายการระหว่างกันที่เกิดขึ้น มีความสมเหตุสมผลและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ รวมถึงมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ โดยมีเงื่อนไขต่าง ๆ ตามปกติธุรกิจ

รายการระหว่างกัน

บริษัทมีการทำรายการระหว่างกันหรือไม่ : มี

9.2.1 - 9.2.2 ชื่อกลุ่มบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง ลักษณะความสัมพันธ์ และข้อมูลรายการระหว่างกัน

บุคคล/นิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง

ชื่อบุคคลหรือนิติบุคคล /ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์	ข้อมูล ณ วันที่
บริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด ผลิต รับจ้างผลิต และจำหน่ายสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในบ้านขนาดเล็กถึงขนาดกลาง และอุปกรณ์เครื่องเขียน	● กรรมการ และผู้บริหาร และ/หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ 2 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่ นางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์ ถือหุ้นร้อยละ 20.00 และ นายสง่า บุญสงเคราะห์ ถือหุ้นร้อยละ 20.00 ● กรรมการของบริษัทฯ 1 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่ นายสมชาย บุญสงเคราะห์ ถือหุ้นร้อยละ 20.00 ● นายณพล บุญสงเคราะห์ ญาติสนิทของกรรมการ และ/หรือผู้บริหาร และ/หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ (พี่น้องของนางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์ และบุตรของนายสมชาย บุญสงเคราะห์ และนางสาวมัณฑนา อัศวเมธา) เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยถือหุ้นร้อยละ 20.00	31 ธ.ค. 2568
บริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด ผลิต รับจ้างผลิต และจำหน่ายสินค้าประเภทผ้า ได้แก่ เสื้อผ้า กระเป๋า และหมวก	● กรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ 1 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่ นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา ถือหุ้นร้อยละ 37.00 ● นางสาวจารุวรรณ ก่อเกียรติวนิช (คู่สมรสของนายสง่า บุญสงเคราะห์) ถือหุ้นร้อยละ 24.00 ● นายอุดม อัศวเมธา ญาติสนิทของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ (พี่น้องของนางสาวมัณฑนา อัศวเมธา) เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยถือหุ้นร้อยละ 12.00	31 ธ.ค. 2568

ชื่อบุคคลหรือนิติบุคคล /ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ลักษณะความสัมพันธ์	ข้อมูล ณ วันที่
บริษัท อี้เฮงฮวด จำกัด ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์	● กรรมการ และผู้บริหาร และ/ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ 3 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยถือหุ้นผ่านบริษัท บี กรุ๊ป แคปปิตอล จำกัด ได้แก่ (1) นางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์ ถือหุ้นร้อยละ 20.50 (2) นายสง่า บุญสงเคราะห์ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ นางสาวจารุวรรณ ก่อเกียรติวนิช (คู่สมรสของนายสง่า บุญสงเคราะห์) ถือหุ้นรวมกันร้อยละ 26.00 และ (3) นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ นายสมชาย บุญสงเคราะห์ (คู่สมรสของนางสาวมัณฑนา อัศวเมธา) โดยถือหุ้นรวมกันร้อยละ 19.00 ● กรรมการของบริษัทฯ 2 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยถือหุ้นผ่านบริษัท บี กรุ๊ป แคปปิตอล จำกัด ได้แก่ นายสมชาย บุญสงเคราะห์ และนางสาวมัณฑนา อัศวเมธา (คู่สมรสของนายสมชาย บุญสงเคราะห์) โดยถือหุ้นรวมกันร้อยละ 19.00 ● นายณพล บุญสงเคราะห์ ญาติสนิทของกรรมการ และ/หรือผู้บริหาร และ/ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ (พี่น้องของนางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์ และบุตรของนายสมชาย บุญสงเคราะห์ และนางสาวมัณฑนา อัศวเมธา) เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยถือหุ้นผ่านบริษัท บี กรุ๊ป แคปปิตอล จำกัด โดยถือหุ้นร้อยละ 20.50 ● มีกรรมการร่วมกันกับบริษัทฯ ได้แก่ นางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์	31 ธ.ค. 2568
บริษัท บี กรุ๊ป แคปปิตอล จำกัด บริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) และให้เช่าอสังหาริมทรัพย์	● กรรมการ และผู้บริหาร และ/หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ 3 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่ (1) นางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์ ถือหุ้นร้อยละ 20.50 (2) นายสง่า บุญสงเคราะห์ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นางสาวจารุวรรณ ก่อเกียรติวนิช (คู่สมรสของนายสง่า บุญสงเคราะห์) ถือหุ้นรวมกันร้อยละ 26.00 และ (3)นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นายสมชาย บุญสงเคราะห์ (คู่สมรสของนางสาวมัณฑนา อัศวเมธา) โดยถือหุ้นรวมกันร้อยละ 19.00 ● กรรมการ และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ 2 ท่าน เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่ นายสมชาย บุญสงเคราะห์ และนางสาวมัณฑนา อัศวเมธา (คู่สมรสของนายสมชาย บุญสงเคราะห์) โดยถือหุ้นรวมกันร้อยละ 19.00 ● นายณพล บุญสงเคราะห์ ญาติสนิทของกรรมการ และ/หรือผู้บริหาร และ/หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ (พี่น้องของนางสาวณัฐา บุญสงเคราะห์ และบุตรของนายสมชาย บุญสงเคราะห์ และนางสาวมัณฑนา อัศวเมธา) เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่โดยถือหุ้นร้อยละ 20.50 ● มีกรรมการร่วมกันกับบริษัทฯ ได้แก่ นางสาวมัณฑนา อัศวเมธา และนายสมชาย บุญสงเคราะห์	31 ธ.ค. 2568

รายละเอียดรายการระหว่างกัน

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด			
รายการที่ 1 ลักษณะรายการ	168,656,111.20	151,068,873.30	174,618,174.30

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
รายจ่ายจากการซื้อสินค้า - รายจ่ายจากการซื้อสินค้า - เจ้าหนี้การค้า รายละเอียด 1. บริษัทฯ ซื้อสินค้าประเภทพลาสติกจากบริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด เพื่อขายในร้าน Moshi Moshi ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่ได้เป็นลูกค้ารายเดียว โดย บริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายอื่น 2. บริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด เป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบและผลิตสินค้าประเภทพลาสติก โดยบริษัทฯ เลือกซื้อสินค้าจากบริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด เนื่องจากสินค้ามีคุณภาพและเพิ่มความหลากหลาย (Variety) ของสินค้าให้แก่ร้าน Moshi Moshi 3. โดยราคาซื้อสินค้าเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับผู้จำหน่ายรายอื่น และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล 1. บริษัทฯ ซื้อสินค้าประเภทพลาสติกจากบริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด เพื่อขายในร้าน Moshi Moshi ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่ได้เป็นลูกค้ารายเดียว โดย บริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายอื่น 2. บริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด เป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบและผลิตสินค้าประเภทพลาสติก โดยบริษัทฯ เลือกซื้อสินค้าจากบริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด เนื่องจากสินค้ามีคุณภาพและเพิ่มความหลากหลาย (Variety) ของสินค้าให้แก่ร้าน Moshi Moshi 3. โดยราคาซื้อสินค้าเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับผู้จำหน่ายรายอื่น และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นรายการธุรกิจปกติของบริษัทฯ โดยมีราคาและเงื่อนไขการค้าที่สมเหตุสมผล			
รายการที่ 2 ลักษณะรายการ ค่าบริการอื่น ๆ - ประกอบสินค้า - ขนส่งสินค้า รายละเอียด	0.00	1,681,284.50	1,618,086.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
1. บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด ในการประกอบสินค้า และขนส่งสินค้า 2. โดยอัตราค่าบริการเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการรายอื่น และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล 1. บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด ในการประกอบสินค้า และขนส่งสินค้า 2. โดยอัตราค่าบริการเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการรายอื่น และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นรายการสนับสนุนธุรกิจปกติของบริษัทฯ โดยมีราคาและเงื่อนไขการค้าที่สมเหตุสมผล			
บริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด			
รายการที่ 1 ลักษณะรายการ รายจ่ายจากการซื้อสินค้า - รายจ่ายจากการซื้อสินค้า - เจ้าหนี้การค้า รายละเอียด บริษัทฯ ซื้อสินค้าประเภทผ้า ได้แก่ เสื้อผ้า กระเป๋า และหมวกจากบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด เพื่อขายในร้านสาขา ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่ได้เป็นลูกค้ารายเดียว โดยราคาซื้อสินค้าเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับผู้จำหน่ายรายอื่น และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล บริษัทฯ ซื้อสินค้าประเภทผ้า ได้แก่ เสื้อผ้า กระเป๋า และหมวกจากบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด เพื่อขายในร้านสาขา ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่ได้เป็นลูกค้ารายเดียว โดยราคาซื้อสินค้าเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับผู้จำหน่ายรายอื่น และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นรายการธุรกิจปกติของบริษัทฯ โดยมีราคาและเงื่อนไขการค้าที่สมเหตุสมผล	59,335,737.10	41,503,396.10	40,363,019.00

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
รายการที่ 2 ลักษณะรายการ ค่าบริการปักผ้าและพิมพ์ผ้า รายละเอียด บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด ในการปักเย็บผ้าและพิมพ์ผ้า โดยอัตราค่าบริการในการปักผ้าและพิมพ์ผ้าเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการรายอื่น และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด ในการปักเย็บผ้าและพิมพ์ผ้า โดยอัตราค่าบริการในการปักผ้าและพิมพ์ผ้าเป็นราคาตลาดซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการรายอื่น และมีเงื่อนไขการค้าทั่วไป ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นรายการสนับสนุนธุรกิจปกติของบริษัทฯ โดยมีราคาและเงื่อนไขการค้าที่สมเหตุสมผล	625,497.90	1,074,126.10	152,187.00
รายการที่ 3 ลักษณะรายการ ค่าสาธารณูปโภค - ค่าไฟฟ้า - เจ้าหนี้อื่น รายละเอียด บริษัทฯ และบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด เช่าอาคารจากบุคคลภายนอกรายเดียวกัน โดยบริษัทฯ เช่าอาคารดังกล่าวเพื่อใช้เป็นสำนักงานเอกชัย อย่างไรก็ดี การจดทะเบียนการใช้ไฟฟ้ากับการไฟฟ้านครหลวงทำในนามของบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด บริษัทฯ จึงได้ชำระค่าไฟฟ้าที่ใช้ที่อาคารสำนักงานเอกชัยให้แก่บริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด โดยมีค่าไฟฟ้าเป็นไปตามอัตราค่าไฟฟ้าที่การไฟฟ้านครหลวงเรียกเก็บจากบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล	832,807.40	753,821.30	75,002.20

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัทฯ และบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด เช่าอาคารจากบุคคลภายนอกรายเดียวกัน โดยบริษัทฯ เช่าอาคารดังกล่าวเพื่อใช้เป็นสำนักงานเอกชัย อย่างไรก็ดี การจดทะเบียนการใช้ไฟฟ้ากับการไฟฟ้านครหลวงทำในนามของบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด บริษัทฯ จึงได้ชำระค่าไฟฟ้าที่ใช้ที่อาคารสำนักงานเอกชัยให้แก่บริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด โดยมีค่าไฟฟ้าเป็นไปตามอัตราค่าไฟฟ้าที่การไฟฟ้านครหลวงเรียกเก็บจากบริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นรายการสนับสนุนธุรกิจปกติของบริษัทฯ โดยมีราคาและเงื่อนไขการค้าที่สมเหตุสมผล			
บริษัท อี้เฮงฮวด จำกัด			
รายการที่ 1 ลักษณะรายการ ค่าเช่าและค่าบริการ - สินทรัพย์สิทธิการใช้ - หนี้สินตามสัญญาเช่า - ต้นทุนทางการเงิน - ค่าเสื่อมราคา - เงินประกันค่าเช่า - ค่าใช้จ่ายอื่น รายละเอียด บริษัทฯ เช่าพื้นที่ในอาคารพาณิชย์ ในตลาด สำเพ็ง เขตจักรวรรดิ์ กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับร้าน Moshi Moshi สัญญาเช่าดังกล่าวมีอายุสัญญาเช่า 3 ปี และบริษัทฯ มีสิทธิต่อสัญญาได้อีก 6 ครั้ง ครั้งละ 3 ปี ซึ่งเริ่มสัญญาวันที่ 1 มีนาคม 2565 โดยมีอัตราค่าเช่า ซึ่งเป็นไปตามราคาตลาดอ้างอิงจากรายงานของผู้ประเมินมูลค่าอิสระที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล	454,899,893.80	438,208,199.80	462,273,298.98

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัทฯ เช่าพื้นที่ในอาคารพาณิชย์ ในตลาด สำเพ็ง เขตจักรวรรดิ์ กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับร้าน Moshi Moshi สัญญาเช่าดังกล่าวมีอายุสัญญาเช่า 3 ปี และบริษัทฯ มีสิทธิต่อสัญญาได้อีก 6 ครั้ง ครั้งละ 3 ปี ซึ่งเริ่มสัญญาวันที่ 1 มีนาคม 2565 โดยมีอัตราค่าเช่า ซึ่งเป็นไปตามราคาตลาดอ้างอิงจากรายงานของผู้ประเมินมูลค่าอิสระที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นรายการเช่าอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทฯ โดยมีอัตราค่าเช่าและเงื่อนไขการค้าที่สมเหตุสมผล			
บริษัท บี กรุ๊ป แคปปิตอล จำกัด			
รายการที่ 1 ลักษณะรายการ ค่าเช่าและค่าบริการ - สินทรัพย์สิทธิการใช้ - หนี้สินตามสัญญาเช่า - ต้นทุนทางการเงิน - ค่าเสื่อมราคา - เงินประกันค่าเช่า - ค่าใช้จ่ายอื่น รายละเอียด บริษัทฯ เช่าพื้นที่ในอาคารพาณิชย์ ในตลาด สำเพ็ง เขตจักรวรรดิ์ กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับร้าน The OK Station สัญญาเช่าดังกล่าวมีระยะเวลา 3 ปี เริ่มวันที่ 18 เมษายน 2566–17 เมษายน 2569 โดยมีอัตราค่าเช่า ซึ่งเป็นไปตามราคาตลาดอ้างอิงจากรายงานของผู้ประเมินมูลค่าอิสระที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ความจำเป็น/ความสมเหตุสมผล	5,590,638.20	35,383,168.80	13,714,648.77

รายการระหว่างกัน	มูลค่ารายการสิ้นสุดรอบปีบัญชี (บาท)		
	2566	2567	2568
บริษัทฯ เช่าพื้นที่ในอาคารพาณิชย์ ในตลาด สำเพ็ง เขตจักรวรรดิ์ กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับร้าน The OK Station สัญญาเช่าดังกล่าวมีระยะเวลา 3 ปี เริ่มวันที่ 18 เมษายน 2566 – 17 เมษายน 2569 โดยมีอัตราค่าเช่า ซึ่งเป็นไปตามราคาตลาดอ้างอิงจากรายงานของผู้ประเมินมูลค่าอิสระที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ			
เป็นรายการเช่าอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทฯ โดยมีอัตราค่าเช่าและเงื่อนไขการค้าที่สมเหตุสมผล			

9.2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่มีการประเมินราคาและราคาประเมินประกอบการทำรายการระหว่างกัน

สามารถดูรายละเอียดได้ที่เอกสารแนบ 4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ส่วนที่ 3 งบการเงิน

รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน

รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

งบการเงินของบริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินของไทยและข้อกำหนดภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยเลือกใช้นโยบายการบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ใช้ดุลพินิจอย่างระมัดระวังและประมาณการที่สมเหตุสมผลในการจัดทำ รวมทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัท ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบการสอบทานนโยบายการบัญชีและรับผิดชอบเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน การสอบทานระบบควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน ตลอดจนพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวโยงกันอย่างครบถ้วนเพียงพอและเหมาะสม โดยความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบปรากฏอยู่ในรายงานคณะกรรมการตรวจสอบที่แสดงไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี แบบ 56-1 One Report แล้ว

คณะกรรมการบริษัท มีความเห็นว่าระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ มีความเพียงพอและเหมาะสม และสามารถสร้างความเชื่อมั่นอย่างมีเหตุผลได้ว่า งบการเงินของบริษัทฯ ที่คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานร่วมกับฝ่ายบริหาร และผู้สอบบัญชีของบริษัทได้ตรวจสอบแล้ว ซึ่งให้ความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข ได้แสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน รวมถึงกระแสเงินสด โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน มีความเชื่อถือได้ ทันเวลา รวมถึงมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอ

(ดร.วรภัทร โตธนะเกษม)
ประธานกรรมการ

(นายสง่า บุญสงเคราะห์)
กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

รายงานของผู้สอบบัญชีอนุญาต

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

งบการเงิน
วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอ ผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการ ของบริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ความเห็น

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินแสดงฐานะการเงินของบริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568 และผลการดำเนินงาน รวมถึงกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

งบการเงินที่ตรวจสอบ

งบการเงินของบริษัทประกอบด้วย

- งบฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568
- งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน
- งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของเจ้าของสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน
- งบกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน และ
- หมายเหตุประกอบงบการเงินซึ่งประกอบด้วยนโยบายการบัญชีที่มีสาระสำคัญและหมายเหตุเรื่องอื่น ๆ

เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในส่วนของความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากบริษัทตามข้อประมวลจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี รวมถึงมาตรฐานเรื่องความเป็นอิสระที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชีในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงิน และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจรรยาบรรณอื่น ๆ ตามประมวลจรรยาบรรณดังกล่าว ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบคือเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดตามดุลยพินิจเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพของข้าพเจ้าในการตรวจสอบงบการเงินสำหรับรอบระยะเวลาปัจจุบัน ข้าพเจ้าได้ระบุเรื่อง รายได้จากการขายเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบและได้นำเรื่องนี้มาพิจารณาในบริบทของการตรวจสอบงบการเงินโดยรวมและในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ทั้งนี้ ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความเห็นแยกต่างหากสำหรับเรื่องนี้

PricewaterhouseCoopers ABAS Ltd.
Floors 7, 11, 13-16, Bangkok City Tower,
179/74-80 South Sathorn Road, Bangkok 10120
T: +66 (0) 2844 1000 F: +66 (0) 2286 5050
www.pwc.com/th

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ	วิธีการตรวจสอบ
รายได้จากการขาย ***(หมายเหตุข้อที่ 4.14)***	
บริษัทมีรายได้จากการขายทั้งขายปลีกและขายส่งให้แก่ลูกค้าจำนวนมาก โดยเป็นการขายผ่านสาขาและแอปพลิเคชั่นออนไลน์ บริษัทมีการรับเงินผ่านช่องทางการชำระเงินหลายช่องทาง เนื่องจากรายได้จากการขายมีมูลค่าที่เป็นสาระสำคัญต่องบการเงิน และมีความเสี่ยงเกี่ยวกับความมีอยู่จริงของรายการ ดังนั้นเรื่องรายได้จากการขายจึงถูกพิจารณาเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ	ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตามวิธีการดังต่อไปนี้ : • ทำความเข้าใจกระบวนการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับวงจรการรับรู้รายได้และลูกหนี้ • ประเมินและทดสอบประสิทธิผลของการออกแบบการควบคุมภายใน โดยสุ่มทดสอบการปฏิบัติตามการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับวงจรการรับรู้รายได้และลูกหนี้ที่บริษัทออกแบบไว้ • ประเมินและทดสอบสภาพแวดล้อมการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ (IT System) ที่ใช้ในการประมวลผลข้อมูลและบันทึกบัญชีของวงจรรายได้ • ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีเกี่ยวกับจังหวะเวลาการรับรู้รายได้ที่ผู้บริหารใช้ • ตรวจสอบการรับรู้รายได้ โดยการสุ่มตรวจสอบเอกสารประกอบรายการขาย รวมทั้งตรวจการรับชำระเงินจากลูกค้ากับรายการในบัญชีธนาคารสำหรับรายการที่ได้รับชำระเงินแล้ว เพื่อพิจารณาว่ารายการถูกต้องและเกิดขึ้นจริงตามรอบระยะเวลาบัญชีที่เหมาะสมหรือไม่ • ตรวจสอบความผิดปกติที่อาจเกิดขึ้นของรายการขายตลอดรอบระยะเวลาบัญชี โดยทำการวิเคราะห์ความผันผวน (Fluctuation analysis) เพื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาการรายงานและทดสอบรายการบัญชีที่ทำผ่านใบสำคัญทั่วไป จากการปฏิบัติงานทั้งหมดในข้างต้น ข้าพเจ้าพบว่าการรับรู้รายได้ของบริษัทเกิดขึ้นจริงและเป็นไปตามเนื้อหาสาระของเอกสารหลักฐาน

ข้อมูลอื่น

กรรมการเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ข้อมูลอื่นประกอบด้วย ข้อมูลซึ่งรวมอยู่ในรายงานประจำปี แต่ไม่รวมถึงงบการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่อยู่ในรายงานนั้น ข้าพเจ้าคาดว่าข้าพเจ้าจะได้รับรายงานประจำปีภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวเนื่องกับการตรวจสอบงบการเงินคือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงิน หรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้า หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นมีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปี หากข้าพเจ้าสรุปได้ว่ามีการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวกับคณะกรรมการตรวจสอบ

ความรับผิดชอบของกรรมการต่องบการเงิน

กรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินเหล่านี้ โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่กรรมการพิจารณาว่าจำเป็น เพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงิน กรรมการรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง เปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่อง (ตามความเหมาะสม) และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่อง เว้นแต่กรรมการมีความตั้งใจที่จะเลิกบริษัท หรือหยุดดำเนินงาน หรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องต่อไปได้

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่ช่วยกรรมการในการกำกับดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัท

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และ เสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และถือว่ามีสาระสำคัญเมื่อคาดการณ์อย่างสมเหตุสมผลได้ว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าได้ใช้ดุลยพินิจเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ การปฏิบัติงานของข้าพเจ้ารวมถึง

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงข้อมูล การแสดงข้อมูลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน
- ทำความเข้าใจในระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิผลของการควบคุมภายในของบริษัท
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่กรรมการใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งจัดทำขึ้นโดยกรรมการ
- สรุปเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องของกรรมการจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับ และประเมินว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญที่เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องกล่าวไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าโดยให้ข้อสังเกตถึงการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินที่เกี่ยวข้อง หรือถ้าการเปิดเผยดังกล่าวไม่เพียงพอ ความเห็นของข้าพเจ้าจะเปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้บริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่อง
- ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลว่างบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ในรูปแบบที่ทำให้มีการนำเสนอข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับคณะกรรมการตรวจสอบในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบ และข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้ให้คำรับรองแก่คณะกรรมการตรวจสอบว่า ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระและได้สื่อสารกับคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมด ตลอดจนเรื่องอื่นซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระและการดำเนินการเพื่อขจัดอุปสรรคหรือมาตรการป้องกันของข้าพเจ้า (ถ้ามี)

จากเรื่องที่สื่อสารกับคณะกรรมการตรวจสอบ ข้าพเจ้าได้พิจารณาเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดในการตรวจสอบงบการเงินในรอบระยะเวลาปัจจุบันและกำหนดเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ข้าพเจ้าได้อธิบายเรื่องเหล่านี้ในรายงานของผู้สอบบัญชีเว้นแต่กฎหมายหรือข้อบังคับไม่ให้เปิดเผยต่อสาธารณะเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว หรือในสถานการณ์ที่ยากที่จะเกิดขึ้น ข้าพเจ้าพิจารณาว่าไม่ควรสื่อสารเรื่องดังกล่าวในรายงานของข้าพเจ้าเพราะการกระทำดังกล่าวสามารถคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุผลว่าจะมีผลกระทบในทางลบมากกว่าผลประโยชน์ต่อส่วนได้เสียสาธารณะจากการสื่อสารดังกล่าว

บริษัท ไพร้ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด

สุขุมาภรณ์ วงศ์อริยาพร
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4843
กรุงเทพมหานคร
23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569

งบการเงิน

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	9	151,627,189	177,186,845
เงินลงทุนระยะสั้น	10	1,308,408,690	977,509,938
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	11	25,585,264	23,574,651
สินค้าคงเหลือ - สุทธิ	13	752,664,576	703,374,939
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น		5,493,271	4,487,988
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		2,243,778,990	1,886,134,361
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
เงินลงทุนระยะยาว	10	65,855,821	55,703,160
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ	15	910,799,170	782,952,362
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน - สุทธิ	16	5,147,728	5,571,892
สินทรัพย์สิทธิการใช้ - สุทธิ	17	1,615,570,272	1,451,914,452
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ	18	50,568,751	54,791,927
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี - สุทธิ	19	34,759,038	27,686,658
เงินประกัน	20	124,877,594	110,924,860
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		2,807,578,374	2,489,545,311
รวมสินทรัพย์		5,051,357,364	4,375,679,672

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	21	378,140,208	326,880,008
หนี้สินที่เกิดจากสัญญา		20,379,458	14,709,142
หนี้สินตามสัญญาเช่า - ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	22	315,415,054	276,141,511
ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย		99,276,171	87,244,367
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		30,645,140	26,731,414
รวมหนี้สินหมุนเวียน		843,856,031	731,706,442
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
หนี้สินตามสัญญาเช่า	22	1,392,186,793	1,249,850,714
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	23	40,135,581	37,054,882
ประมาณการหนี้สินค่ารื้อถอน	24	44,532,862	35,513,532
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		145,000	40,000
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		1,477,000,236	1,322,459,128
รวมหนี้สิน		2,320,856,267	2,054,165,570

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ (ต่อ)		
ส่วนของเจ้าของ		
ทุนเรือนหุ้น		
ทุนจดทะเบียน		
หุ้นสามัญ 330,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท	330,000,000	330,000,000
ทุนที่ออกและชำระแล้ว		
หุ้นสามัญ 329,999,954 หุ้น มูลค่าที่ชำระแล้วหุ้นละ 1 บาท	329,999,954	329,999,954
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	1,178,098,136	1,178,098,136
กำไรสะสม		
จัดสรรแล้ว - ทุนสำรองตามกฎหมาย	33,000,000	33,000,000
ยังไม่ได้จัดสรร	1,189,403,007	780,416,012
รวมส่วนของเจ้าของ	2,730,501,097	2,321,514,102
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	5,051,357,364	4,375,679,672

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
รายได้			
รายได้จากการขายและการให้บริการ		3,664,346,335	3,111,263,066
รายได้อื่น	26	18,389,919	16,644,980
รวมรายได้		3,682,736,254	3,127,908,046
ค่าใช้จ่าย			
ต้นทุนขายและการให้บริการ		(1,621,547,268)	(1,447,209,703)
ค่าใช้จ่ายในการขายและต้นทุนในการจัดจำหน่าย		(1,040,051,083)	(865,190,929)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		(124,112,754)	(110,215,596)
กำไร (ขาดทุน) อื่น - สุทธิ		25,172,338	24,809,704
รวมค่าใช้จ่าย		(2,760,538,767)	(2,397,806,524)
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้		922,197,487	730,101,522
ต้นทุนทางการเงิน	27	(84,837,881)	(75,416,060)
กำไรก่อนภาษีเงินได้		837,359,606	654,685,462
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	29	(167,138,538)	(134,006,111)
กำไรสุทธิสำหรับปี		670,221,068	520,679,351

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น			
รายการที่จะไม่จัดประเภทใหม่ไปยังกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
การวัดมูลค่าใหม่ของภาระผูกพัน			
ผลประโยชน์หลังออกจากงาน	23	3,457,212	1,539,359
ภาษีเงินได้ของรายการที่จะไม่จัดประเภทรายการใหม่ไปยังกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง		(691,442)	(307,872)
รวมรายการที่จะไม่จัดประเภทใหม่ไปยังกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง		2,765,770	1,231,487
รายการที่จะจัดประเภทใหม่ไปยังกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง		-	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี - สุทธิจากภาษี		2,765,770	1,231,487
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี		672,986,838	521,910,838
กำไรต่อหุ้น			
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาทต่อหุ้น)	30	2.03	1.58

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของเจ้าของ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568

				กำไรสะสม		
		ทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว	ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	จัดสรรแล้ว - ทุนสำรองตามกฎหมาย	ยังไม่ได้จัดสรร	รวมส่วนของผู้เป็นเจ้าของ
	หมายเหตุ	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2567		329,999,954	1,178,098,136	33,000,000	456,505,086	1,997,603,176
การจ่ายปันผล		-	-	-	(197,999,912)	(197,999,912)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี		-	-	-	521,910,838	521,910,838
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567		329,999,954	1,178,098,136	33,000,000	780,416,012	2,321,514,102
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568		329,999,954	1,178,098,136	33,000,000	780,416,012	2,321,514,102
การจ่ายปันผล	25	-	-	-	(263,999,843)	(263,999,843)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี		-	-	-	672,986,838	672,986,838
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568		329,999,954	1,178,098,136	33,000,000	1,189,403,007	2,730,501,097

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
กำไรก่อนภาษีเงินได้		837,359,606	654,685,462
รายการปรับกระทบกำไรก่อนภาษีเงินได้เป็นเงินสดรับ (จ่าย)			
ค่าเสื่อมราคา	15, 16, 17	398,351,178	344,593,725
ค่าตัดจำหน่าย	18	12,808,809	10,049,615
ผลขาดทุนจากค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัย		15,955,475	5,653,800
กำไรจากการปรับมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ทางการเงิน ที่วัดมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	10.1	(20,385,633)	(17,164,195)
(กำไร) ขาดทุนจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์		(635,587)	1,474,512
(กำไร) ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร		(11,839)	180,304
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร		875,740	1,066,535
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน		2,175,506	-
ขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์ถาวร	15	1,183,024	299,867
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	23	6,705,911	6,376,402
(กำไร) ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่ได้เกิดขึ้นจริง - สุทธิ		348,109	(109,292)
ผลกระทบจากการยกเลิกสัญญาเช่า		(1,980,596)	(15,612)
กลับรายการประมาณการหนี้สินค่ารื้อถอน	24	(196,642)	-
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	27	84,837,881	75,416,060
รายได้ดอกเบี้ย	26	(12,870,458)	(14,670,338)
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน		1,324,520,484	1,067,836,845
การเปลี่ยนแปลงในเงินทุนหมุนเวียน			
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น		(2,938,015)	(9,822,473)
สินค้าคงเหลือ		(65,245,112)	(287,222,551)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น		(1,005,283)	381,271
เงินประกัน		(14,989,697)	(27,084,817)
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น		54,152,629	50,486,164
หนี้สินที่เกิดจากสัญญา		5,670,316	7,606,433
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		4,549,313	3,723,224
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		105,000	-
จ่ายภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	23	(168,000)	(593,428)
กระแสเงินสดได้มาจากการดำเนินงาน		1,304,651,635	805,310,668
จ่ายภาษีเงินได้		(162,870,556)	(117,310,702)
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน		1,141,781,079	687,999,966

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
ดอกเบี้ยรับ		10,232,479	8,266,022
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วย			
มูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	10.1	(1,189,231,854)	(1,336,448,073)
เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วย			
มูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	10.1	812,432,662	1,334,262,348
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วย			
วิธีราคาทุนตัดจำหน่าย	10.2	(152,752,238)	(687,281,839)
เงินสดรับจากการไถ่ถอนสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วย			
วิธีราคาทุนตัดจำหน่าย	10.2	207,000,000	764,000,000
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ถาวร		(208,516,060)	(149,193,573)
เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร		45,424	13,937
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน		(17,347,155)	(29,945,207)
เงินสดจ่ายค่ารื้อถอน	24	(488,156)	(192,309)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน		(538,624,898)	(96,518,694)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
ดอกเบี้ยจ่าย		(83,955,048)	(74,630,477)
เงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า	31	(280,760,946)	(236,757,371)
เงินปันผลจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัท		(263,999,843)	(197,999,912)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน		(628,715,837)	(509,387,760)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ		(25,559,656)	82,093,512
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	9	177,186,845	95,093,333
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี		151,627,189	177,186,845
ข้อมูลเพิ่มเติมประกอบงบกระแสเงินสด			
รายการที่มิใช่เงินสด			
การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์สิทธิการใช้ภายใต้สัญญาเช่า	31	275,814,058	377,795,569
การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์สิทธิการใช้และ			
หนี้สินตามสัญญาเช่าจากการเปลี่ยนแปลงสัญญาเช่า	31	186,556,510	160,671,245
เจ้าหนี้ค่าซื้อสินทรัพย์ถาวรและสินทรัพย์ไม่มีตัวตน		10,237,237	13,477,775

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัท โมชิ โมชิ รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทจัดตั้งขึ้นในประเทศไทยเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2543 และมีที่อยู่ตามที่ได้จดทะเบียนดังนี้

สำนักงานใหญ่ : เลขที่ 129 ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ ท่าพระ ชั้นที่ 9 ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) แขวงบุคคโล เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

บริษัทมีสำนักงานสาขาในกรุงเทพมหานครจำนวน 40 แห่ง และต่างจังหวัดจำนวน 160 แห่ง

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์ ของใช้มีดีไซน์สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน

งบการเงินได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569

2 เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน

งบการเงินได้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินของไทยและข้อกำหนดภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมในการวัดมูลค่าขององค์ประกอบของงบการเงิน ยกเว้นสินทรัพย์ทางการเงินบางรายการ (รวมถึงตราสารอนุพันธ์) ที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน

การจัดทำงบการเงินให้สอดคล้องกับหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปในประเทศไทยกำหนดให้ใช้ประมาณการทางบัญชีที่สำคัญและการใช้วิจารณญาณของผู้บริหารตามกระบวนการในการนำนโยบายการบัญชีของบริษัทไปถือปฏิบัติ บริษัทเปิดเผยเรื่องการใช้วิจารณญาณของผู้บริหารหรือรายการที่มีความซับซ้อน และรายการเกี่ยวกับข้อสมมติฐานและประมาณการที่มีนัยสำคัญต่องบการเงินในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 7

งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษจัดทำขึ้นจากงบการเงินตามกฎหมายที่เป็นภาษาไทย ในกรณีที่มีเนื้อความขัดแย้งกันหรือมีการตีความในสองภาษาแตกต่างกัน ให้ใช้งบการเงินตามกฎหมายฉบับภาษาไทยเป็นหลัก

3 มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง

3.1 มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงที่มีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568 ที่ไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่อบริษัท

3.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงที่มีผลบังคับใช้สำหรับระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2569 ไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่อบริษัท และบริษัทไม่ได้นำมาถือปฏิบัติก่อนวันบังคับใช้

4 นโยบายการบัญชี

4.1 การบัญชีสำหรับงบการเงินรวม - การร่วมการงาน

เงินลงทุนในการร่วมการงานจะถูกจัดประเภทเป็นการดำเนินงานร่วมกันหรือการร่วมค้า โดยขึ้นอยู่กับสิทธิและภาระผูกพันตามสัญญาของผู้เข้าร่วมการงานนั้นมากกว่าโครงสร้างรูปแบบทางกฎหมายของการร่วมการงาน

การดำเนินงานร่วมกัน

การร่วมการงานจัดประเภทเป็นการดำเนินงานร่วมกันเมื่อบริษัทมีสิทธิในสินทรัพย์และมีภาระผูกพันในหนี้สินที่เกี่ยวข้องกับการร่วมการงานนั้น โดยรับรู้สิทธิโดยตรงในสินทรัพย์ หนี้สิน รายได้และค่าใช้จ่ายของการดำเนินงานร่วมกัน และแบ่งส่วนสินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ และค่าใช้จ่ายที่ร่วมกันถือครองหรือก่อขึ้น ซึ่งรายการดังกล่าวจะแสดงรวมกับรายการแต่ละบรรทัดในงบการเงิน

4.2 สกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานและที่ใช้นำเสนองบการเงิน

งบการเงินแสดงในสกุลเงินบาท ซึ่งเป็นสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของกิจการและเป็นสกุลเงินที่ใช้นำเสนองบการเงินของบริษัท

4.3 ลูกหนี้การค้า

ลูกหนี้การค้าวัดมูลค่าภายหลังการรับรู้รายการด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายของสิ่งตอบแทนที่กิจการมีสิทธิในการได้รับชำระโดยปราศจากเงื่อนไข หักด้วยค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

4.4 สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือแสดงด้วยราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า ราคาทุนของสินค้าคำนวณโดยวิธีราคาถัวเฉลี่ยเคลื่อนที่

4.5 สินทรัพย์ทางการเงิน

ก) การรับรู้รายการและการตัดรายการ

ในการซื้อหรือได้มาหรือขายสินทรัพย์ทางการเงินโดยปกติ บริษัทจะรับรู้รายการ ณ วันที่ทำรายการค้า ซึ่งเป็นวันที่บริษัทเข้าทำรายการซื้อหรือขายสินทรัพย์นั้น โดยบริษัทจะตัดรายการสินทรัพย์ทางการเงินออก เมื่อสิทธิในการได้รับกระแสเงินสดจากสินทรัพย์นั้นสิ้นสุดลงหรือได้ถูกโอนไปและบริษัทได้โอนความเสี่ยง และผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ออกไป

ในการรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรก บริษัทวัดมูลค่าของสินทรัพย์ทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรมบวกต้นทุนการทำรายการซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้มาซึ่งสินทรัพย์นั้นในกรณีสินทรัพย์ทางการเงินที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วย FVPL สำหรับสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วย FVPL บริษัทจะรับรู้ต้นทุนการทำรายการที่เกี่ยวข้องเป็นค่าใช้จ่ายในกำไรหรือขาดทุน

ข) การจัดประเภทและการวัดมูลค่า

ตราสารหนี้

บริษัทจัดประเภทสินทรัพย์ทางการเงินประเภทตราสารหนี้ โดยพิจารณาจาก ก) โมเดลธุรกิจในการบริหารสินทรัพย์ดังกล่าว และ ข) ลักษณะกระแสเงินสดตามสัญญาว่าเข้าเงื่อนไขของการเป็นเงินต้นและดอกเบี้ย (SPPI) หรือไม่

บริษัทจะพิจารณาสินทรัพย์ทางการเงินซึ่งมีอนุพันธ์แฝงในภาพรวมว่าลักษณะกระแสเงินสดตามสัญญาว่าเข้าเงื่อนไขของการเป็นเงินต้นและดอกเบี้ย (SPPI) หรือไม่

การวัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินประเภทตราสารหนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

- ราคาทุนตัดจำหน่าย - สินทรัพย์ทางการเงินที่บริษัทถือไว้เพื่อรับชำระกระแสเงินสดตามสัญญาซึ่งประกอบด้วยเงินต้นและดอกเบี้ยเท่านั้น จะวัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย และรับรู้รายได้ดอกเบี้ยจากสินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าวตามวิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงและแสดงในรายการรายได้อื่น กำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการจะรับรู้โดยตรงในกำไรหรือขาดทุน และแสดงรายการในกำไร/(ขาดทุน)อื่นพร้อมกับกำไร/ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน รายการขาดทุนจากการด้อยค่าแสดงเป็นรายการแยกต่างหากในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

- มูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น (FVOCI) - สินทรัพย์ทางการเงินที่บริษัทถือไว้เพื่อ ก) รับชำระกระแสเงินสดตามสัญญาซึ่งประกอบด้วยเงินต้นและดอกเบี้ยเท่านั้น และ ข) เพื่อขาย จะวัดมูลค่าด้วย FVOCI และรับรู้การเปลี่ยนแปลงในมูลค่าของสินทรัพย์ทางการเงินผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น ยกเว้น 1) รายการขาดทุน/กลับรายการจากการด้อยค่า 2) รายได้ดอกเบี้ยที่คำนวณตามวิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง และ 3) กำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน จะรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน เมื่อบริษัทตัดรายการสินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าว กำไรหรือขาดทุนที่รับรู้สะสมไว้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นจะถูกโอนจัดประเภทใหม่เข้ากำไรหรือขาดทุนและแสดงในรายการกำไร/(ขาดทุน)อื่น รายได้ดอกเบี้ยจะแสดงในรายการรายได้อื่น รายการขาดทุนจากการด้อยค่าแสดงเป็นรายการแยกต่างหากในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

- มูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน (FVPL) - บริษัทจะวัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินอื่นที่ไม่เข้าเงื่อนไขการวัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายหรือ FVOCI ข้างต้น ด้วย FVPL โดยกำไรหรือขาดทุนที่เกิดจากการวัดมูลค่ายุติธรรมจะรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนและแสดงเป็นรายการสุทธิในกำไร/(ขาดทุน)อื่นในรอบระยะเวลาที่เกิดรายการ

บริษัทจะสามารถจัดประเภทเงินลงทุนในตราสารหนี้ใหม่ก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในโมเดลธุรกิจในการบริหารสินทรัพย์เท่านั้น

ค) การด้อยค่า

สำหรับลูกหนี้การค้า บริษัทใช้วิธีอย่างง่าย (Simplified approach) ในการรับรู้การด้อยค่าตามประมาณการผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดอายุลูกหนี้ตั้งแต่วันที่บริษัทเริ่มรับรู้ลูกหนี้

ในการพิจารณาผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ผู้บริหารได้จัดกลุ่มลูกหนี้ตามความเสี่ยงด้านเครดิตที่มีลักษณะร่วมกันและตามกลุ่มระยะเวลาที่เกินกำหนดชำระ อัตราขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นพิจารณาจากลักษณะการจ่ายชำระในอดีต ข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีต รวมทั้งข้อมูลและปัจจัยในอนาคตที่อาจมีผลกระทบต่อการจ่ายชำระของลูกหนี้

บริษัทประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าว ณ ทุกสิ้นรอบระยะเวลารายงานว่ามีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเมื่อแรกเริ่มหรือไม่ โดยเปรียบเทียบความเสี่ยงของการผิดสัญญาที่จะเกิดขึ้น ณ วันที่รายงาน กับความเสี่ยงของการผิดสัญญาที่จะเกิดขึ้น ณ วันที่รับรู้รายการเริ่มแรก

บริษัทพิจารณาและรับรู้ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยพิจารณาถึงการคาดการณ์ในอนาคตมาประกอบกับประสบการณ์ในอดีต โดยผลขาดทุนด้านเครดิตที่รับรู้เกิดจากมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินสดที่คาดว่าจะไม่ได้รับทั้งหมดถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก โดยจำนวนเงินสดที่คาดว่าจะไม่ได้รับหมายถึงผลต่างระหว่างกระแสเงินสดตามสัญญาทั้งหมดและกระแสเงินสดซึ่งบริษัทคาดว่าจะได้รับคิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงเมื่อแรกเริ่มของสัญญา

บริษัทวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยสะท้อนถึงปัจจัยต่อไปนี้

- จำนวนเงินที่คาดว่าจะไม่ได้รับถ่วงน้ำหนักตามประมาณการความน่าจะเป็น
- มูลค่าเงินตามเวลา
- ข้อมูลสนับสนุนและความสมเหตุสมผล ณ วันที่รายงาน เกี่ยวกับประสบการณ์ในอดีต สภาพการณ์ในปัจจุบัน และการคาดการณ์ไปในอนาคต

ผลขาดทุนและการกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าบันทึกในกำไรหรือขาดทุนเป็นรายการแยกต่างหาก

4.6 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ที่ดินวัดมูลค่าด้วยราคาทุนหลังหักผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี) อาคารและอุปกรณ์วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม และผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี)

ที่ดินไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคา ค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์คำนวณโดยใช้วิธีเส้นตรง เพื่อลดราคาทุนสุทธิจากมูลค่าคงเหลือ ตลอดอายุการให้ประโยชน์ที่ประมาณการไว้ของสินทรัพย์ ดังต่อไปนี้

ส่วนปรับปรุงที่ดิน	20 ปี
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	3 - 40 ปี
เครื่องจักรและอุปกรณ์	5 - 30 ปี
อุปกรณ์สำนักงาน	1 - 10 ปี
ยานพาหนะ	5 และ 10 ปี

4.7 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของบริษัทคือ ที่ดิน และอาคาร ซึ่งบริษัทถือไว้เพื่อหาประโยชน์จากรายได้ค่าเช่าในระยะยาวหรือจากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าของสินทรัพย์ และไม่ได้มีไว้ใช้งานโดยบริษัท

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนรับรู้รายการเริ่มแรกด้วยราคาทุน รวมถึงต้นทุนในการทำรายการและต้นทุนในการกู้ยืม

หลังจากการรับรู้เมื่อเริ่มแรก อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนจะบันทึกด้วยวิธีราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่า

ที่ดินไม่มีการหักค่าเสื่อมราคา ค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนอื่นๆ จะคำนวณตามวิธีเส้นตรงเพื่อปันส่วนราคาทุนตลอดประมาณการอายุการให้ประโยชน์ดังนี้

อาคาร	20 ปี

4.8 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

โปรแกรมคอมพิวเตอร์

สิทธิการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ซื้อมาจะถูกบันทึกเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตนโดยคำนวณจากต้นทุนในการได้มาและการดำเนินการให้โปรแกรมคอมพิวเตอร์นั้นสามารถนำมาใช้งานได้ตามประสงค์ และจะถูกตัดจำหน่ายตลอดอายุประมาณการให้ประโยชน์ 5 - 10 ปี

ค่าลิขสิทธิ์

ค่าลิขสิทธิ์จะวัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสมและค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี) ค่าตัดจำหน่ายคำนวณโดยใช้วิธีเส้นตรง ตลอดอายุการให้ประโยชน์ตามอายุสัญญา 1 - 3 ปี

4.9 สัญญาเช่า

สัญญาเช่า - กรณีที่บริษัทเป็นผู้เช่า

บริษัทคิดค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์สิทธิการใช้ ตามวิธีเส้นตรง ตามอายุที่สั้นกว่าระหว่างอายุสินทรัพย์และระยะเวลาการเช่า หากกลุ่มกิจการมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่จะใช้สิทธิเลือกซื้อ สินทรัพย์สิทธิการใช้จะถูกคิดค่าเสื่อมราคาตามอายุการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์อ้างอิง

บริษัทจะคิดลดค่าเช่าจ่ายข้างต้นด้วยอัตราดอกเบี้ยโดยนัยตามสัญญา หากไม่สามารถหาอัตราดอกเบี้ยโดยนัยได้ กลุ่มกิจการจะคิดลดด้วยอัตราการกู้ยืมส่วนเพิ่มของผู้เช่า ซึ่งก็คืออัตราที่สะท้อนถึงการกู้ยืมเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่มีมูลค่าใกล้เคียงกัน ในสภาวะเศรษฐกิจ อายุสัญญา และเงื่อนไขที่ใกล้เคียงกัน

ค่าเช่าที่จ่ายตามสัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าสินทรัพย์ที่มีมูลค่าต่ำจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายตามวิธีเส้นตรง สัญญาเช่าระยะสั้นคือสัญญาเช่าที่มีอายุสัญญาเช่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 12 เดือน สินทรัพย์ที่มีมูลค่าต่ำประกอบด้วย เครื่องถ่ายเอกสาร อุปกรณ์เตือนภัย แท่นวางสินค้า และ คอมพิวเตอร์

สัญญาเช่า - กรณีที่บริษัทเป็นผู้ให้เช่า

สินทรัพย์ที่ให้เช่าตามสัญญาเช่าเงินทุนบันทึกเป็นลูกหนี้สัญญาเช่าเงินทุนด้วยมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่จ่ายตามสัญญาเช่า

รายได้ค่าเช่าตามสัญญาเช่าดำเนินงาน (สุทธิจากสิ่งตอบแทนจูงใจที่ได้จ่ายให้แก่ผู้เช่า) รับรู้ด้วยวิธีเส้นตรงตลอดช่วงเวลาการให้เช่า

4.10 หนี้สินทางการเงิน

ก) การจัดประเภท

บริษัทจะพิจารณาจัดประเภทเครื่องมือทางการเงินที่บริษัทเป็นผู้ออกเป็นหนี้สินทางการเงินหรือตราสารทุน โดยพิจารณาภาระผูกพันตามสัญญา

ข) การวัดมูลค่า

ในการรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกบริษัทต้องวัดมูลค่าหนี้สินทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม และวัดมูลค่าหนี้สินทางการเงินทั้งหมดภายหลังการรับรู้รายการด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย

ค) การตัดรายการและการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของสัญญา

บริษัทตัดรายการหนี้สินทางการเงินเมื่อภาระผูกพันที่ระบุในสัญญาได้มีการปฏิบัติตามแล้ว หรือได้มีการยกเลิกไป หรือสิ้นสุดลงแล้ว

4.11 ภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้ประกอบด้วยภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบันคือภาษีที่คาดว่าจะต้องจ่ายจากรายได้ทางภาษีในปี โดยใช้อัตราภาษีที่มีผลบังคับใช้อยู่หรือที่คาดว่าจะมีผลบังคับใช้ภายในสิ้นรอบระยะเวลาที่รายงาน

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีและหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจะแสดงหักกลบกันก็ต่อเมื่อกิจการมีสิทธิตามกฎหมายที่จะนำสินทรัพย์ภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบันมาหักกลบกับหนี้สินภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบัน และทั้งสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีและหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเกี่ยวข้องกับภาษีเงินได้ที่ประเมินโดยหน่วยงานจัดเก็บภาษีหน่วยงานเดียวกัน สินทรัพย์ภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบันและหนี้สินภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบันจะแสดงหักกลบกันก็ต่อเมื่อกิจการมีสิทธิตามกฎหมายในการนำสินทรัพย์และหนี้สินดังกล่าวมาหักกลบกันและตั้งใจจะจ่ายหนี้สินและสินทรัพย์ภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบันด้วยยอดสุทธิ

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีรับรู้ตามผลแตกต่างชั่วคราวระหว่างราคาตามบัญชีที่แสดงอยู่ในงบการเงินและฐานภาษีของสินทรัพย์และหนี้สิน ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีคำนวณจากอัตราภาษี (และกฎหมาย) ที่มีผลบังคับใช้อยู่หรือที่คาดว่าจะมีผลบังคับใช้ภายในสิ้นรอบระยะเวลาที่รายงาน และคาดว่าอัตราภาษีดังกล่าวจะนำไปใช้เมื่อสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกี่ยวข้องได้ใช้ประโยชน์ หรือหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีได้มีการจ่ายชำระ

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจะรับรู้หากมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ว่ากลุ่มกิจการจะมีกำไรทางภาษีเพียงพอที่จะนำจำนวนผลต่างชั่วคราวนั้นมาใช้ประโยชน์

4.12 ผลประโยชน์พนักงาน

(ก) ผลประโยชน์พนักงานระยะสั้น

ผลประโยชน์พนักงานระยะสั้น คือ ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะต้องจ่ายชำระภายใน 12 เดือนหลังจากวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน ลาประจำปีและลาป่วยที่มีการจ่ายค่าแรง โบนัสและค่ารักษาพยาบาลของพนักงานปัจจุบันซึ่งจะรับรู้ตามช่วงเวลาการให้บริการของพนักงานไปจนถึงวันสิ้นสุดรอบระยะเวลารายงาน บริษัทจะบันทึกหนี้สินด้วยจำนวนที่คาดว่าจะต้องจ่าย

(ข) โครงการสมทบเงิน

บริษัทจะจ่ายสมทบให้กับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพตามนโยบายของบริษัท บริษัทไม่มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายชำระเพิ่มเติมเมื่อได้จ่ายเงินสมทบแล้ว เงินสมทบจะถูกรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานเมื่อถึงกำหนดชำระ

(ค) ผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ

ภาระผูกพันผลประโยชน์นี้คำนวณโดยนักคณิตศาสตร์ประกันภัยอิสระทุกปี ด้วยวิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ ซึ่งมูลค่าปัจจุบันของโครงการผลประโยชน์จะประมาณโดยการคิดลดกระแสเงินสดจ่ายในอนาคต โดยใช้อัตราผลตอบแทนในตลาดของพันธบัตรรัฐบาลซึ่งเป็นสกุลเงินเดียวกับสกุลเงินประมาณการกระแสเงินสด และวันครบกำหนดของพันธบัตรรัฐบาลใกล้เคียงกับระยะเวลาที่ต้องชำระภาระผูกพันโครงการผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ

กำไรและขาดทุนจากการวัดมูลค่าใหม่จะรับรู้ในส่วนของเจ้าของผ่านกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นในของรอบระยะเวลาที่เกิดขึ้น และรวมอยู่ในกำไรสะสมในงบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเจ้าของ

4.13 ประมาณการหนี้สิน

บริษัทจะวัดมูลค่าของจำนวนประมาณการหนี้สินโดยใช้มูลค่าปัจจุบันของรายจ่ายที่คาดว่าจะต้องนำมาจ่ายชำระภาระผูกพัน การเพิ่มขึ้นของประมาณการหนี้สินเนื่องจากมูลค่าของเงินตามเวลา จะรับรู้เป็นดอกเบี้ยจ่าย

4.14 การรับรู้รายได้

(ก) รายได้จากการขายสินค้า

รายได้รับรู้เมื่อบริษัทปฏิบัติตามภาระที่ต้องปฏิบัติแล้วเสร็จ โดยการส่งมอบสินค้าที่สัญญาว่าจะให้แก่ลูกค้า การส่งมอบเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อลูกค้ามีอำนาจควบคุมสินค้านั้น การควบคุมในสินค้าได้โอนไปยังลูกค้าเมื่อมีการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า ลูกหนี้จะถูกบันทึกเมื่อสินค้าได้ส่งมอบซึ่งเป็นภาระที่ต้องปฏิบัติให้แล้วเสร็จ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง

รายได้จะรับรู้ด้วยจำนวนที่ระบุไว้ในสัญญาสุทธิจากเงินคืนและส่วนลด บริษัทใช้ประสบการณ์ในอดีตในการประมาณการส่วนลดและเงินคืน จำนวนของสิ่งตอบแทนที่ผันแปรจะรวมเป็นรายได้เฉพาะในกรณีที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ในระดับสูงมากว่าจะไม่มีการกลับรายการที่มีนัยสำคัญ

สินค้าที่แตกต่างกันแต่นำมาขายรวมกัน มีการรับรู้รายการแยกกัน ส่วนลดหรือเงินคืนจากราคาตามสัญญาจะถูกปันส่วนไปยังแต่ละองค์ประกอบของแต่ละสินค้า

หนี้สินที่เกิดจากสัญญา - โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า

บริษัทให้โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถสะสมคะแนนสำหรับการซื้อเพื่อนำไปเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าในอนาคต หนี้สินที่เกิดจากสัญญาสำหรับคะแนนสะสมจะรับรู้ ณ จุดที่มีการขาย และรายได้จะรับรู้เมื่อลูกค้านำคะแนนมาแลกหรือเมื่อคะแนนหมดอายุ

(ข) การให้บริการ

บริษัทรับรู้รายได้จากสัญญาให้บริการที่มีลักษณะการให้บริการแบบต่อเนื่องตามวิธีเส้นตรงตลอดระยะเวลาของสัญญา โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงรอบระยะเวลาการชำระเงินตามสัญญา

(ค) รายได้อื่น

- รายได้ดอกเบี้ยรับรู้ตามเกณฑ์อัตราผลตอบแทนที่แท้จริง
- รายได้อื่นๆ รับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

4.15 การจ่ายเงินปันผล

เงินปันผลที่จ่ายไปยังผู้ถือหุ้นของกิจการจะรับรู้เป็นหนี้สินในงบการเงินเมื่อการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และการจ่ายเงินปันผลประจำปีได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท

4.16 อนุพันธ์และกิจกรรมป้องกันความเสี่ยง

อนุพันธ์แฝงและอนุพันธ์ที่ไม่เข้าเงื่อนไขของการบัญชีป้องกันความเสี่ยง

อนุพันธ์แฝงที่กลุ่มกิจการแยกรับรู้รายการ และอนุพันธ์ที่ไม่เข้าเงื่อนไขของการบัญชีป้องกันความเสี่ยงจะรับรู้เริ่มแรกด้วยมูลค่ายุติธรรม และจะรับรู้การเปลี่ยนแปลงในมูลค่ายุติธรรมในรายการกำไรหรือขาดทุนอื่น

อนุพันธ์เป็นรายการหมุนเวียนหรือไม่หมุนเวียนตามวันครบกำหนดของอนุพันธ์นั้น

5 การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน

5.1 ปัจจัยความเสี่ยงทางการเงิน

บริษัทมีความเสี่ยงทางการเงิน ได้แก่ ความเสี่ยงจากตลาด (รวมถึงความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย และความเสี่ยงด้านราคา) ความเสี่ยงด้านเครดิต และความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง แผนการจัดการความเสี่ยงโดยรวมของบริษัทจึงมุ่งเน้นความผันผวนของตลาดการเงินและบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อผลการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยมีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงดังนี้

5.1.1 ความเสี่ยงจากตลาด

ก) ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอันเกี่ยวเนื่องมาจากรายการซื้อขายสินค้า บริษัทมีแนวทางบริหารความเสี่ยงโดยพิจารณาการเข้าทำสัญญาแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าตามความเหมาะสม

ความเสี่ยง

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน ซึ่งสรุปเป็นสกุลเงินบาท ดังนี้

	พ.ศ. 2568 พันบาท	พ.ศ. 2567 พันบาท
สกุลหยวน		
เจ้าหนี้การค้า	19,437	11,639
หนี้สินอนุพันธ์ทางการเงิน (รวมอยู่ในหนี้สินหมุนเวียนอื่น)	764	1,399

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

ดังที่แสดงในตารางข้างต้น บริษัทมีความเสี่ยงหลักจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทและเงินหยวน ความอ่อนไหวในกำไรหรือขาดทุนต่อการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินหยวน มีดังนี้

	ผลกระทบต่อกำไรสุทธิ	
	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567
	พันบาท	พันบาท
อัตราแลกเปลี่ยน บาทต่อหยวน - เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 (พ.ศ. 2567: ร้อยละ 2)*	389	233
อัตราแลกเปลี่ยน บาทต่อหยวน - ลดลงร้อยละ 2 (พ.ศ. 2567: ร้อยละ 2)*	(389)	(233)

* โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

ข) ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยจากเงินฝากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเช่า สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่ของบริษัทมีอัตราดอกเบี้ยลอยตัวหรืออัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน

ความเสี่ยงจากกระแสเงินสดของอัตราดอกเบี้ยคือความเสี่ยงที่การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาดจะส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดที่เกิดจากสินทรัพย์หรือหนี้สินที่มีอัตราดอกเบี้ยผันแปร อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่ได้ใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อลดความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราดอกเบี้ยแต่อย่างใด เนื่องจากฝ่ายบริหารเชื่อว่าความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยไม่มีผลกระทบต่อบริษัทอย่างเป็นสาระสำคัญ

สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่สำคัญที่มีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยสามารถจัดตามประเภทของอัตราดอกเบี้ยและวันครบกำหนด ได้ดังนี้

	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ยลอยตัว					
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568	ภายใน 1 ปี พันบาท	1-5 ปี พันบาท	มากกว่า 5 ปี พันบาท	ภายใน 1 ปี พันบาท	1-5 ปี พันบาท	มากกว่า 5 ปี พันบาท	ไม่มีอัตราดอกเบี้ย พันบาท	รวม พันบาท	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)
สินทรัพย์ทางการเงิน									
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	50,000	-	-	83,094	-	-	18,533	151,627	0.15 - 2.20
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย	120,466	65,856	-	-	-	-	-	186,322	1.88 - 3.20
	170,466	65,856	-	83,094	-	-	18,533	337,949	
หนี้สินทางการเงิน									
หนี้สินตามสัญญาเช่า	315,415	1,064,542	327,645	-	-	-	-	1,707,602	3.73 - 6.05
	315,415	1,064,542	327,645	-	-	-	-	1,707,602	

	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ยลอยตัว					
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567	ภายใน 1 ปี พันบาท	1-5 ปี พันบาท	มากกว่า 5 ปี พันบาท	ภายใน 1 ปี พันบาท	1-5 ปี พันบาท	มากกว่า 5 ปี พันบาท	ไม่มีอัตราดอกเบี้ย พันบาท	รวม พันบาท	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)
สินทรัพย์ทางการเงิน									
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	100,280	-	-	30,178	-	-	46,729	177,187	0.15 - 2.30
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย	186,752	55,703	-	-	-	-	-	242,455	1.91 - 3.17
	287,032	55,703	-	30,178	-	-	46,729	419,642	
หนี้สินทางการเงิน									
หนี้สินตามสัญญาเช่า	273,135	962,809	290,048	-	-	-	-	1,525,992	4.25 - 7.54
	273,135	962,809	290,048	-	-	-	-	1,525,992	

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว

รายการกำไรหรือขาดทุนจะมีความอ่อนไหวจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราดอกเบี้ยจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ดังนี้

	ผลกระทบต่อกำไรสุทธิ	
	พ.ศ. 2568 พันบาท	พ.ศ. 2567 พันบาท
อัตราดอกเบี้ย - เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 (พ.ศ. 2567 : ร้อยละ 1)*	2,694	2,726
อัตราดอกเบี้ย - ลดลงร้อยละ 1 (พ.ศ. 2567 : ร้อยละ 1)*	(2,694)	(2,726)

* โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

ค) ความเสี่ยงด้านราคา

บริษัทมีความเสี่ยงจากราคาของกองทุนรวมตราสารหนี้ที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุน (FVPL) (หมายเหตุ 10) กองทุนรวมตราสารหนี้เป็นเงินลงทุนที่มีความผันผวนด้านราคาในระดับต่ำ และบริษัทได้กระจายพอร์ตการลงทุน เพื่อจัดการกับความเสี่ยงด้านราคาที่เกิดจากการลงทุนในกองทุนรวมตราสารหนี้ ซึ่งการกระจายพอร์ตการลงทุนนี้เป็นไปตามขอบเขตที่กำหนดของบริษัท

ในด้านราคาขายสำหรับธุรกิจการขายปลีกมีความเสี่ยงด้านราคาในระดับต่ำ ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาขาย โดยวิธีบวกกำไรส่วนเพิ่มจากราคาต้นทุน ทำให้การเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดไม่ได้ส่งผลกระทบต่อกำไรอย่างมีสาระสำคัญ อีกทั้งบริษัทได้วิเคราะห์ข้อมูล แนวโน้มการเคลื่อนไหวของตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อบริหารความเสี่ยงด้านราคาตามความเหมาะสม

5.1.2 ความเสี่ยงด้านเครดิต

ก) การบริหารความเสี่ยง

บริษัทบริหารความเสี่ยงด้านเครดิตโดยการจัดกลุ่มของความเสี่ยง สำหรับเงินฝากธนาคารและสถาบันการเงิน บริษัทจะเลือกทำรายการกับสถาบันการเงินที่มีระดับความน่าเชื่อถือสูง

สำหรับการทำธุรกรรมกับลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นการขายให้รายย่อยซึ่งจะรับชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตซึ่งมีกำหนดรับชำระเงินภายใน 1-3 วัน สำหรับลูกค้าขายส่งบางรายที่บริษัทให้เครดิต บริษัทมีการกำหนดนโยบายเพื่อทำให้เชื่อมั่นได้ว่าลูกค้ามีประวัติสินเชื่ออยู่ในระดับที่เหมาะสมซึ่งมีการจำกัดวงเงินสินเชื่อ และระยะเวลาการชำระเงินที่แตกต่างกัน ตามที่บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงจากคุณภาพเครดิตของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทไม่มีการกระจุกตัวของความเสี่ยงด้านเครดิตที่เป็นสาระสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการกระจุกตัวจากลูกค้าแต่ละราย หรือการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง

ข) หลักประกัน

เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัท เป็นลูกค้าขายปลีกซึ่งซื้อสินค้าเป็นเงินสด ดังนั้นบริษัทจึงไม่มีการขอหลักประกันจากลูกค้า

ค) การด้อยค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

บริษัทมีสินทรัพย์ทางการเงินที่ต้องมีการพิจารณาตามโมเดลการวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ดังต่อไปนี้

- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น
- เงินประกัน
- เงินลงทุนในตราสารหนี้ที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย

แม้ว่าบริษัทจะมีรายการเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ซึ่งเข้าเงื่อนไขการพิจารณาการด้อยค่าภายใต้ TFRS 9 แต่บริษัทพิจารณาว่าการด้อยค่าของรายการดังกล่าวเป็นจำนวนเงินที่ไม่มีนัยสำคัญ

เงินลงทุนในตราสารหนี้ที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายประกอบด้วยเงินลงทุนในหุ้นกู้ และตั๋วแลกเงิน

บริษัทพิจารณาว่าเงินลงทุนในตราสารหนี้ที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย นั้นมีความเสี่ยงด้านเครดิตต่ำ โดยบริษัทพิจารณาว่าการด้อยค่าของรายการดังกล่าวเป็นจำนวนเงินที่ไม่มีนัยสำคัญ สำหรับตราสารหนี้ที่อยู่ในความต้องการของตลาดที่เข้าข่าย "ความเสี่ยงด้านเครดิตต่ำ" นั้น บริษัทพิจารณาตราสารหนี้ที่ถูกจัดอันดับด้านเครดิตในระดับลงทุน (Investment grade credit rating) จากหน่วยงานจัดอันดับความน่าเชื่อถืออย่างน้อยหนึ่งแห่ง สำหรับตราสารอื่นๆ นั้น บริษัทจะพิจารณาว่ามีความเสี่ยงด้านเครดิตต่ำเมื่อความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระอยู่ในระดับต่ำ และผู้ออกตราสารมีความสามารถทางการเงินที่แข็งแกร่งที่จะปฏิบัติตามภาระผูกพันตามสัญญาได้ในระยะเวลาอันใกล้

5.1.3 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

การจัดการความเสี่ยงด้านสภาพคล่องอย่างรอบคอบคือการมีจำนวนเงินสด และการมีแหล่งเงินทุนที่สามารถเบิกใช้ได้จากวงเงินด้านสินเชื่อที่เพียงพอต่อการชำระภาระผูกพันเมื่อถึงกำหนด เพื่อวัตถุประสงค์ในการบริหารสภาพคล่องของบริษัท ส่วนงานบริหารการเงินของบริษัทได้คงไว้ซึ่งความยืดหยุ่นในแหล่งเงินทุนโดยการคงไว้ซึ่งวงเงินสินเชื่อที่เพียงพอ

ผู้บริหารได้พิจารณาประมาณการกระแสเงินสดของบริษัทอย่างสม่ำเสมอโดยพิจารณาจาก ก) เงินสำรองหมุนเวียน (จากวงเงินสินเชื่อที่ยังไม่ได้เบิกใช้) และ ข) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ก) การจัดการด้านการจัดหาเงิน

บริษัทมีวงเงินกู้ที่ยังไม่ได้เบิกใช้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม ดังต่อไปนี้

	พ.ศ. 2568 พันบาท	พ.ศ. 2567 พันบาท
อัตราดอกเบี้ยลอยตัว		
- วงเงินเบิกเกินบัญชี	17,000	12,000
- วงเงินสินเชื่อหมุนเวียนอื่นจากธนาคาร	66,000	66,000
	83,000	78,000

ข) วันครบกำหนดของหนี้สินทางการเงิน

ตารางต่อไปนี้แสดงให้เห็นถึงหนี้สินทางการเงินที่จัดประเภทตามระยะเวลาการครบกำหนดตามสัญญา ซึ่งแสดงด้วยจำนวนเงินตามสัญญาที่ไม่ได้มีการคิดลด ทั้งนี้ ยอดคงเหลือที่ครบกำหนดภายในระยะเวลา 12 เดือน จะเท่ากับมูลค่าตามบัญชีของหนี้สินที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการคิดลดไม่มีนัยสำคัญ

วันครบกำหนดของหนี้สินทางการเงิน	ภายใน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม	มูลค่าตามบัญชีหนี้สิน
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568	พันบาท	พันบาท	พันบาท	พันบาท	พันบาท
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	378,140	-	-	378,140	378,140
หนี้สินตามสัญญาเช่า	392,745	1,218,960	388,620	2,000,325	1,707,602
รวมหนี้สินทางการเงิน	770,885	1,218,960	388,620	2,378,465	2,085,742

วันครบกำหนดของหนี้สินทางการเงิน	ภายใน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม	มูลค่าตามบัญชีหนี้สิน
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567	พันบาท	พันบาท	พันบาท	พันบาท	พันบาท
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	326,880	-	-	326,880	326,880
หนี้สินตามสัญญาเช่า	352,679	1,116,382	366,427	1,835,488	1,525,992
รวมหนี้สินทางการเงิน	679,559	1,116,382	366,427	2,162,368	1,852,872

5.2 การบริหารส่วนของทุน

วัตถุประสงค์ของบริษัทในการบริหารทุนของบริษัทนั้นเพื่อดำรงไว้ซึ่งความสามารถในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของบริษัทเพื่อสร้างผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนได้เสียอื่น และเพื่อดำรงไว้ซึ่งโครงสร้างของทุนที่เหมาะสมเพื่อลดต้นทุนของเงินทุน

ในการดำรงไว้หรือปรับโครงสร้างของทุน บริษัทอาจปรับนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้น การคืนทุนให้แก่ผู้ถือหุ้น การออกหุ้นใหม่หรือการขายทรัพย์สินเพื่อลดภาระหนี้สิน

6 มูลค่ายุติธรรม

มูลค่ายุติธรรมแบ่งออกเป็นลำดับชั้นตามข้อมูลที่ใช้ดังนี้

ข้อมูลระดับที่ 1 มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์หรือหนี้สินอ้างอิงจากราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินอย่างเดียวกัน

ข้อมูลระดับที่ 2 มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์หรือหนี้สินวัดมูลค่าโดยใช้เทคนิคการประเมินมูลค่าซึ่งใช้ข้อมูลที่สามารถสังเกตได้อย่างมีนัยสำคัญและอ้างอิงจากประมาณการของกิจการเองมาใช้น้อยที่สุดเท่าที่เป็นไปได้

ข้อมูลระดับที่ 3 มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์หรือหนี้สินวัดมูลค่าโดยใช้เทคนิคการประเมินมูลค่าซึ่งไม่ได้มาจากข้อมูลที่สังเกตได้ในตลาด

ตารางต่อไปนี้แสดงสินทรัพย์และหนี้สินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมในแต่ละระดับ

	ข้อมูลระดับที่ 1		ข้อมูลระดับที่ 2	
	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567
	บาท	บาท	บาท	บาท
เงินลงทุนระยะสั้น - สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	1,187,942,549	790,757,724	-	-
หนี้สินอนุพันธ์ทางการเงิน - สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า	-	-	763,957	1,399,544

นอกจากสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุนข้างต้น มูลค่ายุติธรรมของรายการสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินของบริษัทมีมูลค่าใกล้เคียงกับมูลค่าตามบัญชี เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นเครื่องมือทางการเงินระยะสั้น ยกเว้นรายการดังต่อไปนี้

	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่ายุติธรรม
	บาท	บาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568		
เงินประกัน	124,877,594	128,434,932
เงินลงทุนระยะยาว	65,855,821	67,524,611

	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่ายุติธรรม
	บาท	บาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567		
เงินประกัน	110,924,860	111,908,921
เงินลงทุนระยะยาว	55,703,160	55,700,142

มูลค่ายุติธรรมของเงินประกันคำนวณจากข้อมูลระดับ 3 ของลำดับชั้นมูลค่ายุติธรรม โดยใช้วิธีคิดลดกระแสเงินสดตามสัญญาด้วยอัตราผลตอบแทนของตราสารที่ไม่มีความเสี่ยงปรับปรุงด้วยส่วนชดเชยความเสี่ยงตามลักษณะของธุรกิจ

7 ประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ และการใช้วิจารณญาณ

การประมาณการข้อสมมติฐานและการใช้วิจารณญาณ ได้มีการประเมินทบทวนอย่างต่อเนื่อง และอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ในอดีตและปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ในอนาคตที่เชื่อว่ามีเหตุผลในสถานการณ์ขณะนั้น บริษัทมีประมาณการทางบัญชีที่สำคัญข้อสมมติฐานและการใช้วิจารณญาณได้แก่

ก) ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน

มูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานเมื่อเกษียณอายุขึ้นอยู่กับข้อสมมติฐานหลายข้อ ข้อสมมติฐานที่ใช้และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปได้ของข้อสมมติฐานได้เปิดเผยข้อมูลอยู่ในหมายเหตุข้อ 23

ข) การกำหนดอายุสัญญาเช่า

บริษัทพิจารณาข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ทำให้เกิดสิ่งจูงใจทางเศรษฐกิจสำหรับผู้เช่าในการใช้สิทธิขยายอายุสัญญาเช่าหรือไม่ใช้สิทธิในการยกเลิกสัญญาเช่าเพื่อกำหนดอายุสัญญาเช่า บริษัทพิจารณาการกำหนดอายุสัญญาเช่าก็ต่อเมื่อสัญญาเช่านั้นมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่ระยะเวลาการเช่าจะถูกขยายหรือถูกยกเลิก

อายุสัญญาเช่าจะถูกประเมินใหม่เมื่อบริษัทใช้ (หรือไม่ใช้) สิทธิหรือบริษัทมีภาระผูกพันในการใช้ (หรือไม่ใช้สิทธิ) การประเมินความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่มีนัยสำคัญหรือการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลกระทบต่อการประเมินอายุสัญญาเช่าและอยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัท

8 ข้อมูลตามส่วนงานดำเนินงาน

ข้อมูลตามส่วนงานดำเนินงาน แบ่งตามส่วนงานที่นำเสนอและได้รับการสอบทานโดยผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงาน ซึ่งก็คือประธานกรรมการบริหาร ส่วนงานที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันจะรวมเข้าด้วยกัน ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงาน วัดผลการดำเนินงานของแต่ละส่วนงานโดยใช้กำไรขั้นต้น ส่วนงานที่นำเสนอประกอบไปด้วยส่วนงานขายปลีก และส่วนงานขายส่ง

ข้อมูลที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับรายได้และกำไรของแต่ละส่วนงานที่รายงาน มีดังต่อไปนี้

	ขายปลีก		ขายส่ง		การดำเนินงานร่วมกัน		รวม	
	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567
รายได้								
รวมรายได้	3,200,663,127	2,614,390,261	462,651,641	485,300,075	1,031,567	11,572,730	3,664,346,335	3,111,263,066
ต้นทุน								
รวมต้นทุน	(1,330,914,369)	(1,109,351,300)	(289,846,056)	(309,840,858)	(786,843)	(28,017,545)	(1,621,547,268)	(1,447,209,703)
กำไรขั้นต้น	1,869,748,758	1,505,038,961	172,805,585	175,459,217	244,724	(16,444,815)	2,042,799,067	1,664,053,363
รายได้อื่น							18,389,919	16,644,980
ค่าใช้จ่ายในการขายและต้นทุนในการจัดจำหน่าย							(1,040,051,083)	(865,190,929)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร							(124,112,754)	(110,215,596)
กำไร (ขาดทุน) อื่น - สุทธิ							25,172,338	24,809,704
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้							922,197,487	730,101,522
ต้นทุนทางการเงิน							(84,837,881)	(75,416,060)
กำไรก่อนภาษีเงินได้							837,359,606	654,685,462
ภาษีเงินได้							(167,138,538)	(134,006,111)
กำไรสุทธิสำหรับปี							670,221,068	520,679,351
ช่วงหวะเวลาการรับรู้รายได้								
ณีอปฏิบัติตามภาระที่ต้องปฏิบัติเสร็จสิ้น	3,200,663,127	2,614,390,261	462,651,641	485,300,075	1,031,567	11,572,730	3,664,346,335	3,111,263,066
ลอดช่วงเวลาที่ปฏิบัติตามภาระที่ต้องปฏิบัติ	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้	3,200,663,127	2,614,390,261	462,651,641	485,300,075	1,031,567	11,572,730	3,664,346,335	3,111,263,066

บริษัทไม่มีรายได้จากลูกค้ารายใดรายหนึ่งที่มีมูลค่าตั้งแต่ร้อยละ 10 ของรายได้รวม รายได้ของบริษัททั้งหมดเกิดขึ้นในประเทศไทย

9 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
เงินสดในมือ	3,918,034	3,164,445
เงินสดรอนำฝาก	8,737,365	7,614,438
เงินฝากธนาคาร - ประเภทออมทรัพย์	83,094,238	30,177,933
- ประเภทกระแสรายวัน	5,877,552	35,949,574
- ประเภทฝากประจำ	50,000,000	100,280,455
รวม	151,627,189	177,186,845

10 เงินลงทุน

เงินลงทุนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
สินทรัพย์หมุนเวียน			
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน	10.1	1,187,942,549	790,757,724
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย	10.2	120,466,141	186,752,214
		1,308,408,690	977,509,938
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย	10.2	65,855,821	55,703,160
		65,855,821	55,703,160
รวม		1,374,264,511	1,033,213,098

10.1) สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุน

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุนเป็นเงินลงทุนในกองทุนรวมตราสารหนี้ที่ไม่มีกำหนดอายุของกองทุน โดยเป็นกองทุนที่มีการซื้อขายในตลาด บริษัทแสดงเงินลงทุนนี้ด้วยมูลค่ายุติธรรมที่อ้างอิงจากราคาหน่วยลงทุน ณ วันทำการวันสุดท้ายของวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน ซึ่งถูกจัดอยู่ในระดับที่ 1 ของลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม (หมายเหตุ 6)

การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรขาดทุน มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ณ วันที่ 1 มกราคม	790,757,724	771,407,804
ซื้อเงินลงทุน	1,189,231,854	1,336,448,073
จำหน่ายเงินลงทุน	(812,432,662)	(1,334,262,348)
การเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรม	20,385,633	17,164,195
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	1,187,942,549	790,757,724

10.2) สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่ายมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ตั๋วแลกเงิน	-	20,947,570
เงินลงทุนในหุ้นกู้	186,321,962	221,507,804
รวม	186,321,962	242,455,374

การเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย มีรายละเอียดดังนี้

	หมุนเวียน			ไม่หมุนเวียน
	ตั๋วแลกเงิน	เงินลงทุนในหุ้นกู้ระยะสั้น	รวม	เงินลงทุนในหุ้นกู้ระยะยาว
	บาท	บาท	บาท	บาท
มูลค่าตามบัญชีต้นรอบระยะเวลา ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568	20,947,570	165,804,644	186,752,214	55,703,160
การเพิ่มขึ้น	20,663,719	-	20,663,719	132,088,519
จัดประเภทเงินลงทุนระยะยาวที่ครบกำหนดภายใน 1 ปี	-	120,989,520	120,989,520	(120,989,520)
ตัดจำหน่ายส่วนเกินระหว่างรอบระยะเวลา	-	(1,344,999)	(1,344,999)	(946,338)
ตัดจำหน่ายส่วนต่ำระหว่างรอบระยะเวลา	388,711	16,976	405,687	-
การรับชำระ	(42,000,000)	(165,000,000)	(207,000,000)	-
มูลค่าตามบัญชีสิ้นรอบระยะเวลา ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568	-	120,466,141	120,466,141	65,855,821

เงินลงทุนในหุ้นกู้ระยะสั้น จำนวน 120.47 ล้านบาท มีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1.88 - 2.83 ต่อปี ครบกำหนดชำระภายในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2569 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2569 (พ.ศ. 2567 : เงินลงทุนในหุ้นกู้ระยะสั้น จำนวน 165.80 ล้านบาท มีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1.91 - 3.17 ต่อปี ครบกำหนดชำระภายในเดือนมกราคม พ.ศ. 2568 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2568)

เงินลงทุนในหุ้นกู้ระยะยาว จำนวน 65.86 ล้านบาท มีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2.11 - 3.20 ต่อปี ครบกำหนดชำระภายในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2570 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2572 (พ.ศ. 2567 : เงินลงทุนในหุ้นกู้ระยะยาว จำนวน 55.70 ล้านบาท มีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2.46 - 2.83 ต่อปี ครบกำหนดชำระภายในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2569 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2569)

11 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ลูกหนี้การค้า - บุคคลภายนอก	6,737,954	9,560,457
ลูกหนี้บัตรเครดิต	1,118,540	2,088,269
เงินมัดจำการซื้อสินค้า	2,287,605	2,155,389
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	12,551,005	7,032,933
ดอกเบี้ยค้างรับ	1,580,447	2,507,849
อื่นๆ	1,309,713	229,754
รวม	25,585,264	23,574,651

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้บัตรเครดิตสามารถแยกตามอายุหนี้ที่ค้างชำระได้ดังนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	7,695,530	9,989,990
เกินกว่ากำหนดเวลาชำระหนี้ :		
ค้างชำระไม่เกิน 3 เดือน	160,964	1,658,736
รวม	7,856,494	11,648,726

12 สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินมีดังต่อไปนี้

	มูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน บาท	ราคาทุนตัดจำหน่าย บาท
วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568		
สินทรัพย์ทางการเงิน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	151,627,189
เงินลงทุนระยะสั้น	1,187,942,549	120,466,141
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	10,746,654
เงินลงทุนระยะยาว	-	65,855,821
เงินประกัน	-	124,877,594
หนี้สินทางการเงิน		
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	378,140,208
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	1,707,601,847

	มูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน บาท	ราคาทุนตัดจำหน่าย บาท
วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567		
สินทรัพย์ทางการเงิน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	177,186,845
เงินลงทุนระยะสั้น	790,757,724	186,752,214
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	14,386,329
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	55,703,160
เงินประกัน	-	110,924,860
หนี้สินทางการเงิน		
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	326,880,008
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	1,525,992,225

13 สินค้าคงเหลือ - สุทธิ

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
วัตถุดิบ	5,479,349	4,697,391
สินค้าระหว่างทำ	1,579,134	2,397,836
สินค้าสำเร็จรูป	725,874,333	675,704,571
วัสดุสิ้นเปลือง	17,965,640	13,078,751
	750,898,456	695,878,549
หัก ค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัย	(29,294,586)	(13,339,111)
	721,603,870	682,539,438
สินค้าระหว่างทาง	31,060,706	20,835,501
รวม	752,664,576	703,374,939

ในระหว่างปี พ.ศ. 2568 บริษัทรับรู้ผลขาดทุนจากค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัยในงบกำไรขาดทุน 15.96 ล้านบาท (พ.ศ. 2567 : รับรู้ผลขาดทุนจากค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัยในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ 5.65 ล้านบาท)

14 การดำเนินงานร่วมกัน

บริษัทมีส่วนได้เสียร้อยละ 50 ในการร่วมการงาน ชื่อ "กิจการร่วมค้า โมชิ โมชิ แอนด์ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ โปรเจ็ค ดีเวลลอปเม้นท์" ซึ่งได้จัดตั้งเป็นหน่วยภาษีร่วมกันระหว่างบริษัท และบริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการในโครงการ Moshi Moshi & Index Creative Village Project Development

กิจการร่วมค้า โมชิ โมชิ แอนด์ อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ โปรเจ็ค ดีเวลลอปเม้นท์ได้จัดตั้งและดำเนินธุรกิจหลักในประเทศไทย

สัญญาร่วมค้าของการร่วมการงานดังกล่าว กำหนดให้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องต้องได้รับความเห็นชอบเป็นเอกฉันท์จากผู้เป็นหุ้นส่วนทุกราย โดยหุ้นส่วนทั้งสองรายมีสิทธิโดยตรงในสินทรัพย์ของห้างหุ้นส่วนและจะต้องรับผิดชอบร่วมกันและแทนกันในหนี้สินที่เกิดขึ้นของหน่วยภาษี บริษัทจึงจัดประเภทเป็นการดำเนินงานร่วมกัน และรับรู้ สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้และค่าใช้จ่าย ตามที่ได้อธิบายไว้ในหมายเหตุข้อ 4.1

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568 โครงการ Moshi Moshi & Index Creative Village Project Development ได้สิ้นสุดแล้ว และยังไม่มีแผนในการดำเนินโครงการใหม่

15 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ

	ที่ดิน	ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เครื่องจักรและอุปกรณ์	อุปกรณ์สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง	รวม
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2567								
ราคาทุน	314,350,174	600,174	430,307,573	301,275,624	50,908,700	12,330,366	551,572	1,110,324,183
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(90,203)	(129,010,744)	(219,207,532)	(33,528,302)	(11,536,425)	-	(393,373,206)
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์	-	-	-	-	(440,243)	-	-	(440,243)
ราคาตามบัญชี – สุทธิ	314,350,174	509,971	301,296,829	82,068,092	16,940,155	793,941	551,572	716,510,734
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567								
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	314,350,174	509,971	301,296,829	82,068,092	16,940,155	793,941	551,572	716,510,734
ซื้อสินทรัพย์	-	-	307,188	7,585,065	12,452,680	-	118,062,897	138,407,830
โอนสินทรัพย์เข้า (ออก)	-	-	57,504,238	40,116,260	-	-	(97,620,498)	-
จำหน่ายสินทรัพย์ - ราคาทุน	-	-	-	(299,651)	(31,578)	-	-	(331,229)
- ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	-	-	107,420	29,568	-	-	136,988
ตัดจำหน่ายสินทรัพย์ - ราคาทุน	-	-	(1,932,904)	(5,509,247)	(2,901,067)	-	-	(10,343,218)
- ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	-	1,144,140	5,263,843	2,868,700	-	-	9,276,683
ค่าเสื่อมราคา	-	(30,008)	(31,749,199)	(30,951,853)	(7,021,669)	(652,830)	-	(70,405,559)
ผลขาดทุนจากการด้อยค่า	-	-	-	-	(299,867)	-	-	(299,867)
ราคาตามบัญชีสิ้นปี - สุทธิ	314,350,174	479,963	326,570,292	98,379,929	22,036,922	141,111	20,993,971	782,952,362
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567								
ราคาทุน	314,350,174	600,174	486,186,095	343,168,051	60,428,735	12,330,366	20,993,971	1,238,057,566
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(120,211)	(159,615,803)	(244,788,122)	(37,651,703)	(12,189,255)	-	(454,365,094)
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์	-	-	-	-	(740,110)	-	-	(740,110)
ราคาตามบัญชี – สุทธิ	314,350,174	479,963	326,570,292	98,379,929	22,036,922	141,111	20,993,971	782,952,362

	ที่ดิน บาท	ส่วนปรับปรุงที่ดิน บาท	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร บาท	เครื่องจักรและอุปกรณ์ บาท	อุปกรณ์สำนักงาน บาท	ยานพาหนะ บาท	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้าง บาท	รวม บาท
ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568								
ราคาทุน	314,350,174	600,174	486,186,095	343,168,051	60,428,735	12,330,366	20,993,971	1,238,057,566
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(120,211)	(159,615,803)	(244,788,122)	(37,651,703)	(12,189,255)	-	(454,365,094)
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์	-	-	-	-	(740,110)	-	-	(740,110)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	314,350,174	479,963	326,570,292	98,379,929	22,036,922	141,111	20,993,971	782,952,362
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568								
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	314,350,174	479,963	326,570,292	98,379,929	22,036,922	141,111	20,993,971	782,952,362
ซื้อสินทรัพย์	-	-	5,513,512	9,158,281	19,877,968	6,290,000	171,021,777	211,861,538
โอนสินทรัพย์เข้า (ออก)	-	-	141,651,996	47,835,746	-	-	(189,487,742)	-
จำหน่ายสินทรัพย์ - ราคาทุน	-	-	-	(12,682)	(100,267)	-	-	(112,949)
- ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	-	-	12,677	66,687	-	-	79,364
ตัดจำหน่ายสินทรัพย์ - ราคาทุน	-	-	(4,394,282)	(34,242,885)	(459,087)	-	-	(39,096,254)
- ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	-	4,140,185	33,623,173	457,156	-	-	38,220,514
ค่าเสื่อมราคา	-	(30,009)	(44,667,521)	(28,113,802)	(8,701,138)	(409,911)	-	(81,922,381)
ผลขาดทุนจากการด้อยค่า	-	-	(1,140,554)	(151,894)	109,424	-	-	(1,183,024)
ราคาตามบัญชีสิ้นปี - สุทธิ	314,350,174	449,954	427,673,628	126,488,543	33,287,665	6,021,200	2,528,006	910,799,170
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568								
ราคาทุน	314,350,174	600,174	628,957,321	365,906,511	79,747,349	18,620,366	2,528,006	1,410,709,901
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(150,220)	(200,143,139)	(239,266,074)	(45,828,998)	(12,599,166)	-	(497,987,597)
หัก ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์	-	-	(1,140,554)	(151,894)	(630,686)	-	-	(1,923,134)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	314,350,174	449,954	427,673,628	126,488,543	33,287,665	6,021,200	2,528,006	910,799,170

16 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน - สุทธิ

	ที่ดิน บาท	อาคาร บาท	รวม บาท
ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2567			
ราคาทุน	1,500,000	8,484,881	9,984,881
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(3,988,825)	(3,988,825)
ราคาตามบัญชีสุทธิ	1,500,000	4,496,056	5,996,056
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567			
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	1,500,000	4,496,056	5,996,056
ค่าเสื่อมราคา	-	(424,164)	(424,164)
ราคาตามบัญชีปลายปี - สุทธิ	1,500,000	4,071,892	5,571,892
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567			
ราคาทุน	1,500,000	8,484,881	9,984,881
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(4,412,989)	(4,412,989)
ราคาตามบัญชีสุทธิ	1,500,000	4,071,892	5,571,892
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568			
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	1,500,000	4,071,892	5,571,892
ค่าเสื่อมราคา	-	(424,164)	(424,164)
ราคาตามบัญชีปลายปี - สุทธิ	1,500,000	3,647,728	5,147,728
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568			
ราคาทุน	1,500,000	8,484,881	9,984,881
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(4,837,153)	(4,837,153)
ราคาตามบัญชีสุทธิ	1,500,000	3,647,728	5,147,728

มูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568 ที่ประเมินได้จำนวน 11.10 ล้านบาท (พ.ศ. 2567 : 11.10 ล้านบาท) อ้างอิงจากวิธีเปรียบเทียบราคาตลาด (Market Approach) โดยเปรียบเทียบกับราคาตลาดที่มีการซื้อขายทรัพย์สินประเภทเดียวกันในบริเวณใกล้เคียง มูลค่ายุติธรรมอยู่ในระดับ 2 ของลำดับชั้นมูลค่ายุติธรรม

รายได้และค่าใช้จ่ายระหว่างปีที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน มีดังนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
รายได้ค่าเช่า	210,000	-

ในระหว่างปี พ.ศ. 2568 และ พ.ศ. 2567 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางตรง นอกจากค่าเสื่อมราคา สำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

17 สินทรัพย์สิทธิการใช้ - สุทธิ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์สิทธิการใช้ประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
พื้นที่เช่าในอาคาร	1,367,899,352	1,225,701,031
อาคาร	247,366,085	225,821,456
อุปกรณ์	304,835	391,965
รวม	1,615,570,272	1,451,914,452

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม รายการที่รับรู้ในกำไรหรือขาดทุนและกระแสเงินสดที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่าประกอบด้วยรายการ ดังต่อไปนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ค่าเสื่อมราคาสำหรับสินทรัพย์สิทธิการใช้		
พื้นที่เช่าในอาคาร	292,409,551	252,101,479
อาคาร	23,507,952	21,618,600
อุปกรณ์	87,130	43,923
รวม	316,004,633	273,764,002
ดอกเบี้ยจ่ายจากหนี้สินตามสัญญาเช่า	83,955,048	74,618,136
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าระยะสั้น	3,735,815	1,299,391
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าซึ่งมีมูลค่าต่ำ	626,391	240,090
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการจ่ายชำระค่าเช่าผันแปร	51,602,938	44,550,544
กระแสเงินสดจ่ายทั้งหมดของสัญญาเช่า	420,681,138	357,465,532

สินทรัพย์สิทธิการใช้ที่ได้มาในระหว่างปีจำนวน 288.79 ล้านบาท (พ.ศ. 2567 จำนวน 398.64 ล้านบาท)

ในระหว่างปี พ.ศ. 2568 การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์สิทธิการใช้ เป็นสาขาที่เปิดใหม่จำนวน 34 สาขา จำนวน 209.68 ล้านบาท และการต่อสัญญาเช่าในพื้นที่เดิมจำนวน 79.11 ล้านบาท

การเปลี่ยนแปลงสัญญาเช่าของสินทรัพย์สิทธิการใช้ส่วนใหญ่เกิดจากการเพิ่มอัตราค่าเช่าและการขยายอายุสัญญา

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568 ยอดคงเหลือของสินทรัพย์สิทธิการใช้ที่เกิดจากสัญญาเช่าจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน มีราคาตามบัญชีสุทธิ 208.88 ล้านบาท (พ.ศ. 2567 : 208.20 ล้านบาท)

การจ่ายชำระค่าเช่าผันแปร

สัญญาเช่าทรัพย์สินบางรายการมีเงื่อนไขการจ่ายชำระผันแปรที่เชื่อมโยงกับยอดขายจากร้านค้า การจ่ายชำระตามสัญญาเช่าในสัดส่วนร้อยละ 12.27 มาจากการจ่ายชำระค่าเช่าผันแปร โดยมีจำนวนในช่วงตั้งแต่ร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 15 ของยอดขาย เงื่อนไขการจ่ายชำระค่าเช่าผันแปรถูกนำมาใช้ด้วยเหตุผลหลายประการ ซึ่งรวมถึงการลดต้นทุนคงที่สำหรับร้านค้าที่เพิ่งเปิดใหม่ การจ่ายชำระค่าเช่าผันแปรที่ขึ้นอยู่กับยอดขายจะรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนในรอบระยะเวลาที่เงื่อนไขที่ก่อให้เกิดการชำระเงินดังกล่าวนั้นเกิดขึ้น การเพิ่มขึ้นของยอดขายร้อยละ 10 ในทุกร้านค้าของกลุ่มกิจการที่มีสัญญาเช่าแบบผันแปรดังกล่าวจะทำให้การจ่ายชำระตามสัญญาเช่าทั้งหมดเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.37 (พ.ศ. 2567 : ร้อยละ 3.29)

18 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน - สุทธิ

	โปรแกรมคอมพิวเตอร์ บาท	ค่าลิขสิทธิ์ บาท	โปรแกรมระหว่างติดตั้ง บาท	รวม บาท
ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2567				
ราคาทุน	35,387,102	13,991,491	498,500	49,877,093
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(13,156,095)	(6,219,923)	-	(19,376,018)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	22,231,007	7,771,568	498,500	30,501,075
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567				
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	22,231,007	7,771,568	498,500	30,501,075
ซื้อสินทรัพย์	4,342,079	8,303,028	21,695,360	34,340,467
โอนสินทรัพย์เข้า (ออก)	498,500	-	(498,500)	-
ค่าตัดจำหน่าย	(3,409,081)	(6,640,534)	-	(10,049,615)
ราคาตามบัญชีสิ้นปี - สุทธิ	23,662,505	9,434,062	21,695,360	54,791,927
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567				
ราคาทุน	40,227,681	22,294,519	21,695,360	84,217,560
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(16,565,176)	(12,860,457)	-	(29,425,633)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	23,662,505	9,434,062	21,695,360	54,791,927

	โปรแกรมคอมพิวเตอร์	ค่าลิขสิทธิ์	โปรแกรมระหว่างติดตั้ง	รวม
	บาท	บาท	บาท	บาท
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568				
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	23,662,505	9,434,062	21,695,360	54,791,927
ซื้อสินทรัพย์	6,003,655	59,000	4,698,484	10,761,139
โอนสินทรัพย์เข้า (ออก)	25,104,800	-	(25,104,800)	-
ตัดจำหน่ายสินทรัพย์ - ราคาทุน	-	(3,689,688)	-	(3,689,688)
- ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	1,514,182	-	1,514,182
ค่าตัดจำหน่าย	(6,297,625)	(6,511,184)	-	(12,808,809)
ราคาตามบัญชีสิ้นปี - สุทธิ	48,473,335	806,372	1,289,044	50,568,751
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568				
ราคาทุน	71,336,136	18,663,831	1,289,044	91,289,011
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(22,862,801)	(17,857,459)	-	(40,720,260)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	48,473,335	806,372	1,289,044	50,568,751

19 ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

สินทรัพย์และหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567
	บาท	บาท
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	370,330,173	326,819,087
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	(335,571,135)	(299,132,429)
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี - สุทธิ	34,759,038	27,686,658

รายการเคลื่อนไหวของสินทรัพย์และหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีมีดังนี้

	ค่าเผื่อสินค้าล้าสมัย บาท	ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ บาท	โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า บาท	ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน บาท	ประมาณการหนี้สินค่ารื้อถอน บาท	หนี้สินตามสัญญาเช่า บาท	เงินประกันการเช่า บาท	รวม บาท
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี								
ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2567	1,537,063	88,049	1,420,543	2,953,196	6,010,768	244,856,556	3,193,821	260,059,996
เพิ่ม (ลด) ในกำไรหรือขาดทุน	1,130,760	59,973	1,521,287	1,156,595	1,091,938	60,341,889	1,764,521	67,066,963
เพิ่ม ลด ในกำไรหรือขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	-	-	-	(307,872)	-	-	-	(307,872)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567	2,667,823	148,022	2,941,830	3,801,919	7,102,706	305,198,445	4,958,342	326,819,087
ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568	2,667,823	148,022	2,941,830	3,801,919	7,102,706	305,198,445	4,958,342	326,819,087
เพิ่ม (ลด) ในกำไรหรือขาดทุน	3,191,095	236,605	1,134,063	1,307,582	1,803,866	36,321,924	207,393	44,202,528
เพิ่ม (ลด) ในกำไรหรือขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	-	-	-	(691,442)	-	-	-	(691,442)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568	5,858,918	384,627	4,075,893	4,418,059	8,906,572	341,520,369	5,165,735	370,330,173

	สินทรัพย์ทางการเงินวัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน		
	ค่าเสื่อมราคา บาท	สินทรัพย์สิทธิการใช้ บาท	รวม บาท
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี			
ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2567	(5,643,574)	(849,127)	(233,808,275)	(240,300,976)
เพิ่ม (ลด) ในกำไรหรือขาดทุน	(1,240,722)	(1,016,115)	(56,574,616)	(58,831,453)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567	(6,884,296)	(1,865,242)	(290,382,891)	(299,132,429)
ณ วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2568	(6,884,296)	(1,865,242)	(290,382,891)	(299,132,429)
เพิ่ม (ลด) ในกำไรหรือขาดทุน	(1,437,771)	(2,269,771)	(32,731,164)	(36,438,706)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568	(8,322,067)	(4,135,013)	(323,114,055)	(335,571,135)

20 เงินประกัน

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
เงินประกันการเช่าพื้นที่ในอาคาร	120,900,946	107,768,013
เงินประกันอื่นๆ	3,976,648	3,156,847
รวม	124,877,594	110,924,860

21 เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
เจ้าหนี้การค้า - บุคคลภายนอก	243,471,266	186,123,563
- กิจการที่เกี่ยวข้องกัน (หมายเหตุ 32.3)	34,353,843	29,752,057
เจ้าหนี้อื่น - บุคคลภายนอก	4,691,068	3,281,941
- กิจการที่เกี่ยวข้องกัน (หมายเหตุ 32.3)	3,861	42,745
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	95,620,170	107,679,702
รวม	378,140,208	326,880,008

22 หนี้สินตามสัญญาเช่า

รายละเอียดการครบกำหนดของหนี้สินตามสัญญาเช่ามีดังนี้

	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567
	บาท	บาท
จำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายซึ่งบันทึกเป็นหนี้สินตามสัญญาเช่า		
ภายในไม่เกิน 1 ปี	392,744,666	352,679,284
เกิน 1 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี	1,218,960,486	1,116,382,385
เกินกว่า 5 ปี	388,620,301	366,426,532
	2,000,325,453	1,835,488,201
หัก ค่าใช้จ่ายทางการเงินในอนาคตของสัญญาเช่า	(292,723,606)	(309,495,976)
มูลค่าปัจจุบันของหนี้สินตามสัญญาเช่า	1,707,601,847	1,525,992,225
หนี้สินตามสัญญาเช่า		
- ส่วนที่หมุนเวียน	315,415,054	276,141,511
- ส่วนที่ไม่หมุนเวียน	1,392,186,793	1,249,850,714
	1,707,601,847	1,525,992,225
มูลค่าปัจจุบันของหนี้สินตามสัญญาเช่า		
ภายในไม่เกิน 1 ปี	315,415,054	276,141,511
เกิน 1 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี	1,064,542,029	957,418,686
เกินกว่า 5 ปี	327,644,764	292,432,028
	1,707,601,847	1,525,992,225

23 ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน

	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567
	บาท	บาท
งบฐานะการเงิน:		
ผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ	40,135,581	37,054,882
(กำไร)ขาดทุนที่รวมอยู่ในกำไรจากการดำเนินงาน:		
ผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ	6,705,911	6,376,402
(กำไร)ขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น :		
การวัดมูลค่าใหม่สำหรับผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ	(3,457,212)	(1,539,359)

โครงการผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ

จำนวนที่รับรู้ในงบฐานะการเงิน มีดังนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
มูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันโครงการผลประโยชน์	40,135,581	37,054,882
หนี้สินที่รับรู้ในงบฐานะการเงิน	40,135,581	37,054,882

รายการเคลื่อนไหวของภาระผูกพันผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุระหว่างปีมีดังนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ณ วันที่ 1 มกราคม	37,054,882	32,811,267
ต้นทุนบริการปัจจุบัน	6,141,539	5,577,539
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	564,372	798,863
	6,705,911	6,376,402
การวัดมูลค่าใหม่		
ผล (กำไร) ขาดทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงข้อสมมติด้านประชากรศาสตร์	1,154,473	(1,240,065)
ผล (กำไร) ขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงข้อสมมติทางการเงิน	(3,872,029)	4,626,508
ผลกำไรที่เกิดจากประสบการณ์	(739,656)	(4,925,802)
	(3,457,212)	(1,539,359)
ผลประโยชน์จ่าย	(168,000)	(593,428)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	40,135,581	37,054,882

ข้อสมมติหลักในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุมีดังนี้

		(หน่วย: ร้อยละต่อปี)
	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567
อัตราคิดลด	ร้อยละ 1.68	ร้อยละ 2.58
อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน	ร้อยละ 3.00	ร้อยละ 5.00 และ ร้อยละ 5.50
อัตราหมุนเวียนของพนักงาน		
- พนักงานรายเดือน	ร้อยละ 0.00 - 34.00	ร้อยละ 0.00 - 33.00
- พนักงานรายวัน	ร้อยละ 0.00 - 70.00	ร้อยละ 0.00 - 70.00

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของข้อสมมติหลักในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยเป็นดังนี้

	ผลกระทบต่อภาระผูกพันโครงการผลประโยชน์ที่กำหนดไว้					
	การเปลี่ยนแปลงในข้อสมมติ		การเพิ่มขึ้นของภาระผูกพัน		การลดลงของภาระผูกพัน	
	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
อัตราคิดลด	ร้อยละ 1	ร้อยละ 1	(3,074,038)	(2,999,758)	3,547,137	3,457,202
อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน	ร้อยละ 1	ร้อยละ 1	3,570,807	3,454,049	(3,151,135)	(3,053,785)
อัตราหมุนเวียนของพนักงาน	ร้อยละ 1	ร้อยละ 1	(3,243,164)	(3,202,632)	1,141,715	1,144,251

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวข้างต้นนี้อ้างอิงจากการเปลี่ยนแปลงในข้อสมมติตามที่ระบุ ขณะที่ให้ข้อสมมติอื่นคงที่ ในทางปฏิบัตินั้นสถานการณ์ดังกล่าวยากที่จะเกิดขึ้น และการเปลี่ยนแปลงในข้อสมมติอาจมีความสัมพันธ์กัน อนึ่ง การคำนวณความอ่อนไหวของภาระผูกพันผลประโยชน์เป็นวิธีเดียวกับการคำนวณภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานที่รับรู้ในงบฐานะการเงิน นั่นคือวิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ (Projected Unit Credit Method)

วิธีการและประเภทของข้อสมมติที่ใช้ในการจัดทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหว ไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากปีก่อน

ระยะเวลาถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของภาระผูกพันตามโครงการผลประโยชน์คือ 27.65 ปี (พ.ศ. 2567 : 27.62 ปี)

การวิเคราะห์การครบกำหนดของการจ่ายชำระผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุที่ไม่มีการคิดลดมีดังนี้

	น้อยกว่า 1 ปี บาท	ระหว่าง 1-5 ปี บาท	เกินกว่า 5 ปี บาท	รวม บาท
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568				
ผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ	839,547	16,988,773	681,404,688	699,233,008
ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567				
ผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ	176,400	17,578,428	923,640,280	941,395,108

24 ประมาณการหนี้สินค่ารื้อถอน

การเปลี่ยนแปลงในประมาณการหนี้สินค่ารื้อถอนในระหว่างปีมีดังนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ณ วันที่ 1 มกราคม	35,513,532	30,053,842
ประมาณการหนี้สินส่วนที่เพิ่มขึ้น	8,821,295	4,866,416
การกลับรายการประมาณการหนี้สิน	(196,642)	-
จ่ายค่ารื้อถอน	(488,156)	(192,309)
ดอกเบี้ยจ่าย	882,833	785,583
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	44,532,862	35,513,532

25 เงินปันผล

เมื่อวันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2568 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี พ.ศ. 2568 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลประจำปีจากกำไรสุทธิสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 โดยจ่ายเป็นเงินสด ในอัตราหุ้นละ 0.80 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงิน 263,999,963 บาท

เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 บริษัทได้จ่ายเงินปันผลดังกล่าวเป็นเงินสดจำนวน 329,999,854 หุ้น ในอัตราหุ้นละ 0.80 บาทรวมมูลค่าทั้งสิ้น 263,999,843 บาท

26 รายได้อื่น

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
รายได้ดอกเบี้ย	12,870,458	14,670,338
รายได้ค่าเช่า	245,000	35,016
รายได้จากการขายเศษวัสดุ	741,746	607,964
รายได้ค่าสินไหมทดแทน	95,855	18,316
รายได้อื่น ๆ	4,436,860	1,313,346
รวม	18,389,919	16,644,980

27 ต้นทุนทางการเงิน

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ดอกเบี้ยจ่ายหนี้สินตามสัญญาเช่า	83,955,048	74,630,477
ดอกเบี้ยจ่ายประมาณการหนี้สินค่ารื้อถอน (หมายเหตุ 24)	882,833	785,583
รวม	84,837,881	75,416,060

28 ค่าใช้จ่ายตามธรรมชาติ

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
การเปลี่ยนแปลงในสินค้าสำเร็จรูปและสินค้าระหว่างผลิต	1,547,585,846	1,339,852,219
ค่าสินค้า ค่าวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองใช้ไป	61,931,001	59,977,009
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน	451,590,047	374,965,625
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	411,159,987	354,643,340
ค่าขนส่งสินค้า	40,118,881	32,194,071
ค่าเช่า	55,965,144	45,978,961
ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค	65,568,786	55,281,270
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	36,987,604	28,182,743
ค่าที่ปรึกษา	1,550,000	300,000

29 ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้สำหรับปีประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบัน:		
รายการปรับปรุงของรอบระยะเวลาก่อน	141,788	(669,260)
ภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบันสำหรับกำไรทางภาษีสำหรับปี	174,760,572	142,910,881
รวมภาษีเงินได้ของรอบระยะเวลาปัจจุบัน	174,902,360	142,241,621
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี:		
รายการที่เกิดจากผลแตกต่างชั่วคราว	(7,763,822)	(8,235,510)
รวมภาษีเงินได้	167,138,538	134,006,111

ภาษีเงินได้สำหรับกำไรก่อนหักภาษีของบริษัทมียอดจำนวนเงินที่แตกต่างจากการคำนวณกำไรทางบัญชีคูณกับภาษีของประเทศที่บริษัทตั้งอยู่ โดยมีรายละเอียดดังนี้:

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
กำไรก่อนภาษีเงินได้	837,359,606	654,685,462
ภาษีคำนวณจากอัตราภาษี ร้อยละ 20 (พ.ศ. 2567 ร้อยละ 20)	167,471,921	130,937,092
ผลกระทบ:		
ค่าใช้จ่ายที่ไม่สามารถหักภาษี	186,090	941,988
ค่าใช้จ่ายที่สามารถหักเพิ่มได้	(543,892)	(485,751)
การใช้ประโยชน์จากผลขาดทุนทางภาษีที่ผ่านมา จากการดำเนินงานร่วมกันซึ่งยังไม่รับรู้	(117,369)	-
ขาดทุนทางภาษีจากการดำเนินงานร่วมกันที่ไม่ได้บันทึกเป็นสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	-	3,282,042
การปรับปรุงของรอบระยะเวลาก่อน	141,788	(669,260)
ภาษีเงินได้	167,138,538	134,006,111

ภาษีเงินได้ที่(ลด) / เพิ่ม ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นมีดังนี้

	พ.ศ. 2568			พ.ศ. 2567		
	ก่อนภาษี บาท	ภาษี(ลด) / เพิ่ม บาท	หลังภาษี บาท	ก่อนภาษี บาท	ภาษี(ลด) / เพิ่ม บาท	หลังภาษี บาท
กำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่าใหม่ของผลประโยชน์เมื่อเกษียณอายุ	3,457,212	(691,442)	2,765,770	1,539,359	(307,872)	1,231,487
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	3,457,212	(691,442)	2,765,770	1,539,359	(307,872)	1,231,487

30 กำไรต่อหุ้น

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณโดยการหารกำไรสุทธิที่เป็นของผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทด้วยจำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักที่ถือโดยผู้ถือหุ้น

	พ.ศ. 2568	พ.ศ. 2567
กำไรสุทธิที่เป็นของผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัท (บาท)	670,221,068	520,679,351
จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถั่งน้ำหนัก (หุ้น)	329,999,954	329,999,954
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาทต่อหุ้น)	2.03	1.58

บริษัทไม่มีการออกหุ้นสามัญเทียบเท่าปรับลดและไม่มีกำไรต่อหุ้นปรับลดในระหว่างปี พ.ศ. 2568 และ พ.ศ. 2567

31 การกระทบยอดหนี้สินที่เกิดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

				รายการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ใช่เงินสด		
	1 มกราคม พ.ศ. 2567	กระแสเงินสด		การได้มาของสินทรัพย์สิทธิการใช้ภายใต้สัญญาเช่า	การเปลี่ยนแปลงและการยกเลิกสัญญาเช่า	31 ธันวาคม พ.ศ. 2567
		รับ	จ่าย			
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
หนี้สินตามสัญญาเช่า	1,224,282,782	-	(236,757,371)	377,795,569	160,671,245	1,525,992,225

				รายการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ใช่เงินสด		
	1 มกราคม พ.ศ. 2568	กระแสเงินสด		การได้มาของสินทรัพย์สิทธิการใช้ภายใต้สัญญาเช่า	การเปลี่ยนแปลงและการยกเลิกสัญญาเช่า	31 ธันวาคม พ.ศ. 2568
		รับ	จ่าย			
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
หนี้สินตามสัญญาเช่า	1,525,992,225	-	(280,760,946)	275,814,058	186,556,510	1,707,601,847

32 รายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

32.1) บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทถูกควบคุมโดยตระกูลบุญสงเคราะห์ ซึ่งถือหุ้นในบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อมคิดเป็นร้อยละ 73.17 จำนวนหุ้นที่เหลือร้อยละ 26.83 ถือโดยกระจายทั่วไป

บริษัทมีรายการค้าที่มีสาระสำคัญกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ดังนี้

ชื่อ	ประเภท
บริษัท กิฟท์แลนด์ จำกัด	กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน
บริษัท แฟนซีอาร์ท จำกัด	กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน
บริษัท อี้เฮงฮวด จำกัด	กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน
บริษัท บี กรุ๊ป แคปปิตอล จำกัด	กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน

32.2) รายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ซื้อสินค้า		
กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน	180,627,350	162,820,212
ต้นทุนบริการ		
กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน	2,201,203	3,886,276
ต้นทุนทางการเงิน		
กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน	9,459,687	11,026,555

รายการซื้อสินค้าและสัญญาเช่าที่ทำกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันเป็นราคาเช่นเดียวกับรายการที่เกิดขึ้นกับบุคคลหรือกิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน

32.3) ยอดค้างชำระที่เกิดจากการซื้อและขายสินค้าและบริการ

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
เงินประกัน		
กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน	2,160,873	1,926,813
เจ้าหนี้การค้า		
กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน	34,353,843	29,752,057
เจ้าหนี้อื่น		
กิจการภายใต้การควบคุมเดียวกัน	3,861	42,745
หนี้สินตามสัญญาเช่า		
- ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	10,645,193	16,909,069
- ส่วนที่ไม่หมุนเวียน	225,188,976	215,627,500

32.4) ค่าตอบแทนผู้บริหารสำคัญ

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
เงินเดือนและผลประโยชน์ระยะสั้นอื่น	35,072,140	32,695,538
ผลประโยชน์หลังออกจากงาน	1,524,638	1,807,572
รวม	36,596,778	34,503,110

33 ภาระผูกพันรายจ่ายฝ่ายทุน

ภาระผูกพันที่เป็นข้อผูกมัด ณ วันที่ในงบฐานะการเงินที่เกี่ยวข้องกับรายจ่ายฝ่ายทุนซึ่งยังไม่ได้รับรู้ในงบการเงิน มีดังนี้

	พ.ศ. 2568 บาท	พ.ศ. 2567 บาท
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,022,000	29,015,023
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	6,778,860	2,981,440
รวม	7,800,860	31,996,463

34 เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบแสดงฐานะการเงิน

เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2569 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2568 โดยจ่ายเป็นเงินสด ในอัตราหุ้นละ 1.22 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงิน 402,599,944 บาท

การจ่ายเงินปันผลนี้จะนำเสนอเพื่อให้ผู้ถือหุ้นอนุมัติในการประชุมสามัญประจำปีในเดือนเมษายน พ.ศ. 2569

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ 1 : รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี เลขานุการบริษัทและตัวแทนติดต่อประสานงาน กรณีเป็นบริษัทต่างประเทศ

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/1741/2025/1773880146608.pdf

เอกสารแนบ 2 : รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/1741/2025/1773880146512.pdf

เอกสารแนบ 3 : รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายใน และหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของบริษัท (compliance)

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/1741/2025/1773880146509.pdf

เอกสารแนบ 4 : ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/1741/2025/1773880146502.pdf

เอกสารแนบ 5 : นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ ฉบับเต็ม และจรรยาบรรณธุรกิจ ฉบับเต็มที่บริษัทได้จัดทำ

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/1741/2025/1773880146498.pdf

เอกสารแนบ 6 : รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/1741/2025/1773880146490.pdf

เอกสารแนบ 7 :ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/1741/2025/1773880146485.pdf

เอกสารแนบ 8 :ดัชนีเนื้อหา GRI

ลิงก์ URL ของเอกสารแนบ : https://eonemedia.setlink.set.or.th/report/1741/2025/1774062448760.pdf