

แบบ 56-1 (One Report) ประจำปี 2568

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)



Member of
Dow Jones
Best-in-Class Indices
Powered by the S&P Global CSA

WE MAKE A BETTER LIVING





บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้ง	31 ถนนประชาชื่น-นนทบุรี ต.บางเลน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000
โทรศัพท์	0 2832 1000
โทรสาร	0 2832 1234
เว็บไซต์ของบริษัทฯ	www.homepro.co.th
ประเภทธุรกิจ	จำหน่ายสินค้า และให้บริการที่เกี่ยวข้องกับ การก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่งซ่อมแซมบ้าน และที่อยู่อาศัย แบบครบวงจร
เลขทะเบียนบริษัท	0107544000043
จำนวนหุ้นจดทะเบียนสามัญ	13,151,198,025 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
จำนวนหุ้นชำระแล้ว	หุ้นสามัญ 13,151,198,025 หุ้น
ชื่อตลาดหลักทรัพย์ที่จดทะเบียน	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ชื่อที่ใช้ในการซื้อขาย	HMPRO

ผู้ลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้จากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี แบบ 56-1 (One Report) ของบริษัทที่แสดงไว้ใน www.sec.or.th หรือ www.homepro.co.th

Stack

Stack

S

M

L

XL

82 x 38 x 12

101 x 46 x 12

121 x 54 x 12

141 x 62 x 12



สารบัญ

ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

16

สารจาก
ประธานกรรมการ

24

สารจากคณะกรรมการ
ตรวจสอบ

59

สรุปข้อมูล
ทางการเงิน

89

การขับเคลื่อนธุรกิจ
เพื่อความยั่งยืน
(รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน)

18

สารจาก
กรรมการผู้จัดการ

27

สารจากคณะกรรมการ
บริหารความเสี่ยง

61

วิสัยทัศน์ พันธกิจ
และค่านิยมองค์กร

308

การวิเคราะห์และคำอธิบาย
ฝ่ายจัดการ

20

สารจาก
คณะกรรมการบริหาร

30

ประวัติ
คณะกรรมการบริษัท

63

โครงสร้างและการดำเนินงาน
ของกลุ่มบริษัทฯ

319

ข้อมูลทั่วไป
และข้อมูลสำคัญอื่น

22

สารจากคณะกรรมการสรรหา
และกำหนดค่าตอบแทน

51

ประวัติ
คณะผู้บริหาร

73

การบริหารจัดการความเสี่ยง
ของธุรกิจและความเสี่ยง
ด้านความยั่งยืนที่สำคัญ



ส่วนที่ 2 การทำกับดูละเอียด

333

นโยบายการทำกับ
ดูละเอียด

373

รายงาน
ผลการดำเนินงานสำคัญ
ด้านการทำกับดูละเอียด

347

โครงสร้าง
การทำกับดูละเอียด
และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับ
คณะกรรมการ และอื่น ๆ

386

การควบคุมภายใน
และรายงานระหว่างกัน

ส่วนที่ 3 งบการเงิน

395

รายงานความรับผิดชอบ
ของคณะกรรมการต่อ
รายงานทางการเงิน

396

งบการเงิน

Ecosystem for Better Living

Comprehensive Products for All Home Needs

สินค้าที่หลากหลาย เพื่อทุกความต้องการในบ้าน

นำเสนอสินค้าที่หลากหลายกว่า 50,000 รายการ ผ่านช่องทางสาขา และกว่า 100,000 รายการ ผ่านช่องทางออนไลน์ พร้อมมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าคุณภาพภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ (Private Brand) เพื่อตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์อย่างลงตัว ครบจบทุกเรื่องบ้านในทีเดียว

Product
Solutions

สนับสนุนการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Consumption) ผ่านการคัดสรรกลุ่มสินค้า Eco Product, Eco Choice และ Circular Product ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยนำสินค้าเก่ามาผ่านกระบวนการคัดแยกและรีไซเคิลเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในการสร้างสรรค์สินค้าใหม่อย่างถูกวิธี

Sustainable Products

บริการโดยมืออาชีพ ครอบคลุมทุกปัญหาเรื่องบ้าน



ยกระดับมาตรฐานงานช่างด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ
กว่า 3,000 ทีม ที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐานสากล
ครบครันด้วยอุปกรณ์และขั้นตอนการดำเนินงาน
ที่ชัดเจน สร้างความเชื่อมั่นด้วยการรับประกันงาน
สูงสุด 365 วัน ควบคู่กับความรับผิดชอบต่อ
ทุกขั้นตอนเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

Professional Service

Ecosystem for Better Living

Circular Economy for a Sustainable Future

ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน เพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืน

ส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านโครงการ ‘แลกเก่าเพื่อโลกใหม่’ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าส่งต่อสินค้าเก่าเข้าสู่กระบวนการจัดการที่ถูกต้อง พร้อมรับส่วนลดในการซื้อสินค้าใหม่ ส่งเสริมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบและการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดในทุกมิติ



Trade In
Program



ยกระดับการบริหารจัดการของเสียอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการภายในองค์กรไปจนถึงการจัดการสินค้าใช้แล้ว ผ่านโครงการ 'แลกเก่าเพื่อโลกใหม่' โดยร่วมมือกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนกระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี มุ่งสร้างระบบนิเวศที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน



**Waste
Management**

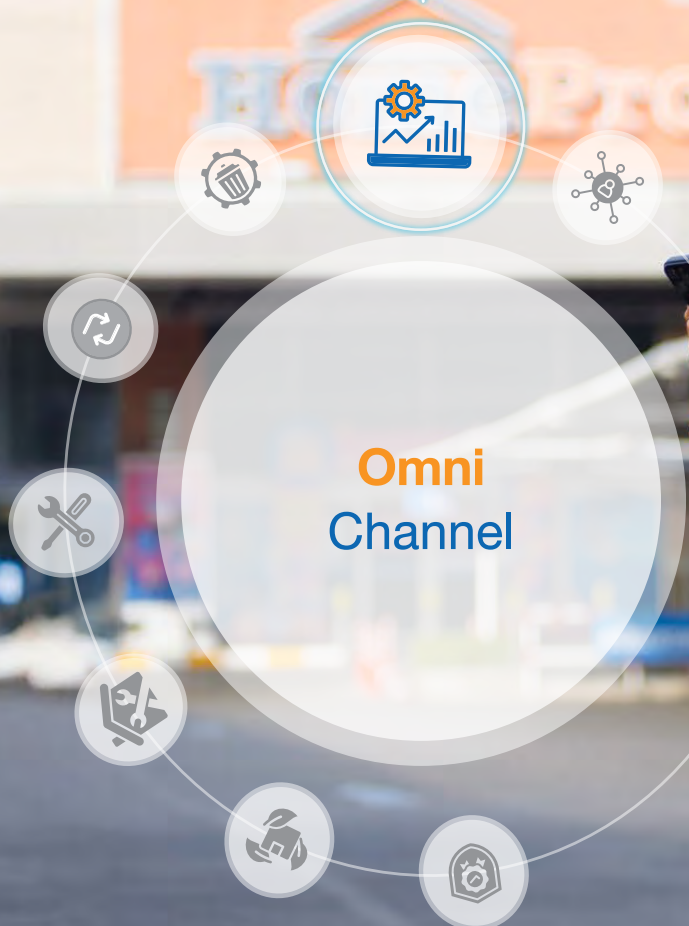
Ecosystem for Better Living

Seamless Connecting for Ultimate Convenience

เชื่อมต่อทุกช่องทางอย่างไร้รอยต่อ เพื่อมอบความสะดวกสบายสูงสุด

เชื่อมต่อประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างไร้รอยต่อผ่านกลยุทธ์ Omnichannel ที่ผสมผสานจุดแข็งของสาขาทั่วประเทศ เข้ากับแพลตฟอร์มดิจิทัลและ Marketplaces ชั้นนำ พร้อมเสริมความคล่องตัวด้วยบริการ Click & Collect ที่เชื่อมต่อแพลตฟอร์มออนไลน์สู่การรับสินค้า ณ จุดบริการสาขา ส่งมอบบริการที่สะดวก รวดเร็ว และครอบคลุมทุกความต้องการเรื่องบ้านในที่เดียว

HomePro

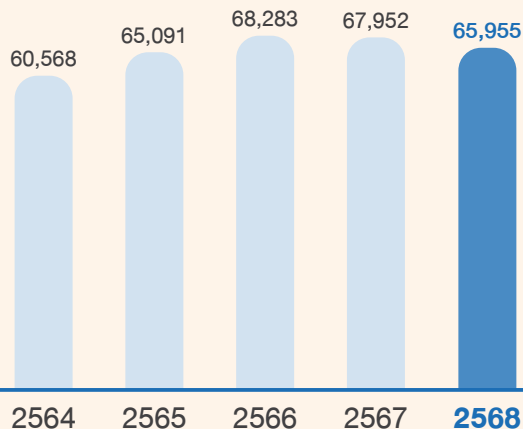


ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและสร้างความสะดวกสบาย
ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์
และสาขาที่ครอบคลุมกว่า 130 แห่งทั่วประเทศ
พร้อมตอบสนองวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ด้วยบริการจัดส่ง
ที่รวดเร็วภายใน 1 ชั่วโมง (สำหรับสินค้าขนาดเล็ก)

**Superior
Convenience**

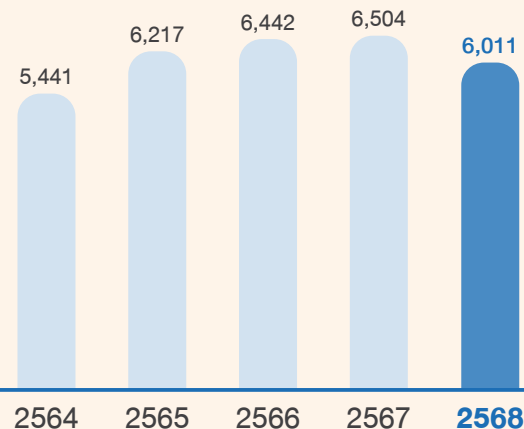
ยอดขาย (ล้านบาท)

-2.94% ▽

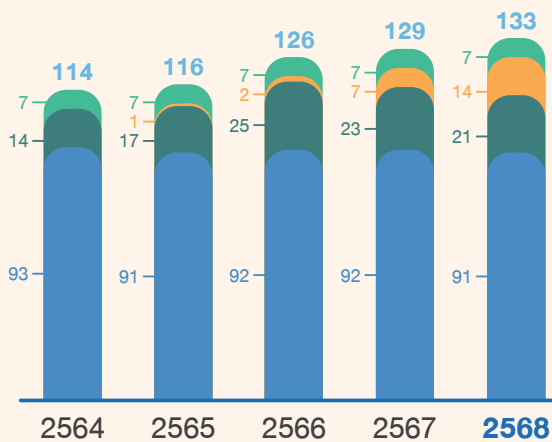


กำไร (ล้านบาท)

-7.57% ▽

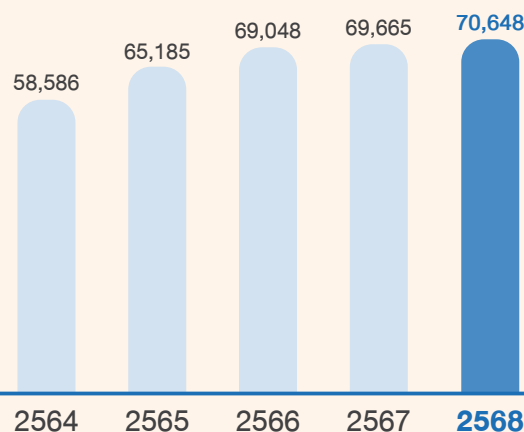


จำนวนสาขา



ทรัพย์สินรวม (ล้านบาท)

1.41% ▲



ปี 2568



91 สาขา

ในประเทศไทย



7 สาขา

ในมาเลเซีย

21 สาขา



โฮมโปร

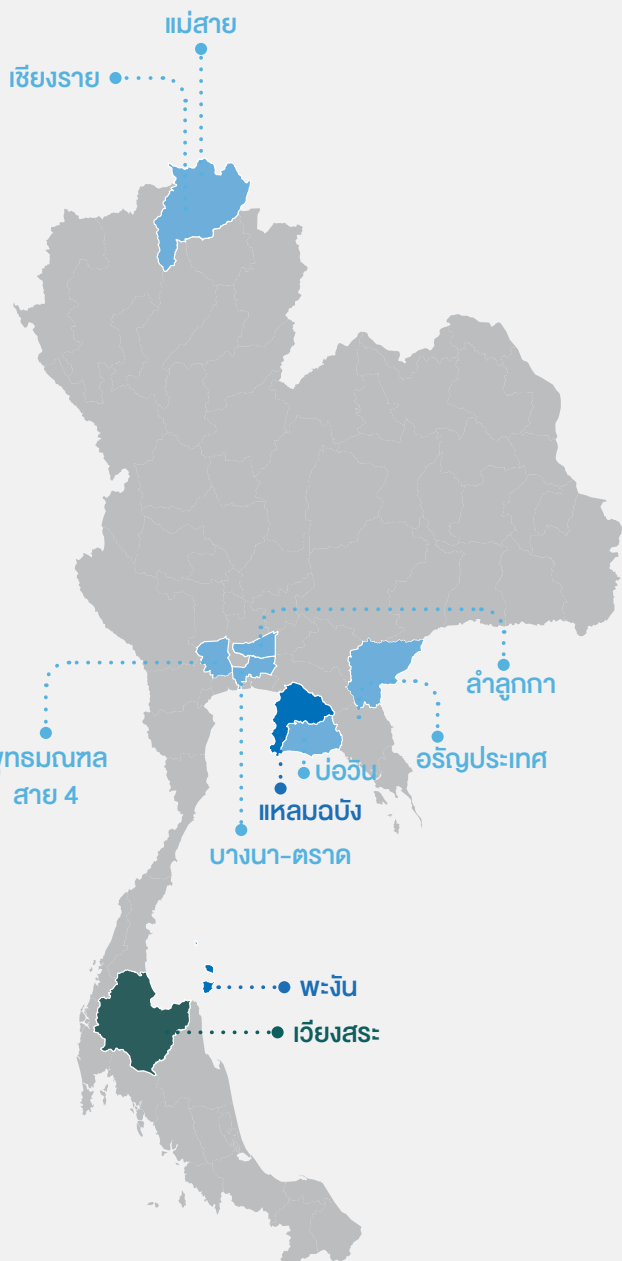


เมกาโฮม

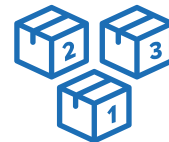
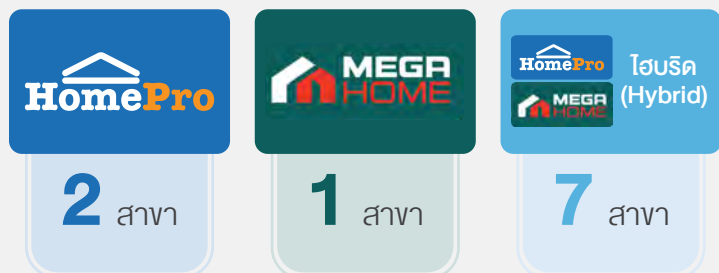


โฮมโปร (Hybrid)

14 สาขา



จำนวนสาขาใหม่



จำนวนสินค้า

40,000–80,000 รายการ

วัตถุประสงค์หลักของการคิดสรรสินค้าอยู่ที่ความมุ่งมั่นในการมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ดังนั้นหัวใจสำคัญของสินค้าจึงอยู่ที่ความครบครัน คุณภาพและความคุ้มค่า

ทีมช่างโฮมโปร

3,032 ทีม



งานบริการที่โฮมโปรออกแบบขึ้นจากความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยลูกค้าจะได้รับบริการจากทีมช่างผู้ชำนาญงานที่มีความรู้ในงาน สามารถคุมงบประมาณและเวลาได้อย่างแน่นอน

6.6

ล้านรายการ



บัตรอภิสัทธิ เพื่อความคุ้มค่าแก่ลูกค้าคนสำคัญของเรา โดยผู้ถือบัตรจะได้สิทธิรับส่วนลดในการซื้อสินค้า และการบริการต่าง ๆ ยอดซื้อผ่านบัตรจะถูกสะสมเป็นคะแนนเพื่อนำมาแลกใช้แทนเงินสดหรือแลกรับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ มากมาย

เพื่อนพนักงาน

11,382 คน



สารจากประธานกรรมการ



“

บริษัทฯ ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่ให้การสนับสนุนและความไว้วางใจแก่บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทฯ ขอให้คำมั่นว่าจะมุ่งมั่นดำเนินและพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าและผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า ตลอดจนพนักงานกว่า 12,000 คนทั่วประเทศ พร้อมทั้งยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมสร้างอนาคตที่ยั่งยืนในระยะยาว

”

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ในปี 2568 ที่ผ่านมา สภาวะเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างจำกัด โดยภาคธุรกิจยังคงต้องเผชิญปัจจัยกดดันที่ต้องเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด ทั้งความผันผวนของนโยบายการค้า มาตรการภาษีระหว่างประเทศ ความไม่แน่นอนทางการเมือง ตลอดจนความตึงเครียดบริเวณพื้นที่ชายแดน ผ่นวกกับผลกระทบจากภัยธรรมชาติทั้งเหตุแผ่นดินไหวและอุทกภัย ในบางพื้นที่ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและบรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ติดตามสภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ประกอบกับการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการ Easy E-Receipt ส่งผลให้การขยายตัวของอุปสงค์ภายในประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายเท่าที่คาดการณ์ไว้ อีกทั้งภาคการท่องเที่ยวยังมีการฟื้นตัวได้ไม่เต็มศักยภาพ ภายใต้บริบทความท้าทายดังกล่าว บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เท่าทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและนำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ภายใต้สภาวะการณ์ที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการเข้ามามีบทบาทสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลาย โดยมุ่งเน้นการยกระดับประสบการณ์ผ่านระบบ Omni-channel เพื่อเชื่อมโยงช่องทางออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ ซึ่งในปีที่ผ่านมาสัดส่วนรายได้จากช่องทางออนไลน์ขยายตัวขึ้นเป็นร้อยละ 8.3 ของรายได้รวม สำหรับการดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางออฟไลน์ ซึ่งยังคงเป็นฐานรายได้หลัก บริษัทฯ ได้เพิ่มการขยายสาขาในรูปแบบ Hybrid Store ที่ผสมผสานจุดแข็งของโฮมโปรและเมกาโฮมไว้ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและเข้าถึงฐานลูกค้าได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้พัฒนาการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบภายใต้ชื่อ ‘ช่างโฮมโปร’ (Chang HomePro) โดยมุ่งเน้นการเป็นผู้นำ

ด้าน Total Home Solution ครอบคลุมตั้งแต่การซ่อมแซม การปรับปรุง ไปจนถึงการดูแลรักษาบ้านอย่างครบวงจร ที่ไม่เพียงแต่พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลให้ลูกค้าสามารถเข้าถึง บริการได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา แต่ยังให้ความสำคัญกับการ ยกระดับมาตรฐานฝีมือช่างและการรับประกันคุณภาพงาน เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญ ในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว

ในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นบริหารจัดการ โครงสร้างทางการเงินให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยได้มีมติ อนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน (Treasury Stock) เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารสภาพคล่อง ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเป็นเครื่องสะท้อนถึงความเชื่อมั่น ของคณะกรรมการและฝ่ายบริหารที่มีต่อพื้นฐานทางธุรกิจ และศักยภาพการเติบโตของบริษัทฯ ในอนาคต โดยโครงการ ดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มอัตราผลตอบแทนต่อ ส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และกำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) เพื่อสร้าง ความมั่งคั่งแก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยเมื่อสิ้นสุดโครงการ ในเดือนกันยายน 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการซื้อหุ้นคืน รวมทั้งสิ้นร้อยละ 1.37 ของจำนวนหุ้นที่ชำระแล้วทั้งหมด

บริษัทฯ ยังคงยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามกรอบการพัฒนา ที่ยั่งยืน (Sustainability Framework) ซึ่งเป็นแนวทางหลัก ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างมั่นคง โดยมุ่งสร้าง สมดุลระหว่างผลการดำเนินงานและการสร้างคุณค่าร่วม แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้บูรณาการ แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เข้ามาเป็น ส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การบริหาร จัดการทรัพยากรภายในให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไปจนถึง การดูแลผลิตภัณฑ์หลังการใช้งานผ่านโครงการ Trade In เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการคัดแยกและรีไซเคิลอย่างถูกวิธี ตามมาตรฐานสากล พร้อมกันนี้ ยังได้ยกระดับศักยภาพ บุคลากรให้มีความพร้อมทั้งด้านทักษะและเทคโนโลยี เพื่อเป็น แรงขับเคลื่อนสำคัญในการปรับตัวและเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ท่ามกลางบริบทของโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ด้านการกำกับดูแลกิจการ คณะกรรมการบริษัทฯ ประกอบ ด้วยกรรมการจำนวนทั้งสิ้น 11 ท่าน โดยแบ่งเป็นกรรมการที่ ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 10 ท่าน (ในจำนวนนี้เป็นกรรมการ อิสระ 4 ท่าน) และกรรมการที่เป็นผู้บริหารจำนวน 1 ท่าน ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของโครงสร้าง คณะกรรมการ โดยมีกรรมการที่เป็นผู้หญิงจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการนำเสนอข้อคิดเห็นและมุมมองที่รอบด้าน เพื่อการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ ในปี 2568 คณะกรรมการ บริษัทฯ ได้ปฏิบัติหน้าที่ในการกำหนดทิศทางและติดตาม การดำเนินงานอย่างใกล้ชิด โดยมีการจัดประชุมรวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง เพื่อพิจารณาประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ การทบทวนกลยุทธ์องค์กร การบริหารความเสี่ยง และ การพิจารณาโอกาสทางการค้าใหม่ ๆ โดยมีสัดส่วนการ เข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการคิดเป็นร้อยละ 98 นอกจากนี้ ยังมีการจัดประชุมเฉพาะคณะกรรมการที่ไม่เป็น ผู้บริหารจำนวน 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2568 เพื่อเสริมสร้าง ประสิทธิภาพในการกำกับดูแลและให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ อย่างเป็นอิสระ

สุดท้ายนี้ บริษัทฯ ขอขอบคุณผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่ให้การสนับสนุนและความไว้วางใจแก่บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ สามารถเติบโต ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทฯ ขอให้คำมั่นว่าจะมุ่งมั่นดำเนิน และพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าและผลประโยชน์ สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า ตลอดจนพนักงานกว่า 12,000 คน ทั่วประเทศ พร้อมทั้งยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมี ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมสร้าง อนาคตที่ยั่งยืนในระยะยาว

(นายอนันต์ อัสวโกทิน)

ประธานกรรมการ

สารจากกรรมการผู้จัดการ

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ในปี 2568 ที่ผ่านมา ถือเป็นปีแห่งความท้าทายสำหรับธุรกิจค้าปลีกท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่เปราะบาง โดยภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังคงขยายตัวในอัตราที่จำกัดเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน แม้จะมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ อาทิ โครงการคนละครึ่ง และมาตรการทางภาษีต่าง ๆ อาทิ Easy E-Receipt รวมถึงแรงขับเคลื่อนจากการเร่งตัวของการส่งออกในช่วงครึ่งปีแรก

อย่างไรก็ตาม ตลอดปี 2568 บริษัทฯ ยังคงเผชิญกับปัจจัยกดดันหลายด้านโดยเฉพาะจากปัญหานี้ครีวเรื่อนที่อยู่ในระดับสูงซึ่งส่งผลกระทบต่อตรงต่อกำลังซื้อและพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค รวมถึงยังต้องรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดคิดและปัจจัยทางธรรมชาติที่เกิดขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 กับเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่รับรู้แรงสั่นสะเทือนได้ในหลายพื้นที่รวมถึงกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งได้สร้างความเสียหายโดยเฉพาะอาคารสูง และส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในระยะสั้น ต่อเนื่องมาในไตรมาสที่ 2 ที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับสภาพอากาศที่แปรปรวน โดยปริมาณฝนที่ตกเร็วกว่าปกติและอุณหภูมิเฉลี่ยที่ต่ำกว่าปีก่อน ได้ส่งผลกระทบต่อยอดขายจำหน่ายสินค้าในกลุ่มเครื่องทำความเย็นซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าหลักในช่วงฤดูหนาว บริษัทฯ จึงได้ปรับกลยุทธ์การบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสภาวะตลาด พร้อมทั้งเร่งผลักดันกิจกรรมทางการตลาดในกลุ่มสินค้าอื่น ๆ และงานบริการที่เกี่ยวข้องกับบ้านผ่าน ‘ช่างโฮมโปร’ (Chang HomePro) เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ รวมถึงรักษาการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ในช่วงไตรมาสที่ 3 และ 4 บริษัทฯ ยังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบและความตึงเครียดบริเวณชายแดนที่กระทบต่อบรรยากาศการใช้จ่ายใช้สอยในบางพื้นที่ ประกอบกับเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และพื้นที่ใกล้เคียงในภาคใต้ทั้งนี้บริษัทฯ ให้ความสำคัญและเฝ้าติดตามอย่างใกล้ชิดเพื่อปรับแผนงานและกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมถึงนำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) มาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาความสามารถในการดำเนินงาน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการส่งมอบบริการเพื่ออยู่เคียงข้างลูกค้าในทุกวิกฤตการณ์อย่างทันทั่วทั้ง

จากการที่ในช่วงไตรมาส 4 เกิดอุทกภัยในอำเภอหาดใหญ่ และพื้นที่ใกล้เคียง บริษัทฯ ได้บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสำรองสินค้าที่จำเป็นต่อการฟื้นฟูที่อยู่อาศัย (Post-flood Demand) ให้เพียงพอ พร้อมทั้งระดมทีม ‘ช่างโฮมโปร’ เข้าให้บริการซ่อมแซมระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานอย่างเร่งด่วน



“

สำหรับการขยายสาขาในปี 2568 บริษัทฯ ได้เปิดสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 10 แห่ง โดยมุ่งเน้นการขยายสาขาในรูปแบบ ‘ไฮบริดสโตร์’ (Hybrid Store) ซึ่งมีการเปิดเพิ่มขึ้น 7 แห่งในทำเลศักยภาพ ได้แก่ บ่อวิน, แม่สาย, บางนา-ตราด, พุทธมณฑลสาย 4, อรัญประเทศ, เชียงราย และลำลูกกา โดยรูปแบบการดำเนินงานดังกล่าวเป็นการผสมผสานจุดแข็งของโอบีโอสและเมกาโอบีโอบนพื้นที่เดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างครบถ้วน

”

เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ อีกทั้งยังได้เข้าร่วมโครงการ ‘รวมใจไทย พ้นแดนใต้’ ซึ่งนอกจากจะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ลูกค้าแล้ว ยังส่งผลให้ยอดขายกลุ่มวัสดุก่อสร้างและบริการซ่อมแซมกลับมาเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งในช่วงโค้งสุดท้ายของปี

สำหรับอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญในปี 2568 บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับศักยภาพด้านการบริการผ่าน ‘ช่างโฮมโปร’ (Chang HomePro) โดยเน้นการเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องบ้านอย่างครบวงจร (Total Solution) เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายของลูกค้าในปัจจุบัน โดยบริษัทฯ ได้ริเริ่มกิจกรรม ‘ซ่อมฟรีค่าแรง’ สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่โฮมโปรและเมกาโฮมทุกสาขา ซึ่งได้รับความไว้วางใจและการตอบรับที่ดีจากลูกค้า นอกจากนี้ สำหรับสินค้าที่ไม่สามารถซ่อมแซมได้ ลูกค้าสามารถนำมาแลกรับเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าใหม่ผ่านโครงการ Trade In ซึ่งนอกจากจะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่ลูกค้าแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างความผูกพันกับลูกค้าตลอดช่วงวงจรการใช้ผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ในระยะยาว

ในด้านการยกระดับประสบการณ์ผู้บริโภค บริษัทฯ ยังคงต่อยอดความเป็นผู้นำด้วยการพัฒนา Omnichannel เชื่อมโยงช่องทางออฟไลน์และออนไลน์เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านช่องทางสาขาและช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย ได้แก่ HomePro Online Website, HomePro Application และ Marketplace ทั้ง Shopee, Lazada และ TikTok นอกจากนี้ ยังได้เพิ่มช่องทาง Quick Commerce ผ่าน Grab และ LINE MAN ควบคู่ไปกับบริการ Delivery Now ส่งด่วนภายใน 1 ชั่วโมงในพื้นที่ให้บริการเพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่เร่งด่วนและสร้างความพึงพอใจสูงสุดในทุกมิติ

สำหรับการขยายสาขาในปี 2568 บริษัทฯ ได้เปิดสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 10 แห่ง โดยมุ่งเน้นการขยายสาขาในรูปแบบ 'ไฮบริดสโตร์' (Hybrid Store) ซึ่งมีการเปิดเพิ่มขึ้น 7 แห่งในทำเลศักยภาพ ได้แก่ บ่อวิน, แม่สาย, บางนา-ตราด, พุทธมณฑลสาย 4, อรัญประเทศ, เชียงราย และลำลูกกา โดยรูปแบบการดำเนินงานดังกล่าวเป็นการผลานจุดแข็งของไฮโปและเมกาไฮโปไว้บนพื้นที่เดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้เปิดสาขาไฮโป 2 แห่งที่พะงันและแหลมฉบัง รวมถึงเมกาไฮโป 1 แห่งที่เวียงสระ ทั้งนี้ บริษัทฯ ดำเนินการเปิดสาขาไฮโปเอส ที่มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่เนื่องจากสิ้นสุดสัญญาเช่า โดย ณ สิ้นปี 2568 บริษัทฯ มีสาขาภายใต้การบริหารจัดการรวมทั้งสิ้น 133 สาขา ประกอบด้วยไฮโป 87 สาขา, ไฮโปเอส 4 สาขา, เมกาไฮโป 21 สาขา, ไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store) 14 สาขา และไฮโปในประเทศมาเลเซีย 7 สาขา

ในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ยังคงยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการสร้างสรรค์ระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ได้เพิ่มสัดส่วนสินค้ารักษ์โลก (Eco Products) ที่ช่วยประหยัดพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมยกระดับสินค้าภายใต้แบรนด์ของตนเองสู่มาตรฐาน 'Eco-Choice' เพื่อส่งมอบนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านโครงการ 'แลกเก่าเพื่อโลกใหม่' (Trade In) โดยสินค้าที่ได้รับกลับมาจะถูกคัดแยกและนำเข้าสู่กระบวนการจัดการอย่างถูกวิธี เพื่อนำกลับมาสร้างมูลค่าใหม่ในรูปแบบชิ้นส่วนสำหรับผลิตสินค้าหมุนเวียน (Circular Products) หรือนำไปรีไซเคิลให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของลูกค้าขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้ขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Organization)

ผ่านการบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการขยายโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) ในสาขาไฮโปและเมกาไฮโปทั่วประเทศรวมถึงการปรับปรุงระบบโลจิสติกส์เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งการดำเนินงานทั้งหมดนี้สะท้อนถึงเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ในการรักษาสมดุลทางนิเวศและสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่สังคมสืบไป

เพื่อต่อยอดถึงความมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่โปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสากล บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าในฐานะสมาชิกของ United Nations Global Compact (UNGC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักสากล 10 ประการ ครอบคลุมทั้งด้านสิทธิมนุษยชน มาตรฐานแรงงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริตอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายสำคัญในการมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero 2050) ภายในปี พ.ศ. 2593 ผ่านการใช้เทคโนโลยีและพลังงานสะอาด อาทิ การยกระดับระบบโลจิสติกส์สู่การใช้รถไฟฟ้า (EV) ในการขนส่งสินค้า หรือการขยายโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป (Solar Rooftop) ในสาขาต่าง ๆ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ ติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปไปแล้วรวมทั้งสิ้น 116 สาขา

ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับความยั่งยืน ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับการยอมรับผ่านรางวัลและเกียรติยศในระดับสากลและระดับประเทศอย่างต่อเนื่อง อาทิ การได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืน Dow Jones Best-In-Class Indices (DJBIC) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 การได้รับการประเมินด้านความยั่งยืนในระดับ AA จาก MSCI รวมถึงการได้รับคัดเลือกให้อยู่ในดัชนี FTSE4Good Index นอกจากนี้ ในระดับประเทศ บริษัทฯ ยังได้รับคะแนนการประเมินด้านบรรษัทภิบาล (Corporate Governance Report) ในระดับ 'ดีเลิศ' ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ในระดับ AAA และได้รับการต่ออายุการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) อีกด้วย

สุดท้ายนี้ ในนามของผู้บริหาร บริษัทฯ ขอแสดงความขอบคุณต่อลูกค้าพนักงานผู้ถือหุ้นพันธมิตรทางธุรกิจและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ที่ให้ความเชื่อมั่นและสนับสนุนด้วยดีเสมอมา บริษัทฯ เชื่อว่าทุกท่านจะเป็นพลังเพื่อผลักดันให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน สร้างคุณค่าให้ทุกภาคส่วนตลอดไป



(นายวิรัตน์ อิงสุมาลี)

ตัวแทนคณะกรรมการบริษัท และกรรมการผู้จัดการ

สารจากคณะกรรมการบริหาร

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ในปี 2568 เศรษฐกิจไทยยังคงขยายตัวอย่างจำกัด แม้จะได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่าง ๆ ของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนของสถานะเศรษฐกิจและนโยบายการค้าโลก รวมถึงระดับหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ได้ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ทำให้เกิดความระมัดระวังในการใช้จ่ายและมุ่งเน้นการเลือกซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ามากขึ้น ภายใต้บริบทดังกล่าว ธุรกิจค้าปลีกจึงต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งจากสถานะตลาดที่ชะลอตัว การแข่งขันที่ทวีความรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ด้วยความตระหนักถึงปัจจัยข้างต้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารงานด้วยความรอบคอบและความยืดหยุ่น โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเพื่อส่งมอบสินค้าและบริการด้านที่อยู่อาศัยที่รวดเร็วและครบวงจร ควบคู่กับการยกระดับแพลตฟอร์มการให้บริการเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าแบบไร้รอยต่อระหว่างช่องทางหน้าร้านและออนไลน์ พร้อมทั้งสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและบริการที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์การอยู่อาศัยที่หลากหลาย ตลอดจนการขยายเครือข่ายสาขาในทำเลที่มีศักยภาพ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ในด้านการกำกับดูแลกิจการ คณะกรรมการบริหารมุ่งมั่นปฏิบัติหน้าที่ในการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานะแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมทั้งกำกับดูแลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดผ่านกระบวนการติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนพิจารณาแผนการลงทุนและการดำเนินงานต่าง ๆ ด้วยความรอบคอบและรัดกุม เพื่อสร้างการเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ ยังยึดถือหลักบรรษัทภิบาลและความโปร่งใสซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงาน ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ตลอดจนใส่ใจในความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อสร้างคุณค่าและตอกย้ำความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นและสังคมอย่างยั่งยืน

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารได้จัดการประชุมรวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง เพื่อพิจารณาและติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งรายงานสรุปประเด็นสำคัญให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบอย่างสม่ำเสมอ โดยมีรายละเอียดการเข้าประชุมของคณะกรรมการแต่ละท่าน ดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)	อัตราการเข้าประชุม (%)
1. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร	12/12	100%
2. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	กรรมการบริหาร	12/12	100%
3. นายอาชวิน อัครโกสิน	กรรมการบริหาร	12/12	100%

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทอย่างครบถ้วน โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

1. พิจารณากำหนดและติดตามผลการดำเนินงานรายเดือนของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งกลั่นกรองประเด็นสำคัญอย่างรอบคอบและโปร่งใส ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาในลำดับถัดไป
2. พิจารณากลั่นกรองการจัดสรรงบประมาณประจำปี แผนการลงทุน และแผนการขยายสาขา ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักขององค์กร โดยเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและการประเมินปัจจัยรอบด้าน ทั้งในมิติของมูลค่าทางเศรษฐกิจ ความเสี่ยง ค่าเสียโอกาส รวมถึงประเด็นด้านความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจว่าการนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นไปอย่างรอบคอบและเกิดประโยชน์สูงสุด
3. วิเคราะห์และให้คำแนะนำแก่คณะผู้บริหารในการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการทำงาน ตลอดจนสนับสนุนการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายตามแผนธุรกิจที่วางไว้
4. พิจารณานุมัติการดำเนินธุรกิจและรายการธุรกรรมต่าง ๆ ที่เป็นรายการปกติทางการค้า ให้เป็นไปอย่างคล่องตัวและรัดกุมภายใต้ขอบเขตอำนาจอนุมัติ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท
5. กำกับดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) และหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)
6. ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนโดยผนวกหลักการ ESG ทั้งมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล เข้าสู่กระบวนการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน พร้อมกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร
7. ดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริหารในปีที่ผ่านมา เพื่อทบทวนประสิทธิภาพการทำหน้าที่ให้ถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมาย ข้อบังคับ และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
8. ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อสนับสนุนการบริหารงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ



(นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล)

ประธานคณะกรรมการบริหาร

สารจากคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ภายใต้หน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ในการกำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ทำงานที่ครอบคลุมหลากหลายอุตสาหกรรม และมีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ทั้งในส่วนของกรรมการบริษัท กรรมการผู้จัดการ การพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) รวมถึงการคัดเลือกบุคคลที่สมควรได้รับการเสนอรายชื่อเป็นกรรมการใหม่

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้กำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทน รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดแก่คณะกรรมการบริษัท โดยพิจารณาและปรับปรุงโครงสร้างค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหาร ให้สอดคล้องกับผลการดำเนินงานและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทั้งในด้านการเงินและความยั่งยืน โดยมีการนำตัวชี้วัดที่หลากหลายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มาใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้ค่าตอบแทนสะท้อนถึงความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ อาทิ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ผลตอบแทนรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ผลการดำเนินการด้านความยั่งยืน พร้อมกันนี้ คณะกรรมการฯ ยังได้พิจารณาปรับปรุงสวัสดิการและผลประโยชน์อื่น ๆ ของพนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีอีกด้วย

ทั้งนี้ องค์ประกอบของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ประกอบไปด้วยกรรมการ 3 ท่าน โดยประกอบไปด้วยกรรมการอิสระ 1 ท่าน คิดเป็น 1 ใน 3 ของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ทั้งนี้ กรรมการอิสระมีความเป็นอิสระในการแสดงความเห็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยไม่มีส่วนได้เสียต่อผลการดำเนินการทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในปี 2568 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 2 ครั้ง โดยการเข้าประชุมของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)	อัตราการเข้าประชุม (%)
1. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	2/2	100%
2. นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	2/2	100%
3. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	2/2	100%

รายละเอียดการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2568 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. พิจารณาการสรรหาและคัดเลือกบุคคลเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยแทนกรรมการที่ครบวาระ ซึ่งได้พิจารณาสรรหาจากบุคคลที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม ครบถ้วน ตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยพิจารณาความหลากหลายของโครงสร้างคณะกรรมการ (Board Diversity) ทั้งในส่วนของ เพศ อายุ เชื้อชาติ สัญชาติ ชาติพันธุ์ พื้นเพทางวัฒนธรรม คุณวุฒิ ประสบการณ์และความรู้ความสามารถ (Board Skill Matrix) เช่น ประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก เทคโนโลยีสารสนเทศ การเงิน การตลาด หรือสหกรณ์ทรัพย์ เป็นต้น อีกทั้งบุคคลดังกล่าวจะต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายกำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยสามารถเสนอรายชื่อบุคคลเพื่อเป็นกรรมการบริษัทได้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2568 ถึง 15 มกราคม 2569 เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 ทั้งนี้ ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอชื่อบุคคลเพื่อพิจารณา
2. พิจารณากำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย
3. ประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการตามเป้าหมาย เพื่อพิจารณาค่าตอบแทนที่เหมาะสม
4. ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนในปีที่ผ่านมา โดยสรุปได้ว่าคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามขอบเขตหน้าที่ที่กำหนดไว้
5. พิจารณางบประมาณเกี่ยวกับการปรับขึ้นเงินเดือนและเงินรางวัลประจำปี สวัสดิการ ตลอดจนผลประโยชน์อื่นใดของพนักงานบริษัทและบริษัทในเครือ ในอัตราที่เหมาะสม สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และค่าตอบแทนตามอัตราตลาดในธุรกิจค้าปลีก เพียงพอต่อการดำรงชีพของพนักงานและครอบครัว (Living Wage)
6. ให้คำปรึกษาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลและการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ โดยมีการวางแผนการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้มีทักษะและความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร
7. พิจารณาแผนการพัฒนากฎการ โดยสนับสนุนการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะและส่งเสริมศักยภาพ เพิ่มความรู้ความเชี่ยวชาญที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตามหลักแนวปฏิบัติที่ดีของสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
8. พิจารณาทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยในปี 2568 ไม่มีการปรับปรุงแก้ไข เนื่องจากกฎบัตรฉบับปัจจุบันยังมี ความครบถ้วนและเหมาะสม

ทั้งนี้ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างรอบคอบและระมัดระวัง ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเป็นสำคัญ



(นายอนุพร สุนกรจิตต์เจริญ)

ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

สารจากคณะกรรมการตรวจสอบ

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

คณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการอิสระ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความสามารถ คุณสมบัติ และความเป็นอิสระ ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมี นายบุญสม เลิศหิรัญวงศ์ เป็นประธานฯ นายระพีพร ศรีมงคล และ ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์ ทำหน้าที่เป็นกรรมการตรวจสอบ

ในรอบปี 2568 คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ตามขอบเขตความรับผิดชอบตามที่ได้กำหนดไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบและตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท โดยมีการประชุมรวม 12 ครั้ง และนอกจากนี้ ได้เชิญผู้สอบบัญชีเข้าประชุมด้วยในวาระที่เกี่ยวข้อง โดยรายละเอียดการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการตรวจสอบเป็นดังนี้

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)	อัตราการเข้าประชุม (%)
1. นายบุญสม เลิศหิรัญวงศ์	ประธานกรรมการตรวจสอบ	12/12	100%
2. นายระพีพร ศรีมงคล	กรรมการตรวจสอบ	12/12	100%
3. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการตรวจสอบ	11/12	92%

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ตามกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ และตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ซึ่งรวมถึงการสอบทานให้มีการรายงานทางการเงินของบริษัทฯ อย่างถูกต้อง และเพียงพอ มีระบบควบคุมภายใน และกระบวนการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ มีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการดูแลการทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ ตลอดจนมีหน้าที่ในการคัดเลือกและเสนอความเห็นแต่งตั้งผู้สอบบัญชี โดยการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

สาระสำคัญของงานที่ได้ปฏิบัติในปี 2568

- 1) พิจารณาสอบทานรายงานทางการเงินของบริษัทฯ รายไตรมาส และประจำปี ก่อนเปิดเผยไปยังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ในวาระพิจารณาสอบทานงบการเงินของบริษัทฯ
- 2) พิจารณาคัดเลือกเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และกำหนดค่าตอบแทน เสนอให้คณะกรรมการบริษัท เพื่อขออนุมัติที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- 3) ประชุมหารือกับผู้สอบบัญชีรวม 4 ครั้ง ถึงแนวทางการปฏิบัติงานและขอบเขตการดำเนินงานสอบบัญชี ผลการตรวจสอบ และข้อเสนอแนะ เพื่อให้มั่นใจว่าตรวจสอบรายงานทางการเงินได้อย่างครบถ้วนเหมาะสมตามมาตรฐานการสอบบัญชี ครอบคลุมการดำเนินงานที่สำคัญ และความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีไม่มีฝ่ายบริหารเข้าร่วมประชุม
- 4) ประชุมร่วมกับสำนักตรวจสอบภายในถึงแผนการตรวจสอบ ขอบเขตการปฏิบัติงาน และการปฏิบัติงาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการตรวจสอบภายในได้ดำเนินการไปอย่างครบถ้วนเหมาะสมตามมาตรฐานการตรวจสอบภายใน โดยในปี 2568 สำนักตรวจสอบภายในได้ทำการประเมินความเพียงพอและประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงรับทราบรายงานสรุปผลการตรวจสอบ และการติดตามผลการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ตรวจสอบภายใน เพื่อให้ระบบการควบคุมภายในมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และให้บริษัทฯ ดำเนินงานได้ตามเป้าหมายและ/หรือ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานได้ทันเวลา ลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานอย่างมีสาระสำคัญ

- 5) สอบทานให้บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการตามหลักการบริหารกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- 6) สอบทานการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- 7) สำหรับรายการที่เกี่ยวข้องกัน และรายการที่อาจมีการขัดแย้งทางผลประโยชน์ ได้กำหนดให้สำนักตรวจสอบภายใน ตรวจสอบและรายงานผลให้คณะกรรมการตรวจสอบทราบเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีการดำเนินการตามเงื่อนไขทางธุรกิจปกติอย่างสมเหตุสมผล รวมถึงได้ตรวจสอบว่าบริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวครบถ้วนถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด
- 8) สอบทานการประเมินความเสี่ยงพอ ความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ของระบบการควบคุมภายใน โดยพิจารณาองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินและบริหารความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุมการปฏิบัติงาน ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล กิจกรรมการกำกับ ติดตามและการประเมินผล เพื่อให้ความเชื่อมั่น หรือปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ที่ส่งผลกระทบต่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร เช่น ภัยคุกคามด้านไซเบอร์ กฎหมายที่อาจเปลี่ยนแปลงใหม่ และการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) เป็นต้น โดยให้ความสำคัญต่อการนำองค์กรไปสู่การมีระบบธรรมาภิบาลที่ดี ตามแนวคิด Three Lines of Defense ซึ่งประกอบด้วย 1. เจ้าของความเสี่ยงในระดับปฏิบัติการ (First Line) 2. การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลการปฏิบัติงาน (Second Line) และ 3. การตรวจสอบภายในที่เป็นอิสระ (Third Line)
- 9) สอบทานให้บริษัทฯ มีระบบการบริหารและจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และมีการสื่อสารกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อหารือเกี่ยวกับความเสี่ยงที่สำคัญ ทั้งความเสี่ยงที่เกิดจากภายในและภายนอกองค์กร ทุกไตรมาส
- 10) คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานและประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองประจำปี โดยได้เปรียบเทียบกับแนวทางปฏิบัติที่ดีและกฎบัตรฯ ซึ่งผลของการประเมินคณะกรรมการตรวจสอบมีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามกฎบัตรที่กำหนดไว้
- 11) สนับสนุนให้บริษัทฯ เปิดช่องทางแจ้งเบาะแสการทุจริตคอร์รัปชัน และการปฏิบัติงานที่อาจขัดต่อจรรยาบรรณ (Whistleblowing) ผ่านช่องทาง Website ถึงคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรง เพื่อให้สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 12) สำหรับการกำกับดูแลในเรื่องแนวทางปฏิบัติงานต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ได้มอบหมายให้สำนักตรวจสอบภายใน สอบทานมาตรการและการกำหนดแนวทางเชิงป้องกันการทุจริตและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่จะเกิดขึ้นได้ในระบบงานต่าง ๆ รวมถึงขยายแนวทางการปฏิบัติไปยังคู่ค้า เช่น จัดทำหลักเกณฑ์การประเมินคู่ค้า จรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้า (Code of Conduct for Suppliers) กรอบแนวทางปฏิบัติในการดริบของขวัญในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบต่อการปฏิบัติงาน ในปี 2568

- 1) รายงานทางการเงินของบริษัทฯ จัดทำขึ้นอย่างถูกต้อง และเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป รวมถึงมีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญครบถ้วน เพียงพอ เชื่อถือได้ และทันเวลา
- 2) บริษัทฯ มีระบบควบคุมภายในเพื่อกำกับควบคุม และติดตามผลการปฏิบัติงานที่เพียงพอ มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการที่ดี
- 3) บริษัทฯ มีระบบการบริหารและจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สอดคล้องกับเป้าหมายของธุรกิจ นโยบาย และแนวทางการดำเนินงานที่กำหนด รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร

- 4) บริษัทฯ ไม่มีการปฏิบัติอันใดเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ
- 5) การทำธุรกรรมกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์นั้น บริษัทฯ ดำเนินการเป็นไปตามหลักเกณฑ์ กฎระเบียบ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ โดยรายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ ไม่มีข้อบ่งชี้หรือข้อสังเกตอื่นใดที่สื่อถึงความผิดปกติ
- 6) ผู้สอบบัญชีที่ได้รับแต่งตั้งเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน มีความเป็นอิสระ มีความน่าเชื่อถือไม่มีความสัมพันธ์หรือรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าการตรวจสอบบัญชีเป็นไปอย่างครบถ้วนเหมาะสมตามมาตรฐานการสอบบัญชี มีประสิทธิภาพ และโปร่งใส
- 7) คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานความเป็นอิสระ แผนการตรวจสอบภายในประจำปี ขอบเขตงานของหน่วยงานตรวจสอบภายใน และพิจารณาผลการตรวจสอบภายใน รวมทั้งได้พิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน คณะกรรมการตรวจสอบเห็นว่า การตรวจสอบภายในของบริษัทฯ เป็นไปอย่างอิสระ เพียงพอ และมีประสิทธิผล

คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความอิสระอย่างครบถ้วน และถูกต้องตามกฎหมายบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบที่ได้กำหนดไว้ โดยได้รับความร่วมมือสนับสนุนด้วยดีจากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย



(นายบุญสม เลิศธีรวงค์)

ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

สารจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance Risk) บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงต่อเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ให้มีความเหมาะสมและทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา โดยบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Framework) ส่งเสริมให้มีการระบุ ประเมิน ควบคุม และติดตามความเสี่ยง ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงด้านความยั่งยืนให้เป็นไปอย่างครบถ้วน รวมถึงกำหนด ทบทวน และติดตามมาตรการจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นให้ระดับของความเสี่ยงอยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ ไม่ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างมีสาระสำคัญ

ในแผนการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงพิจารณาเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) ที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน กำหนดระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ (Risk Appetite) ระดับความเบี่ยงเบนจากเกณฑ์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Risk Tolerance) ประเมินโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงเหล่านั้น ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อจัดลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ความเสี่ยง (Risk Prioritize) และกำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงให้เหมาะสม มีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานตระหนักและมีความเข้าใจความเสี่ยง และนำแนวทางการบริหารความเสี่ยงนั้นไปปฏิบัติอย่างเหมาะสม โดยมีการพิจารณากรอบการบริหารความเสี่ยง 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การกำกับดูแลและวัฒนธรรม (Governance and Culture) แนวการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง และการสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการบริหารความเสี่ยง
2. การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ (Strategy and Objective Setting) ประสานการบริหารความเสี่ยงกับเป้าหมายของกลยุทธ์และกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงทบทวนระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์
3. ผลการปฏิบัติงาน (Performance) ทบทวนการระบุ ประเมิน และวิธีการจัดการความเสี่ยง
4. การทบทวนและการปรับปรุง (Review and Revision) พิจารณาผลการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงระบบบริหารความเสี่ยง
5. ข้อมูล การสื่อสาร และการรายงาน (Information, Communication, and Reporting) สื่อสารข้อมูลด้านการบริหารความเสี่ยงให้กับเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner)

สำหรับการรายงานผลการประเมินและแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะมีการประเมินและสรุปรายงานผลการประเมินความเสี่ยงเป็นรายไตรมาส และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมหรือให้ความเห็นก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัท โดยคณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญต่อการกำกับดูแลความเสี่ยงขององค์กรในระดับสูงสุด เพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคง โปร่งใส และยั่งยืน

ในขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะพิจารณาเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ ทั้งในระดับองค์กรและระดับหน่วยงาน โดยกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators) เพื่อใช้จัดลำดับและติดตามเหตุการณ์ความเสี่ยง รวมถึงกำหนดแนวทางการบริหารจัดการให้เหมาะสมเพื่อให้ความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่บริษัทฯ ยอมรับได้ สำหรับการผลักดันให้การบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นมีประสิทธิผล และเป็นส่วนหนึ่งของของวัฒนธรรมองค์กร เป็นหน้าที่ของกรรมการความเสี่ยงที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบดูแลความเสี่ยงเฉพาะเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบ (Risk Owner)

ในปี 2568 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 4 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง และมีผลการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

1. ทบทวนเหตุการณ์ความเสี่ยงและระดับความเสี่ยงในระดับองค์กร (Enterprise Risk) โดยพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและภายนอก รวมถึงความเสี่ยงในกลุ่มอุตสาหกรรม และการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม สภาพภูมิอากาศ และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อระบุเหตุการณ์ความเสี่ยง (Risk Universe) ให้ครอบคลุมความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และแผนงานของบริษัท โดยพิจารณาความเสี่ยงที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (2) ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (3) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย (4) ความเสี่ยงด้านการเงิน และ (5) ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ประเมินโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงที่สำคัญและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ
2. พิจารณาผลการประเมินความเสี่ยงและจัดลำดับความเสี่ยง (Risk Prioritization) ตามมูลค่าความเสี่ยง (Value at Risk) เพื่อเลือกความเสี่ยงสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของของบริษัท รวมถึงระบุทางเลือกหรือแผนงานที่เหมาะสม เพื่อลดโอกาสหรือผลกระทบของเหตุการณ์ความเสี่ยง โดยพิจารณาด้านทุนและประโยชน์ที่ได้รับเพื่อให้แนวทางการบริหารความเสี่ยงนั้นมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ บริษัท จะกำหนดแนวทางการตอบสนองต่อความเสี่ยง (Risk Mitigation Options) และดัชนีการควบคุมและบริหารความเสี่ยงตามแผนงาน (Key Management Indicators) เพื่อติดตามแนวทางการตอบสนองนั้น ให้ความเสี่ยงที่เหลืออยู่ภายในช่วงเบี่ยงเบนจากเป้าหมายที่ยอมรับได้ (Risk Tolerance)
3. รายงานผลการประเมิน แนวทางบริหารจัดการความเสี่ยง และผลการดำเนินงานเพื่อบริหารความเสี่ยงนั้น ให้คณะกรรมการบริษัท รับทราบทุกไตรมาส
4. พิจารณาทบทวนความเสี่ยงที่อาจเกิดใหม่ (Emerging Risks) ที่อาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อเป้าหมายหรือการดำเนินงานของบริษัท ในอนาคต โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้คำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตดังต่อไปนี้

- 1) **ความเสี่ยงด้าน Misinformation และ Disinformation** คือความเสี่ยงที่ข้อมูลไม่ถูกต้องหรือถูกบิดเบือน ทำให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียง การตัดสินใจ และความเชื่อมั่น ซึ่งจำเป็นต้องมีการควบคุม การสื่อสาร และการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ เหตุการณ์ความเสี่ยงในด้านนี้ คือ ข้อมูลภายในผิดพลาด (Internal Misinformation) ข่าวลือหรือข้อมูลผิดที่เกี่ยวกับบริษัท (External Misinformation) การโจมตีด้วยข้อมูลบิดเบือนทำลายชื่อเสียง (Disinformation Attack) การสร้างเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันปลอม การโฆษณา การหลอกลวงทางการเงิน หรือการแอบอ้างเป็นพนักงานบริษัท เพื่อฉ้อโกงลูกค้า เป็นต้น

แนวทางจัดการความเสี่ยงในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการประเมิน ความเพียงพอ เหมาะสมของนโยบายด้านข้อมูล (Information Governance Policy) ระบบตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลภายใน การเฝ้าระวังข้อมูล และกระบวนการสื่อสารเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติ รวมถึงการสร้างความตระหนักรู้ให้กับพนักงาน เพื่อให้มีการควบคุมอย่างเป็นระบบ

สำหรับการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำงานร่วมกับคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 พัฒนาระบบการบริหารข้อมูลที่สามารถระบุตัวบุคคลได้ ตั้งแต่การเก็บ ใช้เปิดเผย โอน จัดเก็บ จนถึงทำลายข้อมูล ให้เป็นไปตามข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ของกฎหมาย และหลักธรรมาภิบาลข้อมูล เพื่อคุ้มครองสิทธิของเจ้าของข้อมูลและลดความเสี่ยงขององค์กร

- 2) **ความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติ (Natural Disaster Risk)** ความเสี่ยงที่เกิดจากเหตุการณ์รุนแรงทางธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งอาจสร้างผลกระทบต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม และภายใต้ภาวะสภาพอากาศที่ผันผวน ความถี่และความรุนแรงของเหตุการณ์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องวางแผนบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ

ในเดือนพฤศจิกายนปี 2568 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยในจังหวัดสงขลา ส่งผลให้สาขาของบริษัทฯ ต้องปิดดำเนินการชั่วคราว ส่งผลให้บริษัทฯ สูญเสียรายได้ และทรัพย์สินของบริษัทฯ เสียหาย แม้จะมีการจัดทำประกันภัยเพื่อลดความเสี่ยงก็ตาม จากเหตุการณ์ข้างต้นบริษัทฯ ได้พิจารณากำหนดและปรับปรุงแนวทางบริหารความเสี่ยงทั้งแผนรองรับเหตุฉุกเฉิน (Emergency Plan) แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP - Business Continuity Plan) การลงทุนป้องกัน (Risk Mitigation) การถ่ายโอนย้ายความเสี่ยง (Risk Transfer) รวมถึงการนำเหตุการณ์ดังกล่าวมาพิจารณาในการเลือกทำเลในการลงทุนสาขาใหม่ เพื่อบริหารความเสี่ยง และผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

- 3) **ความเสี่ยงผลจากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Adverse Outcomes of AI Technologies)** เนื่องจากปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ในส่วนงานต่าง ๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลต่อธุรกิจ พนักงาน ลูกค้า และสังคม หากไม่มีการกำกับดูแลอย่างเหมาะสม ความเสี่ยงเหล่านี้มักเกิดจากการออกแบบ การใช้งาน หรือการบูรณาการ AI ที่ไม่รอบคอบ โดยเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอาจเป็นด้านความถูกต้องของข้อมูลและผลลัพธ์ (Data & Model Errors) ความเป็นส่วนตัวและข้อมูล (Privacy & Data Security Risk) ด้านความปลอดภัย (Security Risk) การพึ่งพาเทคโนโลยีมากเกินไป (Over reliance on AI) ด้านจริยธรรมการสร้างเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (Ethical Risks) รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย (Regulatory Compliance Risk) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ผิดไปจากความจริง ลดความเชื่อมั่นของลูกค้า มีความเสี่ยงด้านกฎหมาย จากการใช้ข้อมูลไม่ถูกต้อง

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางบริหารความเสี่ยง AI (AI Risk Management) โดยจัดตั้งหน่วยงาน Enterprise Data Analytic and AI (EDAI) ซึ่งมีหน้าที่จัดทำ Policy และ Standard การใช้ AI กำกับดูแล (Governance) ควบคุมข้อมูล (Data Governance) เตรียมความพร้อมบุคลากร (Upskilling) ตรวจสอบและประเมินผลกระทบ (Audit & Monitoring) เพื่อบริหารความเสี่ยง ผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

(นายคุณวุฒิ อรรถพรหมกุล)

ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ประวัติคณะกรรมการบริษัท



**นายอนันต์
อัศวโกคิน**

- ประธานกรรมการ



**นายคุณวุฒิ
ธรรมพรหมกุล**

- ประธานคณะกรรมการบริหาร
- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- กรรมการ



**นายบุญสม
เลิศธีรยวงค์**

- ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ
- กรรมการอิสระ



**นายพร
สุนทรจิตต์เจริญ**

- ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- กรรมการบริหาร
- กรรมการ



**นายระเฑียร
ศรีมงคล**

- กรรมการตรวจสอบ
- กรรมการอิสระ



**พศ.ดร. เกษรา
รัญลักษณ์ภาคย์**

- กรรมการตรวจสอบ
- กรรมการอิสระ



**นายพรวุฒิ
สารสิน**

- กรรมการสรรหา
และกำหนดค่าตอบแทน
- กรรมการอิสระ



**นายอาชวิน
อัศวโกศล**

- กรรมการบริหาร
- กรรมการ



**นางสุวรรณา
พุทธประสาท**

- กรรมการ



**นางสาววริกรณ์
อุดมคุณธรรม**

- กรรมการ



**นายวีรพันธ์
อังสุมาลี**

- กรรมการผู้จัดการ
- กรรมการ

1 นายอนันต์ วิศวโกศล (อายุ 75 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
- ประธานกรรมการ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 8 เม.ย. 2565)
- กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัทฯ ตามที่กำหนดในหนังสือรับรอง

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท MBA มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาโท M.S. Industrial Engineering, Illinois Institute of technology, Chicago, USA
- ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (โยธา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2547 หลักสูตร Director Certification Program (DCP) 52/2547

อาชีพหลัก

- ประธานคณะกรรมการ บมจ.โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 1 แห่ง		
2565 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2556 - 2560	ประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานกรรมการบริหาร	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2548 - 2560	ประธานกรรมการ	บมจ. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2526 - 2560	กรรมการ	บมจ. ควอลิตี้เฮ้าส์



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค), ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์

2 นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล (อายุ 68 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
- ประธานคณะกรรมการบริหาร (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 ม.ค. 2566)
- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 8 เม.ย. 2566)
- กรรมการ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 29 พ.ค. 2544)
- กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัท ตามที่กำหนดในหนังสือรับรอง

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
1.08%	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2561 หลักสูตร IT Governance and Cyber Resilience Program (ITG) 8/2561
- ปี 2544 หลักสูตร Director Certification Program (DCP) 8 / 2544

อาชีพหลัก

- กรรมการ บมจ.โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	ประธานคณะกรรมการบริหาร กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2544 - 2565	กรรมการ กรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการ	
2556 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. แอล เอช ไฟแนนซ์เซียล กรุ๊ป
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 4 แห่ง		
2556 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์
2555 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจ. เมกา โฮม เซ็นเตอร์
2554 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd.
2548 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ

ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค), ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านบริการ, ด้านการบริหารความเสี่ยง

3 นายบุญสม เลิศธีรณรงค์ (อายุ 72 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการอิสระ
- ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 ต.ค. 2557)

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาเอก วิศวกรรมโยธา INSA Toulouse, France
- ปริญญาโท วิศวกรรมโยธา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี วิศวกรรมโยธา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2568 หลักสูตร ESG in the Boardroom: A Practical Guide for Board (ESG) 8/2568
- ปี 2565 หลักสูตร Advanced Audit Committee Program (AACP) 45/2565
- ปี 2562 หลักสูตร Board Matters and Tends (MBT) 7/2562
หลักสูตร Ethical Leadership Program (ELP) 15/2562
- ปี 2559 หลักสูตร Anti-Corruption: The Practical Guide (ACPG) 27/2559
- ปี 2557 หลักสูตร Role of Chairman Program (RCP) 34/2557
- ปี 2556 หลักสูตร Successful Formulation & Execution of Strategy (SFE) 18/2556
- ปี 2555 หลักสูตร Director Certification Program (DCP) 162/2555
หลักสูตร Financial Statements for Directors (FSD) 17/2555
หลักสูตร Audit Committee Program (ACP) 41/2555
หลักสูตร Monitoring Fraud Risk Management (MFM) 8/2555
หลักสูตร Monitoring of the Quality of Financial Reporting (MFR) 16/2555
หลักสูตร Monitoring the Internal Audit Function (MIA) 13/2555
หลักสูตร Monitoring the System of Internal Control and Risk (MIR) 13/2555

หลักสูตรอื่น

- ปี 2557 หลักสูตร Corporate Governance: Effectiveness and Accountability in the Boardroom Kellogg School of Management, Northwestern University
- ปี 2556 หลักสูตรผู้บริหาร ด้านวิทยาการพลังงาน รุ่นที่ 3
- ปี 2549 หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 19

IOD Forum

- ปี 2568 The Evolving Role of Audit Committee in Fostering Trust and Transparency
- ปี 2568 Adapting to Emerging Risks and Evolving Competencies
- ปี 2567 Maximizing Board Effectiveness: The Role of Lead Independent Directors in Thai Business
- ปี 2561 Digital Transformation: A Must for All Companies
- ปี 2560 The Role of Chairman in Leading Strategic Risk Oversight
- ปี 2560 Updated COSO Enterprise Risk Management: Integrating with Strategy and Performance
- ปี 2559 Corporate Governance vs Corporate Performance: Duty or Choice

อาชีพหลัก

- ประธานกรรมการและกรรมการอิสระ บมจ. ควอลิตี้เฮาส์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2 แห่ง		
2557 - ปัจจุบัน	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2558 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และกรรมการอิสระ	บมจ. ควอลิตี้เฮาส์
2555 - 2557	กรรมการ และกรรมการตรวจสอบ	บมจ. ปตท.
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 1 แห่ง		
2553 - ปัจจุบัน	กรรมการและประธานกรรมการบริหารอาคารสถานที่ และระบบสาธารณูปโภค	สมาคมชาชาติไทย
2558 - 2564	อธิการบดี	มหาวิทยาลัยชินวัตร
2558 - 2561	ประธานกรรมการ	สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ
2547 - 2551	รองอธิการบดี	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (กำกับดูแลสำนักงานจัดการทรัพย์สิน)



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ

ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค), ด้านธุรกิจพลังงาน, ภาคอุตสาหกรรม, ด้านสุขภาพ, ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านการกำกับดูแลกิจการ, ด้านการบริหารความเสี่ยง

4 นายพร สุนทรจิตต์เจริญ (อายุ 67 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
- ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 8 เม.ย. 2566)
- คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 มิ.ย. 2558)
- กรรมการบริหาร และกรรมการ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 29 พ.ค. 2544)
- กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัท ตามที่กำหนดในหนังสือรับรอง

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาตรี วิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2554 หลักสูตร Financial Institutions Governance Program (FGP) 2/2554
- ปี 2548 หลักสูตร Director Certification Program (DCP) 53/2548
- ปี 2547 หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) 25/2547

หลักสูตรอื่น

- ปี 2549 หลักสูตรวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.2549)

อาชีพหลัก

- ประธานกรรมการ บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 5 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการบริหาร และกรรมการ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2558 - 2566	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	
2544 - ปัจจุบัน	กรรมการ และกรรมการบริหาร	
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	บมจ. ควอลิตี้เฮ้าส์
2560 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2560 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และประธานกรรมการบริหาร	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2535 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2556 - 2560	กรรมการผู้จัดการ	
2554 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. แอล เอช ไฟแนนซ์เชียล กรุ๊ป
2554 - 2562	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	
2554 - 2560	กรรมการบริหาร	
2537 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. ควอลิตี้คอนสตรัคชันโปรดักส์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 14 แห่ง		
2556 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. หลักทรัพย์ แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2555 - ปัจจุบัน	กรรมการ	Land and Houses USA INC
2548 - ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการบริหาร	บมจ. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2548 - 2561	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	
2548 - 2560	กรรมการ	บจ. ภูเก็ต ฟิวเจอร์ แพลน
2548 - 2560	กรรมการ	บจ. ดับเบิลทรี
2547 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอล เอช แอสเซท
2546 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอล เอช มอลล์
2545 - ปัจจุบัน	กรรมการ	กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ 2
2543 - ปัจจุบัน	กรรมการ	กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ 1
2538 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ นอร์ธอีสต์
2538 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ นอร์ธ
2538 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอล.เอช. เมืองใหม่
2536 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. สยามธานี เรียวเอสเตท
2533 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. สยามธานี พรีเมียมเพอร์ตี
2530 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอตแลนติก เรียวเอสเตท
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอล เอช มอลล์ แอนด์ โฮเทล
2544 - 2559	กรรมการ	บจ. เมืองใหม่ กัททรี



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ

ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค), ภาคการผลิตวัสดุ, ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์

5 นายระเกียรติ ศรีมงคล (อายุ 66 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการอิสระ
- กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 พ.ค. 2566)

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ปริญญาตรี แพทยศาสตรบัณฑิต คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
- ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2552 หลักสูตร Financial Statements Demystified for Director (FDD)
- ปี 2551 หลักสูตร The Role of Chairman Program
- ปี 2544 หลักสูตร Directors Certification Program (DCP)

หลักสูตรอื่น

- ปี 2566 หลักสูตร Orchestrating Winning Performance (OWP) Lausanne สถาบัน International Institute for Management Development (IMD) (26-30 มิถุนายน 2566)
- ปี 2565 หลักสูตร Orchestrating Winning Performance (OWP) Lausanne สถาบัน International Institute for Management Development (IMD) (27 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2565)
- ปี 2553 ประกาศนียบัตร หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยาการตลาดทุน (วตท. รุ่นที่ 11)
- ปี 2551 ปริญญาบัตร หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน (ปรอ. รุ่นที่ 21) วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ
- ปี 2551 หลักสูตรการกำกับดูแลกิจการสำหรับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของรัฐวิสาหกิจและ องค์การมหาชน รุ่นพิเศษ สถาบันพัฒนากรรมการ และผู้บริหารระดับสูงภาครัฐ สถาบันพระปกเกล้า
- ปี 2551 หลักสูตร Economic Leader Forum (ELF) สมาคมเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์
- ปี 2548 ประกาศนียบัตรชั้นสูง หลักสูตรการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยสำหรับนักบริหารระดับสูง (ปปร. รุ่นที่ 9) สถาบันพระปกเกล้า

อาชีพหลัก

- ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอ็กซ์สปริง แคปิตอล จำกัด (มหาชน)



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 4 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2567 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. เอ็กซ์สปริง แคปิตอล
2556 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ ประธานคณะกรรมการลงทุน ประธานคณะกรรมการสรรหาพิจารณาตอบแทน และกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	
2564 - 2567	ประธานกรรมการ	



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
2555 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. บัตรกรุงไทย
2555 - 2566	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	
2552 - ปัจจุบัน	รองประธานกรรมการบริษัท, ประธานกรรมการอิสระ, ประธานกรรมการตรวจสอบ และกรรมการด้านความยั่งยืน และการบริหารความเสี่ยง	บมจ. อินโดรามา เวนเจอร์ส
2561 - 2564	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ รองประธานคณะกรรมการ บริษัท กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และ กรรมการอิสระ	บมจ. ไรมอน แลนด์
2544 - 2554	รองกรรมการผู้จัดการ	ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 4 แห่ง		
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	บจ. เอ็กซ์สปริง ดิจิทัล
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	บจ. บริหารสินทรัพย์ เอ็กซ์สปริง เอ เอ็ม ซี
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	บล. กรุงไทย เอ็กซ์สปริง
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	บล. จัดการกองทุน เอ็กซ์สปริง จำกัด
2564 - 2566	กรรมการ	บจ. กรุงไทยแอดไวซ์เซอร์
2562 - 2564	ประธานกรรมการ	ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
2561 - 2564	ประธานกรรมการ	การยาสูบแห่งประเทศไทย
2560 - 2564	อุปนายกสมาคมฯ	สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
2558 - 2560	กรรมการ	
2556 - 2563	ประธานกรรมการตรวจสอบ กรรมการกำกับดูแลกิจการ กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการอิสระ	บมจ. วันทูวัน คอนแทคส์
2551 - 2553	กรรมการ	บมจ. ทีโอที
2547 - 2555	อนุกรรมการพิจารณาประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ด้านการบริหารจัดการองค์กร ชุดที่ 3 การควบคุม และตรวจสอบภายใน	กระทรวงการคลัง
2544 - 2555	อนุกรรมการจัดทำบันทึกข้อตกลง และประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ	



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ

ภาคอุตสาหกรรม, ด้านสาธารณสุข, ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านบริการ, ด้านการกำกับดูแลกิจการ, ด้านการบริหารความเสี่ยง

6 ผศ.ดร. เกษรา รัญลักษณ์ภาคย์ (อายุ 51 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการอิสระ
- กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 พ.ค. 2566)

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาเอก เศรษฐศาสตร์ Claremont Graduate University, U.S.A. PH.D. (Economics)
- ปริญญาโท เศรษฐศาสตร์ Claremont Graduate University, U.S.A. M.A. (Economics)
- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ University of California, U.S.A., M.B.A. (Finance and Accounting)
- ปริญญาตรี บัญชีการเงิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2548 Director Institution Thailand Program (DCP 59)
- ปี 2548 Director Accreditation Program (DAP) Thailand.

หลักสูตรอื่น

- ปี 2555 หลักสูตรผู้บริหารกระบวนการยุติธรรมระดับสูง - สถาบันพัฒนาข้าราชการฝ่ายการตุลาการศาลยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม (บยส. รุ่นที่16)
- ปี 2553 หลักสูตรการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยสำหรับนักบริหารระดับสูง - วิทยาลัยการเมืองการปกครองสถาบันพระปกเกล้า (ปปร.รุ่นที่14)
- ปี 2552 หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง - สถาบันวิทยาการตลาดทุน (วตท.รุ่นที่8), ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ปี 2548 Certificate in Real Estate Investments and Financing - FAME, International Center for Financial Asset Management and Engineering, Geneva Switzerland
- ปี 2536 Bangkok Bank Student Internship Program - Bangkok Bank, Bangkok, Thailand

อาชีพหลัก

- กรรมการผู้จัดการ บมจ. เสนาดีเวลลอปเม้นท์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 3 แห่ง		
2563 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บมจ. เสนาดีเวลลอปเม้นท์
2557 - ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	
2556 - ปัจจุบัน	กรรมการบริหารความเสี่ยง	
2548 - ปัจจุบัน	กรรมการ/ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2567 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. เซ็น เอกซ์
2565 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	
2564 - ปัจจุบัน	กรรมการ	



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 93 แห่ง		
2568 - ปัจจุบัน	คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดทุน	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2567 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บจก. เสนา กรีน เอนเนอร์ยี
2567 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บจก. เสนา เอชเอชพี
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	สถาบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2566 - ปัจจุบัน	ที่ปรึกษาของศูนย์ปฏิบัติการติดตามการจัดระเบียบพื้นที่ ทำการค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เมโทรบ็อกซ์
	กรรมการ	บจก. เสนา เมโทรบ็อกซ์
	กรรมการ	บจก. เจ.เอส.พี. แอสพลัส
	กรรมการ	บจก. เสนา ชิเซ็น โซลาร์ เอนเนอร์ยี
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 34
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 35
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 36
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 37
	กรรมการ	บจก. เซ็น เอกซ์ ดิจิทัล
2565 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. บ้านพุทธรักษา 2015
	กรรมการ	บจก. เสนา แมเนจเม้นท์ เซอร์วิส
	กรรมการ	บจก. บ้านรินทร์มย์ 2015
	กรรมการ	บจก. บ้านพุทธชาติ 2015
	กรรมการ	บจก. เสนา เจ เอชเอชพี 30
	กรรมการ	บจก. เสนา เจ เอชเอชพี 31
	กรรมการ	บจก. สำเพ็ง 2 พลาซ่า
	กรรมการ	บจก. เสนา เจ พร็อพเพอร์ตี้ 2
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 26
	กรรมการ	บจก. เจริญนครแลนด์
	กรรมการ	บจก. สีนบ้านมงคล
	กรรมการ	บจก. เสนาดีเวลลอปเม้นท์ เอช 27
	กรรมการ	บจก. เอชีอาร์ แมเนจเม้นท์
	กรรมการ	บจก. เซ็น เอกซ์ พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส
	กรรมการ	บจก. เสนา รีฟอเรสท์เทชั่น
	กรรมการ	บจก. เสนา กรีน เอนเนอร์ยี 17
	กรรมการ	บจก. เสนา กรีน เอนเนอร์ยี 18
	กรรมการ	บจก. เสนา กรีน เอนเนอร์ยี 19
	กรรมการ	บจก. เสนา ฟอว์เรสต์ทรี
	กรรมการ	บจก. เสนา กรีน ออโตโมทีฟ
2565 - 2567	ประธานที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์ และงบประมาณ ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการจังหวัด ที่ปรึกษาของคณะกรรมการทบทวนหลักเกณฑ์ การจัดทำงบประมาณรายจ่าย กรรมการ คณะกรรมการร่วมภาครัฐ และเอกชนของกรุงเทพมหานคร (กรอ.กทม.)	กรุงเทพมหานคร

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
	กรรมการ คณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง เงินนอกงบประมาณ	
	กรรมการ คณะกรรมการวิสามัญศึกษาปัญหาการจัดเก็บภาษีและสิ่งปลูกสร้างและแนวทางการเสียภาษีของผู้ถือครองที่ดิน	
	กรรมการ คณะกรรมการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	
	ประธานกรรมการ คณะกรรมการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ การบริหารทรัพย์สิน และการเร่งรัดหนี้ของกรุงเทพมหานคร	
2564 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 18
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 19
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 22
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 23
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 24
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 25
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 27
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 29
	กรรมการ	บจก. เสนาดีเวลลอปเม้นท์ เอช 23
	กรรมการ	บจก. เงินสดใจดี
	กรรมการ	บจก. เสนา ไอเดีย
2564 - 2566	กรรมการสภาและกรรมการบริหาร	มูลนิธิสถาบันวิจัย เพื่อการพัฒนาประเทศ TDR
	กรรมการ	สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
2563 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 16
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 28
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 20
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 17
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 21
	กรรมการจัดการทรัพย์สินผู้ทรงคุณวุฒิ	สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์
	คณะกรรมการจัดการทรัพย์สิน	มหาวิทยาลัย
	กรรมการ คณะกรรมการกำกับและติดตามโครงการตามสัญญาให้สิทธิใช้ประโยชน์โครงการพัฒนาพื้นที่หมอน 21 - 22 (บริเวณห้วยมूसี่แยกสามย่าน)	
	กรรมการ คณะกรรมการกำกับและติดตามโครงการตามสัญญาให้สิทธิใช้ประโยชน์ศูนย์การค้า บริเวณสี่แยกปทุมวัน (อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์)	
2562 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. ทีเค นวกิจ
	กรรมการ	บจก. เซ็น เอกซ์ พร็อพเพอร์ตี้ แมเนจเม้นท์
	กรรมการ	บจก. สมาร์ทดีฟาย โฮม
	กรรมการ	บจก. เสนา วณิช พร็อพเพอร์ตี้
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 15

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
2561 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เสนาดีเวลลอปเม้นท์ เอ 8
	กรรมการ	บจก. เสนาดีเวลลอปเม้นท์ เอ 9
	กรรมการ	บจก. แอควิวท์ เรียลตี้
	กรรมการ	บจก. เสนาเทคโนโลยี โซลูชั่น
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 4
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 5
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 6
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 7
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 8
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 9
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 10
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 11
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 12
	กรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี 14
2560 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เสนาดีเวลลอปเม้นท์ เอ 2
	กรรมการ	บจก. เสนา อันคิว 1
	กรรมการ	บจก. เสนา อันคิว 2
	กรรมการ	บจก. เสนา อันคิว 3
	กรรมการ	บจก. เอสเอ็น กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง
2559 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เสนาดีเวลลอปเม้นท์ เอ 1
	กรรมการ	บจก. เสนา กรีน เอนเนอร์ยี 2
	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะอนุกรรมการคัดเลือกเอกชนดำเนินโครงการพัฒนาอาคารสยามกิตติ์ (Block L)	สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2558 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เสนา กรีน เอนเนอร์ยี
	กรรมการ	บจก. แม็กซ์โซลาร์
	กรรมการ	บจก. บี.กริม เสนา โซลาร์ เพาเวอร์
	กรรมการ	บจก. ทีพีเอส คอมเมอร์เชียล
	กรรมการ	บจก. เสนา กรีน เอนเนอร์ยี 1
	กรรมการ	บจก. เสนา โซลาร์ เอนเนอร์ยี
	กรรมการ	บจก. โซลาร์วา
	ที่ปรึกษา	สมาคมอาคารชุดไทย
2557 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก. เสนาโซลาร์ เอนเนอร์ยี จำกัด
2556 - ปัจจุบัน	อุปนายกฝ่ายวิชาการ	สมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร
	กรรมการ	บจก. แอสไพร์ชั่น วัน จำกัด
2553 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. อีสเทิร์น เสนาดีเวลลอปเม้นท์
	กรรมการ	บจก. พร็อพเพอร์ตี้ เกทเวย์
2548 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เอส.เอ็น.แอสเซ็ท ดีเวลลอปเม้นท์
2542 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.เดอะ เซอร์วิส เรสซิเดนซ์



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ

ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านการกำกับดูแลกิจการ, ด้านการบริหารความเสี่ยง, ด้านธุรกิจพลังงาน

7 นายพรวุฒิ สารสิน (อายุ 66 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการอิสระ
- กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 พ.ค. 2566)

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
0.02%	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ Pepperdine University USA
- ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ Boston University USA

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2548 หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) 45/2548

อาชีพหลัก

- ประธานกรรมการ บมจ. ไทยน้ำทิพย์ คอร์ปอเรชั่น



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 5 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2558 - ปัจจุบัน	กรรมการอิสระ	
2560 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บมจ. บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส
2558 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. ฝ่าจิบ
2552 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. เอฟพี (ไทยแลนด์)
2537 - 2566	กรรมการ และประธานคณะกรรมการตรวจสอบ	บมจ. จุฑาไทยไวร์แอนด์เคเบิล
2537 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 8 แห่ง		
2565 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บมจ. ไทยน้ำทิพย์ คอร์ปอเรชั่น
2557 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. บางกอกกล๊าส
2556 - 2567	ประธานกรรมการ	บจ. ไทยน้ำทิพย์
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย)
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. เด็นโซ่ (ประเทศไทย)
2537 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ไทย เอ็ม-ซี
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. อีซูซุ มอเตอร์ (ประเทศไทย)
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ตรีเพชรอีซูซุเซลส์
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ตรีเพชรอีซูซุลิสซิ่ง



ความรู้และความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS

ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค), ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าจำเป็น), ภาคอุตสาหกรรม, ภาคการผลิตวัสดุ, ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์

8 นายอาชวิน อศวโกดิน (อายุ 50 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
- กรรมการบริหาร (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 8 เม.ย. 2566)
- กรรมการ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 10 เม.ย. 2557)

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี คณะวิศวกรรมอุตสาหการ สาขาวิชาระบบวิทยาศาสตร์และวิศวกรรม (Systems Science and Engineering) University of Pennsylvania USA
- ปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์การเงิน สาขาการเงิน University of Pennsylvania USA

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2557 หลักสูตร Director Certification Program (DCP)

หลักสูตรอื่น

- ใบอนุญาตผู้จัดการกองทุนรวมทั่วไป (Fund Manager License)
- ใบอนุญาตผู้จัดการลงทุนในสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Derivative Fund Manager License)

อาชีพหลัก

- รองกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารสูงสุดด้านการเงิน บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 3 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2557 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2560 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด
2566 - ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ, กรรมการบริหารความเสี่ยง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน, ผู้บริหารสูงสุดด้านการเงิน	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2561 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 12 แห่ง		
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอดแลนด์ก รีเทลเอสเตท
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอลเอช แอสเซท
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. สยามธานี รีเทลเอสเตท
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. สยามธานี พร็อพเพอร์ตี้
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ นอร์ธ

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ นอร์ธอีสต์
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	Land and Houses U.S.A. Inc.
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล แอนด์ เอช แมเนจเม้นท์
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.แอล แอนด์ เอช รีเทลแมเนจเม้นท์
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.แอล แอนด์ เอช โฮเทล แมเนจเม้นท์
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก.แอล เอช มอลล์ แอนด์โฮเทล
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล เอช มอลล์
2561 - 2566	รองกรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บลจ. ไทยพาณิชย์ จำกัด
2554 - 2561	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์และตราสารหนี้ ต่างประเทศ	



ความรู้และความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS

ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค), ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์

9 นางสาวรณาท พุทประสาธ (อายุ 71 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
- กรรมการ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 2 ก.ค. 2546)
- กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัทฯ ตามที่กำหนดในหนังสือรับรอง

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2566 หลักสูตร Director Leadership Certification Program (DLCP) 9/2566
- ปี 2554 หลักสูตร Financial Institutions Governance Program (FGP) 3/2554
- ปี 2550 หลักสูตร Director Certification Program (DCP) 85/2550
- ปี 2547 หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) 29/2547

หลักสูตรอื่น

- ปี 2568 หลักสูตร การให้ความรู้เชิงปฏิบัติการด้านการบริหารความเสี่ยงองค์กร จัดโดย บมจ. ควอลิตี้เ็นส์

อาชีพหลัก

- ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บจ. แอล เอช มอลล์ แอนด์ โฮเทล จำกัด



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 3 แห่ง		
2546 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2561 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. แม่นดาวิน โฮเทล
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการบริหารความเสี่ยง	บมจ. ควอลิตี้เ็นส์
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการพัฒนายั่งยืนและบรรษัทภิบาล	
2543 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2554 - 2560	กรรมการ	บมจ. แอล เอช ไฟแนนซ์เชียล กรุ๊ป
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 16 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บริษัท แอล เอช มอลล์ จำกัด
2566 - 2567	ที่ปรึกษา (สัญญา 1 ปี)	บลจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2564 - 2566	ประธานกรรมการบริหาร	
2560 - 2566	กรรมการ	

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
2560 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล แอนด์ เอช พร็อพเพอร์ตี้
2559 - ปัจจุบัน	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บจก. แอล เอช มอลล์ แอนด์ โฮเทล จำกัด
2559 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. กัสโต้ วิลเลจ
2559 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คาซ่า วิลล์ (ระยอง 2553)
2559 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คาซ่า วิลล์ (ประจวบคีรีขันธ์ 2554)
2559 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คาซ่า วิลล์ (เพชรบุรี 2553)
2556 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. พร็อพเพอร์ตี้ โฮสเทล
2556 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คาซ่า วิลล์ (ชลบุรี 2554)
2555 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เซนเตอร์ พอยต์ ฮอสพิทอลิตี้
2555 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล แอนด์ เอช โฮเทล แมเนจเม้นท์
2551 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล แอนด์ เอช แมเนจเม้นท์
2546 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คาซ่า วิลล์
2546 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คิว.เอช. แมเนจเม้นท์
2543 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คิว.เอช. อินเตอร์เนชั่นแนล
2543 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เดอะ คอนฟีเด้นซ์



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ

ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค), ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านธุรกิจโรงแรม, ศูนย์การค้า, ด้านบริการ, ด้านการบริหารความเสี่ยง

10 นางสาววิภรณ์ อุดมคุณธรรม (อายุ 52 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
- กรรมการ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 พ.ค. 2566)

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
0.06%	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท MBA Columbia University, USA
- ปริญญาตรี Bachelor Degree in Business Administration, Major Finance & Marketing, Assumption University, Thailand

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2557 หลักสูตร Directors Certification Program (DCP)

หลักสูตรอื่น

- ปี 2560 หลักสูตร FSD (Financial Statement for Directors)
- ปี 2559 หลักสูตร FBG (Family Business Governance)

อาชีพหลัก

- ประธานกรรมการบริหารและกรรมการบริษัท วาลันที กรุ๊ป จำกัด



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 1 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 4 แห่ง		
2563 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท แร่ เบฟเวอเรจ จำกัด
2559 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท อีลิเซียนโฮเทล แมเนจเม้นท์ จำกัด
2555 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท วาลันที กรุ๊ป จำกัด
2544 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บริษัท แอคทีฟ เนชั่น จำกัด



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ

ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านบริการ,ด้านธุรกิจโรงแรม, ด้านภาคอุตสาหกรรม,ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค)

11 นายวีรพันธ์ อังสุมาลี (อายุ 63 ปี)

ประเภทของกรรมการ

- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร
- กรรมการผู้จัดการ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 ม.ค. 2566)
- กรรมการ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 ก.พ. 2562)
- กรรมการผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัทฯ ตามที่กำหนดในหนังสือรับรอง

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
0.04%	ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท วิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT)
- ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2562 หลักสูตร Director Certification Program (DCP) 272/2562 Absolute Alliances
- ปี 2563 หลักสูตร Digital Business Solution Summit 2020

สถาบันวิทยากรตลาดทุน (CMA)

- ปี 2562 หลักสูตร ผู้บริหารระดับสูง 29/2562

สมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

- ปี 2562 หลักสูตร Chief Transformation Officer (CTO)

อาชีพหลัก

- กรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 1 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2562 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2559 - 2566	รองกรรมการผู้จัดการ	
2550 - 2559	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มปฏิบัติการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ	
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 3 แห่ง		
2562 - ปัจจุบัน	กรรมการ	Home Product Center (Malaysia), Sdn Bhd.
2561 - ปัจจุบัน	กรรมการ และกรรมการผู้จัดการ	บจ. เมกา โฮม เซ็นเตอร์
2556 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์
2544 - 2548	กรรมการ	บจ. ไอที วัน



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ

ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภค/บริโภค), ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ, ด้านบริการ, ด้านการบริหารความเสี่ยง

ประวัติคณะผู้บริหาร

1 *นายชัยยุทธ กรณียโสภณ (อายุ 67 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับไฮมโปร: 1 ก.ค. 2550
- รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจบริการ และ Supply Chain Management
- กรรมการผู้จัดการ บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.02%	0.001%

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี การเงิน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2562 - ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ บมจ. ไฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2550 - 2562	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. ไฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

*หมายเหตุ: เกษียณอายุงานตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และต่ออายุงาน โดยดำรงตำแหน่งที่ปรึกษา

2 นายวศินญญ วิสุทธิโกศล (อายุ 61 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับไฮมโปร: 1 เม.ย. 2537
- รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจต่างประเทศ
- กรรมการผู้จัดการ บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ
- กรรมการผู้จัดการ Home Product Center (Malaysia) Sdn Bhd

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.08%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย Georgia State ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2562 - ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ บมจ. ไฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2545 - 2562	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. ไฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

3 นางสาววรรณิ จันทามงคล (อายุ 61 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับไฮมโปร: 16 มี.ค. 2548
- รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
- เลขานุการบริษัท

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.09%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาตรี การบัญชี ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- 2568 - TLCA CFO Professional Development Program (TLCA CFO CPD) ครั้งที่ 7/2025 หัวข้อ มาตรฐานการรายงานทางการเงินเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน IFRS S1 / IFRS S2
- TLCA CFO CPD ครั้งที่ 3/2025 หัวข้อ Update! มาตรฐานบัญชีที่มีผลบังคับใช้ในอนาคต (IFRS 18 IFRS 19)
- 2567 - หลักสูตร CFO Refresher Course หัวข้อ “ประเด็นด้าน Generative AI ที่ส่งผลกระทบต่อการเงินและการบัญชี ของบริษัทจดทะเบียน” โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2566 - TLCA CFO CPD
- 1) What's the Future of the CFO roles
 - 2) RPA in Finance IOD training The Business Case and Ethics of AI
- 2565 - โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 3/2565 จากศูนย์ส่งเสริม การพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2564 - โครงการพัฒนาวิชาชีพเลขานุการบริษัท โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
- โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 2/2564 จากศูนย์ส่งเสริม การพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2563 - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้า และการพาณิชย์ (TEPCoT) รุ่นที่ 13
- Advance for Corporate Secretary Program โดยสถาบันส่งเสริมกรรมการไทย
- 2562 เข้าร่วมการอบรมที่ดำเนินการโดยสมาคมบริษัทจดทะเบียน ได้แก่
- The CFO's role in stakeholder communications
 - Automation & RPA (Robot Process Automation) for Accounting
 - นโยบายของสำนักงาน ก.ล.ต. ในการพัฒนาตลาดทุน และการสนับสนุนการทำงานของบริษัทจดทะเบียน
- 2560 หลักสูตร Director Accreditation Program class 140/2017
- 2559 หลักสูตรสถาบันวิทยากรตลาดหุ้นที่ 22
- 2558 หลักสูตร Strategic CFO รุ่นที่ 1 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2551 หลักสูตรกฎหมายและระเบียบปฏิบัติสำหรับเลขานุการบริษัท ตามกฎหมายหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2548 หลักสูตร Company Secretary Program โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2564 - ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2551 - ปัจจุบัน	เลขานุการบริษัท บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2548 - 2563	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

4 นางอุไรวรรณ ตันติพิริยะกิจ (อายุ 56 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ส.ค. 2544
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการ

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.01%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท การเงิน มหาวิทยาลัย Kennesaw State ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2562 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2551 - 2561	ผู้จัดการเขต บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

5 นายวิเชียร เจียมวิจิตรกุล (อายุ 61 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ส.ค. 2563
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงาน Enterprise Data Analytics & AI

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.001%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2563 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2558 - 2563	ที่ปรึกษาอิสระ
2557 - 2559	ผู้อำนวยการ บจก.เอสซีจี ซิเมนต์-ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง

6 นายวิเชียร เจียมวิจิตรกุล (อายุ 49 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ส.ค. 2551
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Kitchen and Home Living

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.002%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี ประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2563 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2559 - 2563	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

7 *นางสาวสมใจ มธุรส (อายุ 65 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 ม.ค. 2544
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - สำนักกรรมการผู้จัดการ

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.003%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2562 - 2568	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2558 - 2562	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

*หมายเหตุ: เกษียณอายุงานตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2568

8 *นายธนวัฒน์ คลังสุนทรรังษี (อายุ 58 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ต.ค. 2537
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Ceramic & Bathroom

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.01%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2561 - 2568	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
2546 - 2561	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์

*หมายเหตุ: เกษียณอายุงานตั้งแต่วันที่ 31 ตุลาคม 2568

9 นายธีระพงศ์ สัมพันธ์ (อายุ 52 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 17 มี.ค. 2557
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Construction

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.002%	0.0001%

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจและการตลาด NIDA
ปริญญาตรี บริหารธุรกิจและการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2563 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มจัดซื้อ Construction บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
2557 - 2563	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มจัดซื้อ Mega Home บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์

10 นายแสงศักดิ์ สรทิจ (อายุ 49 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.ค. 2566
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Hardline & Water Solutions

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.001%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท การตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปริญญาตรี การตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2566 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
2547 - 2566	รองผู้อำนวยการฝ่าย บจก. เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม

11 นางสาวอัญพร ศรีสุขวัฒน์ (อายุ 54 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.ค. 2546
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ -
กลุ่มจัดซื้อ Furniture Outdoor Living & Leisure

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.001%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2558 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
2553 - 2557	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์

12 นางนงรัตน์ ฉัตรรัตนพงศ์ (อายุ 58 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.ค. 2566
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มสรรหาและพัฒนาสินค้า Private Brand

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.0001%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ การเงินการธนาคาร มหาวิทยาลัยพายัพ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2566 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2554 - 2566	รองผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อ สินค้าตราห้างแมคโคร บมจ. แมคโคร

13 นางอภิรดี ทวีลาภ (อายุ 54 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 เม.ย. 2557
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Digital Business & Merchandise Center

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.003%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย Colorado State
ประเทศสหรัฐอเมริกา
ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2557 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2555 - 2556	ผู้จัดการอาวุโส บจก. เอกชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม

14 *นางสุรางคณา ฉายประสาธ (อายุ 55 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 มิ.ย. 2551
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Customer Experience

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.003%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี เทคโนโลยีการผลิตพืช
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2560 - 2568	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2551 - 2560	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

*หมายเหตุ: เกษียณอายุงานตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2568

15 นางสาวสุดากา ชะมด (อายุ 52 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.ค. 2555
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายเทคโนโลยี
- ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศ

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.003%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย
ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2555 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2542 - 2555	ผู้จัดการอาวุโส บจก. เอกชนเซอร์วิสเซิล

16 *นางสาวมนพัทธ์ พงษ์ปรีดาจิต (อายุ 57 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 พ.ค. 2547
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Home Service

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.002%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

มัธยมปลาย ศิลป์ฝรั่งเศส โรงเรียนวัดนายโรง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2560 - 2568	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2547 - 2560	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

*หมายเหตุ: เกษียณอายุงานตั้งแต่วันที่ 31 ตุลาคม 2568

17 นางสาวสันนิภา สว่างพิน (อายุ 56 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.พ. 2557
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ -
กลุ่ม Supply Chain Management

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.003%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บัณฑิต Griffith University, Australia

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2557 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2540 - 2556	ผู้จัดการอาวุโส บจก. เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม

18 นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์ (อายุ 58 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ส.ค. 2549
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มบัญชีและการเงิน

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.01%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- 2568 - หลักสูตร CFO Annual Conference on Capital Markets โดย สมาชิวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์
- หลักสูตร Case ที่พบจากการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชี ข้อผิดพลาดจากการจัดทำบัญชีที่นักบัญชีต้องไม่พลาด โดย บริษัทฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
- หลักสูตร Upgrade ความรู้และ Skill ที่นักบัญชีต้องทราบ เพิ่มมูลค่าในงานบัญชี สำหรับนักบัญชียุคใหม่ โดย บริษัทฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
- 2567 - หลักสูตรแนวปฏิบัติการจัดทำบัญชีลูกหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
- หลักสูตร ความรับผิดชอบของผู้ทำบัญชี และการจัดทำบัญชี ให้สอดคล้องตามมาตรฐานการบัญชีที่สำคัญ โดยบริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
- 2566 - หลักสูตรเทคนิคการสอบทานงานทางบัญชีเพื่อจัดทำงบการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- หลักสูตร Case การบันทึกบัญชีของ TAS16 ,TAS2 และ TAS 23 ให้ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชี
- 2565 - หลักสูตรประเด็นปัญหาเอกสารรับ-จ่ายเงินทางบัญชี และการบันทึกบัญชีเกี่ยวกับผลกระทบที่กิจการได้รับจากสถานะเศรษฐกิจในปี 2565 โดยบริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2563 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2549 - 2563	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

19 นายรักพงศ์ อรุณวัฒนา (อายุ 51 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 พ.ค. 2544
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ -
กลุ่มนักลงทุนสัมพันธ์ กลุ่มยุทธ์ และความยั่งยืนองค์กร

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.002%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท MBA มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปริญญาตรี บัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2563 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2557 - 2563	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

20 นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์ (อายุ 60 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 มี.ค. 2540
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ -
กลุ่มงานทรัพยากรบุคคลและธุรกิจพลังงาน

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.05%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2553 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2548 - 2553	ผู้จัดการทั่วไป สำนักตรวจสอบภายใน บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

21 นายวรา ปัทมาลัย (อายุ 48 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 เม.ย. 2567
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ -
กลุ่มงานบริหารศูนย์กระจายสินค้า

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.0004%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท Global Logistics & Transport,
Victoria University (Australia)
ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมเครื่องกล
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน)

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2567 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2556 - 2567	รองผู้อำนวยการ ศูนย์กระจายสินค้า Lotus's บจก. เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม

22 นายสรรเสริญ เรืองสอน (อายุ 58 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 พ.ย. 2537
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานบริหารกลาง

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.001%	0.00004%

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี บริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2568 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2550 - 2567	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

23 นายชาญชัย ชัยการกิจ (อายุ 50 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 มี.ค. 2542
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงาน B2B

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.002%	0.0002%

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

Mini MBA, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Mini MBA, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคนครนายก

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2568 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2559 - 2568	ผู้จัดการเขตบริหารกลุ่มสินค้า 4 บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

24 นายเกมกัย ฮาพา (อายุ 52 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 พ.ค. 2543
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ -
กลุ่มปฏิบัติการและบริหารกลุ่มสินค้า Mega Home

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.001%	0.0001%

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปริญญาตรี จิตวิทยาและการแนะแนว ราชภัฏอุดรดิตถ์

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2568 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2563 - 2568	ผู้จัดการเขต 1 Mega Home บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

25 นายณัฐวัฒน์ ทองอินทรช (อายุ 54 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 มี.ค. 2545
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ -
กลุ่มปฏิบัติการและบริหารกลุ่มสินค้า HomePro

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.001%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2568 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2550 - 2567	ผู้จัดการเขต บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

26 นายอรรถกษ เกษมวิธสานต์ (อายุ 56 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 พ.ค. 2548
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานพัฒนาธุรกิจ

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.001%	0.000001%

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท วิศวกรรมโยธา (บริหารงานก่อสร้าง)
มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี
ปริญญาตรี วิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2568 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2558 - 2567	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

27 นายธีรพล รอดเอื้อย (อายุ 46 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 มิ.ย. 2548
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดส่งและติดตั้ง

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
0.001%	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ไฟฟ้า มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2568 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2562 - 2567	ผู้จัดการทั่วไป บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

28 นายอาทพ พันธุ์กัญวัฒน์ (อายุ 43 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 พ.ค. 2568
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อ Home Electric

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท International Business The University of Melbourne
ปริญญาตรี Finance Assumption University

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2568 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2556 - 2568	Senior Trade Planning บมจ. ซีพี แอ็กซ์ตรา

29 นางสาวคณิงหา แซ่ตัน (อายุ 52 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.ย. 2568
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อ Ceramic & Bathroom

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
ไม่มี	ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท สาขาการตลาด มหาวิทยาลัย รามคำแหง
ปริญญาตรี สาขาการตลาด มหาวิทยาลัย รามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2568 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2566 - 2568	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์
2563 - 2566	ผู้จัดการทั่วไป บจ. ซีอาร์ซี ไทวัลด์

สรุปข้อมูลทางการเงิน

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	งบการเงินรวม			งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	2566	2567	2568	2566	2567	2568
สินทรัพย์รวม	69,047.89	69,664.87	70,648.48	66,839.83	67,373.14	68,564.49
หนี้สินรวม	43,489.10	42,862.43	44,551.25	43,080.28	41,954.99	43,747.16
ส่วนของผู้ถือหุ้น	25,558.78	26,802.44	26,097.22	23,759.55	25,418.16	24,817.33
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	68,283.31	67,952.02	65,955.18	67,042.95	66,734.10	64,835.26
รายได้รวม	72,821.77	72,576.52	70,569.77	71,734.23	72,004.23	69,762.93
กำไรสุทธิ	6,441.56	6,503.55	6,011.39	6,174.97	6,934.41	6,117.35
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.49	0.49	0.46	0.47	0.53	0.47
มูลค่าปันผลต่อหุ้น (บาท)*	0.40	0.43	0.38	0.40	0.43	0.38
หุ้นสามัญที่ออกชำระแล้ว (ล้านหุ้น)	13,151.20	13,151.20	13,151.20	13,151.20	13,151.20	13,151.20
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	9,792.49	10,153.21	9,337.05	9,689.42	9,917.47	9,247.38
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(5,244.55)	(3,691.31)	(4,330.63)	(5,017.49)	(2,967.70)	(3,903.09)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(3,535.84)	(7,339.30)	(6,074.05)	(3,959.18)	(7,664.24)	(6,434.57)
เงินสดและรายการเทียบเท่า						
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	1,008.38	(874.95)	(1,065.73)	712.75	(714.47)	1,090.28

หมายเหตุ:
 สำหรับผลประกอบการปี 2568: จ่ายเงินปันผลรวม 0.38 บาทต่อหุ้น แบ่งเป็นเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับงวด 6 เดือนแรก 0.16 บาทต่อหุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2568 และเงินปันผลสำหรับงวด 6 เดือนหลัง 0.22 บาทต่อหุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2569 เพื่อเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569

อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ณ วันที่			
	31 ส.ค. 66	31 ส.ค. 67	31 ส.ค. 68	
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)				
อัตราส่วนสภาพคล่อง ¹	(เท่า)	0.96	0.87	0.73
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ²	(เท่า)	0.29	0.22	0.16
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด ³	(เท่า)	0.41	0.41	0.33
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า ⁴	(เท่า)	201.36	244.98	271.96
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย ⁵	(วัน)	1.00	1.00	1.00
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ ⁶	(เท่า)	3.63	3.45	3.21
ระยะเวลายขายสินค้าเฉลี่ย ⁷	(วัน)	100.00	106.00	113.00
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ ⁸	(เท่า)	3.86	3.85	3.71
ระยะเวลารับหนี้ ⁹	(วัน)	94.00	95.00	98.00
Cash cycle ¹⁰	(วัน)	7.00	12.00	16.00

รายการ	ณ วันที่			
	31 ธ.ค. 66	31 ธ.ค. 67	31 ธ.ค. 68	
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)				
อัตรากำไรขั้นต้น ¹¹	(%)	26.60	26.82	26.71
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน ¹²	(%)	12.47	12.79	12.28
อัตรารายได้อื่นต่อรายได้รวม ¹³	(%)	6.23	6.37	6.54
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร ¹⁴	(%)	115.01	116.83	115.28
อัตรากำไรสุทธิต่อรายได้รวม ¹⁵	(%)	8.85	8.96	8.52
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ¹⁶	(%)	25.87	24.84	22.73
อัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุน ¹⁷	(%)	15.51	15.40	13.69
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio)				
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ¹⁸	(%)	9.60	9.38	8.57
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร ¹⁹	(%)	21.90	21.51	20.10
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ ²⁰	(เท่า)	1.09	1.05	1.01
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratio)				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ²¹	(เท่า)	1.70	1.60	1.71
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย ²²	(เท่า)	21.05	17.79	16.43
อัตราส่วนหนี้สินที่มีการะดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย ²³	(เท่า)	1.49	1.36	1.58
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน ²⁴	(เท่า)	1.97	1.52	0.92
อัตราการจ่ายเงินปันผล ²⁵	(%)	85.19	81.55	81.69

หมายเหตุ: อัตราการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2568 ขึ้นอยู่กับการลงมติในที่ประชุมผู้ถือหุ้นปี 2569

- อัตราส่วนสภาพคล่อง = สินทรัพย์หมุนเวียนรวม / หนี้สินหมุนเวียนรวม
- อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว = (เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด + ลูกหนี้การค้า) / หนี้สินหมุนเวียนรวม
- อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด = เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน / หนี้สินหมุนเวียนถัวเฉลี่ย
- อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า = รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า / ลูกหนี้การค้าถัวเฉลี่ย
- ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า
- อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ = ต้นทุนขาย / สินค้าคงเหลือถัวเฉลี่ย
- ระยะเวลายาวสินค้าเฉลี่ย = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ
- อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ = ต้นทุนขาย / เจ้าหนี้การค้าถัวเฉลี่ย
- ระยะเวลารับหนี้ = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้
- Cash Cycle = ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย + ระยะเวลายาวสินค้าเฉลี่ย - ระยะเวลารับหนี้
- อัตรากำไรขั้นต้น = กำไรขั้นต้น / รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน = กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ / รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า
- อัตรารายได้อื่นต่อรายได้รวม = รายได้อื่น / รายได้รวม
- อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร = กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน / กำไรจากการดำเนินงาน
- อัตรากำไรสุทธิ = กำไรสุทธิ / รายได้รวม
- อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น = กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้นถัวเฉลี่ย
- อัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุน = กำไรจากการดำเนินงานสุทธิหลังหักภาษี / เงินลงทุน
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ = กำไรสุทธิ / สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร = (กำไรสุทธิ + ค่าเสื่อมราคา) / สินทรัพย์ถาวรสุทธิถัวเฉลี่ย
- อัตราการหมุนของสินทรัพย์ = รายได้รวม / สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย
- อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย = กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย / ดอกเบี้ยจ่าย
- อัตราส่วนหนี้สินที่มีการดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย = หนี้สินทั้งหมดที่มีการดอกเบี้ย / กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย
- อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน = กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย / หนี้สินระยะสั้นที่มีการดอกเบี้ย + หนี้สินระยะยาวที่มีการดอกเบี้ยที่ครบกำหนดภายใน 1 ปี
- อัตราการจ่ายเงินปันผล = การจ่ายปันผล / กำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการ

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร

วิสัยทัศน์



เป็นผู้นำในธุรกิจ **Home Solution and Living Experience**
ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

พันธกิจ

เราจะเสนอสินค้าและบริการ
ที่สามารถตอบสนองความต้องการ
สร้างความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้าได้
อย่างคุ้มค่าและเพียงพอ



เราจะบริหารงานตาม
หลักธรรมาภิบาล พร้อมทั้งมี
ส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อและ
สร้างความสัมพันธ์ที่ดี ต่อสังคม
ชุมชน และสิ่งแวดล้อม



เราจะให้ความสำคัญใน
การพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพ
และประสิทธิภาพในการทำงาน
ประพฤติปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร
รวมทั้งส่งเสริมให้บุคลากร
มีคุณภาพชีวิตที่ดี
มีความผูกพันต่อองค์กร



เราจะแสวงหาโอกาสใหม่
ทางธุรกิจเพื่ออนาคต
และสร้างมูลค่าเพิ่ม
ที่เหมาะสมแก่
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



เราจะร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจใน
การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมของ
สินค้าและบริการ พร้อมทั้งเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการบริหาร
จัดการเพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกัน



ค่านิยมองค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปลูกฝังค่านิยมที่แข็งแกร่งในองค์กร โดยมีการกำหนดค่านิยมในองค์กรสำหรับพนักงานโฮมโปรทุกคน (HomePro Core Value) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติตน และเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยมุ่งหวังให้ค่านิยมดังกล่าว สอดแทรกอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตของทุกคน จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตประจำวัน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งผลักดันสินค้าและบริการที่ดีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับลูกค้า มีการริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆ และปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้านเพื่อให้บริษัทฯ สามารถพัฒนา และก้าวต่อไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยปัจจุบัน HomePro Core Value มี 4 ประการได้แก่

1

Stay Focus Until Success

มุ่งมั่นจนสำเร็จ



มุ่งมั่นลงลึกในงานอย่างเต็มกำลังและต่อเนื่องจนกระทั่งเป้าหมายสำเร็จ

2

Embrace Speed & Agility

ปรับตัวเร็ว สร้างโอกาสใหม่



ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างทันก่วงด้วยการเรียนรู้ พัฒนา และมองหาโอกาสร่วมงานกับพันธมิตรเพื่อความยั่งยืน

3

Make Customer Success

ส่งมอบความสำเร็จให้กับลูกค้า



เข้าถึงความต้องการของลูกค้าและนำเสนอสินค้าและบริการที่ช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จ

4

Collaborate As One HomePro

เป้าหมายเดียวกัน วันโฮมโปร



ประสานความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกทีมโดยยึดเป้าหมายของบริษัทร่วมกัน

โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจ Home Solution and Living Experience ทั้งในระดับประเทศและภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) อย่างครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการคัดสรรสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ไปจนถึงการส่งมอบบริการที่ได้มาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายใต้แนวคิด “One Stop Shopping” อย่างแท้จริง โดยบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผ่านรูปแบบสาขาที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงลูกค้าหลายกลุ่ม ประกอบด้วย “โฮมโปร (HomePro)” ซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่นำเสนอสินค้าและบริการเรื่องบ้านอย่างครบวงจร “โฮมโปร เอส (HomePro S)” สาขาขนาดเล็กที่เน้นความสะดวกคล่องตัวในพื้นที่ห่างสรรพสินค้า และ “เมกาโฮม (Mega Home)” ศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มช่างและผู้รับเหมาโดยเฉพาะ

ท่ามกลางความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภค บริษัทฯ ได้ขับเคลื่อนองค์กรผ่านกลยุทธ์หลักที่สำคัญ อาทิ การสร้างระบบนิเวศการซื้อขายแบบ Omni-Channel ที่แข็งแกร่ง เพื่อผสานประสบการณ์ระหว่างหน้าสาขาและแพลตฟอร์มออนไลน์เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ (Seamless Experience) พร้อมเสริมสร้างความเชื่อมั่นผ่านบริการ “ช่างโฮมโปร” โดยทีมผู้เชี่ยวชาญที่พร้อมส่งมอบคำปรึกษาเรื่องบ้านอย่างมืออาชีพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการขยายสาขานบนพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง โดยเฉพาะการพัฒนาสาขาในรูปแบบ “ไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store)” ซึ่งเป็นการผสานศักยภาพของโฮมโปรและเมกาโฮมไว้บนพื้นที่เดียวกัน

เพื่อส่งมอบประสบการณ์การซื้อสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ทั้งกลุ่มเจ้าของบ้านและกลุ่มช่างผู้รับเหมาอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนและการใช้ทรัพยากรส่วนกลางร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Cost Optimization) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการดำเนินงานบนรากฐานของความยั่งยืนภายใต้หลักการ ESG (Environmental, Social, and Governance) โดยบูรณาการแนวคิดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเข้ากับกระบวนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การสนับสนุนสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการพลังงานสะอาดในสาขา ไปจนถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันและผลักดันให้องค์กรเติบโตไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมั่นคงในระยะยาว

สำหรับธุรกิจ在不同ประเทศ บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจในรูปแบบ “โฮมโปร” โดยเริ่มต้นที่มาเลเซียเป็นประเทศแรก และในส่วนของบริษัทที่เวียดนามซึ่งเริ่มจากการทดสอบตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ (E-marketplace) ตั้งแต่ปี 2563 นั้น บริษัทฯ ได้มีการติดตามและประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างใกล้ชิด และพบว่าสภาวะตลาดรวมถึงรูปแบบการลงทุนในปัจจุบันยังไม่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว บริษัทฯ จึงได้ตัดสินใจยุติการดำเนินงานของบริษัทย่อยในประเทศเวียดนาม โดยปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการยกเลิกกิจการและชำระบัญชีตามระเบียบข้อบังคับ



การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ปี 2566



บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องผ่านการเปิดสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 11 แห่ง แบ่งเป็น โฮมโปร 2 แห่ง (รวมการเปิดสาขาใหม่ในทำเลศักยภาพย่านบางบัวทอง และการเปิดสาขาทดแทนที่ซีคอนบางแค) และเมกาโฮม 8 แห่ง เพื่อเจาะกลุ่มตลาดวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ต่าง ๆ ได้แก่ รัตนาธิเบศร์, บางพลี, ดิوانนท์ นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง และทุ่งสง นอกจากนี้ ยังได้เปิดสาขาในรูปแบบไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store) เพิ่มอีก 1 แห่ง ที่ภูเก็ต (เจ้าฟ้า)

ณ สิ้นปี 2566 บริษัทฯ มีสาขาภายใต้การบริหารจัดการรวมทั้งสิ้น 126 สาขา ประกอบด้วย โฮมโปร 87 สาขา, โฮมโปรเอส 5 สาขา, เมกาโฮม 25 สาขา, ไฮบริดสโตร์ 2 สาขา และโฮมโปรในประเทศมาเลเซีย 7 สาขา ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงขยายฐานธุรกิจในประเทศเวียดนามผ่านช่องทาง E-marketplace เพื่อศึกษาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

ปี 2567



บริษัทฯ เร่งขับเคลื่อนกลยุทธ์ “Hybrid Store” อย่างเต็มรูปแบบ ผ่านการเปิดสาขาโฮมโปรและเมกาโฮมร่วมกันบนพื้นที่เดียวกันเพื่อสร้าง Synergy ทางธุรกิจ พร้อมทั้งเสริมสร้างโอกาสในการขายสินค้าและบริหารจัดการต้นทุน (Cost Optimization) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปีนี้ได้เปิดสาขาไฮบริดสโตร์ใหม่รวม 5 แห่ง (หนองคาย, ระยอง(ทับมา), แม่สอด, อุดรธานี และศรีราชา) นอกจากนี้ ยังมีการขยายสาขาโฮมโปรเพิ่มเติมอีก 3 แห่ง (ลำพูน, เชียงใหม่ (กาดรวมโชค) และภูเก็ต(เชิงทะเล)) ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ปิดสาขาโฮมโปรที่รัตนาธิเบศร์เนื่องจากสิ้นสุดสัญญาเช่า และได้เปิดสาขาใหม่ในบริเวณใกล้เคียงที่มีพื้นที่กว้างขวางขึ้นเพื่อรองรับการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น

สำหรับการดำเนินงานในประเทศเวียดนาม ภายหลังจากการทดสอบตลาดออนไลน์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค บริษัทฯ ได้พิจารณายุติการดำเนินงานของบริษัทย่อยเพื่อให้สอดคล้องกับแผนการจัดสรรทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ โดยปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการชำระบัญชี ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2567 บริษัทฯ มีสาขาภายใต้การบริหารจัดการรวมทั้งสิ้น 129 สาขา ประกอบด้วย โฮมโปร 87 สาขา, โฮมโปรเอส 5 สาขา, เมกาโฮม 23 สาขา, ไฮบริดสโตร์ 7 สาขา และโฮมโปรในประเทศมาเลเซีย 7 สาขา

ปี 2568



บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่โดยมีการเปิดสาขาใหม่รวมทั้งสิ้น 10 แห่ง แบ่งเป็น โฮมโปร 2 แห่ง (สาขาพะงันและสาขาแหลมฉบัง), เมกาโฮม 1 แห่ง (สาขาเวียงสระ) และมุ่งเน้นการขยายสาขารูปแบบไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store) เพิ่มขึ้นรวม 7 แห่ง (สาขาบ่อวิน, แม่สาย, บางนา-ตราด, พุทธมณฑลสาย 4, อรัญประเทศ, เชียงราย และลำลูกกา) ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการปิดสาขาโฮมโปรเอส มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่ เนื่องจากสิ้นสุดสัญญาเช่า

ณ สิ้นปี 2568 บริษัทฯ มีสาขารวมทั้งสิ้น 133 สาขา ประกอบด้วย โฮมโปร 87 สาขา, โฮมโปรเอส 4 สาขา, เมกาโฮม 21 สาขา, ไฮบริดสโตร์ 14 สาขา และโฮมโปรประเทศมาเลเซีย 7 สาขา ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพการเติบโตของธุรกิจที่แข็งแกร่งและความพร้อมในการรองรับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงทุกภูมิภาค

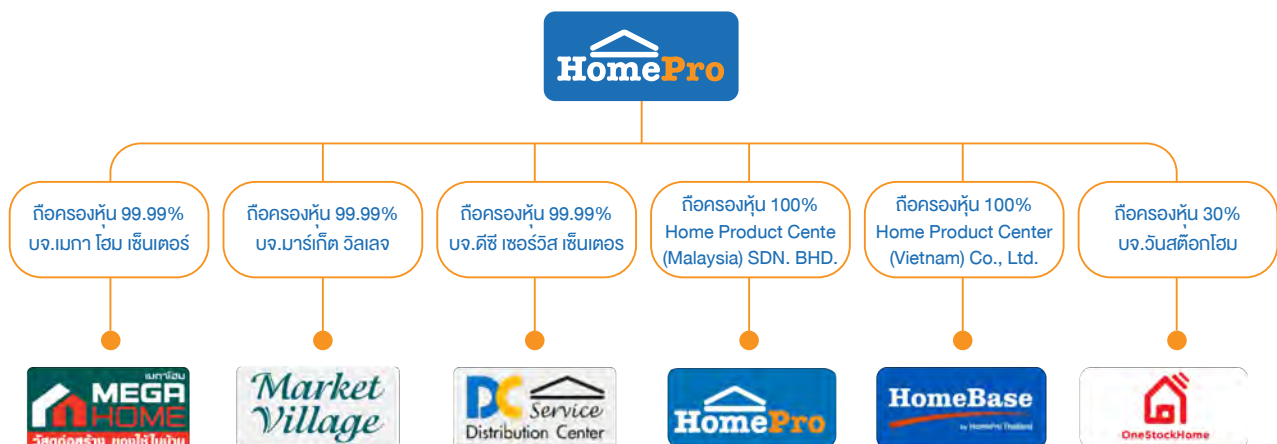
ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2538 ภายใต้การร่วมลงทุนของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าและบริการเกี่ยวกับบ้านอย่างครบวงจร ต่อมาบริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2544 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 150 ล้านบาท ก่อนจะเข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2544



โครงสร้างบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โครงสร้างการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทฯ มีรายละเอียดดังนี้:



หมายเหตุ: สำหรับ Home Product Center (Vietnam) Company Limited บริษัทฯ ได้ยุติการดำเนินการตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2567 เป็นต้นไป โดยปัจจุบันอยู่ในกระบวนการชำระบัญชีตามขั้นตอนของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่ง และปรับปรุงที่อยู่อาศัยอย่างครบวงจรภายใต้แนวคิด “One Stop Shopping” โดยมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าผ่านเครื่องหมายการค้า “โฮมโปร” (HomePro) เพื่อรองรับกลุ่มเจ้าของบ้าน และ “เมกาโฮม” (Mega Home) เพื่อรองรับกลุ่มช่างและผู้รับเหมา โดยโครงสร้างธุรกิจหลักประกอบด้วย:

1. ธุรกิจค้าปลีกสินค้าและบริการ

1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ (Merchandise Category): แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

- กลุ่มสินค้า Hard Line: ครอบคลุมวัสดุก่อสร้าง อุปกรณ์ปรับปรุงบ้าน สีสัน อุปกรณ์ห้องน้ำและสุขภัณฑ์ เครื่องครัว และเครื่องใช้ไฟฟ้า
- กลุ่มสินค้า Soft Line: ครอบคลุมสินค้าตกแต่งบ้าน อาทิ เครื่องนอน พรม ผ้าม่าน เฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้านทั่วไป

1.2 การบริการที่เกี่ยวข้อง (Chang HomePro/ซีอเดิม Home Service):

ภายใต้แนวคิด One Stop Shopping บริษัทฯ มุ่งมั่นมอบประสบการณ์การดูแลเรื่องบ้านอย่างครบวงจรผ่านทีมช่างผู้เชี่ยวชาญจาก “Chang HomePro” ซึ่งลูกค้าสามารถนัดหมายและเข้าถึงบริการได้สะดวกผ่านหลากหลายช่องทาง ทั้งที่หน้าสาขา Call Center 1284 แอปพลิเคชัน Chang HomePro และ Line Official โดยครอบคลุมการให้บริการดังนี้:

- Installation Service: บริการติดตั้งและย้ายจุดอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในบ้าน พร้อมการแก้ปัญหาหน้างานอย่างมืออาชีพ
- Maintenance Service: บริการตรวจเช็ค ทำความสะอาด และบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกประเภท เพื่อยืดอายุการใช้งานและประสิทธิภาพสูงสุด
- Cleaning Service: บริการล้างทำความสะอาด และฆ่าเชื้อโรค เพื่อสุขอนามัยที่ดีภายในที่อยู่อาศัย
- Home Makeover: บริการปรับปรุงและปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน (Renovation) เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย
- Home Inspection: บริการตรวจรับบ้านก่อนการโอนกรรมสิทธิ์ หรือตรวจสอบความเรียบร้อยของงานจากผู้รับเหมา

Emergency Service: บริการช่วยเหลือฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมงผ่าน Call Center 1284 สำหรับกรณีเร่งด่วน เช่น ระบบไฟฟ้าขัดข้อง ท่อน้ำแตก หรือปั๊มน้ำไม่ทำงาน

2. ธุรกิจให้บริการพื้นที่เพื่อร้านค้าเช่า

บริษัทฯ มีการจัดสรรพื้นที่ในบางสาขาเพื่อให้บริการแก่ร้านค้าเช่า และมีการพัฒนารูปแบบสาขาที่เรียกว่า “มาร์เก็ตวิลเลจ” (Market Village) ซึ่งดำเนินธุรกิจในลักษณะของศูนย์การค้าเต็มรูปแบบ โดยภายในโครงการ นอกจากจะมีสาขาของโฮมโปรแล้ว ยังมีพื้นที่ในส่วนของผู้ประกอบการค้า ซึ่งมีพันธมิตรที่หลากหลาย อาทิ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร ธนาคาร ร้านหนังสือ และร้านสินค้าไอที เป็นต้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีสาขาในรูปแบบ “มาร์เก็ตวิลเลจ” ทั้งหมด 5 แห่ง ได้แก่ สุวรรณภูมิ หัวหิน ภูเก็ต (ฉลอง) ราชพฤกษ์ และรังสิตคลอง 4

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด

จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2548 เพื่อดำเนินธุรกิจบริหารจัดการพื้นที่เช่าและให้บริการด้านสาธารณูปโภคแก่ผู้เช่า โดยเริ่มดำเนินการโครงการแรกภายใต้ชื่อ “หัวหิน มาร์เก็ต วิลเลจ” (Hua-Hin Market Village) ซึ่งตั้งอยู่บริเวณถ.เพชรเกษม จ.ประจวบคีรีขันธ์ ในไตรมาสแรกของปี 2549

ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2568 มีโครงการที่เปิดดำเนินการรวมทั้งสิ้น 5 แห่ง โดยปัจจุบันสินทรัพย์และการดำเนินงานหลักอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

Home Product Center (Malaysia) SDN. BHD.

จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2554 เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านในประเทศมาเลเซีย ภายใต้เครื่องหมายการค้า “HomePro” โดย ณ สิ้นปี 2568 มีสาขาที่เปิดดำเนินการรวมทั้งสิ้น 7 สาขา

บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด

จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2555 เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้าง สินค้าโครงสร้าง และสินค้าเกี่ยวกับบ้านอย่างครบวงจร ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการควรวมธุรกิจกับโฮมโปร เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2565 ส่งผลให้ในปัจจุบัน บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด มีวัตถุประสงค์หลักในการให้บริการเช่าพื้นที่ ที่ดิน และอาคาร อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการดำเนินงานค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ซึ่งปัจจุบันได้

ดำเนินการภายใต้ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ยังคงมุ่งเน้นการสร้างการจดจำและเข้าถึงลูกค้าภายใต้แบรนด์ “เมกาโฮม” อย่างต่อเนื่อง ซึ่ง ณ สิ้นปี 2568 มีสาขาที่เปิดดำเนินการในนามเมกาโฮมรวมทั้งสิ้น 21 สาขา

บริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด

จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2556 เพื่อดำเนินธุรกิจบริหารจัดการคลังสินค้าและให้บริการด้านการขนส่งและกระจายสินค้า (Logistics) ให้แก่กลุ่มบริษัท อย่างครบวงจร

Home Product Center Vietnam Company Limited

จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563 เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านในประเทศเวียดนาม โดยในช่วง

ปี 2563 ได้เริ่มดำเนินการผ่านช่องทาง E-Marketplace อย่างไรก็ดี ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ยุติการดำเนินกิจการและปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการชำระบัญชีตามกฎหมาย

บริษัท วันสต็อกโฮม จำกัด

เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2565 บริษัทฯ ได้เข้าลงทุนโดยการซื้อหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 30 ของบริษัท วันสต็อกโฮม จำกัด (Onestockhome Co., Ltd.) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำหรับวัสดุก่อสร้าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผนึกกำลังและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของเมกาโฮมให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงสร้างรายได้

รายได้รวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากการดำเนินงานหลัก คือ รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าของโฮมโปร รวมถึงรายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยมีรายละเอียดโครงสร้างรายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	2566		2567		2568	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าของโฮมโปร						
- สินค้ากลุ่ม Hard Line	45,214.8	62.1	45,004.2	62.0	43,824.8	62.1
- สินค้ากลุ่ม Soft Line	9,621.5	13.2	9,345.3	12.9	8,727.0	12.4
- รายได้จากบริการ Home Service	806.7	1.1	890.1	1.2	972.2	1.4
2. รายได้จากบริษัทย่อย	12,640.3	17.4	12,712.4	17.5	12,431.1	17.6
- รายได้จากในประเทศ	11,321.3	15.5	11,432.4	15.8	11,241.7	15.9
- รายได้จากต่างประเทศ	1,319.1	1.8	1,280.0	1.9	1,189.4	1.7
รวมรายได้	68,283.3	93.8	67,952.0	93.6	69,955.2	93.5
3. รายได้อื่น ¹	4,538.5	6.2	4,624.5	6.4	4,614.6	6.5
รวม	72,821.8	100.0	72,576.5	100.0	70,569.8	100.0

หมายเหตุ:

1. รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้ค่าเช่าพื้นที่และบริการ รายได้จากการสนับสนุนการขายจากคู่ค้า เป็นต้น
2. สัดส่วนยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ในปี 2568 คิดเป็น 8.25% จากยอดขายรวมทั้งหมด
3. สัดส่วนฐานลูกค้าที่ใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ในปี 2568 คิดเป็น 7.33% จากจำนวนลูกค้าทั้งหมด



การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพและหลากหลายเพื่อให้ครอบคลุมทุกความต้องการเรื่องบ้าน โดยมีกระบวนการจัดหาผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 รูปแบบหลัก ดังนี้:

1. การจัดซื้อจากผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย (Third-party Product): บริษัทฯ ดำเนินการจัดซื้อสินค้าแยกตามสายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการคัดเลือกสินค้าที่มีนวัตกรรม มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และมีความหลากหลาย เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านสินค้าเกี่ยวกับบ้านอย่างครบวงจร
2. การออกแบบและสั่งผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ (Private Brand): บริษัทฯ พัฒนาและสั่งผลิตสินค้ากลุ่ม Private Brand จากผู้ผลิตที่มีศักยภาพทั้งในและต่างประเทศ โดยมีกระบวนการคัดเลือกผู้ผลิตที่เข้มงวดภายใต้เงื่อนไขและหลักเกณฑ์ที่บริษัทฯ กำหนด ซึ่งครอบคลุมถึงการมีมาตรฐานการผลิตที่เป็นยอมรับ มีชื่อเสียง และมีการบริการที่สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการเข้าเยี่ยมชมโรงงาน (Factory Visit) และการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Inspection) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าทุกชิ้นมีมาตรฐานสูงสุดก่อนส่งมอบถึงมือผู้บริโภค

การบริหารจัดการคู่ค้า (Vendor Management)

ปัจจุบันบริษัทฯ จัดหาสินค้าจากผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายรวมกว่า 1,337 ราย โดยเปิดโอกาสให้คู่ค้าใหม่นำเสนอสินค้าอย่างเท่าเทียม พร้อมทั้งใช้ระบบการคัดเลือกและประเมินผลคู่ค้า (Vendor Assessment Level) ซึ่งครอบคลุมการประเมินใน 6 มิติสำคัญ ได้แก่:

1. ความสามารถในการผลิต
2. ความสามารถในการควบคุมคุณภาพ
3. การบริหารความเสี่ยง
4. คุณภาพด้านการส่งมอบสินค้า
5. คุณภาพการให้บริการหลังการขาย
6. การดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG

นโยบายการวิจัยและพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อการวิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป พร้อมทั้งรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงศึกษาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ในระยะยาว โดยมีโครงการหลักในปี 2568 ดังนี้

โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานในหลากหลายด้าน อาทิ การพัฒนาแอปพลิเคชัน ช่างโฮมโปร (Chang HomePro) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและความรวดเร็วในการให้บริการแก่ผู้ใช้งาน การพัฒนาระบบติดตามสินค้า Trade-In รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์และพยากรณ์การสั่งซื้อสินค้า ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ณ จุดขาย (สาขา) โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวประมาณ 25.42 ล้านบาท

โครงการพัฒนาระบบ E-commerce

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาระบบอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้งานให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งสร้างแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (Marketplace) สำหรับจำหน่ายกลุ่มสินค้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่มีวางจำหน่ายภายในสาขา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนและหลากหลาย โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวประมาณ 13.38 ล้านบาท

โครงการสร้างแพลตฟอร์มกลางเพื่อบริหารจัดการความสูญเสีย (Loss Management Cockpit: LMC)

บริษัทฯ ติดตั้งแพลตฟอร์มกลางเพื่อเป็นศูนย์รวมในการติดตามวิเคราะห์ และบริหารจัดการความสูญเสียในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านความปลอดภัย การดำเนินงาน และการเงิน โดยมีการติดตั้งอุปกรณ์และกล้องวงจรปิดที่สามารถแสดงผลข้อมูลแบบเรียลไทม์จากสาขา ส่งตรงมายังฝ่ายบริหารควบคุมจัดการความสูญเสียส่วนกลาง เพื่อกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวประมาณ 19.96 ล้านบาท

โครงการติดตั้งระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (ASRS) ณ ศูนย์กระจายสินค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อยกระดับการบริการให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพผ่านระบบการจัดเก็บและกระบวนการหยิบสินค้าที่มีความแม่นยำสูง โดยบริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) เพิ่มเติม ณ ศูนย์กระจายสินค้า อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อรองรับการขยายสาขาและการเติบโตของธุรกิจในอนาคต โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวประมาณ 671.07 ล้านบาท

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ Private Brand

บริษัทฯ มีทีมงานผู้เชี่ยวชาญในการมุ่งเน้นพัฒนา ออกแบบ และควบคุมการผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด ควบคู่ไปกับการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างยั่งยืน โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวประมาณ 65.81 ล้านบาท

ตลาดและภาวะการแข่งขัน

สภาวะตลาดและปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

ในปี 2568 ภาคธุรกิจค้าปลีกยังคงเผชิญความท้าทายจากสภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการสั่งซื้อและพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มีความระมัดระวังมากขึ้น โดยมุ่งเน้นความคุ้มค่าและเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นมากกว่าสินค้าฟุ่มเฟือย

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางความท้าทายดังกล่าว บริษัทฯ เล็งเห็นถึงปัจจัยสนับสนุนเชิงบวกที่สำคัญ ซึ่งจะเป็นโอกาสในการสร้างการเติบโต ดังนี้

- **การขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization):** การเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ โดยเฉพาะระบบคมนาคมขนส่งทางรางและถนนสายหลัก เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ก่อให้เกิดการขยายตัวของที่อยู่อาศัยสู่พื้นที่ยุทธศาสตร์และจังหวัดหัวเมืองใหญ่ สร้างอุปสงค์ต่อเนื่อง ในกลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งเพื่อการขึ้นบ้านใหม่

- **แนวโน้มการปรับปรุงที่อยู่อาศัยทดแทนการซื้อใหม่:** ภายใต้สภาวะอัตราดอกเบี้ยที่ทรงตัวในระดับสูงและภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ชะลอตัว ผู้บริโภคมีพฤติกรรมปรับเปลี่ยนจากการลงทุนซื้อบ้านใหม่มาเป็นการปรับปรุงและต่อเติมที่อยู่อาศัยเดิมเพื่อยืดอายุการใช้งานและตอบโจทย์วิถีชีวิตยุคใหม่ โดยเฉพาะการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ที่มุ่งเน้นความปลอดภัยและมาตรฐานการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายยิ่งขึ้น
- **การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและบริการ:** การฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวส่งผลโดยตรงต่อการปรับปรุงโรงแรม ร้านอาหาร และที่พักอาศัยในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก (เช่น ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี) ซึ่งเป็นทำเลที่มีทั้งสาขาโฮมโปรและเมกาโฮม ช่วยกระตุ้นยอดขายกลุ่มสินค้าเชิงพาณิชย์และงานก่อสร้าง
- **มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการอุปโภคบริโภคจากภาครัฐ:** นโยบายการอัดฉีดเม็ดเงินหรือมาตรการลดหย่อนภาษีจากการซื้อสินค้าและบริการ (เช่น มาตรการซื้อปดมีคืน หรือมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายอื่น ๆ) เป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยกระตุ้นการจับจ่ายในสอยของผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าขึ้นใหญ่ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าหรือเฟอร์นิเจอร์ได้เร็วขึ้นในช่วงเวลาที่กำหนด
- **นวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน (Green Living):** ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและนวัตกรรมประหยัดพลังงานเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากความตระหนักด้านค่าครองชีพ (ค่าไฟฟ้าที่สูงขึ้น) และการตื่นตัวเรื่องสภาวะโลกร้อนซึ่งเป็นโอกาสให้สินค้ากลุ่ม Eco-friendly และ Smart Home Solutions เติบโตได้ดี

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

จากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจข้างต้น บริษัทฯ ได้วิเคราะห์และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อนำมาปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ ทั้งในด้านการบริหารจัดการกลุ่มสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการ และการรักษาประสิทธิภาพการทำการภายใต้ภาวะตลาดที่แปรปรวน โดยมีกลยุทธ์หลักดังนี้

- **การยกระดับประสบการณ์ Omni-Channel:** มุ่งเน้นการเชื่อมโยงประสบการณ์ของลูกค้าจากทุกช่องทางเข้าด้วยกัน (Seamless Experience) ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยขยายฐานการจำหน่ายสู่แพลตฟอร์ม E-Commerce ขึ้นในรูปแบบร้านค้าทางการ (Official Store) บน Marketplace ได้แก่ Shopee, Lazada และ TikTok ตลอดจนเพิ่มความรวดเร็วในการเข้าถึงสินค้าผ่านบริการ Quick Commerce ร่วมกับพันธมิตรเชิงกล

ยุทธ์อย่าง LINE MAN และ Grab เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วสูงสุด

- **การรุกบริการงานช่างครบวงจรภายใต้แบรนด์ “ช่างโฮมโปร” (Chang HomePro):** พัฒนาและยกระดับแบรนด์งานบริการ สู่แพลตฟอร์มการดูแลบ้านที่ครบวงจร โดยครอบคลุมตั้งแต่งานซ่อมแซมบำรุงรักษาขนาดเล็ก (Minor Repair) เช่น การแก้ไขระบบประปาและไฟฟ้า ไปจนถึง งานปรับปรุงที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่ (Major Renovation) อาทิ งานติดตั้งสุขภัณฑ์ ปูกระเบื้อง และงานทาสีอาคาร เพื่อบริการด้านที่อยู่อาศัยที่หลากหลายและครอบคลุมทุกมิติความต้องการของลูกค้าอย่างรอบด้าน
- **การขับเคลื่อนความต้องการผ่านนวัตกรรมสินค้า (Demand Generation):** บริษัทฯ มุ่งสร้างความต้องการใหม่ในตลาดผ่านการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านฟังก์ชันการใช้งานและคุณค่าในระยะยาว (Value-based Solutions) อาทิ กลุ่มสินค้าเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Living) ที่ครอบคลุมนวัตกรรมประหยัดพลังงานและสินค้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพ และ กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพและความปลอดภัย (Safety & Wellness) ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่สมาชิกทุกวัยในที่อยู่อาศัย
- **ระบบนิเวศโฮมโปร (HomePro Ecosystem) และเศรษฐกิจหมุนเวียน:** บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่ครอบคลุมตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Lifecycle Management) โดยมีกลยุทธ์สำคัญคือ โครงการ “แลกเก่าเพื่อโลกใหม่” (Trade-in Program) ซึ่งเป็นการกระตุ้นอุปสงค์ (Demand Generation) ที่ผสานแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนเข้าด้วยกัน โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้านำผลิตภัณฑ์เก่ามาแลกรับส่วนลดเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับคืนจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการคัดแยกและการบริหารจัดการหลังการใช้งานอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปรีไซเคิลหรือกำจัดอย่างถูกวิธี ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการสร้างความคุ้มค่าสูงสุดให้แก่ลูกค้า
- **การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ (Supply Chain Management):** บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบห่วงโซ่อุปทานที่ยืดหยุ่นและทันสมัย เพื่อบริการเติบโตของทุกช่องทางจำหน่าย

โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินการก่อสร้างและขยายคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System - ASRS) ใหม่เพิ่มเติมภายในพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดเก็บและบริหารสินค้าให้เพียงพอต่อแผนการเปิดสาขาใหม่ในอนาคต พร้อมทั้งยกระดับกระบวนการคัดแยกสินค้าด้วยเทคโนโลยีอัตโนมัติ ซึ่งช่วยเพิ่มความรวดเร็วและความแม่นยำในการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าและหน้าร้านสาขาทั่วประเทศ

ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง

บริษัทฯ ได้จำแนกผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจลักษณะใกล้เคียงกันหรือมีสินค้าทับซ้อนกัน เพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถแบ่งกลุ่มคู่แข่งตามลักษณะธุรกิจได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบธุรกิจศูนย์รวมสินค้าเกี่ยวกับบ้าน (Home Center): เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจและกลุ่มสินค้าใกล้เคียงกับบริษัทฯ มากที่สุด โดยเน้นการจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง ของตกแต่งบ้าน และอุปกรณ์เครื่องมือช่างอย่างครบวงจร
 - ไทวัสดุ (Thai Watsadu): ในเครือกลุ่มเซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น เน้นรูปแบบแวร์เฮาส์สไตล์จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและของตกแต่งบ้าน ณ สิ้นปี 2568 มีสาขา รวม 88 แห่ง
 - บ้านแอนด์บียอนด์ (Baan & Beyond): อีกหนึ่งหน่วยธุรกิจจากเซ็นทรัล รีเทลฯ (รีแบรนด์จากโฮมเวิร์ค) เน้นสินค้าตกแต่งและซ่อมแซมบ้าน ณ สิ้นปี 2568 มีสาขา รวม 17 แห่ง
 - โกลบอลเฮ้าส์ (Global House): บริหารงานโดย บมจ. สยามโกลบอลเฮ้าส์ ในรูปแบบแวร์เฮาส์สไตล์ขนาดใหญ่ เน้นจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ดูแลบ้าน ณ สิ้นปี 2568 มีสาขา รวม 94 แห่ง
 - ดูโฮม (Do Home): บริหารงานโดย บมจ. ดูโฮม จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ต่อเติมบ้านแบบครบวงจร ณ สิ้นปี 2568 มีสาขาเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 50 แห่ง (แบ่งเป็นสาขา Do Home 28 แห่ง และ Do Home ToGo 22 แห่ง)
 - ฮาร์ดแวร์เฮาส์ (Hardware House): จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างและเครื่องมือช่างในรูปแบบแวร์เฮาส์สไตล์ ณ สิ้นปี 2568 มีสาขา รวม 12 แห่ง

- โฮมฮับ (Home Hub): ผู้ประกอบการที่มีฐานธุรกิจหลักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ณ สิ้นปี 2568 มีสาขาเปิดดำเนินการรวม 2 แห่ง
- 2. ผู้ประกอบธุรกิจร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store): กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยและรายใหญ่ที่เน้นจำหน่ายสินค้าเฉพาะหมวดหมู่ ซึ่งมีการแข่งขันกับบริษัทฯ ในบางกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Category) อาทิ
 - กระเบื้อง สุขภัณฑ์ และชุดครัว: บุญถาวร และแกรนด์โฮมมาร์ท
 - เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง: อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ (Index Living Mall) และอิเกีย (IKEA)
 - วัสดุก่อสร้างพื้นฐาน: ซีเมนต์ไทย โฮมมาร์ท และร้านค้าวัสดุในท้องถิ่น
 - สินค้าเบ็ดเตล็ดและอุปกรณ์ซ่อมแซม (Variety Store): บมจ. มิสเตอร์. ดี.ไอ.วาย. โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) หรือ MR. DIY
- 3. ผู้ประกอบธุรกิจห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket)

กลุ่มธุรกิจที่เน้นสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นหลัก แม้จะมีสินค้าบางส่วนที่ทับซ้อนกับบริษัทฯ (เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นเล็กหรืออุปกรณ์งานบ้าน) แต่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและจุดประสงค์ในการเลือกซื้อที่แตกต่างอย่างชัดเจน

4. ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)
 - Marketplace Platforms: แพลตฟอร์มออนไลน์ขนาดใหญ่ เช่น Lazada, Shopee และ NocNoc (ปิดให้บริการในปี 2569) ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ค้ารายย่อยนำสินค้าที่ทับซ้อนกับบริษัทฯ มาเสนอขาย
 - Online Channels ของผู้ประกอบการโดยตรง: ผู้ประกอบธุรกิจโฮมเซ็นเตอร์ทุกรายต่างมีเว็บไซต์เป็นของตนเองสำหรับบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับช่องทางดิจิทัลผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th, HomePro Application, Official Stores บน Shopee, Lazada, TikTok และช่องทาง Quick Commerce บน Grab และ LINE MAN เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลายในยุคปัจจุบัน

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ทรัพย์สินหลักที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยใช้ในการดำเนินธุรกิจ มีรายละเอียดและมูลค่าสุทธิตามบัญชีดังต่อไปนี้

รายการ	จำนวน (ล้านบาท)
1. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	7,865.18
2. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	66,056.38
3. สินทรัพย์สิทธิการใช้	10.28
4. คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	1,390.92
รวม	85,545.06
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	37,099.18
ค่าตัดจำหน่ายสะสม	978.24
ค่าเผื่อการด้อยค่า	27.08
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	47,488.16

ทั้งนี้สามารถแบ่งรายละเอียดตามลักษณะกรรมสิทธิ์ได้ดังนี้

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เนื้อที่โดยประมาณ	สิ้นสุดอายุสัญญาเช่า	สิทธิการต่อสัญญา
1. สิทธิการเช่าที่ดิน ประกอบด้วย สาขาของโฮมโปร ศูนย์กระจายสินค้า และสาขาของธุรกิจเมกาโฮม	1,205 ไร่ 3 งาน 94 ตรว.	2569 - 2602	มี*
2. สิทธิการเช่าพื้นที่ ประกอบด้วยสาขาของโฮมโปร สาขาของธุรกิจโฮมโปร มาเลเชีย และธุรกิจโฮมโปรเอส	188,823.17 ตรม.	2569 - 2596	มี*
3. ที่อกรรมสิทธิ์ (บริษัทฯ เป็นเจ้าของ) ประกอบด้วยสาขาของโฮมโปร ศูนย์กระจายสินค้า สาขาที่อยู่ระหว่างรอเปิดดำเนินการ และสาขาของธุรกิจเมกาโฮม	1,094 ไร่ 2 งาน 90 ตรว.		

หมายเหตุ: * รายละเอียดและเงื่อนไขในการต่อสัญญามีการตกลงกับผู้ให้เช่าในอนาคต

การบริหารจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ และความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง พิจารณาโอกาสและผลกระทบจากความเสี่ยงซึ่งครอบคลุมมิติด้านความยั่งยืนที่สำคัญซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงที่มีหน้าที่กำหนดนโยบายกรอบการประเมินความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ และพิจารณาให้มีการควบคุมดูแลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับการวางกลยุทธ์ไปจนถึงระดับการปฏิบัติงาน รวมถึงเสริมสร้างความตระหนักรู้และการอบรมให้ความรู้ในเรื่องวัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture) ให้แก่พนักงานทุกคนในบริษัทฯ นอกจากนี้บริษัทฯ กำหนดให้พนักงานต้องมีตัวชี้วัด (KPI) ซึ่งครอบคลุมเรื่องการบริหารความเสี่ยงในขอบเขตงานของตนเอง ทั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (Enterprise Risk Management Framework) เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยกรอบการกำกับดูแลความเสี่ยงและกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงจะถูกตรวจสอบและรับรองโดยคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระทั้งหมด ก่อนเสนอต่อคณะกรรมการบริษัททุกไตรมาส ทั้งนี้ กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรได้ถูกรวมเข้ากับการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โอกาสทางธุรกิจ และการระบุผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ โดยรายละเอียดของกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงมีดังต่อไปนี้

คณะกรรมการบริษัท

และคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบสอบทานให้บริษัทฯ มีระบบการบริหารและจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีสำนักงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานมีระบบการควบคุมภายใน และระบบการบริหารความเสี่ยงที่เพียงพอเหมาะสม และรายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบ นอกจากนี้สำนักงานตรวจสอบภายในยังให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานผู้รับการตรวจสอบและมีการสื่อสารความคิดเห็นเพื่อให้มีการปรับปรุงระบบการควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงให้มีความเหมาะสมต่อไป

การกำหนดระดับความเสี่ยง

ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจตามเป้าหมาย

บริษัทฯ กำหนดวัตถุประสงค์และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ซึ่งถูกแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ สูงมาก

สูง ปานกลาง และ ต่ำ ที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจ และให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ประกอบไปด้วยประธานคณะกรรมการบริหาร ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง กรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นตัวแทนคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละหน่วยงานที่เป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) โดยมีหน้าที่กำหนดนโยบายกำกับดูแลและกำหนดโครงสร้างรวมถึงผู้รับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง อีกทั้งยังพิจารณาและอนุมัตินโยบายกลยุทธ์กรอบการบริหารความเสี่ยง โอกาสทางธุรกิจ แผนการจัดการความเสี่ยง ตลอดจนบทวนความเสี่ยง (Risk Profile) และติดตามการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร

กระบวนการบริหารความเสี่ยง

และเครื่องมือที่ใช้

บริษัทฯ นำกรอบการบริหารความเสี่ยงมาใช้ในการดำเนินงาน โดยแบ่งตามกระบวนการหลัก 4 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุความเสี่ยงหรือโอกาสในการดำเนินธุรกิจ การประเมินความเสี่ยง การกำหนดมาตรการควบคุมและการแก้ไข และการรายงานความเสี่ยงต่อคณะกรรมการตรวจสอบไตรมาสละครั้ง ก่อนนำเสนอเพื่อขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำเครื่องมือต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงต่าง ๆ ในรูปแบบแผนที่ความเสี่ยง (Risk Map) และการจัดลำดับความเสี่ยง (Prioritization of identified risks) ซึ่งถูกแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ สูงมาก สูง ปานกลาง และ ต่ำ ดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicator: KRIs) และดัชนีการควบคุมและบริหารความเสี่ยง (Key Management Indicators) รวมถึงนำเทคนิคอื่น ๆ มาใช้ในการบ่งชี้ผลกระทบต่อการดำเนินงานในรูปแบบมูลค่าความเสี่ยง (Value at Risk: VAR) และยังได้ติดตามปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สามารถเตรียมมาตรการจัดการความเสี่ยงในเชิงรุก สำหรับความเสี่ยงเกิดใหม่ (Emerging Risk) ได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา

การสร้างค่านิยมองค์กรในการบริหาร ความเสี่ยง (Risk Culture)

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าค่านิยมองค์กร (Core Value) เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จของการบริหารความเสี่ยง จึงมุ่งเน้นและส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการจัดการความเสี่ยง พร้อมทั้งปลูกฝังค่านิยมในการบริหารความเสี่ยง โดยเน้นย้ำความสำคัญตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงต่อไปยังพนักงานทุกระดับ (Tone of the Top) ให้นำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง เพื่อป้องกันและบรรเทาผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาแผนงานให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงเพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบทุกคน และเผยแพร่ลงบนเว็บไซต์ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการระบุและประเมินความเสี่ยงของหน่วยงานที่ตนเองรับผิดชอบ (Risk Owner) และกำหนดมาตรการรับมือและป้องกันโดยให้มีการทบทวน และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ

สำหรับในปี 2568 บริษัทฯ ยังคงดำเนินการตามนโยบายบริหารความเสี่ยงองค์กรที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับทิศทางในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานสากล โดยมีปัจจัยความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้พิจารณาในเรื่องของความเป็นไปได้และขนาดของผลกระทบสำหรับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบริษัท (Company-specific risk) โดยระบุไว้ในหน้า 74-88

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการดำเนินงานของบริษัทฯ เศรษฐกิจ การลงทุน การแข่งขัน

1.1 ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ

ในปี 2568 เศรษฐกิจไทยเติบโตในอัตราที่จำกัดจากแรงกดดันทางเศรษฐกิจต่าง ๆ อาทิ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์โลก ความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าระหว่างประเทศ และปัญหานี้ครีวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อกำลังซื้อและทำให้ผู้บริโภคเพิ่มความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอย นอกจากนี้ การปรับลดสิทธิประโยชน์ในมาตรการกระตุ้นภาษีของโครงการ Easy E-Receipt มีส่วนทำให้สิทธิ

ประโยชน์ด้านยอดขายของบริษัทฯ ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ โดยเฉพาะโครงการ ‘คนละครึ่ง’ ยังคงเป็นปัจจัยบวกสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ

บริษัทฯ กำหนดมาตรการบริหารความเสี่ยงโดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในด้านคุณภาพสินค้า การคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่า และการให้บริการที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งบริหารจัดการต้นทุนเพื่อให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีสภาพคล่องทางการเงินที่เพียงพอ

ในด้านการเติบโต บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขยายสาขาอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด รวมถึงการพัฒนาแผนการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ อาทิ สถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตภาครัฐ และคู่ค้าทางธุรกิจ ตลอดจนการยกระดับบริการด้านที่อยู่อาศัยผ่าน ‘ช่างโฮมโปร’ (Chang HomePro) เพื่อดึงดูดลูกค้าและกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการควบคุมค่าใช้จ่ายและบริหารต้นทุนทางการเงินอย่างรัดกุม โดยเลือกใช้เครื่องมือทางการเงินระยะสั้นเพิ่มขึ้นในช่วงที่ตลาดเงินมีสภาพคล่องสูง เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารแหล่งเงินทุนและรองรับการปรับโครงสร้างเงินทุนให้สอดคล้องกับแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยขาลง เพื่อรักษาต้นทุนทางการเงินให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ

1.2 การลงทุนในประเทศ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ เปิดดำเนินการภายใต้ชื่อ “โฮมโปร” และ “โฮมโปร เอส” ทั้งสิ้น 91 สาขาทั่วประเทศ โดยเป็นสาขาที่เปิดใหม่ระหว่างปี 2568 ในรูปแบบโฮมโปร จำนวน 2 สาขา ได้แก่ สาขาพะงันและสาขาแหลมฉบัง รวมถึงได้มีการปิดโฮมโปรเอสสาขามาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่ เนื่องจากสัญญาเช่าหมดอายุ

สำหรับธุรกิจ “เมกาโฮม” มีการเปิดใหม่ 1 สาขา ได้แก่ สาขาเวียงสระ รวมสาขามेกาโฮมที่เปิดดำเนินการทั้งสิ้น 21 สาขา



บริษัทฯ ยังคงขยายการลงทุนสาขาในรูปแบบ Hybrid Store เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ โดยเปิดสาขาโฮมโปรและเมกาโฮมในพื้นที่เดียวกัน เพื่อให้ขยายฐานลูกค้าทั้งกลุ่มเจ้าของบ้านและช่างผู้รับเหมา โดยในปีที่ผ่านมาได้มีการเปิดสาขาไฮบริดสตรีตเพิ่มจำนวน 7 สาขา ได้แก่ ปอวิน แม่สาย บางนา-ตราด พุทธมณฑลสาย 4 อรัญประเทศ เชียงราย และลำลูกกา ทั้งนี้ การเปิดสาขาในรูปแบบ Hybrid สามารถช่วยลดต้นทุนการก่อสร้างและการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดย ณ สิ้นปี 2568 บริษัทฯ มีสาขาในรูปแบบ Hybrid Store ทั้งหมด 14 สาขา

ทั้งนี้ การขยายธุรกิจของบริษัทฯ ในส่วนของสาขาใหม่ อาจเผชิญกับความเสี่ยงที่ผลการดำเนินงานและผลตอบแทนจากการลงทุนอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ อีกทั้งยังอาจเผชิญความเสี่ยงด้านการตลาดและการแข่งขันที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม เพื่อบรรเทาความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีกระบวนการวิเคราะห์และศึกษาผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุนทุกครั้ง พร้อมทั้งจัดทำแผนงบประมาณรายปีเพื่อควบคุมการดำเนินงานของสาขา อีกทั้งยังมีการติดตามผลการดำเนินงานของสาขาอย่างใกล้ชิดทุกเดือน และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับแต่ละสถานการณ์ เพื่อให้สามารถบริหารความเสี่ยงได้มีประสิทธิภาพ รับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และแก้ไขปัญหาได้ทันทั้งที่

1.3 การลงทุนในต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจในประเทศ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีสาขาโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย ทั้งสิ้น 7 สาขา และในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีการขยายธุรกิจไปยังประเทศเวียดนาม โดยจัดตั้งบริษัท Home Product Center Vietnam Company Limited เพื่อประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านที่

ประเทศเวียดนาม โดยมีการทดสอบการขายบนแพลตฟอร์ม E-commerce ในระยะหนึ่ง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม ควบคู่ไปกับการหาพื้นที่สำหรับเปิดสาขา อย่างไรก็ตามหลังจากพิจารณาแล้วพบว่า การขยายธุรกิจในรูปแบบสาขายังคงไม่เหมาะสมกับการลงทุนในสภาวะปัจจุบัน ทั้งนี้ อยู่ในขั้นตอนการจดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชี และการคืนสภาพของบริษัทยอยนั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานที่เป็นสาระสำคัญของบริษัทฯ

สำหรับการลงทุนในต่างประเทศนั้น บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงและศึกษาหาโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ โดยได้ศึกษาและวิเคราะห์รายละเอียดด้านการตลาด กฎหมาย ภาษี กฎเกณฑ์ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ บัณฑิตทางเศรษฐกิจ และการเมือง นโยบายของรัฐ และปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ เพื่อประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นมาประกอบการพิจารณา กำหนดแผนการลงทุน รวมทั้งได้มีการจัดระบบและหน่วยงานภายใน เพื่อติดตามประเมินผลผลการประกอบการ รวมถึงเร่งพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรและศักยภาพของบุคลากร

1.4 การแข่งขัน

ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและสินค้าเกี่ยวกับบ้านยังคงมีศักยภาพเติบโตสูงในอนาคตจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของรัฐบาล อาทิ โครงการปรับปรุงและขยายเส้นทางรถไฟในพื้นที่ต่าง ๆ โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมือง รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่มีการพัฒนาและขยายตัวแบบชุมชนเมือง (Urbanization) อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ความต้องการในการปรับปรุงบ้านเก่ามีแนวโน้มที่ยังเติบโตได้ระยะยาวท่ามกลางสภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับผลกระทบจากภาพรวมของเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและสินค้าเกี่ยวกับบ้านมีผู้ประกอบการหลายรายที่ยังมีการขยายสาขาเพื่อให้ครอบคลุมตลาดมากขึ้น ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นเจ้าของบ้านที่มีกำลังซื้อ ซึ่งรองรับโดยธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านภายใต้โฮมโปร และกลุ่มลูกค้าช่างหรือผู้รับเหมา ซึ่งรองรับโดยธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านภายใต้เมกาโฮม

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงโดยการสร้างความแตกต่าง มุ่งเน้นในเรื่องความหลากหลายของสินค้าและการให้บริการที่ครบวงจรในธุรกิจ “ช่างโฮมโปร (Chang HomePro)” ซึ่งครอบคลุมบริการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุง ทำความสะอาด ติดตั้ง ตรวจรับบ้านและคอนโดเนียม และปรับปรุงบ้าน (Home Makeover) โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้จะคิดเป็นสัดส่วนรายได้ที่ยังไม่สูงนัก แต่ถือเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความพอใจและดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและใช้บริการได้เป็นอย่างดี โดยบริการดังกล่าวเป็นกลยุทธ์สำคัญในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว ตลอดช่วงเวลากำหนดการใช้งานผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ซึ่งบริษัทฯ ได้เพิ่มความสะดวกสบายแก่ลูกค้าในการใช้บริการ “ช่าง โฮมโปร (Chang Homepro)” ผ่านหลายช่องทาง ทั้งทางแอปพลิเคชันมือถือ เว็บไซต์ ผ่านทาง Call Center มีระบบ “แทรคกิ้ง เซอร์วิส (Tracking Service)” งานบริการติดตามรถขนส่งสินค้า และการตรวจสอบงานติดตั้งของทีมช่างด้วยระบบ GPS ตลอดจนการสำรวจความพึงพอใจหลังให้บริการ นอกเหนือจากนั้น บริษัทฯ ยังมีบริการ Same Day Delivery and Installation มอบบริการติดตั้งภายในวันเดียวกันกับที่มีการสั่งซื้อสินค้าทั่วพื้นที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดและพัฒนาเป็น Express Delivery ส่งสินค้าด่วนภายใน 1 ชั่วโมงภายในพื้นที่ให้บริการ เพื่อยกระดับความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าด่วนถึงที่อยู่อาศัยของลูกค้า อีกทั้งมีบริการช่วยเหลือฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง (Emergency Service) ด้วยทีมช่างมืออาชีพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารภายใน สร้างการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) และเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

บริษัทฯ มีการนำเสนอโครงการ ‘แลกเก่าเพื่อโลกใหม่’ หรือ Trade In ซึ่งเป็นหนึ่งในบริการ Ecosystem รูปแบบใหม่ โดยลูกค้าสามารถนำสินค้าเก่ามาแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าใหม่ โดยกลุ่มสินค้าใหม่ที่เกี่ยวข้องรวมรายการได้แก่ หมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ทีวี เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า หมวดประปา เช่น บิ๊มน้ำ เครื่องกรองน้ำ เครื่องทำน้ำอุ่น หมวดเฟอร์นิเจอร์ หมวดสุขภัณฑ์ ฯลฯ โดยโครงการ “แลกเก่าเพื่อโลกใหม่” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการสินค้าเก่าอย่างถูกวิธี และนำมาแยกส่วนที่สามารถนำ

กลับมารีไซเคิลเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นสินค้าใหม่ รวมถึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการจำหน่ายสินค้า ซึ่งรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในการคำนึงถึงการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นกัน อีกทั้งในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาสินค้ารักษ์โลก หรือ สินค้า Circular Product ซึ่งเป็นสินค้าที่มีส่วนประกอบเป็นชิ้นส่วนรีไซเคิลของสินค้าที่ลูกค้านำมาเข้าโครงการ Trade In โดยในปัจจุบัน มีการพัฒนาสินค้ากลุ่มนี้ในหมวดของเครื่องใช้ไฟฟ้า กระเบื้อง กระจก ฝ้า ฝ้าเพดาน และยังคงมีการพัฒนาสินค้าในหมวดอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต เพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้น

บริษัทฯ พัฒนา “HomePro Ecosystem” ระบบนิเวศครบวงจร เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยอย่างครบวงจร ผ่านการเชื่อมโยงตั้งแต่ การสรรหาสินค้า การจำหน่ายสินค้า การบริการ การขยายระยะเวลารับประกันสินค้า การซ่อมแซมสินค้า รวมถึงการนำสินค้าเก่าจากโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade In) เข้ากระบวนการรีไซเคิลที่ได้มาตรฐาน เพื่อผลิตเป็นสินค้ารักษ์โลก (Circular Product)

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การแข่งขันในตลาดออนไลน์จึงสูงขึ้น บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ (Online Shopping) โดยพัฒนาระบบสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ให้มีความทันสมัย ใช้งานง่าย และเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น พร้อมทั้งมีมาตรการติดตามการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบซื้อขายออนไลน์แบบไร้รอยต่อ (Seamless Omni Channel) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานระหว่างการซื้อขายออนไลน์และออฟไลน์ผ่านสาขา และมอบประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ดีแก่ลูกค้า ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ HomePro แอปพลิเคชัน HomePro และมีการขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังแพลตฟอร์ม Marketplace ใน Shopee Lazada และ TikTok Shop รวมถึง Quick Commerce ผ่าน Grab และ Line ควบคู่กับบริการ Delivery Now ส่งด่วนภายใน 1 ชั่วโมงในพื้นที่ให้บริการ เพื่อบริการกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งยังมีการสร้างแพลตฟอร์มเฉพาะสำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ (Business to Business: B2B) เพื่อบริการรับคำสั่งซื้อสินค้าปริมาณมาก ในราคาที่เหมาะสม

1.5 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิ หรือการลงทุนของผู้ถือหุ้น

บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่อันดับที่ 1 ของ บริษัทฯ และเป็นรายเดียวที่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 25 โดย ณ วันที่ 11 กันยายน 2568 ได้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 3,975,878,432 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 30.23 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้ บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ มีโอกาสที่จะควบคุมคะแนนเสียงที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีข้อกำหนดในการปฏิบัติงานตามจริยธรรมธุรกิจและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงข้อกำหนดของกฎหมายที่จะช่วยปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และควบคุมให้การดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของบริษัทฯ ให้มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

1.6 ความเสี่ยงเรื่องความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Risk)

บริษัทฯ มีความเสี่ยงเกี่ยวกับโครงสร้างทางไซเบอร์เนื่องด้วยธุรกิจของบริษัทฯ ได้พัฒนาเข้าสู่การซื้อขายแบบไร้รอยต่อ (Omni Channel) ส่งผลให้มีการจัดเก็บข้อมูล อาทิ ข้อมูลสินค้า ข้อมูลการจัดส่งสินค้า ข้อมูลลูกค้า ทำให้บริษัทฯ มีโอกาสเผชิญภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งสามารถส่งผลให้ธุรกิจได้รับผลกระทบและส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายความปลอดภัยของข้อมูล (Cyber Security Policy) และมาตรการรักษาความปลอดภัยชั้นสูงต่าง ๆ เช่น การเข้ารหัสข้อมูล การติดตั้ง Firewall การกำหนดสิทธิการใช้งานตามระดับ (Level of Authorization) การฝึกซ้อมรับมือภัยคุกคามไซเบอร์ (Cyber Security Drill) แผนกู้คืนระบบ (Disaster Recovery Plan) แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) การประเมินรายงานด้าน Cyberwatch Security Scorecard จากผู้ประเมินภายนอกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการทำงานของข้อมูลและระบบต่าง ๆ ของระบบเป็นไปอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เป็นต้น

1.7 ความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูล (Data Leak Risk)

ในธุรกิจค้าปลีก บริษัทฯ ขอบเขตเคลื่อนด้วยข้อมูลจำนวนมากเพื่อตอบโจทย์ธุรกิจในทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย อาทิ ข้อมูลโปรโมชั่น สินค้า ข้อมูลระบบสมาชิก พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าของ

ลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและพนักงาน ข้อมูลทางการเงินและบัญชี ข้อมูลเชิงกลยุทธ์ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการดูแลความปลอดภัยข้อมูลเหล่านี้ อย่างเคร่งครัด

บริษัทฯ ได้มีการจัดทำและวิเคราะห์ Work Flow ของข้อมูลส่วนบุคคลต่าง ๆ เพื่อจัดทำข้อมูลตาราง RoPA (Record of Processing Activities) ให้เหมาะสม มีการทบทวนและติดตามการจัดการข้อมูล การสุ่มตรวจสอบการปฏิบัติงาน มีการจัดทำ Crisis Management เพื่อให้การดำเนินการแก้ไขมีขั้นตอนที่ถูกต้อง ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงในด้านนี้อย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับระบบการปฏิบัติงาน ความพร้อมของระบบสารสนเทศ และบุคลากร

2.1 การสูญเสียบุคลากร

“บุคลากร” ถือเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตั้งแต่การสรรหาพนักงานเพื่อให้ความเข้าใจในลักษณะธุรกิจและรายละเอียดของงาน ขอบเขตหน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับ พนักงานระดับปฏิบัติการทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมพื้นฐานด้านการค้าปลีก ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า ความรู้ในการใช้งานระบบสารสนเทศ รวมถึงขั้นตอนปฏิบัติงานต่าง ๆ ก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติงาน ตลอดจนเข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาศักยภาพเพิ่มเติมต่าง ๆ สำหรับพนักงานระดับจัดการและบริหาร จะมีการอบรมหลักสูตรบริหารงาน การพัฒนาการเป็นผู้นำ และขีดความสามารถต่าง ๆ ตามโปรแกรมที่เหมาะสม

ในสภาวะที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูง บริษัทฯ มีความเสี่ยงในการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้กับคู่แข่ง หรือธุรกิจค้าปลีกอื่น ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีความพยายามที่จะลดโอกาสการสูญเสียลง โดยการพัฒนาความสามารถ และทักษะของพนักงานให้สูงขึ้น การนำเทคโนโลยีและการจัดการสมัยใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้แรงงานมนุษย์พร้อมกับการพิจารณาปรับเลื่อนตำแหน่งงานในทุก ๆ ระดับ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรักษาคนที่เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่ายเป็นอย่างดี รวมถึงได้มีการดูแลมอบสวัสดิการและจัดตั้งโครงการต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานมีความสุข ความมั่นคง และมีความผูกพันกับบริษัทฯ เช่น

- สร้างบรรยากาศ วัฒนธรรม และค่านิยมองค์กรในการทำงานที่มุ่งเน้นด้านการสร้างผลงานอย่างสร้างสรรค์

- โครงการสุขใจใกล้บ้าน เพื่อให้โอกาสพนักงานย้ายไปทำงานที่สาขาใน (หรือใกล้) จังหวัดบ้านเกิด
- โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP)
- โครงการให้ทุนการศึกษาในระดับปริญญาตรี-โท
- การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning)
- การบริหารกลุ่มคนเก่ง (Talent Management)
- ระบบผู้จัดการฝึกหัด (Management Trainee)
- การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน (Associate Trainings and Development)
- การพัฒนาความรู้ผ่านระบบดิจิทัลเทรนนิ่ง (Digital Training) แพลตฟอร์มการเรียนรู้ด้วยตนเองแบบออนไลน์ ไอโรบรู พลัส (iROBRU PLUS)
- โครงการสร้างผู้บริหารรุ่นใหม่ในสำนักงานใหญ่ (DNA Management Trainee)
- การจัด HomePro Nursery เพื่อดูแลบุตรหลานของพนักงานในช่วงปิดเทอม
- การจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ครบครันให้แก่พนักงาน เพื่อสนับสนุนให้พนักงานสามารถทำงานจากที่บ้าน (Work From Home)

นอกจากนี้ เพื่อกำกับดูแลและติดตามอัตรากำลังคนของหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีจำนวนที่เพียงพอและสอดคล้องกับการขยายธุรกิจในอนาคต ฝ่ายบริหารกำลังพลทั้งระดับองค์กรและระดับสาขา ได้จัดให้มีการทำแผนพัฒนาบุคลากรให้มีความเพียงพอ เพิ่มขีดความสามารถให้เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ และมีความสุขกับการทำงาน พร้อมทั้งจะทุ่มเทและสร้างสรรค์ผลงานที่ดีให้กับองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

2.2 การสูญหายของสินค้า

การสูญหายของสินค้าเป็นความเสี่ยงที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ของธุรกิจค้าปลีก สาเหตุหลักมาจากการทุจริตโดยกลุ่มมิจฉาชีพที่ปะปนมากับลูกค้าและพนักงาน การสูญหายระหว่างการขนส่ง รวมถึงความผิดพลาดจากระบบจัดการภายใน ซึ่งส่งผลต่อการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัท

เพื่อจัดการกับความเสี่ยงข้างต้น บริษัทฯ มีหน่วยงาน “ป้องกันการสูญเสียน” (Loss Prevention) ที่ดูแลเรื่องการวางแผนและป้องกันการสูญเสียนในทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดวิธีการทำงาน (Operating Procedure) รวมถึงบริษัทฯ มีการลงทุนและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อลดการสูญเสียน โดยเป็นการเพิ่ม

ประสิทธิภาพการทำงานแทนการใช้แรงงานคน อีกทั้งยังหามาตรการป้องกันให้ความสูญเสียนอยู่ในระดับต่ำที่ยอมรับได้

2.3 การจัดการสินค้าคงคลัง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2568 ปี 2567 และปี 2566 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 15,190.38 ล้านบาท 14,899.73 ล้านบาท และ 13,630.08 ล้านบาท ตามลำดับ โดยเป็นผลมาจากยอดขายได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ และการขยายสาขาเมกาโฮมที่เพิ่มขึ้นในระยะหลัง ซึ่งเมกาโฮมมีระยะเวลาในการหมุนเวียนสินค้ามากกว่าโฮมโปร สำหรับระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ 113 วัน 106 วัน และ 100 วัน ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการหมุนเวียนสินค้าคงคลังให้เหมาะสม โดยมีการเพิ่มช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงปรับปรุงกระบวนการทำงานต่าง ๆ เพื่อมอบประสบการณ์ในการซื้อสินค้าที่ดีให้กับลูกค้า ทั้งในส่วนของพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานขาย การปรับปรุงรูปแบบการจัดเรียงสินค้าและรูปลักษณะภายในสาขา การนำเสนอสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลาย และการจัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมและจัดรายการส่งเสริมการขายเป็นต้น

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการติดตั้งระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) เพิ่มเติมที่ศูนย์กระจายสินค้า อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา ตอบโจทย์เรื่องการบริหารห่วงโซ่อุปทานในระยะยาวและรองรับการขยายธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต นอกจากนี้ การลงทุนดังกล่าวสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และความถูกต้องในการขนส่งสินค้า ทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าพร้อมส่งภายใน 1 ชั่วโมง

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีศูนย์กระจายสินค้าซึ่งสร้างอยู่บนที่ดินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ ที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่เชื่อมต่อถนนเส้นหลัก ๆ ได้แก่ ถนนพหลโยธิน ขาเข้ากรุงเทพฯ ถนนพหลโยธินขาออกไปภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทางหลวงสายเอเชียไปภาคเหนือ และถนนวงแหวนรอบนอกไปภาคตะวันออกและภาคตะวันตก ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการสินค้าของสาขาได้อย่างทันเวลา ลดความเสี่ยงจากสินค้าขาดสต็อก (Supply Chain Disruption) อีกทั้งยังมีแผนจะขยายพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถรองรับปริมาณการขยายสาขาในอนาคต รวมถึงบริษัทฯ มีการลงทุนพัฒนาระบบจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ (ASRS - Automated Storage and Retrieval System)

ซึ่งสามารถทำให้บริษัทฯ จัดเก็บและเรียกหีบสินค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว ลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับสินค้า และรองรับการขยายตัวที่จะเกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.4 การจัดหาสินค้า

ความเสี่ยงด้านปริมาณและราคาสินค้า เป็นปัจจัยความเสี่ยงหลักที่สำคัญของผู้ประกอบการด้านค้าปลีก บริษัทฯ มีการจัดหาและสั่งซื้อสินค้าจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่มาจากผู้ผลิตและตัวแทนภายในประเทศ โดยได้มีการวางแผนการจัดหาล่วงหน้าเพื่อให้มีสินค้าเพียงพอต่อการขายตลอดเวลา รวมถึงมีการวางแผนเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และมีหน่วยงานเฉพาะที่มีหน้าที่สำรวจสินค้า ตลอดจนคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตและมีระบบการตรวจสอบคู่ค้า (Supplier Audit) เพื่อให้บริษัทฯ มีสินค้าที่มีคุณภาพและมีสินค้าทดแทนอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีนโยบายกระจายการจัดหาและสั่งซื้อสินค้าไปยังผู้ผลิตและตัวแทนที่ผ่านการคัดเลือกแล้วหลายรายเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ขายรายเดียว สร้างความสมดุลด้านปริมาณและการสร้างอำนาจในการต่อรองด้านราคาในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าที่ครอบคลุมมิติด้านสิทธิมนุษยชนให้เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และความความปลอดภัยด้านสารสนเทศ (Cyber Security)

2.5 การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ยึดถือจริยธรรมและคุณธรรมเป็นหลักสำคัญในการประกอบธุรกิจและจะไม่เพิกเฉยต่อการกระทำใด ๆ ที่อาจนำไปสู่การทุจริตและคอร์รัปชัน แม้ว่ากากระทำนั้นเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อบริษัทฯ โดยค่านิยมของการทุจริตของบริษัทฯ หมายถึงการติดสินบนไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ ในที่นี้ หมายถึง การทุจริต การเรียกหรือการเสนอให้/สัญญาว่าจะให้สินบน การกรรโชก การมีผลประโยชน์ทับซ้อนซึ่งเงินทรัพย์สิน หรือ ประโยชน์อื่นใด ซึ่งไม่เหมาะสมให้แก่เจ้าหน้าที่รัฐหรือเอกชน หรือผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้บุคคลดังกล่าวกระทำ หรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ อันเป็นการให้ได้มาหรือรักษาไว้ซึ่งธุรกิจหรือผลประโยชน์อื่นใดที่ไม่เหมาะสมในทางธุรกิจ พฤติกรรมที่ขัดต่อจริยธรรมและกฎหมาย อาทิ การยกยอกทรัพย์สิน การแทรกแซงกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การแต่งตั้งโยกย้ายโดยไม่เป็นธรรม การละเว้นการปฏิบัติหน้าที่เพื่อเอื้อประโยชน์แก่บุคคลหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การปรับปรุงแก้ไขรายงานต่าง ๆ ทั้งรายงาน

ทางการเงิน และรายงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน การแสวงหาหรือเรียกร้องหรือรับของที่มีมูลค่าจากผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจ เป็นต้น

บริษัทฯ มีมาตรการป้องกันการทุจริตที่สามารถช่วยลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตในองค์กรได้ เริ่มตั้งแต่การจัดทำนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันและนโยบายการรับของขวัญ รวมถึงแจ้งนโยบายดังกล่าวแก่ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ การประเมินความเสี่ยงด้านทุจริต การออกแบบ และปฏิบัติงานตามกรอบการควบคุมภายในที่เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยง ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตให้แก่บุคลากรของบริษัทฯ ผ่านวัฒนธรรมองค์กรเรื่อง Integrity ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยป้องกันการเกิดทุจริตในองค์กร รวมทั้งการเปิดช่องทางในการร้องเรียนกรณีพบเบาะแสหรือเป็นที่ต้องสงสัยในเรื่องทุจริต นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายและได้รับการรับรองจากแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition Against Corruption หรือ CAC) และยังได้ส่งเสริมให้คู่ค้าร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันโดยสนับสนุนให้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย CAC ด้วยเช่นกัน ในปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารเรื่องนโยบายด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันให้กรรมการและพนักงานทุกคน นอกจากนี้ได้มีการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานทั้งหมด 24 ครั้ง ทั้งนี้ สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ในหน้า 255-262

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทฯ ใช้นโยบายทางการเงินอย่างระมัดระวัง เพื่อให้บริษัทฯ คงศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ และได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม ภายใต้ระดับความเสี่ยงที่พึงรับได้โดยพิจารณาจากการหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ผ่านการจัดการบริหารความเสี่ยงทางการเงินในด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ลูกหนี้

บริษัทฯ แบ่งลูกค้านออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มลูกค้ารายย่อย และกลุ่มผู้รับเหมาและเจ้าของโครงการ โดยกลุ่มลูกค้ารายย่อยคือลูกค้าหน้าร้านและออนไลน์ที่ส่วนใหญ่ขายสินค้าเป็นเงินสด ส่วนกลุ่มผู้รับเหมาและเจ้าของโครงการ คือกลุ่มลูกค้าที่ขายในปริมาณมาก ซึ่งอาจมีการพิจารณาให้เครดิต อย่างไรก็ตามรายได้จากการขายส่วนใหญ่ของบริษัทฯ มาจากกลุ่มลูกค้ารายย่อย ทั้งนี้ สำหรับการขายที่ให้เครดิต บริษัทฯ จะพิจารณาเฉพาะผู้รับเหมาและเจ้าของโครงการที่มีฐานะการเงินที่เชื่อถือได้ โดยได้ตรวจสอบผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินแล้ว หรือเป็นผู้รับเหมาที่มีหนังสือค้ำประกันเป็นหลักประกันการชำระหนี้ เป็นต้น

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2568 ปี 2567 และปี 2566 มีลูกหนี้ค้างชำระจำนวน 234.00 ล้านบาท 251.03 ล้านบาท และ 303.72 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้การค้าจากการขายโครงการ ซึ่งผู้บริหารได้ประเมินระยะการชำระหนี้และสถานะทางการเงินของลูกหนี้แต่ละรายแล้ว บริษัทฯ เห็นว่าค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญที่ตั้งไว้เพียงพอและเหมาะสมแล้ว

สำหรับลูกหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้จากการสนับสนุนการขายจากทางคู่ค้าและจากการให้เช่าพื้นที่และบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมียอดคงค้างจำนวน 2,113.67 ล้านบาท และมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 3.57 ล้านบาท

3.2 เงื่อนไขสัญญาเงินกู้ / การออกหุ้นกู้

การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจต่าง ๆ ที่ต้องอาศัยเงินทุนจากภายนอก ซึ่งบริษัทฯ มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิด และออกหุ้นกู้ในอัตราดอกเบี้ยคงที่เพื่อลดความเสี่ยงด้านต้นทุนทางการเงินที่มีโอกาสสูงขึ้นตามอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวเพิ่ม นอกจากนี้ผู้บริหารของบริษัทฯ มีกลไกกำกับดูแลการบริหารการเงิน โดยมีการวิเคราะห์และพิจารณาต้นทุนจากการลงทุนผ่านเครื่องมือต่าง ๆ ทั้งการใช้เงินจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน การกู้เงินจากธนาคาร การออกหุ้นกู้เพื่อบริหารต้นทุนให้สอดคล้องกับโครงสร้างการลงทุนในสินทรัพย์แต่ละประเภท และสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ รวมถึงการบริหารสภาพคล่องให้เหมาะสม โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะยาวคงค้างจำนวน 79.29 ล้านบาท และมีหุ้นกู้คงค้าง 12,403.13 ล้านบาท ซึ่งมีกำหนดไถ่ถอนระหว่างปี ปี 2569 ถึง 2571 ทั้งนี้ บริษัทฯ มีข้อตกลงกับเจ้าหนี้หุ้นกู้ว่าจะต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินทางการเงินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อทุน (D/E) ไว้ไม่เกิน 2.50 เท่า โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินทางการเงินต่อทุน (D/E) เท่ากับ 0.98 เท่า

3.3 อัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยอาจมีความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนจากการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ และการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ สำหรับการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศนั้นจะก่อให้เกิดผลกระทบเกี่ยวกับการแปลงค่าทางการเงินและเงินลงทุนในสกุลเงินต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามสำหรับการสั่งซื้อสินค้า บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้มีการดำเนินการป้องกันความเสี่ยง (Hedging) โดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงไว้แล้ว

4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ

พิจารณาความเสี่ยงจากข้อกำหนดทางกฎหมายทั้งในและต่างประเทศที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

4.1 พระราชบัญญัติผังเมืองรวม

พระราชบัญญัติผังเมืองรวม มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศและรองรับการขยายตัวเมืองในอนาคต หากในอนาคตมีการปรับปรุงผังเมืองรวมดังกล่าว บริษัทฯ จะไม่ได้รับผลกระทบจากข้อกำหนดนี้แต่อย่างใด เนื่องจากที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ลงทุนครอบคลุมพื้นที่ในเขตหัวเมืองหลักเกือบทุกจังหวัดแล้ว สำหรับการลงทุนสาขาใหม่ของบริษัทฯ ทุกครั้ง จะมีการตรวจสอบให้การลงทุนเป็นไปตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขของพระราชบัญญัติผังเมืองรวม

4.2 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษา

คุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535
และพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษา
คุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (ฉบับที่ 2)
พ.ศ.2561

ตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ฉบับปรับปรุงปี 2568/2025) ซึ่งออกตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติดังกล่าว มีผลบังคับใช้ 1 สิงหาคม 2568 ได้เพิ่มประเภทอาคารพาณิชย์ที่ต้องทำ EIA ได้แก่:

อาคารค้าปลีก-ค้าส่ง Home Improvement และศูนย์การค้า ต้องทำ EIA เมื่อเข้าเงื่อนไขดังนี้:

- พื้นที่อาคารตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตรขึ้นไป
- ความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป
- ประเภทอาคารตามประกาศ: อาคารค้าปลีกหรือค้าส่งสินค้าบริโภค
- อาคารขายวัสดุก่อสร้าง เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์
- ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า

กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศอย่างสมดุล บริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบเนื่องจากขนาดของอาคารส่วนใหญ่ ไม่เกินจากที่กฎหมายกำหนด กรณีหากการก่อสร้างในอนาคตเข้าเงื่อนไข บริษัทฯ จะดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมาย

4.3 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า

ในปี 2562 ได้มีประกาศคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า ออกโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 โดยกำหนดแนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ดังนี้

1. การกำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรม โดยการกำหนดราคารับซื้อหรือกตรารับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต่ำกว่าราคารับซื้อปกติ หรือบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายลดราคาสินค้าที่ส่งมอบและรับมอบแล้วโดยไม่มีเหตุผล
2. การเรียกรับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรม โดยผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ให้จ่ายผลประโยชน์ และให้หมายความรวมถึงเงิน ทรัพย์สิน หรือบริการบางอย่าง ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายไม่จำเป็นต้องจ่ายหรือจ่ายสูงเกินกว่าที่กำหนดอย่างไม่มีเหตุผล เมื่อคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจะได้รับตอบแทน เช่น
 - (1) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Entrance Fee/Listing Fee) ที่ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกเรียกเก็บเพิ่มเติมจากที่ระบุไว้ในสัญญาหรือตามที่ตกลงกันไว้ หรือเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากสินค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ได้ทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง บรรจุภัณฑ์ (Minor Change) หลังจากที่ได้นำจำหน่ายแล้ว โดยคุณภาพและปริมาณของสินค้านั้น ไม่เปลี่ยนแปลงโดยไม่มีเป็นธรรม
 - (2) ค่าธรรมเนียมการวางสินค้าพิเศษ เช่น ค่าหัวชั้น ค่าวางสินค้าในตำแหน่งพิเศษเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกเรียกเก็บสูงเกินสมควรอย่างไม่มีเป็นธรรม
 - (3) ค่าธรรมเนียมส่วนเพิ่มหรือการขอส่วนลดในวาระพิเศษ เช่น การเปิดสาขาใหม่ การปรับปรุงสาขา การฉลองครบรอบปีเฉพาะสาขา โดยผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ต้องจ่ายหรือจ่ายสูงเกินกว่าที่กำหนดอย่างไม่มีเป็นธรรม และต้องรับภาระครอบคลุมสาขาอื่นด้วยโดยที่ไม่เกี่ยวข้อง
 - (4) ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรมอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าได้ตามเป้า (Rebate) ส่วนลดชดเชยสินค้าสูญหาย หลังจากรับมอบสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายแล้ว

3. การคืนสินค้าที่ไม่เป็นธรรมโดยผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกคืนสินค้าทั้งหมดหรือบางส่วนซึ่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย โดยไม่มีเหตุผลอันมิใช่ความผิดหรือเหตุบกพร่องของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย หรือมิได้มีข้อตกลงกันไว้ล่วงหน้า หรือมิได้เป็นความยินยอมของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย โดยการคืนสินค้าที่ไม่เป็นธรรมหมายรวมถึงการกระทำในลักษณะที่เทียบเท่ากับการคืนสินค้า เช่น การเปลี่ยนสัญญาจากสัญญาซื้อขายเป็นสัญญาฝากขาย หรือการขอเปลี่ยนสินค้าจากรายการหนึ่งกับสินค้าอีกรายการหนึ่ง หรือการปฏิบัติทางการค้าอื่นซึ่งเสมือนหนึ่งเป็นการคืนสินค้าสำหรับกรณีการคืนสินค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น
 - (1) การคืนสินค้าในกรณีที่ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายในปริมาณมากเพื่อหวังประโยชน์ส่วนลดทางการค้า แต่เมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งที่คาดว่าจะจำหน่ายไม่หมด จึงขอคืนสินค้าในภายหลังและไม่อยู่ในเงื่อนไขการคืนสินค้าตามประเพณีการค้าปกติ
 - (2) การคืนสินค้าในกรณีที่ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกต้องการปรับปรุงร้านค้า หรือคลังสินค้าที่จำเป็นต้องนำสินค้าที่มีอยู่ออกไป แล้วส่งคืนให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายอย่างไม่มีเป็นธรรม
 - (3) การคืนสินค้าในกรณีที่ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกไม่ยอมรับภาระความเสียหายอันเกิดจากการคืนสินค้านั้นให้แก่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย
4. การใช้สัญญาฝากขายที่ไม่เป็นธรรม โดยผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ยอมรับสัญญาการฝากขายสินค้าซึ่งกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม อันทำให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเสียเปรียบอย่างมากจากประเพณีการค้าปกติทั่วไปในการฝากขายสินค้า หรือบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเฉพาะราย ทำสัญญาฝากขายสินค้าแทนการทำสัญญาซื้อขายตามปกติ เพื่อให้ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกได้รับผลตอบแทนจากสัญญา ฝากขายสินค้าเหมือนกับสัญญาซื้อขาย ซึ่งโดยทั่วไปผลตอบแทนของสัญญาฝากขายและสัญญาซื้อขายไม่เท่ากัน
5. การบังคับให้ซื้อหรือให้จ่ายค่าบริการ (Coercion to Purchase) อย่างไม่มีเป็นธรรม โดยผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีก บังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องซื้อสินค้าหรือต้องจ่ายค่าบริการตามที่กำหนด เพื่อประโยชน์ของการประกอบการค้าส่งค้าปลีก อันเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนแก่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

6. การมอบหมายให้พนักงานของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ปฏิบัติงานอย่างไม่เป็นธรรม โดยผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ไม่ได้ยินยอมหรือไม่ได้เป็นข้อตกลงกันไว้ล่วงหน้า
7. การปฏิเสธการรับสินค้าที่สั่งซื้อหรือผลิตพิเศษเป็นการเฉพาะของผู้สั่งผลิต (Private Brand) หรือเป็นการเฉพาะของผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีก (House Brand) อย่างไม่เป็นธรรม โดยหลังจากการทำข้อตกลงที่ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีกได้สั่งผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ผลิตสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะเกี่ยวกับมาตรฐาน รูปแบบและประเภทตามที่กำหนด และเมื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายนำส่งสินค้าที่สั่งผลิตนั้น ผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีกปฏิเสธการรับสินค้าทั้งหมดหรือบางส่วน โดยไม่มีเหตุผล หรือไม่ใช่ความผิดของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย หรือมิได้มีการแจ้งล่วงหน้า ยกเว้นกรณีผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ให้ความยินยอมในการปฏิเสธการรับสินค้าดังกล่าว และผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีกต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจากการปฏิเสธการรับสินค้า
8. การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมอื่น ๆ โดยผู้ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีกปฏิบัติทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรม ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย เช่น การประวิงเวลาการจ่ายค่าสินค้า การถอดสินค้าออกจากชั้นวางสินค้าอย่างไม่มีเหตุผลอันสมควร เป็นต้น

ในปี 2564 คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าได้ออกประกาศเรื่องแนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมเกี่ยวกับระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) กรณีผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นผู้ขายสินค้าหรือบริการ โดยประกาศดังกล่าวกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นคู่ค้ากับผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องคำนึงถึงการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นการใช้อำนาจต่อรองที่เหนือกว่า ไม่เป็นการเลือกปฏิบัติ ไม่เป็นการกีดกัน มีบรรทัดฐานชัดเจนมีหลักฐานเป็นหนังสือและเป็นการดำเนินการตามธุรกิจปกติ อันมีเหตุผลที่สามารถอธิบายได้หรืออีกนัยหนึ่ง คือ จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business Ethics) หรือข้อพึงปฏิบัติต่อคู่ค้าตามธุรกิจปกติที่ต้องตระหนักถึงความเป็นธรรม ความเสมอภาคโปร่งใส ความซื่อสัตย์ ในการดำเนินธุรกิจโดยไม่เลือกปฏิบัติระหว่างคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้านั้น บริษัทฯ ได้ยึดหลักการ

ประกอบธุรกิจที่เสรีและเป็นธรรมโดยไม่เป็นการบังคับ ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกัน และมีมาตรฐานชัดเจน ประกอบกับการทำข้อตกลงล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษร และเป็นการดำเนินการตามธุรกิจปกติที่มีเหตุผลอธิบายได้ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการประกาศงดการให้ของขวัญทุกเทศกาล ทั้งนี้ เพื่อมิให้มีการเรียกรับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรม

4.4 พระราชบัญญัติมาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

การเปิดตลาดเสรีการค้าจากการจัดตั้งประชาคมอาเซียน จะส่งผลให้การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นรัฐบาลไทยจึงต้องกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันอันตรายจากสินค้านำเข้าที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภค หนึ่งในมาตรการณ์คือการออกพระราชกฤษฎีกากำหนดมาตรฐานสินค้านำเข้าสำหรับสินค้าบางรายการที่จากเดิมสามารถนำเข้าได้โดยไม่ต้องขออนุญาตมาตรฐานอุตสาหกรรม แต่ในอนาคตการนำเข้าสินค้านั้น ๆ จะต้องผ่านการขออนุญาตก่อน ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบเรื่องความสะดวกในการนำเข้าสินค้าที่อาจถูกควบคุมมากขึ้น บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของสินค้าที่ได้มาตรฐาน โดยบริษัทฯ มีการอบรมทั้งพนักงานและคู่ค้าเพื่อให้รับทราบข้อกำหนดและปฏิบัติให้ถูกต้อง รวมถึงมีข้อกำหนดที่เป็นระบบอย่างชัดเจนให้พนักงานที่รับผิดชอบได้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้านั้น ๆ และปฏิบัติให้ถูกต้อง นอกจากนี้มีพนักงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบสินค้าที่ผลิตในประเทศและสินค้านำเข้า ให้มีมาตรฐานถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด และมีการติดตามและตรวจสอบสินค้าที่นำมาขายเป็นระยะ ด้วยความตระหนักในการให้ความสำคัญต่อคุณภาพสินค้าและบริการ เพื่อสนับสนุนการขายสินค้าที่มีมาตรฐานและความปลอดภัยให้กับลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเลือกซื้อสินค้าของบริษัทฯ

4.5 พระราชบัญญัติจายตรง

และการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

เป็นกฎหมายที่กำหนดในเรื่องการขายสินค้าผ่านระบบ Online โดยกฎหมายดังกล่าวมีข้อกำหนดในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการแจ้งสิทธิให้กับผู้บริโภคเรื่องการขายสินค้า การเลิกสัญญาซื้อขาย การคืนสินค้า ซึ่งไม่มีผลกระทบกับบริษัทฯ เพราะบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนดครบถ้วนแล้ว

4.6 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูล

ส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

เป็นกฎหมายที่กำหนดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์หรือมาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า และพนักงาน มิให้ถูกละเมิดสิทธิ เพื่อให้การดำเนินการของบริษัทเป็นไปโดยถูกต้อง ดังนั้นบริษัท จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร เพื่อให้มีหน้าที่ดูแลและจัดเตรียมแผนงานต่าง ๆ โดยวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน กำหนดนโยบาย และวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงควบคุมดูแลอย่างเข้มงวดรัดกุมเพื่อรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า และพนักงานให้ปลอดภัยและโปร่งใสเพื่อรองรับการบังคับใช้ของ พรบ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

บริษัท ได้มีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ เงื่อนไข การจัดการขอความยินยอม การเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้ข้อมูล และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้บริษัท ใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูง ทั้งในด้านเทคโนโลยีและกระบวนการเพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่สำคัญตามที่กฎหมายกำหนด และพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกฎหมายข้างต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัท มีการรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลที่ได้มาตรฐานด้วยมาตรการต่าง ๆ เช่น การติดตั้ง Firewall และซอฟต์แวร์ตรวจจับการบุกรุก การใช้เทคโนโลยีเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) การติดตั้งซอฟต์แวร์ Scan Virus เพื่อป้องกันไวรัสอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดสิทธิการใช้งานตามระดับ (Level of Authorization) และกระบวนการทำงานที่สอดคล้องกับข้อกำหนด ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บนเว็บไซต์ของบริษัท <https://www.homepro.co.th/privacy-policy> และเอกสารแจ้งการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลที่ <https://www.homepro.co.th/privacy-notice>

4.7 พระราชบัญญัติว่าด้วยวัตถุอันตราย

พ.ศ. 2535

เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับชีวิตและสุขภาพของบุคคลจากการใช้หรือสัมผัสวัตถุอันตราย และเพื่อป้องกันการปนเปื้อนและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม จึงได้มีการตรากฎหมายมาเพื่อควบคุมสินค้าบางประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น ผลิตภัณฑ์ล้างจานและผลิตภัณฑ์ซักผ้า ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค เป็นต้น โดยบริษัท ได้มีการขออนุญาตและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการนำเข้าและการขายอย่างถูกต้อง

4.8 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พ.ศ.2522

เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงมีสิทธิในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ และป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการธุรกิจใช้ข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด จึงได้มีการตรากฎหมายมาเพื่อควบคุม โดยบริษัท ได้มีการกำหนดแนวปฏิบัติตามกฎหมายที่ตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงมีการตรวจสอบการดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น ตรวจสอบฉลากสินค้าให้ครบถ้วนถูกต้อง จัดทำสัญญาที่ควบคุมให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น

4.9 พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจ

บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

ที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ.2565

มีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2566 โดยในปี 2567 บริษัท เริ่มประกอบธุรกิจในรูปแบบแพลตฟอร์มที่เป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (e-Marketplace Platform) ซึ่งเข้าเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนดว่าเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเป็นนิติบุคคลที่มีรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายเกิน 50 ล้านบาทต่อปี และมีจำนวนผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเกิน 5,000 คนต่อเดือน บริษัท จึงได้ดำเนินการแจ้งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและดำเนินการต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

4.10 พระราชบัญญัติควบคุม

การขายทอดตลาดและค้ำของเก่า

พ.ศ. 2474

โดยกฎหมายนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการเป็นแหล่งรับซื้อของโจร การฟอกเงิน และควบคุมให้การประกอบอาชีพเป็นไปอย่างโปร่งใส ต้องมีการขออนุญาตจากกรมการปกครอง และมีหน้าที่ปฏิบัติตามข้อกำหนด เช่น การทำบัญชี การแจ้งเบาะแสทรัพย์สินต้องสงสัย ผู้ฝ่าฝืนอาจมีโทษจำคุกและปรับตามที่กฎหมายกำหนด บริษัท มีความเกี่ยวข้องในกรณีค้าของเก่า เนื่องจากบริษัท มีโครงการ Trade In และ Circular Close Loop โดยเป็นการนำสินค้าเก่ามารีไซเคิล และมีบางส่วนที่นำมาซ่อมแซมและจำหน่ายต่อไป ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองต่อโครงการของประเทศเรื่องการลดโลกร้อน ซึ่งบริษัท ได้ดำเนินการขออนุญาตค้าของเก่าต่อหน่วยงานราชการอย่างถูกต้อง

5. ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk)

5.1 ความเสี่ยงด้านกฎหมายและนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงส่งผลให้เกิดความร่วมมือระดับโลก โดยมีการผลักดันจากการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (COP) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเร่งด่วน สำหรับประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี พ.ศ. 2593 จากการประชุมครั้งที่ 30 (COP30) อีกทั้งยังมีการผลักดันกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อควบคุมและลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน อาทิ พ.ร.บ. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ร.บ. การจัดการบรรจุภัณฑ์ อย่างยั่งยืน กฎเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน การสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ติดตามสถานการณ์และเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ จากการยกระดับการกำกับดูแลของภาครัฐอย่างต่อเนื่องดังกล่าว ถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่งต่อภาคธุรกิจของไทย โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการปล่อยคาร์บอนสูง หากไม่มีการปรับตัว อาจต้องเผชิญต้นทุนที่สูงขึ้นและเสียเปรียบในการแข่งขัน

สำหรับบริษัทฯ การปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎหมายในประเทศและนโยบายระหว่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็น โดยบริษัทฯ ได้มีการปรับตัวและผลักดันองค์กรสู่ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสีเขียว ปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน และจัดทำรายงานผลด้านความยั่งยืนอย่างโปร่งใสภายใต้กรอบและแนวทางตามที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด โดยบริษัทฯ มอบหมายให้ฝ่ายกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ติดตามการประกาศและบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้อง และสอดคล้องกับกฎหมายของประเทศและสากลได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืน เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขา การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในอาคารของบริษัท การใช้รถขนส่งไฟฟ้า (EV Truck) แทนรถขนส่งที่ใช้ น้ำมัน การมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านกระบวนการรีไซเคิลผลิตภัณฑ์เก่าและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Circular Product) ซึ่งการจัดการความเสี่ยงและการดำเนินงานในแนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมสนับสนุนเป้าหมายความยั่งยืนในระยะยาว

5.2 ความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน

การดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จร่วมกันได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยทั้งผู้ถือหุ้น พนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ ลูกค้า ชุมชน และสังคมโดยรวม อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบต่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน การละเมิดสิทธิแรงงาน การละเมิดสิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม หรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ซึ่งการละเมิดเหล่านี้อาจสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ นำไปสู่การสูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย เกิดคดีความที่ต้องชดเชยเยียวยา และกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและรายได้ในท้ายที่สุด

ดังนั้น การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนจึงเป็นเรื่องสำคัญที่บริษัทฯ ต้องประเมินความเสี่ยงและจัดทำมาตรการรับมืออย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมตั้งแต่การระบุความเสี่ยง การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ การประเมินผลกระทบ การกำหนดมาตรการป้องกันและแก้ไข ตลอดจนการติดตามและรายงานผล นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังต้องสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชนให้แก่พนักงานและคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อให้การเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร โดยไม่เพียงปกป้องสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมายเท่านั้น แต่ยังมุ่งเน้นการดูแลและให้ความเคารพในฐานะมนุษย์ที่มีศักดิ์ศรีและคุณค่าเท่าเทียมกัน โดยมีแนวทางดังนี้

- ดำเนินธุรกิจตามหลักการที่ระบุว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights - UNGP) และพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานมาตรฐาน International Labour Organization (ILO) ซึ่งครอบคลุมการคุ้มครองการเคารพ และการเยียวยาสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ
- กำหนดและประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน (Human Rights Policy) บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับบุคลากรภายในและสื่อสารต่อสาธารณชน

- จัดให้มีการตรวจสอบประเด็นสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินความเสี่ยง กำหนดแนวทางจัดการผลกระทบอย่างเหมาะสม และจัดทำกระบวนการเยียวยาหากเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- บูรณาการมาตรการเคารพสิทธิมนุษยชนในทุกขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งติดตามและรายงานผลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงจัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแส (Whistleblowing Channel) สำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบ

5.3 ความเสี่ยงจากการปรับตัวสู่ความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

บริษัท ดำเนินธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมค้าปลีกและมีการจัดจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้นมากกว่า 100,000 รายการ ซึ่งจัดจำหน่ายทั้งที่สาขาและผ่านช่องทางออนไลน์ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพจึงเป็นเรื่องที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รวมถึงกำหนดให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักขององค์กร โดยกิจกรรมและการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในห่วงโซ่อุปทานนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพในการส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค หากคู่ค้ามีการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน มีการละเมิดจริยธรรม (Ethical Sourcing) และกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตอันส่งผลให้คุณภาพของสินค้าลดต่ำลง มีการใช้แรงงานผิดกฎหมาย หรือมีกระบวนการผลิตที่สร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้ โดยเฉพาะในยุคที่ความต้องการสินค้าบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการผลักดันกฎหมายต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมจากทางภาครัฐ ซึ่งสร้างความท้าทายให้คู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจในการปรับตัวและยกระดับกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยการดำเนินธุรกิจและปฏิบัติงานของคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และขาดจริยธรรม อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และอาจมีผลต่อความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ได้

เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการและแนวปฏิบัติต่าง ๆ อ้างอิงตามกฎระเบียบและข้อบังคับระดับประเทศและสากล เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างเหมาะสม รวมถึงจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ด้านคู่ค้า อาทิ นโยบายจัดซื้อจัดจ้าง แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Sustainable Supplier Code of Conduct) แนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน (Supplier ESG Program)

ตลอดจนการคัดเลือก ประเมินความเสี่ยง และพัฒนาคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นคงในห่วงโซ่อุปทานและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน โดยบริษัทฯ สนับสนุนให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นมืออาชีพ จัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรม (Ethical Sourcing) คำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีระบบความปลอดภัยด้านสารสนเทศที่เพียงพอ (Cyber Security) รวมถึงจัดให้มีสวัสดิการของพนักงานอย่างเหมาะสมโดยไม่ละเมิดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงาน

6. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในอนาคต (Emerging Risk)

ปัจจุบัน องค์กรธุรกิจต่าง ๆ เผชิญกับความเสี่ยงรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นและเชื่อมโยงกันมากขึ้น อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค รายงาน Global Risks Report โดย World Economic Forum (WEF) ที่ชี้ให้เห็นถึงความเสี่ยงสำคัญที่องค์กรต่าง ๆ ควรให้ความสนใจ การระบุและจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและรับมือกับความท้าทายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ องค์กรจำเป็นต้องมีการประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจ พร้อมกำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบที่เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงและแปลงความท้าทายให้เป็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยในปี 2568 บริษัทมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่มีส่งผลกระทบต่อการทำงานดังนี้

6.1 ความเสี่ยงเรื่องผลกระทบจากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Adverse Outcomes of AI Technologies)

ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ในส่วนงานต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัทฯ อาทิ การวิเคราะห์ข้อมูลภายใน การบริหารสินค้าคงคลัง การกำหนดกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งกระบวนการดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงจากความผิดพลาดของการประมวลผลข้อมูล หรือการรั่วไหลของข้อมูลความลับไปสู่ภายนอกโดยไม่ได้รับอนุญาต เพื่อเป็นการป้องกันและลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ กำหนดให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลและตรวจสอบข้อมูล (Human Oversight) ก่อนนำข้อมูลไปใช้เสมอ

ผลกระทบต่อธุรกิจ

บริษัทฯ อาจตัดสินใจทางธุรกิจพลาดไป อันเนื่องมาจากสาเหตุการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยวิเคราะห์และขาดกระบวนการในการตรวจสอบข้อมูล อาทิ การคาดการณ์ความต้องการของสินค้าสูงหรือต่ำเกินจริง ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทฯ มีสภาพคล่องเปลี่ยนไปจากการบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในกระบวนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลอาจก่อให้เกิดข้อมูลความลับรั่วไหลซึ่งอาจจะส่งผลให้กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ชะงักได้

การบรรเทาผลกระทบ

- บริษัทฯ มีการจัดตั้งหน่วยงาน Enterprise Data Analytics & AI ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ทำหน้าที่กำหนดสิทธิการใช้ข้อมูลตามระดับ (Level of Authorization) พร้อมทั้งติดตามความก้าวหน้าและมาตรการด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- บริษัทฯ มุ่งเน้นการยกระดับทักษะ (Upskilling) และสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ให้แก่พนักงานเกี่ยวกับแนวทางการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามหลักจริยธรรมและปลอดภัย โดยกำหนดเป็นมาตรฐานปฏิบัติให้พนักงานต้องมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Human Oversight) ในทุกขั้นตอนก่อนนำไปใช้งาน
- บริษัทฯ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยจัดสรรโปรแกรมลิขสิทธิ์สำหรับองค์กร (Enterprise License) ให้แก่พนักงาน อาทิ Microsoft Copilot และ ChatGPT เพื่อความปลอดภัยและถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งนี้ เครื่องมือดังกล่าวจะต้องผ่านการตรวจสอบและอนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าฟังก์ชันการใช้งานเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยทางไซเบอร์และข้อกำหนดด้านการปกป้องข้อมูลของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด

6.2 ความเสี่ยงเรื่องข้อมูลที่ไม่ต้องดูแล การบิดเบือนข้อมูลจากข้อเท็จจริง (Misinformation and Disinformation)

ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารส่งต่อกันได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การส่งต่อข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูลเกี่ยวกับ

องค์กรสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ สามารถสร้างเนื้อหาปลอมทั้งภาพ เสียง และวิดีโอที่มีความสมจริง ทำให้การแยกแยะข้อเท็จจริงเป็นไปได้ยาก นอกจากนี้ การแพร่กระจายข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง (Viral) ส่งผลให้การควบคุมความเสียหายทำได้ยาก รวมถึงความเสี่ยงจากการใช้เทคโนโลยีในการแอบอ้างชื่อไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต เช่น การสร้างเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันปลอม การโฆษณา การหลอกลวงทางการเงิน หรือการแอบอ้างเป็นพนักงานบริษัทเพื่อฉ้อโกงลูกค้า

ผลกระทบต่อธุรกิจ

การเผยแพร่ข้อมูลเท็จและการแอบอ้างชื่อบริษัทฯ สามารถส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์องค์กรที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า นักลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ หรือสาธารณชนเกิดความไม่มั่นใจในการดำเนินงานของบริษัทฯ นอกจากนี้ยังอาจทำให้ความเชื่อมั่นของนักลงทุนและผู้ถือหุ้นลดลง ส่งผลให้มูลค่าหุ้นของบริษัทฯ ลดลง สูญเสียโอกาสทางธุรกิจ กระทบต่อขวัญกำลังใจของพนักงานและความสามารถในการดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพเข้าร่วมงานกับองค์กร และอาจทำให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงักได้

การบรรเทาผลกระทบ

- เพื่อให้บริษัทฯ มีระบบการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่กำหนดกรอบการดำเนินงานและมาตรการป้องกันที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ ความเสี่ยงจากข้อมูลเท็จ และการบิดเบือนข้อมูล โดยมีฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยง กำหนดมาตรการป้องกัน ตลอดจนเฝ้าระวังเหตุการณ์และติดตามการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 พร้อมทั้งส่งเสริม สนับสนุน ให้คำปรึกษา และทบทวนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีฝ่ายกฎหมายทำหน้าที่เฝ้าระวังและติดตามเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ

- เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลสำคัญของบริษัทฯ เป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โดยเฉพาะข้อมูลทางการเงินและการลงทุน ซึ่งมีความละเอียดอ่อนและอาจถูกนำไปบิดเบือนจนเกิดความเสียหาย บริษัทฯ ได้จัดตั้งหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เป็นศูนย์กลางในการสื่อสารและให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นปัจจุบันแก่นักลงทุน ผู้ถือหุ้น และนักวิเคราะห์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงาน
- บริษัทฯ กำหนดช่องทางที่ชัดเจนในการรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสการกระทำผิด เพื่อตรวจสอบการกระทำใด ๆ ที่ต้องสงสัยว่าเป็นการละเมิด บิดเบือนให้ข้อมูลเท็จ หรือกระทำผิด และสามารถตอบสนองดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว และเหมาะสม รายละเอียดช่องทางการร้องเรียน ในหน้า 261-262
- บริษัทฯ กำหนดมาตรการรับมือความเสี่ยงจากข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูล โดยกำชับฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานออนไลน์ เช่น หน่วยงานอีคอมเมิร์ซ การตลาด และประชาสัมพันธ์ ให้ระมัดระวังในการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทฯ ให้มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ พร้อมทั้งตรวจสอบ ติดตามการโต้ตอบ และรายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบ กรณีที่เกิดการเผยแพร่ข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูลบริษัทฯ ในทางมิชอบ
- บริษัทฯ เสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่พนักงาน โดยให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านอีเมล ICT News ของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งจัดทำโครงการทดสอบความปลอดภัยด้านไซเบอร์ (Cyber Phishing Test) และจัดอบรมหลักสูตร Cybersecurity Awareness อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานและผู้บริหารเข้าใจความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงภัยคุกคามทางไซเบอร์
- บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินรายงานด้าน Cyberwatch Security Scorecard โดยผู้ประเมินภายนอกที่เป็นอิสระอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานทั้งในด้านกายภาพและไซเบอร์ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีความพร้อมในการเฝ้าระวังและรับมือกับเหตุการณ์คุกคามทางไซเบอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- บริษัทฯ ได้ติดตั้งอุปกรณ์ซอฟต์แวร์และกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ครอบคลุม อาทิ ระบบ Firewall และระบบป้องกันการบุกรุก (IDS/IPS) การเข้ารหัสข้อมูล การปรับปรุงซอฟต์แวร์ให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการติดตั้งระบบ Network Access Control และการแบ่งแยกเครือข่ายระหว่างสาขา (Network

Segregation) นอกจากนี้ ยังมีกานาระบบยืนยันตัวตนแบบหลายขั้นตอน (Multi-Factor Authentication) มาใช้ร่วมกับระบบป้องกันไวรัส รวมถึงการจัดทำแผนตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉิน (Incident Response Plan) การจัดทำประกันภัยไซเบอร์ (Cyber Insurance) และการกำหนดนโยบายการจัดการข้อมูลร่วมกับคู่ค้า เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของระบบในทุกมิติ

6.3 ความเสี่ยงเรื่องภัยธรรมชาติ (Natural Disaster Risk)

สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันเป็นปัจจัยเร่งให้ภัยธรรมชาติเกิดขึ้นและรุนแรงกว่าในอดีต อาทิ เหตุการณ์แผ่นดินไหวในประเทศพม่าที่ส่งผลกระทบต่อไทยเมื่อเดือนมีนาคม 2568 และอุทกภัยในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2568 ซึ่งส่งผลให้บางสาขาต้องหยุดดำเนินการชั่วคราว อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้รับผลกระทบในวงจำกัด เนื่องจากมีการเตรียมความพร้อมและบริหารจัดการความเสี่ยง รวมถึงมีการจัดทำกรรมธรรม์ประกันภัยที่ครอบคลุม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการประเมินโอกาสเกิดภัยธรรมชาติอย่างละเอียดก่อนการพิจารณาทำเลงทุน เพื่อควบคุมผลกระทบให้อยู่ในระดับที่บริหารจัดการได้

ผลกระทบต่ธุรกิจ

การเกิดภัยธรรมชาติต่าง ๆ อาทิ ฝนตกหนัก พายุมรสุม และอุทกภัยฉับพลัน อาจส่งผลให้บางสาขาต้องหยุดดำเนินการชั่วคราวหรือเกิดความเสียหายต่อทรัพย์สิน ซึ่งไม่เพียงแต่จะเป็นอุปสรรคต่อการเข้ารับบริการของลูกค้า แต่ยังกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในด้านการนำเข้า การขนส่ง และการกระจายสินค้า รวมถึงข้อจำกัดในการให้บริการของทีมช่างในพื้นที่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังตระหนักถึงความเสี่ยงด้านกำลังซื้อที่อาจชะลอตัวลง เนื่องจากผู้บริโภคมีกระแสวิ่งการใช้จ่ายและสำรองเงินทุนในช่วงวิกฤต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายในพื้นที่ที่ประสบภัย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงเล็งเห็นโอกาสในการนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อการซ่อมแซมและปรับปรุงที่อยู่อาศัยภายหลังเหตุการณ์สบบง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้นำข้อมูลด้านอุตุนิยมวิทยา เช่น ปรากฏการณ์เอนโซ (ENSO) มาใช้ในการคาดการณ์สภาพอากาศล่วงหน้า เพื่อเตรียมความพร้อมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงสถานการณ์ได้อย่างแม่นยำ

การสุสานทางละคร

บริษัท มีมาตรการที่ครอบคลุม และได้จัดทำแผนรับมือที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ โดยมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- การจัดการอาคารสาขาและศูนย์กระจายสินค้า: บริษัทฯ ศึกษาข้อมูลสถิติ ปริมาณน้ำฝน และอุทกภัยที่เคยเกิดขึ้นก่อนการก่อสร้างเพื่อนำมาออกแบบและป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เช่น การก่อสร้างอาคารสาขาให้สูงกว่าค่าเฉลี่ยอุทกภัย หรือเพิ่มโครงสร้างให้แข็งแรงเพื่อรองรับการเกิดลมกระโชกแรง จากพายุมรสุมที่รุนแรงมากขึ้นสำหรับศูนย์กระจายสินค้า บริษัทฯ สร้างกำแพงกันน้ำเพื่อรองรับอุทกภัย และติดตามปริมาณน้ำในแม่น้ำต่าง ๆ ในช่วงฤดูมรสุม เพื่อเตรียมพร้อมรับมือ
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานและระบบขนส่ง: เพื่อบรรเทาผลกระทบจากภัยพิบัติอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ ได้จัดทำแผนรับมือกรณีที่เกิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานและระบบขนส่งหยุดชะงัก โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ ปรับเปลี่ยนจุดรับและกระจายสินค้าไปยังสาขาที่ไม่ได้รับผลกระทบเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้เทคโนโลยีในการปรับเปลี่ยนเส้นทางการขนส่งเพื่อหลีกเลี่ยงพื้นที่ประสบภัย เพื่อบรรเทาปัญหาการขาดแคลนสินค้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารสินค้าคงคลังให้

เพียงพอต่อการขายตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งศูนย์กระจายสินค้าและสาขา เพื่อให้มั่นใจว่ามีสินค้าสำรองเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

- การบริหารจัดการความคุ้มครองผ่านการประกันภัย: บริษัทฯ จัดให้มีการทำกรมธรรม์ประกันภัยที่ครอบคลุมความเสียหายต่อทรัพย์สิน และจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) อย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงและผลกระทบจากภัยธรรมชาติต่าง ๆ จะถูกจำกัดอยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้
- การวิเคราะห์ความคุ้มค่าและความเสี่ยงก่อนการลงทุน: ในการพิจารณาขยายสาขา บริษัทฯ ไม่เพียงแต่คำนึงถึงปัจจัยทางการเงิน แต่ยังรวมถึงการประเมินความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) เพื่อให้มั่นใจว่าการลงทุนในแต่ละพื้นที่นั้นมีความคุ้มค่าและมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่เหมาะสม
- ความพร้อมด้านปฏิบัติการในพื้นที่เสี่ยง: สำหรับสาขาในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง บริษัทฯ ได้ยกระดับมาตรการเตรียมความพร้อมทั้งด้านบุคลากรและอุปกรณ์ อาทิ การฝึกซ้อมแผนรับมือเหตุฉุกเฉินอย่างสม่ำเสมอ การติดตั้งกำแพงกันน้ำท่วม และการจัดเตรียมระบบสูบน้ำเพิ่มเติมให้พร้อมใช้งานทันทีเมื่อเกิดเหตุ





Member of
Dow Jones
Best-in-Class Indices
Powered by the S&P Global CSA



for Sustainable Living



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2568

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

สารจากคณะกรรมการกลยุทธ์ และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร



**บริษัทฯ ขอยืนยันว่าจะเดินหน้าพัฒนา
HomePro Ecosystem ให้เติบโตอย่างมั่นคง
ภายใต้หลักธรรมาภิบาล พร้อมทั้งสร้างคุณค่า
ร่วมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน**



เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ปี 2568 เศรษฐกิจโลกเผชิญความท้าทายจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์และมาตรการกีดกันทางการค้า ส่งผลต่อห่วงโซ่อุปทานและต้นทุนพลังงาน ขณะที่เศรษฐกิจไทยแม้ภาคการท่องเที่ยวจะฟื้นตัว แต่ยังถูกกดดันจากหนี้ครัวเรือนกำลังซื้อที่ชะลอตัว และผลกระทบจากสภาพอากาศแปรปรวนและภัยพิบัติที่รุนแรงขึ้น ส่งผลกระทบต่อชีวิต ทรัพย์สิน และภาคเศรษฐกิจ

ความไม่แน่นอนด้านสภาพอากาศจึงเป็นประเด็นเร่งด่วนที่ทุกภาคส่วนต้องพิจารณาและเตรียมรับมือ บริษัทฯ จึงมุ่งประเมินความเสี่ยงและบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจ โดยเสริมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน การขนส่ง และห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันที่ยั่งยืน

ในด้านกลยุทธ์ บริษัทฯ ได้พัฒนา “HomePro Ecosystem” ระบบนิเวศที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า ผ่านการเชื่อมโยงสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริการช่างมืออาชีพและบริการหลังการขายครบวงจร บนช่องทาง Omni-channel ที่ไร้รอยต่อ พร้อมยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย มั่นใจในคุณภาพ และสร้างความผูกพันกับลูกค้าได้ในระยะยาว

นอกจากนี้ คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานด้านกลยุทธ์และความยั่งยืนเพื่อให้มั่นใจว่าการตัดสินใจและการดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ ในปีที่ผ่านมา คณะกรรมการได้จัดประชุม 4 ครั้ง เพื่อพิจารณาและติดตามความคืบหน้าของแผนงานสำคัญ รวมถึงการบริหารความเสี่ยงและการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

ในฐานะผู้นำธุรกิจค้าปลีกเกี่ยวกับบ้านและที่อยู่อาศัย บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนผ่านกระบวนการคัดสรรสินค้าคุณภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มาวางจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งในปี 2568 บริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายสินค้า ECO Product กว่าร้อยละ 51 ของยอดขายสินค้าทั้งหมด

ในด้านการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ มุ่งมั่นส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการติดตั้งระบบควบคุมพลังงานในอาคาร (BCMS) เปลี่ยนรถขนส่งสินค้าเป็นรถบรรทุกไฟฟ้า (EV Truck) เพื่อลดการใช้พลังงานและลดมลพิษในภาคขนส่ง ปรับปรุงเครื่องจักรและเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน ซึ่งในปี 2568 บริษัทฯ ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจาก Solar roof ครอบคลุมแล้วกว่า 116 สาขา โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายใช้พลังงานหมุนเวียนร้อยละ 100 ในสาขาที่มีอาคารเป็นของตนเองภายในปี 2573 ทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางสู่เป้าหมาย Net Zero Emission ภายในปี 2593

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังผลักดันเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านโครงการ “แลกเก่าเพื่อโลกใหม่” ซึ่งประสบความสำเร็จในการนำผลิตภัณฑ์เก่า เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าเก่า สุขภัณฑ์เก่า หรือกระเบื้องเก่า กลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเป็นวัตถุดิบใหม่ พร้อมทั้งร่วมมือกับคู่ค้าในการผลิตสินค้า Circular Product ที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล เพื่อลดปริมาณขยะฝังกลบและสร้างทางเลือกการบริโภคที่ยั่งยืนให้แก่ลูกค้า

การดำเนินงานด้านสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการดูแลบุคลากรซึ่งเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร โดยใส่ใจดูแลชีวิตพนักงานให้มีความมั่นคงและความปลอดภัย ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสนับสนุนความก้าวหน้าทางอาชีพและการเติบโตจากภายใน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน และสร้างองค์กรที่มีความหลากหลาย ความเท่าเทียม และเปิดรับความแตกต่าง (Diversity, Equity, and Inclusion; DEI) ของทุกคน

บริษัทฯ ยกระดับกระบวนการคัดเลือกสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้า ผ่านการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพในการคัดเลือกสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งกำหนดให้ประเด็นด้านความยั่งยืนเป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินคู่ค้าของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกสินค้าและบริการของบริษัทฯ ที่ส่งมอบไปยังลูกค้านั้นมีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพของช่างให้มีความเชี่ยวชาญ และสามารถบริการลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ยกระดับบริการ CHANG HomePro ให้เป็นแพลตฟอร์มบริการเรื่องบ้านครบวงจร โดยทีมช่างมืออาชีพกว่า 3,000 ทีม ที่พร้อมส่งมอบบริการเรื่องบ้านที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าทั่วประเทศ

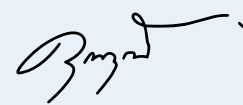
การกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล โดยเข้าร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับสังคมและภาคธุรกิจไทยในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันทุกรูปแบบ พร้อมทั้งบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการกำกับดูแลธรรมาภิบาล และความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ โดยผนวกความเสี่ยงดังกล่าวเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินความเสี่ยงองค์กร

นอกจากนี้ บริษัทฯ ติดตามและปฏิบัติตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อบังคับ และเกณฑ์ต่าง ๆ ด้านความยั่งยืนอย่างใกล้ชิด ทั้งการยกระดับมาตรฐานสู่ FTSE Russell ESG Rating ที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ การบังคับใช้ พ.ร.บ. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมาตรฐาน ISSB ที่ทางสำนักงาน ก.ล.ต. เตรียมปรับใช้สำหรับการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน โดยเฉพาะ IFRS S2 ซึ่งเน้นการเปิดเผยข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมเชิงรุกทั้งพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูล สร้างความตระหนักรู้แก่บุคลากร และจัดทำรายงานต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทมีความครบถ้วน โปร่งใส และสอดคล้องตามมาตรฐานสากล

จากการบูรณาการความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจอย่างจริงจัง ปี 2568 บริษัทฯ ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ การได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Best-in-Class Indices) และมีผลคะแนนติดกลุ่ม Top 5% ของโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีก ได้รับคัดเลือกอยู่ในดัชนี FTSE4Good ได้รับผลการประเมินความยั่งยืนระดับ AA จาก MSCI รวมถึงการได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ระดับสูงสุด หรือ AAA และผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ (CGR) ระดับ 5 ดาว “ดีเลิศ” รางวัลเหล่านี้คือเครื่องยืนยันถึงความสำเร็จในการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในนามของคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ขอแสดงความขอบคุณต่อพนักงานทุกคนที่เป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรที่สำคัญ ขอขอบคุณลูกค้าที่ให้ความไว้วางใจ และคู่ค้าที่ร่วมเดินทางสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน ผู้ถือหุ้นที่เชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนสำหรับการสนับสนุนที่เป็นรากฐานสำคัญสู่ความสำเร็จ บริษัทฯ ขอยืนยันว่าจะเดินทางพัฒนา HomePro Ecosystem ให้เติบโตอย่างมั่นคง ภายใต้หลักธรรมาภิบาล พร้อมทั้งสร้างคุณค่าร่วมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นผู้นำธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในไทยและภูมิภาคอย่างมั่นคง



(นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล)

ประธานคณะกรรมการกลยุทธ์

และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

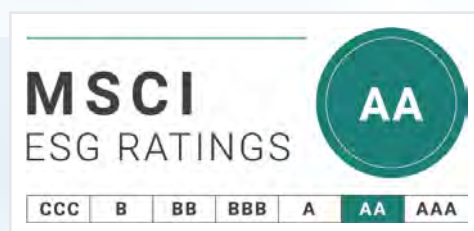
รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

รางวัลระดับสากล

ได้รับคัดเลือกให้อยู่ในดัชนีความยั่งยืนของดาวโจนส์ (DJBIC) โดยมีคะแนนติดกลุ่ม Top 5% ของโลก ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกประเภทตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) ประจำปี 2568 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 และได้รับคัดเลือกให้มีรายชื่ออยู่ใน “The Sustainability Yearbook 2025”



ได้รับการประเมินความยั่งยืน MSCI ESG Ratings ในระดับ AA และได้รับการจัดให้อยู่ในดัชนี MSCI Global Sustainability Index และ MSCI ESG Ratings Index



บได้รับคัดเลือกให้อยู่ในดัชนี FTSE4Good Index ซึ่งเป็นการยกย่ององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนทั่วโลก ซึ่งจัดทำโดย FTSE Russell



ได้รับการจัดอันดับ ESG Risk Rating ในระดับ Low Risk จากการประเมินของ Sustainalytics



ได้รับรางวัล ASEAN Asset Class Publicly Listed Companies ที่มอบให้แก่บริษัทที่ทำคะแนนได้ตั้งแต่ 97.50 คะแนนขึ้นไป จากการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนในระดับอาเซียน หรือ ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS)



รางวัลระดับประเทศ

ได้รับการจัดอันดับ SET ESG Rating ประจำปี 2568 ในระดับ AAA จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในดัชนี SETESG index ซึ่งเป็นดัชนีที่สะท้อนความเคลื่อนไหวของราคากลุ่มหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล



ได้รับการคัดเลือกโดยสถาบันไทยพัฒนาให้เป็น 1 ใน 100 บริษัทจดทะเบียน ที่มีผลการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11



ได้รับการประเมินระดับ ดีเลิศ หรือ 5 ดาวจากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการ บริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2568 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยเป็นการได้รับการประเมินในระดับดีเลิศ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 11



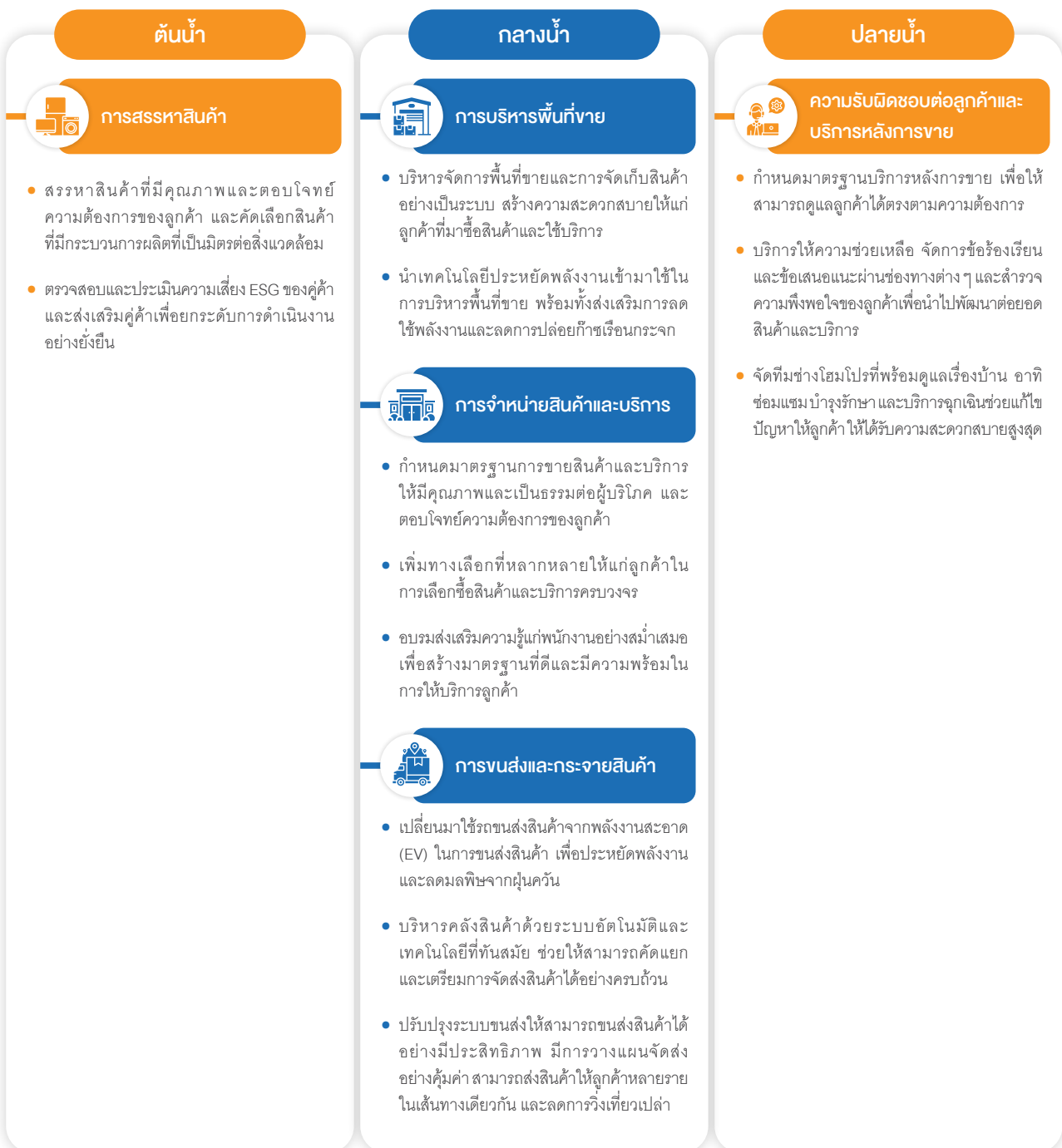
ได้รับการรับรองสถานการณเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10



ได้รับรางวัล Sustainability Disclosure Award ประจำปี 2568 โดยสถาบันไทยพัฒนาซึ่งมอบให้กับบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนด้านต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนและโปร่งใส



ห่วงโซ่คุณค่า



การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย






บริษัท วิเคราะห์และระบุผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ รวมถึงแนวทางการจัดการและตอบสนองต่อความสนใจและข้อกังวลของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท และผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำแผนงานต่าง ๆ ด้านความยั่งยืน และรายงานผลการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียต่อคณะกรรมการบริษัท ซึ่งบริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางการติดต่อเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม ทั้งนี้บริษัทฯ กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

การระบุผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Identification)	การจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Prioritization)	การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)
การระบุผู้มีส่วนได้เสียจะพิจารณาจากผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มนั้น ๆ ได้รับ หรือมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของบริษัท โดยพิจารณาลักษณะการมีส่วนร่วมต่อบริษัท ในขอบเขตที่เกี่ยวข้อง เช่น การพึ่งพาอาศัยบริษัท ความรับผิดชอบของบริษัท ความช่วยเหลือของบริษัท การมีอิทธิพลต่อบริษัท และการมีความเห็นต่อบริษัท	การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์และพิจารณาความเกี่ยวข้อง อิทธิพลหรือความสนใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สามารถนำผลการวิเคราะห์ไปกำหนดเป็นมาตรการในการสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างเหมาะสม	การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และตอบสนองผ่านโครงการ กิจกรรม หรือการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ พร้อมทั้งติดตาม และพัฒนากระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในประเด็นที่สำคัญของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

จากการวิเคราะห์และระบุผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัทฯ ในปี 2568 ผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า ตามลำดับ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้สร้างการมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อย่างเท่าเทียมผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ที่เหมาะสม โดยบริษัทแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

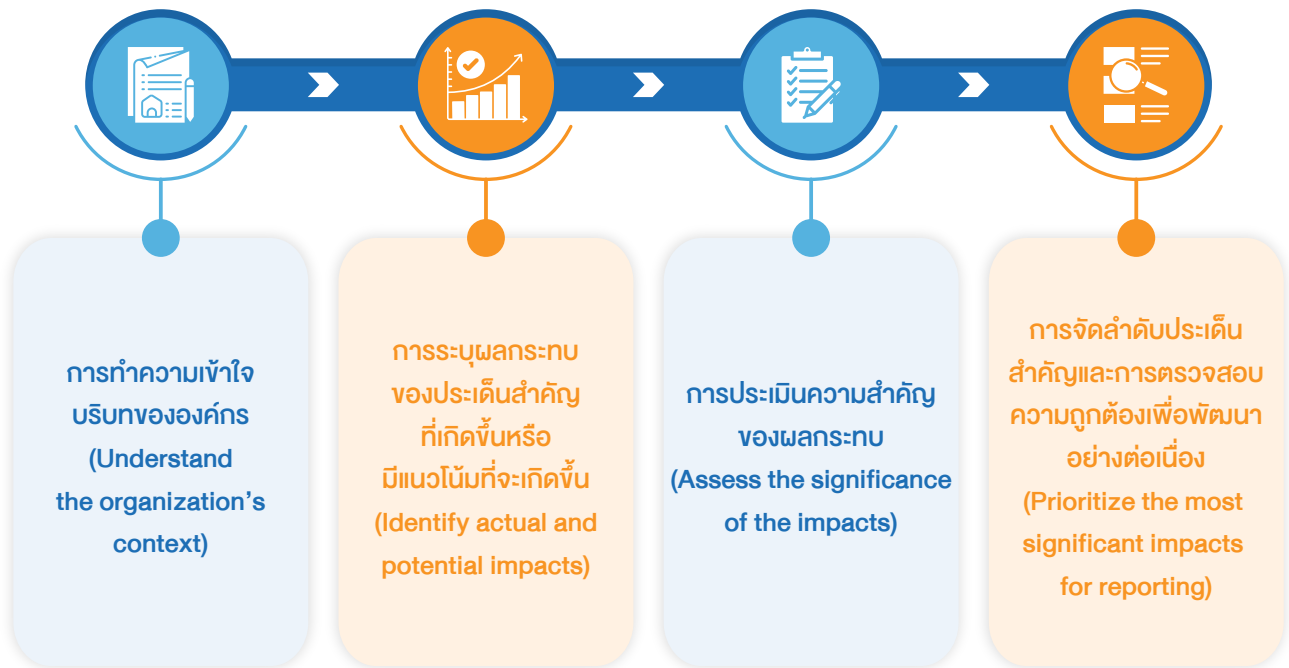
ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ช่องทางติดต่อสื่อสาร
พนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • ปฏิบัติต่อพนักงานโดยยึดหลักสิทธิมนุษยชนและไม่เลือกปฏิบัติ • ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม • ปฏิบัติตามจริยธรรมด้านแรงงาน • ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน • การพัฒนาความรู้ • โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ • ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความผูกพันกับองค์กร • ส่งเสริมให้มีโอกาสเติบโตและมั่นคงในหน้าที่การงาน • ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม • จัดให้มีสวัสดิการต่าง ๆ ในระดับที่ดีและสามารถแข่งขันในตลาดแรงงานได้ • ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในที่ทำงานให้น่าอยู่และมีความปลอดภัย • จัดให้มีการฝึกอบรมในทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> • แบบสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน • หน่วยรับเรื่องร้องเรียนฝ่ายทรัพยากรบุคคล • ติดต่อกรรมการผู้จัดการทางอีเมล md@homepro.co.th • สายด่วน Hotline • HR Clinic • กิจกรรม Townhall และการประชุมประจำสัปดาห์ • HR Media
ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> • ผลิตภัณฑ์และบริการที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม • ราคาที่เป็นธรรม • สินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อการใช้งาน • การบริการหลังการขาย • การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> • นำเสนอสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน เช่น สินค้า ECO Product ECO Choice และ Circular Product • การส่งเสริมการขายและโปรโมชั่นอย่างมีจริยธรรมและคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม • จำหน่ายสินค้าที่มีมาตรฐานและเป็นไปตามที่ประชาสัมพันธ์ • ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมทั้งก่อนและหลังการขาย • รับฟังและตอบสนองต่อข้อร้องเรียน • พัฒนาระบบบริหารข้อมูลลูกค้าเพื่อเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้มีความปลอดภัย 	<ul style="list-style-type: none"> • แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า • กล้องรับความคิดเห็นทุกสาขา • Call Center โทร. 1284 • ศูนย์บริการลูกค้าทุกสาขา • เว็บไซต์บริษัท • โครงการ Happy or Not • ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook Line Tiktok

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ช่องทางติดต่อสื่อสาร
คู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> การค้าที่เป็นธรรม การเติบโตร่วมกันทางธุรกิจ การร่วมกันพัฒนาสินค้านวัตกรรม ความเสมอภาคเท่าเทียมในการดำเนินธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเท่าเทียม มีกระบวนการจัดซื้อที่ชัดเจน แบ่งปันความรู้ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ ปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขทางการค้า รวมถึงการปฏิบัติตาม Supplier Sustainable Code of Conduct มีการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและมีจริยธรรม ยกระดับความยั่งยืนให้กับคู่ค้าผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ส่งเสริมคู่ค้าให้เข้าร่วมเครือข่ายต่อต้านทุจริต ส่งเสริมการใช้แรงงานที่คำนึงหลักสิทธิมนุษยชน 	<ul style="list-style-type: none"> การเผยแพร่แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า การประชุมอัปเดตผลการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า การเยี่ยมชมและการตรวจประเมินกิจการคู่ค้า โปรแกรมการฝึกอบรมคู่ค้า ช่องทางร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th ระบบ VRM (Vendor Relationship Management) ติดต่อฝ่ายตรวจสอบภายในหรือคณะกรรมการตรวจสอบผ่านทางเว็บไซต์บริษัท
เจ้าหนี้ทางการเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> การชำระหนี้ตรงต่อเวลา การปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญา 	<ul style="list-style-type: none"> จ่ายชำระหนี้ตามระยะเวลา ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด รับผิดชอบในการรักษาอัตราส่วนหนี้สินทางการเงินที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ให้ไม่เกินข้อกำหนดในการออกหุ้นกู้และเงินกู้ธนาคาร 	<ul style="list-style-type: none"> ติดต่อผ่านทางผู้บริหาร เว็บไซต์: www.homepro.co.th ติดต่อฝ่ายการเงิน โทร. 0 2832 1430
ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน 	<ul style="list-style-type: none"> การปรับปรุงผลการดำเนินงานทางธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการที่ดี ความโปร่งใสของข้อมูล การดูแลสิทธิและความเท่าเทียมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> เผยแพร่รายงานและเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล มุ่งสร้างผลตอบแทนต่อเนื่องระยะยาว สร้างประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน การประชุมผู้ถือหุ้น ติดต่อฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ โทร. 0 2832 1494 หรือ 0 2832 1416 อีเมล: ir@homepro.co.th

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ช่องทางติดต่อสื่อสาร
<p>ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน (ต่อ)</p> 			<ul style="list-style-type: none"> เว็บไซต์: www.homepro.co.th กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ เช่น การประชุมนักวิเคราะห์ บริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน (Opportunity Day) และ Listed Company Snapshot การเผยแพร่ข่าวผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
<p>ชุมชน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน การปรับปรุงเศรษฐกิจของชุมชน ดูแลเรื่องข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> ปกป้องดูแลสิ่งแวดล้อมโดยรอบบริษัท รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของชุมชน ส่งเสริมการประกอบอาชีพของคนในชุมชน จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณีร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> แบบสำรวจความคิดเห็นและการเข้าพบปะชุมชนโดยรอบก่อนการก่อสร้างสาขา การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารของสาขาในบริเวณชุมชนโดยรอบ ช่องทางร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th
<p>ภาครัฐและองค์กรอื่น ๆ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ การกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างครบถ้วน ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสเป็นธรรมตรวจสอบได้และไม่ขัดต่อกฎหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> ติดต่อผ่านทางผู้บริหารและส่วนติดต่อราชการ เว็บไซต์: www.homepro.co.th



กระบวนการวิเคราะห์ ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



บริษัทฯ ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเป็นประจำทุกปี รวมถึงประเด็นที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก โดยพิจารณาถึงผลกระทบใน 2 มิติ หรือ ทวิสารัตถภาพ (Double Materiality) ได้แก่ Financial Materiality คือ ประเด็น ESG ที่มีสาระสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ (Impact to Business) และ Impact Materiality คือ ประเด็น ESG ที่มีสาระสำคัญที่บริษัทฯ ดำเนินงานและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (Impact to Environmental and Social) ซึ่งมีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินตามมาตรฐาน Global Reporting Initiative (GRI) Standards

นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้นำหลักการ Double Materiality มาปรับใช้ในการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กร ที่สอดคล้องตามมาตรฐาน IFRS S1 และ S2 ซึ่งเป็นแนวทางเปิดเผยข้อมูลทางการเงินด้านความยั่งยืน (Sustainability-related Financial Disclosures) และระบุประเด็นที่ผลกระทบทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้บริษัทฯ เข้าใจถึงความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าของกิจการ

การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญในรูปแบบ Double Materiality จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถเชื่อมโยงและประเมินผลกระทบทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ผลกระทบที่เป็นความเสี่ยงและโอกาส และผลกระทบที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคตได้ ซึ่งการประเมินนี้ ดำเนินการจากมุมมองของบริษัทฯ และบูรณาการเข้าสู่กระบวนการจัดการความเสี่ยงขององค์กร โดยมีคณะกรรมการบริหาร ความเสี่ยงและคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรทำหน้าที่พิจารณาประเด็นสำคัญก่อนเสนอ คณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

กระบวนการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัท ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

1

การทำความเข้าใจบริบทขององค์กร (Understand the organization's context)

ทบทวนและทำความเข้าใจบริบทขององค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทาน กิจกรรมการดำเนินธุรกิจ และความเชื่อมโยงของประเด็นสำคัญต่อประเด็นด้านความยั่งยืน รวมทั้งศึกษามาตรฐาน กรอบการรายงาน และแนวโน้มด้านความยั่งยืนต่าง ๆ ในระดับประเทศและระดับสากล เพื่อกำหนดประเด็นสำคัญของบริษัท

2

การระบุผลกระทบของประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Identify actual and potential impacts)

ระบุประเด็นและวิเคราะห์ผลกระทบด้านความยั่งยืนที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ซึ่งดำเนินการโดยการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกครอบคลุมผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัท

3

การประเมินความสำคัญของผลกระทบ (Assess the significance of the impacts)

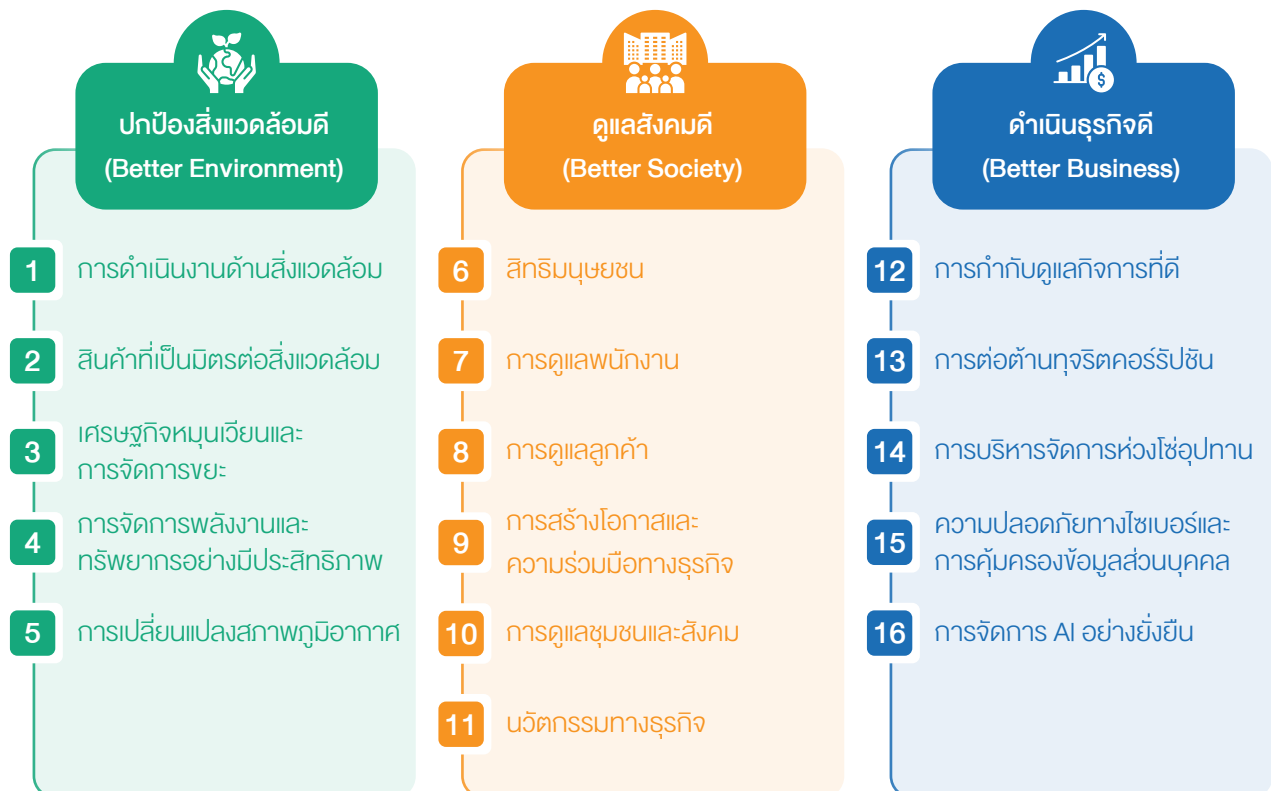
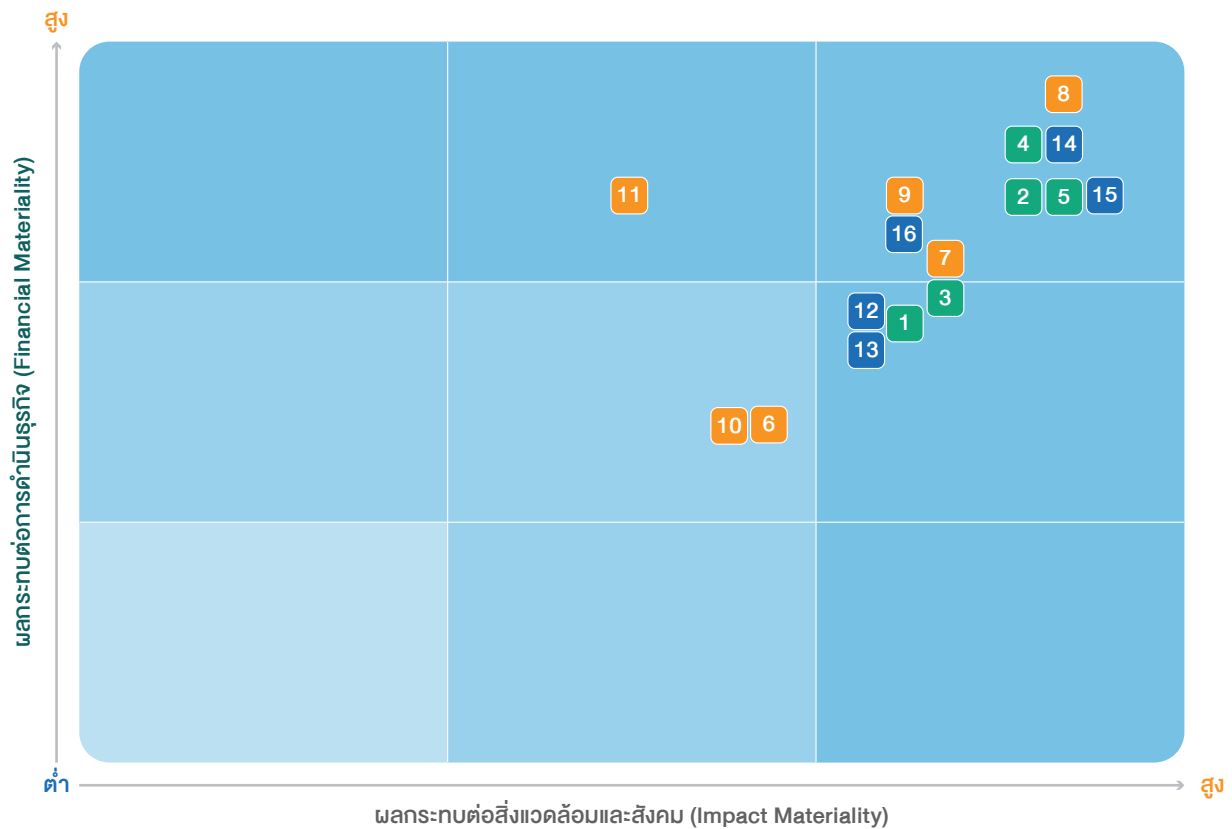
ประเมินผลกระทบของประเด็นที่มีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากมุมมองของบริษัท ตามกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ซึ่งมีการประเมินระดับโอกาส (Likelihood) และผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้น และจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสำคัญ รวมถึงระบุขอบเขตและความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่สำคัญกับประเด็นด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

4

การจัดลำดับประเด็นสำคัญและการตรวจสอบความถูกต้องเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Prioritize the most significant impacts for reporting)

จัดลำดับประเด็นที่สำคัญทั้งในมิติที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อพิจารณาคัดเลือกประเด็นสำคัญที่มีระดับผลกระทบสูงสุด เพื่อกำหนดกรอบการบรรเทาผลกระทบ ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีการทบทวนการประเมินประเด็นสำคัญขององค์กรเป็นประจำทุกปี พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลและผลการวิเคราะห์ในรายงานประจำปีและรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ตารางการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Matrix)



ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสีย

กลยุทธ์ความยั่งยืน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ความเกี่ยวข้องต่อผู้มีส่วนได้เสีย						
		พนักงาน	ลูกค้า	คู่ค้า	ชุมชน	เจ้าพนักงานการเงิน	ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน	ภาครัฐและองค์กรอื่น ๆ
ปกป้องสิ่งแวดล้อมดี (Better Environment)	การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	●		●				●
	สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	●	●	●				●
	เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการขยะ	●	●	●	●			●
	การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	●		●	●	●	●	●
	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	●	●	●		●	●	●
ดูแลสังคมดี (Better Society)	สิทธิมนุษยชน	●	●	●	●			
	การดูแลพนักงาน	●		●				
	การดูแลลูกค้า	●	●	●	●	●	●	●
	การสร้างโอกาสและความร่วมมือทางธุรกิจ	●	●	●	●	●		●
	การดูแลชุมชนและสังคม	●	●	●	●		●	●
	นวัตกรรมทางธุรกิจ	●	●	●	●		●	
ดำเนินธุรกิจดี (Better Business)	การกำกับดูแลกิจการที่ดี	●	●	●	●	●	●	●
	การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	●	●	●		●	●	●
	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	●	●	●				
	ความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	●	●	●			●	●
	การจัดการ AI อย่างยั่งยืน	●	●		●		●	●

กลยุทธ์และแนวทาง ในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคมผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ We make a better living ที่มุ่งมั่นสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งตอกย้ำความเป็นผู้นำในธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยบริษัทฯ ได้นำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนและกลยุทธ์ทางธุรกิจมาบูรณาการเป็นแนวทางในกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างสมดุลครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ภายใต้กลยุทธ์ 3 Better ซึ่งประกอบด้วย 1) ปกป้องสิ่งแวดล้อมดี (Better Environment) 2) ดูแลสังคมดี (Better Society) และ 3) ดำเนินธุรกิจดี (Better Business)

WE MAKE A BETTER LIVING

ปกป้องสิ่งแวดล้อมดี Better Environment

ปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในธุรกิจ รวมถึงการจัดการของเสีย โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ดีมากขึ้น



ดูแลสังคมดี Better Society

สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชน สังคม พนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งส่งเสริมการดำเนินงานตามมาตรฐานจริยธรรมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกคนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมโดยรวมยั่งยืน



ดำเนินธุรกิจดี Better Business

ทำงานโดยยึดแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจที่มีธรรมาภิบาลที่ไม่เพียงสร้างความเชื่อมั่นของบริษัทยังคงความโปร่งใส พร้อมทั้งมีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้สามารถสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม ตอบสนองต่อความคาดหวังของการดำเนินธุรกิจที่ดี



ตารางสรุปผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม



รายละเอียด	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568	เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย
สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม								
• สัดส่วนรายได้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	%	43.2	46.9	47.6	51.4	51.9	50	2568
• สัดส่วนรายได้สินค้าที่ส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ	%	65.1	63.4	60.0	67.8	84.3	100	2568
• สัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product	%	-	-	0.0001	0.28	1.26	20	2573
• การจำหน่ายสินค้า ECO CHOICE	ล้านชิ้น	1.7	1.5	1.5	1.9	3.6	-	-
• การจำหน่ายสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ	ชิ้น	730,106	743,293	786,391	728,629	816,769	-	-
เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการขยะ								
• ปริมาณขยะที่ส่งไปฝังกลบ	ตัน	237	323	335	440	380	0	2573
• ปริมาณขยะรีไซเคิล	ตัน	1,525	1,893	1,926	3,073	2,819	-	-
• Circular Economy สินค้าเก่าแลกใหม่	ชิ้น	1,210	474	122,743	173,224	256,113	-	-
การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์								
ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้	MWh	42,359	52,382	73,642	92,038	103,164	30,000	รักษาปริมาณการผลิต
• ปริมาณการผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ	MWh	42,359	52,382	60,478	78,894	89,869	-	-
• ปริมาณการผลิตไฟฟ้าเข้าสายส่ง	MWh	-	-	13,164	13,144	13,295	-	-
การผลิตหรือใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน (Renewable Energy) ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ	%	24.2	25.6	27.5	32.1	35.1	100	2573
การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง								
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	MWh	136,116	145,875	144,264	215,089	208,804	-	-
• ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อพื้นที่	kWh/Sq.m	213	227	217	158	148	-	-
• ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ ลดลงจากปีฐาน (ปีฐาน 2557 = 307 kWh/Sq.m.)	%	-42	-39	-41	-48	-52	-40%	2568

รายละเอียด	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568	เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย
การใช้เชื้อเพลิงภายในบริษัท								
การใช้เชื้อเพลิงภายในบริษัท ทั้งหมด	MWh	-	4,101	4,095	4,583	4,655	-	-
• น้ำมันดีเซล	MWh	-	1,424	1,815	1,755	1,628	-	-
• น้ำมันเบนซิน	MWh	-	67	77	84	63	-	-
• แก๊ส LPG	MWh	-	2,610	2,201	2,740	2,964	-	-
สรุปการใช้พลังงานภายในบริษัท								
การใช้พลังงานภายในบริษัท ทั้งหมด	MWh	-	202,358	208,837	298,566	303,328	-	-
• แหล่งพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy)	MWh	42,359	52,382	60,478	78,894	89,869	-	-
◦ การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	MWh	42,359	52,382	60,478	78,894	89,869	-	-
• แหล่งพลังงานไม่หมุนเวียน (Non-Renewable Energy)	MWh	-	149,976	148,359	219,672	213,459	-	-
◦ การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง	MWh	136,116	145,875	144,264	215,089	208,804	-	-
◦ การใช้เชื้อเพลิงภายในบริษัท	MWh	-	4,101	4,095	4,583	4,655	-	-
ปริมาณการใช้พลังงานต่อพื้นที่	kWh/Sq.m.	-	314.7	313.3	219.9	215.5	-	-
สถิติการใช้น้ำ								
ปริมาณการดื่มน้ำ	ลบ.ม.	1,258,667	1,231,060	1,050,085	1,786,207	1,763,306	-	-
• น้ำจากการประปา	ลบ.ม.	840,189	898,261	972,047	1,688,729	1,683,197	-	-
• น้ำจากบาดาล	ลบ.ม.	418,478	332,799	78,038	97,478	80,109	-	-
ปริมาณการน้ำทิ้ง	ลบ.ม.	805,547	787,878	672,054	1,143,172	1,128,516	-	-
ปริมาณการใช้น้ำ	ลบ.ม.	404,791	386,392	316,583	575,428	574,549	ไม่เกิน 600,000	2568
• ปริมาณการใช้น้ำต่อคน	ลิตรต่อคน	22.5	21.6	18.3	26.3	26.1	-	-
• ปริมาณการใช้น้ำต่อพื้นที่	ลิตรต่อ ตร.ม.	637.4	600.8	474.9	401.1	381.0	-3%	2568
• ปริมาณการใช้น้ำต่อสาขา	ลบ.ม.ต่อสาขา	4,653	4,441	3,479	4,081	3,780	-	-
น้ำทิ้งได้รับการบำบัดตามเกณฑ์มาตรฐาน	%	100	100	100	100	100	100	2568
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก								
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท (ขอบเขตที่ 1 2 และ 3)	tCO ₂ e	-	302,344	323,756	311,257	281,469	-	-
• ขอบเขตที่ 1	tCO ₂ e	-	12,963	14,184	15,738	7,916	-	-
• ขอบเขตที่ 2	tCO ₂ e	-	89,377	92,255	92,727	91,563	-	-
• ขอบเขตที่ 3	tCO ₂ e	-	200,003	214,317	202,791	181,991	-	-
ความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อพื้นที่ (ขอบเขตที่ 1 2 และ 3)	tCO ₂ e/sq.m.	-	0.24	0.24	0.22	0.19	-	-

ผลการดำเนินงานด้านสังคม



รายละเอียด	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568	เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย
การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า	%	80.7	84.5	84.9	87.7	91.1	85.0	2568
จำนวนช่างในโครงการเก้าแก่น้อย (Service Outside Store)	ทีม	1,922	2,159	2,650	2,667	3,032	1,800	2568
จำนวนผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเรื่องบ้าน Room Consultant Team (Service Instore)	คน	149	149	144	140	234	-	-
บริการช่วยเหลือฉุกเฉิน	งาน	873	1,612	5,128	4,881	7,090	-	-
จำนวนทีมเลดี้เซอร์วิส	ทีม	309	388	413	478	491	-	-
ความผูกพันองค์กร	%	86.5	86.6	87.0	91.4	92.0	88.0	2568
การพัฒนาพนักงาน (% ความรู้ของพนักงาน)	%	92.9	91.6	91.4	95.2	95.9	96.0	2568
ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน: LTIFR		0.67	0.31	0.33	0.79	0.59	0	2568
การเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต	คน	1	0	0	0	0	0	2568
• พนักงาน	คน	1	0	0	0	0	0	-
• Contractor	คน	0	0	0	0	0	0	-
โครงการทุนทวีภาคี	ทุน	246	283	207	386	320	-	-
• ระดับ ปวส.	ทุน	246	275	204	381	320	-	-
• ระดับ ป.ตรี	ทุน	-	8	3	5	-	-	-
โครงการสุขใจใกล้บ้าน	คน	1,523	1,592	1,659	1,726	1,808	-	-
การจ้างงานผู้สูงอายุ	คน	55	50	50	50	40	-	-

รายละเอียด	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568	เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย
การจ้างงานคนพิการ	คน	89	94	113	114	114	-	-
อัตราการลาออกของพนักงานต่อปี	%	17.33	20.37	19.44	20.74	23.67	-	-
จำนวนห้องน้ำในโครงการห้องน้ำเพื่อสังคม	ห้อง	60	10	56	43	80	-	-
จำนวนพนักงานที่ร่วมบริจาคโลหิต	คน	81	317	1,020	926	990	-	-
การส่งเสริมเชิงพาณิชย์	%	50.6	0.6	0.2	1.0	1.8	-	-
การบริจาค	%	41.1	17.0	58.6	59.4	69.6	-	-
การพัฒนา ร่วมกับชุมชนและสังคม	%	8.3	82.4	41.2	39.6	28.6	-	-



ผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

รายละเอียด	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568	เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย
อัตราการตอบแบบประเมินด้าน ESG ของลูกค้า	%	87	79	78	77	83	100	2568
ลูกค้าได้รับการสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของลูกค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct)	%	100	100	100	100	100	100	2568

Better Environment



การดำเนินงาน
ด้านสิ่งแวดล้อม



สินค้าที่เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม



เศรษฐกิจหมุนเวียน
และการจัดการขยะ



ปกป้องสิ่งแวดล้อมดี Better Environment



บริษัทฯ ปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และยั่งยืน



51.9%

สินค้าเป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อม



300k

จำนวนสินค้าเก่า
ที่นำไปรีไซเคิล



116

จำนวนสาขา
ที่ติดโซลาร์แล้ว



การจัดการพลังงานและ
ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ



การเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ



การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม



การกำกับดูแล

บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำกับดูแลกิจการด้านสิ่งแวดล้อม จึงได้กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นระบบและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำหนดทิศทางการดำเนินงานและกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และมอบหมายให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร เป็นผู้กำกับดูแลการนำนโยบายไปปฏิบัติ พร้อมทั้งจัดตั้งคณะทำงานและหน่วยงานที่รับผิดชอบในการติดตามตรวจประเมิน และรายงานผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมต่อฝ่ายบริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร



กลยุทธ์

บริษัทฯ วิเคราะห์ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงโอกาสและความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมในระยะสั้น กลาง และยาว เพื่อกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน ทั้งด้านการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากร รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ทั้งในกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ และการทำงานร่วมกับคู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง โดยมีการระบุความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง และการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน โดยใช้กรอบมาตรฐานสากล ISO 14001 เป็นแนวทางหลักในการระบุและประเมินประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม และบูรณาการการจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับระบบการบริหารความเสี่ยงองค์กร และจัดให้มีการติดตามและตรวจประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอผ่านระบบการตรวจสอบภายในด้านสิ่งแวดล้อม (Internal Audit Program of Environmental Management System) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และใช้ในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน ลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนดและระเบียบข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none"> การติดตามและตรวจประเมินด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> การร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม 0 กรณี มีการตรวจประเมินด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรครบถ้วนตามแผนที่กำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> การร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อม 0 กรณี ผลการตรวจประเมินด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นไปตามข้อกำหนดและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

นโยบายสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนครอบคลุมทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่า โดยกำหนดเป้าหมายในการบริหารจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างเป็นระบบ รวมถึงการตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี พ.ศ. 2593

บริษัทฯ ได้พัฒนาแนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมผ่านกลยุทธ์และมาตรการต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายข้อกำหนด และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับประเทศและระดับสากล อาทิ มาตรฐาน ISO 14001 การบริหารจัดการพลังงานและเชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพ การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในการบริหารจัดการของเสีย และการส่งเสริมการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ และความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการอบรม การสื่อสาร และการปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว



นโยบายสิ่งแวดล้อม

การตรวจสอบภายในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System - EMS) เป็นหนึ่งในกลไกที่สำคัญขององค์กรในการควบคุมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เนื่องจากกระบวนการตรวจสอบที่มีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถระบุและแก้ไขปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ลดปริมาณขยะและของเสีย และลดต้นทุนการดำเนินงาน อีกทั้งยังส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินธุรกิจและลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียได้อีกด้วย


บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีกระบวนการตรวจสอบภายในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Internal Audit Program of Environmental Management System) โดยประยุกต์ใช้กรอบและระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล ISO 14001 เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร กระบวนการดังกล่าวครอบคลุมขั้นตอนการวางแผนและดำเนินการตรวจสอบ การติดตามผลและการแก้ไขปรับปรุง การประเมินผล ตลอดจนการรายงานผลพร้อมแผนการ

ปรับปรุงแก้ไขประเด็นที่พบ และดำเนินการตรวจสอบติดตามอย่างต่อเนื่องในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ อาทิ ระบบการจัดการพลังงานไฟฟ้า การจัดการน้ำและน้ำเสีย การจัดการคุณภาพอากาศและมลพิษ การจัดการขยะและของเสีย การดูแลระบบนิเวศและพื้นที่สีเขียว รวมถึงการตรวจสอบอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบาย ข้อกำหนด และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง





การประเมินและตรวจสอบภายในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

ระบบ	แนวทางการตรวจสอบ	รายละเอียด	รอบการตรวจสอบ
 การจัดการพลังงาน			
ระบบไฟฟ้าสายส่ง	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบสภาพและการทำงานของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผงควบคุมไฟฟ้า สายไฟ ปลั๊ก และอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่น ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ป้องกันอันตรายจากการชำรุดของระบบ รวมถึงลดการสูญเสียของพลังงาน 	รายสัปดาห์
ระบบไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบสภาพและทำความสะอาดแผงโซลาร์ รวมถึงตรวจสอบอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น inverter 	<ul style="list-style-type: none"> เพื่อรักษาประสิทธิภาพการผลิตไฟฟ้า เพิ่มปริมาณการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน 	รายไตรมาส
ระบบ Building Control Monitoring System (BCMS)	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบสภาพและการทำงานของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบ BCMS 	<ul style="list-style-type: none"> รักษาประสิทธิภาพการทำงานของอุปกรณ์ ช่วยลดการใช้พลังงานสิ้นเปลืองจากระบบไฟฟ้า ระบบปรับอากาศ และระบบระบายอากาศภายในอาคาร 	รายวัน

ระบุ	แนวทางการตรวจสอบ	รายละเอียด	รอบการตรวจสอบ
 การจัดการน้ำและน้ำเสีย			
ระบบน้ำประปา	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบสภาพและการทำงานของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงตรวจสอบและป้องกันการเกิดสนิม 	<ul style="list-style-type: none"> รักษาประสิทธิภาพการทำงานของอุปกรณ์ ช่วยลดการใช้น้ำและพลังงานสิ้นเปลือง 	รายสัปดาห์
ระบบบำบัดน้ำเสีย	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบระบบท่อน้ำทิ้ง น้ำเสีย ระบบบำบัดน้ำเสีย ทำความสะอาดและซ่อมบำรุงระบบบำบัดน้ำเสีย รวมถึงตรวจวัดคุณภาพน้ำเสีย หลังผ่านระบบบำบัด 	<ul style="list-style-type: none"> ควบคุมคุณภาพการบำบัดน้ำเสีย ป้องกันการปนเปื้อนของมลพิษ ต่อแหล่งน้ำธรรมชาติ และระบบนิเวศทางน้ำ 	รายสัปดาห์
 การจัดการคุณภาพอากาศและมลพิษ			
ระบบปรับอากาศ	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบระบบปรับอากาศ และการรั่วไหลของสารทำความเย็น 	<ul style="list-style-type: none"> ป้องกันการรั่วไหลของสารทำความเย็น 	รายสัปดาห์
ระบบระบายอากาศ	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบระบบ การไหลเวียนของอากาศ และบำรุงรักษาความสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> ควบคุมคุณภาพอากาศในอาคารให้มีความสะอาด รวมถึงมีอุณหภูมิและความชื้นที่เหมาะสม 	รายสัปดาห์
 การจัดการขยะและของเสีย			
การคัดแยกขยะ	<ul style="list-style-type: none"> คัดแยกขยะตามประเภท ได้แก่ เศษอาหาร ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย ก่อนนำส่งเข้ากระบวนการจัดการขยะอย่างถูกวิธี 	<ul style="list-style-type: none"> ลดปริมาณขยะที่ไปยังหลุมฝังกลบ ป้องกันการปนเปื้อนของขยะอันตราย ต่อสิ่งแวดล้อม 	รายวัน
 ระบบนิเวศและพื้นที่สีเขียว			
พื้นที่สีเขียว	<ul style="list-style-type: none"> ดูแลพื้นที่สีเขียวและสภาพแวดล้อมรอบอาคาร 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มการดูดซับและกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานให้น่าอยู่ 	รายวัน
 ตรวจสอบสภาพและความปลอดภัยของอุปกรณ์			
ระบบปั๊มน้ำดับเพลิง และระบบสัญญาณแจ้งเหตุเพลิงไหม้	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบสภาพและการทำงานของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปั๊มน้ำดับเพลิง ระบบสัญญาณแจ้งเหตุเพลิงไหม้ สปริงเกอร์ ถึงดับเพลิง ระบบตรวจจับการรั่วไหลของก๊าซ 	<ul style="list-style-type: none"> รักษาประสิทธิภาพการทำงานของอุปกรณ์ ป้องกันการรั่วไหลของสารดับเพลิง และลดการสูญเสียจากเหตุเพลิงไหม้ 	รายสัปดาห์
ระบบเครื่องจักรที่ใช้เชื้อเพลิง	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบสภาพและการทำงานของอุปกรณ์ และเครื่องจักร รวมถึงตรวจสอบและป้องกันการรั่วไหลของเชื้อเพลิง 	<ul style="list-style-type: none"> รักษาประสิทธิภาพการทำงานของอุปกรณ์ และเครื่องจักร ลดการสูญเสียของเชื้อเพลิง 	รายสัปดาห์



สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



การกำกับดูแล

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า พร้อมส่งเสริมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ โดยคณะกรรมการบริษัท มอบหมายให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมตั้งแต่การคัดสรรสินค้า การพัฒนาสินค้า และการให้บริการแบบครบวงจร ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย และการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการใช้งานสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ยึดมั่นการดำเนินงานภายใต้กรอบมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่เหมาะสม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กรกลยุทธ์ (Strategy)



กลยุทธ์

บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาและส่งเสริมการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ สินค้า ECO Product สินค้า ECO Choice และสินค้า Circular Product พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้พลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อเป็นการสนับสนุนการบริโภคที่ยั่งยืน และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Economy)



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยดำเนินการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การขาดแคลนทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร และสถานการณ์โรคระบาด รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น บริษัทฯ จึงร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาและขยายกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดความความเสี่ยง เพิ่มความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจ และสร้างโอกาสในการนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นในปัจจุบัน

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none"> รายได้จากสินค้า ECO Product และ Circular Product การส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ การจัดการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มสัดส่วนรายได้สินค้า ECO Product เป็นร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายสินค้าทั้งหมด ภายในปี 2568 ส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เป็นร้อยละ 100 ภายในปี 2568 	<ul style="list-style-type: none"> สัดส่วนรายได้สินค้า ECO Product คิดเป็นร้อยละ 51.9 ของรายได้จากการขายสินค้าทั้งหมด สัดส่วนรายได้สินค้าที่ส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ร้อยละ 84.3

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มสัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product เป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2573 เพิ่มสัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการตามหลัก 3R ได้แก่ การลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำวัสดุที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) 	<ul style="list-style-type: none"> สัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product คิดเป็นร้อยละ 1.26 ของรายได้จากการขายสินค้าทั้งหมด จำนวนบรรจุภัณฑ์ที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งหมด 1,979 SKU บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ร้อยละ 89.7 บรรจุภัณฑ์ประเภทไม้หรือกระดาษจากวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 95.2

มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของมาตรฐานความปลอดภัยในสินค้าที่จำหน่ายแก่ลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อการใช้งาน โดยให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการสรรหาสินค้า คัดเลือกสินค้า ทดสอบสินค้า รวมถึงดำเนินการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า และการรับรองความปลอดภัยของสินค้าจากหน่วยงานราชการและส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการประสานงานระหว่างหน่วยงานจัดซื้อและผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิต

บริษัทฯ ได้มีการจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าให้ถูกต้องตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งช่วยให้พนักงานสามารถแนะนำข้อมูลสินค้าและการใช้งานต่อลูกค้าได้อย่างถูกต้องครบถ้วน รวมถึงมีความเข้าใจในเรื่องของมาตรฐานและฉลากของสินค้า โดยในปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย หรือข้อร้องเรียนด้านมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าจากลูกค้าและส่วนงานราชการที่เกี่ยวข้อง

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามที่กฎหมายกำหนด และไม่เป็นสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ละเมิดสิทธิบัตรหรือสิทธิบัตร รวมทั้งผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย ดังนี้

กรณีที่มีกฎหมายบังคับให้สินค้าประเภทนั้นต้องผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย	
	มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) <ul style="list-style-type: none"> รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
	เครื่องหมาย อย. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา <ul style="list-style-type: none"> รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

**กรณีที่ไม่บังคับกฎหมายบังคับ แต่เป็นสินค้าที่ผ่านการรับรอง
มาตรฐานความปลอดภัย หรือมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม**



ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5

- รับรองประสิทธิภาพการประหยัดพลังงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าออกโดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย



ฉลากประสิทธิภาพสูง

- รับรองค่าประสิทธิภาพการใช้พลังงานของผลิตภัณฑ์ออกโดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน



ฉลากประหยัดพลังงานของ EU (EU Energy Label)

- รับรองประสิทธิภาพการประหยัดพลังงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าตามมาตรฐานของสหภาพยุโรป



มาตรฐาน IEC (International Electrotechnical Commission)

- รับรองเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานที่กำหนดโดยคณะกรรมการมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐานสาขาอิเล็กทรอนิกส์ (IEC)



ฉลาก CIT

- รับรองกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุและคนพิการโดยสถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (CIT)



ฉลากประหยัดน้ำ

- รับรองประสิทธิภาพการประหยัดน้ำของอุปกรณ์ออกโดยการประปานครหลวง (กปน.)



มาตรฐาน ECARF (European Centre for Allergy Research Foundation)

- รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทดสอบมาตรฐานโดยสถาบันวิจัยโรคภูมิแพ้ในยุโรป



ฉลาก Seal of Approval – Allergy UK

- รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทดสอบมาตรฐานโดยสถาบันวิจัยโรคภูมิแพ้ในอังกฤษ



มาตรฐาน THTI (Thailand Textile Institute)

- รับรองคุณภาพของสิ่งทอที่ผ่านการทดสอบตามมาตรฐาน โดยสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ



ฉลาก OEKO-TEX Standard 100

- รับรองผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าผืนและเครื่องนอนที่ผ่านการทดสอบมาตรฐานระดับสากลจากสมาคมระหว่างประเทศเพื่อการวิจัยและทดสอบในด้านนิเวศวิทยาของสิ่งทอและเครื่องหนัง (OEKO-TEX)



ฉลาก Smart Fabric









- รับรองคุณภาพของสิ่งทอที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ป้องกันรังสียูวีและแบคทีเรีย



ฉลาก French VOC Label

- รับรองระดับความปลอดภัยจากการปล่อยสารระเหยที่เป็นพิษของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานของประเทศฝรั่งเศส

กรณีที่ไม่บังคับกฎหมายบังคับ แต่เป็นสินค้าที่ผ่านการรับรอง
มาตรฐานความปลอดภัย หรือมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

	<p>ฉลาก CE (European Conformity)</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองความปลอดภัยและและคุณภาพตามกฎหมายและมาตรฐานที่กำหนดโดยสหภาพยุโรป (EU)
	<p>มาตรฐาน IP จาก International Protection Standard</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองความสามารถในการกันน้ำและกันฝุ่นตามมาตรฐานที่กำหนดโดยคณะกรรมการการระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐานสาขาอิเล็กทรอนิกส์ (IEC)
	<p>ฉลาก FSC (Forest Stewardship Council)</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยไม้จากป่าไม้ที่ได้รับการจัดการอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน
	<p>ฉลาก RoHS (Restriction of Hazardous Substances)</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองเครื่องใช้ไฟฟ้าหรืออิเล็กทรอนิกส์ที่ปลอดสารอันตราย 6 ชนิดที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและ
	<p>ฉลากเขียว Green Label</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำตามมาตรฐานของประเทศไทย
	<p>ฉลากสิ่งแวดล้อมของสิงคโปร์ (Singapore Green Label Scheme : SGLS)</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำในประเทศสิงคโปร์
	<p>ฉลากอุตสาหกรรมสีเขียว</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้กระบวนการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชน
	<p>ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน ออกโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
	<p>ฉลากรับรองการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ออกโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
	<p>ฉลากลดคาร์บอน</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์หรือบริการ ออกโดยสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย
	<p>ฉลาก Carbon Neutral</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองผลิตภัณฑ์ที่มีการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นศูนย์ ออกโดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
	<p>ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจหมุนเวียน (CE-CFP)</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน
	<p>ฉลาก SCG Eco Value</p> <ul style="list-style-type: none"> รับรองผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานของ SCG

การจัดการคุณภาพของสินค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานสินค้าโดยกำหนดให้คู่ค้าต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด โดยมุ่งเน้นการจัดซื้อจัดจ้างจากคู่ค้าที่ได้รับรองมาตรฐานสากล อาทิ ISO 9001 หรือมาตรฐานอื่นที่กฎหมายกำหนด เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพสินค้า และกำหนดกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสินค้าที่มีข้อบกพร่องก่อนการส่งมอบให้กับลูกค้าเพื่อหลีกเลี่ยงการเรียกคืนสินค้า โดยบริษัทฯ วางโครงสร้างการตรวจสอบภายในของระบบจัดการคุณภาพของสินค้าอย่างครอบคลุม ตั้งแต่การตรวจสอบความครบถ้วนของสินค้าไปจนถึงคุณภาพสินค้าก่อนการส่งมอบ เพื่อป้องกันปัญหาข้อบกพร่องและหลีกเลี่ยงการเรียกคืนสินค้า (Product Recall)

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแล บริษัทฯ ได้บูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบ Vendor Relationship Management (VRM) เพื่อใช้ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพการดำเนินงานของคู่ค้าแบบเรียลไทม์ พร้อมทั้งเป็นช่องทางหลักในการรับข้อร้องเรียน รวมถึงใช้เป็นช่องทางสนับสนุนและพัฒนากิจการดำเนินงานของคู่ค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทฯ ผ่านการฝึกอบรมและให้คำแนะนำ ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งจะช่วยให้อุปกรณ์สามารถแก้ไขปัญหาและบรรลุข้อกำหนดด้านคุณภาพสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้จัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความเชี่ยวชาญในระบบจัดการคุณภาพและสามารถสนับสนุนคู่ค้าในการรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ จัดให้มีกลไกที่เป็นรูปธรรมสำหรับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียภายนอกในการแจ้งข้อร้องเรียนผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center 1284) และเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยมีนโยบายรับคืนสินค้าภายใน 14 วัน สำหรับกรณีสินค้าชำรุดหรือเสียหายจากการผลิต เสียหายจากการขนส่ง ได้รับอุปกรณ์ไม่ครบ หรือสินค้าหมดอายุ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเกณฑ์การจำแนกประเภทและเงื่อนไขการคืนสินค้าที่ชัดเจน เพื่อความโปร่งใสต่อผู้บริโภค โดยข้อมูลข้อร้องเรียนทั้งหมดจะถูกนำไปวิเคราะห์หาสาเหตุเชิงลึกร่วมกับคู่ค้า เพื่อกำหนดมาตรการแก้ไขและป้องกันการเกิดซ้ำ (Corrective & Preventive Action) ทั้งนี้ สามารถศึกษากระบวนการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและรายละเอียดนโยบายการคืนและยกเลิกคำสั่งซื้อเพิ่มเติมได้ที่

<https://www.homepro.co.th/policy/return.jsp>

ผลการดำเนินงานด้านการจัดการคุณภาพสินค้า

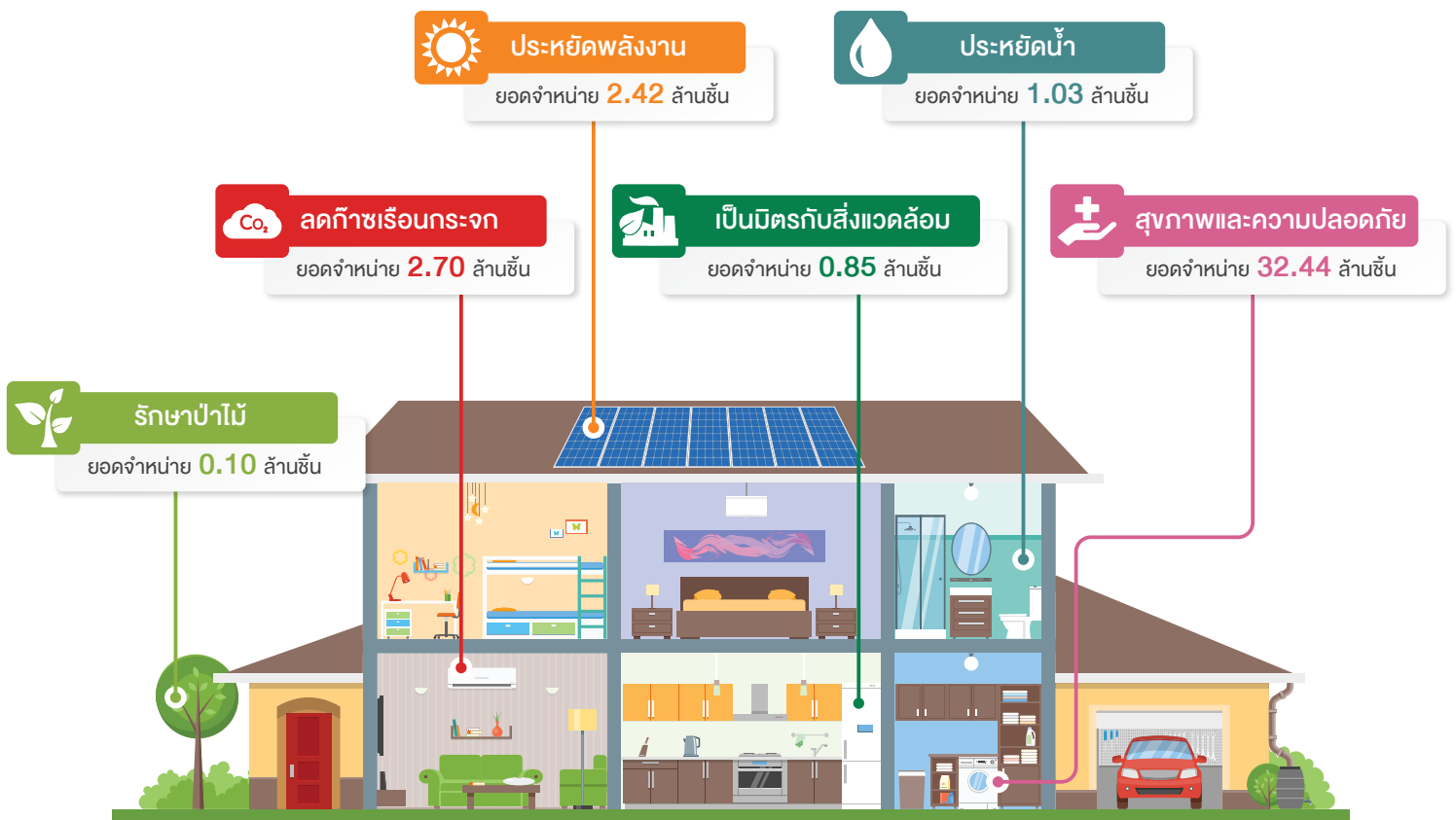
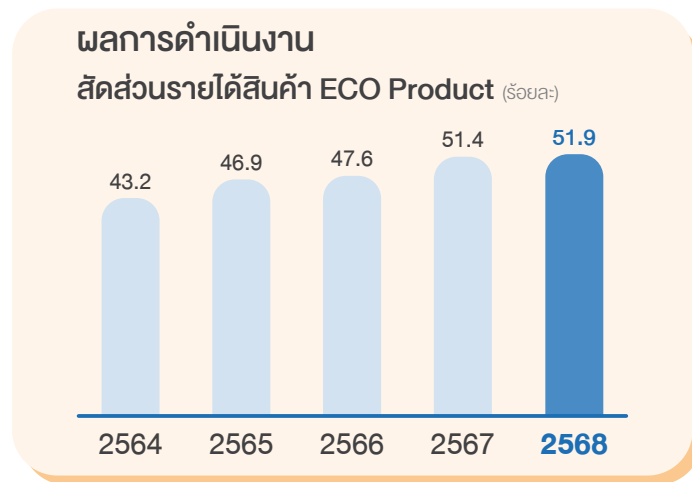
สินค้าที่วางจำหน่ายได้รับการตรวจสอบคุณภาพ	ร้อยละ 100
จำนวนเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพสินค้า	21 กรณี
เรื่องร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขแล้ว	ร้อยละ 100
จำนวนกรณีการเรียกคืนสินค้า	0 กรณี

สินค้า ECO Product

บริษัทฯ มุ่งมั่นมอบสินค้าและบริการที่ดีที่สุด และตอบโจทย์ความต้องการลูกค้า พร้อมสร้างความยั่งยืนและลดผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านสิ่งแวดล้อม จึงร่วมมือกับลูกค้าในการเลือกสรรสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Product) และสนับสนุนการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าว ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย ประหยัดพลังงาน รักษาทรัพยากรธรรมชาติ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งยังช่วยส่งเสริมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Consumption) แก่ลูกค้า โดยสินค้าประเภท ECO Product ประกอบด้วยสินค้าทั้งหมด 6 กลุ่ม ดังนี้



โดยในปี 2568 มีสัดส่วนรายได้สินค้า ECO Product คิดเป็นร้อยละ 51.9 ของรายได้จากการขายทั้งหมด และมีจำนวนการจำหน่ายของสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในแต่ละกลุ่ม ดังนี้



สินค้า ECO Choice

สินค้ากลุ่ม ECO Choice เป็นกลุ่มสินค้าภายใต้ Private Brand ของบริษัทฯ ที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยบริษัทฯ ได้ร่วมคิดค้นพัฒนาและคัดสรรสินค้าเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในสุขภาพและสิ่งแวดล้อม สินค้ากลุ่ม ECO Choice แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มสินค้าลดการใช้สารเคมีหรือใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ (Reduce Chemical / Organic Product)

เป็นกลุ่มสินค้าที่มีส่วนประกอบหรือส่วนผสมจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ (Organic) ลดใช้สารเคมี (Reduce chemical) ในกระบวนการผลิตสินค้า และปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตราย บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อภายใต้ตราสินค้า PORRIN ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่อ่อนโยนต่อผู้ใช้งานดีต่อสุขภาพและมีประสิทธิภาพในการใช้งาน เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม



ที่มีส่วนประกอบที่มาจากธรรมชาติมากกว่า 70% และปราศจากสารแต่งสีและพาราเบน กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดหน้า กระดาษเช็ดหน้า ที่มีส่วนผสมมาจากเยื่อกระดาษบริสุทธิ์ 100% และสารสกัดบำรุงผิวจากธรรมชาติ ไม่มีส่วนผสมของสารอันตราย เช่น สารเรืองแสงหรือสารฟอกสี ทำให้สามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัย อ่อนโยนต่อผิว และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ

2. กลุ่มสินค้าที่มาจากวัสดุรีไซเคิลหรือเป็นสินค้าที่สามารถย่อยสลายได้ (Recycled / Biodegradable Product)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยได้พัฒนาสินค้าที่ประกอบด้วยวัสดุรีไซเคิล นำทรัพยากรที่ใช้แล้วกลับมาแปรรูปในกระบวนการผลิตใหม่ หรือเป็นสินค้าที่สามารถย่อยสลายได้ เพื่อสนับสนุนการลดของเสียและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น

กลุ่มหมอนอิง ผ้า่าน และพรม

ภายใต้ตราสินค้า Home Living Style (HLS) ซึ่งเป็นสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐานของสินค้าระดับสากลจากสถาบันทดสอบสิ่งทอ OEKO-TEX Standard 100 มีคุณสมบัติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยกระบวนการผลิตหมอนอิง ผ้า่าน และพรม บริษัทฯ เลือกใช้เม็ดพลาสติกที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลมาแปรรูปเป็นเส้นใยในการผลิตพรมและผ้า่าน และใช้เป็นไส้หมอนอิง เพื่อเป็นการลดปริมาณของขยะพลาสติก และส่งเสริมการใช้พลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ



อุปกรณ์จัดเก็บของ ลดการใช้พลาสติก

ภายใต้ตราสินค้า STACKO ซึ่งเป็นสินค้าที่ผลิตโดยใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลจากเปลือกหอยทะเลเป็นส่วนผสม ช่วยลดการใช้พลาสติกได้มากกว่าร้อยละ 20 มีความแข็งแรงและทนทานต่อการใช้งานระยะยาว การออกแบบคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งาน มีระบายอากาศเพื่อป้องกันความชื้น และออกแบบให้สามารถวางซ้อนกันเพื่อประหยัดพื้นที่ใช้งานภายในบ้านอีกด้วย



กระถางต้นไม้ย่อยสลายได้

ภายใต้ตราสินค้า SPRING ผลิตจากใยมะพร้าวและยางพารา เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความแข็งแรง น้ำหนักเบา และสะดวกต่อการใช้งาน เมื่อต้องการปลูกต้นไม้สามารถนำต้นไม้ลงดินพร้อมกระถางได้โดยไม่ต้องถอดกระถางออก ตัวกระถางจะย่อยสลายเองและเป็นปุ๋ยหล่อเลี้ยงต้นไม้ อีกทั้งช่วยปรับโครงสร้างดินให้ชุ่มน้ำและระบายอากาศได้ดี เหมาะกับการขยายรากต้นไม้ ทำให้ต้นไม้เติบโตเร็ว



3. กลุ่มสินค้าส่งเสริมสุขภาพที่ดีและปลอดภัยต่อผู้บริโภค (Healthy & Safety Product)

เป็นกลุ่มสินค้าที่มีส่วนช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดีและปลอดภัย มีส่วนช่วยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุในการใช้ชีวิตภายในบ้าน โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้ากลุ่มสินค้าดังต่อไปนี้

3.1 สินค้าส่งเสริมสุขภาพ (Healthy Product)

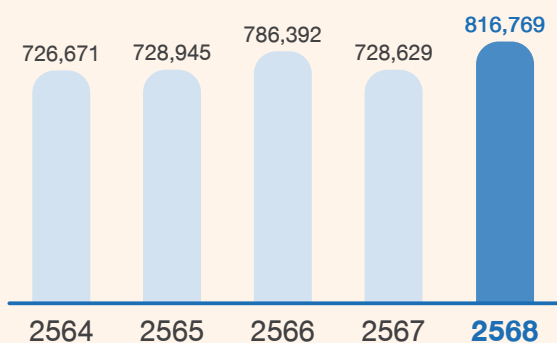
เป็นกลุ่มสินค้าที่มีส่วนช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดี โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้ากลุ่มหมอนสุขภาพ ภายใต้ตราสินค้า Home Living Style ที่เน้นการออกแบบมาเพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้ใช้งาน ออกแบบตามหลัก Ergonomics หรือ การยศาสตร์ ที่ช่วยส่งเสริมการนอนของผู้ใช้งานให้รู้สึกหลับได้อย่างสนิทมากขึ้น ลดแรงกดทับของเส้นประสาท และอาการปวดต้นคอหรือไหล่ เนื่องจากการนอนหลับ

3.2 สินค้าส่งเสริมความปลอดภัย (Safety Product)

เป็นกลุ่มสินค้าที่มีส่วนช่วยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุในการใช้ชีวิตภายในบ้านและกลุ่มสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าที่ช่วยเสริมสร้างความปลอดภัยและลดการเกิดอุบัติเหตุ ภายใต้ Private Brand ของบริษัทฯ อาทิ สินค้ากลุ่มสุขภัณฑ์ สุขภัณฑ์เคลื่อนที่ ราวจับ เก้าอี้อาบน้ำ และกระจก โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบ 3D Design จากผู้ชำนาญตามมาตรฐาน Universal Design เพื่อให้มีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยเหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุและคนพิการ โดยได้รับมาตรฐาน CIT ซึ่งเป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองว่าเหมาะกับการใช้งานของผู้สูงอายุและคนพิการ ที่มีข้อกำหนดสอดคล้องกับร่าง มอก. เพื่อผู้สูงอายุและคนพิการ ให้การรับรองโดยสถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (Construction Institute of Thailand: CIT) กระทรวงอุตสาหกรรม โดย บริษัท มียอดจำหน่ายสินค้าผู้สูงอายุดังนี้



ยอดจำหน่ายสินค้าผู้สูงอายุ (ชิ้น)



นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ให้บริการที่สนับสนุนการใช้งานกลุ่มสินค้าสำหรับผู้สูงอายุโดยมีบริการให้คำปรึกษาและออกแบบห้องผู้สูงอายุจากผู้เชี่ยวชาญบริการติดตั้ง และให้คำแนะนำสินค้า ครอบคลุมทั้งห้องน้ำ ห้องนอน ห้องครัว และห้องพักผ่อนสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งบริษัทฯ มีการออกแบบห้องตัวอย่างต่าง ๆ ในการใช้ชีวิตประจำวันในบ้านสำหรับผู้สูงอายุ โดยการรวบรวมสินค้าที่มีคุณสมบัติส่งเสริมความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการมาจัดแสดงเป็นห้องตัวอย่างในสาขา พร้อมทั้งร่วมกับคณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดตั้งศูนย์ออกแบบสภาพแวดล้อมเพื่อทุกคน (Universal Design Center) ณ คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อจัดแสดงห้องตัวอย่างทั้ง ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว ที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ พร้อมทั้งมีผู้เชี่ยวชาญบริการให้คำปรึกษาและออกแบบห้องผู้สูงอายุ




สินค้า Circular product

บริษัทฯ มุ่งมั่นขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยนำขยะที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร อาทิ พลาสติกพลาสติก สายรัดพลาสติก กระดาษ เศษกระเบื้อง รวมถึงซากสินค้าเก่าจากโครงการ “แลกเก่าเพื่อโลกใหม่” มาดำเนินการรวบรวมและคัดแยกอย่างเป็นระบบ ก่อนส่งต่อชิ้นส่วนวัสดุที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ให้แก่คู่ค้าผู้ผลิตเพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบ หรือส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่หรือ Circular Product เช่น การนำพลาสติกที่ผ่านการใช้งานแล้วมารีไซเคิลเป็นเม็ดพลาสติกชนิด PCR Plastic (Post-consumer Recycled Plastic) ร่วมกับ บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ SCGC รวมถึงการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจอื่นๆ ในการรีไซเคิล กระดาษเซรามิก กระเบื้อง เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่



กระบวนการรีไซเคิลดังกล่าวถือเป็นส่วนสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการจัดการของเสีย ส่งเสริมการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ และช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนด้วยความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน

ในปี 2568 มีสินค้า Circular product มากกว่า 435 รายการ คิดเป็นสัดส่วนรายได้ร้อยละ 1.26 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ตัวอย่างสินค้าที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล เช่น

กลุ่มสินค้า Circular Product		
	กลุ่มพลาสติก	ตู้เย็น เครื่องซักผ้า พัดลม เครื่องทำน้ำอุ่น ถังขยะ กล่อง ตะกร้า ตู้ลิ้นชัก ไม้แขวนเสื้อ กระเป๋า Shopping Bag ถังดักไขมัน แก้ว สีทาบ้าน บันไดพลาสติก รางปลั๊กไฟ
	กลุ่มเซรามิก	กระเบื้อง
	กลุ่มกระดาษ	กล่องบรรจุภัณฑ์ กล่องพัสดุ กล่องกระดาษและอุปกรณ์จัดเก็บของ

สินค้า Circular Product



กระเป๋า Shopping bag ภายใต้ตราสินค้า PLIM ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) จากสายรัดพลาสติก ช่วยลดการใช้ถุงพลาสติกแบบใช้แล้วทิ้ง เนื่องจากกระเป๋า Shopping Bag มีคุณสมบัติที่แข็งแรงทนทาน สามารถใช้ซ้ำได้



ถุงขยะ ภายใต้ตราสินค้า ACCO ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) จากฟิล์มยืดพลาสติก ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหนียว ไม่มีกลิ่นฉุน สามารถบรรจุได้ทั้งขยะแห้งและเปียก มาพร้อมเชือกรัดปากถุงทำให้ใช้งานได้อย่างสะดวก



กล่องเก็บของ ภายใต้ตราสินค้า Stacko ผลิตจากเม็ดพลาสติก PP และมีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล PCR (Post Consumer Recycled) มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทานและช่วยลดปัญหาขยะพลาสติกได้ ถูกออกแบบให้สามารถวางซ้อนกันได้ เพิ่มการจัดเก็บในแนวตั้ง และประหยัดพื้นที่ในการใช้สอย



เก้าอี้พลาสติก ภายใต้ตราสินค้า Spring ผลิตจากเม็ดพลาสติก PP และมีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล PCR (Post Consumer Recycled) ช่วยลดการใช้พลาสติกใหม่และยังคงประสิทธิภาพในการใช้งาน ขาเก้าอี้ถูกออกแบบให้มีความแข็งแรงสามารถรองรับน้ำหนักผู้ใช้งานแบบกระจายน้ำหนักได้ถึง 70 กิโลกรัม



พัดลม ภายใต้ตราสินค้า Venz มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) มีการออกแบบที่สวยงาม แข็งแรง และได้รับรางวัล Reddot แสดงถึงความโดดเด่นในการออกแบบผลิตภัณฑ์



ตู้เย็น ภายใต้ตราสินค้า Haier มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) มีคุณสมบัติที่เหนียว ทนทานต่อการใช้งาน และได้รับรองจากฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5

สินค้า Circular Product



เครื่องซักผ้า ภายใต้ตราสินค้า SAMSUNG ผลิตจากพลาสติก PP ABS และมีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล PCR (Post Consumer Recycled) มีความเหนียวทนทานและช่วยลดปัญหาขยะพลาสติก นอกจากนี้ยังมาพร้อมเทคโนโลยีประหยัดพลังงานและโปรแกรมซักที่มีประสิทธิภาพ ทำให้การซักสะอาดและถนอมผ้าได้ดี สนับสนุนการใช้งานอย่างยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



เครื่องทำน้ำอุ่น ภายใต้ตราสินค้า MEX ผลิตจากพลาสติก ABS และมีส่วนผสมของพลาสติกรีไซเคิล PCR (Post-Consumer Recycled) ได้รับรองมาตรฐานความปลอดภัย IP25 มีคุณสมบัติทนทานต่อการใช้งาน ปลอดภัย พร้อมระบบ THERMISTER ที่สามารถตรวจจับความผิดปกติของอุณหภูมิของน้ำได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ ระบบ ELCB ที่ตัดไฟเมื่อไฟรั่วเพียง 15 มิลลิแอมป์ภายใน 0.1 วินาที และมีระบบแจ้งเตือนการต่อสายดินและสายไฟ



รางปลั๊กไฟ ภายใต้ตราสินค้า ELECKTA ผลิตจากพลาสติก ABS และมีส่วนผสมของพลาสติกรีไซเคิล PCR (Post-Consumer Recycled) ผ่านการตรวจสอบตามมาตรฐานสากลและ มอก. มีคุณสมบัติทนทานต่อความร้อน ไม่ลามไฟ มาพร้อมระบบตัดกระแสไฟเกินอัตโนมัติ ป้องกันไฟกระชาก และม่านนิรภัยป้องกันไฟดูดจากการสัมผัส



กระเบื้องพื้น ภายใต้ตราสินค้า TARA ผลิตจากเซรามิกคุณภาพดี โดยมีส่วนผสมจากเศษกระเบื้องรีไซเคิล เนื้อกระเบื้องมีความแข็งแรงทนทาน ไม่เปราะแตกง่าย และสามารถทนต่อรอยขีดข่วนได้ดี พื้นผิวผ่านการเคลือบลดรอยอย่างประณีต ช่วยให้ง่ายต่อการดูแลรักษาและทำความสะอาด



กล่องโปรษณีย์ ภายใต้ตราสินค้า PACK IN ผลิตจากกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น คุณภาพดี โดยมีส่วนผสมจากกระดาษรีไซเคิล ให้ความแข็งแรงเป็นพิเศษ น้ำหนักเบา ทนต่อแรงกดทับ และมีความสามารถในการต้านทานแรงดันทะลุได้ดี

สินค้าตอบโจทย์การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน

สินค้าพลังงานหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การใช้พลังงานหมุนเวียนกลายเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรง เนื่องจากการใช้ไฟฟ้าที่มาจากเชื้อเพลิงฟอสซิลไม่ว่าจะเป็นถ่านหิน (Coal) หรือก๊าซธรรมชาติ (Natural Gas) ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้ภาวะโลกร้อนรุนแรงขึ้น ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้คัดสรรสินค้าที่ใช้เกี่ยวกับพลังงานหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์มาจำหน่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการเลือกใช้พลังงานที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดค่าใช้จ่ายจากการใช้ไฟฟ้า พร้อมทั้งส่งเสริมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อ



แผงโซลาร์เซลล์

เป็นสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน ที่มุ่งเน้นการใช้พลังงานหมุนเวียนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานในระยะยาว พร้อมทั้งบริการ Home Solar ซึ่งให้บริการตั้งแต่สำรวจหน้างาน ออกแบบ และติดตั้งตามมาตรฐานจากทีมงานผู้เชี่ยวชาญ และยังมีบริการหลังการขายและรับประกันตลอดอายุการใช้งานเพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้งานอีกด้วย



อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์

เป็นสินค้าที่ลดการพึ่งพาแหล่งพลังงานไฟฟ้าจากสายส่ง โดยใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ นอกจากช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานแล้ว ยังเป็นอุปกรณ์ที่ส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความยั่งยืนอีกด้วย ตัวอย่างกลุ่มสินค้าอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์จากแผงโซลาร์เซลล์ที่บริษัทฯ คัดสรรมาเพื่อลูกค้า เช่น ไฟติดผนัง ไฟสปอร์ตไลท์ ไฟจุดสวน ไฟสนาม ไฟทางเดิน ไฟถนน กล้องวงจรปิด ปั๊มน้ำในการเกษตร เป็นต้น

ผ้าผ้าม่านประหยัดพลังงาน เบอร์ 5

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับทางกรไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (THTI) พัฒนานวัตกรรม“ผ้าผ้าม่านเบอร์5”หรือ“ผ้าผ้าม่านประหยัดพลังงาน” ภายใต้ตราสินค้า Home Living Style (HLS) มากกว่า 140 รายการ ทั้งผ้าผ้าม่าน BLACKOUT และผ้าผ้าม่าน DIM-OUT ซึ่งมีคุณสมบัติ ป้องกันความร้อนจากแสงแดด ทำให้ช่วยลดความร้อน ภายในบ้านและช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าได้อีกด้วย โดยผ้าผ้าม่านเบอร์ 5 ได้ผ่านการทดสอบจากสถาบันพัฒนา อุตสาหกรรมสิ่งทอ (THTI) พบว่ามีค่าการลดความร้อนได้ มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 17 ผ่านการรับรองด้วยมาตรฐาน SMART FABRIC UV ในการกรองรังสี UVA และ UVB ได้มากกว่าร้อยละ 90 และผ่านรับรองด้วยสัญลักษณ์เบอร์ 5 จาก กฟผ. โดยในปี 2568 มียอดการจำหน่ายผ้าผ้าม่านเบอร์ 5 จำนวน 120,178 ชิ้น



รายได้ที่ยั่งยืน (Sustainable Revenue)

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและพร้อมสนับสนุนนโยบายของประเทศไทยในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน (Decarbonization) โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ยั่งยืนโดยไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ และได้นำกรอบมาตรฐาน การจัดกลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของสหภาพยุโรป (EU Taxonomy) มาปรับใช้โดยสมัครใจ เพื่อกำหนดนิยามและ จัดประเภทกิจกรรมที่ยั่งยืนให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ “การสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญ” (Substantial Contribution) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นเชิงรุกของเราในการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมอย่างโปร่งใส และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ

EU Taxonomy Activities Reference: 7.6 Installation, maintenance and repair of renewable energy technologies



คำอธิบายผลิตภัณฑ์และบริการ

รายได้ที่ยั่งยืนมาจากผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับพลังงานหมุนเวียน อาทิ อุปกรณ์ให้แสงสว่างจากพลังงานแสงอาทิตย์ การบริการของหน่วยงาน Home Solar ซึ่งรวมถึงการขายและติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ อินเวอร์เตอร์ อุปกรณ์ประกอบระบบ และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้ง รวมถึงงานออกแบบ ทดสอบระบบ และบำรุงรักษาเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด¹⁾



การสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญ

การบรรเทาผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Mitigation) จากผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับพลังงานหมุนเวียน



หมายเหตุ: ¹⁾ กิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรงตามสสสชาติของผลิตภัณฑ์ จึงไม่จำเป็นต้องมีการกำหนดเกณฑ์ชั่วคราว (Threshold) เพิ่มเติมในการพิจารณาความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามแนวทางของ EU Taxonomy

ตารางสรุปรายได้

รายได้	2564	2565	2566	2567	2568
รายได้ที่ยั่งยืน (ล้านบาท)	271.82	393.26	467.97	480.55	480.13
รายได้ทั้งหมด (ล้านบาท)	52,829	60,042.43	67,042.95	66,734.10	64,835.26
สัดส่วนรายได้ที่ยั่งยืน ต่อรายได้ทั้งหมด (%)	0.51	0.65	0.70	0.72	0.74

การส่งเสริมการใช้สินค้าประหยัดพลังงาน

บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกค้าเลือกใช้นวัตกรรมที่ประหยัดพลังงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน บริษัทฯ จึงได้ลงนามความร่วมมือกับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) จัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เบอร์ 5 อย่างต่อเนื่อง ด้วยการมอบส่วนลดสำหรับซื้อผลิตภัณฑ์เบอร์ 5 ที่ไฮโป และเมกาไฮโปทุกสาขาทั่วประเทศ โดยในปี 2568 ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เบอร์ 5 “30 ปี ฉลากเบอร์ 5 ด้วยรัก (ษ์) และผูกพัน” ด้วยการมอบสิทธิประโยชน์ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าสำหรับซื้อผลิตภัณฑ์เบอร์ 5 รวมจำนวน 30,000 สิทธิ มูลค่ากว่า 8 ล้านบาท ระหว่าง 25 ธันวาคม 2567 - 15 มกราคม 2568 เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้ประชาชนใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ และภาพรวมปริมาณไฟฟ้าในครัวเรือนทุกภาคส่วนลดลงอีกด้วย

การส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ

กิจกรรมส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ



ลูกค้า

ร่วมกับลูกค้าในการเลือกวัตถุดิบ ที่คำนึงถึงการใช้พลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ

- ตั้งเป้าหมายยกเลิกการจำหน่าย สินค้าพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Use Plastic)
- ส่งเสริมการใช้พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - Durable Plastic
 - Recyclable Plastic
 - Bio-Degradable Plastic
 - Recycled Plastic



พนักงาน

สร้างจิตสำนึกและส่งเสริมให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

- รณรงค์ให้ใช้ถุงผ้า และแก้วน้ำส่วนตัว
- สนับสนุนการใช้ถุงผ้า
- สนับสนุนการงดใช้หลอดพลาสติก



ลูกค้า

ส่งเสริมให้เกิด Responsible Consumption

- จัดกิจกรรม No Bag ช้อปรักษ์โลก ยกเลิกแจกถุงพลาสติกอย่างถาวร
- รณรงค์ให้ลูกค้านำถุงผ้ามาใส่สินค้าแทน

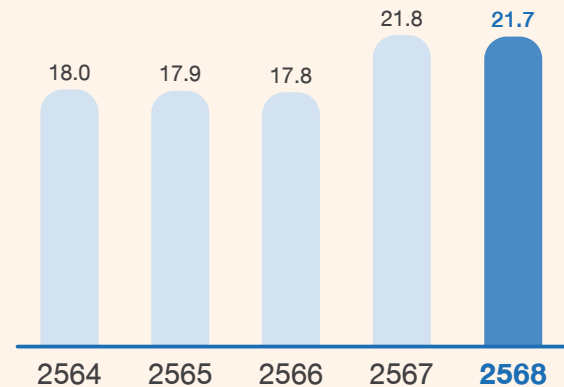
ปัจจุบันปัญหาขยะพลาสติกเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสนใจเนื่องจากส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตอย่างมาก บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น จึงมีนโยบายส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนกิจกรรมการลดขยะจากพลาสติกและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมตั้งเป้าหมายยกเลิกการจำหน่ายสินค้าพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Use Plastic) ลงให้ได้ร้อยละ 100 ภายในปี 2568

บริษัทฯ มีการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาขยะพลาสติกให้กับพนักงาน เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านการลดขยะพลาสติกและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าในการคัดเลือกสินค้าที่สนับสนุนการใช้พลาสติกอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งสินค้าพลาสติกที่แข็งแรงทนทานอายุการใช้งานยาวนาน (Durable Plastic) พลาสติกที่สามารถใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลได้ (Recyclable Plastic) พลาสติกย่อยสลายได้ (Bio-degradable Plastic) และสินค้าที่ผลิตจากพลาสติกรีไซเคิล (Recycled Plastic) เช่น กระเป๋า Shopping Bag ภายใต้ตราสินค้า PLIM ที่มีส่วนผสมของพลาสติก PCR จากสายรัดพลาสติก นอกจากนี้ยังพัฒนาสินค้าที่ลดการใช้พลาสติกในกระบวนการผลิตด้วยวัสดุชีวภาพ เช่น หลอดกระดาษ ถุงพลาสติกย่อยสลายได้ และกล่องหรือถังพลาสติกที่มีส่วนผสมของเปลือกหอย

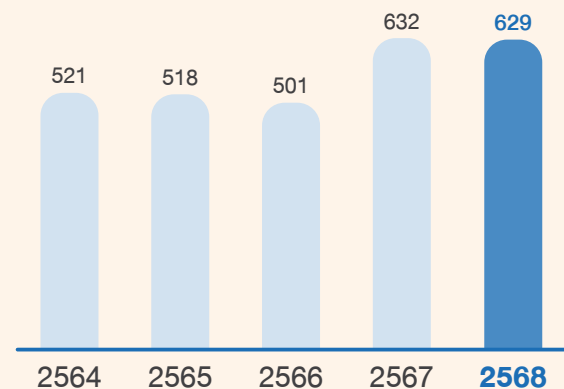
นอกจากนี้บริษัทฯ ยังส่งเสริมการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกผ่านกิจกรรม “No Bag ช้อปรักษ์โลก” โดยทางบริษัทฯ ได้ยกเลิกแจกถุงพลาสติกอย่างถาวร ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้านำถุงผ้ามาใช้แทนถุงพลาสติก ส่งเสริมการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก (Packaging Reduction) จากการซื้อขายสินค้า ซึ่งในปี 2568 บริษัทฯ สามารถลดถุงพลาสติกได้ถึง 21.7 ล้านใบ ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 629 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และเทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ 70,038 ต้น



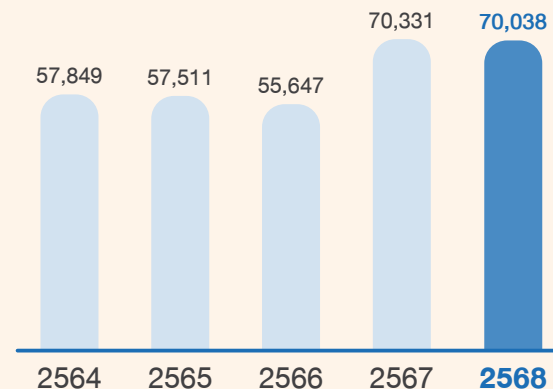
ลดถุงพลาสติก (ล้านใบ)



ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO₂e)



เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ (ต้น)



หมายเหตุ: ตั้งแต่ปี 2567 บริษัทฯ ได้ปรับปรุงวิธีการจัดเก็บและรายงานข้อมูล โดยรวมผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยด้วย

การจัดการบรรจุภัณฑ์ของสินค้า

บริษัทฯ ได้วางกลยุทธ์ด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ให้มีความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Private Brand) บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ของสินค้าของบริษัทฯ มีส่วนช่วยในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดรูปแบบและประเภทของบรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้



แนวทางการจัดการ
บรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

1. กลุ่มบรรจุภัณฑ์สินค้าลดการใช้สารเคมีหรือลดกระดาษ (Reduce Packaging)

ลดการใช้กระดาษในการผลิตบรรจุภัณฑ์ (Reduce Paper Packaging) โดยใช้กระดาษในการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้มีเฉพาะส่วนที่จำเป็นและลดขนาดของป้ายบอกรายละเอียดสินค้าเล็กน้อย ลดการใช้สารเคมีในบรรจุภัณฑ์ (Reduce Chemicals Packaging) โดยใช้หมึก Soy Ink ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์แทนโลหะหนัก เพื่อให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และสามารถนำไปรีไซเคิลได้ลดการใช้พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวในบรรจุภัณฑ์ Reduce Single-Use Plastics Packaging

2. กลุ่มบรรจุภัณฑ์สินค้าที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reusable Packaging)

บริษัทฯ พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำไปรีไซเคิลได้ เพื่อเป็นการส่งเสริมการลดใช้พลาสติกแบบ Single Use หรือพลาสติกที่ใช้ได้ครั้งเดียว (Reduce Single-Use Plastics Packaging) เช่น การนำผ้ามาทำเป็นบรรจุภัณฑ์แทนพลาสติกในกลุ่มสินค้าผ้าผืน เป็นต้น

3. กลุ่มบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ผลิตมาจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Packaging)

บริษัทฯ พิจารณาถึงวัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่มาจากกรีไซเคิลในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรใหม่และลดปริมาณขยะพลาสติก เช่น ใช้กระดาษรีไซเคิลแทนการใช้กระดาษใหม่ในการผลิตบรรจุภัณฑ์



ในปี 2568 มีจำนวนบรรจุภัณฑ์ที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งหมด 1,979 SKU โดยครอบคลุมกลุ่มสินค้าหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสินค้ากระเบื้อง สุขภัณฑ์ หลอดไฟ เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน อุปกรณ์จัดเก็บ อุปกรณ์ทำความสะอาด ภาชนะบรรจุ ผ้าผืน พรม อุปกรณ์ออกกำลังกาย เครื่องมือช่าง และเครื่องมือจัดสวน

ข้อมูลการใช้บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ Private Brand ของบริษัทฯ ในปี 2568

วัสดุบรรจุภัณฑ์พลาสติก	2564	2565	2566	2567	2568
น้ำหนักรวมของบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด (ตัน)	102.0	108.4	110.0	130.8	142.0
ร้อยละของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถรีไซเคิลได้	87.2%	86.6%	86.1%	87.2%	89.7%
ร้อยละของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.02%
ร้อยละของพลาสติกรีไซเคิลที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทฯ	0.0%	1.8%	4.1%	9.9%	8.5%
การครอบคลุมของข้อมูล (ร้อยละของต้นทุนสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทฯ)	19.5%	20.8%	20.9%	21.1%	21.4%

หมายเหตุ:

- เฉพาะต้นทุนสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทฯ (Private Brand)
- ในปี 2568 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกไม่ให้เป็น 150 ตัน และเพิ่มสัดส่วนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถรีไซเคิลได้เท่ากับร้อยละ 88 บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ย่อยสลายได้เท่ากับร้อยละ 0.01 และเพิ่มสัดส่วนพลาสติกรีไซเคิลที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัทฯ เท่ากับร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับน้ำหนักรวมทั้งหมด

วัสดุบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ	การครอบคลุมของข้อมูล (ร้อยละของต้นทุนสินค้า*)	น้ำหนักรวม (ตัน)	วัสดุรีไซเคิล (ร้อยละของน้ำหนักรวม)
ประเภทไม้หรือกระดาษ	21.4%	8,087.4	95.2%
ประเภทโลหะ เช่น อะลูมิเนียม หรือเหล็ก	21.4%	13.7	100%
ประเภทแก้ว	21.4%	25.6	100%

หมายเหตุ:

- เฉพาะต้นทุนสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทฯ (Private Brand)
- ในปี 2568 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล โดยประเภทไม้หรือกระดาษเท่ากับร้อยละ 96 ประเภทโลหะ เท่ากับร้อยละ 100 และประเภทแก้วเท่ากับร้อยละ 100



เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการขยะ



การกำกับดูแล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการขยะและของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ โดยคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลและกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดการขยะอย่างชัดเจน พร้อมทั้งมอบหมายให้ผู้บริหารทำหน้าที่ติดตามการดำเนินงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ ให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การจัดการของเสียตลอดห่วงโซ่อุปทานเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบ โปร่งใส และเป็นระบบ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการติดตามผลการดำเนินงานการจัดการของเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง และสร้างความตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ






กลยุทธ์

บริษัทฯ นำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและลดปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบ ผ่านการส่งเสริมการคัดแยกขยะ การสร้างความรู้และจิตสำนึกให้แก่พนักงาน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกระบวนการขนส่งที่ยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจผ่านโครงการแลกเปลี่ยนเพื่อแลกเปลี่ยน ในการนำสินค้าเก่าจากลูกค้ากลับปรีไซเคิลเป็นสินค้าใหม่เพื่อวางจำหน่ายอีกครั้ง เพื่อสร้างคุณค่าใหม่จากของเสียและลดปริมาณขยะสู่หลุมฝังกลบตลอดห่วงโซ่อุปทาน



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงด้านการจัดการของเสียโดยมุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านสิ่งแวดล้อม และพัฒนากระบวนการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบ ผ่านการคัดเลือกพันธมิตรที่มีใบอนุญาตการจัดการขยะถูกต้องและได้รับการรับรองมาตรฐานสากล พร้อมทั้งประเมินและหาแนวทางการลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทานทั้งที่เกิดจากการดำเนินงานภายในองค์กร และจากลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยอาศัยการสร้าง ความเข้าใจและการร่วมมือจากทุกภาคส่วน ในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และลดการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

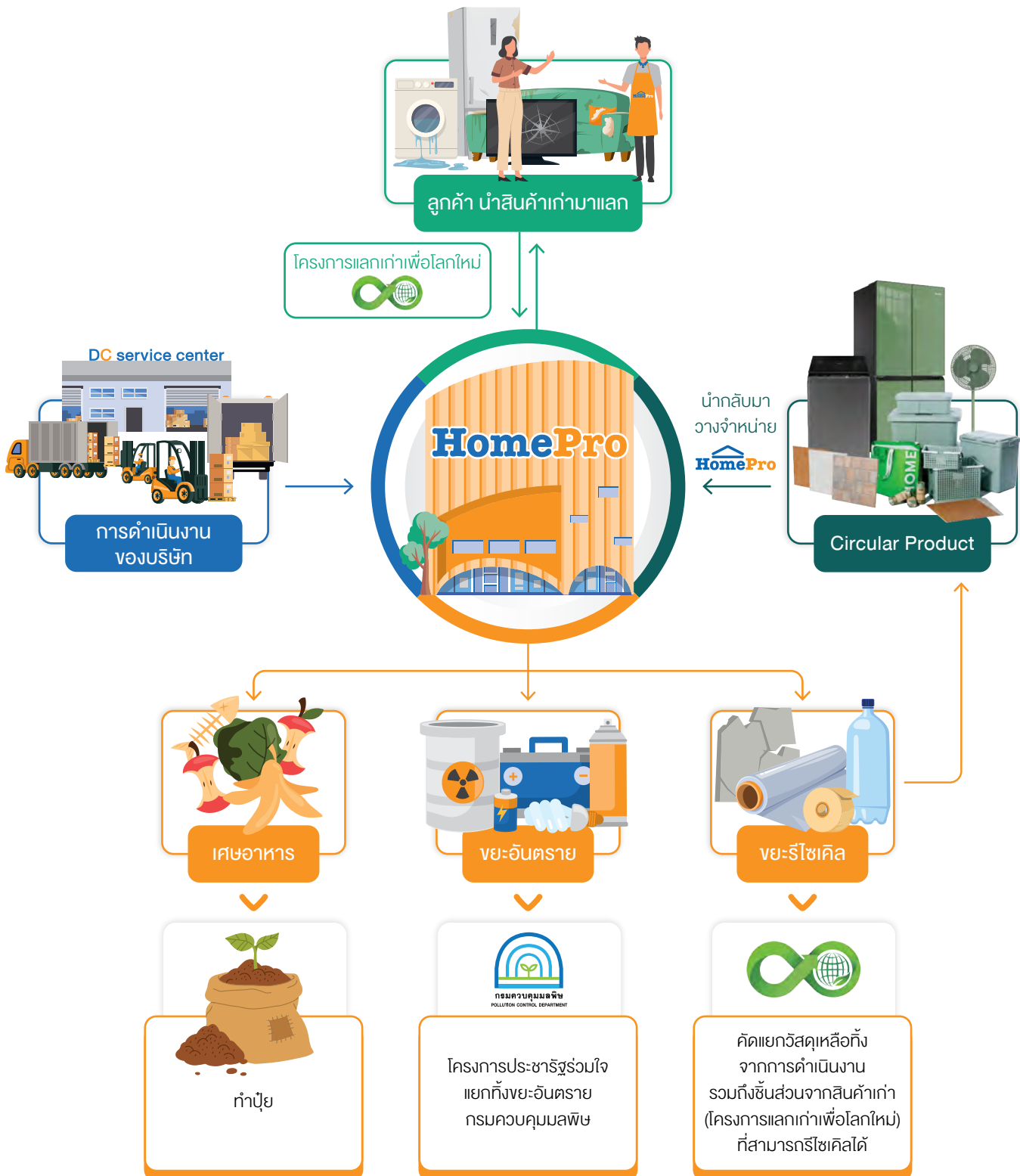
ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
 <ul style="list-style-type: none">การลดปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบ	 <ul style="list-style-type: none">ปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์ (Zero Waste) ภายในปี 2573	 <ul style="list-style-type: none">ปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบ 380 ตัน คิดเป็นร้อยละ 11.9 ของขยะทั้งหมดลดการใช้บรรจุภัณฑ์ในการขนส่งได้ 266 ตัน



นโยบายสิ่งแวดล้อม

เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการขยะ

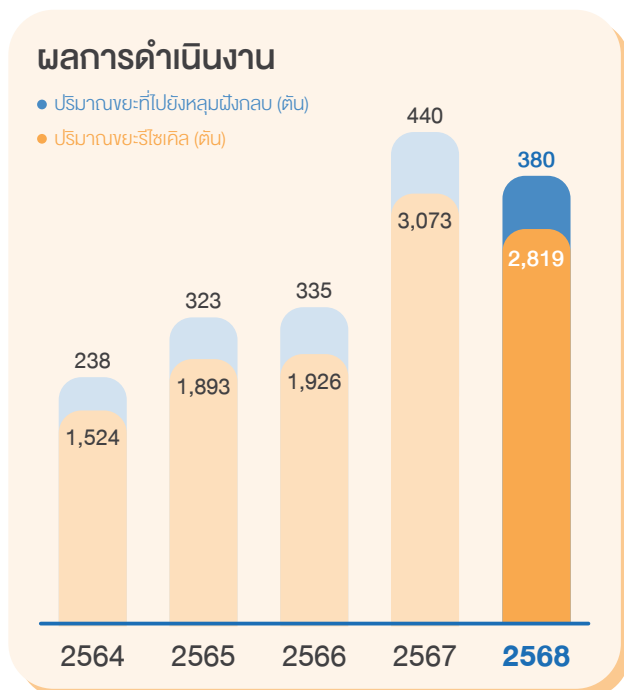
บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นดำเนินงานด้านการจัดการขยะทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยยึดถือแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน และขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน



การจัดการขยะภายในองค์กร

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการขยะและของเสียภายในองค์กร โดยมีการคัดแยกขยะแบ่งขยะออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ขยะรีไซเคิล ขยะเปียก ขยะอันตราย และส่งให้บริษัทคู่ค้าหรือคู่สัญญาไปจัดการอย่างถูกวิธีโดยไม่มีการใช้วิธีเผาทำลายขยะโดยไม่เกิดประโยชน์ ภายใต้แนวคิดของระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ตั้งแต่ภาคการผลิต การบริโภค ไปจนถึงการจัดการของเสียด้วยกระบวนการใช้ซ้ำ (Reuse) หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และการผลิตใหม่ (Upcycle) นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดกิจกรรมรณรงค์และอบรมพนักงานเรื่องการลดขยะ และคัดแยกขยะ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ การคัดแยกขยะ

โดยในปี 2568 มีปริมาณขยะรวมทั้งสิ้น 3,199 ตัน ประกอบด้วย ขยะจากกระบวนการดำเนินงานที่ถูกนำไปรีไซเคิล จำนวน 2,819 ตัน และขยะที่ไปยังหลุมฝังกลบ 380 ตัน



หมายเหตุ: การเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะในปี 2567 เกิดจากการรวมกิจการระหว่าง HomePro และ MegaHome การขยายสาขาของ HomePro และ MegaHome เพิ่มขึ้น และเพิ่มขอบเขตข้อมูลการดำเนินงานของ Market Village และ DC Service Center ในการรายงานด้วย

การพัฒนาสินค้าจากวัสดุรีไซเคิล

บริษัทฯ ดำเนินการคัดแยกและรวบรวมขยะจากกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรที่สามารถรีไซเคิลได้ เพื่อส่งให้คู่ค้านำไปพัฒนาเป็นสินค้าและบรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล ภายใต้แนวคิดส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และการรีไซเคิลแบบครบวงจร (Close-loop Recycle) โดยแบ่งประเภทขยะรีไซเคิลได้ดังนี้ ขยะประเภทพลาสติก ได้แก่ พลาสติกยืดพลาสติก (ชนิด LLDPE) สายรัดพลาเทท (ชนิด PP) ส่งให้บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) (SCGC) ขยะประเภทกระดาษ จะส่งให้บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) (SCGP) และขยะจากกลุ่มสุขภัณฑ์จะส่งให้ บริษัท เอสซีจี เซรามิกส์ จำกัด (มหาชน) (SCG Ceramics) เพื่อทำการรีไซเคิลสำหรับขยะรีไซเคิลประเภทอื่น ๆ เช่น โฟม กระเบื้อง จะส่งถูกให้คู่ค้าที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการจัดการอย่างถูกวิธี

ทั้งนี้ทางบริษัทฯ จะนำสินค้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิลมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในชั้นต่อไป ตัวอย่างเช่น ถุงขยะม้วนจากฟิล์มยืดพลาสติกรีไซเคิล กระเป๋า Shopping Bag จากสายรัดพลาเททรีไซเคิล กล่องพัสดุจากกระดาษรีไซเคิล กระเบื้องจากเศษกระเบื้องรีไซเคิล ซึ่งสินค้าดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณขยะที่เกิดจากการดำเนินงาน แต่ยังเป็นการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย

การจัดการบรรจุภัณฑ์ในกระบวนการขนส่ง



ท่ามกลางการขยายตัวของกำลังซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่สะดวกและรวดเร็ว บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะบรรจุภัณฑ์ในกระบวนการขนส่ง จึงมุ่งมั่นขับเคลื่อนภายใต้แนวทางจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน (Sustainable Packaging Commitment) เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

- ลดบรรจุภัณฑ์ที่ซ้ำซ้อนและเกินความจำเป็น โดยเฉพาะสินค้าขนาดเล็ก
- ปรับเปลี่ยนเป็นการจัดส่งสินค้าแบบไร้บรรจุภัณฑ์
- เลือกบรรจุสินค้าในกล่องพลาสติก ตะกร้า หรือถาด ที่สามารถนำกลับไปใช้ซ้ำได้แทน
- นำขยะที่เกิดจากกระบวนการขนส่งไปรีไซเคิลเพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่ ทั้งขยะจากฟิล์มยืด (LLDPE) ที่ใช้ห่อหุ้มสินค้า เพื่อกันกระแทกที่นำไปผลิตเป็นถุงขยะ รวมถึงสายรัดพลาสติกที่นำไปรีไซเคิลและผลิตเป็นถุง Shopping Bag และนำกลับมาวางจำหน่ายใหม่อีกครั้ง

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ มีการจัดส่งสินค้าโดยใช้รถขนส่งของบริษัทฯ จำนวน 10,389 เที่ยว สามารถลดการใช้กล่องบรรจุภัณฑ์กระดาษได้กว่า 266 ตัน



แนวทางการจัดการ
บรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

การจัดการขยะภายนอกองค์กร

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยบริหารจัดการผลิตภัณฑ์แบบครบวงจรตลอดวงจรชีวิต (End-to-End Product Management) เพื่อให้เกิดเป็น Closed-loop Circular ตั้งแต่กระบวนการคัดสรรสินค้าคุณภาพเพื่อวางจำหน่าย การให้บริการซ่อมแซมและทำความสะอาด เพื่อเป็นการยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้งานได้นานและคุ้มค่าที่สุด รวมถึงการจัดการสินค้าที่ชำรุดและไม่สามารถซ่อมได้ อย่างถูกวิธีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมารีไซเคิลผลิตเป็นสินค้าใหม่

End-to-End Product Management





การคัดสรรและจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ คัดสรรและจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยเลือกสินค้าที่มีความมาตรฐานความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน เช่น เลือกสินค้าที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล หรือสินค้าที่มีอายุการใช้งานยาวนาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการลดขยะและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว



บริการขยายระยะเวลารับประกันจากผู้ผลิต

บริษัทฯ ให้บริการขยายระยะเวลารับประกันสินค้าเพิ่มเติมจากการรับประกันของผู้ผลิต โดยขยายระยะเวลาคู่ครองออกไปอีก 2 ปี เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้งานสินค้าแก่ลูกค้า การให้บริการดังกล่าวช่วยลดความจำเป็นในการเปลี่ยนหรือซื้อสินค้าทดแทนก่อนเวลาอันควร และช่วยลดปริมาณขยะที่เกิดจากการทิ้งสินค้าที่ยังสามารถใช้งานได้



บริการซ่อมและทำความสะอาดเครื่องใช้ไฟฟ้า

บริการซ่อมแซมและทำความสะอาดเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นบริการที่ช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องใช้ไฟฟ้า ลดค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าทดแทนใหม่ นอกจากนี้ยังช่วยลดปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดจากการทิ้งเครื่องใช้ไฟฟ้าก่อนหมดอายุการใช้งาน และช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย



ศูนย์ซ่อม

ในกรณีที่สินค้าเกิดการชำรุด บริษัทฯ มีศูนย์ซ่อมที่ให้บริการโดยช่างผู้ชำนาญการซึ่งผ่านการรับรองตามมาตรฐานจากแบรนด์ผู้ผลิตชั้นนำ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดระยะเวลาในการซ่อมแซมเมื่อเทียบกับการส่งซ่อมโดยตรงกับผู้ผลิต ลูกค้าสามารถนำสินค้าที่ชำรุดเข้ารับบริการซ่อมได้ ณ โสมโปรทุกสาขา โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ หากเกินระยะเวลาที่กำหนด บริษัทฯ ยังคงสามารถดำเนินการซ่อมแซมได้โดยคิดค่าบริการอัตรามาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนด โดยในปี 2568 มีลูกค้านำสินค้ามาใช้บริการศูนย์ซ่อมทั้งหมด 101,949 ชิ้น



โครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่

ลูกค้าสามารถนำเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าที่ชำรุดแล้ว มาแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดเพื่อซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ผ่านโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade In) ซึ่งถูกริเริ่มในปี 2566 โดยบริษัทฯ จะรวบรวมเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า เตาหุงต้ม ไมโครเวฟ จอคอมพิวเตอร์ พัดลม ส้วม เครื่องตัดหญ้า รวมถึงสุขภัณฑ์เก่า มาบริหารจัดการ คัดแยกเพื่อนำวัสดุเหล่านั้นเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและนำกลับมาผลิตเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าหรือสินค้าอีกครั้ง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากขยะอันตราย ตามหลักแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

โดยในปี 2568 มีสินค้าเก่าที่ลูกค้านำมาเข้าร่วมโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่มีทั้งหมด 256,113 ชิ้น และได้ถูกนำไปคัดแยกและจัดการอย่างถูกวิธี สามารถลดปัญหาการกำจัดขยะผิดวิธีที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งแวดล้อมได้ โดยเฉพาะการลดสารพิษที่อาจเกิดจากการทิ้งเครื่องใช้ไฟฟ้าไม่ถูกวิธี นอกจากนี้ยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรในการผลิตสินค้าใหม่ได้อีกด้วย



การจัดการซากผลิตภัณฑ์

ซากผลิตภัณฑ์ที่ชำรุดและไม่สามารถซ่อมได้จากโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade In) ทั้งซากเครื่องใช้ไฟฟ้า (Waste Electrical and Electronic Equipment: WEEE) ซึ่งเป็นขยะอันตราย และซากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น เช่น สุขภัณฑ์ บริษัท ดำเนินการร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดการซากผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องตามมาตรฐานเพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ หลีกเลี่ยงการทิ้งลงหลุมฝังกลบ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในกระบวนการจัดการซากผลิตภัณฑ์ บริษัท ได้ร่วมมือกับบริษัท ฮีดาคาโยโก เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด หรือ HIDAKA YOOKOO ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระด้านการจัดการขยะ ทำหน้าที่คัดแยกชิ้นส่วนจากซากผลิตภัณฑ์อย่างถูกวิธี พร้อมรับรองปริมาณชิ้นส่วนที่ถูกคัดแยก โดยสำหรับชิ้นส่วนที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้จะถูกนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล และนำไปผลิตเป็นสินค้าใหม่ โดยในปี 2568 มีปริมาณวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ทั้งหมด 4,534 ตัน

สำหรับชิ้นส่วนที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ ทางบริษัทฯ จะดำเนินการจัดการซากผลิตภัณฑ์เหล่านี้ตามกระบวนการที่ได้มาตรฐานและเหมาะสม เช่น การแปรรูปเป็นเชื้อเพลิงขยะมูลฝอย (Refuse Derived Fuel: RDF) การปรับเสถียรและฝังกลบอย่างปลอดภัย เผาทำลายในเตาเผาเฉพาะสำหรับของเสียอันตราย เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชน

ทั้งนี้ HIDAKA YOOKOO ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานอุตสาหกรรมประเภท 64(11), (12), 105 และ 106* และได้รับการรับรองมาตรฐานสากลด้านคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ปลอดภัย ได้แก่ ISO 9001, ISO 14001

ประเภท	ปริมาณ (ตัน)
ประเภทวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้	4,533.6
<ul style="list-style-type: none"> พลาสติก เซรามิก โลหะ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ 	1,168.9 367.6 1,716.1 1,281.0
ประเภทวัสดุที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้	819.9



การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัทฯ ลงทุนในเทคโนโลยีการจัดการของเสียและพัฒนานวัตกรรมร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจ ผ่านการนำวัสดุที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ เข้าสู่กระบวนการแปรรูปและเปลี่ยนเศษวัสดุเป็นวัตถุดิบใหม่ โดยร่วมมือกับคู่ค้าผู้แปรรูปเพื่อวางแผน ออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และกำหนดชนิดวัตถุดิบรีไซเคิลที่ต้องการ จากนั้นจะส่งต่อให้คู่ค้าผู้ผลิตนำไปใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่ หรือ Circular Product ตัวอย่างเช่น การร่วมมือกันระหว่างบริษัท และบริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ SCGC ในการนำชิ้นส่วนพลาสติกที่ได้จากเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าเหลือทิ้ง ผ่านกระบวนการแปรรูปให้เป็นเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลที่เรียกว่า Post-Consumer Recycled Plastic หรือ PCR ก่อนจะใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าชนิดต่าง ๆ อาทิ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องซักผ้า พัดลม ก่อ่งเก็บของ แก้ว โดยกำหนดสินค้ากลุ่มนี้เป็นผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (Circular Product)

นอกจากการรีไซเคิลวัสดุที่เป็นพลาสติกแล้ว บริษัทฯ ได้พัฒนากระบวนการรีไซเคิลวัสดุประเภทอื่น ๆ ด้วย อาทิ การนำเศษกระเบื้องและเซรามิกจากสุขภัณฑ์ มารีไซเคิลและใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตกระเบื้อง รวมถึงนำกระดาดาลงมารีไซเคิลและใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตกล่องกระดาษ กล่องพัสดุ กล่องไปรษณีย์ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ทำจากกระดาษ เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product เป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2573

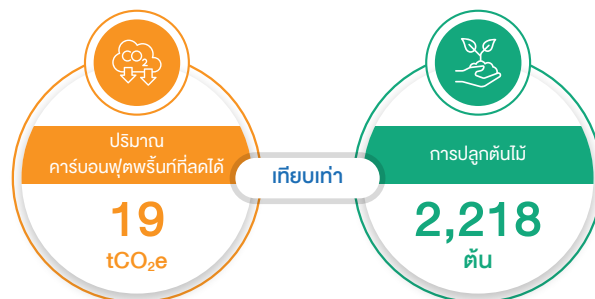
หมายเหตุ: ตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 โรงงานลำดับที่ 64 หมายถึง โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะ (11) การอัดโลหะ และ (12) การตัด พับ หรือบ้วนโลหะ โรงงานลำดับที่ 105 หมายถึง โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการคัดแยกหรือฝังกลบ สิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว ที่มีลักษณะและคุณสมบัติตามที่กำหนด และโรงงานลำดับที่ 106 หมายถึง โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับบำบัดกากของเสียอุตสาหกรรมที่ไม่ใช่แล้วหรือของเสียจากโรงงานมาผลิตเป็นวัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตทางอุตสาหกรรม

กิจกรรมและโครงการส่งเสริมการลดขยะ

สื่อประชาสัมพันธ์รักษ์โลก

บริษัทฯ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ ณ จุดขายในสาขาต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม แคมเปญ หรือ โปรโมชันทางการตลาดให้ลูกค้าทราบข้อมูลได้อย่างทั่วถึง อาทิ สื่อโฆษณาประเภท Standee และ Hanging Banner ซึ่งถือเป็นสื่อที่บริษัทฯ มีการใช้งานเป็นจำนวนมาก

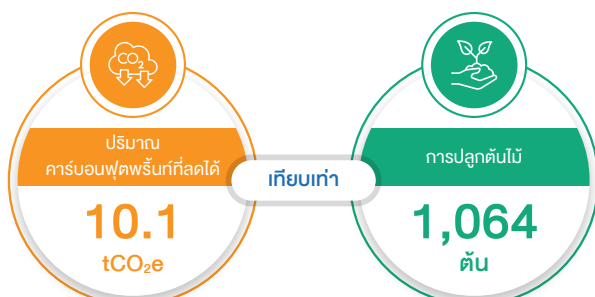
ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการลดใช้พลาสติกโดยปรับเปลี่ยนวัสดุในการผลิต Standee และ Hanging Banner จากฟิวเจอร์บอร์ดที่ผลิตมาจากพลาสติกชนิดโพลีโพรพิลีน (Polypropylene) มาเป็นวัสดุจากกระดาษและ วัสดุรีไซเคิลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยังมีความแข็งแรง สามารถใช้งานซ้ำได้หลายครั้ง ถือเป็นการสนับสนุนการลดใช้พลาสติก ลดใช้วัตถุดิบการผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติ และช่วยปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานในการส่งเสริมการใช้งานวัสดุรีไซเคิลอีกด้วย ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ สามารถใช้สื่อโฆษณาประเภท Standee และ Hanging Banner ที่ผลิตจากกระดาษรีไซเคิลร้อยละ 100 คิดเป็นปริมาณลดการใช้พลาสติกจำนวน 3.51 ตัน ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 19 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ 2,218 ต้น



โครงการ “ขวดแลก Coins”

บริษัทฯ จัดโครงการ “ขวดแลก Coins” เพื่อเชิญชวนพนักงาน นำขวดพลาสติกใช้แล้วมาแลกกับ “Coin” สะสมเพื่อใช้ แลกของรางวัล ส่งเสริมการลดขยะพลาสติกในองค์กรและ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยขวดพลาสติกที่รวบรวมได้ ถูกส่งต่อให้โรงงานรีไซเคิลเพื่อคัดแยก บด และล้าง ก่อนนำไป ผลิตเป็นเส้นใยพลาสติกกรีไซเคิล PCR (Post-Consumer Recycled) เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นสินค้า Circular Product เช่น หมอนอิง พรม และเก้าอี้อเนกประสงค์

โครงการ “ขวดแลก Coins” เริ่มต้นในเดือนกันยายน ปี 2568 โดยบริษัทฯ จัดโครงการทั้งหมด 5 ครั้ง ที่ไฮมโปรสำนักงานใหญ่ มีขวดพลาสติกที่รวบรวมได้ทั้งหมด 40,784 ขวด น้ำหนักรวม 9.8 ตัน ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้ 10.1 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และเทียบเท่าการ ปลูกต้นไม้ 1,064 ต้น

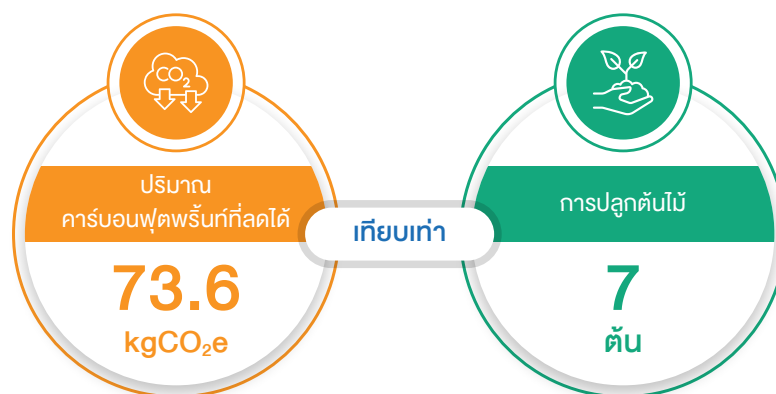


ผลการดำเนินงาน	
จำนวนขวดพลาสติก	40,784 ขวด
น้ำหนักขวดพลาสติกรวม	9.8 ตัน
Deemore coins	276,920 เหรียญ เทียบเท่ากับ มูลค่า 27,692 บาท
ปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่ลดได้	10.1 tCO ₂ e
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้	1,064 ต้น



โครงการ “E-Expense สะดวก ปลอดภัย ไม่ต้องถือเงินสด ลดใช้กระดาษ”

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงขั้นตอนการเบิกเงินสดย่อย (Petty Cash) โดยใช้ระบบลงทะเบียนขออนุมัติการเบิกผ่านแบบฟอร์มออนไลน์ (E-Expense) แทนการใช้กระดาษ และปรับปรุงขั้นตอนในรูปแบบการโอนเงินแทนการใช้เงินสด ถือเป็นการเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ลดขั้นตอนการดำเนินการที่ซับซ้อน และสร้างความปลอดภัยและโปร่งใสในการตรวจสอบและติดตามผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสนับสนุนการลดใช้กระดาษ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย โดยบริษัทฯ ได้เริ่มโครงการตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นมา ซึ่งในปี 2568 สามารถลดการใช้กระดาษขนาด A4 ได้ จำนวน 6,067 แผ่น ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 73.6 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และเทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 7 ต้น



โครงการ “คัดแยกขยะอันตรายก่อนทิ้ง”

บริษัทฯ มีแนวทางส่งเสริมการคัดแยกขยะอันตรายออกจากขยะประเภทอื่น ๆ ก่อนทิ้ง เพื่อเก็บรวบรวมขยะอันตราย เช่น หลอดไฟ ถ่านไฟฉาย ภาชนะบรรจุสารเคมี ซากโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ต่อพ่วง ก่อนจะนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี โดยได้ตั้งจุดทิ้งสำหรับขยะอันตรายโดยเฉพาะ พร้อมทั้งเข้าร่วมโครงการ “ประชารัฐร่วมใจ แยกทิ้งขยะอันตราย” ร่วมกับกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และกรุงเทพมหานครมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 เพื่อลดผลกระทบและป้องกันการปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายสู่สิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างความปลอดภัยต่อสุขภาพของสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ Eco Event “การประชุมผู้ถือหุ้นในรูปแบบออนไลน์ E-AGM”

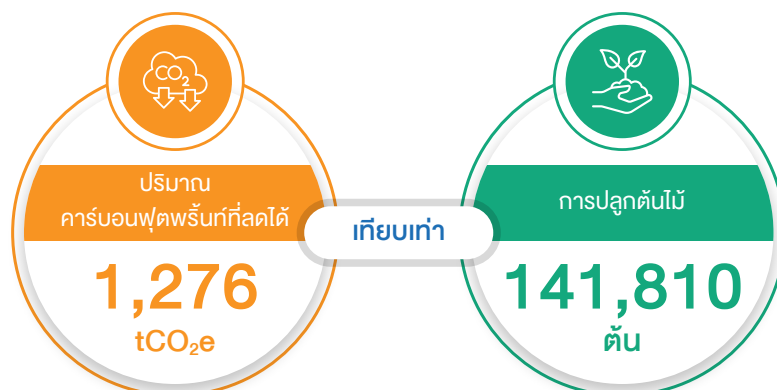
บริษัทฯ จัดการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีในรูปแบบออนไลน์ (E-AGM) เพื่อลดการใช้พลังงานจากการเดินทางของผู้ถือหุ้น อีกทั้งได้เผยแพร่เอกสารการประชุมและข้อมูลที่เกี่ยวข้องผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อช่วยลดการใช้กระดาษ การดำเนินการดังกล่าวมีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ข้อที่ 13 ว่าด้วยการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Action)

โดยในปี 2568 โครงการ Eco Event “การประชุมผู้ถือหุ้นในรูปแบบออนไลน์ E-AGM” สามารถลดการใช้กระดาษได้จำนวน 14,176,766 แผ่น ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งสิ้น 356.7 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เทียบเท่าการปลูกต้นไม้กว่า 39,632 ต้น

ผลการดำเนินงานโครงการ Eco Event “การประชุมผู้ถือหุ้น E-AGM”

ปี	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)	เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ (ต้น)
2564	236	26,260
2565	198	22,029
2566	205	22,757
2567	280	31,132
2568	357	39,632
รวม	1,276	141,810

หมายเหตุ: บริษัทฯ ใช้ระบบ Care the bear ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้





การจัดการพลังงานและทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพ



การกำกับดูแล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลด้านการจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคณะกรรมการบริษัท มอบหมายให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนายั่งยืน ประสานงานกับคณะทำงานด้านอนุรักษ์พลังงาน และคณะทำงานด้านพลังงานทดแทน ร่วมกันกำหนดนโยบาย กำกับดูแล ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานด้านการจัดการพลังงาน ครอบคลุมการใช้พลังงานไฟฟ้า เชื้อเพลิง และน้ำ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มุ่งเน้นการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานการจัดการพลังงานอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งจัดให้มีการตรวจสอบ ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารระดับสูงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรสอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว






กลยุทธ์



บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล และบรรเทาผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรที่เพิ่มในอนาคต จึงมุ่งเน้นการใช้พลังงานหมุนเวียนผ่านโครงการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อปเพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล และนำเทคโนโลยีประหยัดพลังงานมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อก้าวสู่เป้าหมายการเติบโตของธุรกิจในระยะยาวอย่างยั่งยืน



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ บูรณาการการบริหารความเสี่ยงด้านพลังงาน ทรัพยากร และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเข้ากับการบริหารความเสี่ยงองค์กรอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมความเสี่ยงจากการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล การขาดแคลนทรัพยากรในการดำเนินงาน และความเสี่ยงด้านกฎหมายภายใต้ร่างพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักว่าการใช้พลังงานไฟฟ้าเป็นปัจจัยหลักในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2) จึงได้กำหนดแนวทางลดผลกระทบจากการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน เพื่อลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และขับเคลื่อนองค์กรสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด 	เป้าหมาย 	ผลการดำเนินงาน 
<ul style="list-style-type: none">การใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่การผลิตหรือใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน	<ul style="list-style-type: none">การใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่ลดลงร้อยละ 40 จากปีฐาน ภายในปี 2568รักษาปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตจากโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ไม่น้อยกว่า 30,000 เมกะวัตต์ชั่วโมงต่อปี (MWh/year)	<ul style="list-style-type: none">ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่ลดลงร้อยละ 52 จากปีฐานปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตจากโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ 103,164 เมกะวัตต์ชั่วโมงต่อปี (MWh/year)

ตัวชี้วัด 	เป้าหมาย 	ผลการดำเนินงาน 
<ul style="list-style-type: none"> การผลิตหรือใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน การใช้น้ำของบริษัทฯ คุณภาพน้ำทิ้งหลังผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสีย 	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตหรือใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) ร้อยละ 100 ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ ภายในปี 2573 ปริมาณการใช้น้ำในบริษัทฯ ไม่เกิน 600,000 ลูกบาศก์เมตร ในปี 2568 น้ำทิ้งได้รับการบำบัดตามเกณฑ์มาตรฐานร้อยละ 100 	<ul style="list-style-type: none"> ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตจากโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 35.1 ของสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ ปริมาณการใช้น้ำในบริษัทฯ 574,549 ลูกบาศก์เมตร น้ำทิ้งได้รับการบำบัดตามเกณฑ์มาตรฐานร้อยละ 100

การบริหารจัดการพลังงาน

บริษัทฯ มุ่งมั่นบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มสัดส่วนการใช้แหล่งพลังงานหมุนเวียนควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในทุกกระบวนการทางธุรกิจ โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ดังนี้

การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลซึ่งเป็นสาเหตุของปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จึงส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) โดยเฉพาะพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายในการผลิตหรือใช้พลังงานหมุนเวียนให้ได้ ร้อยละ 100 ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ ภายในปี 2573 โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ (Solar Cell) บนหลังคาศูนย์จำหน่ายสินค้าโฮมโปร ศูนย์จำหน่ายสินค้าเมกาโฮม ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลล์ และศูนย์กระจายสินค้า มาตั้งแต่ปี 2558 และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน



ในปี 2568 บริษัทฯ ติดตั้งโซลาร์เซลล์แล้วกว่า 116 สาขา สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ได้ถึง 103,164 เมกะวัตต์ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 35.1 ของสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ เทียบเท่าการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 51,571 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และคิดเป็นอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Return on Investment: EROI) เท่ากับร้อยละ 24.6



EROI

$$= \frac{(\text{Environmental Benefits} + \text{Economic Gains}) \times 100\%}{(\text{Capital Investment} + \text{Operating Expenses})}$$

$$= 24.6\%$$

การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

การผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์						
	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้	MWh	42,359	52,382	73,642	92,038	103,164
<ul style="list-style-type: none"> ปริมาณการผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ 	MWh	42,359	52,382	60,478	78,894	89,869
<ul style="list-style-type: none"> ปริมาณการผลิตไฟฟ้าเข้าสายส่ง 	MWh	-	-	13,164	13,144	13,295
จำนวนสาขาที่มีการผลิตไฟฟ้า	สาขา	48	65	80	97	116
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้	tCO ₂ e	21,175	26,185	36,813	46,009	51,571

หมายเหตุ: การคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ขอบเขตที่ 2 อ้างอิงข้อมูล Emission Factor จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (TGO)

นอกจากนี้ ปริมาณไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ของบริษัทฯ ยังได้รับการขึ้นทะเบียนโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (Thailand Voluntary Emission Reduction Program - T-VER) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. ภายใต้ชื่อโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาศูนย์จำหน่ายสินค้าโฮมโปร ศูนย์จำหน่ายสินค้าเมกาโฮมและศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ เพื่อบันทึกพลังงานไฟฟ้าเป็นคาร์บอนเครดิต โดยมีโครงการที่ได้รับการขึ้นทะเบียน T-VER แล้วจำนวน 48 โครงการ และมีปริมาณคาร์บอนเครดิตสะสม จำนวน 64,144 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง

การใช้ไฟฟ้าจากสายส่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อรองรับการทำงานของระบบอาคาร ระบบไฟฟ้า และระบบปรับอากาศ ให้สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ โดยในปี 2568 บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจทั้งสิ้น 152 สาขา และมีปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง (Non-Renewable Energy) รวม 208,804 เมกะวัตต์ชั่วโมง คิดเป็นอัตราการใช้ไฟฟ้าต่อพื้นที่เท่ากับ 148 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อตารางเมตร

แม้พลังงานจากสายส่งส่วนใหญ่จะมีแหล่งที่มาจากการเชื้อเพลิงฟอสซิล แต่บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการลดการพึ่งพาพลังงานจากแหล่งเชื้อเพลิงฟอสซิล (Non-Renewable Energy) ซึ่งเป็นพลังงานไม่หมุนเวียน ควบคู่กับการยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานภายในอาคาร นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้บูรณาการระบบ Building Control Monitoring System for Energy (BCMS) เพื่อควบคุมและบริหารจัดการการใช้พลังงานภายในอาคารแบบอัตโนมัติ พร้อมทั้งดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบไฟฟ้า และระบบปรับอากาศอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการใช้พลังงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง

การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง						
	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า	MWh	136,116	145,875	144,264	215,089	208,804
จำนวนสาขา	สาขา	87	87	91	141	152
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อพื้นที่	kWh/Sq.m.	213	227	217	158	148

หมายเหตุ: 1. ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่กับปีฐาน (2557) เท่ากับ 307 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อตารางเมตร

2. ตั้งแต่ปี 2567 เกิดจากการรวมกิจการระหว่าง HomePro และ MegaHome นอกจากนี้ ยังได้รวมข้อมูลของ Market Village และ DC Service Center ไว้ในขอบเขตการรายงานด้วย จึงทำให้ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น

การจัดการเชื้อเพลิงภายในบริษัทฯ

การบริหารจัดการเชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญของการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้ดำเนินการลดการใช้เชื้อเพลิงประเภทน้ำมันและแก๊ส LPG ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดมลพิษทางอากาศ และก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้ ผ่านการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งในด้านการขนส่ง การจัดการคลังสินค้า และการใช้งานเครื่องจักรภายในอาคาร

การใช้เชื้อเพลิงสำหรับยานพาหนะ

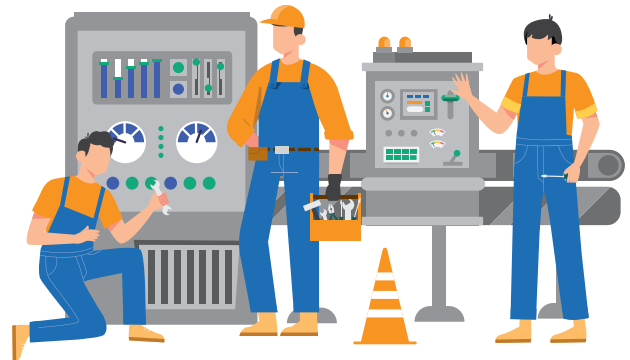
บริษัทฯ มีการใช้ยานพาหนะในการดำเนินงานหลายประเภท ได้แก่ รถยนต์บรรทุก รถจักรยานยนต์ตรวจการณ์ และรถยก ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจและการบริหารจัดการคลังสินค้า การใช้ยานพาหนะดังกล่าวส่งผลต่อการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการการใช้เชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพ และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้พลังงานให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งาน



บริษัทฯ ได้นำรถยกไฟฟ้า (Electric Forklift) มาใช้ในกระบวนการขนย้ายสินค้าทดแทนการใช้รถยกประเภทน้ำมันและแก๊ส LPG รวมทั้งสิ้นจำนวน 389 คัน มีแผนปรับเปลี่ยนการใช้งานแบตเตอรี่ของรถยกไฟฟ้าจากประเภทตะกั่วกรด (Lead Acid Battery) เป็นแบตเตอรี่ประเภทลิเทียม (Lithium Battery) เนื่องจากแบตเตอรี่ลิเทียมใช้ระยะเวลาในการชาร์จน้อยกว่า และมีจำนวนรอบการชาร์จ (Life Cycle) มากกว่าแบตเตอรี่ตะกั่วกรด ช่วยเพิ่มอายุการใช้งาน ส่งผลให้มีจำนวนแบตเตอรี่ที่ต้องใช้งานลดลงและช่วยลดปริมาณขยะอันตราย

การใช้เชื้อเพลิงสำหรับเครื่องจักร

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการการใช้น้ำมันของเครื่องจักรอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดมาตรการตรวจสอบสภาพการทำงาน การชำรุด และการบำรุงรักษาเครื่องจักรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เครื่องจักรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียพลังงาน และป้องกันการใช้เชื้อเพลิงเกินความจำเป็น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการเพิ่มสัดส่วนการใช้เชื้อเพลิงจากแก๊สโซฮอลล์และไบโอดีเซลในเครื่องจักร เช่น เครื่องกำเนิดไฟฟ้า (Generator) ปั๊มดับเพลิง (Fire Pump) เพื่อลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้



การใช้เชื้อเพลิงภายในบริษัทฯ

	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
การใช้เชื้อเพลิงภายในบริษัทฯ ทั้งหมด	MWh	-	4,101	4,095	4,583	4,655
• น้ำมันดีเซล	MWh	-	1,424	1,815	1,755	1,628
• น้ำมันเบนซิน	MWh	-	67	77	84	63
• แก๊ส LPG	MWh	-	2,610	2,201	2,740	2,964

สรุปการใช้พลังงานภายในบริษัท

	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
การใช้พลังงานภายในบริษัท ทั้งหมด	MWh	-	202,358	208,837	298,566	303,328
แหล่งพลังงานหมุนเวียน Renewable Energy	MWh	42,359	52,382	60,478	78,894	89,869
• การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ¹	MWh	42,359	52,382	60,478	78,894	89,869
แหล่งพลังงานไม่หมุนเวียน Non-Renewable Energy	MWh	-	149,976	148,359	219,672	213,459
• การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง	MWh	136,116	145,875	144,264	215,089	208,804
• การใช้เชื้อเพลิงภายในบริษัท	MWh	-	4,101	4,095	4,583	4,655
ปริมาณการใช้พลังงานต่อพื้นที่	kWh/sq.m.	-	314.7	313.3	219.9	215.5

หมายเหตุ: ¹ การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน คำนวณเฉพาะปริมาณไฟฟ้าที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ไม่รวมการผลิตไฟฟ้าเข้าสายส่ง

การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

ระบบ Building Control Monitoring System (BCMS)

บริษัทฯ ได้นำแนวทางและเทคโนโลยีด้านการประหยัดพลังงานมาประยุกต์ใช้ โดยติดตั้งระบบ Building Control Monitoring System for Energy (BCMS) ซึ่งเป็นระบบควบคุมและบริหารจัดการการใช้พลังงานภายในอาคารแบบอัตโนมัติ ระบบดังกล่าวเชื่อมโยงการทำงานของระบบต่าง ๆ ภายในอาคารอย่างครบวงจร อาทิ ระบบไฟฟ้า ระบบปรับอากาศ และระบบระบายอากาศ ทำให้สามารถติดตาม ตรวจสอบ และควบคุมปริมาณการใช้ไฟฟ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการพลังงาน และลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าโดยรวมลงได้อย่างมีนัยสำคัญ

โดยในปี 2568 มีจำนวนสาขาที่ติดตั้งระบบ Building Control Monitoring System for Energy (BCMS) 85 สาขา สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานได้ถึง 6,609 เมกะวัตต์ชั่วโมง และช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 3,304 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

ปี	จำนวนสาขา	ปริมาณการใช้ไฟฟ้าที่ลดได้ (MWh)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO ₂ e)
2564	32	6,322	3,016
2565	47	4,835	2,417
2566	67	4,026	2,012
2567	67	5,040	2,519
2568	85	6,609	3,304

หมายเหตุ: การคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ขอบเขตที่ 2 อ้างอิงข้อมูล Emission Factor จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (TGO)

การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพอุปกรณ์ภายในอาคาร

บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการควบคุมและปรับปรุงการใช้พลังงานในระบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของแต่ละพื้นที่ เพื่อช่วยลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

รายละเอียด	ปริมาณการใช้ไฟฟ้าที่ลดลง (MWh)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO ₂ e)
ปรับปรุงระบบไฟฟ้าแสงสว่าง <ul style="list-style-type: none"> • ปรับเปลี่ยนชนิดหลอดไฟเป็นชนิดประหยัดพลังงาน • ติดตั้ง Motion Sensor เพื่อควบคุมการเปิดไฟฟ้าแสงสว่าง • ลดระยะห่างการติดตั้งหลอดไฟบนพื้นที่ 	72.7	36.4
ปรับปรุงระบบปรับอากาศ <ul style="list-style-type: none"> • ควบคุมอุณหภูมิของระบบปรับอากาศโดย (Set point Chiller) ให้เหมาะสมกับปริมาณลูกค้าในสาขา • ปรับเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศเป็นระบบ Inverter 	165.2	82.6

หมายเหตุ: การคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ขอบเขตที่ 2 อ้างอิงข้อมูล Emission Factor จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (TGO)





การบริหารการขนส่ง

การใช้รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck)

ตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นมา บริษัทฯ นำรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทดแทนการใช้รถน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เชื้อเพลิง และลดมลพิษทางอากาศที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อม โดยนำรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า มาใช้งานใน 2 ส่วนหลัก ได้แก่ รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้าสำหรับบริการ Home Service ที่ขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง และรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในการขนส่งจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขาต่าง ๆ

1. การขนส่งสินค้าสำหรับบริการ Home Service

บริษัทฯ เริ่มเปลี่ยนมาใช้รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้าในการขนส่ง แทนการใช้รถแบบน้ำมัน ในปี 2568 บริษัทฯ มีขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้าสำหรับบริการ Home Service ทั้งหมด 2 ประเภท ได้แก่ รถบรรทุก 4 ล้อ และรถจักรยานยนต์ ทั้งหมดจำนวน 17 คัน สามารถลดการใช้น้ำมันได้ 96,013 ลิตรต่อปี และลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ 166 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2. การขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขา

บริษัทฯ นำรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้ามาใช้แทนรถขนส่งแบบน้ำมัน สำหรับการขนส่งจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขาต่าง ๆ ประกอบด้วยรถขนส่งทั้งหมด 2 ประเภท ได้แก่ รถบรรทุกประเภท 6 ล้อ และ 18 ล้อ โดยในปี 2568 บริษัทฯ มีรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) จำนวน 9 คัน สามารถลดการใช้น้ำมันได้ 114,470 ลิตรต่อปี และลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก 170 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง

บริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ ผ่านการบริหารจัดการคลังสินค้าและวางแผนเส้นทางการขนส่งอย่างเป็นระบบ ลดการใช้เชื้อเพลิงจากการลดจำนวนเที่ยวขนส่งที่ไม่จำเป็น ลดระยะเวลาในการขนส่ง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมทั้งปรับปรุงการดำเนินงานด้านการขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

• การขนส่งสินค้าแบบบรรทุกเต็มคัน (Full Truck Load)

บริษัทฯ มีการบริหารการขนส่งสินค้าให้เต็มพื้นที่ และควบคุม โดยควบคุมปริมาณการบรรทุกสินค้าให้เหมาะสมในแต่ละเที่ยวขนส่ง และใช้ติดตั้งแท่นชั่งน้ำหนักเพื่อควบคุมน้ำหนักบรรทุกไม่ให้เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด และช่วยให้ใช้พื้นที่บรรทุกได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

• การรวมสินค้าส่งพร้อมกัน (Multi Store into 1 truck)

วางแผนเส้นทางการเดินทางและจัดตารางเวลาขนส่งอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าหลายรายหรือหลายสาขาในเที่ยวเดียวกันหรือเส้นทางใกล้เคียง

• การลดเที่ยวเปล่า (Back Haul)

เพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งด้วยการลดการวิ่งรถเที่ยวเปล่า โดยวางแผนให้รถขนส่งรับสินค้าจากผู้ผลิตหรือลูกค้ากลับมายังคลังสินค้าหรือสาขาในเที่ยวขากลับ แทนการวิ่งกลับโดยไม่มีสินค้า

• การเพิ่มขนาดตู้คอนเทนเนอร์รถขนส่งสินค้า (Increase Container Size)

ปรับเปลี่ยนขนาดตู้คอนเทนเนอร์ของรถขนส่งเพื่อเพิ่มปริมาณการบรรทุกสินค้าต่อเที่ยว ทำให้สามารถขนส่งสินค้าได้มากขึ้นในแต่ละรอบ

• การใช้ระบบ Transportation Management System (TMS)

นำระบบ Transportation Management System (TMS) มาใช้ในการวางแผนและจัดการเส้นทางการเดินทางอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดระยะทางและระยะเวลาการขนส่ง

สถานีชาร์จรถไฟฟ้า Charge and Shop

บริษัทฯ ร่วมมือกับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) และบีเอ็มดับเบิลยู กรุ๊ป ประเทศไทย ในการให้บริการสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า EleX by EGAT X BMW ภายในสาขาของบริษัทฯ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตรูปแบบ Charge and Shop ของผู้เดินทางและนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางด้วยรถยนต์ไฟฟ้า โดยปัจจุบัน มีการติดตั้งสถานีชาร์จแล้วกว่า 28 สถานี ในพื้นที่ศูนย์การค้าไฮมโปร 25 สาขา ได้แก่ สาขาจรัญสนิทวงศ์ เอกมัย-รามอินทรา พระราม 9 พระราม 3 ราชพฤกษ์ ชัยพฤกษ์ สุขสวัสดิ์ กัลปพฤกษ์ ศรีนครินทร์ บางนา กม.1 พระราม 2 พิวเจอร์พาร์ครังสิต ภูเก็ต (กลาง) ราชบุรี ระยอง สกลนคร ร้อยเอ็ด สุรินทร์ เลย แพร่ ภูเก็ต (ฉลอง) ลาดกระบัง สุโขทัย หาดใหญ่-กาญจนวณิช นครราชสีมา รวมถึงศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ 3 สาขา ได้แก่ ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสุวรรณภูมิ ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจรังสิตคลอง 4 และศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจหัวหิน ทั้งนี้ สถานีชาร์จที่ติดตั้งประกอบด้วยเครื่องอัดประจุไฟฟ้าแบบ Fast Charger และ Normal Charger ขนาด 120 kW และขนาด 22 kW 1 เครื่อง 3 หัวจ่าย สามารถรองรับการชาร์จรถได้พร้อมกัน 2 คัน ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ และเปิดให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป โดยสามารถจองคิวและชำระเงินได้ง่าย ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน “EleXA”

การจัดการทรัพยากร

การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำ

บริษัทฯ ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินปริมาณการใช้น้ำจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ทั้งการใช้น้ำภายในสำนักงานและการใช้น้ำของลูกค้าภายในศูนย์การค้า เพื่อวิเคราะห์และวางแผนการบริหารจัดการน้ำให้มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งส่งเสริมพนักงานให้เห็นถึงความสำคัญของการประหยัดน้ำและการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้กำหนดรอบการตรวจสอบและปรับปรุงระบบจ่ายน้ำอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งติดตั้งระบบอัตโนมัติ (Sensor) และอุปกรณ์ประหยัดน้ำ เพื่อควบคุมปริมาณการใช้น้ำให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียและควบคุมคุณภาพน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดให้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกองค์กร เพื่อเป็นการป้องกันการปนเปื้อนของแหล่งน้ำชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมบริเวณโดยรอบบริษัทฯ และมีการตรวจสอบโดยหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้นำบางส่วนที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ซ้ำในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น รดน้ำต้นไม้ หรือล้างพื้นลานจอดรถ เป็นต้น



ผลการดำเนินงานด้านการจัดการน้ำ

ในปี 2568 บริษัทฯ มีปริมาณการดึงน้ำทั้งหมดจำนวน 1,763,306 ลูกบาศก์เมตร (ลบ.ม.) แบ่งเป็นน้ำจากการประปาจำนวน 1,683,197 ลบ.ม. และน้ำจากบาดาลจำนวน 80,109 ลบ.ม. โดยบริษัทฯ มีปริมาณการใช้น้ำจำนวน 574,549 ลบ.ม. คิดเป็นปริมาณการใช้น้ำต่อคนจำนวน 26.1 ลิตรต่อคน ปริมาณการใช้น้ำต่อพื้นที่ 381.0 ลิตรต่อตารางเมตร และปริมาณการใช้น้ำต่อสาขา 3,780 ลูกบาศก์เมตรต่อสาขา โดยในปี 2568 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายปริมาณการใช้น้ำไม่เกิน 600,000 ลูกบาศก์เมตร

ในส่วนของการบริหารจัดการน้ำของบริษัทฯ ได้ผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสียและผ่านการตรวจสอบคุณภาพเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดโดยกรมควบคุมมลพิษก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกองค์กร คิดเป็นปริมาณ 1,128,516 ลบ.ม. หรือร้อยละ 100 ของปริมาณน้ำทั้งหมด

สถิติการใช้น้ำ	หน่วย	2564	2565	2566	2567	2568
ปริมาณการดึงน้ำ ¹	ลูกบาศก์เมตร	1,258,667	1,231,060	1,050,085	1,786,207	1,763,306
• น้ำจากการประปา	ลูกบาศก์เมตร	840,189	898,261	972,047	1,688,729	1,683,197
• น้ำจากบาดาล	ลูกบาศก์เมตร	418,478	332,799	78,038	97,478	80,109
ปริมาณน้ำทิ้ง ^{2,3}	ลูกบาศก์เมตร	805,547	787,878	672,054	1,143,173	1,128,516
ปริมาณการใช้น้ำ ⁴	ลูกบาศก์เมตร	404,791	386,392	316,583	575,428	574,549
ปริมาณการใช้น้ำร้านค้า	ลูกบาศก์เมตร	48,329	56,790	61,447	67,606	60,241
ปริมาณการใช้น้ำต่อคน	ลิตรต่อคน	22.5	21.6	18.3	26.3	26.1
ปริมาณการใช้น้ำต่อพื้นที่	ลิตรต่อตารางเมตร	637.4	600.8	474.9	401.1	381.0
ปริมาณการใช้น้ำต่อสาขา	ลูกบาศก์เมตรต่อสาขา	4,653	4,441	3,479	4,081	3,780

- หมายเหตุ: 1. ปริมาณการดึงน้ำจากแหล่งน้ำจืด (Freshwater) ทั้งหมด แบ่งเป็นน้ำประปา (Third-party Water) และน้ำบาดาล (Groundwater)
2. ปริมาณน้ำทิ้ง (Water Discharge) หมายถึง ปริมาณน้ำที่ระบายลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ โดยในปี 2568 น้ำทิ้งของบริษัทฯ ผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐานอ้างอิงจาก "ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดมาตรฐานควบคุมการระบายน้ำทิ้งจากอาคารบางประเภทและบางขนาด พ.ศ. 2567" โดยกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. ปริมาณน้ำทิ้ง คำนวณจากร้อยละ 80 ของปริมาณน้ำที่มีการใช้งาน (ไม่รวมการใช้งานในเครื่องจักร) อ้างอิงตาม "คู่มือระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน ฉบับ พ.ศ. 2560" โดยกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
4. ปริมาณการใช้น้ำ (Water Consumption) หมายถึง ปริมาณน้ำจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ไม่รวมร้านค้าเช่า

การประเมินความเครียดน้ำ (Water Stress Assessment)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการรักษาทรัพยากรน้ำซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ และบริหารจัดการให้มีการใช้น้ำอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ โดยได้ดำเนินการติดตามและประเมินความเสี่ยงด้านน้ำ ในพื้นที่ที่มีการก่อตั้งสาขา เพื่อประเมินสถานะของแหล่งน้ำและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อระบบนิเวศ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้นำผลการประเมินความเครียดน้ำ มาวางแผนบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ป้องกันผลกระทบ และลดความเสี่ยงที่จะเกิดการขาดแคลนน้ำในอนาคต

จากการประเมินความเครียดน้ำเพื่อวิเคราะห์สัดส่วนปริมาณการดึงน้ำ (Water Withdrawal) และการใช้น้ำ (Water Consumption) ของบริษัทฯ ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ (Water Stress) พบว่าร้อยละ 38.1 ของปริมาณการดึงน้ำทั้งหมดที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ อยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำระดับสูงมาก ครอบคลุมจำนวนสาขาทั้งสิ้น 59 สาขา จาก 152 สาขา

ข้อมูลสถิติการใช้ไฟฟ้าสำหรับพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำระดับสูงมาก	2568 หน่วย : ลูกบาศก์เมตร
ปริมาณการดึงน้ำ ¹	671,618
<ul style="list-style-type: none"> น้ำจากการประปา 	647,750
<ul style="list-style-type: none"> น้ำจากบาดาล 	23,868
ปริมาณน้ำทิ้ง ²	429,836
ปริมาณการใช้น้ำ ³	229,021
ปริมาณการใช้น้ำร้านค้าเช่า	12,761

หมายเหตุ: 1. ปริมาณการดึงน้ำจากแหล่งน้ำจืด (Freshwater) ทั้งหมด แบ่งเป็นน้ำประปา (Third-party Water) และน้ำบาดาล (Groundwater)

2. ปริมาณน้ำทิ้ง คำนวณจากร้อยละ 80 ของปริมาณน้ำที่มีการใช้งาน (ไม่รวมการใช้งานในเครื่องจักร) อ้างอิงตาม “คู่มือระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน ฉบับ พ.ศ. 2560” โดยกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3. ปริมาณการใช้น้ำ (Water Consumption) หมายถึง ปริมาณน้ำจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ไม่รวมร้านค้าเช่า

กิจกรรมส่งเสริมพนักงานให้มีส่วนร่วมในการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการรณรงค์ การกำหนดมาตรการปฏิบัติ และการพัฒนาความรู้ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กิจกรรมรณรงค์และการสื่อสารภายในองค์กร

บริษัทฯ ส่งเสริมการใช้พลังงานไฟฟ้า เชื้อเพลิง และทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้ระบบการสื่อสารภายในองค์กรในการให้ข้อมูล ข่าวสาร และแนวทางปฏิบัติแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการรณรงค์ด้านการอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากร พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีส่วนร่วมผ่านการจัดกิจกรรมประกวดและการมอบรางวัล เพื่อกระตุ้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

- การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดและใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านช่องทางอีเมล ระบบอินเทอร์เน็ต ภายในองค์กร กิจกรรมเสียงตามสาย บอร์ดประชาสัมพันธ์ Line OA การประชาสัมพันธ์โดยโปสเตอร์ต่าง ๆ และการจัดทำสื่อวีดิโอรณรงค์ให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์พลังงาน
- จัดโครงการประกวดสุดยอดสาขาอนุรักษ์พลังงาน เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันในการดำเนินมาตรการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและการใช้น้ำ โดยพิจารณาจากความสามารถในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและน้ำต่อพื้นที่ใช้งาน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการมอบรางวัลให้แก่สาขาที่สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- จัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมในอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากร
 - กิจกรรม HomePro Go Green คนโฮมโปรหัวใจสีเขียว ส่งเสริมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าและน้ำภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรในชีวิตประจำวัน อาทิ การรณรงค์ให้ปิดไฟและปิดคอมพิวเตอร์ในช่วงเวลาพักเที่ยงหรือเมื่อไม่มีการใช้งาน การสนับสนุนให้พนักงานใช้บันไดแทนการใช้ลิฟต์เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงการรณรงค์ให้ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และปิดก๊อกน้ำให้สนิทเมื่อไม่ใช้งาน



- กิจกรรมร่วมด้วยช่วยกันแจ้ง ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดูแลและตรวจสอบอุปกรณ์และระบบต่าง ๆ ภายในอาคาร โดยเมื่อพบอุปกรณ์ไฟฟ้าเครื่องใช้ หรือระบบสาธารณูปโภคที่ชำรุดหรือทำงานผิดปกติ พนักงานสามารถแจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขได้ทันที เพื่อลดการสูญเสียพลังงานและป้องกันการใช้งานที่ไม่มีประสิทธิภาพ

- กิจกรรมตอบคำถามนโยบายอนุรักษ์พลังงาน สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายและแนวทางการอนุรักษ์พลังงานของบริษัทฯ ให้แก่พนักงาน ผ่านรูปแบบการตอบคำถาม ช่วยกระตุ้นการเรียนรู้และเสริมสร้างการรับรู้ด้านการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- กิจกรรมประกวดคำขวัญอนุรักษ์พลังงาน เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดและมุมมองด้านการอนุรักษ์พลังงานผ่านการคิดและส่งคำขวัญที่สื่อถึงการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรอย่างสร้างสรรค์
- กิจกรรมประกวดมาสเตอร์อนุรักษ์พลังงาน สร้างสื่อและสัญลักษณ์ด้านการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการสื่อสารและรณรงค์ภายในองค์กร



มาตรการปฏิบัติในการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

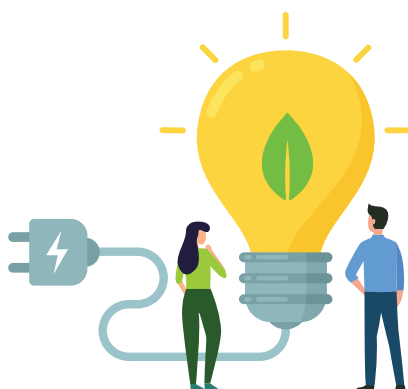
บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการปฏิบัติในการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้พนักงานสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน และลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็นจากการดำเนินงานภายในสำนักงาน โดยมีมาตรการสำคัญ ดังนี้

- การปรับลดระยะเวลาในการเปิด-ปิดระบบปรับอากาศและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ให้สอดคล้องกับช่วงเวลาการใช้งานจริง
- การเปลี่ยนสวิตช์เปิด-ปิดไฟเป็นสวิตช์กระตุก โดยกำหนดให้พนักงานรับผิดชอบการเปิด-ปิดไฟบริเวณโต๊ะทำงานของตนเอง
- การควบคุมอุณหภูมิของระบบปรับอากาศภายในสำนักงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับสภาพอากาศภายนอกอาคาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟฟ้าและลดการใช้พลังงานโดยรวม
- การติดตั้งก๊อกน้ำอัตโนมัติ เพื่อลดการใช้น้ำที่ไม่จำเป็น และส่งเสริมการใช้น้ำอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ

การอบรมอนุรักษ์พลังงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานดังกล่าว จึงได้จัดให้มีการอบรมด้านการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้และพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารและพนักงานในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม

- อบรมหลักสูตรการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และสามารถนำไปกำหนดแผนกลยุทธ์ในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด 26 คน
- อบรมหลักสูตรรู้รักษ์พลังงานกับ 4 ป ฟอรั่ สำหรับพนักงานใหม่ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์พลังงาน ส่งเสริมพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และปลูกฝังแนวคิดการมีส่วนร่วมในการลดการใช้พลังงานภายในองค์กร





การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



การกำกับดูแล

บริษัทฯ มีเจตนารมณ์ในการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยสอดคล้องกับเป้าหมายจำกัดอุณหภูมิโลกไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ตามข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) โดยคณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่กำกับดูแลระบบบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้มีประสิทธิภาพ ผ่านการประสานงานร่วมกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรอย่างใกล้ชิด โดยมีการรายงานประเด็นความเสี่ยงและแผนรับมือต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ผนวกตัวชี้วัดด้านสภาพภูมิอากาศเข้าในระบบประเมินผลของผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ เพื่อขับเคลื่อนการลดการใช้พลังงาน การเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน และการส่งเสริมสินค้า ECO Product ให้เป็นส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อเชิงกลยุทธ์ของทั้งองค์กร เพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593





กลยุทธ์

บริษัทฯ ดำเนินการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร เพื่อประเมินแหล่งที่มาและปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ฉากทัศน์ (Scenario Analysis) ตามแนวทาง TCFD และ IFRS S2 เพื่อประเมินผลกระทบของธุรกิจและผลกระทบทางการเงินและวางแผนกลยุทธ์รับมือทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และกำหนด “Pathway to Net Zero” ตามเกณฑ์ SBTi โดยกำหนดกลยุทธ์สำคัญที่มุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน การนำเทคโนโลยีระบบ BCMS มาบริหารจัดการพลังงานภายในอาคารให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ควบคู่ไปกับการปรับปรุงอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน และการยกเลิกแจกถุงพลาสติก นอกจากนี้ยังส่งเสริมใช้รถพลังงานไฟฟ้า (EV) ในกระบวนการขนส่ง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ผนวกการประเมินความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศเข้ากับกรอบบริหารความเสี่ยงองค์กร (COSO ERM 2017) โดยระบุประเมิน และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงทั้งความเสี่ยงทางกายภาพ และความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน อ้างอิงข้อมูลจากแบบจำลองระดับสากล ควบคู่กับการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจและทางการเงิน เพื่อจัดทำแผนป้องกันและบรรเทา เช่น การปรับปรุงการก่อสร้างอาคารเพื่อลดผลกระทบจากภัยธรรมชาติ การทำประกันภัยภัยธรรมชาติ การใช้พลังงานทดแทน การปรับปรุงเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน และการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานให้ปล่อยคาร์บอนต่ำ โดยบูรณาการการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเข้ากับระบบบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อจัดทำแผนป้องกันความเสี่ยงที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นไปตามแนวทางและมาตรฐานสากล และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกไตรมาส

ตัวชี้วัด 	เป้าหมาย 	ผลการดำเนินงาน 
<ul style="list-style-type: none"> ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ 	<p>เป้าหมายระยะสั้น :</p> <ul style="list-style-type: none"> ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ร้อยละ 42 ในปี 2573 เมื่อเทียบกับปีฐาน (ปี 2565) <p>เป้าหมายระยะยาว :</p> <ul style="list-style-type: none"> ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 	<ul style="list-style-type: none"> ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดลงร้อยละ 17.6 เมื่อเทียบกับปีฐาน ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม 0.249 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



กลยุทธ์และการกำกับดูแล
ด้านการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ

ความท้าทายและโอกาสทางธุรกิจ

อุณหภูมิเฉลี่ยโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องกำลังเป็นสาเหตุที่จะส่งผลกระทบต่อโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านภูมิอากาศอย่างรุนแรง เช่น ภาวะแห้งแล้ง หรือน้ำท่วม จึงเกิดความร่วมมือจากนานาชาติทั่วโลกในการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ 21 (COP21) ที่เมืองปารีส ประเทศฝรั่งเศส ในการควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยโลกให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส และยกระดับเป้าหมายในการจำกัดอุณหภูมิไม่ให้เพิ่มขึ้นเกิน 1.5 องศาเซลเซียส จากระดับอุณหภูมิช่วงก่อนยุคอุตสาหกรรม



สำหรับประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 ความมุ่งมั่นดังกล่าวถือเป็นการผลักดันความพยายามทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนในการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงจึงมาพร้อมความเสี่ยง และโอกาสทางธุรกิจ เช่น ความเสี่ยงด้านต้นทุนพลังงานที่เพิ่มขึ้นในอนาคต หรือโอกาสด้านธุรกิจที่ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีจุดยืนในการสนับสนุนการดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศที่สอดคล้องกับเป้าหมายของข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) โดยบริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายและความมุ่งมั่นที่จะบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 สอดคล้องตามแนวทางการตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์หรือ (Science-based Target Initiative: SBTi)

มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสภาพภูมิอากาศ



บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างเป็นระบบ โดยจัดทำรายงานอ้างอิงตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน สำหรับการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการระบุประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามแนวทางของ International Sustainability Standards Board (ISSB) และมาตรฐาน International Financial Reporting Standards S2 (IFRS S2) (TCFD เดิม) ซึ่งครอบคลุม 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) การกำกับดูแล 2) กลยุทธ์ 3) การบริหารความเสี่ยง และ 4) ตัวชี้วัดและเป้าหมาย ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการระบุ วิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศที่มีสาระสำคัญต่อรายงานทางการเงินและการดำเนินธุรกิจ ผ่านการวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว



การกำกับดูแล

การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัทด้านสภาพภูมิอากาศ (Board Oversight of Climate-related issues)



คณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลและกำหนดทิศทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้บรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อมุ่งสู่ Net Zero ในปี 2593 โดยคณะกรรมการบริษัท ได้มอบหมายให้คณะกรรมการชุดย่อยคือ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่กำกับดูแลและพิจารณาแผนงานต่าง ๆ ด้านการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แนวโน้มและกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บทบาทของคณะกรรมการ (Roles of Board of Directors and Sub-committee)

 คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำกับดูแลนโยบาย กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน รวมถึงความเสี่ยงและโอกาสต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนแผนการบรรเทาผลกระทบของบริษัทตามที่คณะกรรมการชุดย่อยและผู้บริหารเสนอ นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทจะต้องทำให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจเป็นไปตามความมุ่งมั่นและเป้าหมายของบริษัท โดยในปี 2568 ที่ผ่านมา คณะกรรมการบริษัทมีการประชุม จำนวน 12 ครั้ง
 คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่กำกับดูแลและทบทวนการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัท มีระบบการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล รวมถึงการสื่อสารกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำความเข้าใจความเสี่ยงที่มีความสำคัญต่อองค์กร พร้อมทั้งร่วมกับคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรในการพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ โดยวาระที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จะถูกนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัท พิจารณาและอนุมัติเป็นรายไตรมาส โดยในปี 2568 ที่ผ่านมา คณะกรรมการตรวจสอบ มีการประชุม จำนวน 12 ครั้ง

 <p>คณะกรรมการ กลยุทธ์และการพัฒนา อย่างยั่งยืนขององค์กร</p>	<p>คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรมีหน้าที่กำหนดและทบทวนนโยบาย กลยุทธ์ และเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร รวมทั้งกำกับ ติดตาม และสนับสนุนการดำเนินงานด้านสภาพภูมิอากาศ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งหารือและปรับกลยุทธ์ด้านการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริษัท ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยในปี 2568 ที่ผ่านมา คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร มีการประชุม จำนวน 4 ครั้ง</p>
 <p>คณะกรรมการ บริหารความเสี่ยง</p>	<p>คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีหน้าที่ในการระบุและประเมินผลกระทบจากความเสี่ยงในมิติต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ โดยจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงให้สอดคล้องกับกรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร พร้อมทั้งกำหนดมาตรการจัดการและบรรเทาผลกระทบเพื่อรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจ นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ประสานงานกับคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร เพื่อบูรณาการปัจจัยด้านภูมิอากาศเข้ากับแผนธุรกิจระยะยาว และทำหน้าที่รายงานสถานะความเสี่ยงรวมถึงความคืบหน้าของมาตรการจัดการต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกไตรมาส โดยในปี 2568 ที่ผ่านมา คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร มีการประชุมจำนวน 4 ครั้ง</p>

บทบาทของฝ่ายจัดการและคณะทำงาน (Roles of Management)

 <p>ผู้บริหาร</p>	<p>กรรมการผู้จัดการ รองกรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ และผู้บริหารของบริษัท มีความรับผิดชอบในการประเมินและจัดการเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายเกี่ยวกับความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศและผลิตภัณฑ์บริษัท ไปสู่สถานะการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์</p>
 <p>คณะทำงานด้านอนุรักษ์พลังงาน และคณะทำงานด้านพลังงานทดแทน</p>	<p>คณะทำงานด้านอนุรักษ์พลังงาน และคณะทำงานด้านพลังงานทดแทน ได้รับการจัดตั้งขึ้นโดยรวบรวมตัวแทนจากแต่ละแผนกที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ โดยมีหน้าที่กำหนดเป้าหมาย แผนปฏิบัติ และดำเนินกิจกรรมเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ศึกษาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ติดตามสถานการณ์และกฎระเบียบด้านสภาพภูมิอากาศ ประเมินความเสี่ยงและโอกาสตามกรอบ TCFD และ IFRS S2 และติดตามรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศในระดับโลกและในระดับท้องถิ่น และกำหนดแผนการลดผลกระทบและปรับตัวต่อผลกระทบขององค์กร</p>

การกำหนดแรงจูงใจด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-related Management Incentives)

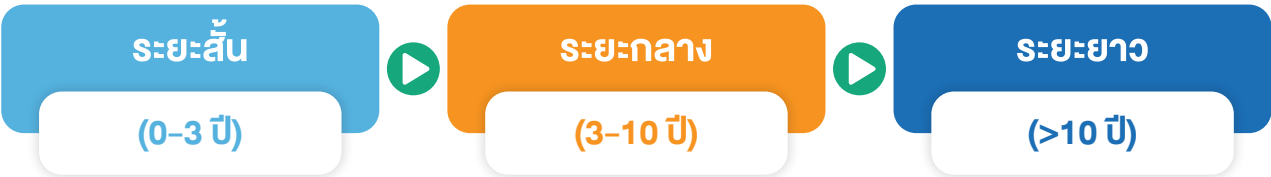
เพื่อสนับสนุนให้บริษัท สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ในปี 2593 บริษัทฯ ได้ผนวกแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการการเปลี่ยนสภาพภูมิอากาศ เข้าเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดผลงาน (KPIs) เพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบ (Accountability) และความมุ่งมั่นในการดำเนินงานจนบรรลุวัตถุประสงค์ตั้งแต่ระดับผู้บริหารระดับสูงสุดไปจนถึงพนักงานทุกฝ่ายขององค์กร โดยผู้บริหารและพนักงานจากฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะได้รับมอบหมาย KPIs ด้านการเปลี่ยนสภาพภูมิอากาศที่เฉพาะเจาะจง เช่น เป้าหมายการลดการใช้พลังงาน เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การส่งเสริมสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือปล่อยคาร์บอนต่ำ เป็นต้น

ระดับ	รูปแบบแรงจูงใจ	ตัวชี้วัด	คำอธิบาย
กรรมการผู้จัดการ	เป็นตัวเงิน	การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	บริษัทฯ กำหนดแรงจูงใจที่เป็นตัวเงินตามผลการดำเนินงานโดยพิจารณาเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2050 โดยกำหนดตัวชี้วัดดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 20 โดยกรรมการผู้จัดการมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการกำกับดูแลและผลักดันกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการจัดการประเด็นสาระสำคัญด้าน ESG ที่ส่งผลกระทบต่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และการเพิ่มยอดขายกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Product)
ผู้บริหารระดับสูง	เป็นตัวเงิน	การลดการใช้พลังงาน	บริษัทฯ กำหนดแรงจูงใจที่เป็นตัวเงินตามผลการดำเนินงานในการลดการใช้พลังงาน ซึ่งเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญ โดยมุ่งเน้นที่ภาพรวมการใช้พลังงานขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม
พนักงาน	เป็นตัวเงิน	การลดการใช้พลังงาน	บริษัทฯ กำหนดแรงจูงใจที่เป็นตัวเงินตามผลการดำเนินงาน โดยเน้นการลดการใช้ไฟฟ้าเพื่อลดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน สร้างความตระหนักรู้และกลยุทธ์รับมือความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ และมีส่วนร่วมในการประเมินและวิเคราะห์ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับแผนก เพื่อให้สอดคล้องกับภาพรวมของบริษัทฯ

กลยุทธ์

ความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-related Risks and Opportunities)

บริษัทฯ วิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งความเสี่ยงทางกายภาพและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน เพื่อระบุประเภทความเสี่ยงที่บริษัทกำลังเผชิญอยู่และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยประเมินความเสี่ยงและโอกาสครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในกรอบระยะเวลาต่าง ๆ ได้แก่ ระยะสั้น (1-3 ปี) ระยะกลาง (3-10 ปี) และระยะยาว (>10 ปี) ซึ่งสอดคล้องกับกรอบเวลาในการกำหนดเป้าหมายการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตาม Science Based Targets Initiative (SBTi) โดยที่ระยะสั้นและกลางอยู่ภายใต้กรอบของเป้าหมาย Near-term และระยะยาวคือการมุ่งสู่เป้าหมาย Net-zero



ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดทำการวิเคราะห์ฉากทัศน์ (Scenario Analysis) ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมกำหนดแผนปฏิบัติการและกลยุทธ์ในการบริหารความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ครอบคลุมการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานขององค์กร อ้างอิงจากฉากทัศน์เส้นทางพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมร่วมกัน หรือ Shared Socio-economic Pathways (SSPs) จากรายงานการประเมินสถานการณ์ฉบับที่ 6 ของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IPCC) สำหรับความเสี่ยงเชิงกายภาพ (Physical Risk) และฉากทัศน์ด้านสภาพภูมิอากาศที่พัฒนาและวิเคราะห์โดย The International Energy Agency (IEA) World Energy Outlook (WEO) สำหรับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk)

ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk)	ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk)
<ul style="list-style-type: none"> • น้ำท่วม • สภาวะร้อนสุดขั้วและภัยแล้ง 	<ul style="list-style-type: none"> • นโยบายและกฎหมาย • เทคโนโลยี • การตลาด • ชื่อเสียง

ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk)

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงทางกายภาพโดยอ้างอิงฉากทัศน์ของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IPCC) โดยจากเดิมที่มีการใช้ฉากทัศน์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคตที่ใช้คาดการณ์ผลกระทบของภาวะโลกร้อน โดยเน้นที่ความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกที่กักเก็บในชั้นบรรยากาศ หรือ Representative Concentration Pathways (RCP) ซึ่งปัจจุบันได้มีการปรับปรุงใหม่เป็นฉากทัศน์แบบ Shared Socioeconomic Pathways (SSPs) ตามรายงานประเมินสถานการณ์ฉบับที่ 6 โดยฉากทัศน์ SSPs นี้ ถูกกำหนดขึ้นจากวิทยาศาสตร์ด้านภูมิอากาศซึ่งบูรณาการทั้งการคาดการณ์เชิงคุณภาพของลักษณะทางสังคมและมาตรการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน ข้อมูลเหล่านี้สะท้อนถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในอนาคต อาทิ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก การใช้พลังงาน การควบคุมมลพิษทางอากาศ รวมถึงการใช้ประโยชน์ที่ดินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บริษัทฯ สามารถวิเคราะห์ผลกระทบในฉากทัศน์ที่แตกต่างกัน ตั้งแต่กรณีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับต่ำ (SSP1-2.6) ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน ไปจนถึงกรณีการปล่อยก๊าซในระดับสูง (SSP5-8.5) ที่ดำเนินตามแนวทางธุรกิจปกติและพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลอย่างเข้มข้น ซึ่งส่งผลให้อุณหภูมิโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรง

การวิเคราะห์ฉากทัศน์ (Scenario Analysis) จากความเสี่ยงทางกายภาพ

ฉากทัศน์	คำอธิบาย	คาดการณ์อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่เพิ่มสูงขึ้นในปี 2643
SSP1-2.6 (RCP2.6)	ฉากทัศน์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยทั่วโลกสามารถบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ได้ภายในปี 2593 เพื่อจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกให้ไม่เกิน 2 องศาเซลเซียส	1.8 °C
SSP5-8.5 (RCP8.5)	ฉากทัศน์ที่เป็นไปตามแนวทางการดำเนินธุรกิจตามปกติ (Business as usual) ที่มีการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลอย่างเข้มข้นและไม่มีการบังคับใช้นโยบายด้านสภาพภูมิอากาศเพิ่มเติม ส่งผลให้เกิดการสะสมของก๊าซเรือนกระจกอย่างรวดเร็ว และนำไปสู่ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีความถี่และระดับความเสียหายสูงขึ้น	4.4 °C

ความเสี่ยงทางกายภาพ	กรอบเวลา			ผลกระทบทางธุรกิจ	คาดการณ์ผลกระทบทางการเงิน ¹⁾ (ระหว่างปี 2569-2573 : 5 ปี)	แบบปฏิบัติการ
	ระยะสั้น (0-3 ปี)	ระยะกลาง (3-10 ปี)	ระยะยาว (>10 ปี)			
น้ำท่วม (น้ำท่วมจากแม่น้ำ / น้ำท่วมจากฝนตกหนัก / น้ำท่วมชายฝั่ง)	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจหยุดชะงักจากการปิดสาขาชั่วคราว การขนส่งสินค้าเกิดความล่าช้าหรือไม่สามารถส่งสินค้าไปยังบ้านลูกค้าได้ ทรัพย์สินเสียหายจากน้ำท่วม อาทิ สินค้าที่จำหน่าย อุปกรณ์และเครื่องจักร ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมเพิ่มสูงขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> การปรับปรุงอาคารเพื่อรองรับเหตุการณ์น้ำท่วม 15-20 ล้านบาทต่อสาขา ผลกระทบจากน้ำท่วมส่งผลให้บริการสูญเสียรายได้ร้อยละ 12.5 เมื่อเทียบกับรายได้ปกติ คาดการณ์ค่าใช้จ่ายด้านประกันภัยที่จัดทำขึ้นเพื่อคุ้มครองสินทรัพย์จากความเสียหายอันเกิดจากเหตุการณ์น้ำท่วม โดยกำหนดวงเงินความคุ้มครองจากน้ำท่วมที่ 600 ล้านบาทต่อปี ทั้งนี้ เงินดังกล่าวครอบคลุมความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับต้นทุนทรัพย์สินหลักของบริษัทฯ 	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินประวัติน้ำท่วม และศึกษาลักษณะความสูงของพื้นที่ รวมถึงแหล่งน้ำบริเวณโดยรอบก่อนสร้างสาขา กำหนดให้มีเครื่องสูบน้ำในทุกสาขา ยกระดับพื้นที่สาขาให้มีความสูงอย่างน้อย 70 เซนติเมตรจากระดับพื้นถนน ทำความสะอาดสิ่งปลูกสร้างเพื่อขจัดสิ่งกีดขวางทางน้ำพร้อมทั้งสร้างคันกันน้ำรอบศูนย์กระจายสินค้า การสร้างกำแพง หรือคันกันน้ำในสาขาที่มีความเสี่ยง
สภาวะร้อนจัด / ภัยแล้ง	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> ประสิทธิภาพในการทำงานลดลงเนื่องจากเครื่องจักรทำงานหนัก ระบบทำความเย็นต้องใช้พลังงานมากขึ้นเพื่อสร้างความเย็นในพื้นที่ขาย ผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ปริมาณการใช้พลังงานเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับระหว่างปี 2566 ซึ่งเป็นปีที่ได้รับผลกระทบจากปรากฏการณ์เอล นีโญ กับปี 2568 โดยผลกระทบจากค่าไฟฟ้าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 13 คาดการณ์ค่าใช้จ่ายในการลงทุนในระบบควบคุมการใช้พลังงานในอาคาร (BCMS) ประมาณ 1-2 ล้านบาทต่อสาขา ช่วยให้บริการประหยัดค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 10-30 ของค่าไฟปกติ 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตั้งระบบควบคุมพลังงานภายในอาคาร เพื่อตรวจสอบและติดตามการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิและปริมาณอุณหภูมิให้เหมาะสมและลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศ ติดตั้งฉนวนกันความร้อนในอาคาร จัดให้มีพื้นที่สีเขียว ติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำ และการควบคุมการใช้ ประเมินความเสี่ยงด้านภัยแล้ง และความเครียดน้ำก่อนก่อสร้างสาขาใหม่

หมายเหตุ: ¹⁾ บริษัทฯ ใช้จากกับ SSP5-8.5 ในการประเมินผลกระทบทางธุรกิจและคาดการณ์ผลกระทบทางการเงินกับปี 2573

ผลกระทบทางการเงินจากน้ำท่วม

น้ำท่วมเป็นหนึ่งในเหตุการณ์ที่พบได้บ่อยในประเทศไทย ทำให้บริษัทฯ จำเป็นต้องวางแผนรับมือ และกำหนดมาตรฐานป้องกันให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากบริษัทฯ มีแผนการขยายสาขาเพิ่มอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังนั้น ในสาขาใหม่ บริษัทฯ เลือกบริหารจัดการความเสี่ยงผ่านการออกแบบวิศวกรรมและการเลือกทำเลที่ตั้ง โดยวิเคราะห์จากระดับความสูงของพื้นที่ ทิศทางการระบายน้ำ และความเสี่ยงจากประวัติน้ำท่วม ทั้งน้ำท่วมจากแม่น้ำ น้ำท่วมจากฝนตกหนัก รวมถึงน้ำท่วมอันมีสาเหตุมาจากระดับน้ำทะเลที่เพิ่มสูงขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงรวมถึงวางแผนก่อสร้างสาขาเพื่อรองรับเหตุการณ์น้ำท่วม เช่น การยกระดับพื้นที่อาคารสูงกว่าระดับผิวถนน เป็นต้น โดยมีค่าใช้จ่ายประมาณ 15-20 ล้านบาทต่อสาขา

ในกรณีที่เกิดน้ำท่วมจนส่งผลกระทบต่อการทำงานของสาขา และทำให้สาขาจำเป็นต้องหยุดทำการ บริษัทฯ ประเมินความเสียหายจากการหยุดชะงักของธุรกิจไว้ที่ร้อยละ 12.5 ต่อสาขาต่อปี (คิดเฉพาะค่าสูญเสียโอกาสทางการค้า ไม่รวมค่าความเสียหายของทรัพย์สิน)

นอกเหนือจากการป้องกันภัยน้ำท่วมเชิงกายภาพแล้ว บริษัทฯ มีแนวทางลดผลกระทบทางการเงินและป้องกันความเสี่ยงผ่านการทำประกันภัย เพื่อคุ้มครองสินทรัพย์จากความเสียหายอันเกิดจากเหตุการณ์น้ำท่วม โดยกำหนดวงเงินความคุ้มครองจากน้ำท่วมที่ 600 ล้านบาทต่อสาขาต่อปี

โดยวงเงินดังกล่าวครอบคลุมความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพย์สินหลักทั้งหมดของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ความถี่ของเหตุการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอาจส่งผลให้บริษัทฯ เผชิญกับต้นทุนที่สูงขึ้นจากการปรับปรุงมาตรการความปลอดภัย รวมถึงบริษัทประกันภัยอาจประเมินความเสี่ยงใหม่ และปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมความเสี่ยง (Insurance Premiums) หรือจำกัดวงเงินคุ้มครองในพื้นที่เสี่ยงน้ำท่วมซ้ำซาก โดยเฉพาะในกรณีที่มีเหตุการณ์ที่สร้างผลกระทบและมีการรับค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกัน โดยอัตราค่าเบี้ยประกันภัยจากน้ำท่วมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 5-20 จากค่าเบี้ยประกันปกติ

ทั้งนี้ ในกรณีที่บริษัทฯ เผชิญเหตุการณ์น้ำท่วมซ้ำซาก หรือสาขาที่มีทำเลที่ตั้งในบริเวณใกล้ชายฝั่งและได้รับผลกระทบจากระดับน้ำทะเลที่เพิ่มสูงขึ้นจนมาตรการป้องกันหน้างานไม่สามารถรองรับได้อีกต่อไป บริษัทฯ อาจจำเป็นต้องตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการยุติการดำเนินงานและย้ายที่ตั้งสาขา (Relocation) ไปยังพื้นที่ที่มีความปลอดภัยสูงกว่า เพื่อรักษาความต่อเนื่องของธุรกิจและปกป้องฐานลูกค้าในระยะยาว กระบวนการนี้ครอบคลุมตั้งแต่การตัดสินใจขายสินทรัพย์เดิมที่ใช้งานไม่ได้ การจัดหาที่ดินใหม่ และการก่อสร้างสาขาที่มีมาตรฐานความทนทานต่อสภาพภูมิอากาศที่สูงขึ้น โดยบริษัทฯ คาดการณ์ผลกระทบทางการเงินเมื่อต้องมีการย้ายสาขาอยู่ที่ 800 ล้านบาทต่อ 1 สาขา

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk)

บริษัทฯ ดำเนินการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) โดยอ้างอิงจากทัศนจากรายงาน World Energy Outlook (WEO) ของ องค์การพลังงานระหว่างประเทศ (International Energy Agency: IEA) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลในการคาดการณ์ทิศทางพลังงานโลก โดยบริษัทฯ ได้พิจารณาเปรียบเทียบภายใต้ฉากทัศน์ที่มีความแตกต่างกันเพื่อครอบคลุมในการวางแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย IEA STEPS (Stated Policies Scenario) ซึ่งเป็นฉากทัศน์ที่อ้างอิงจากมาตรการและนโยบายด้านพลังงานที่รัฐบาลทั่วโลกได้ประกาศใช้จริงในปัจจุบัน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถประเมินความเสี่ยงตามแนวโน้มที่เป็นไปได้มากที่สุดภายใต้กรอบกฎหมายปัจจุบัน และฉากทัศน์ IEA NZE 2050 (Net Zero Emissions by 2050 Scenario) ซึ่งเป็นแนวทางที่เข้มงวดที่สุดในการมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 เพื่อจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส การวิเคราะห์ภายใต้ฉากทัศน์เหล่านี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบในอนาคต เช่น ภาษีคาร์บอน (Carbon Tax) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) ที่คณะกรรมการให้ความสำคัญเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในระยะยาว

การวิเคราะห์ฉากทัศน์ (Scenario Analysis) จากความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน

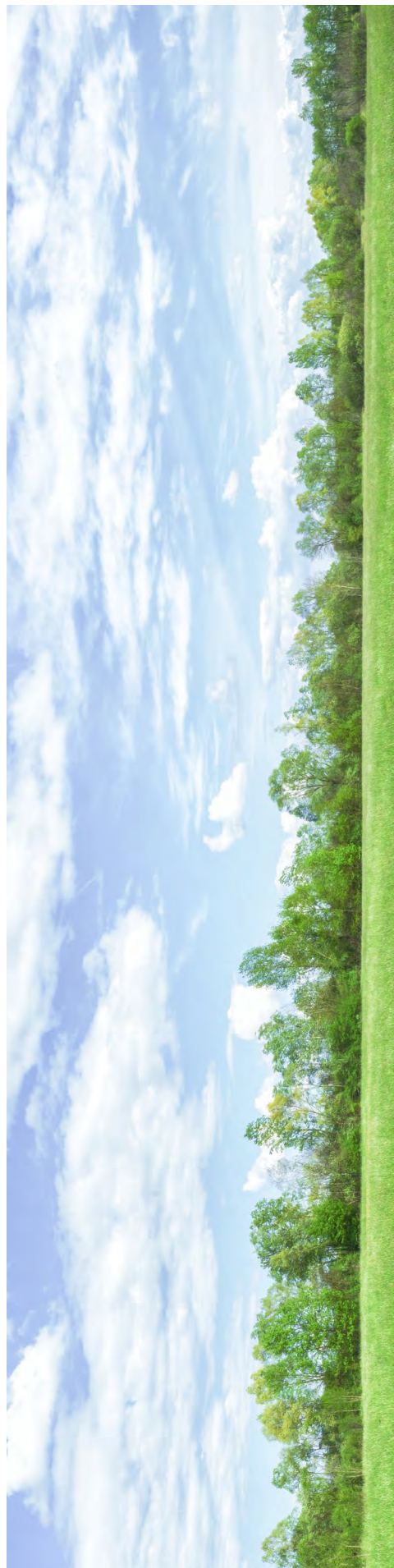
ฉากทัศน์	คำอธิบาย	คาดการณ์อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่เพิ่มขึ้นในปี 2643
NZE	ฉากทัศน์ที่เข้มงวดที่สุด โดยสมมติว่าโลกสามารถบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ได้ภายในปี 2593 ผ่านการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวด การจัดเก็บภาษีคาร์บอนในอัตราสูง และการเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดอย่างฉับพลัน	1.5°C
STEPS	ฉากทัศน์ที่สะท้อนแนวโน้มโลกตามนโยบายและกฎหมายที่มีผลบังคับใช้จริงในปัจจุบัน โดยแสดงให้เห็นว่าหากไม่มีความพยายามในการจำกัดคาร์บอนเพิ่มเติม อุณหภูมิโลกจะยังคงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	2.5°C

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง	กรอบระยะเวลา			ผลกระทบทางธุรกิจ	คาดการณ์ผลกระทบทางการเงิน ¹⁾ (ระหว่างปี 2569-2573 : 5 ปี)	แนวปฏิบัติการ
	ระยะสั้น (0-3 ปี)	ระยะกลาง (3-10 ปี)	ระยะยาว (> 10 ปี)			
การเปลี่ยนแปลง ของนโยบาย การรายงานข้อมูล ภาคบังคับ และการบังคับ ใช้มาตรการรับ (นโยบายและ กฎหมาย)	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายที่เปลี่ยนแปลงหรือบังคับใช้ใหม่ อาทิ ร่างพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้บริษัทจำเป็นต้องปฏิบัติตาม และอาจทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการดำเนินงาน การเก็บข้อมูล รวมถึงค่าใช้จ่ายในการทวนสอบข้อมูล การบังคับใช้กลไกการคาร์บอนทำให้บริษัท มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูง อาทิ การใช้ไฟฟ้า การขนส่ง 	<ul style="list-style-type: none"> คาดการณ์ค่าใช้จ่ายในการชดเชยปริมาณก๊าซเรือนกระจก (Carbon Neutral) ที่รับรองโดย อบก. หากกฎหมายบังคับให้มีการชดเชยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดของบริษัทฯ อยู่ที่ประมาณ 147 ล้านบาท 	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษากฎระเบียบ ข้อบังคับ ประเมินผลกระทบ และโอกาสทางนโยบายหรือกฎหมาย ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งในระยะสั้นและยาว ทบทวนกลยุทธ์ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องตามนโยบาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ศึกษาระบบและกลไกตลาดคาร์บอน เข้าร่วมโครงการ T-VER เพื่อนำคาร์บอนเครดิตมาซื้อขายในตลาดคาร์บอน ขยายโครงการพลังงานสะอาด เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน	กรอบระยะเวลา			ผลกระทบทางธุรกิจ	คาดการณ์ผลกระทบทางการเงิน ¹⁾ (ระหว่างปี 2569-2573 : 5 ปี)	แนวปฏิบัติการ
	ระยะสั้น (0-3 ปี)	ระยะกลาง (3-10 ปี)	ระยะยาว (>10 ปี)			
การพัฒนาเทคโนโลยีด้านสภาพอากาศที่มีประสิทธิภาพ (เทคโนโลยี)	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้บริษัท ต้องปรับตัวและลงทุนในเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสามารถลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ 	<ul style="list-style-type: none"> คาดการณ์การลงทุนในเทคโนโลยีกักเก็บพลังงานสะอาด (Battery Energy Storage System: BESS) เพื่อจัดเก็บไฟฟ้าส่วนเกินจากแผงโซลาร์เซลล์ในแบตเตอรี่ สำหรับใช้งานในเวลากลางคืนอยู่ที่ 15-20 ล้านบาทต่อสาขา การลงทุนในระบบควบคุมการใช้พลังงานในอาคาร (BCMS) อีก 1-2 ล้านบาทต่อสาขา จะช่วยให้บริษัท ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 10-30 ของค่าไฟปกติ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น การติดตั้ง Solar Rooftop ศึกษาและแสวงหาโอกาสการลงทุนในเทคโนโลยี โดยมุ่งเน้นในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การลงทุนในเทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอน (Carbon Capture Utilization and Storage: CCUS) 	แนวปฏิบัติการ
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริหารของลูกค้า (การตลาด)	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงทำให้บริษัท ต้องปรับตัวและเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่ตอบโจทย์ หรือปรับปรุงกระบวนการในห่วงโซ่อุปทานใหม่ ให้สามารถแข่งขันได้ สินค้าที่ปล่อยคาร์บอนสูง อาจไม่เป็นที่ยอมรับ ทำให้บริษัท สูญเสียรายได้ เนื่องจากลูกค้าเปลี่ยนไปซื้อตัวเลือกที่ดีกว่าจากบริษัท คู่แข่ง ในกระบวนการสรรหาสินค้าจำเป็นต้องผนวกประเด็น ESG เข้าไปในขั้นตอนการคัดเลือกคู่ค้าและประเมินความเสี่ยงคู่ค้า รวมถึงการพัฒนาคู่ค้าให้ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ยอดขายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น และมียอดขายคิดเป็นส่วนต่อยอดขายทั้งหมดร้อยละ 60 ในปี 2573 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนยอดขายสินค้า Circular product ซึ่งเป็นสินค้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล ให้ได้ร้อยละ 20 ของยอดขายทั้งหมดภายในปี 2573 คาดการณ์ค่าใช้จ่ายสะสมถึงปี 2573 ในโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ Private Brand อยู่ที่ 330 ล้านบาท 	พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า อาทิ ECO Product หรือ Circular Product

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน	กรอบระยะเวลา			ผลกระทบทางธุรกิจ	คาดการณ์ผลกระทบทางการเงิน ¹⁾ (ระหว่างปี 2569-2573 : 5 ปี)	แนวปฏิบัติการ
	ระยะสั้น (0-3 ปี)	ระยะกลาง (3-10 ปี)	ระยะยาว (>10 ปี)			
ภาพลักษณ์และ ความเป็นผู้นำ ในอุตสาหกรรม (ชื่อเสียง)	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> เมื่อกระแสความยั่งยืนเพิ่มสูงขึ้น หากบริษัทฯ ไม่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมอาจเผชิญกับกระแสต่อต้านจากสาธารณชน และส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าและนักลงทุนในการใช้บริการ และซื้อสินค้าจากบริษัทฯ การมีผลการดำเนินงานด้าน ESG ที่ดี จะช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงสินเชื่อหรือแหล่งเงินทุนสีเขียวและโอกาสทางการเงินได้มากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงทางการเงินในระดับต่ำ และอาจไม่ได้รับผลกระทบในเรื่องของภาพลักษณ์ และไม่ส่งผลกระทบต่อทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ 	<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารแผนงานด้าน ESG และเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบ เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์องค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน วางแผนทางการเงินโดยมุ่งเน้นเลือกสินเชื่อบริษัทที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าปกติหรือมีเงื่อนไขพิเศษสำหรับธุรกิจที่มีความยั่งยืนและคาร์บอนต่ำ

หมายเหตุ : ¹⁾ บริษัทฯ ใช้จากทศบู่ STEPS ในการประเมินผลกระทบและคาดการณ์ผลกระทบทางการเงินระหว่างปี 2573



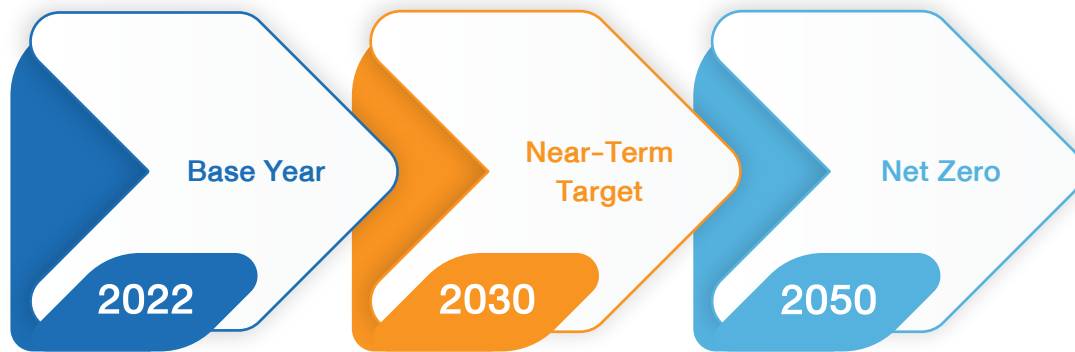
การประเมินโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-related Opportunity)

ประเภท	โอกาสจากการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-Related Opportunity)	คาดการณ์ผลกระทบด้านการเงิน (Potential Financial Impact)
Resource Efficiency	<ul style="list-style-type: none"> ช่วยให้บริษัท สามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการคัดเลือกสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้าควบคู่ไปกับการลดการใช้ทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นำสินค้าเก่ามาใช้ประโยชน์และผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular product) เพื่อช่วยยกระดับประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและส่งเสริมนวัตกรรมในการจัดการขยะ 	<ul style="list-style-type: none"> แนวโน้มรายได้ในส่วนของสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเติบโตขึ้นจากแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ในการปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น วัสดุที่มาจากรีไซเคิล หรือการลดใช้สารเคมี เป็นต้น ส่งผลให้เพิ่มรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่ยั่งยืน โดยตั้งเป้าหมายยอดขาย Circular product ร้อยละ 20 ของยอดขายทั้งหมดในปี 2573
Energy Source	<ul style="list-style-type: none"> ลดการใช้พลังงานที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการใช้พลังงานหมุนเวียน และเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน การเปลี่ยนมาใช้รถบรรทุกขนส่ง EV ในกระบวนการขนส่งสินค้าเพื่อลดการใช้น้ำมัน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ปัจจุบันการเปลี่ยนมาใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น ช่วยให้บริษัท ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้มากกว่า 400 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการขยายกำลังการผลิตและการจัดเก็บพลังงาน
Product & Service	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาสินค้า และบริการที่มีนวัตกรรมเพื่อรองรับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มการรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ในเชิงบวก โดยส่งเสริมการขายสินค้าที่บริษัท วางขายอยู่แล้วที่มีคุณสมบัติในการประหยัดพลังงาน หรือช่วยลดผลกระทบด้านสภาพภูมิอากาศได้ 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มรายได้จากสินค้า และบริการใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงเพิ่มโอกาสการกลับมาซื้อซ้ำ โดยในปี 2568 บริษัท มียอดขายจากสินค้า ECO Product คิดเป็นร้อยละ 51.9 ของยอดขายสินค้าทั้งหมด เพิ่มรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่ยั่งยืน โดยตั้งเป้าหมายยอดขาย Circular product ร้อยละ 20 ของยอดขายทั้งหมดในปี 2573
Markets	<ul style="list-style-type: none"> สร้างโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดในธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านการจำหน่ายสินค้า และบริการ เช่น การจำหน่ายสินค้าประหยัดพลังงาน สินค้าประหยัดน้ำ สินค้าจากวัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และบริการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ สร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เข้าร่วมโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (T-VER) เพื่อนำคาร์บอนเครดิตที่ได้จากโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา มาซื้อ-ขายในตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจ โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสีเขียวที่มีอัตราดอกเบี้ยหรือเงื่อนไขพิเศษสำหรับธุรกิจที่มีความยั่งยืนและคาร์บอนต่ำ อาทิ Sustainability-Linked Loans 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มยอดขายจากกลุ่มลูกค้าเดิมหรือกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ทำให้ความสนใจต่อสินค้าด้านสิ่งแวดล้อม เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและบรรลุเป้าหมาย Net Zero ในปี 2568 บริษัท มีปริมาณคาร์บอนเครดิตสะสมจากโครงการ T-VER จำนวน 64,144 tCO₂e คิดเป็นมูลค่าประมาณ 9.3 ล้านบาท บริษัท ดำเนินโครงการสินเชื่อที่เชื่อมโยงกับความยั่งยืน (Sustainability-Linked Loans: SLL) มูลค่า 1,000 ล้านบาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนสนับสนุนโครงการตามเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่กำหนด โดยใช้ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนเป็นเงื่อนไขในการคำนวณสิทธิประโยชน์ทางการเงิน ช่วยสร้างแรงจูงใจในการยกระดับผลการดำเนินงานด้าน ESG เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุนทางการเงิน และสนับสนุนโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท
Resilience	<ul style="list-style-type: none"> เข้าร่วมกับองค์กรต่าง ๆ เพื่อให้ความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม เพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ขั้นตอน กระบวนการ หรือนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับภาพลักษณ์ธุรกิจ และสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการ นำความรู้มาปรับใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพิ่มโอกาสในการระดมทุนจากกลุ่มนักลงทุนที่มองหาหุ้นยั่งยืน

การบรรเทาผลกระทบและการปรับตัวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

จากการวิเคราะห์ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ซึ่งให้เห็นถึงลักษณะกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในองค์กร บริษัทฯ จึงส่งเสริมและผลักดันกระบวนการทำงาน รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร ในสอดคล้องกับแนวทางการลดก๊าซเรือนกระจก โดยมุ่งเน้นการประหยัดพลังงาน และใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) โดยบริษัทฯ มีกลยุทธ์ดำเนินการ และมาตรการต่าง ๆ ดังนี้

Pathway to Net Zero



บริษัทฯ วางกรอบกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศ “HomePro’s Pathway to Net Zero” โดยมุ่งเน้นแผนการดำเนินงานสอดคล้องตามเป้าหมายตามความตกลงปารีส (Paris Agreement) และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 ของประเทศไทย โดยอ้างอิงวิธีการตั้งเป้าหมายเชิงวิทยาศาสตร์ตามแนวทางของ Science Based Target Initiative (SBTi) คือเป้าหมายระยะสั้นสำหรับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 42 ภายในปี 2573 และเป้าหมายระยะยาวสำหรับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 90 ภายในปี 2593 พร้อมกับชดเชยส่วนที่เหลือด้วยเทคโนโลยีดักจับคาร์บอนและเครื่องมือต่าง ๆ และกลไกในตลาดคาร์บอน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว บริษัทฯ วางกรอบการดำเนินงานขององค์กรให้ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นลดการใช้พลังงาน และลดกิจกรรมที่อันเป็นสาเหตุของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก พร้อมทั้งส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน ผ่านการคัดสรรวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปล่อยคาร์บอนต่ำ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมการลงทุนสีเขียวในอุปกรณ์และเครื่องจักรต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการมุ่งสู่ Net Zero ไว้ดังนี้

- **แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Decarbonization Strategy)**

บริษัทฯ มุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามเส้นทาง Net Zero 2050 ผ่านการขยายการใช้พลังงานหมุนเวียน และการยกระดับประสิทธิภาพอาคารอย่างเป็นระบบ ได้แก่ การติดตั้ง Solar Rooftop ออกแบบอาคารตามแนวคิด Green Building Design ควบคู่กับการติดตั้ง Building Control Monitoring System (BCMS) เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการใช้พลังงานในสำนักงาน พื้นที่ขาย และศูนย์การค้า รวมทั้งปรับปรุงระบบปรับอากาศให้ทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายการลดการใช้ไฟฟ้าและเปลี่ยนไปสู่พลังงานหมุนเวียนร้อยละ 100 ในอาคารที่บริษัทเป็นเจ้าของภายในปี 2030

นอกจากนี้ บริษัทฯ จะลดการปล่อยจากห่วงโซ่อุปทาน โดยพัฒนาโลจิสติกส์และระบบขนส่งให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเปลี่ยนมาใช้รถบรรทุกขนส่งไฟฟ้า รวมทั้งปรับปรุงเส้นทางการขนส่งให้มีประสิทธิภาพและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้เชื้อเพลิงและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นการลดขยะจากการดำเนินงานและขับเคลื่อนสู่องค์กรเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านการยกระดับการบริโภคอย่างรับผิดชอบ และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานและตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การจัดซื้อ บรรพภัณฑ์ การกระจายสินค้า จนถึงการใช้งานและการจัดการปลายทาง

• **การกำจัดคาร์บอน (Carbon Removal Strategy)**

สำหรับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกส่วนที่เหลือซึ่งไม่สามารถลดได้ด้วยมาตรการทางเทคนิค บริษัทฯ ได้นำแผนการกำจัดคาร์บอนมาใช้โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เช่น การปลูกป่าใหม่ การอนุรักษ์ป่า และนโยบายไม่ทำลายป่า (No Deforestation) ซึ่งเป็นแนวทางหลักในแผน Net Zero ของบริษัทฯ ควบคู่กับการสำรวจและพัฒนาเทคโนโลยีการกำจัดคาร์บอนสมัยใหม่ เช่น Carbon Capture, Utilization & Storage (CCUS) และเทคโนโลยีการดักจับคาร์บอนจากอากาศโดยตรง ตลอดจนการชดเชยนอกห่วงโซ่คุณค่า (Beyond Value Chain Mitigation) ผ่านการลงทุนในโครงการดูดซับคาร์บอนคุณภาพสูงและการซื้อคาร์บอนเครดิต เพื่อให้สามารถทำการ neutralize การปล่อยคาร์บอนที่หลงเหลืออยู่ได้อย่างสมบูรณ์และยั่งยืนตามเป้าหมาย Net Zero 2050 ขององค์กร

Internal Carbon Pricing

บริษัทฯ ศึกษาการนำกลไก Internal Carbon Pricing (ICP) มาปรับใช้ในองค์กร โดยกำหนดต้นทุนสมมติทางการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ใหม่ และคัดเลือกโครงการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศขององค์กร การนำกลไกราคาคาร์บอนในองค์กรมาปรับใช้ ช่วยให้บริษัทฯ สามารถระบุโอกาสที่แฝงอยู่ในการลงทุนสินทรัพย์ต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการลงทุนที่มุ่งเน้นพิจารณาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมด้วย ปัจจุบันบริษัทฯ กำหนดมูลค่าคาร์บอนในองค์กรไว้ที่ 145 บาทต่อตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO₂e) อ้างอิงตามราคาซื้อขายคาร์บอนขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ปี 2568

	การใช้ราคาคาร์บอน ภายในองค์กรในปัจจุบัน ตั้งแต่ปี 2568	แผนการใช้ราคาคาร์บอน ภายในองค์กร ปี 2573	แผนการใช้ราคาคาร์บอน ภายในองค์กร ปี 2593
ขอบเขต ก๊าซเรือนกระจก	ก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) และทางอ้อม (Scope 2)	ก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) และทางอ้อม (Scope 2)	ก๊าซเรือนกระจกทางตรง (Scope 1) และทางอ้อม (Scope 2)
วัตถุประสงค์ การใช้งาน	เพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญ ในการใช้งานราคาคาร์บอน ภายในองค์กร และเริ่มนำกลไก ดังกล่าวเข้าเป็นส่วนหนึ่ง ของการวางแผนการลงทุน	ใช้ประเมินโครงการลงทุนต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าของ เงินลงทุนต่อความสามารถใน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยไม่มีการใช้เงินจริง	กำหนดราคาคาร์บอนภายในองค์กร มาใช้จริงในองค์กร เพื่อให้เป็นหนึ่ง ในกลไกในการตัดสินใจลงทุน หรือเป็นเกณฑ์ในการลงทุน เพื่อลดก๊าซเรือนกระจก
รูปแบบการ ประยุกต์ใช้ ทางการเงิน	<ul style="list-style-type: none">การวางแผนเชิงกลยุทธ์	<ul style="list-style-type: none">การวางแผนเชิงกลยุทธ์ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	<ul style="list-style-type: none">การวางแผนเชิงกลยุทธ์ค่าใช้จ่ายการลงทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
รูปแบบราคา คาร์บอน ภายในองค์กร	ราคาเงา (ไม่มีการใช้เงินจริง)	ราคาเงา (ไม่มีการใช้เงินจริง)	ราคาเงา (ไม่มีการใช้เงินจริง)

การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน

บริษัทฯ เพิ่มสัดส่วนการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์ เพื่อลดการพึ่งพาการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง โดยในปี 2568 ได้ติดตั้งโซลาร์เซลล์ บนหลังคา ศูนย์จำหน่ายสินค้าโฮมโปร ศูนย์จำหน่ายสินค้าเมกาโฮม ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ และศูนย์กระจายสินค้า จำนวน 116 สาขา ผลิตไฟฟ้าได้ 103 MWh ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งสิ้น 51,571 tCO₂e

การปรับปรุงระบบและประสิทธิภาพเครื่องจักร

บริษัทฯ ติดตั้งระบบ Building Control Monitoring System for Energy (BCMS) ตั้งแต่วันที่ 2564 เป็นต้นมา เพื่อบริหารจัดการและควบคุมเวลาเปิด-ปิด ระบบไฟฟ้า ระบบปรับอากาศ และระบบระบายอากาศภายในอาคาร ส่งผลให้ปริมาณการใช้ไฟในภาพรวมลดลง โดยในปี 2568 บริษัทฯ ติดตั้งระบบ BCMS แล้วจำนวน 85 สาขา สามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 6,609 MWh เทียบเท่าการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งสิ้น 3,304 tCO₂e

บริษัทฯ นำองค์ความรู้ และวิธีประหยัดไฟต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในทุกสาขาโฮมโปร เมกาโฮม มาร์เก็ตวิลเลจ และศูนย์กระจายสินค้า DC ได้แก่

- ปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร เช่น ปรับความเร็วรอบของมอเตอร์เครื่องจักร ปรับโหมดการทำงานให้เหมาะสมกับฤดูกาล บำรุงรักษาและประเมินประสิทธิภาพการทำงาน
- การเลือกขนาดและประเภทเครื่องจักรให้เหมาะสมกับพื้นที่และวัตถุประสงค์การใช้งาน
- การปรับปรุงอุปกรณ์ระบบไฟฟ้าแสงสว่าง เช่น เปลี่ยนชนิดหลอดไฟเป็นชนิดประหยัดพลังงาน ติดตั้ง Motion Sensor เพื่อควบคุมการเปิดไฟฟ้าแสงสว่างและลดระยะห่างการติดตั้งหลอดไฟบนพื้นที่
- ปรับเปลี่ยนชนิดสารทำความเย็นโดยใช้ชนิดที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณต่ำ

โดยในปี 2568 การส่งเสริมการประหยัดพลังงานดังกล่าวสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ได้ 237.9 MWh และคิดเป็นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้เท่ากับ 119 tCO₂e

การปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่ง

บริษัทฯ ปรับเปลี่ยนแนวทางการขนส่งโดยใช้พลังงานไฟฟ้าแทนน้ำมัน เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เชื้อเพลิง โดยได้เริ่มทดลองใช้งานในปี 2566 เป็นต้นมา ปัจจุบันบริษัทมีรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้าสำหรับขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังโฮมโปร และเมกาโฮมในแต่ละสาขา จำนวน 9 คัน และรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้าสำหรับส่งสินค้าไปยังบ้านลูกค้าภายใต้การบริการ Home Service จำนวน 17 คัน ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งสิ้น 336 tCO₂e

โครงการส่งเสริมอื่น ๆ

• การยกเลิกแจกถุงพลาสติก

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรม No Bag ช้อปรักษ์โลก เพื่อเป็นการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก (Packaging Reduction) โดยรณรงค์ให้ลูกค้านำถุงผ้ามาใส่สินค้า ซึ่งบริษัทฯ ยกเลิกแจกถุงพลาสติกทุกวัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2562 เป็นต้นมา โดยในปี 2568 บริษัทฯ ลดการใช้ถุงพลาสติกได้ 21.7 ล้านใบ เทียบเท่ากับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 629 tCO₂e



การประสานงานผ่านความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมและสมาคมการค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนสมาคมการค้าและกิจกรรมด้านสภาพภูมิอากาศที่มีนโยบายสอดคล้องตามเป้าหมายข้อตกลงปารีสและมุ่งเน้นต่อการดำเนินการด้านสภาพภูมิอากาศ ในทิศทางเดียวกันกับกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศของบริษัท โดยคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลให้มั่นใจว่ากิจกรรมต่าง ๆ สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท และมอบหมายให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรติดตามและสนับสนุนให้ความร่วมมือระหว่างบริษัทกับสมาคมการค้าต่าง ๆ สอดคล้องตามจุดยืนด้านสภาพภูมิอากาศอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทฯ ได้จัดตั้งกรอบงานที่ครอบคลุมเพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการเป็นพันธมิตรกับสมาคมการค้าในทุกพื้นที่ที่เราดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมขององค์กรที่ส่งเสริมนโยบายสภาพภูมิอากาศที่สอดคล้องกับข้อตกลงปารีสและเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนระดับชาติ เช่น สภาหอการค้าไทย United Nations Global Compact (UNGC) เครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย นอกจากนี้ความร่วมมือกับสมาคมต่าง ๆ แล้ว บริษัทฯ ยังดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดปล่อยก๊าซเรือนกระจกร่วมกับพันธมิตร ทั้งภาครัฐ เอกชน รัฐบาลท้องถิ่น รวมถึงสถาบันการศึกษาต่าง ๆ อาทิ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ประหยัดพลังงาน (ฉลากเบอร์ 5) ความร่วมมือในโครงการการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งเสริมหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน ร่วมกับสถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (IEEE) และศูนย์ความเป็นเลิศด้านการจัดการสารและของเสียอันตราย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อเตรียมพร้อมปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการจัดการซากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (WEEE) อีกด้วย

บริษัทฯ ติดตามนโยบายสภาพภูมิอากาศและกิจกรรมการสนับสนุนของสมาคมการค้าอย่างสม่ำเสมอ เมื่อพบความไม่สอดคล้องกับข้อตกลงปารีส บริษัทฯ จะดำเนินการตามกรอบงานการดำเนินการแก้ไขที่ชัดเจน รวมถึงระบบการเตือนและมาตรการขั้นตอนการยกระดับ ตั้งแต่การแยกตัวออกจากสมาคมดังกล่าวไปจนถึงการยุติการสนับสนุนและสมาชิกภาพ

การบริหารจัดการความเสี่ยง

กระบวนการประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศตามกรอบ COSO ERM 2017 โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและควบคุมดูแลการจัดการความเสี่ยงตั้งแต่การวางกลยุทธ์ไปจนถึงแนวทางการปฏิบัติงาน ตลอดจนทบทวนความเสี่ยงขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่ตรวจสอบและกลั่นกรองก่อนเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาทุกไตรมาส

บริษัทฯ ได้บูรณาการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กรรวมทั้งผนวกเข้ากับการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องและเป็นไปตามเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศขององค์กร ทั้งนี้ กระบวนการประเมินความเสี่ยงของบริษัทฯ ประกอบด้วย 4 กระบวนการหลัก ๆ ดังนี้

1



การระบุความเสี่ยง (Risk Identification)

- ระบุความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศภายในองค์กร ต่อความเสี่ยงประเภทต่าง ๆ อาทิ ความเสี่ยงจากการดำเนินงาน ความเสี่ยงทางกฎหมาย
- ระบุประเภทความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ ได้แก่ ความเสี่ยงจากทางกายภาพ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน

2



การประเมินความเสี่ยงและจัดลำดับความสำคัญ (Assessment & Prioritization)

- ประเมินความเสี่ยงตามแนวปฏิบัติการบริหารความเสี่ยงและผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงองค์กร
- นำดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator) มาใช้ในการวิเคราะห์และจัดลำดับความเสี่ยง (Risk Mapping)

3



การบริหารจัดการความเสี่ยงและติดตามผล (Management & Monitoring)

- นำเครื่องมือและแบบจำลองความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศมาประยุกต์ใช้ในการประเมินและคาดการณ์ความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศ
- วิเคราะห์ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อทางการเงิน

4



การรายงานและบรรเทาผลกระทบ (Reporting & Mitigation)

- จัดทำแผนการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศและบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นและผนวกเข้าสู่แผนกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศขององค์กร
- กำหนดบทบาทและแผนการดำเนินงานสำหรับหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กร ในการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ

แบบจำลองข้อมูลสำหรับการประเมินความเสี่ยง

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามกรอบ IFRS S2 โดยความเสี่ยงแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ความเสี่ยงทางกายภาพและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน โดยใช้ฉากทัศน์ด้านสภาพภูมิอากาศของ IPCC ได้แก่ Shared Socio-economic Pathways (SSPs) สำหรับความเสี่ยงทางกายภาพ และฉากทัศน์ด้านสภาพภูมิอากาศตามรายงานของ IEA สำหรับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน

บริษัทฯ ดำเนินการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านสภาพภูมิอากาศ ทั้งความเสี่ยงทางกายภาพและความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน โดยการนำแบบจำลองข้อมูลสาธารณะด้านวิทยาศาสตร์ภูมิอากาศที่เกี่ยวข้องจากองค์กรที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล มาปรับใช้สำหรับการประเมินความเสี่ยงทางกายภาพ อาทิ 1) Think Hazard 2) World Bank Climate Change Knowledge Portal 3) World Resource Institute ส่วนการประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงและโอกาสภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนผ่านในปี 2050 อ้างอิงฐานข้อมูลของหน่วยงาน International Energy Agency รวมถึงใช้ชุดข้อมูลจาก World Energy Outlook 2024 ของ IEA เพื่อระบุปัจจัยขับเคลื่อนที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือสร้างโอกาสให้กับบริษัทฯ

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

การประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization - CFO) ประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมของบริษัทฯ ตามแนวทางขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. เพื่อวิเคราะห์และวางแผนปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ในอนาคต ซึ่งนอกจากจะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังช่วยให้บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน โดยเฉพาะลดต้นทุนด้านพลังงาน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพได้อีกด้วย

บริษัทฯ เริ่มดำเนินโครงการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรสาขาแรกคือ โฮมโปร สาขาลำลูกกา ในปี 2558 พร้อมทั้งได้รับการรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์และฉลากคาร์บอนจาก อบก. และได้มีการขุดเซยความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ถือเป็นศูนย์ค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านรายแรกของไทยที่ได้รับการรับรองดังกล่าว

ในปี 2566 ทางบริษัทฯ ได้ปรับวิธีการคำนวณอ้างอิงตามแนวทางการทวนสอบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรของ อบก. โดยคัดเลือกสาขาทันแบบเพิ่มทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ โฮมโปรสาขาประชาชื่น ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ และศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสุวรรณภูมิ และได้รับการทวนสอบจากศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านกลยุทธ์ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (V-GREEN) และได้รับการรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์และฉลากคาร์บอนจาก อบก.

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ

ขอบเขตการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ

ขอบเขตที่ 1	ขอบเขตที่ 2	ขอบเขตที่ 3
<ul style="list-style-type: none"> การใช้เชื้อเพลิงในเครื่องจักร ยานพาหนะ รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การซ่อมบำรุง การใช้สารดับเพลิง ประเภท CO₂ ก๊าซมีเทนจาก Septic tank การเติมสารทำความเย็นในอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น Chiller เครื่องปรับอากาศ ตู้กดน้ำ 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้พลังงานไฟฟ้า 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้น้ำประปา และวัตถุดิบ เช่น ฟิล์มยัด พาเลทไม้ ลังกระดาษ การใช้เชื้อเพลิงและพลังงาน การจัดการของเสีย การเดินทางเพื่อธุรกิจ การเดินทางของพนักงาน การขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าไปยังสาขา และจากสาขาไปยังลูกค้า การขนส่งสินค้าจากลูกค้าไปยังสาขา จากลูกค้าไปศูนย์กระจายสินค้า การใช้พลังงานไฟฟ้าและแก๊สหุงต้ม ของห้องอาหารพนักงานและร้านค้าเช่า

ผลการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หน่วย : คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO ₂ e)			
	2565	2566	2567	2568
ขอบเขตที่ 1	12,963	14,184	15,738	7,916
ขอบเขตที่ 2	89,377	92,255	92,727	91,563
ขอบเขตที่ 3	200,003	214,317	202,791	181,991
ขอบเขตที่ 1 + 2	102,341	109,439	108,465	99,479
ขอบเขตที่ 1 + 2 + 3	302,344	323,756	311,257	281,469
ความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อพื้นที่ (tCO ₂ e/sq.m.)	0.24	0.24	0.22	0.19

หมายเหตุ : 1. การคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ขอบเขตที่ 1 อ้างอิงข้อมูล Emission Factor จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (TGO)
 2. การคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ขอบเขตที่ 2 อ้างอิงข้อมูล Emission Factor จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (TGO)
 3. การคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ขอบเขตที่ 3 อ้างอิงข้อมูล Emission Factor จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (TGO) ประกอบไปด้วย

- Category 1 : Purchased goods and services
- Category 3 : Fuel and energy related activities
- Category 4 : Upstream transportation and distribution
- Category 5 : Waste generated in operations
- Category 6 : Business travel
- Category 7 : Employee commuting
- Category 9 : Downstream transportation and distribution
- Category 13 : Downstream leased assets

เป้าหมายด้านการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2593 สำหรับขอบเขตที่ 1 และ 2 และขอบเขตที่ 3 โดยใช้ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2565 เป็นปีฐาน โดยเป้าหมายนี้ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งหมดขององค์กรในประเทศไทย การตั้งเป้าหมายนี้สอดคล้องตามความตกลงปารีส และเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย เพื่อสนับสนุนความพยายามระดับโลกในการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกไม่ให้เกิน 2°C และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามหลักวิทยาศาสตร์หรือ (Science-based Target Initiative: SBTi) โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 3 ขอบเขตให้ได้ร้อยละ 42 เมื่อเทียบกับปีฐานในปี 2573 และมุ่งสู่ Net Zero ในปี 2593 ด้วยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ร้อยละ 90 เมื่อเทียบกับปีฐาน และกักเก็บหรือชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 ด้วยกลไกตลาดคาร์บอนและเทคโนโลยีดักจับคาร์บอนในอนาคต

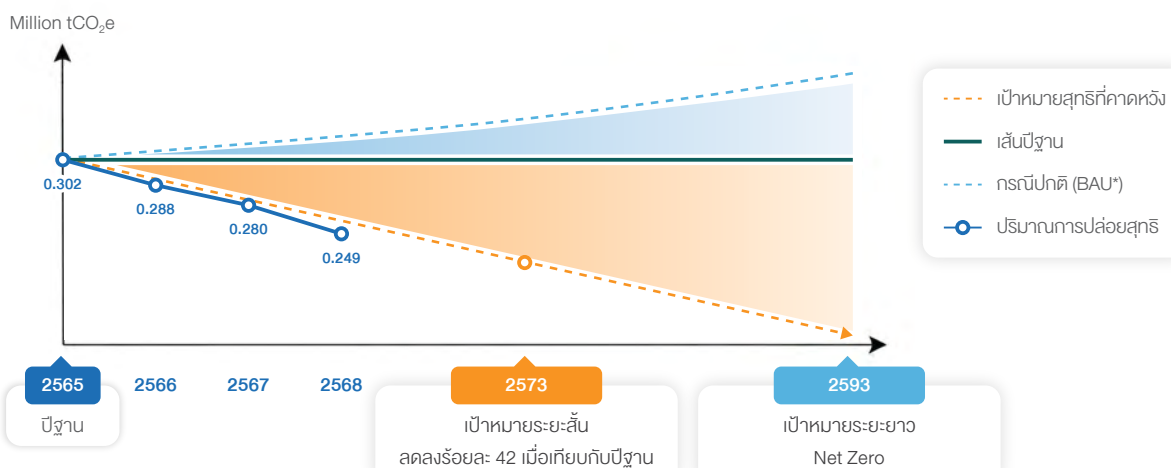
ตัวชี้วัด	หน่วย	ปริมาณ ก๊าซเรือนกระจก ในปี 2565 (ปีฐาน)	ปริมาณ ก๊าซเรือนกระจก ในปี 2568	เป้าหมายตามกรอบเวลา	
				เป้าหมาย ระยะสั้น ปี 2573 (Near-term)	เป้าหมาย ระยะยาว ปี 2593 (Net Zero) ¹⁾
การปล่อย ก๊าซเรือนกระจก ในขอบเขตที่ 1 และ 2	ล้านตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	0.102	0.090	ร้อยละ 42	การปล่อยก๊าซเรือน กระจกสุทธิเป็นศูนย์ (ร้อยละ 90)
การปล่อย ก๊าซเรือนกระจก ในขอบเขตที่ 3	ล้านตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	0.200	0.159	ร้อยละ 42	การปล่อยก๊าซเรือน กระจกสุทธิเป็นศูนย์ (ร้อยละ 90)
การปล่อย ก๊าซเรือนกระจก ในขอบเขตที่ 1 2 และ 3	ล้านตัน คาร์บอนไดออกไซด์ เทียบเท่า	0.302	0.249	ร้อยละ 42	การปล่อยก๊าซเรือน กระจกสุทธิเป็นศูนย์ (ร้อยละ 90)

หมายเหตุ: ¹⁾ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมาย Net Zero ในปี 2593 สำหรับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ร้อยละ 90 เมื่อเทียบกับปีฐาน และกักเก็บหรือชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 ด้วยกลไกตลาดคาร์บอนและเทคโนโลยีดักจับคาร์บอนในอนาคต

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและยาว

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขตที่ 1 2 และ 3)

หน่วย : ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



หมายเหตุ: BAU* หมายถึงกรณียกเลิก (Business As Usual)

เป้าหมายอื่น ๆ ด้านสภาพภูมิอากาศ

ตัวชี้วัด การดำเนินงานที่สำคัญ	หน่วย	ปีฐาน		ปี 2568	ปีเป้าหมาย	
		ปี	ผลการดำเนินงาน		ปี	เป้าหมาย
ปริมาณการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัท	ร้อยละ	-	-	ร้อยละ 35.1	2573	ร้อยละ 100
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อพื้นที่ลดลง	kWh/ sq.m.	2557	307	148 (ลดลงร้อยละ 52)	2568	ลดลงร้อยละ 40
สัดส่วนรายได้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Product)	ร้อยละ	-	-	ร้อยละ 51.9	2568	ร้อยละ 50
สัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product	ร้อยละ	-	-	ร้อยละ 1.26	2573	ร้อยละ 20

การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

บริษัท ตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ รวมถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงพัฒนากระบวนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับพันธสัญญาด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Commitment) และการไม่ตัดไม้ทำลายป่า (No Deforestation Commitment) เพื่อลดผลกระทบเชิงลบ (No Net Loss: NNL) และสร้างผลกระทบเชิงบวก (Net Positive Impact: NPI) ด้านความหลากหลายทางชีวภาพในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ให้บรรลุเป้าหมายภายในปี 2593 ตามนโยบายสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) พร้อมทั้งประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งก่อนและหลังการก่อสร้างสาขา เพื่อให้บริษัท สามารถบริหารจัดการและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ



รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ
Biodiversity Commitment
และ No deforestation
Commitment

การประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัท ประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ การดำเนินงานภายในองค์กร ไปจนถึงกิจกรรมปลายน้ำ โดยใช้เครื่องมือ WWF Biodiversity Risk Filter ขององค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (World Wide Fund for Nature – WWF) ซึ่งการประเมินนี้ช่วยให้บริษัท สามารถระบุพื้นที่ที่มีความเสี่ยงและโอกาสในการพัฒนาแผนป้องกันและบรรเทาผลกระทบ และผนวกประเด็นดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประเมินความเสี่ยงขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้บริษัท สามารถลดผลกระทบจากความหลากหลายทางชีวภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้



จากการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินตามพื้นที่ตั้งของการดำเนินงานครอบคลุมทั้งหมด 152 แห่ง พบว่าพื้นที่ตั้งในการดำเนินงานของบริษัทฯ อยู่ในความเสี่ยงระดับต่ำถึงปานกลาง และไม่พบพื้นที่ตั้งที่มีความเสี่ยงระดับสูงหรือสูงมาก โดยสามารถแยกตามประเภทความเสี่ยง ได้ดังนี้

- ความเสี่ยงด้านกายภาพ พบว่าพื้นที่ตั้งส่วนใหญ่อยู่ในความเสี่ยงระดับปานกลาง จำนวน 150 แห่ง และอยู่ในความเสี่ยงระดับต่ำจำนวน 2 แห่ง
- ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ พบว่าพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในความเสี่ยงระดับต่ำ จำนวน 143 แห่ง และอยู่ในความเสี่ยงระดับปานกลาง จำนวน 9 แห่ง

ประเภทความเสี่ยง	จำนวนที่ตั้ง	
ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk)	2	150
ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Reputational Risk)	143	9

ระดับความเสี่ยง ● ต่ำมาก ● ต่ำ ● ปานกลาง ● สูง ● สูงมาก

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ โดยพิจารณาตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่าง ๆ อาทิ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม การจัดหาทรัพยากร รวมถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อวิเคราะห์สาเหตุ ปัจจัย และกิจกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพอย่างเป็นระบบ ช่วยให้เราสามารถจัดลำดับความสำคัญของประเด็นความเสี่ยงและกำหนดแนวทางการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำผลการประเมินดังกล่าวบูรณาการเข้าสู่กระบวนการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร พร้อมทั้งพิจารณาความเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทานและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นไปอย่างครอบคลุมและสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



รายละเอียด
การประเมินความเสี่ยง
ด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

แนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

1ต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่าและอนุรักษ์ป่าไม้



บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบโดยเฉพาะทรัพยากรป่าไม้ที่เป็นแหล่งสำคัญในการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จึงมุ่งมั่นในการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า (No Deforestation) ผ่านการดำเนินการตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ดังนี้

• ส่งเสริมการจัดซื้อจัดหากลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยมาจากแหล่งการผลิตที่ยั่งยืน มีจริยธรรม และได้รับการตรวจรับรองจากมาตรฐาน FSC (Forest Stewardship Council) โดยดำเนินการคัดเลือกคู่ค้าด้วยการพิจารณาถึงประเด็นด้านความยั่งยืนและความโปร่งใสในการตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้า นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้คู่ค้ายกเลิกหรือลดการตัดไม้ทำลายป่าธรรมชาติเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า และเลือกใช้ไม้จากป่าปลูกเพื่อเศรษฐกิจที่มีการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ในปี 2568 บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน FSC กว่า 100,370 ชิ้น

• ส่งเสริมการปลูกป่าและดูแลรักษาป่าไม้หรือเพิ่มพื้นที่สีเขียว (Reforestation)

เพื่อเพิ่มการดูดซับและกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์หรือก๊าซเรือนกระจก (Carbon Removal) ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ในปี 2593 โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ร่วมกับศูนย์ศึกษาธรรมชาติกองทัพบก (บางปู) เฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา มหาราชินี จัดโครงการคืนป่าชายเลนสู่ธรรมชาติ โดยปลูกต้นเสม็ดขาวและต้นลำพู จำนวน 40,000 ต้น บริเวณสถานพักตากอากาศบางปู จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และในปี 2566 บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับบริษัท เซฟ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ค้า จัดกิจกรรมเก็บใบไม้ สร้างแนวป้องกันไฟป่า ที่สวนป่าแม่จั่ว จังหวัดแพร่ เพื่อป้องกันการลุกลามและช่วยลดความรุนแรงของไฟป่า รวมถึงลดการสูญเสียป่าไม้จากไฟป่า เนื่องจากประเทศไทยมักประสบปัญหาไฟป่าบ่อยครั้งในฤดูแล้ง

2 การคัดเลือกพื้นที่ก่อสร้างตามนโยบายสิ่งแวดล้อม



บริษัทฯ มีเกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ก่อสร้างตามนโยบายสิ่งแวดล้อม โดยพื้นที่ก่อสร้างต้องไม่เป็นพื้นที่ป่าสงวน ไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติการผังเมืองหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ไม่เป็นพื้นที่ที่ขวางลำรางทางน้ำสาธารณะ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและความหลากหลายทางชีวภาพ และไม่เป็นพื้นที่อนุรักษ์ตามที่ IUCN กำหนด รวมถึงมีขั้นตอนประเมินผลกระทบและกำหนดแนวทางป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในช่วงการก่อสร้างและหลังการก่อสร้างอีกด้วย

3 จัดทำแบบสำรวจและประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม



บริษัทฯ จัดทำแบบสำรวจผลกระทบระหว่างก่อสร้างกับชุมชนใกล้เคียงพื้นที่ก่อสร้างโดยมอบหมายบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐาน ISO9001, ISO14001 และ U.S. Green Building council (USGBC) ทำหน้าที่ประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากงานก่อสร้าง พร้อมสร้างมาตรการการจัดการ ป้องกันและลดผลกระทบที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมจากงานก่อสร้าง

กรณีขยายสาขาในพื้นที่ที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ บริษัทฯ ได้จัดทำรายงานการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) ของโครงการเพื่อยื่นเสนอต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพยายามรักษาระบบนิเวศไว้ให้ได้ในสัดส่วนที่เหมาะสมและกลมกลืนไปกับรูปแบบของอาคารที่ออกแบบไว้ เช่น การรักษาดินไม้ขนาดใหญ่ โดยฝ่ายออกแบบจะศึกษาร่วมกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการล้อมต้นไม้และนำต้นไม้ไปพักไว้ในบริเวณที่เหมาะสมก่อนจะนำกลับมาปลูกในบริเวณพื้นที่โดยรอบของอาคารที่ปลูกสร้างอีกครั้ง นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ผังเมืองและศึกษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของพื้นที่ก่อนการออกแบบอาคาร เช่น ทางระบายน้ำ โดยจะออกแบบการก่อสร้างไม่ให้เกิดขวางช่องทางระบายน้ำ เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชน

Better Society



สิทธิมนุษยชน



การดูแลพนักงาน



การดูแลลูกค้า

ดูแลสังคมดี Better Society



บริษัทฯ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชน สังคม พนักงาน คู่ค้า และ
ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ผ่านโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อยกระดับ
คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมได้อย่างยั่งยืน



91.1%

ความพึงพอใจ
ลูกค้า



3,032

ทีมช่าง
HomePro



92.0%

ความผูกพัน
องค์กร



การสร้างโอกาสและ
ความร่วมมือทางธุรกิจ



การดูแลชุมชนและสังคม



นวัตกรรมทางธุรกิจ



สิทธิมนุษยชน

S



การกำกับดูแล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights) เนื่องจากการดำเนินธุรกิจค้าปลีก มีความเกี่ยวข้องกับ ผู้มีส่วนได้เสียหลากหลายกลุ่ม ตั้งแต่พนักงาน ลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย ไปจนถึงผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ ได้นำหลักสิทธิมนุษยชน แห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights : UNGP) และมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง กับหลักสิทธิมนุษยชนมาเป็นแนวปฏิบัติ โดยมุ่งเน้นการปกป้อง เคารพ และเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งมีนโยบายสิทธิมนุษยชน นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติและต่อต้านการล่วงละเมิด อีกทั้งมีแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อนำไปใช้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ครอบคลุมแนวปฏิบัติใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และคู่ค้า/เจ้าหนี้ เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยคณะกรรมการบริษัท มอบหมายให้หน่วยงานทรัพยากรบุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำกับดูแลด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ



กลยุทธ์

บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์การจัดการด้านสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) เพื่อตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้านในทุกขั้นตอนของกิจกรรมทางธุรกิจ พร้อมทั้งจัดทำแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) ประกอบด้วยจริยธรรมทางธุรกิจ มาตรฐานแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และแนวทางการจัดการให้คู่ค้านำไปปฏิบัติ เพื่อให้มั่นใจว่าห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ปราศจากการใช้แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ การเลือกปฏิบัติ และการละเมิดสิทธิมนุษยชน



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินงานของบริษัทฯ อาจส่งผลกระทบและก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน การละเมิดสิทธิแรงงาน การละเมิดสิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ประกอบด้วยตัวแทนจากคณะกรรมการบริษัท ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย กรอบการประเมินความเสี่ยง และพิจารณาให้มีการควบคุมดูแลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับการวางกลยุทธ์ไปจนถึงระดับปฏิบัติงาน พร้อมทั้งจัดลำดับความเสี่ยงเป็น 4 ระดับ (สูงมาก สูง ปานกลาง และต่ำ) เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยง ตลอดจนวางแผน การแก้ไขและป้องกันที่เหมาะสม

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none"> จำนวนกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนร้ายแรง 	<ul style="list-style-type: none"> การเคารพสิทธิพนักงานในการรวมกลุ่ม ร้อยละ 100 จำนวนกรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนร้ายแรงเป็น 0 	<ul style="list-style-type: none"> การเคารพสิทธิพนักงานในการรวมกลุ่ม ร้อยละ 100 สัดส่วนตัวแทนพนักงานในการเจรจาต่อรอง 1,040 คน (ร้อยละ 9.87) กรณีการละเมิดสิทธิมนุษยชนร้ายแรง 0 กรณี

การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ปฏิบัติตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งถูกบรรจุไว้ในคู่มือจริยธรรมการดำเนินงานของบริษัทฯ และมีการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และดำเนินการแก้ไขปัญหากหากมีการละเมิดเกิดขึ้น พร้อมทั้งมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนจาก 2 ปัจจัยหลัก คือผลกระทบของความเสี่ยง และโอกาสเกิดความเสี่ยง โดยมีการจัดลำดับความเสี่ยงเป็น 4 ระดับ (สูงมาก สูง ปานกลาง และต่ำ) ซึ่งเมื่อได้ระบุประเด็นที่เป็นความเสี่ยงแล้วจะวางแผนและดำเนินการแก้ไข และป้องกันปัญหา รวมถึงดำเนินการตรวจสอบและติดตามผลต่อไป ซึ่งรวมถึงการคัดเลือกคู่ค้าที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่มีความเท่าเทียมและเป็นธรรม คำนึงถึงด้านสิทธิมนุษยชนของพนักงาน และตระหนักถึงความเป็นมืออาชีพ และประเด็นด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม และบริษัทฯ ได้มีแผนงานพร้อมทั้งมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งจัดทำคู่มือเพื่อให้ความรู้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางการค้า ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนผ่านคู่มือการปฏิบัติที่ดีสำหรับคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) และมีการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าด้านสิทธิมนุษยชนโดยกำหนดกลุ่มหรือบุคคลที่ได้รับผลกระทบ เช่น เด็ก คนพิการ แรงงานบังคับ และแรงงานผิดกฎหมาย



โดยในปี 2568 ผลการประเมินความเสี่ยงยังอยู่ในระดับต่ำ และไม่มีกรณีละเมิดด้านการค้ามนุษย์ แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก การเลือกปฏิบัติและการคุกคามหรือล่วงละเมิดทางเพศทุกรูปแบบ ความเท่าเทียมด้านค่าตอบแทน และด้านสิทธิมนุษยชนอื่น ๆ เกิดขึ้น บริษัทฯ ให้ความเคารพในสิทธิของพนักงาน 100% ในการรวมกลุ่มโดยเสรีภาพ ไม่ปิดกั้นการก่อตั้งสหภาพหรือร่วมในสหภาพแรงงานอื่น นอกจากนั้นยังเปิดกว้างให้คำปรึกษาแก่พนักงานในทุก ๆ ด้าน ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว ไม่ปิดกั้นการหาหรือแบบรายคน หรือรวมตัวรวมกลุ่ม โดยสามารถหาหรือผ่านเจ้าหน้าที่ด้านการดูแลบุคลากรโดยตรงผ่านผู้บังคับบัญชา ผ่านตัวแทนคณะกรรมการที่ได้มีการปรึกษาหาหรือเพื่อกำหนดข้อตกลงต่าง ๆ ระหว่างบริษัทฯ และตัวแทนพนักงานอย่างสม่ำเสมอ หรือส่งเรื่องผ่านช่องทางร้องเรียนเพื่อรวบรวมส่งพิจารณาแก้ไข และปรับปรุงพัฒนาโดยฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อให้พนักงานได้รับแนวทางในการแก้ไขปัญหาและร่วมเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ได้ครอบคลุมมากขึ้น ทั้งนี้แม้บริษัทฯ ไม่ปิดกั้นการก่อตั้งสหภาพและไม่มีสหภาพแรงงาน แต่บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการซึ่งประกอบด้วยผู้แทนทั้งนายจ้างและลูกจ้างในการดูแล จัดการ และเจรจาต่อรองสวัสดิการและผลประโยชน์ภายในองค์กร โดยในปี 2568 มีจำนวนของพนักงานที่เป็นตัวแทนในการร่วมข้อตกลงในการเจรจาต่อรอง 1,040 คน คิดเป็นร้อยละ 9.87

การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ ในปี 2568

ประเด็นการหาหรือในเรื่องสวัสดิการหรือผลประโยชน์	แนวทางดำเนินการ / วิธีแก้ไข
1. ห้างอาหารสำหรับพนักงาน (Canteen)	ปรับปรุงความสะอาดเพื่อสุขอนามัยและราคาที่เหมาะสม
2. ค่าแรงขั้นต่ำ	ปรับค่าแรงขั้นต่ำตามพื้นที่ และพนักงานที่ได้รับผลกระทบ
3. การจ่ายโบนัสประจำปี	พิจารณาตามผลประกอบการ และผลงานของพนักงาน
4. สวัสดิการพื้นฐาน	จัดให้มีสวัสดิการขั้นพื้นฐานหรือมีมากกว่าที่กฎหมายกำหนด



นโยบายสิทธิมนุษยชน

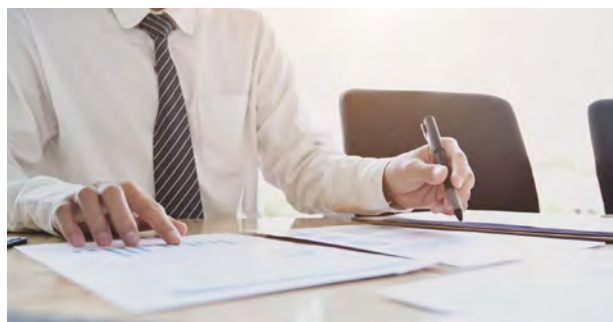


นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติและ
ต่อต้านการล่วงละเมิด



การตรวจสอบสิทธิมนุษยชน
อย่างรอบด้าน

ทั้งนี้บริษัทฯ สนับสนุนหลักการและเป้าหมายด้านสิทธิมนุษยชนในระดับสากล อาทิ ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration on Human Rights) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration of Fundamental Principles and Rights at Work) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization; ILO) เป็นต้น รายละเอียดเพิ่มเติม อ้างถึงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน



ช่องทางการร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชนและรับฟังข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบและสอดคล้องกับหลักการสิทธิมนุษยชนสากล โดยผู้มีส่วนได้เสียสามารถเสนอข้อคิดเห็นและแจ้งข้อร้องเรียนถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางการร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน ที่ปลอดภัยและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกคน ช่องทางนี้สามารถเป็นทั้งระบบออนไลน์ หรือช่องทางอื่นๆ ที่รองรับการแจ้งปัญหาหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การเลือกปฏิบัติ การใช้แรงงานที่ไม่เป็นธรรม หรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ช่องทางนี้จะต้องได้รับการพิจารณาอย่างรวดเร็วและเป็นธรรม โดยมีการปกป้องข้อมูลของผู้ร้องเรียนเพื่อป้องกันการตอบโต้หรือการคุกคาม ดังนี้



การแจ้งเบาะแส



ถึง คณะกรรมการตรวจสอบ



ถึง คณะกรรมการบริษัท

ไปรษณีย์

ส่งถึง หน่วยรับเรื่องร้องเรียน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือ ฝ่ายตรวจสอบภายใน
บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
31 ก.ประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเลน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 02-832-1000



อีเมล

ส่งถึง กรรมการผู้จัดการ
md@homepro.co.th





การดูแลพนักงาน

S



การกำกับดูแล

บริษัท ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และตระหนักว่าพนักงานเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ บริษัท จึงกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลด้านการดูแลพนักงานอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าพนักงานทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมตามมาตรฐานสากล โดยคณะกรรมการบริษัท มอบหมายให้หน่วยงานทรัพยากรบุคคล กำกับดูแลพนักงานอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อดูแลพนักงานในด้านต่าง ๆ อาทิ คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ เพื่อเป็นตัวแทนพนักงานร่วมหารือกับบริษัท ในการจัดสวัสดิการให้เหมาะสมกับความต้องการของพนักงาน คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (คปอ.) เพื่อกำหนดนโยบาย วางแผน และตรวจสอบความปลอดภัยในการทำงาน ตามกฎหมายกฎกระทรวง พ.ศ. 2565 เพื่อลดอุบัติเหตุและโรคจากการทำงาน






กลยุทธ์

บริษัท ดำเนินกลยุทธ์การดูแลพนักงาน โดยมุ่งเน้นการดึงดูดและรักษานุคลากร ด้วยการสนับสนุนค่าจ้างและสวัสดิการที่เหมาะสม และเพียงพอต่อการดำรงชีวิตของพนักงานและครอบครัว (Living Wage) พร้อมทั้งการสร้างความก้าวหน้าทางอาชีพ ด้วยการพัฒนาทักษะพนักงาน (Upskilling/Reskilling) เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้านที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ บริษัท ยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ ส่งเสริมความเท่าเทียมและหลากหลาย มีการกำหนดวัฒนธรรมหรือค่านิยมองค์กร มีการจัดกิจกรรม โครงการต่าง ๆ สำหรับพนักงาน รวมถึงส่งเสริมอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความสุข มีความผูกพันกับองค์กร และเติบโตไปพร้อมกับบริษัท



การบริหารจัดการความเสี่ยง

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมค้าปลีกมีการแข่งขันสูง บริษัท ตระหนักว่า “บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ” คือสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงสุดและเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ บริษัท จึงได้ระบุให้ ความเสี่ยงจากการสูญเสียบุคลากรหลัก เป็นหนึ่งในความเสี่ยงระดับองค์กรที่ต้องบริหารจัดการอย่างเร่งด่วน โดยบริษัท มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย และกรอบการประเมิน ทั้งระดับกลยุทธ์จนถึงระดับปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพ (High Potential) เพื่อลดโอกาสการสูญเสียบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญให้กับคู่แข่งในธุรกิจใกล้เคียง

ตัวชี้วัด 	เป้าหมาย 	ผลการดำเนินงาน 
<ul style="list-style-type: none"> คะแนนความผูกพันขององค์กร ความรู้และทักษะการทำงานตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน การเกิดอุบัติเหตุในสาขา สัดส่วนของพนักงานหญิงในระดับจัดการ สัดส่วนของพนักงานหญิงในหน่วยงาน STEM 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มคะแนนความผูกพันขององค์กรมากกว่าร้อยละ 88 ภายในปี 2568 รักษาความรู้และทักษะการทำงานตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงานไม่ต่ำกว่าร้อยละ 96 ภายในปี 2568 ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน : LTIFR เป็นศูนย์ การเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต เป็นศูนย์ เพิ่มและรักษาสัดส่วนของพนักงานหญิงในระดับจัดการ (Management) มากกว่าร้อยละ 50 ของพนักงานในระดับจัดการทั้งหมด ภายในปี 2568 สัดส่วนของพนักงานหญิงในหน่วยงาน STEM ให้อยู่ในระดับร้อยละ 30 ของพนักงานทั้งหมดที่เกี่ยวกับ STEM ภายในปี 2568 	<ul style="list-style-type: none"> คะแนนความผูกพันขององค์กรมากกว่าร้อยละ 92.02 ความรู้ของพนักงานร้อยละ 95.9 ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน : LTIFR 0.59 การเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต เป็นศูนย์ สัดส่วนของพนักงานหญิงในระดับจัดการ (Management) ร้อยละ 55.11 สัดส่วนของพนักงานหญิงในหน่วยงาน STEM ร้อยละ 40.32

หมายเหตุ: STEM หมายถึง บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และคณิตศาสตร์

แนวทางในการดูแลและรักษาพนักงาน

บริษัทฯ ได้วางแผนกลยุทธ์ในการดึงดูดและรักษาพนักงานฝีมือเยี่ยมให้อยู่กับองค์กร (Employee Attraction and Retention Talent Strategies) เพื่อส่งเสริมคุณค่าขององค์กรให้เป็นองค์กรที่ทุกคนอยากร่วมงานด้วย โดยมอบสวัสดิการและค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ สามารถสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่พนักงานได้ พร้อมทั้งออกแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในแต่ละช่วงวัย มีนโยบายสรรหาบุคลากรคุณภาพเข้ามาร่วมงานจากการแนะนำของพนักงานภายในองค์กร นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังมีการดูแลพนักงานอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยติดตามประสิทธิภาพจากตัวชี้วัดของผลสำรวจความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหาร พร้อมทั้งได้มีการใช้ระบบในการวิเคราะห์เกี่ยวกับพนักงานในด้านต่าง ๆ (People Analytics) โดยเป็นระบบที่ใช้ข้อมูลทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ โดยระบบสามารถวัดและประเมินผลการดำเนินงาน ช่วยในการวางแผนด้านพนักงาน วิเคราะห์ทักษะที่ยังต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม ช่วยในขั้นตอนการสรรหาและจ้างพนักงานและวิเคราะห์งานด้านอื่น ๆ เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ของพนักงานต่อองค์กร

HomePro's Core Value

HomePro's Core Value เป็นรากฐานของวิถีการทำงานของบริษัทฯ ที่สะท้อนผ่านพฤติกรรมของพนักงาน โดยประกอบด้วย 4 ค่านิยมหลัก ได้แก่

01 มุ่งมั่นจนสำเร็จ

02 ปรับตัวเร็วสร้างโอกาสใหม่

03 ส่งมอบความสำเร็จให้ลูกค้า

04 เป้าหมายเดียวกัน One โฮมโปร



ควบคู่กับ 15 พฤติกรรมหลัก (Key Behaviors) ที่ใช้เป็นแนวทางการทำงานร่วมกันทั้งองค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนค่านิยมองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมองการสร้างค่านิยมเป็นการเดินทาง (Journey) ไม่ใช่โครงการระยะสั้น เพื่อปลูกฝังให้เกิดเป็นวัฒนธรรมและพฤติกรรมการทำงานที่ยั่งยืน ผ่านเครื่องมือและกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ

Core Values Insight Survey

เครื่องมือสำรวจพฤติกรรมหลักทั้ง 15 ข้อ จาก 3 มุมมอง ได้แก่ การประเมินตนเอง ผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อสะท้อนมุมมองที่แท้จริงของพนักงาน ช่วยให้เห็นจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนา และนำผลลัพธ์ไปออกแบบการสื่อสารและกิจกรรมให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ

Leadership Fieldwork Program

โครงการที่ผู้บริหารลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริงในสาขา เพื่อรับฟังเสียงลูกค้าและพนักงานโดยตรง ทำให้เข้าใจปัญหาและโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างแท้จริง สนับสนุนการส่งมอบความสำเร็จให้ลูกค้า (Make Customer Success) และเสริมสร้างการทำงานแบบเป้าหมายเดียวกัน One HomePro ระหว่างหน่วยงานหน้าร้านและหน่วยงานสนับสนุน

ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI) ขององค์กร ได้นำ 4 ค่านิยมหลัก (Core Values) และ 15 พฤติกรรมหลักไว้อย่างเป็นระบบในกระบวนการประเมินผลงานประจำปี ครอบคลุมทุกระดับ ได้แก่ ระดับกลุ่มงาน สายงาน ส่วนงาน ฝ่ายงาน และระดับบุคคล การดำเนินการดังกล่าวช่วยส่งเสริมให้ผู้บังคับบัญชาและพนักงานตระหนักถึงความสำคัญของค่านิยมและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานในชีวิตประจำวัน โดยพฤติกรรมดังกล่าว

ต้องสะท้อนออกมาอย่างเป็นรูปธรรมผ่านผลงานและผลลัพธ์ที่สามารถตรวจสอบได้ ทั้งนี้ หากพบว่าทีมงานมีพฤติกรรมที่ควรได้รับการพัฒนา ผู้บังคับบัญชาสามารถให้ข้อเสนอแนะ (Feedback) และคำแนะนำอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการปรับปรุงและพัฒนาพฤติกรรมการทำงานให้ดียิ่งขึ้นอย่างยั่งยืน

โครงการ DEEMORE บริษัทฯ จัดโครงการ DEEMORE โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้เห็นความสำคัญและมีทัศนคติต่อการประพฤติตนเป็นคนดี อันเป็นพื้นฐานของการดูแลตนเอง การปฏิบัติตนร่วมกับครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และสังคม เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร รวมถึงนำมาเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้าง HomePro Core Values ในการปลูกฝังพฤติกรรมตาม 15 Key Behaviors อีกทั้งเป็นการให้พนักงานได้พัฒนาตนเอง และสร้างความผูกพันในองค์กร (Engagement) โดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ออกแบบมาให้ตรงตามวัตถุประสงค์ข้างต้น ซึ่งพนักงานสามารถเข้าร่วมโครงการ DEEMORE ที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ ดังนี้

01 ดีต่อตนเอง

02 ดีต่อลูกค้า

03 ดีต่อเพื่อนร่วมงานและบริษัทฯ

04 ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพนักงาน เข้าร่วมการทำความดีตามข้อกำหนด พนักงานจะได้รับ Coin และสะสม Coin มา Redeem เพื่อแลกของรางวัล และของรางวัลอื่น ๆ ทั้งนี้ ในปี 2568 มีพนักงานเข้าร่วมจำนวน 2,252 คน และมีจำนวน Coin ที่จ่ายให้พนักงาน จำนวน 1,530,000 Coin คิดเป็นเงิน 153,000 บาท

สถิติด้านพนักงาน ปี 2568

	ร้อยละ	
	หญิง	ชาย
สัดส่วนพนักงานทั้งหมด	48.95%	51.05%
สัดส่วนพนักงานในระดับจัดการ (Management)	55.11%	44.89%
สัดส่วนพนักงานในระดับจัดการระดับต้น (Junior Management)	56.33%	43.67%
สัดส่วนพนักงานในระดับจัดการระดับสูง (Top Management)	37.93%	62.07%
สัดส่วนพนักงานในระดับจัดการในหน่วยงานที่สร้างรายได้	56.82%	43.18%
สัดส่วนพนักงานในหน่วยงาน STEM	40.32%	59.68%

หมายเหตุ: STEM หมายถึง บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และคณิตศาสตร์

	ร้อยละ
สัดส่วนพนักงานทั้งหมดแยกตามอายุ	
• อายุ < 30 ปี	38.81%
• อายุ 30-50 ปี	58.02%
• อายุ > 50 ปี	3.17%
สัดส่วนพนักงานทั้งหมดแยกตามภูมิภาค	
• ภาคกลาง	49.52%
• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17.22%
• ภาคใต้	12.03%
• ภาคเหนือ	9.82%
• ภาคตะวันออก	9.60%
• ภาคตะวันตก	1.81%
สัดส่วนพนักงานทั้งหมดแยกตามประเภทการจ้างงาน	
• พนักงานประจำ	92.13%
• พนักงานชั่วคราว	7.87%
สัดส่วนพนักงานทั้งหมดแยกตามอายุงาน	
• ระหว่างทดลองงาน	6.95%
• 4 เดือน-1ปี	13.57%
• 1-2 ปี	11.63%
• 2-5 ปี	25.85%
• 5-10 ปี	17.68%
• มากกว่า 10 ปี	24.33%
สัดส่วนพนักงานทั้งหมดแยกตามสัญชาติ	
• ไทย	98.03%
• พม่า	1.93%
• ไทใหญ่	-
• อาซา	-
• เวียดนาม	0.01%
• ปะหล่อง	-
• ม้ง	0.01%
• จีน	0.02%
• อื่น ๆ (ไม่ระบุสัญชาติ)	0.01%
สัดส่วนพนักงานระดับจัดการแยกตามสัญชาติ	
• ไทย	99.79%
• จีน	0.14%
• เวียดนาม	0.07%

หมายเหตุ : ข้อมูลเฉพาะประเทศไทย ไม่รวมบริษัทย่อยในต่างประเทศ ซึ่งประเทศมาเลเซีย มีพนักงานจำนวน 440 คน

การสนับสนุนความหลากหลาย และความแตกต่างของพนักงาน (Diversity, Equity, and Inclusion: DEI)

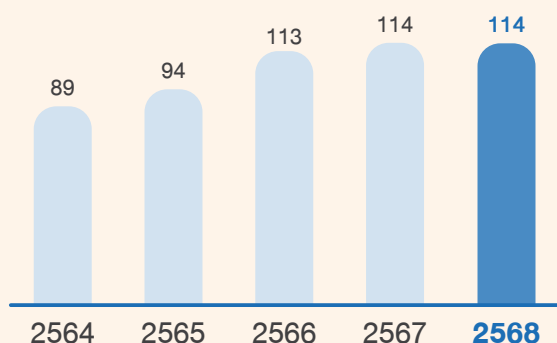
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับแนวคิดการบริหารที่สนับสนุนความหลากหลายและยอมรับความแตกต่างของพนักงานในองค์กร ทั้งในด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม พื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม ความบกพร่องทางร่างกาย เพศสภาพ และประสบการณ์ เป็นต้น รวมถึงการมองเห็นคุณค่าของความแตกต่างของพนักงานภายในองค์กร บริษัทฯ มีนโยบายที่ชัดเจนในการป้องกันและต่อต้านการเลือกปฏิบัติ โดยเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศสภาพ ภาษา อายุ สติวิ การศึกษา สถานะทางสังคม ผู้พิการ และผู้สูงอายุ โดยพนักงานทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติในลักษณะเดียวกัน ไม่มีการเลือกปฏิบัติ



การจ้างงานคนพิการ

บริษัทฯ มีนโยบายไม่เลือกปฏิบัติและให้โอกาสที่เท่าเทียมกันในการจ้างงาน โดยมีการจ้างงานคนพิการตามกฎหมาย การจ้างงานคนพิการ รวมถึงสนับสนุนและส่งเสริมให้คนพิการได้ทำงานเท่าเทียมกับคนปกติในตำแหน่งที่สามารถทำได้ เช่น งานฝ่ายขาย งานซ่อมบำรุง งานบริการให้ข้อมูลลูกค้า (Call Center) งานบริการส่งสินค้า งานฝ่ายธุรการ เป็นต้น ข้อมูลจำนวนพนักงาน ผู้พิการของบริษัทฯ ในปี 2568 มีทั้งสิ้น 114 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.11 ของพนักงานประจำทั้งหมด 10,271 คน (ข้อมูล ณ เดือน ตุลาคม 2568) ซึ่งบริษัทฯ มีการจ้างงานคนพิการเกินกว่าที่พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ที่กำหนดไว้ร้อยละ 1.0

จำนวนการจ้างงานคนพิการ (คน)



การจ้างงานกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA2S+)

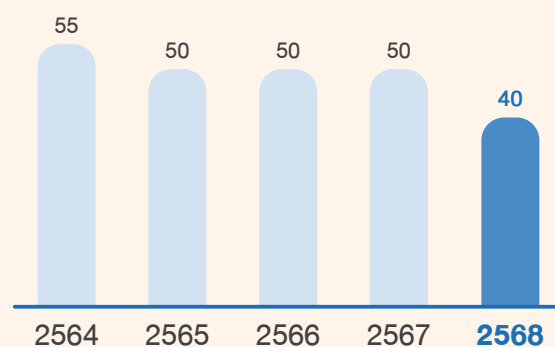
บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องสิทธิมนุษยชนด้านการส่งเสริมการยอมรับความแตกต่างและอยู่ร่วมกันอย่างเท่าเทียม สร้างวัฒนธรรมที่ไม่แบ่งแยก เห็นคุณค่า และยอมรับความแตกต่างซึ่งกันและกัน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA2S+) เข้าร่วมทำงาน เพื่อสนับสนุนให้พนักงานเหล่านี้สามารถแสดงศักยภาพในการทำงานออกมาได้อย่างเต็มที่ที่มีความมั่นใจ และภาคภูมิใจในตนเอง



การจ้างงานผู้สูงอายุ Young Smart (ยังสามารถ)

บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นเครือข่ายธุรกิจที่ดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อพัฒนาธุรกิจที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ (Age-Friendly Business) ร่วมกับสถาบันไทยพัฒนา และกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ บริษัทฯ ได้รับรางวัลองค์กรเอกชนที่สนับสนุนการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุจากคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการ Young Smart (ยังสามารถ) เพื่อจ้างงานผู้สูงอายุเข้าทำงานในตำแหน่งพนักงานบริการในสาขา โดยสามารถจัดวันเวลาในการทำงานให้น้อยกว่าชั่วโมงทำงานเต็มเวลาได้ (Part-time Working Options) ทั้งนี้ ในปี 2568 มีพนักงานผู้สูงอายุ จำนวน 40 คน

จำนวนการจ้างงานผู้สูงอายุ (คน)



การสรรหาพนักงาน

สถิติการรับพนักงานเข้าทำงาน

ข้อมูลพนักงานที่รับเข้ามาใหม่	2564	2565	2566	2567	2568
จำนวนพนักงานที่รับเข้ามาใหม่ (คน)	2,943	3,046	5,279	3,633	3,637
สัดส่วนการจ้างพนักงานภายในต่อตำแหน่งงานที่เปิดรับทั้งหมด (ร้อยละ)	4.23%	7.92%	9.89%	12.33%	12.07%
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการสรรหาพนักงานใหม่* (บาท)	3,474	3,035	2,051	3,403	2,604

*ตัวอย่างเช่น เงินเดือนเจ้าหน้าที่สรรหาพนักงาน ค่าโฆษณา ค่าเดินทาง ค่าตัวแทนหาพนักงาน

จำนวนพนักงานที่รับเข้ามาใหม่ (คน)	2564	2565	2566	2567	2568
รวม	2,943	3,046	5,279	3,633	3,637
แยกตามอายุ					
อายุต่ำกว่า 30 ปี	2,040	2,014	3,394	2,404	2,107
อายุ 30 - 50 ปี	889	1,020	1,846	1,210	1,505
อายุมากกว่า 50 ปี	14	12	39	19	25
แยกตามเพศ					
ชาย	1,483	1,559	2,588	2,066	2,058
หญิง	1,460	1,487	2,691	1,567	1,579
แยกตามชาติพันธุ์					
อาข่า	0	0	0	0	0
พม่า	0	218	98	145	417
จีน	0	0	0	0	0
ลีซอ / ไทลื้อ	0	1	0	0	0
ปะหล่อง	0	0	0	0	0
ไทใหญ่	0	0	4	0	0
ม้ง	0	0	1	0	0
ไม่มีสัญชาติ	0	0	3	0	0
ไทย	2,942	2,827	5,173	3,488	3,220
แยกตามระดับพนักงาน					
ระดับจัดการระดับสูง (Top Management)	3	0	2	1	2
ระดับจัดการระดับกลาง (Middle Management)	23	29	37	34	40
ระดับจัดการระดับต้น (Junior Management)	113	95	157	117	72
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	2,804	2,922	5,083	3,481	3,523

การสรรหาพนักงานเชิงรุก ผ่านโครงการต่าง ๆ

พนักงานถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่ช่วยผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการสรรหาและรักษาพนักงานที่มีศักยภาพสูง ควบคู่กับการสร้างคุณค่าขององค์กรเพื่อดึงดูดผู้มีความสามารถเข้ามาร่วมงานกับองค์กร รวมถึงขยายวิธีการสรรหาพนักงานให้กว้างขึ้น โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น Facebook และ LinkedIn รวมถึงช่องทางสมัครงานออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อสื่อสารตำแหน่งว่างและให้ข้อมูลความรู้ด้านการสมัครงานแก่บุคคลภายนอก ควบคู่กับการใช้ระบบการสรรหาพนักงานของบริษัทฯ ซึ่งง่ายต่อการค้นหาข้อมูล และส่งผลให้การสรรหาพนักงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้

บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสรรหาพนักงานใหม่ที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานและวัฒนธรรมองค์กร อีกทั้งบริษัทฯ ยังจัดทำโครงการ เพื่อสรรหาพนักงานที่มีคุณภาพหลายโครงการ เช่น โครงการทุนวิภาวดี โครงการเพจระกัฒา โครงการสุขใจใกล้บ้าน โครงการคืนสู่เหย้า และโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน พร้อมทั้งมีการปรับกระบวนการสัมภาษณ์งานในรูปแบบทั้งแบบ Face to Face และในรูปแบบ VDO Conference ผ่าน Skype, Microsoft Team, Zoom นอกจากนี้บริษัทฯ ได้พัฒนาแบบประเมินเพื่อให้สามารถคัดเลือกพนักงานได้ตรงตามตำแหน่งงาน ทราบทักษะเด่นของพนักงานและสามารถวางแผนพัฒนาความก้าวหน้าของพนักงานได้อย่างเหมาะสม

โครงการทุนวิภาวดี

บริษัทฯ คัดเลือกและมอบทุนการศึกษาให้ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรี ผ่านโครงการทุนการศึกษาวิภาวดี โดยได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) เพื่อสร้างความร่วมมือด้านการจัดการอาชีวศึกษาและฝึกอบรมวิชาชีพประเภทพาณิชยกรรม สาขาธุรกิจค้าปลีก โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้มอบ ทุนการศึกษาในระดับ ปวส. จำนวน 320 ทุน มูลค่าทุนรวม 700,672 บาท และมีผู้รับทุนที่ได้บรรจุเป็นพนักงานโฮมโปรรวม 43 คน รายละเอียดการมอบทุนการศึกษาในปีที่ผ่านมา มีดังนี้



ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

ปี	รุ่นที่	จำนวน สถานศึกษา ที่เข้าร่วม (แห่ง)	จำนวนทุน	มูลค่าทุนรวม (บาท)
2555	1	6	64	1,843,200
2556	2	9	123	3,542,400
2557	3	20	183	5,472,000
2558	4	35	258	8,064,000
2559	5	41	169	4,867,200
2560	6	51	290	8,092,800
2561	7	55	338	9,734,400
2562	8	68	398	11,462,400
2563	9	32	412	8,899,200
2564	10	31	246	7,084,800
2565	11	45	275	3,300,000
2566	12	70	457	2,158,032
2567	13	78	383	1,751,245
2568	14	65	320	700,672
รวม			3,919	76,972,349

ระดับปริญญาตรี

ปี	รุ่นที่	จำนวน สถานศึกษา ที่เข้าร่วม (แห่ง)	จำนวนทุน	มูลค่าทุนรวม (บาท)
2558	1	2	36	4,096,000
2559	-	-	-	-
2560	-	-	-	-
2561	2	4	22	3,312,000
2562	3	6	30	864,000
2563	4	4	16	345,600
2564	-	-	-	-
2565	5	1	8	208,000
2566	-	-	-	-
2567	6	2	5	225,140
2568	-	-	-	-
รวม			117	9,050,740

โครงการสุใจใกล้บ้าน

บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสในการโอนย้ายกลับไปทำงานยังภูมิลำเนาของตน ภายใต้โครงการสุใจใกล้บ้าน เพื่อเสริมสร้างให้พนักงานเกิดความสุขในการทำงาน โดยในปี 2568 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 82 คน

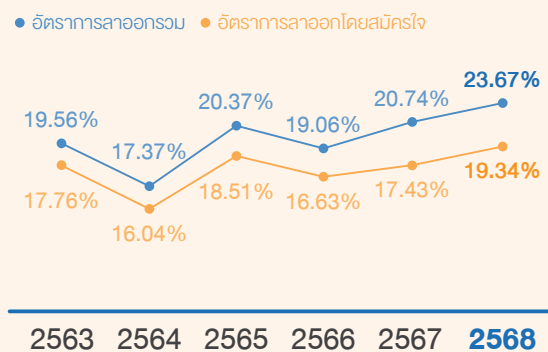
ปี	จำนวนพนักงานเข้าร่วม (คน)	จำนวนพนักงานเข้าร่วมสะสม (คน)
2564	60	1,523
2565	69	1,592
2566	67	1,659
2567	67	1,726
2568	82	1,808

โครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน

บริษัทฯ จัดทำโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน เพื่อสรรหาพนักงานที่มีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งงานและเหมาะสมกับวัฒนธรรมของบริษัทฯ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มช่องทางและโอกาสในการหาผู้สมัครที่เหมาะสมกับบางตำแหน่งที่มีการแข่งขันสูง โดยบริษัทฯ ได้มอบรางวัลตอบแทนให้กับพนักงานที่แนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาสมัครผ่านโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน

สถิติการลาออกของพนักงาน

อัตราการลาออกของพนักงานต่อปี

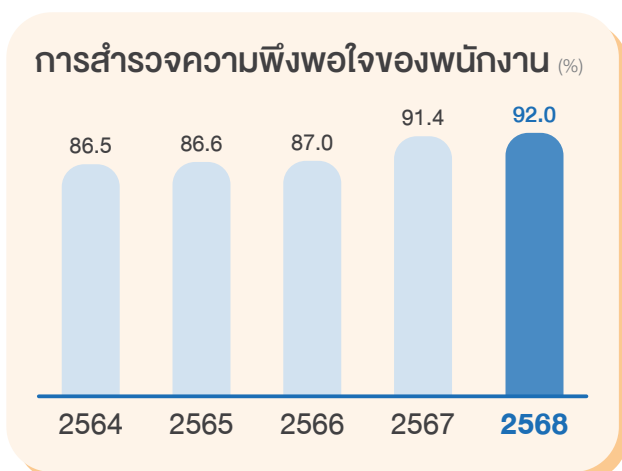


อัตราการลาออกรวม (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	2564	2565	2566	2567	2568
	17.37%	20.37%	19.06%	20.74%	23.67%
แยกตามอายุ					
อายุต่ำกว่า 30 ปี	9.09%	9.90%	9.07%	11.19%	11.91%
อายุ 30 - 50 ปี	8.13%	10.17%	9.84%	9.31%	11.38%
อายุมากกว่า 50 ปี	0.15%	0.31%	0.15%	0.25%	0.38%
แยกตามเพศ					
ชาย	9.31%	10.09%	10.07%	10.05%	12.15%
หญิง	8.06%	10.28%	8.99%	10.69%	11.52%
แยกตามสัญชาติ					
สัญชาติไทย	17.36%	20.33%	19.06%	20.65%	23.67%
สัญชาติอื่น	0.01%	0.04%	0.00%	0.09%	0.00%

อัตราการลาออกรวม (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	2564	2565	2566	2567	2568
แยกตามระดับพนักงาน					
ระดับจัดการระดับสูง (Top Management)	0.00%	0.02%	0.02%	0.01%	0.03%
ระดับจัดการระดับกลาง (Middle Management)	0.24%	0.29%	0.27%	0.27%	0.42%
ระดับจัดการระดับต้น (Junior Management)	1.13%	1.29%	1.14%	1.13%	1.04%
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	16.00%	18.78%	17.63%	19.33%	22.17%

อัตราการลาออกโดยสมัครใจ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	2564	2565	2566	2567	2568
	16.04%	18.51%	16.63%	17.43%	19.34%
แยกตามอายุ					
อายุต่ำกว่า 30 ปี	8.38%	8.93%	7.84%	9.40%	9.77%
อายุ 30 - 50 ปี	7.62%	9.37%	8.71%	7.90%	9.42%
อายุมากกว่า 50 ปี	0.03%	0.20%	0.08%	0.13%	0.15%
แยกตามเพศ					
ชาย	8.41%	8.91%	8.57%	8.11%	9.83%
หญิง	7.62%	9.60%	8.06%	9.31%	9.51%
แยกตามสัญชาติ					
สัญชาติไทย	16.04%	18.49%	16.63%	17.38%	19.34%
สัญชาติอื่น	0.00%	0.02%	0.00%	0.05%	0.00%
แยกตามระดับพนักงาน					
ระดับจัดการระดับสูง (Top Management)	0.00%	0.01%	0.02%	0.00%	0.01%
ระดับจัดการระดับกลาง (Middle Management)	0.20%	0.24%	0.20%	0.23%	0.30%
ระดับจัดการระดับต้น (Junior Management)	1.00%	1.22%	1.08%	1.05%	0.87%
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	14.83%	17.04%	15.33%	16.15%	18.16%

ความผูกพันองค์กรของพนักงาน



บริษัท มีการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานเป็นประจำทุกปี พร้อมทั้งนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และปรับปรุงทุกด้าน เช่น สวัสดิการ อาชีวอนามัย ความปลอดภัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการบังคับบัญชา เพื่อสร้างความผูกพันองค์กรของพนักงานต่อบริษัท ทำให้อัตราการลาออกของพนักงานต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยในปี 2568 บริษัท ตั้งเป้าหมายผลการสำรวจความพึงพอใจพนักงานเป็นร้อยละ 88

ผลการดำเนินงานการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน (%)	2564	2565	2566	2567	2568
แยกตามเพศ					
ชาย	87.2%	87.0%	88.4%	91.6%	91.60%
หญิง	85.8%	86.1%	86.8%	90.8%	90.82%
แยกตามอายุ					
อายุ 18 - 22 ปี	84.9%	84.9%	87.0%	90.2%	90.11%
อายุ 23 - 40 ปี	86.5%	86.5%	87.4%	91.4%	91.25%
อายุ 41 - 55 ปี	86.9%	87.0%	88.6%	92.0%	92.27%
อายุมากกว่า 56 ปี	85.8%	85.4%	80.2%	90.6%	89.40%
แยกตามระดับระดับพนักงาน					
ผู้จัดการทั่วไป ขึ้นไป	84.6%	84.6%	86.2%	87.4%	90.90%
ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	86.3%	86.3%	90.2%	92.6%	91.69%
เจ้าหน้าที่อาวุโส / ผู้จัดการฝ่าย	84.6%	84.6%	85.4%	89.2%	89.46%
เจ้าหน้าที่	87.5%	87.5%	88.4%	92.0%	92.19%
พนักงาน	86.1%	86.1%	87.4%	91.0%	90.77%

หมายเหตุ : ตั้งแต่ปี 2567 มีการเปลี่ยนแปลงการแบ่งช่วงอายุ จากอายุ 18-22 ปี เป็น ต่ำกว่า 28 ปี / อายุ 23-40 ปี เป็น 28 -< 44 ปี / อายุ 41-55 ปี เป็น 44 -< 60 ปี / อายุมากกว่า 56 ปี เป็นตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป

สวัสดิการและค่าตอบแทนพนักงาน

ค่าครองชีพ (Living Wage)

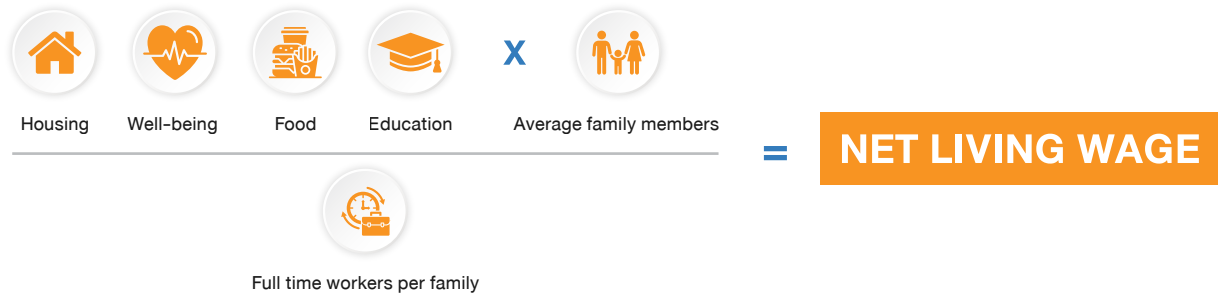
บริษัท คำนึงถึงชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนค่าจ้างและสวัสดิการที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการดำรงชีวิตของพนักงานและครอบครัว (Living Wage) และการเติมเต็มความต้องการขั้นพื้นฐาน ทั้งอาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า บริการด้านสุขภาพ การออม ตลอดจนกิจกรรมสันทนาการสำหรับพนักงานและครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรม การบริโภคและโภชนาการท้องถิ่น บริษัท มีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพยากรบุคคลเป็นที่ปรึกษาในการศึกษาและ กำหนดนโยบายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมและมอบค่าตอบแทนตลอดจนสวัสดิการที่เหนือกว่าตลาดแรงงานโดยทั่วไป ซึ่งรวมถึงการพิจารณามาตรฐานการทำงานตามชั่วโมงการทำงานตามปกติและมาตรฐานชั่วโมงการทำงานล่วงเวลาด้วย โดยอ้างอิงข้อมูลค่าเฉลี่ยของสมาคมผู้ค้าปลีกไทย (Thai Retailers Association) ซึ่งสูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด และประเมินค่าตอบแทนของพนักงาน เพื่อให้เพียงพอต่อค่าดำรงชีพของตนเองและครอบครัวโดยอ้างอิงแนวทางของ Anker Methodology นอกจากนี้ บริษัท ได้จัดให้มีสวัสดิการและค่าครองชีพมากกว่าที่ได้รับจากภาครัฐ และสอดคล้อง ตามท้องที่การปฏิบัติงานของพนักงาน อาทิ ค่าตำแหน่ง ค่าเดินทาง ค่าความรู้ด้านภาษา กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าประกันสุขภาพทั้งแบบผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ประกันอุบัติเหตุ เครื่องแบบพนักงาน ผ้ามัดชุดคลุมท้องวงเงินซื้อสินค้า ในราคาพนักงาน เงินช่วยเหลือฉุกเฉิน เงินกู้ฉุกเฉินโดยไม่มีดอกเบี้ย ของเยี่ยมยามเจ็บป่วย เงินช่วยงานสมรส เงินช่วยเหลือ ค่างานศพพนักงานและบุคคลในครอบครัว ฯลฯ รวมถึงมีโครงการให้ทุนการศึกษาแก่นบุตรพนักงานอีกด้วย



นโยบายค่าตอบแทน
และผลประโยชน์ของพนักงาน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการซึ่งประกอบด้วยผู้แทนทั้งนายจ้างและลูกจ้าง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ อาทิ ประเด็นเรื่องสภาพแวดล้อมในการทำงาน สวัสดิการหรือผลประโยชน์ต่าง ๆ รวมถึงทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

Anker Methodology



Housing	Well-being	Food	Education	Average family members	Full time workers per family
ค่าใช้จ่ายด้านที่พักอาศัย	ค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสุขภาพและสุขอนามัยของพนักงานและครอบครัว	ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร	ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษา	จำนวนสมาชิกในครอบครัวโดยเฉลี่ย	จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ทำงานประจำ

หลักการสำคัญในการคำนวณค่าตอบแทนของพนักงาน	ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง
การไม่เลือกปฏิบัติ	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนโดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศสภาพ ภาษา อายุ สีดผิว การศึกษา สถานะทางสังคม ผู้พิการ และผู้สูงอายุ
ศักยภาพของพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับความสามารถ ประสบการณ์ และการศึกษาของพนักงาน พนักงานสามารถที่จะได้ค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้นตามเวลางาน โดยที่ไม่ต้องทำงานล่วงเวลา หากมีสาเหตุที่พนักงานจำเป็น ที่จะต้องทำงานล่วงเวลา บริษัทฯ มีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนล่วงเวลาที่เหมาะสม
ผลประโยชน์ของบริษัทฯ	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ อาจมีการจ่ายค่าตอบแทนเพิ่มเติมในรูปแบบของเงินโบนัสประจำปีตามผลประกอบการโดยรวมของบริษัทฯ
ค่าตอบแทนที่โปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ จ่ายค่าตอบแทนตามความเป็นจริงและสามารถชี้แจงให้กับพนักงานได้อย่างโปร่งใส และมีการตรวจสอบความแตกต่างของค่าจ้างพนักงานชายและหญิงอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมในการจ่ายค่าตอบแทน บริษัทฯ กำหนดสิทธิการลาพักผ่อนประจำปีให้แก่พนักงาน โดยพนักงานที่ใช้สิทธิลาจะยังได้รับค่าจ้างตามจริง

การส่งเสริมความเท่าเทียมของค่าตอบแทนระหว่างเพศ

บริษัทฯ เชื่อมั่นในคุณค่าของความหลากหลายและมุ่งสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปราศจากการเลือกปฏิบัติ โดยยึดถือหลักการค่าตอบแทนที่เท่าเทียม (Equal Pay) เป็นรากฐานสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคล มุ่งเน้นการจัดสรรรายได้และสวัสดิการอย่างเป็นธรรมในทุกระดับชั้น โดยไม่นำปัจจัยด้านเพศสภาพมาเป็นเงื่อนไขในการกำหนดค่าจ้าง พร้อมทั้งจัดให้มีการวิเคราะห์และประเมินโครงสร้างค่าตอบแทนอย่างสม่ำเสมอเพื่อปิดช่องว่างความเหลื่อมล้ำและสร้างความเสมอภาคให้แก่บุคลากร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการประจำปีให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ (Market Competitiveness) โดยอ้างอิงมาตรฐานจากกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันและบริษัทชั้นนำ เพื่อรักษามาตรฐานการดูแลพนักงานในระดับสากล

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความเท่าเทียมอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ ได้จัดให้มีการวิเคราะห์ช่องว่างรายได้ระหว่างเพศ (Gender Pay Gap Analysis) เป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานจะได้รับค่าตอบแทนที่ยุติธรรมสำหรับงานที่มีคุณค่าเท่าเทียมกัน โดยครอบคลุมแนวทางการบริหารจัดการ ได้แก่ การทบทวนโครงสร้างเงินเดือนในตำแหน่งหรือระดับงานที่ใกล้เคียงกันให้สอดคล้องกับภาระงานจริงและความต้องการของตลาด การสร้างความโปร่งใสในกระบวนการประเมินผลผ่านระบบการวัดผลงานที่ชัดเจนและตรวจสอบได้ ซึ่งพิจารณาจากประสิทธิภาพและศักยภาพรายบุคคลเป็นสำคัญ และการส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ โดยสนับสนุนโอกาสในการเข้าถึงตำแหน่งระดับบริหารให้กับพนักงานทุกเพศอย่างเท่าเทียม เพื่อลดช่องว่างรายได้ในระยะยาวและสร้างการเติบโตขององค์กรที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

อัตราส่วนค่าตอบแทนระหว่างพนักงานหญิงต่อพนักงานชาย

ตัวชี้วัด	2568
ส่วนต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของค่าตอบแทนพนักงานหญิงและพนักงานชาย	3.07%
ส่วนต่างระหว่างค่ากลางของค่าตอบแทนพนักงานหญิงและพนักงานชาย	4.70%
ส่วนต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของโบนัสที่จ่ายให้พนักงานหญิงและพนักงานชาย	3.88%
ส่วนต่างระหว่างค่ากลางของโบนัสที่จ่ายให้พนักงานหญิงและพนักงานชาย	11.92%

ระดับพนักงาน	2568 (หญิง : ชาย)
ผู้บริหารระดับสูง	1.08 : 1
ผู้บริหารระดับกลาง	0.99 : 1
ผู้บริหารระดับต้น	1.04 : 1
พนักงานปฏิบัติการ	1.04 : 1
รวมพนักงานทั้งหมด	1.04 : 1

หมายเหตุ

1. ผู้บริหารระดับสูง ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับผู้จัดการทั่วไป ขึ้นไป
2. ผู้บริหารระดับกลาง ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป ขึ้นไป
3. ผู้บริหารระดับต้น ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่าย ขึ้นไป
4. พนักงานปฏิบัติการ ประกอบด้วย พนักงานทั้งหมดที่ไม่ใช่ผู้บริหาร

การรักษาพนักงาน

บุคลากรถือเป็นรากฐานและหัวใจสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและการเจริญเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน การให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างองค์กรแห่งความสุขที่บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยสภาพแวดล้อมที่เอื้อและกระตุ้นต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างอิสระ นอกจากนี้การบริหารจัดการความแตกต่างของบุคลากรในแต่ละช่วงวัยให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างราบรื่นและสร้างความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรยังคงเป็นความท้าทายในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล



- นำเทคโนโลยี Advanced People Analytics มาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรผ่าน ระบบ HRMS (Human Resource Management System) โดยพนักงานสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง (ESS: Employee Self Service) ทั้งเรื่องการตรวจสอบประวัติการทำงาน
- การดำเนินการเรื่องการลา รวมถึงการเบิกจ่ายสวัสดิการ การประเมินผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ เพื่อลดขั้นตอนการอนุมัติต่าง ๆ ทำให้พนักงานบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประมวลผลค่าจ้างและเงินเดือนที่มีความรวดเร็วและแม่นยำ ซึ่งเป็นหนึ่งในผลจากการเปิดกว้างให้พนักงานส่งความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงระบบที่ดี บริษัท ได้มีการพัฒนา HRMS Application ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อให้พนักงานสามารถเข้าใช้งานระบบ HRMS (Human Resource Management System) บนมือถือส่วนตัวและสามารถดำเนินการด้วยตนเองได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา



- บริหารเวลาการทำงานแบบยืดหยุ่น (Flexible Working Hour) โดยกำหนดช่วงเวลาเข้างานและเลิกงานที่แตกต่างกันออกไป เช่น รอบ 08:00 - 17:00 น. รอบ 09:00 - 18:00 น. รอบ 09:30 - 18:30 น. เป็นต้น เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถที่จะบริหารเวลาการทำงานของตนเองให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้ชีวิตและความจำเป็นของแต่ละคน โดยมีรูปแบบการทำงานทั้งแบบ full-time และ part-time ในปี 2568 มีการจ้างงานพนักงาน part-time จำนวน 486 คน
- จัดทำโครงการเพื่อรองรับการทำงานแบบ Hybrid Workplace โดยพนักงานสามารถทำงานนอกสถานที่ (Work from Anywhere) ทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) และ Remote office อยู่ที่สาขาไฮมโปร บริเวณรอบเขตกรุงเทพฯ โดยบริษัท สนับสนุนอุปกรณ์และระบบการทำงาน พร้อมทั้งช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้พนักงานสามารถบริหารจัดการการใช้ชีวิตอย่างเหมาะสม พนักงานที่ทำงานประจำในสำนักงานใหญ่สามารถใช้พื้นที่ทำงานในสาขาที่ใกล้บ้านพนักงานได้แทนการเข้าสำนักงานใหญ่ ช่วยประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

มาทำงาน นอกจากนี้ การทำงานแบบ Hybrid Workplace ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในสำนักงาน เช่น ลดความจำเป็นในการใช้พื้นที่สำนักงาน ลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาอาคาร ลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค ตลอดจนเครื่องพิมพ์และเครื่องเขียน อีกทั้งบริษัทฯ สามารถรับพนักงานได้เพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องขยายพื้นที่สำนักงาน

- จัดให้มี HomePro Nursery สำหรับบุตรหลานของพนักงานในช่วงปิดเทอม เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครองที่ต้องทำงานแต่ไม่สามารถหาคนดูแลบุตรได้ โดยจัดให้มีครูพี่เลี้ยงดูแล ให้ความรู้ ฝึกให้เด็กได้รู้จักการเข้าสังคม สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้พนักงานรักและผูกพันกับองค์กร โดย HomePro Nursery เปิดให้บริการทุกวันจันทร์ - ศุกร์ ตั้งแต่ เวลา 09:00 - 18:00 น. เฉพาะในช่วงปิดภาคเรียนและในช่วงเปิดภาคเรียนเปิดรับดูแลบุตรหลานของพนักงานหลังเลิกเรียนในวันทำงาน ตั้งแต่เวลา 16:00 - 18:00 น. โดยในปี 2568 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 27 คน



- จัดให้มีห้องให้นม (Breastfeeding Room) สำหรับพนักงานหญิงที่เป็นแม่ให้นมบุตร โดยบริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญและสุขอนามัยที่ดีของพนักงานหญิงที่เป็นแม่ให้นม จึงได้จัดพื้นที่ที่สะอาด เหมาะสมพร้อมด้วยอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการให้นมหรือปั๊มนม เพื่อช่วยให้พนักงานหญิงที่เป็นแม่ให้นมสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแบ่งเวลาปั๊มนม จัดเก็บเป็นอาหารสำหรับการเลี้ยงดูทารกด้วยนมแม่ซึ่งเป็นนมที่คุณค่าและสารอาหารครบถ้วน



- กำหนดสิทธิการลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้าง (Paid Parental Leave for primary caregiver) โดยให้มารดาสามารถลาก่อนและหลังคลอด รวมถึงเพื่อการตรวจครรภ์ โดยได้รับค่าจ้าง 120 วัน หรือคิดเป็น 17 สัปดาห์โดยประมาณ ซึ่งเป็นการลาที่นอกเหนือจากการลาหยุดพักผ่อนประจำปีและการลาอื่น ๆ พร้อมทั้งกำหนดสิทธิในการลาของบิดา (Paid parental leave for non-primary caregiver) เพื่อช่วยเหลือคู่สมรสซึ่งคลอดบุตร 15 วัน หรือ 2 สัปดาห์โดยประมาณ นอกเหนือจากการลาหยุดพักผ่อนประจำปีและการลาอื่น ๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังกำหนดสิทธิในการลาเพื่อดูแลบุตรที่มีภาวะเจ็บป่วยที่เสี่ยงต่อการเกิดโรคแทรกซ้อน มีความผิดปกติหรือมีภาวะพิการ (Paid family or care leave beyond parental leave) จำนวน 15 วัน หรือ 2 สัปดาห์โดยประมาณ โดยเป็นสิทธิ นอกเหนือจากสิทธิการลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับค่าจ้างร้อยละ 50

- จัดโครงการช่วยเหลือพนักงานด้านวางแผนการเงิน และการแก้ไขปัญหาหนี้สิน ดังนี้

- ส่งเสริมการออมเงิน และให้ความรู้ด้านการออมกับพนักงาน เช่น การลงทุนผ่านระบบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การวางแผนการลดหย่อนภาษี เพื่อให้พนักงานสามารถวางแผนการออมและมีเงินสำรองเพียงพอต่อการใช้ชีวิตหลังเกษียณหรือในยามฉุกเฉิน
- คลินิกแก้หนี้ช่วยเหลือพนักงานในการแก้ไขปัญหาภาระหนี้สิน เช่น หนี้บัตรเครดิต บัตรกดเงินสด และสินเชื่อบุคคลที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง โดยร่วมกับสถาบันการเงิน ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย และบริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) จัดโครงการสินเชื่อสวัสดิการพนักงาน และให้คำปรึกษาเรื่องหนี้สินให้กับพนักงาน ให้พนักงานมีทางเลือกในการจัดการต่อภาระหนี้ได้อย่างเหมาะสม โดยในปี 2568 บริษัทฯ ช่วยแก้ไขปัญหาหนี้สิน ให้พนักงาน จำนวน 726 คน
- ให้คำปรึกษาและการวางแผนทางการเงิน สำหรับพนักงานที่เกษียณอายุและพนักงานที่ถูกเลิกจ้าง ให้สามารถปรับตัวและก้าวเข้าสู่บทบาทใหม่ในชีวิตได้อย่างราบรื่น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ความรู้ด้านการเงิน เพื่อส่งเสริมวินัยและข้อควรระวังภัยร้ายต่าง ๆ ทางด้านการเงิน พร้อมทั้ง เปิดช่องทางให้พนักงานสามารถศึกษาหาความรู้และปรึกษาปัญหาผ่านช่องทาง Facebook มั่งคั่ง มั่นคง แบบโฮมโปร หรือติดต่อขอคำแนะนำจากฝ่ายบริหารค่าตอบแทนของบริษัทฯ



การพัฒนาพนักงาน

การจัดการด้านการฝึกอบรม

ในปี 2568 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานและการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน พัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นกับการปฏิบัติงาน ในปัจจุบัน รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมของความรู้และทักษะที่จำเป็นในอนาคตอย่างเต็มความสามารถ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเรียนรู้ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลและการใช้ AI การอบรมทักษะการปรับตัวและลดผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการส่งเสริมองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมในแง่มุมต่าง ๆ ให้แก่พนักงาน เพื่อนำพาองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเป็นโอกาสในการเจริญเติบโตให้กับพนักงานของโฮมโปรอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการพัฒนาบุคลากร

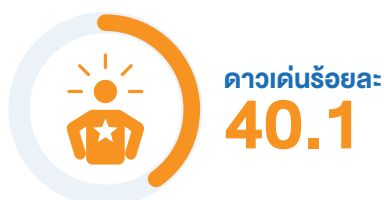
• โครงการ Future Leader

เป็นโครงการพัฒนาพนักงาน ระดับผู้จัดการแผนก ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการสาขา ที่ผ่านการคัดเลือก วัตถุประสงค์เพื่อยกระดับความสามารถให้เป็นกลุ่มดาวเด่น มีผลการปฏิบัติงานดีเลิศ ส่งผลให้เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร เพิ่มยอดขาย และปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้ารวมถึงการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ โดยออกแบบการพัฒนาในทักษะที่สำคัญ เช่น การบริหารจัดการแผนก การบริหารจัดการคน การมอบหมายงาน การสร้างแรงจูงใจ และการ Feedback โดยนำทักษะดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ผ่าน Project Assignment เพื่อเพิ่มยอดขายเพิ่ม Customer Success และบริหารสินค้าคงคลังในสาขาให้มีประสิทธิภาพ โดยมีเกณฑ์การประเมินผลการพัฒนาในหลายมิติ เช่น Learning Agility Behavior Change และ Performance โดยมีข้อมูลสรุป ดังนี้

- ระดับผู้จัดการแผนกฯ ผ่านการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ 142 คน จากทั้งหมด 1,149 คน ผลการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมินจัดเป็นกลุ่มดาวเด่น 57 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 ของผู้ผ่านการคัดเลือก
- ระดับผู้จัดการฝ่าย ผ่านการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ 56 คน จากทั้งหมด 413 คน ผลการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมินจัดเป็นกลุ่มดาวเด่น 39 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 ของผู้ผ่านการคัดเลือก
- ระดับผู้จัดการสาขา ผ่านการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ 11 คน จากทั้งหมด 118 คน ผลการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมินจัดเป็นกลุ่มดาวเด่น 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ของผู้ผ่านการคัดเลือก

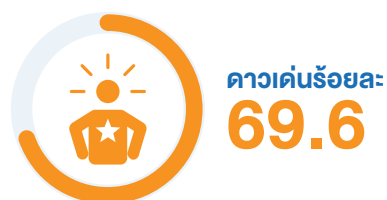
ผลการดำเนินงานในหลักสูตรนี้สร้างผลกระทบและประโยชน์ต่อธุรกิจจากการทำ Project เรื่องการเพิ่มยอดขาย B2B / เพิ่มลูกค้าใหม่ / เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า / การบริหารจัดการ Inventory / การลด Non-Move Inventory / การจัดส่งตรงเวลา โดยมีพนักงานที่เข้าร่วมโครงการสามารถดำเนิน Project Achieve ตามเป้าหมาย จำนวน 30 คน ในระดับผู้จัดการฝ่ายและผู้จัดการสาขา คิดเป็นร้อยละ 44.8

ระดับผู้จัดการแผนกฯ



จากผู้เข้าร่วมทั้งหมด 1,149 คน
มีผู้ผ่านการคัดเลือกจำนวน 142 คน
และมีผู้ที่มีผลการพัฒนาอยู่ในกลุ่ม
ดาวเด่นจำนวน 57 คน

ระดับผู้จัดการฝ่าย



จากผู้เข้าร่วมทั้งหมด 413 คน
มีผู้ผ่านการคัดเลือกจำนวน 56 คน
และมีผู้ที่มีผลการพัฒนาอยู่ในกลุ่ม
ดาวเด่นจำนวน 39 คน

ระดับผู้จัดการสาขา



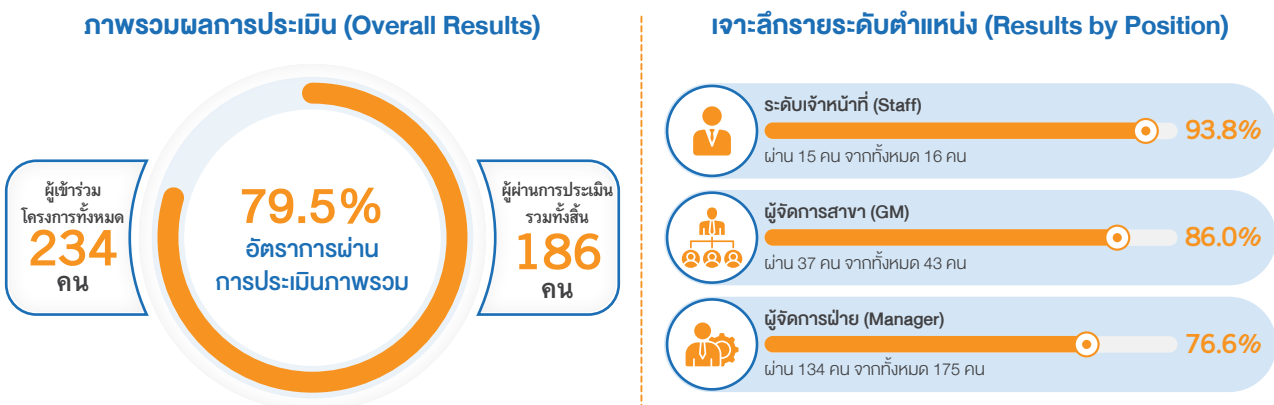
จากผู้เข้าร่วมทั้งหมด 118 คน
มีผู้ผ่านการคัดเลือกจำนวน 11 คน
และมีผู้ที่มีผลการพัฒนาอยู่ในกลุ่ม
ดาวเด่นจำนวน 6 คน



• โครงการ Competency Development

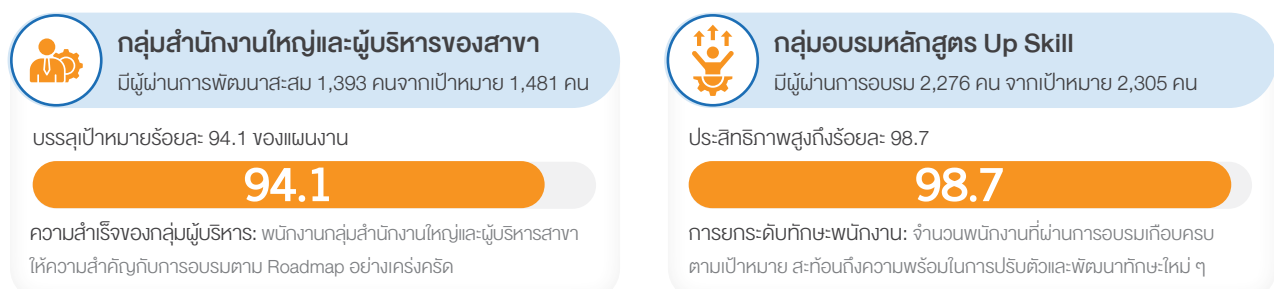
เป็นโครงการพัฒนาพนักงานที่ผลประเมิน Competency ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่บริษัทฯ กำหนด วัดดูประสงค์เพื่อพัฒนาพนักงานให้มีทักษะที่จำเป็นในระดับที่พร้อมสำหรับการปฏิบัติงาน ผ่านเครื่องมือการพัฒนา IDP โดยมีแบบแผนที่ชัดเจนและมีวิทยากรที่เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาทั้งหัวหน้างานที่เป็น Coach และตัวพนักงานที่เข้าโครงการ ในปี 2568 มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 234 คน ผลประเมินผ่าน 186 คน ระดับผู้จัดการสาขา (GM) 37 คน จาก 43 คน คิดเป็นร้อยละ 86 ระดับผู้จัดการฝ่าย 134 คน จาก 175 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 ระดับเจ้าหน้าที่ 15 คน จาก 16 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8

สรุปผลการดำเนินงานโครงการในปี 2568 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมทั้งหมด 234 คน และมีผู้ผ่านเกณฑ์การประเมินรวม 186 คน โดยแบ่งรายละเอียดตามระดับตำแหน่งเพื่อให้เห็นประสิทธิภาพการเรียนรู้ในแต่ละกลุ่ม



การพัฒนาพนักงานตาม Roadmap และ Up Skill เป็นแผนการพัฒนาพนักงานตามตำแหน่งงาน ที่มุ่งเน้นไปยังความรู้และทักษะที่จำเป็นและสำคัญในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมที่จะทำให้พนักงานมีความรู้ความสามารถด้านบริหาร “งาน” และ “คน” ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ในปี 2568 มีผู้ผ่านการพัฒนาทั้งกลุ่มสำนักงานใหญ่และผู้บริหารของสาขา ที่อบรมครบตาม Roadmap จำนวน 1,393 คน จากจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ต้องเข้าอบรมในปี 2568 จำนวน 1,481 คน คิดเป็นร้อยละ 94.1 และอบรมหลักสูตร Up Skill จำนวน 2,276 จากจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ต้องเข้าอบรมในปี 2568 จำนวน 2,305 คน คิดเป็นร้อยละ 98.7

อัตราการผ่านการอบรมตามเป้าหมาย (ร้อยละ)



- การศึกษาด้านวัฒนธรรม (Cultural education)

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า “วัฒนธรรม” คือ รากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน เราจึงมุ่งเน้นการส่งเสริมการศึกษาด้านวัฒนธรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เคารพในความหลากหลาย และรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นสินทรัพย์สำคัญของสังคม เพื่อพัฒนาทักษะความฉลาดทางวัฒนธรรม ให้แก่พนักงานทุกระดับ เพื่อลดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างพนักงานที่มีพื้นฐานวัฒนธรรมที่ต่างกันโดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจข้ามชาติ ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมที่เกิดจากการผสมผสานทางความคิดที่หลากหลาย เช่น การศึกษาภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศ การศึกษาประเพณีท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมทางศาสนา และกิจกรรมชุมชน

- การอบรมด้าน Coaching / Mentorship

บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาทักษะด้านการโค้ชและการเป็นพี่เลี้ยง (Coaching & Mentorship) เพื่อเสริมสร้างบทบาทของผู้บริหารและหัวหน้างานในการพัฒนาศักยภาพของทีมงานอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ผ่านการให้คำแนะนำ การสะท้อนผลการทำงาน และการถ่ายทอดประสบการณ์เชิงลึกจากผู้มีประสบการณ์สู่พนักงานรุ่นใหม่ การอบรมดังกล่าวช่วยยกระดับความสามารถในการบริหารที่มุ่งพัฒนาศักยภาพรายบุคคล และการสร้างความผูกพันของพนักงานซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพและเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตในสายอาชีพ

- การอบรมด้าน Teams and Networks

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการทำงานเป็นทีมและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือภายในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานข้ามสายงาน และสนับสนุนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างหน่วยงาน การอบรมด้าน Teams and Networks มุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะการทำงานร่วมกัน การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และการบริหารความสัมพันธ์ในองค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถประสานงานและขับเคลื่อนงานที่มีความซับซ้อนได้อย่างคล่องตัว สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กรและรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป

- การอบรมด้าน Leadership development program

บริษัทฯ ดำเนินโครงการพัฒนาภาวะผู้นำอย่างเป็นระบบ เพื่อเตรียมความพร้อมผู้บริหารและผู้นำรุ่นใหม่ให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรตามกลยุทธ์ในระยะยาว โดยในปี 2568 เน้นการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารที่สามารถให้ความสำคัญกับคนและงานได้อย่างเท่าเทียมกัน ทักษะการพัฒนาความสามารถผู้ใต้บังคับบัญชา และเพิ่มผลการปฏิบัติงานด้วยการ Coach ทักษะการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้สมัครด้วยการสัมภาษณ์และสามารถประเมินและตัดสินใจเลือกบุคลากรที่เหมาะสม

- การอบรมด้าน Digital transition program

เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ได้ดำเนินการอบรมด้าน Digital Transition เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การพัฒนาดังกล่าวครอบคลุมการใช้เครื่องมือดิจิทัล การปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และการสร้างกรอบความคิดที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้พนักงานสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสนับสนุนการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรม

สรุปหลักสูตรการฝึกอบรม



การอบรม ด้าน Coaching / Mentorship

Coaching for High Performance : สำหรับพนักงานในระดับจัดการระดับกลาง	ผู้เข้าร่วม 51 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
Coaching for High Performance : สำหรับพนักงานในระดับจัดการระดับต้น	ผู้เข้าร่วม 117 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
Effective Coaching for OJT : สำหรับพนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	ผู้เข้าร่วม 282 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
Coaching for Performance : สำหรับพนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	ผู้เข้าร่วม 46 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
ก้าวกระโดดด้วยการโค้ช EP.1 : Coaching จริง ๆ คืออะไร?	ผู้เข้าร่วม 80 (คน)	จำนวนเวลา 25 (นาที)



การอบรมด้าน Teams and Networks

การพัฒนาทีมงาน (Team Spirit)	ผู้เข้าร่วม 68 (คน)	จำนวนเวลา 3 (ชั่วโมง)
---------------------------------	-------------------------------	---------------------------------



การอบรมด้าน Leadership development program

Leadership Essentials	ผู้เข้าร่วม 1,367 (คน)	จำนวนเวลา 1.40 (ชั่วโมง)
Coaching	ผู้เข้าร่วม 1,157 (คน)	จำนวนเวลา 1.30 (ชั่วโมง)
Targeted Selection	ผู้เข้าร่วม 1,157 (คน)	จำนวนเวลา 2 (ชั่วโมง)





การอบรมด้าน Digital transition program

Retail Trend & AI Tranformation 2025	ผู้เข้าร่วม 108 (คน)	จำนวนเวลา 3 (ชั่วโมง)
AI Image and Video Like a Pro	ผู้เข้าร่วม 32 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
No-Code AI Agent & Automation with N8N for Successful Business Managers	ผู้เข้าร่วม 1 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
AI for Auditors	ผู้เข้าร่วม 2 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
AI & IoT Summit 2025	ผู้เข้าร่วม 2 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
Workshop Copilot - How to Prompt	ผู้เข้าร่วม 81 (คน)	จำนวนเวลา 3 (ชั่วโมง)
เตรียมความพร้อมองค์กรให้ก้าวทันโลก AI อย่างมั่นใจ (Equipping Your Organization to Thrive in the AI Era)	ผู้เข้าร่วม 50 (คน)	จำนวนเวลา 6 (ชั่วโมง)
AI ช่วยทำสไลด์ด้วย Gamma.app	ผู้เข้าร่วม 19 (คน)	จำนวนเวลา 56 (นาที)
ChatGPT & AI for Increasing Productivity in Everyday Works!	ผู้เข้าร่วม 1 (คน)	จำนวนเวลา 62 (นาที)
เครื่องมือ AI แรงงานเสร็จไว 10 เท่า (The Ultimate AI Tools!)	ผู้เข้าร่วม 4 (คน)	จำนวนเวลา 68 (นาที)
การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์สำหรับฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Applying Generative AI for HR Management)	ผู้เข้าร่วม 77 (คน)	จำนวนเวลา 61 (นาที)
How to Prompt	ผู้เข้าร่วม 237 (คน)	จำนวนเวลา 37 (นาที)



การอบรมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน


คณะกรรมการความปลอดภัยฯ	ผู้เข้าร่วม 253 (คน)	จำนวนเวลา 12 (ชั่วโมง)
เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย ระดับบริหาร	ผู้เข้าร่วม 80 (คน)	จำนวนเวลา 12 (ชั่วโมง)
เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย ระดับหัวหน้างาน	ผู้เข้าร่วม 591 (คน)	จำนวนเวลา 12 (ชั่วโมง)
การดับเพลิงขั้นต้น	ผู้เข้าร่วม 487 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
การขับรถ Forklift น้ำมัน อย่างปลอดภัย	ผู้เข้าร่วม 53 (คน)	จำนวนเวลา 12 (ชั่วโมง)
การขับรถยกไฟฟ้าอย่างปลอดภัย	ผู้เข้าร่วม 75 (คน)	จำนวนเวลา 12 (ชั่วโมง)
การควบคุมบันจัน	ผู้เข้าร่วม 59 (คน)	จำนวนเวลา 12 (ชั่วโมง)
ความปลอดภัยในการทำงานบนที่สูง	ผู้เข้าร่วม 22 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
ความปลอดภัยในการทำงานเกี่ยวกับไฟฟ้า	ผู้เข้าร่วม 11 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
เทคนิคการผจญเพลิง	ผู้เข้าร่วม 30 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
มาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน	ผู้เข้าร่วม 201 (คน)	จำนวนเวลา 20 (นาที)
คู่มือความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	ผู้เข้าร่วม 256 (คน)	 PDF
ประกาศมาตรการควบคุมพฤติกรรม ด้านความปลอดภัย (Safety Score)	ผู้เข้าร่วม 4,237 (คน)	 PDF





การอบรมด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม

Home Solar	ผู้เข้าร่วม 7 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
ESG internal audit	ผู้เข้าร่วม 1 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
การจัดทำรายงานการจัดการพลังงาน ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-form)	ผู้เข้าร่วม 4 (คน)	จำนวนเวลา 7 (ชั่วโมง)
พื้นฐานด้านความยั่งยืนของธุรกิจ (Preliminary to Corporate Sustainability)	ผู้เข้าร่วม 108 (คน)	จำนวนเวลา 111 (นาที)

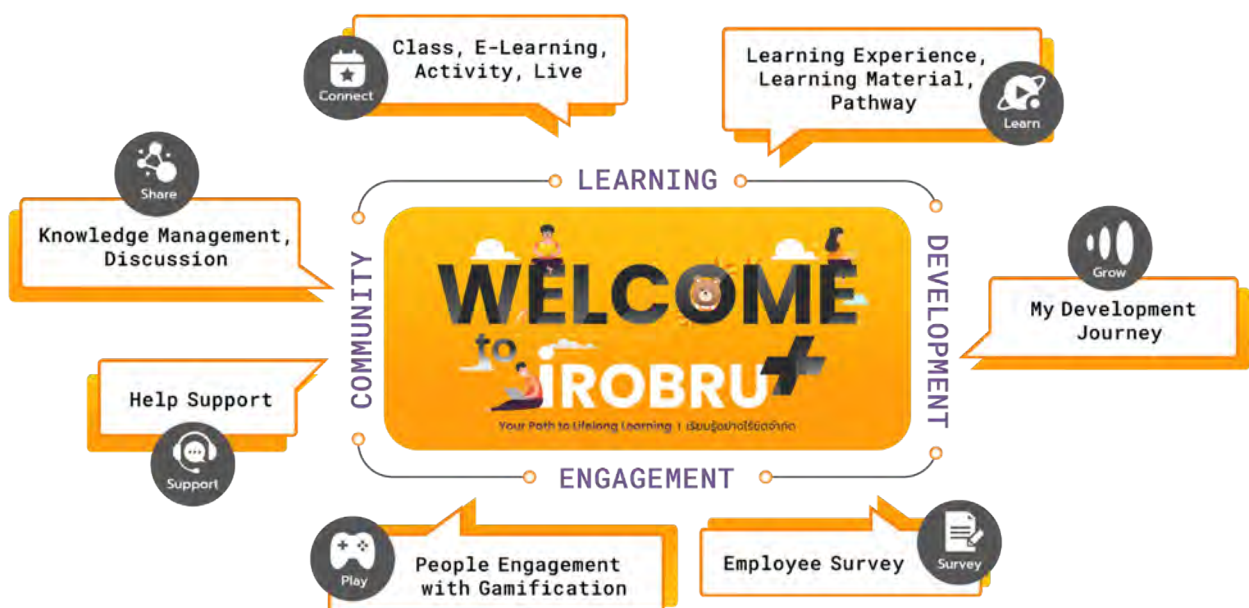
<div>  การอบรม ด้านความเสี่ยง </div>		
Security Awareness	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>185 (คน)</div> </div>	<div> <div>จำนวนเวลา</div> <div>3 (ชั่วโมง)</div> </div>
Risk Control And Audit	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>2 (คน)</div> </div>	<div> <div>จำนวนเวลา</div> <div>7 (ชั่วโมง)</div> </div>
Risk Management	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>45 (คน)</div> </div>	<div> <div>จำนวนเวลา</div> <div>57 (ชั่วโมง)</div> </div>
Cybersecurity Awareness การรับรู้ความปลอดภัยทางไซเบอร์	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>140 (คน)</div> </div>	<div> <div>จำนวนเวลา</div> <div>45 (ชั่วโมง)</div> </div>
Cyber Security Awareness	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>71 (คน)</div> </div>	<div> <div>จำนวนเวลา</div> <div>173 (นาที)</div> </div>
ระวังการใช้งาน! เว็บไซต์แปลงไฟล์ที่ไม่น่าเชื่อถือ เสี่ยงต่อการรั่วไหลของข้อมูลและการโจมตี ระบบองค์กร	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>28 (คน)</div> </div>	<div>  </div>

<div>  การอบรม ด้านการต่อต้านทุจริต </div>		
ปฐมนิเทศ พนักงานใหม่	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>3,637 (คน)</div> </div>	<div> <div>จำนวนเวลา</div> <div>72 (ชั่วโมง)</div> </div>
การบริหารจัดการ ด้าน Shrinkage สู่การปฏิบัติ	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>438 (คน)</div> </div>	<div> <div>จำนวนเวลา</div> <div>4 (ชั่วโมง)</div> </div>

<div>  การอบรม ด้านจริยธรรมธุรกิจ </div>		
คู่มือจริยธรรม ธุรกิจ Code of Conduct	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>3,069 (คน)</div> </div>	<div>  </div>
จรรยาบรรณและ จริยธรรมผู้บริหาร (สำหรับ DIV ขึ้นไป)	<div> <div>ผู้เข้าร่วม</div> <div>531 (คน)</div> </div>	<div>  </div>

• iROBRU+ (ไอโรบรูพลัส)

iROBRU (ไอโรบรู) หรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ ถือเป็นช่องทางการเรียนรู้ที่สำคัญของทางหนึ่ง ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการทำงานของพนักงาน โดยในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2567 บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาระบบใหม่ ภายใต้ชื่อ iROBRU+ (ไอโรบรูพลัส) เป็นระบบการเรียนรู้ที่ทันสมัยมากขึ้น รองรับการเปิดประสบการณ์แห่งการเรียนรู้ได้อย่างไร้ขีดจำกัด โดย iROBRU+ ประกอบด้วยฟีเจอร์หลัก ๆ ใน 4 ด้าน คือ



1. E- Learning

ระบบรองรับเนื้อหาการเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น คอร์สออนไลน์, Micro Learning เนื้อหาแบบสั้นกระชับ เข้าใจง่าย, Flash Card, บทความ, ไฟล์เสียง รวมถึงการสร้างเป็นเส้นทางการเรียนรู้แบบเป็นขั้นตอน (Learning Pathway) ที่กำหนดเนื้อหาจากจุดเริ่มต้น ผ่านเนื้อหาความรู้แบบเป็นขั้นเป็นตอน และสามารถสร้างแบบทดสอบเพื่อผ่านด้านการวัดความรู้ความเข้าใจก่อนไปสู่วิธีเรียนต่อ ๆ ไป ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด อีกทั้งการจัดการเนื้อหาการเรียนรู้ จะถูกแบ่งเป็นหมวด (Category) ต่าง ๆ เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและเรียนรู้ เช่น Functional, Fundamental, Business, People, Data & IT หรือ HR System เป็นต้น

นอกจากนี้พนักงานสามารถติดตามสถานะการเรียนรู้และผลการเรียนได้ด้วยตัวเอง รวมถึงหัวหน้างานก็ยังสามารถตรวจสอบสถานะหรือผลการเรียนของลูกน้องภายใต้บังคับบัญชาได้อีกด้วย

2. Development

ระบบรองรับการทำแผนการพัฒนาแบบรายบุคคล (IDP) ซึ่งหัวหน้างานสามารถพูดคุยกับทีมงาน ร่วมกันออกแบบและวางแผนพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ ตาม Competency ลงในระบบ ระบบจึงเป็นเครื่องมือนำทางตามเส้นทางการพัฒนาที่กำหนดร่วมกัน ซึ่งผู้เรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลและเนื้อหาหลักสูตรได้ง่าย หัวหน้างานก็สามารถติดตามผลและประเมินผลตามแผนการพัฒนาดังกล่าวได้ ซึ่งทำให้การพัฒนาเป็นเรื่องง่ายขึ้น สะดวกขึ้น เพื่อพัฒนาให้เป็นคนเก่งที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

3. Engagement

ระบบสามารถสร้างภารกิจที่ทำทนายให้กับผู้เรียน โดยระบบสามารถจัดการแต้มคะแนน จัดอันดับผู้ที่เข้าเรียนหรือสอบได้คะแนนสูงสุดตามลำดับได้ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเข้าระบบบ่อยครั้งขึ้น เมื่อเกิดการแข่งขัน การเรียนก็สนุกและท้าทาย ทำให้การเรียนรู้ไม่เป็นเรื่องที่น่าเบื่ออีกต่อไป

4. Community

ระบบรองรับการสร้างเพลย์ลิสต์ตามเนื้อหาที่ผู้เรียนสนใจ สามารถแลกเปลี่ยนเนื้อหาการเรียนรู้ร่วมกันได้ ถือเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี เช่น ห้องความรู้ด้านการบริหารเงิน ห้องความรู้ด้าน AI ซึ่งผู้เรียนสามารถเข้ามาเรียนรู้หรือพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน

ระบบ iROBRU+ สามารถรองรับพนักงานโฮมโปร พนักงานสัญญาจ้าง พนักงานพาร์ทไทม์ พนักงาน PC และพนักงานของบริษัทในเครือมากถึง 34,944 คน โดยมีเนื้อหาหลักสูตรแบ่งเป็นหลักสูตรบังคับ และ Voluntary-Self Learning ที่สามารถเลือกเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง รวมทั้งสิ้น 424 หลักสูตร แบ่งเป็นหลักสูตรบังคับ 306 และ Self-Learning 118 หลักสูตร โดยในปี 2568 มีจำนวนการเข้าใช้งานรวมทั้งสิ้น 30,881 คน คิดเป็นร้อยละ 88 มีอัตราการเรียนสำเร็จ (Completed) ร้อยละ 77 ระยะเวลาเรียนเฉลี่ย 363 นาทีต่อคนต่อปี

จากกระแสดูรับไปในทิศทางที่ดีจากพนักงานในการเข้าใช้งานระบบเกิดจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ

1. ผู้บริหารให้ความสำคัญและเน้นย้ำถึงพนักงานทุกคนที่ต้องปรับตัวและเรียนรู้ในการนำ iROBRU+ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงานอย่างต่อเนื่อง
2. การสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีการจัดกิจกรรมเปิดตัวระบบวันพีเอ็มดี, กิจกรรม Roadshow แนะนำการใช้งานที่เข้าใช้งานได้ง่าย สะดวก เพียงเข้าผ่าน ME App ซึ่งเป็นแพลตฟอร์ม HR ที่พนักงานทุกคนเข้าเป็นประจำอยู่แล้ว ในการตรวจสอบเวลาการทำงาน การบันทึกคำร้องการลา การเปลี่ยนกะ หรือดู Slip เงินเดือน เป็นต้น รวมทั้งมีทีมงานที่พร้อมให้คำแนะนำอย่างทันท่วงที หากเกิดปัญหาในการเข้าใช้งาน
3. เนื้อหาด้านความรู้ ตอบสนองความต้องการของพนักงาน และมีประโยชน์ในการปฏิบัติงานโดยสามารถค้นคว้าหาข้อมูลที่สนใจได้อย่างง่ายดาย เปรียบเสมือนมีที่ปรึกษาส่วนตัว ซึ่งแบ่งหมวดเนื้อหาได้อย่างชัดเจนเหมาะสม สอดคล้องกับตำแหน่งงานและหน้าที่งานต่าง ๆ ทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานได้เป็นอย่างดี



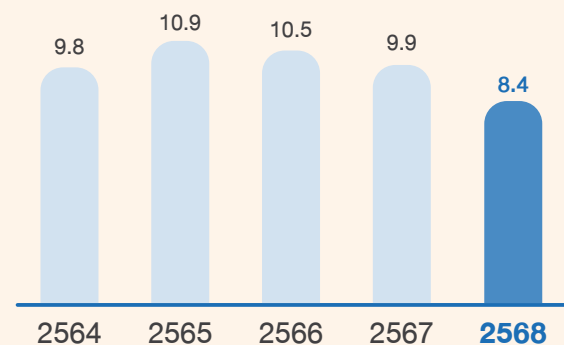
การสร้างความก้าวหน้าทางอาชีพ

การบริหารเส้นทางสายอาชีพเป็นเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบและมีแบบแผน มีการจัดการประเมินสมรรถนะความสามารถในตำแหน่งงานหลักที่เป็นหัวใจในการขับเคลื่อนธุรกิจ เช่น กลุ่มงานปฏิบัติการกลุ่มงานจัดซื้อ กลุ่มงานบริหารสินค้าคงคลัง เป็นต้น ตลอดจนการบริหารกลุ่มคนเก่ง (Talent Group) โดยพิจารณาความรู้ ความสามารถ และองค์ประกอบในมิติต่าง ๆ เช่น ผลการปฏิบัติงาน สมรรถนะความสามารถ ประสบการณ์และอายุงาน คุณลักษณะส่วนบุคคล เป็นระบบบริหารงานแบบหนึ่งที่ทำให้พนักงานมีทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน รองรับการเติบโตขององค์กร ก่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะพัฒนาตัวเองต่อไปเพื่อเป้าหมายที่สูงยิ่งขึ้น และเกิดการผูกพันกับองค์กร

นอกเหนือจากการพัฒนาศักยภาพพนักงานผ่านการอบรมแล้วบริษัท ได้กำหนดแผนการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Path) เพื่อเตรียมกำลังคนและทีมงานให้พร้อมเสมอสำหรับการเติบโตในสายอาชีพเฉพาะบุคคล สอดคล้องกับการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานแต่ละคนนั้น ดำเนินการโดยผู้บังคับบัญชาเป็นผู้กำหนดแผนการพัฒนาความก้าวหน้าทางอาชีพ (Individual Career Development Plan) ซึ่งประกอบไปด้วยการวางแผนอาชีพ (Individual Advance Career Plan) ซึ่งเป็นการคาดการณ์ถึงเส้นทางหรือแนวโน้มในการเติบโตทางอาชีพของพนักงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยพิจารณาจากความสามารถ ณ ปัจจุบันของพนักงาน เปรียบเทียบกับความคาดหวังขององค์กรในตำแหน่งที่สูงขึ้นแผนการพัฒนาส่วนบุคคล (Individual Development Plan หรือ IDP) ที่ระบุถึงศักยภาพที่พนักงานควรได้รับการพัฒนาและวิธีการที่สอดคล้องกันตามที่เราได้กล่าวไว้ในคู่มือสำหรับการจัดทำแผนความก้าวหน้าในอาชีพรายบุคคล เช่น การฝึกอบรมในหลักสูตรการฝึกปฏิบัติในงาน (On-the-Job Training) การสอนงาน (Coaching) การมอบหมายโครงการ (Project Assignment) เป็นต้น พนักงานจะได้รับการติดตามความคืบหน้าของแผน IDP และรับข้อมูลป้อนกลับจากผู้บังคับบัญชาในทุก ๆ 6 เดือน โดยจะเป็นการประเมินความคืบหน้าในการพัฒนาตนเองและพูดคุยหารือกันในหน่วยงานระหว่างตัวพนักงานและผู้บังคับบัญชา ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาศักยภาพเป็นไปอย่างต่อเนื่องสะสมเป็นพื้นฐานในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตในอาชีพของพนักงานต่อไป โดยกรอบการประเมินศักยภาพของบุคลากรของบริษัท นั้นจะใช้กรอบเดียวกันในทุกระดับตำแหน่งและสายงานเพื่อเปิดกว้างในการโอนย้ายข้ามสายงานกันได้ในอนาคต แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงาน สมรรถนะด้านการบริหาร และค่านิยมองค์กร พร้อมทั้งมีการประเมินผลงานรอบทิศทางแบบ 360-Degree Feedback ทั้งผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา

โดยผลของการประเมินศักยภาพที่ได้ จะใช้ในการพิจารณาควบคู่กับผลการประเมินการปฏิบัติงานประจำปีเพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารตามลำดับขั้น เพื่อนำไปประมวลผลสำหรับการปรับเลื่อนตำแหน่งและผลตอบแทนสำหรับกลุ่มคนเก่ง (Talent Group) และพิจารณาส่งผู้สืบทอดตำแหน่งสำหรับตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง (Successor) นับเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานการพัฒนาผู้นำให้พร้อมเติบโตไปกับการขยายตัวขององค์กร

อัตราการเลื่อนตำแหน่ง (%)



การประเมินผลการฝึกอบรมของพนักงาน

บริษัทฯ ได้มีการประยุกต์ใช้การประเมินผลการฝึกอบรมของพนักงานตามแนวทางของเคิร์กแพทริก (Kirkpatrick Model) เพื่อวิเคราะห์และประเมินผลตอบแทนของการลงทุนด้านการฝึกอบรมของพนักงาน ซึ่งมีการประเมินผลการฝึกอบรม 4 ลำดับ ประกอบด้วย



REACTION

วัดการตอบสนองในห้วงเรียน

LEARNING

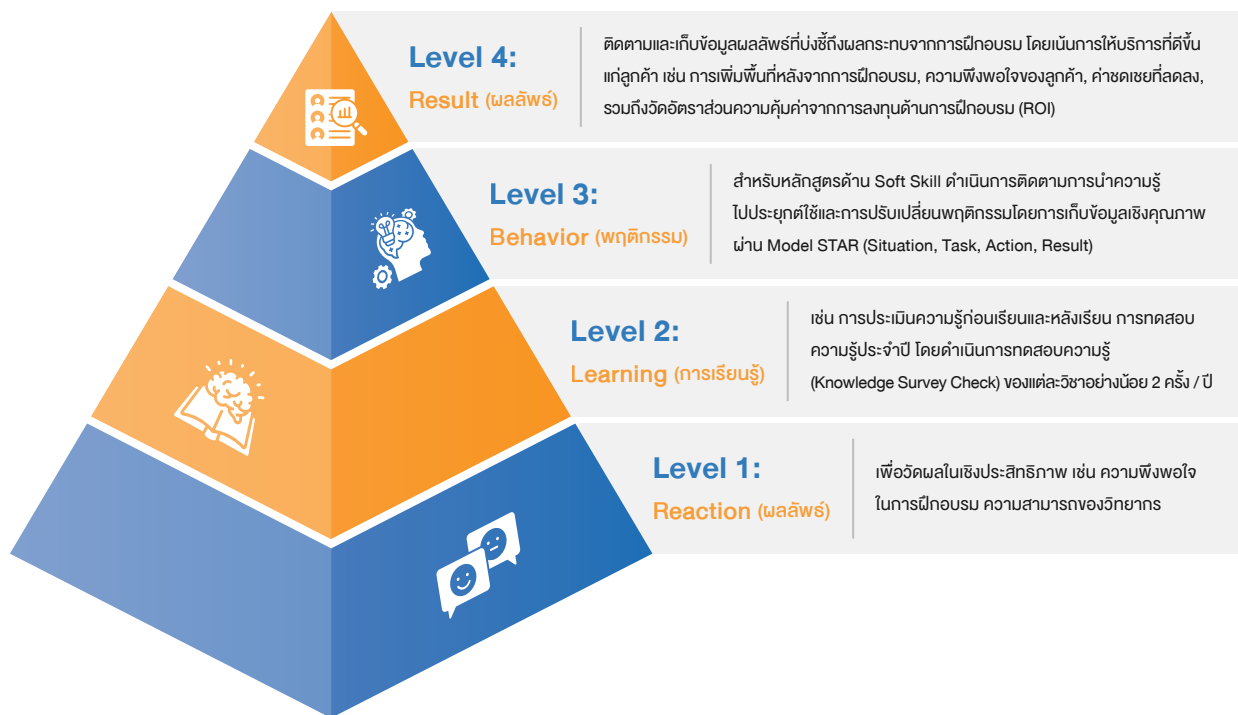
วัดความรู้ ความเข้าใจที่ได้จากการเรียนรู้

BEHAVIOR

วัดการทำความเข้าใจที่ได้ไปประยุกต์ใช้งานจนเกิดเป็นทักษะ หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

RESULT

วัดผลของการนำความเข้าใจที่ได้ไปปฏิบัติงานจริงจนได้ผลลัพธ์ทางธุรกิจ



ผลการดำเนินงาน

สรุปผลการฝึกอบรม	2564	2565	2566	2567	2568
Classroom (คน)	7,395	11,333	19,433	33,818	24,783
OJT (คน)	847	1,332	3,703	3,925	2,290
Digital Learning (คน)	5,889	13,711	11,230	17,853	185,598
Classroom (ชั่วโมง)	42,496	59,490	126,697	190,213	164,643
OJT (ชั่วโมง)	152,460	239,760	222,180	235,500	206,100
Digital Learning (นาที / คน)	25.20	262.20	112.98	69.8	363
Mandatory (ชั่วโมง)	28,957	27,567	79,126	221,452	126,495
Non-mandatory (ชั่วโมง)	167,342	271,683	269,752	516,174	244,248
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมโดยเฉลี่ยต่อคน	23.72	31.9	28.5	35.8	31.2

สรุปผลการฝึกอบรม	2564	2565	2566	2567	2568
ความรู้ของพนักงาน (ร้อยละ)	92.90	91.6	91.4	95.2	95.9
การลงทุนด้านการฝึกอบรม (ล้านบาท)	7.60	14.7	19.9	16.9	13.8
• Mandatory (บาท)	1,236,883	1,318,328	1,832,765	2,364,334	3,058,144
• Non – Mandatory (บาท)	6,365,025	12,432,006	18,039,598	14,566,508	10,746,668
การลงทุนด้านการฝึกอบรม (บาทต่อคน)	925	1,576	1,644	1,424	992
ผลตอบแทนการลงทุน (ร้อยละ)*	608	452	324	384	435
สัดส่วนกำไรต่อจำนวนพนักงาน (ล้านบาทต่อคน)	0.51	0.55	0.55	0.55	0.53

หมายเหตุ :

- ปี 2568 พนักงานใช้งานเข้าใช้งานผ่านระบบ E-Learning เพิ่มขึ้น เนื่องจากหลาย ๆ หน่วยงานมีการนำเนื้อหาการเรียนรู้มาลงในระบบ เช่น มาตรฐานการทำงาน, การใช้ระบบที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เป็นต้น
- ผู้เข้าอบรมนับแบบซ้ำหัว
- *ผลตอบแทนการลงทุนมาจากการสัดส่วนกำไรสุทธิต่อค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

การลงทุนด้านการฝึกอบรมต่อคนต่อปี	บาท / คน / ปี				
	2564	2565	2566	2567	2568
แยกตามอายุ					
อายุต่ำกว่า 20 ปี	-	76	21	54	90
อายุ 20-29 ปี	326	689	607	748	613
อายุ 30-39 ปี	770	1,645	1,425	1,491	1,157
อายุ 40-49 ปี	2,073	2,697	3,365	2,198	1,631
อายุมากกว่า 50 ปี	3,049	5,202	5,191	2,935	3,130
แยกตามเพศ					
ชาย	846	1,524	1,595	1,345	1,150
หญิง	997	1,623	1,692	1,505	1,172
แยกตามสัญชาติ					
สัญชาติไทย	926	1,577	1,681	1,465	1,175
สัญชาติอื่น ๆ	236	1,096	1	91	80
แยกตามระดับพนักงาน					
รองกรรมการผู้จัดการ	675	16,899	6,570	1,264	623
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	7,914	22,687	5,909	5,818	21,912
ผู้จัดการทั่วไป	3,260	11,822	31,784	9,127	10,081
ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	6,890	9,404	14,213	7,076	4,973
ผู้จัดการฝ่าย	4,243	6,608	6,908	4,698	3,901
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	312	694	669	909	690
แยกตามประเภท					
Mandatory	1,211	399	884	744	284
Non – Mandatory	2,604	2,434	2,835	936	1,196

การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และสุขภาพอนามัยของพนักงานทุกคนรวมทั้งประสิทธิภาพในการทำงานและมุ่งเน้นการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายคืออุบัติเหตุเป็นศูนย์ โดยถือเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ยึดมั่นควบคู่ไปกับการมุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจ Home Solution and Living Experience ที่ได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสินค้าเพื่อการก่อสร้าง ตกแต่ง ซ่อมแซมบ้าน และที่อยู่อาศัยครบวงจร

ดังนั้น บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกระดับ ดังนี้

1. บริษัทฯ จะคุ้มครอง ดูแล และส่งเสริมสุขภาพอนามัย และความปลอดภัยในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน พร้อมทั้งกำหนดมาตรการควบคุมและป้องกันที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี
2. บริษัทฯ จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงกฎหมาย กฎ ระเบียบ และมาตรฐานอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
3. บริษัทฯ จะรณรงค์ส่งเสริมกิจกรรมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน และเป็นความรับผิดชอบของพนักงานทุกคนทุกระดับ ที่จะร่วมมือกันเพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของตนเอง บริษัทฯ และผู้อื่น
4. บริษัทฯ จะสนับสนุนด้านบุคลากร เวลา งบประมาณ และการฝึกอบรมที่เหมาะสมและเพียงพอ เพื่อให้การดำเนินงานด้านความปลอดภัยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
5. บริษัทฯ จะสนับสนุนการปรับปรุงสภาพการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ เพื่อลดและป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ อุบัติการณ์ การบาดเจ็บ หรือการเจ็บป่วยจากการทำงาน
6. บริษัทฯ จะดำเนินการทบทวน ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังและเกิดประโยชน์สูงสุด
7. ผู้บังคับบัญชาทุกระดับต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เป็นผู้นำ อบรม ฝึกสอน และสร้างแรงจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานด้วยวิธีที่ปลอดภัย
8. ผู้บังคับบัญชาในแต่ละสาขาต้องบริหารจัดการ สั่งการ กำกับดูแล และดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับระบบการจัดการด้านความปลอดภัย พ.ศ.2565 และตามที่บริษัทกำหนด
9. พนักงานทุกคนต้องดูแลความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ปฏิบัติงาน รวมถึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของตนเอง เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนทรัพย์สินของบริษัทฯ เป็นสำคัญตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน



นโยบายความปลอดภัย
อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม
ในการทำงาน

สถิติด้านความปลอดภัย (OHS Performance Metrics)

รายละเอียด	หน่วย		2568
จำนวนชั่วโมงการทำงาน ¹	ชั่วโมง	พนักงาน	23,100,844
		Contractor	50,107,334
		รวม	73,208,178
จำนวนการเสียชีวิต	คน	พนักงาน	0
		Contractor	0
		รวม	0
อัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน ²	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	พนักงาน	0
		Contractor	0
		รวม	0
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึก ^{3, 4}	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	พนักงาน	1.39
		Contractor	0.42
		รวม	0.72
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่มีผลกระทบสูง ^{5, 6}	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	พนักงาน	0
		Contractor	0
		รวม	0
ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน : LTIFR ⁷	ต่อ 1,000,000 ชั่วโมง	พนักงาน	1.17
		Contractor	0.32
		รวม	0.59

หมายเหตุ :

1. ชั่วโมงทำงาน หมายถึง จำนวนชั่วโมงทำงานทั้งหมด ซึ่งรวมถึงชั่วโมงทำงานปกติและชั่วโมงทำงานล่วงเวลา
2. อัตราการเสียชีวิตจากการทำงาน = จำนวนผู้เสียชีวิตที่เกิดจากการบาดเจ็บจากการทำงาน / ชั่วโมงการทำงานทั้งหมด x 1,000,000 ชั่วโมง
3. อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึก = จำนวนการเกิดบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึก / ชั่วโมงการทำงานทั้งหมด x 1,000,000 ชั่วโมง
4. รายงานการบาดเจ็บจากการทำที่บันทึก ไม่รวมข้อมูลการบาดเจ็บที่มีการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและไม่หยุดงาน
5. การบาดเจ็บจากการทำงานที่มีผลกระทบสูง หมายถึง การบาดเจ็บที่เกี่ยวข้องกับการทำงานซึ่งส่งผลให้ต้องหยุดพักงานและไม่สามารถฟื้นตัวได้อย่างสมบูรณ์ภายใน 180 วัน (6 เดือน)
6. อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่มีผลกระทบสูง = จำนวนการบาดเจ็บจากการทำงานที่มีผลกระทบสูง / ชั่วโมงการทำงานทั้งหมด x 1,000,000 ชั่วโมง
7. ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน = จำนวนการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน / ชั่วโมงการทำงานทั้งหมด x 1,000,000 ชั่วโมง

มาตรการดำเนินการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ



ความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญและจัดให้มีนโยบายความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่กำหนดให้เป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนรับผิดชอบทั้งต่อตนเอง เพื่อนร่วมงาน โดยมีเป้าหมายคือ อุบัติเหตุเป็นศูนย์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและจัดสภาพแวดล้อมในที่ทำงานให้มีความเหมาะสม มีการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่ การตรวจวัดแสงสว่างในการทำงาน การตรวจวัดระดับเสียงของพนักงานที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการทำงาน โดยกำหนดให้หน่วยงานป้องกัน การสูญเสีย ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในด้านความปลอดภัยโดยเฉพาะ ทำหน้าที่ฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานทุกกลุ่ม ครอบคลุมทุกลักษณะงานที่มีความเสี่ยง ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน จัดลำดับ ความสำคัญและแผนการดำเนินการ ตรวจสอบ และให้คำแนะนำสภาพแวดล้อมในการทำงานประเมินความเสี่ยง อุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงมีการรณรงค์และจัดกิจกรรมเกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการทำงานพร้อมตรวจติดตามผลทางบริษัทฯ ได้คงอยู่ซึ่งความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับพนักงาน รวมถึง ผู้มีส่วนได้เสียผ่านการประชุมและปรึกษาหารือเกี่ยวกับสวัสดิภาพ สุขภาพและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน

บริษัทฯ พร้อมกับหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายมีความรับผิดชอบ ไปถึงการประเมินความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน และอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในสถานที่ทำงาน เพื่อจัดระดับความสำคัญพร้อมสร้างแผนการดำเนินงานลงรับ เพื่อที่จะให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความปลอดภัยในปี พ.ศ. 2568 เนื่องด้วย บริษัทฯ มีกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัย ของพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่ในสาขา บริษัทฯ จึงได้ให้ความรู้และอบรมพนักงานให้มีการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ถูกต้อง และปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง อาทิ การใช้รถเข็นบันได การใช้ รถลาก (Hand Jack)

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตนโยบายด้านสุขภาพและความปลอดภัยสู่คู่ค้าที่สำคัญในห่วงโซ่อุปทาน อาทิ ผู้รับเหมาก่อสร้างซึ่งมีบทบาทสำคัญในช่วงการก่อสร้างโครงการต่าง ๆ ของบริษัทฯ โดยเฉพาะในขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง บริษัทฯ ได้กำหนดเป็นข้อบังคับด้านสุขภาพและความปลอดภัยในสัญญาว่าจ้าง สำหรับผู้รับเหมาก่อสร้างที่ร่วมงานกับบริษัทฯ ว่าจะต้องดำเนินการและปฏิบัติตาม Safety Checklist อย่างเคร่งครัด มีการกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยประจำอยู่ ณ พื้นที่ก่อสร้าง และมีการว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกด้านความปลอดภัยที่ได้รับ

การรับรองมาตรฐาน ISO 14001 ในการตรวจประเมินเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประเมินรายสัปดาห์ โดยผู้จัดการโครงการของบริษัทฯ ดำเนินการประเมินความสอดคล้องสำหรับมาตรฐาน ISO 45001 ซึ่งประกอบด้วยการตรวจสอบและประเมินระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (OHS) ขององค์กรให้เป็นไปตามข้อกำหนด บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยตามกฎหมายด้านความปลอดภัย และแนวทางมาตรฐาน ISO 45001 คู่มือฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้และเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัยให้แก่บุคลากรทุกคน นอกจากนั้นยังมีการดูแลด้านความปลอดภัยให้กับแรงงานสัญญาเหมาช่วงที่ผ่านการว่าจ้างโดยผู้รับเหมาอีกทอดหนึ่ง ทั้งคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน และ International Labor Standards (ILO) เช่น ห้ามจ้างแรงงานเด็ก หากจ้างแรงงานต่างด้าวต้องมีใบอนุญาตทำงานทุกคน และไม่เอารัดเอาเปรียบในเรื่องค่าแรง มีการอำนวยความสะดวกกับแรงงานอย่างเหมาะสม เช่น การสร้างห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ที่ซักล้าง โรงอาหาร ร้านค้าสวัสดิการ ห้องรับเลี้ยงดูเด็ก ที่พักอาศัย รวมไปถึงการอบรมความปลอดภัยให้กับแรงงานที่ว่าจ้าง และบริษัทฯ ได้กำหนดให้ผู้รับเหมาทุกรายต้องทำประกันชีวิตแรงงาน หากเกิดการเสียชีวิตระหว่างปฏิบัติงาน ซึ่งเพิ่มเติมจากที่กฎหมายไทยกำหนดจากการรณรงค์และเห็นความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย ในปี 2568 ทางบริษัทฯ ได้รับรางวัลเกี่ยวกับด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ รางวัลจากโครงการรณรงค์ลดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ จากสถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน) ทั้งสิ้น 108 สาขา แบ่งเป็นรางวัลระดับทอง 6 สาขา ระดับเงิน 29 สาขา รางวัลระดับทองแดง 29 สาขา และรางวัลระดับต้น 44 สาขา



พิธีมอบรางวัลโครงการรณรงค์ลดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ โดยสถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน)

การเกิดอุบัติเหตุ

เหตุการณ์	ลักษณะการเกิดเหตุ	วิธีการป้องกัน	เป้าหมาย
การลื่น/สะดุดล้ม	<ul style="list-style-type: none"> พื้นลื่นหรือเปียก พื้นผิวที่ไม่เรียบ 	<ul style="list-style-type: none"> ดูแลความสะอาดและสภาพของพื้นอย่างสม่ำเสมอ ติดป้ายแจ้งเตือน พื้นต่างระดับ 	การเกิดอุบัติเหตุ เป็น 0
ของตกใส่	<ul style="list-style-type: none"> การจัดวางสินค้าที่ไม่มั่นคง ไม่กั้นพื้นที่ขณะจัดเรียงสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตั้งราวป้องกันในที่จัดวางสินค้าที่อยู่สูงเพื่อไม่ให้สินค้าร่วงหล่นลงมาได้ พัน/ซีล สินค้า ก่อนจัดเก็บ ขณะจัดเก็บ/จัดเรียงสินค้า ต้องทำการกั้นพื้นที่ กฎข้อบังคับในการจัดวางของบนที่สูงเพื่อสร้างความมั่นคง 	
การบาดเจ็บของหลัง	<ul style="list-style-type: none"> การยกของหนัก การยกเคลื่อนย้ายผิดท่า 	<ul style="list-style-type: none"> จัดหาอุปกรณ์การช่วยยกที่ถูกต้องให้กับพนักงาน ให้ความรู้วิธีการยกเคลื่อนย้ายที่ถูกต้อง 	
ตกจากที่สูง	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีอุปกรณ์ป้องกัน ไม่สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตราย 	<ul style="list-style-type: none"> จัดหาและบังคับให้พนักงานสวมใส่ชุดอุปกรณ์ป้องกันการตกในแนวดิ่งก่อนที่จะขึ้นบันไดทุกครั้ง จัดให้มีราวกันตกในอุปกรณ์ที่ทำงานบนที่สูง กรณีใช้งานรถเข็นบันได ต้องทำการล็อกล้อทุกครั้งก่อนขึ้นปฏิบัติงาน ติดป้ายสื่อสารวิธีการใช้งานอุปกรณ์อย่างปลอดภัย การสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายฯ ก่อนขึ้นปฏิบัติงาน 	
ชน/กระแทก	<ul style="list-style-type: none"> ชน/กระแทกขณะเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ทำงาน ชน/กระแทกขณะเคลื่อนย้ายสินค้า ชน/กระแทกบริเวณพื้นที่ที่มีเหลี่ยมหรือมุม 	<ul style="list-style-type: none"> กรณีเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ทำงาน ต้องจัดให้มีพนักงานอย่างน้อย 2 คน ขณะทำการเคลื่อนย้าย กรณีปฏิบัติงานกับรถยก ผู้ขับจะต้องให้สัญญาณทุกครั้งเพื่อแจ้งเตือนให้คนอื่นทราบ กรณีปฏิบัติงานกับเครน พนักงานที่ปฏิบัติงานจะต้องผ่านการอบรมและจัดให้มีผู้ให้ สัญญาณขณะเคลื่อนย้ายสินค้า ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องห้ามเข้าใกล้ ขณะรถยก หรือเครนทำงาน ติดป้ายเตือน หรือจัดให้มีกันกระแทกบริเวณพื้นที่ที่เป็นเหลี่ยมหรือมุม 	

มาตรการและแผนดำเนินงานป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ

1. กำกับดูแล และเน้นย้ำการปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างเคร่งครัด และสร้างเครื่องมือช่วยเน้นย้ำความปลอดภัยในการทำงานให้กับพนักงาน โดยการจัดให้มีป้ายเตือนการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัยบนอุปกรณ์ทำงานที่มีความเสี่ยงทุกอุปกรณ์ และมีการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ทุกไตรมาส ซึ่งคณะกรรมการบริษัทฯมีความรับผิดชอบโดยตรงในการกำกับดูแลในเรื่องของอาชีวอนามัยและความปลอดภัย คณะกรรมการได้จัดให้มีการทบทวนและประกาศนโยบายด้านความปลอดภัย เพื่อเป็นแนวทางกำกับ ดูแล และเน้นย้ำการปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานรวมถึงปฏิบัติให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด
2. บริษัทฯ มีเป้าหมายในการคุ้มครอง ดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน จึงกำหนดมาตรการควบคุมพฤติกรรมความปลอดภัย เพื่อเป็นเครื่องมือบริหารจัดการงานด้านความปลอดภัย พร้อมทั้งเป็นแนวทางการปฏิบัติงานให้กับพนักงาน มาตรการฯ มีผลบังคับใช้ทั้งกับพนักงาน พนักงานช่วยขาย พนักงาน Outsource โดยกำหนดให้พนักงานมีคะแนนความปลอดภัยสะสมไว้ในกรณีพนักงานกระทำพฤติกรรมเสี่ยงที่อาจนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุ (Near Miss) หรือกระทำให้เกิดอุบัติเหตุถึงขั้นบาดเจ็บทั้งตนเองและผู้อื่น หรือกระทำให้ทรัพย์สิน/สินค้าทั้งบริษัท และบุคคลอื่นได้รับความเสียหาย จะดำเนินการหักคะแนนความปลอดภัย และรับบทลงโทษตามเงื่อนไขกำหนด โดยการรายงานพฤติกรรมเสี่ยงมาจากการรายงานของพนักงาน ผู้บริหาร และการตรวจสอบจาก Management Cockpit

3. สํารวจข้อมูลสภาพแวดล้อมที่อาจก่อให้เกิดอันตราย หรืออุบัติเหตุจากการทํางาน เพื่อกําหนดมาตรการป้องกัน และสื่อสาร เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และจัดทําคู่มือ ป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุซ้ำ บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เรื่องความปลอดภัย จึงมีการสํารวจข้อมูลสภาพแวดล้อม ที่อาจก่อให้เกิดอันตราย หรืออุบัติเหตุจากการทํางาน เพื่อกําหนดมาตรการป้องกันและสื่อสารไม่ให้เกิด อุบัติเหตุซ้ำ เช่น การจัดทําป้ายเตือนอันตรายในพื้นที่ชาย กําหนดมาตรการความปลอดภัยในพื้นที่ที่มีน้ำขัง เป็นต้น
4. บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยของลูกค้า ที่เข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและเด็กเล็ก จึงได้กําหนดมาตรการป้องกันและลดความเสี่ยงจาก การเกิดอุบัติเหตุสำหรับกลุ่มดังกล่าวอย่างเป็นระบบ พร้อมจัดให้มีการให้คําแนะนํา การอํานวยความสะดวก และการสนับสุนนอย่างเหมาะสมทันทีเมื่อลูกค้าเข้ามา ใช้บริการภายในพื้นที่ของบริษัท
5. ประเมินการดําเนินงานที่มีความเสี่ยงเพิ่มเติม และจัดให้มี วิธีปฏิบัติงานรวมถึงกําหนดอุปกรณ์ป้องกันอันตราย ส่วนบุคคล (PPE) ให้ครอบคลุมตามความเสี่ยงของงาน เพื่อป้องกันความเสี่ยงหรืออันตรายจากการทํางาน
6. บริษัทฯ ได้สนับสนุนการจัดให้มีเครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้า อัตโนมัติ (Automated External Defibrillator: AED) ในสาขาที่เปิดใหม่ รวมถึงได้วางแผนดําเนินการจัดให้มี ครอบคลุมทุกสาขา ตั้งแต่ปี 2566 ถึง 2568 เป็นจํานวนทั้งหมด 122 เครื่อง ซึ่งปัจจุบันจัดให้มีครอบคลุมทุกสาขา พร้อมทั้ง ได้จัดให้มีการฝึกซ้อมขั้นตอนปฏิบัติในการกู้ชีพและ วิธีการใช้ AED ให้กับพนักงานสํานักงานใหญ่และทุกสาขา
7. บริษัทฯ วางแผนการฝึกซ้อมเพื่อเตรียมรับมือสถานการณ์ ฉุกเฉิน เช่น

7.1 กรณีเกิดเหตุคนหมดสติ จึงจัดการฝึกอบรม การปฐมพยาบาลและกู้ชีพเพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ ให้กับพนักงาน โดยจัดให้มีการฝึกซ้อมกับหุ่น CPR กําหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ

7.1.1 พนักงานแผนกป้องกันการสูญเสีย พนักงาน รักษาความปลอดภัย พนักงานตอบโต้เหตุวิกฤติ (Branch ERT) ผ่านการอบรม 100%

7.1.2 พนักงานแผนกบริการลูกค้า (CS) พนักงาน แผนกรับ-ส่งสินค้า (GR) รวมถึงพนักงานขาย และพนักงานช่วยขาย ผ่านการอบรมร้อยละ 40 ของแต่ละแผนก

7.1.3 พนักงานสํานักงานใหญ่ ผ่านการอบรม ร้อยละ 10 ของแต่ละแผนก

7.2 ฝึกซ้อมเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ เช่น การชักซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี พนักงานต้องเข้าร่วมฝึกซ้อมตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละบุคคล เพื่อให้เกิดความพร้อมในการรับมือต่อสถานการณ์ฉุกเฉินทุกสาขาปฏิบัติได้ครบถ้วน 100%

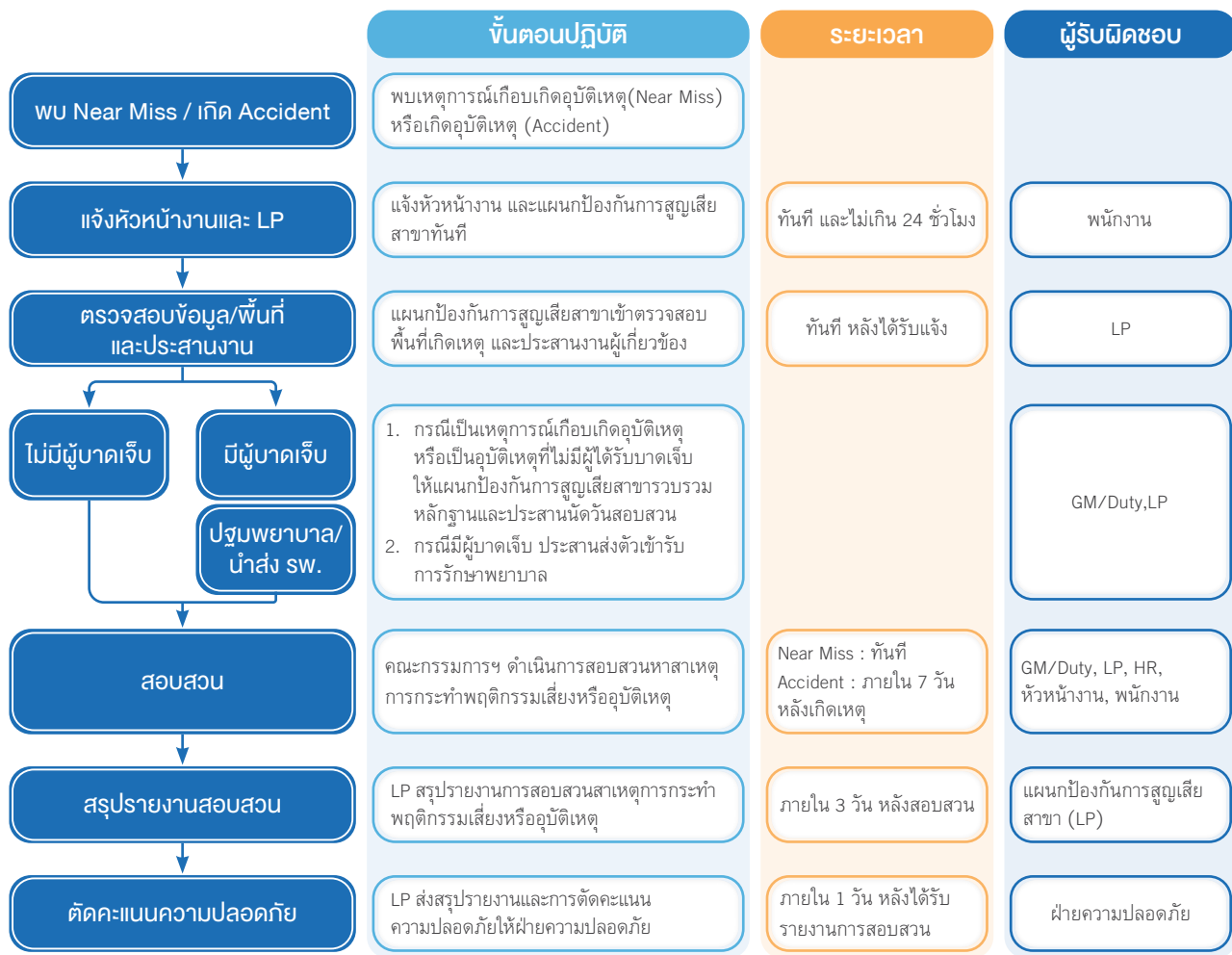
8. บริษัทฯ ได้จัดตั้งทีมตอบโต้สถานการณ์วิกฤตประจำสาขา (Branch Emergency Response Team: Branch ERT) ตั้งแต่ปี 2566 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกส่วนงาน ในการป้องกันและระงับเหตุเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินภายในพื้นที่ของบริษัท ทีม Branch ERT ประกอบด้วยพนักงานจากแผนกป้องกันการสูญเสียและพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ ซึ่งในปี 2568 มีพนักงานผ่านการฝึกอบรมรวมทั้งสิ้น 726 คน แบ่งเป็นพนักงานแผนกป้องกันการสูญเสีย จํานวน 352 คน และพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ จํานวน 374 คน

เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการเหตุฉุกเฉิน บริษัทฯ ได้จัดรูปแบบการฝึกอบรมและฝึกซ้อมตามพื้นที่ภูมิภาค โดยจัดตั้งศูนย์ประสานงาน ERT (ERT HUB) จํานวน 7 แห่ง ครอบคลุมทุกภูมิภาค ได้แก่ HUB-PYN ภาคตะวันออก, HUB-NKM ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, HUB-HYK ภาคใต้, HUB-DCSC ภาคกลาง, HUB-RJP และ HUB-BNA กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ HUB-MH CMI ภาคเหนือ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมการแข่งขันทักษะการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน (ERT Competition Hub) เพื่อเป็นการทบทวนและพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน เสริมสร้างความมั่นใจและความพร้อมของพนักงาน ในการเข้าระงับเหตุ โดยเฉพาะกรณีอัคคีภัย ควบคู่กับการส่งเสริมความร่วมมือและความสามัคคีภายในองค์กรอย่างยั่งยืน

9. ปัจจุบันบริษัทฯ มีศูนย์กลางการแจ้งเตือนและเฝ้าระวังเหตุวิกฤต (Management Cockpit) มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตลอด 24 ชั่วโมง โดยในงานด้านความปลอดภัย ได้มีการวางแผนตรวจสอบเกี่ยวกับพฤติกรรม ความปลอดภัยในการทำงานของกิจกรรมที่มีการทํางานในเวลากลางคืน เพื่อเฝ้าระวังและยับยั้งเหตุการณ์ที่ไม่ปลอดภัย

ขั้นตอนการสอบสวนอุบัติเหตุ การเจ็บป่วย โรค และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน



การดูแลสุขภาพ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพพนักงาน พร้อมทั้งใส่ใจในด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการทำงานของพนักงาน โดยได้ดำเนินการตรวจสอบสภาพแวดล้อมในพื้นที่ปฏิบัติงานตามกฎหมาย เช่น แสง เสียง คุณภาพอากาศ ความชื้น และอุณหภูมิ เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานภายใต้จุดมุ่งหมาย “ทำงานแล้วต้องมีความสุข” อันประกอบไปด้วย Happy Workplace, Teamwork, Think Good Do Great และ Stay Healthy

- บริษัทฯ ดำเนินโครงการ HR Clinic เพื่อให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่พนักงานในการแก้ปัญหาต่าง ๆ อาทิ ความท้อใจ ความตึงเครียด ปัญหาในการทำงาน และปัญหาครอบครัว เป็นต้น โดยพนักงานจะได้รับการดูแลทางด้านสุขภาพทางจิตใจจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านการให้คำปรึกษาจากหน่วยงานทรัพยากรบุคคล ผ่านทางโทรศัพท์หรือการนัดหมายล่วงหน้าเพื่อเข้าพบเป็นการส่วนตัว รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี เพื่อสร้างความตระหนักรู้สภาวะจิตใจของตนเอง อาทิ การนั่งสมาธิ และวิ่งปั่นสนา
- บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการป้องกันในการดูแลสุขภาพและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานในกรณีที่เกิดโรคระบาด ได้แก่ ปฏิบัติตามมาตรการและคำสั่งของหน่วยงานภาครัฐและสื่อสารให้พนักงานทราบอย่างทั่วถึง แต่งตั้งคณะกรรมการในการดูแลและควบคุมโรคระบาดของบริษัทฯ บริหารจัดการรูปแบบการทำงานให้มีความยืดหยุ่น เช่น จัดให้มีการทำงานจากที่พักอาศัย (Work From Home) ทำงานนอกสถานที่ (Work from Anywhere) และสนับสนุนให้มีการฉีดวัคซีนป้องกันยารักษาโรค และอุปกรณ์ที่จำเป็นแก่พนักงานและครอบครัว

- บริษัทฯ จัดให้มีบริการ Telemedicine ซึ่งเป็นบริการให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางให้พนักงานสามารถพบแพทย์ได้เสมือนจริง โดยใช้โทรศัพท์มือถือส่วนตัว สแกน QR Code เข้าแอปพลิเคชันไลน์ VDO Call ปรึกษาอาการเจ็บป่วยกับแพทย์หรือพยาบาลได้ทุกวัน พร้อมทั้งมีบริการจัดส่งยาให้กับพนักงาน ทำให้พนักงานสามารถเข้าถึงการรักษาอาการเจ็บป่วยได้ทันทีทุกเวลา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีแพทย์เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยและให้คำปรึกษาแก่พนักงานในโรงพยาบาลที่อาคารสำนักงานใหญ่ทุกวันจันทร์และวันพฤหัสบดี พร้อมทั้งมีพยาบาลประจำห้องพยาบาลเพื่อรักษาพนักงานทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์
- บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านการยศาสตร์ของพนักงาน (Ergonomics) เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมของพื้นที่ปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสม และลดอาการเจ็บป่วยด้านการยศาสตร์ของพนักงาน ซึ่งพบว่าพนักงานที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงมีท่าทางการปฏิบัติและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นบริษัทฯ จึงจัดอบรมด้านการยศาสตร์ให้แก่พนักงานเพื่อแนะนำท่าทางการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง พร้อมทั้งปรับสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญ และติดตามผลด้านสุขภาพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอจากการตรวจสุขภาพประจำปี รวมถึงข้อมูลการเข้ารับการรักษาพยาบาลของพนักงานพบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีปัญหาด้านสุขภาพนอกเหนือจากโรค Office Syndrome แล้วยังมีโรค Non-Communicable Diseases (NCD) เช่น โรคทางเดินหายใจ และโรคไขมันในเลือดสูง
- บริษัทฯ จึงจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพทั้งในเชิงป้องกันและสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค โดยจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับพนักงานกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้
 1. โครงการ HomePro Fun Walk 2025 - Walk For Heart “ทุกก้าวที่เดิน ก้าวเพื่อหัวใจ” เดินสนุกสุขภาพดี เพื่อกระตุ้นให้พนักงานออกกำลังกายหรือเคลื่อนไหวร่างกายให้มากขึ้นในชีวิตประจำวันด้วยการเดินหรือการวิ่ง โดยใช้ Mobile Application ผ่าน Virtual Application เก็บข้อมูลจำนวนก้าวของผู้เข้าร่วมโครงการ ผู้ที่สะสมจำนวนก้าวครบตามหลักเกณฑ์ก่อนเป็นผู้มีสิทธิรับของรางวัลตาม Step ที่กำหนด พร้อมทั้งจัดกิจกรรม HomePro Fun Walk Outdoor 2025 ณ สวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ) โดยมีคู่ค้าและพนักงานโฮมโปรทั่วประเทศ เข้าร่วมกิจกรรม กว่า 1,300 คน ซึ่งทุกก้าวเดินของทุกคนได้ถูกเปลี่ยนเป็นเงินบริจาคจำนวน 2.2 ล้านบาท ให้แก่ศูนย์โรคหัวใจ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย



2. จัดให้มีการอบรมด้านสุขภาพจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญผ่านช่องทางออนไลน์ และในห้องประชุม ให้แก่พนักงานของบริษัทฯ และบริษัทในเครือได้เข้าร่วมอบรมซักถามปัญหาด้านสุขภาพ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถรับมือกับโรคต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปี 2568 มีการจัดอบรมด้านสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์และในห้องประชุม จำนวน 6 ครั้ง ดังนี้

2.1 Health Talk : LONGEVITY FORMULA สูตรลับสุขภาพดี ทั้งกายและใจแบบโฮมโปร

โดย นพ.คณพล ภูมิรัตนประพิณ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ และ CEO Health@Work บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพกายและสุขภาพใจ พร้อมทั้งบุคลิกกิจกรรมสุขภาพ อาทิ Basic Health Check-up บุรบทารักษา Office Syndrome และบุรบทตรวจสุขภาพเท้า เพื่อให้พนักงานสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตซึ่งมีพนักงานเข้าร่วม จำนวน 98 คน

2.2 มะเร็งลำไส้ โรคภัยที่มาพร้อมกับความอ้วน

โดย พญ. ศักนันท์ เทียนไชย แพทย์ทางด้านมะเร็งบำบัด โรงพยาบาลวิชัยยุทธ ให้ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งลำไส้ พร้อมทั้งบุคลิกกิจกรรมสุขภาพ อาทิ บุรบทะเบียง เล่นเกมส์ รับของรางวัล บุรบทารักษา Office Syndrome จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม 82 คน

2.3 กินมัน(ส์)อย่างไร? ไม่ให้อายุสั้น !!!

โดย นพ.ศวัสพล คุณชัยพานิชย์ แพทย์เวชศาสตร์ป้องกัน แขนงอาชีวเวชศาสตร์ ประจำศูนย์สร้างเสริมสุขภาพ โรงพยาบาลนนทเวช ให้ความรู้ด้านการกิน ประเภทไขมัน พฤติกรรมการกิน วิธีการป้องกัน พร้อมบุญกิจกรรมสุขภาพ อาทิ บริการตรวจสุขภาพเบื้องต้น (มวลกระดูก/มวลกล้ามเนื้อ/มวลไขมัน) และรับผลิตภัณฑ์นม แอนลีน โดยมีจำนวนพนักงานที่เข้าร่วม 131 คน



2.4 Use Heart for Action ใส่ใจเปลี่ยนพฤติกรรม ป้องกันโรคหัวใจ

โดย ผศ. นพ. สมชาย ปรีชาวัฒน์ หัวหน้าศูนย์โรคหัวใจ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ให้ความรู้เรื่อง การรู้หลัก 4อ 2ส 1น และรู้วิธีการปฏิบัติตัว เพื่อหัวใจแข็งแรง โดยมีจำนวนพนักงานที่เข้าร่วม 173 คน

2.5 จบปัญหามาบอกลา Office Syndrome

โดย นพ. รวิทร์ ปัญจมะวัต แพทย์เวช ปฏิบัติทั่วไป รพ.ทหารเรือกรุงเทพ ให้ความรู้เกี่ยวกับสาเหตุการเกิดอาการ วิธีป้องกัน เคล็ดลับ พร้อม Workshop ทำบริหาร พร้อมรับบริการ Ultrasound Office Syndrome โดยมีจำนวนพนักงานที่เข้าร่วม 98 คน



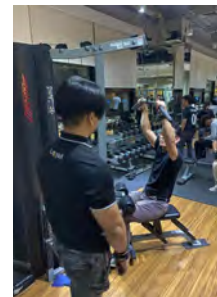
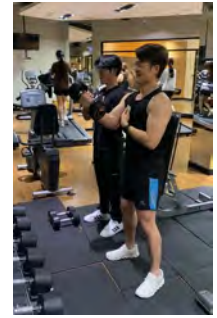
2.6 Heat Stroke ภัยร้ายหน้าร้อน ... อันตรายถึงชีวิต !!!

โดย พญ.นิตายา อยู่ภักดี นายแพทย์ชำนาญการ สถาบันพัฒนาสุขภาพเขตเมืองกรมอนามัย ให้ความรู้ Heat Stroke คืออะไร มีอาการอย่างไร วิธีป้องกันและปฐมพยาบาลเบื้องต้น โดยมีจำนวนพนักงานที่เข้าร่วม 89 คน



ฟิต สุขภาพดีกันต่อกับ HomePro Fit&Fun

บริษัทฯ จัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีของพนักงานโดยมีพนักงานที่ออกกำลังกายแต่ละประเภทเป็นประจำมีทักษะในการออกกำลังกาย และเสนอตนเองเป็น Trainer เพื่อสอน แนะนำทักษะ วิธีการออกกำลังกายให้กับพนักงานที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม อาทิ กิจกรรมออกกำลังกาย Aerobic กิจกรรมออกกำลังกาย Body Combat และกิจกรรมออกกำลังกาย Weight Training โดยใช้เวลาหลังเลิกงานตั้งแต่เวลา 18.00 น. ซึ่งใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที ในแต่ละครั้ง จำนวน 3 ครั้ง/เดือน ทั้งนี้ ในปี 2568 มีการจัดกิจกรรมทั้งสิ้น 12 ครั้ง และมีพนักงานเข้าร่วม จำนวน 70 คน



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งชมรมกีฬาและสันทนาการ (Sport Club) ตามความชอบและสมัครใจ โดยพนักงานมีการรวมกลุ่มออกกำลังกายประเภทต่าง ๆ เช่น ฟุตบอล แบดมินตัน ปิงปอง ฟิตเนส วิ่ง โยคะ

การติดตามผลการฟื้นฟูด้านสุขภาพ

บริษัทฯ ได้มีการติดตามผลพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ จากผลการตรวจสุขภาพของพนักงาน ประจำปี 2568 พบว่าพนักงานมีสุขภาพดังนี้

สรุปผลการตรวจสุขภาพของพนักงาน	2564	2565	2566	2567	2568
พนักงานมีค่าไขมันในเลือด (Cholesterol) อยู่ในเกณฑ์ปกติคือต่ำกว่า 200 mg/dL (%)	42	49	45	39	46
จำนวนการรักษาพนักงานที่มีปัญหาด้านสุขภาพเกี่ยวกับโรค Office Syndrome (ครึ่ง)	599	1,479	1,101	960	1,002



การดูแลลูกค้า

S



การกำกับดูแล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้าและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยถือว่าลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญและเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน ภายใต้โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังยึดถือมาตรฐานด้านความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการเป็นเป้าหมายสำคัญ โดยกำหนดให้มโนปายและแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเคร่งครัดพร้อมทั้ง ได้วางมาตรการป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยจัดให้มีระบบการจัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูลลูกค้าที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูงสุด พร้อมทั้งกำหนดจริยธรรมในการนำเสนอข้อมูลสินค้าที่เป็นจริงและเป็นธรรม เพื่อสร้างความมั่นใจว่าทุกปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัทฯ และลูกค้า จะตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและความซื่อสัตย์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความไว้วางใจและความผูกพันต่อแบรนด์ในระยะยาว



กลยุทธ์

บริษัทฯ ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยกลยุทธ์ที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric) มุ่งเน้นการสร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีตามวัตถุประสงค์ We Make a Better Living ที่ไม่ได้เป็นเพียงการขายสินค้า แต่เป็นการส่งมอบคุณค่าและช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องบ้านที่ครบวงจร โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมวิถีชีวิตที่ยั่งยืนให้แก่ผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการยกระดับมาตรฐานการบริการหลังการขายจากทีมช่างผู้เชี่ยวชาญ (Chang HomePro) รวมถึงนำกลยุทธ์ Omni-Channel มาใช้ในการเชื่อมโยงช่องทางจำหน่ายทั้งหน้าร้านสาขาและแพลตฟอร์มออนไลน์เข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลา อย่างสะดวกสบาย พร้อมทั้งนำระบบวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) จากฐานสมาชิก HomeCard มาใช้ในการศึกษาความต้องการของลูกค้าในเชิงลึกสำหรับนำเสนอสิทธิประโยชน์และแคมเปญที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคล (Personalization) ได้อย่างแม่นยำ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า และสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับทุกคน



การบริหารจัดการความเสี่ยง

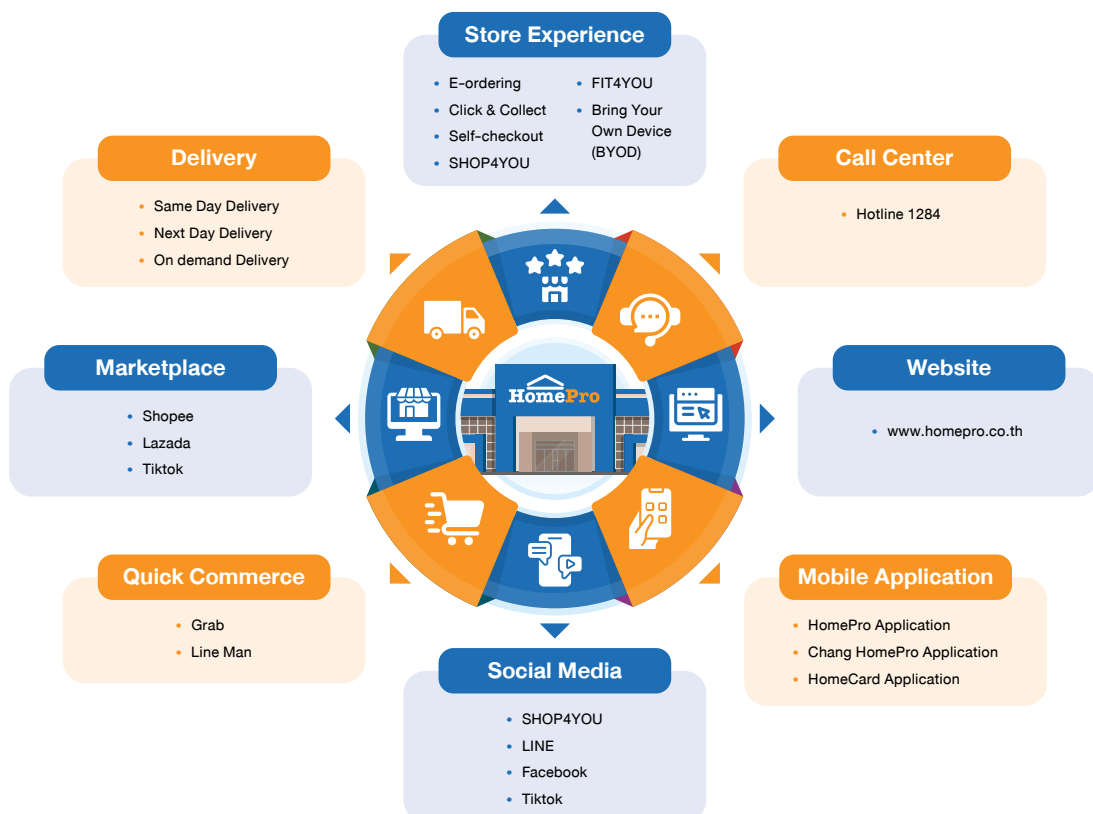
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้า โดยได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่กำหนดนโยบายกรอบการประเมินความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ และบูรณาการความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นกับลูกค้า รวมอยู่ในความเสี่ยงหลักขององค์กร อาทิ ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งบริษัทฯ ได้วางมาตรการป้องกันและตรวจสอบระบบสารสนเทศอย่างเข้มงวด เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลของลูกค้าจะได้รับการปกป้องตามมาตรฐานสากลและเป็นไปตามกฎหมาย PDPA อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการบริหารความเสี่ยงด้าน คุณภาพและมาตรฐานสินค้า ผ่านกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าและการตรวจสอบสินค้า (Quality Assurance) อย่างละเอียด เพื่อลดความเสี่ยงจากการจำหน่ายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภค พร้อมทั้งจัดให้มีระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดขั้นตอนการตอบสนองและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว มีการกำหนดแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำเดิม เพื่อลดผลกระทบต่องานลักษณะและรักษาความไว้วางใจของลูกค้า

ตัวชี้วัด 	เป้าหมาย 	ผลการดำเนินงาน 
<ul style="list-style-type: none"> ความพึงพอใจของลูกค้า Customer Experience Index	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า Customer Experience Index เป็นร้อยละ 85 ภายในปี 2568	<ul style="list-style-type: none"> ดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า Customer Experience เป็นร้อยละ 91.1

แนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนางานบริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุก ๆ ด้าน โดยได้พัฒนานวัตกรรมบริการรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า อาทิ การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายแบบไร้รอยต่อ (Seamless Omni Channel): ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ให้เชื่อมโยงกันอย่างราบรื่นเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน Market Place หรือหน้าร้าน ก็สามารถทำได้ง่ายดายและไม่มีสะดุด การเพิ่มบริการ Home Service รูปแบบใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น เช่น บริการจัดส่งสินค้าด่วน บริการติดตั้งและซ่อมบำรุงถึงบ้าน หรือบริการให้คำปรึกษาและแนะนำสินค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการ พฤติกรรม และความสนใจของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการที่ตรงใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น รวมถึงการนำเสนอโปรโมชั่นหรือข้อเสนอพิเศษที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีในทุก ๆ ด้าน อีกทั้งยังช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

ระบบซื้อขายสินค้าและบริการเชื่อมโยงทุกช่องทางอย่างไร้รอยต่อ (Seamless Omni-Channel Platform)



บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาแพลตฟอร์ม Omni-Channel ที่เชื่อมโยงทุกช่องทางทางการซื้อสินค้าและบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อย่างไร้รอยต่อ เพื่อให้ลูกค้าและคู่ค้าสามารถเข้าถึงโฮมโปรได้ง่ายยิ่งขึ้น สะดวก ทุกที่ ทุกเวลา ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภค ยุคดิจิทัล ผ่านการขยายช่องทางหน้าร้านเพิ่มขึ้น ทั้งในรูปแบบโฮมโปร และรูปแบบไฮบริดโฮมโปร เมกาโฮม ครอบคลุม ลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้าบ้านและลูกค้าช่าง อีกทั้งขยายช่องทางออนไลน์ โดยเปิด Market Place ให้คู่ค้านำเสนอสินค้ากว่า 5,000 รายการ ผ่านเว็บไซต์โฮมโปร พร้อมขยายช่องทางจำหน่ายไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ภายนอกอย่าง Shopee, Lazada, TikTok Shop รวมถึงยังตอบโจทย์พฤติกรรมที่ต้องการซื้อสินค้าที่รวดเร็ว ด้วย Quick Commerce ผ่าน Grab Mart, Line Man และ Food Panda พร้อมบริการจัดส่งถึงบ้าน (On Demand Delivery) เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็วทันใจ นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ และเลือกรับสินค้าที่สาขา ผ่านระบบ Click and Collect หรือจะใช้บริการผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น HomePro Application, Chang HomePro Application และ HomeCard Application รวมไปถึงการติดต่อผ่านศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Call Center) เพื่อให้ทุก ๆ การซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าสะดวกสบายที่สุด และครบวงจร

Mobile Application

ปัจจุบันพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ยังมีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการใช้บริการ Delivery ต่อเนื่อง อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มากขึ้น บริษัทฯ ได้พัฒนา Mobile Application 3 แอปพลิเคชัน ได้แก่ HomePro Application, Chang HomePro Application, HomeCard Application โดยทั้ง 3 แอปพลิเคชัน สามารถเชื่อมโยงกันได้ เพื่อเพิ่มช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการ ผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน ทั้งระบบ IOS และ Android พร้อมมอบความสะดวกสบายและรวดเร็ว ตอบโจทย์ลูกค้ายุคดิจิทัล ที่มีความต้องการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นตามรายละเอียดดังนี้



HomePro Application

บริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุง HomePro Application เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ สะดวกมากยิ่งขึ้น ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ตอบโจทย์ ทุกความต้องการของลูกค้าด้วยการแบ่งหมวดหมู่สินค้าเกี่ยวกับบ้าน เช่น ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว และห้องนั่งเล่น เป็นต้น พร้อมด้วยการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย เช่น การจ่าย ผ่านบัตรเครดิต QR Code อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง หรือเลือกผ่อนชำระสินค้ารายเดือนได้ตาม ความต้องการมาพร้อมกับบริการจัดส่งสินค้าแบบมาตรฐานพร้อมติดตั้งจากทีมงาน ช่างคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีบริการ Same Day Delivery ที่จัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ภายในวัน อย่างรวดเร็ว หรือหากลูกค้าสะดวกรับสินค้าที่สาขา ก็สามารถใช้บริการ Click and Collect สั่งซื้อและรับสินค้าได้ที่หน้าร้านภายในวันและเวลาที่กำหนด



Chang HomePro Application

บริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุง Chang HomePro Application เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดี โดยทีมช่างคุณภาพจากโฮมโปรกว่า 3,000 ทีม ครอบคลุมพื้นที่บริการมากที่สุด ในประเทศไทย ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ที่ให้บริการเรื่องบ้านแบบครบวงจรมากกว่า 200 บริการ ทั้งสำรวจ ออกแบบ ติดตั้ง ซ่อมแซมและปรับปรุง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเรียก ใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชม. มั่นใจ ช่างไม่ทิ้งงาน พร้อมการรับประกันงาน นานสูงสุด 365 วัน



HomeCard
Application

บริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุง HomeCard Application เพื่อเป็นช่องทางอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก โฮมโปรการ์ด เข้าถึงสิทธิประโยชน์และโปรโมชั่นได้ง่ายกว่าเดิม ลูกค้าสามารถตรวจสอบคะแนน การใช้คะแนนแลกส่วนลด และสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนบุคคลได้ด้วยตัวเอง



FIT TILE
Application

นอกจาก “3 แอปฯ จบครบเรื่องบ้าน” บริษัทฯ ยังได้พัฒนาแอปพลิเคชันอัจฉริยะที่ช่วยอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าที่ต้องการเลือกซื้อกระเบื้อง โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน ให้สามารถใช้งานด้วยพีเจอาร์ (Augmented Reality) ที่สามารถจำลองพื้นที่เสมือนจริงในการกำหนดขอบเขตปูกระเบื้องและลายกระเบื้องที่ต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถคำนวณจำนวนกระเบื้องที่ต้องใช้และสำรองกระเบื้องหน้าร้านไว้ได้ ทำให้ช่วยประหยัดเวลา ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาไปหน้าร้านหากระเบื้องลายที่ต้องการ



บริการ Shop4you

บริษัทฯ พัฒนาบริการ SHOP4YOU เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์ โดยลูกค้าแอดไลน์ เพิ่มเพื่อน @Homepro ทักข้อความ ส่งรูปภาพ สอบถามรายละเอียดสินค้าและสั่งซื้อสินค้าจากพนักงานได้โดยตรง หรือสั่งทาง Facebook HomePro Thailand และ Call Center 1284 จากนั้นเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินที่สะดวกและหลากหลายช่องทาง ทั้งชำระออนไลน์ด้วยบัตรเครดิต/เดบิต โอนเงิน หรือชำระเงินที่สาขา



บริการ FIT4You

บริษัทฯ พัฒนาบริการ FIT4You ดูแลจัดการทุกขั้นตอนรับบ้านอย่างมืออาชีพ เพื่อเป็นช่องทางอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการจัดการปรับปรุงบ้านในขนาดที่ต้องการ และส่วนที่ต้องวัดพื้นที่เฉพาะ เช่น ฉากกันห้อง ฝ้ามา่น ไม้ Wallpaper ปูหญ้าเทียม บริการออกแบบทาสี หรือบริการสั่งตัดเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงมีบริการสั่งตัด โดยแผนกวัสดุก่อสร้าง เช่น โรงจอดรถ ประตู มุ้งลวด โดยลูกค้า สามารถกำหนดพื้นที่ ฟังก์ชันการใช้งาน งบประมาณได้เอง เพื่อให้ลูกค้าสามารถปรับปรุงบ้านได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เพียง 4 ขั้นตอนง่าย ๆ

- 1 ติดต่อสอบถาม และเลือกแบบสินค้า
- 2 สำรวจพื้นที่ วัดหน้างาน
- 3 สรุปรูปแบบและทำใบเสนอราคา (เพื่อให้ลูกค้าคอนเฟิร์มแบบและราคา)
- 4 ชำระเงินและนัดติดตั้งพร้อมดูแลจัดการทุกขั้นตอน ด้วยช่างมืออาชีพจาก Chang HomePro

บริการชำระเงินด้วยตัวเอง สะดวก รวดเร็ว (Self-checkout)

Self-checkout หรือ การชำระเงินด้วยตัวเอง เป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อให้ลูกค้าสามารถสแกนสินค้าและชำระเงินได้ด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องรอคิวที่แคชเชียร์ ทำให้การซื้อสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และเป็นส่วนตัวมากขึ้น ลูกค้าเพียงแค่นำสินค้าไปสแกนที่เครื่อง แล้วเลือกวิธีการชำระเงินก็สามารถนำสินค้าออกจากร้านได้ทันที สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบายในการชำระเงิน

การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (Online-ordering)

E-ordering เป็นช่องทางการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกสบายจากทุกที่ทุกเวลา เพียงแค่มีอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ข้อดีของ Online-ordering คือ ช่วยให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ง่าย มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และสามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น



BYOD (Bring Your Own Device)

BYOD หรือ Bring Your Own Device โดยบริษัทฯ พัฒนาระบบการเข้าถึงข้อมูล เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลในการให้บริการลูกค้า โดยนำอุปกรณ์ส่วนตัวมาช่วยในการบริการลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือแล็ปท็อป มาใช้อำนวยความสะดวกในการทำงานได้เพิ่มความคล่องตัวในการทำงานได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา เลือกใช้แอปพลิเคชันและเครื่องมือที่ตนเองถนัดผ่านอุปกรณ์ที่คุ้นเคย และสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

บริการ Click and Collect

บริการ Click and Collect คือ บริการที่ช่วยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อสินค้า โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ HomePro หรือแอปพลิเคชัน HomePro แล้วสามารถรับสินค้าด้วยตัวเองได้ที่สาขา HomePro ใกล้บ้านภายในเวลาเพียง 1 ชั่วโมงหลังจากได้รับอีเมลยืนยันคำสั่งซื้อ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- เลือกซื้อสินค้าผ่านโฮมโปรออนไลน์ www.homepro.co.th หรือ HomePro Application และเลือกสาขาที่ต้องการรับสินค้า
- เข้ารับสินค้าภายใน 1 ชั่วโมง หลังจากที่ได้รับอีเมลยืนยันคำสั่งซื้อ หากต้องการรับสินค้าภายในวันที่สั่งซื้อ ต้องทำการชำระเงินให้เรียบร้อยก่อนเวลา 19.00 น.
- ติดต่อเข้ารับสินค้าได้ที่ “จุดบริการลูกค้า Click and Collect” โดยแจ้งหมายเลขโทรศัพท์ หรือ หมายเลขอ้างอิง ที่แสดงในใบยืนยันคำสั่งซื้อ

Chang HomePro มือโปรประจำบ้านคุณ - บริการเรื่องบ้านครบวงจร

บริการจัดส่งติดตั้งด่วนภายในวันเดียวกัน (Same Day Delivery & Installation)

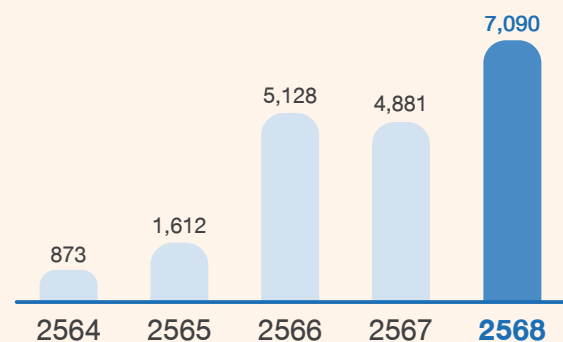
บริษัทฯ พัฒนาบริการจัดส่งสินค้าและติดตั้งด่วนภายในวันเดียวกัน (Same Day Delivery & Installation) ซึ่งเป็นการตอบใจต่อความต้องการให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้าซื้อสินค้ากลุ่มเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น - น้ำร้อน เครื่องกรองน้ำ เครื่องซักผ้า - อบผ้า ปัม - แทงค์ เครื่องดูดควัน - เตาผิง รวมถึงสินค้าอื่น ๆ ที่ต้องใช้บริการติดตั้ง พร้อมทั้งมีบริการ Home Service อาทิ บริการล้างทำความสะอาด บริการตรวจเช็คซ่อมแซมบ้าน บริการติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าและบริการอื่น ๆ เมื่อซื้อสินค้าหรือบริการก่อนเวลา 16.00 น. บริษัทฯ จะดำเนินการจัดส่งสินค้า พร้อมทั้งติดตั้งสินค้าภายในเวลาไม่เกิน 20.30 น. ในวันเดียวกัน

บริการช่วยเหลือฉุกเฉิน (Emergency Service)



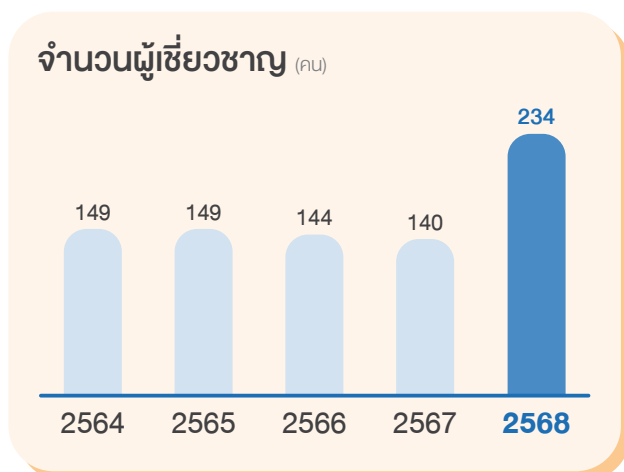
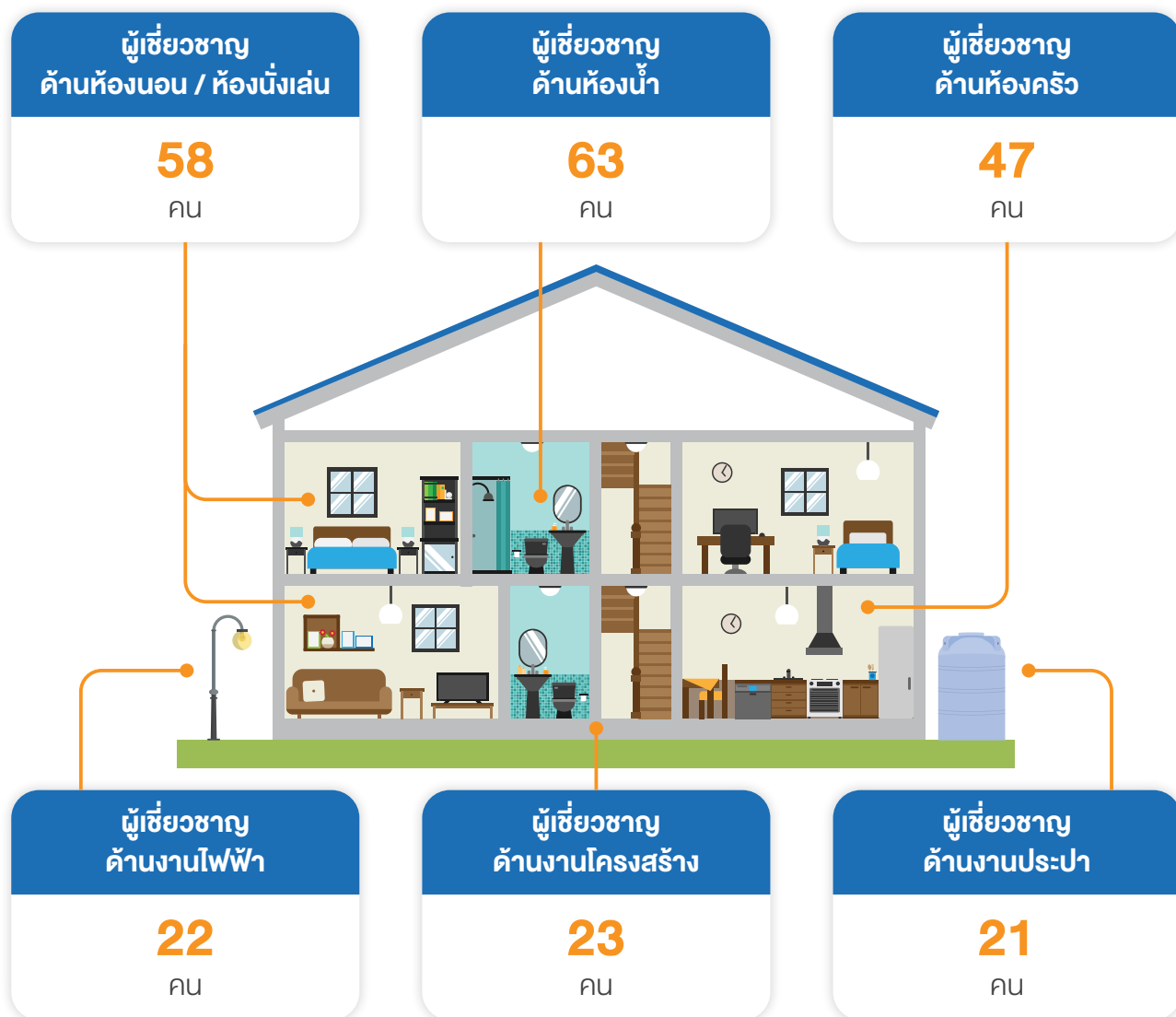
บริษัทฯ ได้มีการพัฒนารูปแบบการบริการและปรับปรุงบ้านเพื่อช่วยแก้ปัญหาเรื่องบ้านให้กับลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งลูกค้าสามารถเรียกช่างเพื่อให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉินได้ตลอดเวลา อาทิ ไฟดับ ไฟช็อต ปัมน้ำไม่ทำงาน ท่อน้ำแตก โดยให้บริการครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และมีการขยายบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน ในพื้นที่ให้บริการต่างจังหวัด จำนวน 43 จังหวัด ซึ่งในปี 2568 มีลูกค้าใช้บริการ Emergency Service จำนวน 7,090 งาน

จำนวนการใช้งาน (งาน)



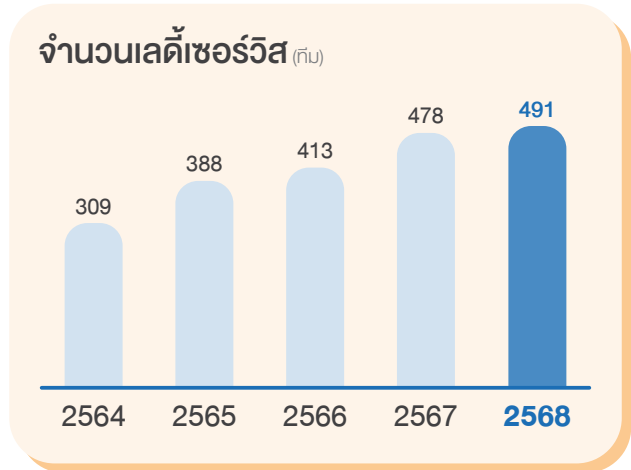
บริการผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเรื่องบ้าน (Room Consultant Team)

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะช่วยแก้ปัญหาเรื่องบ้านให้กับลูกค้า โดยได้มีทีมผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการฝึกอบรมตามมาตรฐานของบริษัทฯ ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญ ทั้งทางด้านห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนอนและห้องพักผ่อน ลูกค้าสามารถขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญเพียงหนึ่งคน ก็สามารถออกแบบและเลือกสินค้าได้ครบในหนึ่งห้อง นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญด้านห้องต่าง ๆ แล้ว บริษัทฯ ยังได้พัฒนาผู้เชี่ยวชาญ ด้านงานโครงสร้าง ผู้เชี่ยวชาญด้านงานไฟฟ้า และผู้เชี่ยวชาญด้านงานประปาอีกด้วย โดยในปี 2568 มีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา เรื่องบ้าน (Room Consultant Team) รวมทั้งสิ้น 234 คน



บริการเลดี้เซอร์วิส (Lady Service)

ปัจจุบันมีผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุและสุภาพสตรีใช้ชีวิตอยู่โดยลำพังเป็นจำนวนมาก ความปลอดภัยในการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ และบริษัทให้ความสำคัญ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้จึงได้พัฒนาบริการ Lady Service โดยการคัดเลือกช่างที่เป็นสุภาพสตรีมาฝึกอบรมงานบริการที่มีมาตรฐาน เพื่อให้บริการติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าและบริการบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้า ในปี 2568 มีจำนวนช่าง Lady Service ทั้งหมด 491 ทีม



บริการทำความสะอาด (Cleaning Solutions)

บริษัทฯ ได้พัฒนางานบริการทำความสะอาด Cleaning Solutions ผ่าน Chang HomePro Application โดยมีทีมงานจาก Chang HomePro ที่ผ่านการอบรมและมีความเชี่ยวชาญ ให้บริการทำความสะอาดแบบครบวงจร เพื่อเป็นตัวช่วยให้กับลูกค้าที่ไม่มีเวลา หรือเหนื่อยล้ากับการทำความสะอาดบ้านด้วยตนเอง ซึ่งลูกค้าสามารถรับบริการทำความสะอาดจาก Chang HomePro ได้อย่างง่ายดาย ทุกที่ ทุกเวลา เหมือนมีช่างประจำบ้านจากโฮมโปรมาดูแล

บริษัทฯ ขยายงานบริการล้างแอร์รูปแบบใหม่ที่ทำให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น “มอเตอร์ไซค์ล้างแอร์” บริการล้างแอร์โดยมีช่างมืออาชีพจาก Chang HomePro เข้าบริการล้างแอร์ให้กับลูกค้า โดยใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ พร้อมเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ครบครัน ให้บริการอย่างมีมาตรฐาน ด้วยขั้นตอนการล้างแอร์มาตรฐาน 23 ขั้นตอน พร้อมทั้งรับประกันคุณภาพงาน 30 วัน หากมีปัญหา น้ำหยด น้ำรั่ว บริษัทฯ จะส่งช่างล้างแอร์ให้ใหม่ พร้อมมอบโอโซนฟรี ซึ่งบริการมอเตอร์ไซค์ล้างแอร์สามารถเข้าให้บริการล้างแอร์ได้อย่างรวดเร็วทันใจ ช่วยลดระยะเวลาการเดินทาง แม้ในสถานที่ที่เข้าถึงยากหรือรถติดและตอบโจทยทุกพื้นที่ที่ตอบโจทยด้านการบริการเรื่องแอร์ สร้างความสะดวกสบาย สะอาด ปลอดภัยไร้กังวล สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

Home Makeover

บริษัทฯ มุ่งมั่นมอบความคุ้มค่าทั้งทางด้านสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้เรียนรู้จากความต้องการของลูกค้า และนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้จากข้อมูลสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กรุงเทพฯ และปริมาณพลมีบ้านอยู่อาศัยกว่า 6 ล้านหลังซึ่งบ้านที่อยู่อาศัยเหล่านั้นอาจไม่ตอบโจทย์วิถีชีวิตของคนในบ้านที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ซึ่งการปรับปรุงบ้านให้เหมาะสมกับการใช้งานเป็นเรื่องที่สร้างปัญหาให้กับเจ้าของบ้านเป็นอย่างมาก บริษัทฯ ในฐานะที่เป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกเกี่ยวกับเรื่องบ้านอย่างครบวงจร ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับบ้าน จึงได้พัฒนาการบริการปรับปรุงบ้าน โครงการ “Home Makeover ปรับบ้าน เปลี่ยนชีวิต” โดยช่างเทคนิคจาก Chang HomePro ที่ผ่านการฝึกอบรมอย่างมืออาชีพ และมีความสามารถในงานตั้งแต่งานทาสีขนาดเล็กหรือการติดตั้งเล็กน้อยไปจนถึงการปรับปรุงบ้านครั้งใหญ่ ซึ่งเป็นบริการสามารถ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนไทยให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ให้บริการ “Home Makeover ปรับบ้าน เปลี่ยนชีวิต” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 โดยมีทีมงานมืออาชีพจาก Chang HomePro บริการให้คำปรึกษา ออกแบบและปรับปรุงบ้าน ซึ่งตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ ปี 2559 - 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงบ้าน จำนวน 1,840 หลัง

ศูนย์บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า (Repair Center)

เนื่องจากปัจจุบันลูกค้าประสบปัญหาเรื่องการหาศูนย์บริการรับซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้มาตรฐาน อีกทั้งขั้นตอนในการส่งซ่อมมีระยะเวลายาวนาน บริษัทฯ ในฐานะผู้นำในธุรกิจ Home Solution and Living Experience ที่มีความมุ่งมั่นในการช่วยแก้ปัญหาเรื่องบ้านให้กับลูกค้าเพื่อให้ได้รับบริการที่รวดเร็วยิ่งขึ้น บริษัทฯ ได้ริเริ่มจัดตั้งศูนย์บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ณ รัชสิด เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้บริการซ่อมเครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า ปัมป์น้ำ เครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องทำน้ำร้อน ทีวี เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมีทีมช่างมืออาชีพที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ให้บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าให้กับลูกค้า วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ (ทุกวัน) เวลา 09.00-18.00 น. โดยมีจำนวนงานบริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นการช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องใช้ไฟฟ้าและลดขยะอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

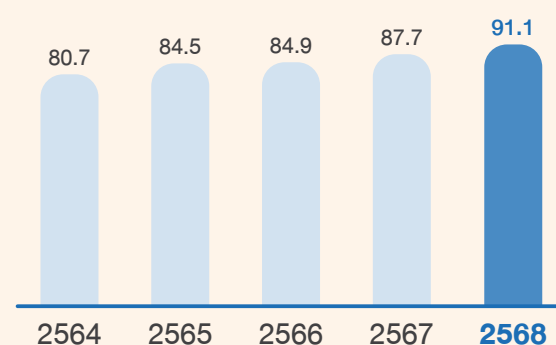
ปี	จำนวนงานบริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า (งาน)	จำนวนชิ้นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ซ่อม (ชิ้น)
2566	11,882	12,082
2567	22,821	23,421
2568	66,101	101,949

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ มีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทฯ โดยมีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทฯ ได้ทำการว่าจ้างเพื่อทำการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าในทุกสาขาเป็นรายเดือน โดยแต่ละสาขามีจำนวนลูกค้าที่เก็บข้อมูลได้ประมาณอยู่ที่ 500 คน โดยรวมแล้วมีลูกค้าทั้งหมด 45,000 คนที่ถูกเก็บข้อมูล และนำผลการประเมินไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ ตลอดจนพัฒนาปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

โดยในปี 2568 ทางบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าเป็นร้อยละ 85.0

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (%)





การสร้างโอกาสและ ความร่วมมือทางธุรกิจ

S



การกำกับดูแล

บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะทีมช่างซึ่งเป็นลูกค้า หรือ บริษัท Outsource ที่มีความสำคัญ โดยบริษัทฯ ยึดถือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นรากฐานในการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจ โดยกำหนดนโยบายการบริหารจัดการลูกค้าที่โปร่งใสและเป็นธรรม เพื่อส่งเสริมการเติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน ในมิติด้านการสร้างอาชีพ บริษัทฯ ได้วางโครงสร้างการกำกับดูแลที่ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกช่างที่มีจริยธรรม การกำหนดเกณฑ์การวัดผลมาตรฐานฝีมือแรงงานที่ชัดเจน ไปจนถึงการกำกับดูแลให้มีการจ่ายค่าตอบแทนที่สะท้อนถึงค่าครองชีพจริง (Living Wage) เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับทีมช่าง รวมถึงมีระบบตรวจสอบและควบคุมคุณภาพงานบริการที่เป็นระบบ เพื่อรักษาผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้า



กลยุทธ์

บริษัทฯ ดำเนินโครงการ “เก้าแก่น้อย” และจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมช่างเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในการให้บริการลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ และมีมาตรฐาน พร้อมทั้งสนับสนุนช่างที่มีศักยภาพแต่ขาดเงินทุน ให้สามารถจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทของตนเอง เพื่อสร้างความมั่นคงในอาชีพและเติบโตเป็นพันธมิตรทางธุรกิจระยะยาวกับบริษัทฯ และมีการกระจายงานให้ช่างอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ช่างมีรายได้อย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 8 Decent Work and Economic Growth ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีและมีผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านการขาดแคลนช่างที่มีทักษะและมีมาตรฐานฝีมือแรงงาน ถือเป็นความเสี่ยงหลักที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการส่งมอบงานบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว เพื่อรับมือกับความท้าทายดังกล่าว บริษัทฯ จึงดำเนินโครงการ “เก้าแก่น้อย” เพื่อสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ (HomePro Ecosystem) ที่ครบวงจร ผ่านการยกระดับช่างทั่วไปสู่การเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพที่มีความมั่นคงทางการเงินและมีทักษะการบริหารจัดการที่เป็นระบบ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนช่างที่มีมาตรฐานและรองรับงานบริการของบริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการแก้ไขปัญหาเรื่องบ้านและที่อยู่อาศัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างยั่งยืนระหว่างบริษัทฯ พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้บริโภค

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none"> จำนวนทีมช่าง 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนทีมช่างเป็น 1,800 ทีมภายในปี 2568 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนทีมช่างเป็น 3,032 ทีม

โครงการเก้าแก่น้อย

บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคม เพื่อให้ชุมชนได้รับค่าจ้างที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต (Living Wage) พร้อมทั้งส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผ่านการฝึกพัฒนาช่างในโครงการเก้าแก่น้อย เพื่อให้มีมาตรฐาน สามารถให้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ เนื่องจากปัจจุบันมีลูกค้าจำนวนมากที่มีความต้องการหาช่างคอยดูแล ซ่อมแซม และปรับปรุงบ้าน อย่างไรก็ตาม ลูกค้าประสบปัญหาในการหาช่างที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการ ทั้งนี้ ในมุมมองของบริษัท ได้มีการขยายงานบริการอย่างต่อเนื่องและต้องการช่างเป็นจำนวนมาก เนื่องจากช่างที่รับงานจากบริษัทฯ มีทั้งในรูปแบบบริษัท และช่างทั่วไป บริษัทฯ พบว่ามีช่างเป็นจำนวนมากที่มีความรู้ความสามารถและอยากเป็นเจ้าของกิจการ มีบริษัทเป็นของตนเอง แต่ขาดทุนทรัพย์ บริษัทฯ จึงให้การสนับสนุนและช่วยเหลือช่างกลุ่มนี้ให้มีโอกาสเติบโตเป็นเจ้าของกิจการ มีความพร้อมรับ การกระจายงานของบริษัทฯ และเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ

มุ่งสร้างความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โดยการยกระดับฝีมือช่างให้มีมาตรฐานและเพิ่มจำนวนทีมช่างให้เพียงพอต่อการขยายสาขา เพื่อช่วยแก้ปัญหาเรื่องน้ำและส่งมอบงานบริการให้ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ



ช่าง

- การให้ความรู้
- กักขะงานหลากหลาย
- สนับสนุนทางการเงิน
- สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวก
- การสร้างงาน
- มีงานทำสม่ำเสมอ
- มอบสวัสดิการความมั่นคง



ลูกค้า

- ช่วยแก้ปัญหาเรื่องบ้าน
- การรับประกันไม่กึ่งงาน
- ส่งมอบงานที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน
- ส่งมอบความรวดเร็วตรงเวลา
- ความสะอาดสวยงาม
- ให้คำปรึกษา คำแนะนำ
- ควบคุมค่าใช้จ่าย
- สร้างแรงบันดาลใจ

Social Impact

- มีความรู้ มีฝีมือได้มาตรฐาน
- มีงานทำสม่ำเสมอ
- มีรายได้แน่นอน
- มีโอกาสเป็นเจ้าของกิจการ
- ครอบครัวมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
- มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
- คลายกังวลเรื่องช่างกึ่งงาน

Business Impact

- มีช่างสนับสนุนการขยายสาขา
- รองรับงานบริการได้มากขึ้น
- ช่วยผลักดันให้เกิดยอดขาย
- บริการครบวงจร (One Stop Service)
- รู้จักแบรนด์ของบริษัทฯ (Brand Awareness)
- ความจงรักภักดีต่อบริษัทฯ
- เพิ่มยอดขาย
- สร้างความพึงพอใจของลูกค้า



ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่บริษัทได้รับจากการดำเนินงานตามโครงการ :

รายได้จากบริการ Home Service เพิ่มขึ้นจาก 890.1 ล้านบาท ในปี 2567 เป็น 972.2 ล้านบาท ในปี 2568



บริษัทฯ ได้ร่วมกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน สนับสนุนการแข่งขันฝีมือแรงงานนานาชาติ World Skills ตั้งแต่ปี 2561 จนถึงปัจจุบัน โดยร่วมเป็นอนุกรรมการในการแข่งขันมาตรฐานฝีมือแรงงานสาขาระบบทำความเย็น และสนับสนุนรางวัล เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกซ้อมสำหรับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และร่วมเป็นวิทยากรอบรมให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันอีกด้วย โดยผู้ชนะการคัดเลือกจะเป็นตัวแทนระดับประเทศไทยสู่เวทีการแข่งขันรายการ World Skills ในระดับอาเซียนและระดับโลก บริษัทฯ ยังได้รับโล่จากกระทรวงแรงงานในฐานะองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการยกระดับฝีมือแรงงานให้ได้มาตรฐานสู่ระดับสากล โดยการส่งช่างเข้าทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน (กพร.)

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาและส่งเสริมทักษะแรงงาน โดยให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมในประเทศ ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการเสริมสร้างความสามารถของช่างฝีมือและพัฒนาคุณภาพการบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้า บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นเครือข่ายพัฒนาฝีมือแรงงานมากกว่า 16 ปี ต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2552 ถึงปี 2568 ได้พัฒนาช่างฝีมือไปแล้วทั้งหมดกว่า 12,534 คน และได้รับรางวัล “เครือข่ายพัฒนาฝีมือแรงงาน” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ในฐานะองค์กรที่มีส่วนในการสนับสนุนการพัฒนาฝีมือแรงงาน ในฐานะองค์กรที่มีส่วนในการสนับสนุนการพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมถึงร่วมดำเนินการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน และประเมินความรู้ความสามารถ ให้แก่ช่างฝีมือ และประชาชนทั่วไป ตลอดจนสนับสนุนการจัดการแข่งขันฝีมือแรงงานในทุกระดับซึ่งมีส่วนสำคัญทำให้ภารกิจบรรลุตามเป้าหมาย เพื่อผลิตกำลังแรงงานที่มีคุณภาพป้อนอุตสาหกรรมของประเทศ สร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคแรงงาน และเศรษฐกิจของประเทศ



พิธีมอบโล่เกียรติคุณ “เครือข่ายพัฒนาฝีมือแรงงาน” จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

โครงการอบรมช่าง

บริษัทฯ ได้ขยายการดำเนินโครงการพัฒนาช่าง เพื่อสร้างช่างมืออาชีพที่มีมาตรฐานสู่ตลาดแรงงาน พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตของช่างไทยอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมช่าง ได้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมช่าง CHANG Home PRO ณ เมกาไฮม์รังสิต ซึ่งเป็นศูนย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน และได้รับอนุญาตจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน เพื่อฝึกอบรมช่าง 2 หลักสูตร ได้แก่ ช่างติดตั้งเครื่องปรับอากาศในบ้านและการพาณิชย์ขนาดเล็ก ระดับ 1 และหลักสูตรช่างติดตั้งระบบไฟฟ้าภายในอาคาร ระดับ 1 ทั้งภาคทฤษฎีและฝึกปฏิบัติงานในสถานที่จริง พร้อมทั้งได้รับการทดสอบมาตรฐาน ปัจจุบัน มีช่างที่จบหลักสูตรจำนวน 617 คน พร้อมทั้งได้บรรจุเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ เพื่อรองรับงานบริการด้าน Home Service ซึ่งเป็นการช่วยลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานช่าง

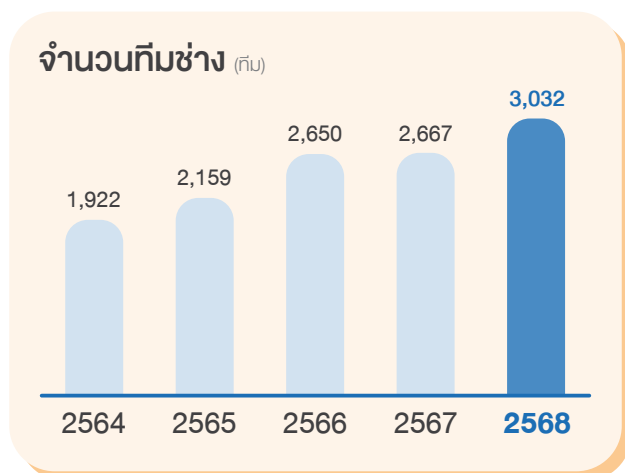
รางวัล Technician and Delivery Service Award

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาทีมช่างให้มีคุณภาพ มีมาตรฐาน เพื่อรองรับงานบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งบริษัทฯ มีการฝึกอบรมช่าง และมีการติดตามประเมินผลการทำงานของทีมช่างอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้ง จัดพิธีมอบรางวัล Technician and Delivery Service Award โดยรางวัลนี้บริษัทฯ ได้ทำการประเมินผลการทำงานของทีมและคัดเลือกทีมช่างทั่วประเทศ ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาหลายด้าน ทั้งทางความสำเร็จของงาน ด้านความพึงพอใจลูกค้า ด้านคำชมเชยจากลูกค้า

ด้านความสามารถในการดำเนินงานได้ตรงตามกำหนดเวลาและไม่มีการร้องเรียนจากลูกค้า ทั้งนี้ ในปี 2568 มีทีมช่างที่ผ่านเกณฑ์และได้รับรางวัล Technician and Delivery Service Award ประจำเดือน ประเภทงานจัดส่งสินค้า ประเภทงานติดตั้งเครื่องปรับอากาศและเครื่องใช้ไฟฟ้า ประเภทงานบริการล้างเครื่องใช้ไฟฟ้า ประเภทงานซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า และประเภทงานแม่บ้าน ทั้งหมด 163 รางวัลโดยทีมที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน 163 ทีม และ Technician and Delivery Service Award of the Year 2025 จำนวน 51 รางวัล นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการมอบรางวัลนักปั้นยอดเยี่ยมให้กับเจ้าของกิจการจำนวน 10 บริษัท ที่มีส่วนสนับสนุนและร่วมพัฒนาทีมช่างขนส่งและช่างติดตั้งให้มีมาตรฐาน



ทั้งนี้ ในปี 2568 มีจำนวนทีมช่างทั้งหมด 3,032 ทีม ซึ่งนับเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่ช่างได้มากกว่า 6,000 ตำแหน่ง และสามารถสร้างรายได้ให้กับทีมช่าง 1,794 ล้านบาท





การดูแลชุมชนและสังคม

S



การกำกับดูแล

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการ “สร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้กับสังคม” เราเชื่อมั่นว่าการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจต้องก้าวไปพร้อมกับการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนรอบข้าง บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่ครอบคลุมการกำกับดูแลด้านสังคมที่มุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำ การส่งเสริมการเข้าถึงที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย และการพัฒนาทักษะอาชีพเพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคง ผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ



กลยุทธ์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนและสังคม มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วม ระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยบูรณาการกลยุทธ์ด้านการดูแลชุมชนและสังคมเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจ พร้อมทั้งมีการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านกิจกรรม และโครงการเพื่อสังคม รวมถึงการพัฒนาทักษะอาชีพ สร้างงานสร้างรายได้ให้คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตัวเองได้ เป็นการสร้างผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว และสร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคม



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ มีการวิเคราะห์ประเด็นความท้าทายทางสังคมที่เชื่อมโยงกับธุรกิจอย่างครอบคลุม อาทิ ผลกระทบจากการขยายสาขาต่อวิถีชีวิตชุมชน การปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนของชุมชน และการรักษามาตรฐานความปลอดภัยของชุมชน โดยบริษัทฯ ได้นำประเด็นเหล่านี้มาบูรณาการเข้ากับแผนกลยุทธ์องค์กรผ่านการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการปฏิบัติต่อชุมชนอย่างเท่าเทียม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างระบบรับเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพและการลงพื้นที่เพื่อสำรวจชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าเสียงของชุมชนได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็วและโปร่งใส

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none">โครงการและกิจกรรมเพื่อสังคมจำนวนห้องน้ำในโครงการห้องน้ำเพื่อสังคม	<ul style="list-style-type: none">สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคมผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆขยายการดำเนินงานโครงการห้องน้ำเพื่อสังคมให้ครอบคลุมทุกจังหวัดที่มีการเปิดสาขา	<ul style="list-style-type: none">จำนวนห้องน้ำในโครงการห้องน้ำเพื่อสังคม 80 ห้องบริจาคช่วยเหลือชุมชน 3.8 ล้านบาท

ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคม สร้างงานสร้างอาชีพ พร้อมทั้งสนับสนุนและสร้างการมีส่วนร่วม กับทุกภาคส่วนโดยนำหลักการของ Business for Societal Impact (B4SI) มาจัดทำเป็นกลยุทธ์การดำเนินงานการทำการกิจกรรม เพื่อสังคมแบบรวมของบริษัทฯ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ผ่านนโยบายและกิจการม ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อแก้ไขปัญหาของสังคมอย่างเป็นรูปธรรม และยกระดับความสามารถของชุมชนเพื่อให้สามารถ ก้าวหน้าไปพร้อมกับธุรกิจและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนผ่านโครงการและกิจกรรมดังนี้



- การศึกษาแนวปฏิบัติของการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ตามหลักเกณฑ์สากล Business for Societal Impact Framework (B4SI)
- ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)
- การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) และธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)
- ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการดำเนินงาน ของธุรกิจ (CSR in process) มาพิจารณาร่วมกับการจัด ทำกรอบการดำเนินงานฯ ของบริษัทฯ

การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนในสถานการณ์ภัยน้ำท่วมภาคใต้

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงขึ้น ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของประชาชนและสิ่งแวดล้อมอย่างมาก โดยเฉพาะปี 2568 เกิดสถานการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง และในพื้นที่ใกล้เคียงหลายจังหวัด บริษัทฯ จึงเดินทางส่งต่อความห่วงใย และช่วยเหลือชุมชนอย่างต่อเนื่อง ภายใต้โครงการ “โสมโปร เมกาโสม ห่วงใย ร่วมใจฟื้นฟูบ้าน” ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐหลายภาคส่วน ดังนี้

ระหว่างสถานการณ์น้ำท่วม

- เปิดจุดรับบริจาคสิ่งของช่วยน้ำท่วมภาคใต้อย่างเร่งด่วน ทุกสาขาทั่วประเทศในระยะแรก

บริษัทฯ เปิดจุดรับบริจาคสิ่งของจำเป็นที่ โสมโปรและเมกาโสม ทุกสาขาทั่วประเทศ โดยตั้งจุดรับบริจาคหลักที่บริเวณพื้นที่ หน้าสาขา ตั้งแต่เวลา 09.00 น. เป็นต้นไป เชิญชวนลูกค้าและประชาชนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งต่อกำลังใจ ผ่านการบริจาค สิ่งของที่เป็นต่อการดำเนินชีวิตในช่วงวิกฤต อาทิ อาหารพร้อมทานหรืออาหารกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำดื่ม ยารักษาโรค เสื้อผ้า ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว เป็นต้น สิ่งของทั้งหมดนี้ จะถูกรวบรวมและจัดส่งไปยังพื้นที่ประสบอุทกภัยในภาคใต้ เพื่อให้ถึงมือผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือโดยเร็วที่สุด



จุดรับบริจาคสิ่งของจำเป็นที่ โสมโปรและเมกาโสม ทุกสาขาทั่วประเทศพร้อมจัดทีมงาน และรถขนส่ง เพื่อนำสิ่งของส่งมอบให้กับชุมชนและผู้ประสบภัยน้ำท่วมภาคใต้

• **รวมพลังพันธมิตร ส่งต่อพลังน้ำใจไทย มอบ “สินค้าช่วยฟื้นฟูบ้าน-น้ำแฉะก๊อ ดักร” ช่วยเหลือผู้ประสบภัยภาคใต้**

บริษัทฯ จับมือกับพันธมิตรทางธุรกิจหลากหลายแบรนด์ชั้นนำ ได้แก่ 6ty Degrees, PHILIPS, HITACHI, SAMSUNG, MEX / SMEG, Electrolux, Bwell, ASTINA, STIEBEL ELTRON, TOSHIBA, Acerpure, TEFAL, Xiaomi, GAZU, LUCKY FLAME, STARMARK, 3MITI, TECNOGAS, TECNOPLUS และ TECNOSTAR ร่วมมอบ น้ำแฉะก๊อ ดักร (6ty Degrees) ผ้าห่ม และเตาแก๊สปิคนิค เพื่อกระจายไปยังชุมชนและศูนย์อพยพในหลายพื้นที่ของภาคใต้ที่กำลังประสบปัญหาขาดแคลนสิ่งของจำเป็น และน้ำดื่มสะอาดอย่างเร่งด่วน การมอบน้ำดื่มในครั้งนี้ นับเป็นอีกหนึ่งภารกิจสำคัญที่สะท้อนถึงความร่วมมือระหว่างโฮมโปร เมกาโฮม และพันธมิตรทางธุรกิจ ที่พร้อมสนับสนุนและยื่นหยัดเคียงข้างประชาชนในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤต เพื่อให้การสนับสนุนต่าง ๆ เข้าถึงพื้นที่ที่ต้องการอย่างรวดเร็ว ทัวถึง และทันท่วงที ทั้งนี้ เรายังคงติดตามสถานการณ์น้ำท่วมอย่างใกล้ชิด พร้อมประสานงาน ความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อเตรียมส่งมอบความช่วยเหลือเพิ่มเติม ทั้งในด้านน้ำดื่ม สิ่งของจำเป็น อุปกรณ์ซ่อมแซมบ้าน รวมถึงการส่งต่อกำลังใจให้แก่ผู้ประสบภัยในทุกพื้นที่



หลังสถานการณ์น้ำท่วม

• **ร่วมกับกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์**

บริษัทฯ ร่วมสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ภายใต้การผลักดันของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ โดยเข้าร่วมโครงการ “รวมใจไทย พ้นแดนใต้” เพื่อสนับสนุนภารกิจช่วยเหลือและฟื้นฟูชีวิตความเป็นอยู่ของพี่น้องภาคใต้ ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วม โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงสินค้าที่จำเป็นต่อการฟื้นฟูบ้านเรือนในราคาพิเศษ กลุ่มสินค้าทำความสะอาดและกลุ่มสินค้าซ่อมแซมบ้านเรือน ลดสูงสุดถึง 60% ครอบคลุมสินค้าจำเป็น เช่น อุปกรณ์ทำความสะอาด บั้มน้ำ เครื่องฉีดน้ำแรงดัน เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้า สี เฟอร์นิเจอร์ และที่นอน พร้อมทั้งเปิดรับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เสียหายจากน้ำท่วม เพื่อนำมาแลกรับส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าชิ้นใหม่ ภายใต้โครงการ “แลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade-in)” อีกทั้งมีมาตรการช่วยเหลือครอบครัวที่ต้องเร่งฟื้นฟูบ้าน ให้สามารถวางแผนค่าใช้จ่ายได้คล่องตัวมากขึ้น โดยร่วมกับบัตรโฮมโปร เฟิร์สช้อยส์ เสริมสภาพคล่องผ่านแคมเปญ “ใช้ก่อน ผ่อนทีหลัง” สำหรับซื้อสินค้าที่ร่วมรายการในโฮมโปรและเมกาโฮม สาขาพื้นที่ภาคใต้ที่ได้รับผลกระทบได้แก่ โฮมโปร หาดใหญ่ โฮมโปร หาดใหญ่ (กาญจนวนิช) โฮมโปร พัทลุง โฮมโปร นครศรีธรรมราช เมกาโฮม-หาดใหญ่ และเมกาโฮม-ทุ่งสง เพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถซ่อมแซมบ้านเรือนและกลับมาอยู่อาศัยได้อย่างปลอดภัยอีกครั้ง



งานแถลงข่าวโครงการ ‘รวมใจไทย พ้นแดนใต้’ โดยนายอนุทิน ชาญวีรกูล นายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย พร้อมคณะรัฐมนตรี ณ ตึกบัญชาการ ทำเนียบรัฐบาล

• **CHANG HomePro ลงพื้นที่ตรวจเช็คระบบไฟ-ประปา ซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าฟรี! พื้นฟูบ้านหลังน้ำลด ภายใต้โครงการ “โฮมโปร-เมกาโฮม ห่วงใย ร่วมใจฟื้นฟูบ้าน” พร้อมชวนคนไทย “ส่งต่อกำลังใจ จากคนไทยสู่ภาคใต้”**

หลังสถานการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ภาคใต้เริ่มคลี่คลายลง บริษัท เดินหน้าภารกิจฟื้นฟูบ้านเรือนและคุณภาพชีวิตของพี่น้องชาวใต้ โดยเปิดพื้นที่หน้าสาขา โฮมโปร หาดใหญ่ (กาญจนวณิช) และโฮมโปร หาดใหญ่ บิ๊กซีเอ็กซ์ตร้า เป็นจุดบริการช่วยเหลือด้านซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าและระบบไฟฟ้าภายในบ้านให้กับชุมชนในพื้นที่หาดใหญ่และจังหวัดใกล้เคียง และระดมทีม CHANG HomePro (ช่างโฮมโปร) มีอาสาสมัครพื้นที่ตรวจเช็ค ระบบไฟฟ้า ระบบประปา พร้อมให้บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย รวมถึงสำรวจบ้านเพื่อวางแผนปรับปรุงหรือซ่อมแซม ไม่ว่าจะเป็นตรวจประตูหน้าต่าง ตรวจฝ้า ตรวจพื้น ตรวจผนัง พร้อมมอบส่วนลดพิเศษสำหรับงานบริการจากช่างโฮมโปร ทั้งงานติดตั้งหรือเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ภายในบ้าน รวมไปถึงงานปรับปรุงบ้าน เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟูบ้านเรือนให้ครอบครัวที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม พร้อมชวนคนไทยทุกคนทั่วประเทศ ร่วม “ส่งต่อกำลังใจ จากคนไทยสู่ภาคใต้” ผ่านการซื้อของใช้จำเป็น และของใช้พื้นฐานอื่น ๆ ผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th หรือบน HomePro Application เพื่อบริจาคให้ผู้ประสบภัยภาคใต้ โดยโฮมโปรทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางรวบรวม คัดแยก และจัดส่งไปยังพื้นที่ประสบภัยภาคใต้ และร่วมเป็นอีกแรงในการฟื้นฟูบ้านเรือนให้กลับมาปลอดภัยและน่าอยู่ได้อีกครั้ง เพื่อให้ทุกครอบครัวในพื้นที่ประสบภัยกลับมาใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างปลอดภัยและปกติโดยเร็วที่สุด



จุดบริการตรวจเช็คระบบไฟ-ประปา และซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าฟรี! โดยทีม CHANG HomePro (ช่างโฮมโปร)

• **ลงพื้นที่หาดใหญ่ ส่งมอบสิ่งของจำเป็นให้หน่วยงานภาครัฐ สถานศึกษา สถานพยาบาล และชุมชน**

หลังสถานการณ์น้ำท่วมในพื้นที่จังหวัดสงขลาเริ่มคลี่คลาย ทีมงานได้ลงพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อส่งต่อความช่วยเหลือถึงมือพี่น้องชาวหาดใหญ่มอบสิ่งของจำเป็นต่างๆ จากพลังของคนไทยทั่วประเทศ อาทิ อาหารแห้ง น้ำดื่ม ชุดยั้งชีพ และอุปกรณ์ทำความสะอาด ให้กับหน่วยงานภาครัฐ สถานศึกษา สถานพยาบาล และชุมชน ที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม ได้แก่ มทบ.42 ค่ายเสนาณรงค์ ที่ว่าการอำเภอหาดใหญ่ จ.สงขลา โรงพยาบาลหาดใหญ่ โรงเรียนศรีสว่างวงศ์ ชุมชนวัดเทพชุมนุม ศูนย์ช่วยเหลือภาคประชาชน จ.สงขลา (ศูนย์การช่าง บัณฑิต. ทำช้าง), ชุมชนบ้านคลองหระ (ศาลาลุงทวด), ชุมชนบ้านบางแพบ ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่, ชุมชนบ้านพุดค้างควา และเทศบาลนครหาดใหญ่ เป็นต้น



• กิจกรรม “รวมพลัง ปั่นนครหาดใหญ่: Big Cleaning Day ครั้งที่ 1” ร่วมกับเทศบาลนครหาดใหญ่

บริษัทฯ ได้ส่งมอบสินค้ากลุ่มอุปกรณ์ทำความสะอาด และอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการฟื้นฟูบ้านเรือนหลังน้ำลด เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนและสนับสนุนการฟื้นฟูพื้นที่ประสบภัย โดยมี นายณรงค์พร ณ พัทลุง นายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ เป็นผู้แทนรับมอบ เพื่อกระจายความช่วยเหลือไปยังชุมชนที่ได้รับผลกระทบอย่างทั่วถึง

พร้อมกันนี้ ยังได้ร่วมพลังผู้บริหารและพนักงานจิตอาสา ลงพื้นที่ร่วมฟื้นฟูบ้านเรือนและพื้นที่สาธารณะในชุมชน รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมฯ ดังกล่าวร่วมกับเทศบาลนครหาดใหญ่ เพื่อทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะ สร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย และช่วยให้ประชาชนสามารถกลับมาใช้ชีวิตประจำวันได้เร็วขึ้น



กิจกรรม “รวมพลัง ปั่นนครหาดใหญ่: Big Cleaning Day ครั้งที่ 1” ร่วมกับเทศบาลนครหาดใหญ่

• ร่วมกับ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ส่งมอบอุปกรณ์ไฟฟ้า สนับสนุนภารกิจช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยหลังน้ำลดในพื้นที่ภาคใต้

หลังสถานการณ์น้ำลดในหลายพื้นที่ภาคใต้ สิ่งทีหลายครอบครัวต้องเผชิญ ไม่ได้มีเพียงแค่ความเสียหายของตัวบ้านเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการชำรุดของเครื่องใช้ไฟฟ้า และความกังวลด้านความปลอดภัยของระบบไฟฟ้า ที่ต้องกลับมาใช้งานอีกครั้ง หลังภัยพิบัติครั้งใหญ่ บริษัทฯ จึงเดินทางสนับสนุนภารกิจฟื้นฟูหลังน้ำลดต่อเนื่อง ร่วมกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ส่งมอบอุปกรณ์ไฟฟ้า มูลค่า 54,050 บาท เพื่อสนับสนุนการตรวจเช็คและซ่อมแซมระบบงานไฟฟ้าภายในบ้านให้กลับมาปลอดภัย ลดความเสี่ยงอันตรายที่อาจเกิดขึ้น ในช่วงที่ประชาชนกำลังเร่งจัดการบ้านเรือนให้กลับสู่สภาพปกติ

“ช่วงหลังน้ำลด คือช่วงที่หลายครอบครัวต้องเร่งฟื้นฟูบ้านให้กลับมาอยู่ได้อย่างปลอดภัยอีกครั้ง และสิ่งสำคัญที่สุดคือ “ความปลอดภัยภายในบ้าน” โดยเฉพาะระบบไฟฟ้าที่เป็นจุดเสี่ยงสำคัญ โฮมโปรจึงตั้งใจส่งมอบอุปกรณ์ไฟฟ้าที่จำเป็น เพื่อสนับสนุนภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ในการลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบ ให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตในบ้านของตนได้อย่างมั่นใจ ปลอดภัย และเริ่มต้นชีวิตหลังน้ำลดได้เร็วขึ้น”

อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ส่งมอบในครั้งนี้ ครอบคลุมกลุ่มอุปกรณ์ที่ใช้ในการซ่อมแซมและฟื้นฟูงานระบบไฟฟ้าเบื้องต้นภายในบ้าน เช่น อุปกรณ์ติดตั้งและซ่อมแซมจุดใช้งานไฟฟ้า พื้นฐาน อุปกรณ์เชื่อมต่อสายไฟ อุปกรณ์ให้แสงสว่าง รวมถึงอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย เพื่อช่วยให้งานฟื้นฟูเป็นไปอย่างรัดกุมและลดความเสี่ยงจากไฟฟ้ารั่วหรือไฟฟ้าช็อตในช่วงที่พื้นตัวหลังเกิดอุทกภัย



พิธีรับมอบอุปกรณ์ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง โดยมี นายสมาสก์ ปัทมสุคนธ์ อธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นผู้รับมอบ ณ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

โครงการ “ช่างโฮมโปร ซ่อมฟรีทั่วประเทศ”

บริษัท โฮมโปร จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายการเติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกภูมิภาค

ด้วยจุดแข็งของบริษัทที่มีเครือข่ายช่างผู้เชี่ยวชาญครอบคลุมทั่วประเทศ บริษัทจึงได้นำศักยภาพดังกล่าวมาต่อยอดสู่การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ผ่านการจัดทำโครงการ “ช่างโฮมโปร ซ่อมฟรีทั่วประเทศ” เพื่อให้บริการตรวจเช็คและซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าแก่ประชาชน ชุมชน และหน่วยงานสาธารณประโยชน์โดยไม่คิดค่าแรง

โดยโครงการดังกล่าวได้ดำเนินการครอบคลุมสาขาโฮมโปรและเมกาโฮม ทั่วประเทศ 123 สาขา สามารถซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าได้รวม 37,442 เครื่อง และมีประชาชนเข้ารับบริการกว่า 29,183 คน



โครงการส่งเสริมอาชีพทหารปลดประจำการ

บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างโอกาสทางอาชีพและการพัฒนาทักษะวิชาชีพให้แก่กำลังพลทหารที่ปลดประจำการและประชาชนทั่วไป เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้าสู่ตลาดแรงงานได้อย่างมั่นคง

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้ร่วมมือกับ กระทรวงแรงงาน และหอการค้าไทย จัดทำโครงการความร่วมมือ (MOU) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะอาชีพด้านงานช่าง การฝึกอบรม การทดสอบความสามารถ และการสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ เพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เพื่อยกระดับศักยภาพแรงงานให้มีความมั่นคงในอาชีพและรายได้ให้กับทหารกองประจำการ ซึ่งเป็นกลุ่มบุคลากรที่มีระเบียบวินัย และมีพื้นฐานความรับผิดชอบสูง โดยการสนับสนุนในครั้งนี้นอกจากจะเป็นการสร้างงานและรายได้ที่แน่นอนแต่ยังเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของแรงงานไทยให้มีความมั่นคงในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับความร่วมมือจากภาครัฐที่มีการเตรียมตำแหน่งงานรองรับกว่า 33,665 อัตรา และหลักสูตรฝึกอบรมทักษะแห่งอนาคต อาทิ ช่างไฟฟ้า การตลาดออนไลน์ และทักษะด้านภาษาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการจ้างงานในระดับสากล



กิจกรรมความร่วมมือทางการศึกษา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการยกระดับทักษะวิชาชีพของเยาวชนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การทำงานจริงในอนาคต จึงได้จัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ และฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยส่งทีมช่างผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมร่วมกับ วิทยาลัยพังโคน จังหวัดสกลนคร ในกลุ่มงานติดตั้งและงานล้างทำความสะอาดเครื่องใช้ไฟฟ้า

ภายในกิจกรรม บริษัทฯ ได้สนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ สำหรับการเรียนการสอน เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติกับ อุปกรณ์จริง เสริมสร้างทักษะให้สอดคล้องกับการทำงาน ในภาคธุรกิจ และเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพอย่างยั่งยืน ในอนาคต

นอกจากนี้ ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร บริษัทฯ ยังได้ขยายความร่วมมือทางการศึกษา โดยถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะ ด้านงานบริการซ่อมให้กับ สถาบันการศึกษา จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยเทคนิคและวิทยาลัยเทคนิคราชชมงคลต่าง ๆ มีนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมรวมทั้งสิ้น 350 คน เพื่อเสริมสร้าง ประสิทธิภาพตรงจากผู้เชี่ยวชาญ และพัฒนาศักยภาพให้พร้อม เข้าสู่ตลาดแรงงาน



โครงการห้องน้ำเพื่อสังคม

ด้วยปณิธานที่ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี และส่งเสริมเรื่องสุขอนามัยในการใช้ห้องน้ำให้กับเด็กนักเรียนในพื้นที่ห่างไกล ผู้พิการ และผู้สูงอายุในสังคม บริษัทฯ จึงเดินทางมอบห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย ในโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ทั่วประเทศผ่านโครงการ “ห้องน้ำของหนู” และมอบห้องน้ำมาตรฐาน Universal Design หรือ UD ผ่านโครงการ “ห้องน้ำเพื่อสังคม และผู้สูงวัย” ในสวนสาธารณะ โดยร่วมกับสำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานครในการคัดเลือกสวนสาธารณะในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร เพื่อเข้าดำเนินการปรับปรุงห้องน้ำตามมาตรฐาน Universal Design และผ่านการรับรองจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ตามเกณฑ์มาตรฐานสิ่งแวดล้อมระดับประเทศหรือ HAS (Health Accessibility and Safety) คือ สะอาด พอเพียง และปลอดภัย และตั้งแต่ปี 2560 บริษัทฯ ได้ขยายการดำเนินโครงการจากโครงการห้องน้ำเพื่อสังคมและผู้สูงวัย สู่การดำเนินโครงการ “ห้องน้ำเพื่อผู้พิการ” โดยบริษัทฯ ได้ลงพื้นที่สำรวจพฤติกรรมการใช้ห้องน้ำของผู้พิการในสถานสงเคราะห์ คนพิการการุณยเวศม์ จังหวัดชลบุรี ซึ่งดูแลผู้พิการกว่า 400 รายและได้ทำการออกแบบพร้อมทั้งร่วมปรับปรุงห้องน้ำที่เอื้ออำนวย ต่อการใช้ห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะ สะดวก สบาย และปลอดภัย เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับผู้พิการ



ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ผนึกความร่วมมือพันธมิตร “ทีโอเอ เฟ้นท์ (ประเทศไทย)” ส่งต่อการดูแลคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้ป่วย “บ้านพิงพัก” โรงพยาบาลเพื่อโรคมะเร็งขนาดเล็ก ภายใต้ การดูแลของมูลนิธิศุภนิยามะเร็งเต้านมเฉลิมพระเกียรติ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งเป็นโรงพยาบาลที่ให้การดูแลผู้ป่วย ระยะสุดท้ายที่ไร้ญาติ หรือไม่มีผู้ดูแล และไม่สามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่เหมาะสมได้ บริษัทฯ จึงสนับสนุน การดำเนินการปรับปรุงซ่อมแซมอาคารและห้องน้ำบ้านพิงพัก จำนวน 31 ห้อง ให้พร้อมใช้งาน รองรับการดูแลผู้ป่วยอย่างเต็ม ประสิทธิภาพ และช่วยเติมเต็มกำลังใจ พร้อมสร้างคุณภาพชีวิต และสภาพแวดล้อมที่ดีตลอดการรักษาในช่วงเวลาสุดท้าย



ของชีวิต โดยบริษัทฯ มอบวัสดุและอุปกรณ์ที่จำเป็นในการปรับปรุง ซ่อมแซมห้องน้ำและอาคาร อาทิ อุปกรณ์ห้องน้ำ สีทาอาคาร ระบบไฟฟ้าส่องสว่าง ระบบระบายอากาศ และเครื่องมือช่าง เพื่อใช้ในการซ่อมแซมห้องน้ำและอาคารผู้ป่วยที่ชำรุดเสื่อมสภาพลง ไม่ว่าจะเป็น อาคารที่สีหลุดร่อน เชิงชายที่เกิดเชื้อรา ปัญหาฝ้าเพดาน-รางไฟ-ไฟฉุกเฉินชำรุดเสียหาย รวมถึงห้องน้ำของอาคารต่าง ๆ ที่มีสภาพไม่พร้อมใช้งาน

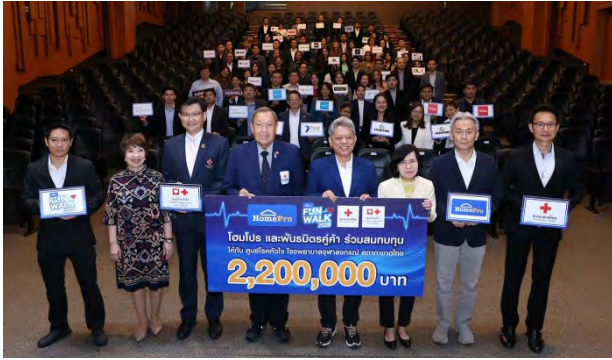
นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ส่งเจ้าหน้าที่เข้าสำรวจห้องน้ำโรงเรียน และได้สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ในการปรับปรุง ซ่อมแซม ห้องน้ำโรงเรียนในหลายจังหวัด ได้แก่ โรงเรียนวัดจรเข้ใต้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โรงเรียนบ้านนาแหม จังหวัดเลย โรงเรียนบ้านหินวง จังหวัดชลบุรี และโรงแรมบ้านแหลมไผ่ จังหวัดปราจีนบุรี รวมทั้งห้องน้ำที่ได้รับการปรับปรุงจำนวน 49 ห้อง เพื่อให้นักเรียนได้มีห้องน้ำที่สะอาด ปลอดภัย และถูกสุขลักษณะ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับนักเรียนและชุมชน

ผลการดำเนินงาน

รายละเอียด	2564	2565	2566	2567	2568	จำนวนสะสมตั้งแต่ เริ่มโครงการ
• โครงการห้องน้ำของหนู (จำนวนห้อง)	21	10	56	40	49	2,608
• โครงการห้องน้ำเพื่อสังคมและผู้สูงอายุ (จำนวนห้อง)	-	-	-	-	31	93
• โครงการห้องน้ำเพื่อผู้พิการ (จำนวนห้อง)	39	-	-	3	-	91
มูลค่าที่บริจาค (ล้านบาท)	3.6	0.6	3.3	2.6	4.8	167.5
จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม (คน)	36	20	30	30	55	1,621

โครงการ HomePro Fun Walk 2025 - Walk For Heart “ทุกก้าวที่เดิน ก้าวเพื่อหัวใจ”

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรและบุคลากรคู่ค้า ดูแลรักษาสุขภาพ ด้วยการวิ่ง เดิน ขยับร่างกายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างร่างกายให้แข็งแรง มีความพร้อมในการทำงาน เป็นจุดเริ่มต้นของการดูแลครอบครัวและต่อยอดไปสู่การเป็นต้นแบบให้ทุกคนสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ตอบแทนกลับคืนสังคม โดยรณรงค์ให้พนักงานโฮมโปรทั่วประเทศและบริษัทพันธมิตรคู่ค้ากว่า 11,000 คน เข้าร่วมโครงการ “HomePro Fun Walk 2025 - Walk For Heart “ทุกก้าวที่เดิน ก้าวเพื่อหัวใจ” เพื่อให้พนักงานได้ออกกำลังกายผ่านการวิ่ง ซึ่งสามารถเดินหรือวิ่งได้ทุกที่ ทุกเวลา พร้อมทั้งมีแอปพลิเคชัน Virtual เป็นเครื่องมือในการนับก้าวเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2568 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2568 รวมถึงการนับจำนวนก้าวในกิจกรรมใหญ่ HomePro Fun Walk Outdoor 2025 ณ สวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ) ซึ่งสามารถสะสมจำนวนก้าวได้ทั้งสิ้น 3,863,000,000 ก้าว ซึ่งทุกก้าวเดินของทุกคนได้ถูกเปลี่ยนเป็นเงินบริจาคจำนวน 2.2 ล้านบาท ให้แก่ ศูนย์โรคหัวใจ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย เพื่อซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์และช่วยเหลือผู้ป่วยโรคหัวใจและนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม



โครงการ HomePro Fun Walk 2025 - Walk For Heart “ทุกก้าวที่เดิน ก้าวเพื่อหัวใจ” เป็นการมอบโอกาสให้ผู้ป่วยเข้าถึงการรักษาโรคหัวใจของคนไทยที่ทันสมัยมากขึ้น ทั้งหมดเป็นความมุ่งมั่นที่บริษัทฯ ตั้งใจพัฒนาคุณภาพคนในสังคม ครอบคลุมเรื่องการอยู่อาศัยและมีสุขภาพที่ดี พร้อมปลูกฝังให้พนักงานโฮมโปรเห็นความสำคัญในการดูแลสุขภาพ และส่งต่อสุขภาพที่ดีให้กับสังคมอย่างยั่งยืน

กิจกรรมสนับสนุนการประกอบอาชีพของชุมชน

ในการขยายสาขาทุกครั้ง บริษัทฯ คำนึงถึงคนในชุมชนในพื้นที่ที่เข้าไปก่อสร้างสาขาเป็นสำคัญ โดยจะไม่ดำเนินการใด ๆ ที่จะกระทบต่อการประกอบอาชีพของคนในชุมชนเหล่านั้น พร้อมทั้งมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและให้การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการสร้างงานสร้างรายได้จากการจ้างแรงงานท้องถิ่น การจัดซื้อจัดจ้างทรัพยากรจากท้องถิ่น รวมถึงการสนับสนุนอาชีพของคนในชุมชน โดยการเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนเข้ามาจำหน่ายสินค้าในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน ได้แก่

Phetchaburi Soft Power & Food Festival @ Hua Hin 2025

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี รวบรวม ร้านค้า สินค้าคุณภาพ อาหารเด่น จากจังหวัดเพชรบุรี มาจำหน่ายในพื้นที่หัวหิน เพื่อเปิดโอกาสให้กับร้านค้าจากจังหวัดเพชรบุรีได้มีโอกาสมาจำหน่ายสินค้า โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ณ บริเวณลานหน้า Seaside Court หน้าศูนย์การค้า



Market Village Durian Pa LA U 2025

ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ร่วมส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน เปิดพื้นที่บริเวณด้านหน้าศูนย์การค้าฯ สนับสนุนเกษตรกรให้นำทุเรียนหมอนทองป่าละอูแท้มาตรฐาน GI ส่งตรงจากสวนสู่ผู้บริโภคโดยไม่ผ่านคนกลาง พบกับความอร่อย หวาน มัน และสินค้าคุณภาพจาก 5 สวนชื่อดัง ได้แก่ สวนครุณา สวนป่าเทือง สวนน้องดรีม สวนน้องกิม และไร่ลุงน้อมป่าเรียน เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้ภาคเกษตรกร โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ณ บริเวณลานหน้า Seaside Court หน้าศูนย์การค้า



Farm to Table โครงการส่งเสริมช่องทางการตลาดเกษตรปลอดภัย ประจวบคีรีขันธ์

ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน เปิดพื้นที่หน้าศูนย์การค้าฯ จัดงาน “ของดีศรีจันทร์ Farm to Table” เพื่อสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการ OTOP ในพื้นที่ให้มีช่องทางจำหน่ายผลผลิตคุณภาพ ภายในงานรวบรวมสินค้าเกษตรปลอดภัยและของดีขึ้นชื่อกว่า 35 ร้านค้า ทั้งผักผลไม้สด อาหารแปรรูป เครื่องดื่มออร์แกนิก และงานแฮนด์เมดชุมชน เพื่อส่งตรงจากมือผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคโดยตรง มุ่งสร้างรายได้ที่ยั่งยืนและส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าดีศรีประจวบฯ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง



Green Market

ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ร่วมกับเครือข่ายตลาดเกษตรสีเขียว จัดงานตลาดกรีนในทุก ๆ เดือนตลอดปี 2568 รวมสินค้าและร้านค้าจากชาวเกษตรกรในพื้นที่หัวหิน โดยจำหน่ายสินค้าที่ผลิตและปลูกจากสวนของเกษตรกรเอง มาจำหน่ายในราคาถูกและยังคงคุณภาพที่ดี เป็นการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นและโอกาสให้กับเกษตรกรในพื้นที่หัวหิน โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ณ บริเวณลานหน้า Seaside Court หน้าศูนย์การค้า



ข้อปราคากร สราญวิลเลจ

ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรปราการ และเครือข่ายธุรกิจปศุสัตว์สมุทรปราการ จัดงาน ข้อปราคากร สราญวิลเลจ จำหน่ายสินค้าจากท้องถิ่นของจังหวัดสมุทรปราการ อาทิ ปลาสลิดบางป่อ ขนมไทย อาหารไทย และผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยการสนับสนุนพื้นที่ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ณ บริเวณชั้น 2



มหกรรมการแพทย์แผนไทย

ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดสมุทรปราการ สนับสนุนงานมหกรรมการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน และการแพทย์ทางเลือก จังหวัดสมุทรปราการ 2568 ครั้งที่ 3 ภายใต้แนวคิด The Golden Year Of Economic Value “Herbs & Thai Traditional Medicine” ปืทองแห่งมูลค่าเศรษฐกิจ สมุนไพรไทย และภูมิปัญญาไทย โดยมีการจัดบูธสมุนไพรไทยนานาชนิด บูธนวดสปาเพื่อสุขภาพ บูธตรวจสุขภาพและให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ



สินค้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพเพื่อประชาชนสมุทรปราการ

ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม และจังหวัดสมุทรปราการ จัดโครงการขับเคลื่อนแผนพัฒนา จังหวัดในทุกมิติ “เชื่อมโยงสินค้าราคาประหยัด ลดค่าครองชีพ เพื่อประชาชน” ภายในงานมีการออกร้าน กระเป๋าสาน ดอกไม้ จากดินปั้นแฮนด์เมด เครื่องประดับจากวัสดุธรรมชาติในชุมชน สะท้อนภูมิปัญญาและเสน่ห์แห่ง Soft Power ไทย ที่ทั้งสวยงาม และทรงคุณค่า พร้อมช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน



กิจกรรมสนับสนุนในโครงการเพื่อสังคม CSR

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในพื้นที่ ทั้งด้านการศึกษา วัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ การสนับสนุนวงดนตรีลูกทุ่งของโรงเรียนบางพลีราษฎร์บำรุง การสนับสนุน นักกีฬาสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา การสนับสนุนเสื้อกีฬาไปโลให้กับที่ว่าการอำเภอบางบ่อ การสนับสนุนเครื่องดื่ม ให้กับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา การสนับสนุนงานประเพณีรับบัวให้กับที่ว่าการอำเภอบางพลี เพื่อร่วมอนุรักษ์และสืบสาน วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น

สนับสนุนวงดนตรีลูกทุ่งโรงเรียนบางพลีราษฎร์บำรุง

สนับสนุนโรงเรียนบางพลีราษฎร์บำรุง ซึ่งเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในการเข้าประกวดวงดนตรีลูกทุ่ง รายการชิงช้าสวรรค์ เป็นจำนวนเงิน 50,000 บาท เป็นการส่งเสริมกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนและเป็นเวทีที่ส่งเสริมทักษะความสามารถและการกล้าแสดงออกของเยาวชน



สนับสนุนนักกีฬาสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

สนับสนุนเงินรางวัลให้กับนักกีฬา ในกิจกรรมวิ่งการกุศล (บางพลานิมาราธอน 12km. 2025) ร่วมกับสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดสมุทรปราการ องค์การบริหารส่วนตำบลบางปลา เพื่อมอบให้แก่นักกีฬาที่ทำชื่อเสียงจากการแข่งขันกีฬาเยาวชนแห่งชาติ ครั้งที่ 39 “ราชบุรีเกมส์” เป็นจำนวนเงิน 20,000 บาท เป็นการส่งเสริมและสานสัมพันธ์กับหน่วยงานภายในจังหวัด



สนับสนุนเสื้อกีฬาไปโลให้กับที่ว่าการอำเภอบางบ่อ

สนับสนุนเสื้อกีฬาให้กับอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ในการแข่งขันกีฬาผู้สูงอายุ “โคราชเกมส์” ประจำปี 2568 โดยมีนักกีฬาเข้าร่วมแข่งขันจำนวน 50 คน เป็นจำนวนเงิน 10,000 บาท เพื่อเป็นการส่งเสริมหน่วยงานภายในจังหวัดสมุทรปราการและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ศูนย์การค้าฯ



สนับสนุนเครื่องดื่มให้กับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

สนับสนุนน้ำดื่ม และเครื่องดื่มเกลือแร่ ให้กับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสมุทรปราการ ในการจัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลเยาวชนและประชาชน ประจำปี 2568 รุ่นอายุไม่เกิน 12 ปี และอายุไม่เกิน 14 ปี ณ สนามมหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์ บางกอก อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เป็นจำนวนเงิน 2,981 บาท เพื่อเป็นการสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐและโรงเรียนในเขตพื้นที่ใกล้เคียงบริเวณศูนย์การค้าฯ



สนับสนุนงานประเพณีรับบัวอำเภอบางพลี

สนับสนุนอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในการจัดงาน “ประเพณีรับบัว ประจำปี 2568” ระหว่างวันที่ 1 กันยายน - 6 ตุลาคม 2568 เป็นจำนวนเงิน 20,000 บาท เพื่อส่งเสริมพระพุทธศาสนา และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานราชการทั้งในระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น



กิจกรรมบริจาคโลหิต

ปัจจุบันปริมาณโลหิตสำรองที่สภากาชาดไทยได้รับบริจาคมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ป่วย บริษัทฯ ได้ตระหนัก และมีความต้องการจะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคม จึงได้จัดทำโครงการบริจาคโลหิตขึ้น เพื่อรับบริจาคโลหิตจากพนักงานที่มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงให้กับสภากาชาดไทยทุกปี ปีละ 4 ครั้ง เพื่อสำรองไว้ช่วยเหลือผู้ป่วยที่มีความต้องการโลหิตต่อไป

ปี	ปริมาณโลหิตที่บริจาค (มิลลิลิตร)	จำนวนพนักงานที่บริจาค
2564	36,450	81
2565	142,650	317
2566	740,250	1,645
2567	416,700	926
2568	445,500	990

ตารางสรุปการลงทุนและบริจาค

สรุปโครงการและกิจกรรมเพื่อสังคมปี 2568

รูปแบบการลงทุนและบริจาคเพื่อสังคม	มูลค่า (บาท)
ตัวเงิน	3,823,184
ไม่ใช่ตัวเงิน	1,987,203
เวลา (มูลค่าชั่วโมงการทำงาน)	518,400
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	50,000

การลงทุนและบริจาค	ร้อยละ
การส่งเสริมเชิงพาณิชย์	1.8
การบริจาค	69.6
การพัฒนาร่วมกับชุมชนและสังคม	39.6

บริษัทฯ จ่ายค่าสมาชิกรายปีให้กับองค์กรดังต่อไปนี้

องค์กร	มูลค่า (บาท)				
	2564	2565	2566	2567	2568
การวิ่งเต้น (Lobbying) หรือการกระทำที่มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวการตัดสินใจของรัฐบาล	-	-	-	-	-
การรณรงค์การหาเสียงทางการเมือง/ทางองค์กร/ผู้สมัครหาเสียง	-	-	-	-	-
อื่น ๆ เช่นการจ่ายเงินเพื่อการลงคะแนนหรือประชามติ (การซื้อเสียง)	-	-	-	-	-
สมาคมผู้ค้าปลีก	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000
สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย*	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300
สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
UN Global Compact	-	288,750	525,000	525,000	525,000
TCFD Supporter	-	-	-	-	-
Thailand Carbon Neutral Network	-	-	-	-	-
รวม (บาท)	83,300	372,050	608,300	608,300	608,300

หมายเหตุ: *ค่าสมาชิกจ่ายทุก ๆ 3 ปี โดยอัตราดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยต่อปี



นวัตกรรมทางธุรกิจ

S



การกำกับดูแล

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม โดยกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์หลัก เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และมอบหมายให้ผู้บริหารระดับสูงสร้างกลไกการกำกับดูแลที่เปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดผ่านโครงการต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ในองค์กร และนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง



กลยุทธ์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ในการเสริมสร้างนวัตกรรมผ่านการบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อยกระดับประสิทธิภาพทั่วทั้งห่วงโซ่คุณค่าครอบคลุมตั้งแต่การปรับปรุงกระบวนการภายในด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เป็นระบบอัตโนมัติ การใช้ AI เข้ามาช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งพัฒนากลุ่มสินค้าต่าง ๆ ให้ตอบโจทย์วิถีชีวิตแห่งอนาคต อาทิ สินค้าอัจฉริยะ สินค้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล และสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งนวัตกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับประสบการณ์ลูกค้าในระยะยาว แต่ยังช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวตามแนวโน้มการบริโภคที่เปลี่ยนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ บริหารจัดการความเสี่ยงด้านนวัตกรรมโดยมุ่งเน้นการประเมินความสอดคล้องระหว่างเทคโนโลยีที่นำมาใช้กับความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม บริษัทฯ จัดให้มีกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อปิดช่องว่างด้านทักษะของบุคลากรและเตรียมความพร้อมต่อความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังจัดให้มีโครงการคัดเลือกนวัตกรรมจากแนวคิดของพนักงานที่สามารถนำมาใช้ได้จริงในภาคธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าการลงทุนในนวัตกรรมจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อองค์กรและลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none">ความสำเร็จของโครงการนวัตกรรม	<ul style="list-style-type: none">โครงการที่สามารถนำไปใช้งานจริงได้ทุกปี	<ul style="list-style-type: none">โครงการเด็กสร้างบ้านได้รับการสนับสนุนในการดำเนินงานจริง 1 โครงการ

การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมสินค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน พร้อมทั้งศึกษาแนวโน้มการบริโภคในอนาคต อันจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจที่สามารถปรับตัวและนำนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีโอกาสอยู่รอดและเติบโตเหนือคู่แข่ง โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานด้านการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ค้นหาและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ โดยเฉพาะสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ (Private Brand) และมุ่งเน้นการสรรหาสินค้าที่มีความทันสมัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าที่มีการใช้วัสดุรีไซเคิล สินค้าที่ใช้พลังงานต่ำ สินค้าที่มีความทนทานและอายุการใช้งานยาวนาน รวมถึงสินค้าที่มีการออกแบบที่ตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคยุคใหม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการพัฒนาและสรรหาสินค้าที่รองรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น สินค้าที่มีการควบคุมการทำงานผ่านแอปพลิเคชัน อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ทั้งหมดนี้จะสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาและสรรหาสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยมีแนวทางดังนี้

1 ศึกษาแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

วิเคราะห์ทิศทางการเลือกซื้อสินค้า เพื่อประเมินความเสี่ยงและโอกาสในการนำสินค้าใหม่เข้ามาจำหน่าย



2 พัฒนาแนวคิดและนวัตกรรมสินค้า

ค้นหาและพัฒนาสินค้าที่มีความโดดเด่น โดยเน้นที่ฟังก์ชันการใช้งานเป็นสำคัญ



3 ร่วมมือกับคู่ค้าที่มีศักยภาพ

ทำงานร่วมกับคู่ค้าที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนด พร้อมปรับปรุงและตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการจำหน่าย



4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะสำหรับสินค้าแต่ละชนิด โดยเน้นการลดการใช้วัสดุหรือเลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



สินักรักษ์โลก (Circular Products)

สินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า กระเบื้อง ที่ผลิตจากสินค้าเก่าในโครงการ แลกเก่าเพื่อโลกใหม่ ซึ่งบริษัทฯ ได้นำสินค้าเก่าจากบ้านลูกค้า มาคัดแยก บด ล้าง หลอม และจัดการซากเก่าอย่างถูกวิธี ภายใต้งานที่ได้มาตรฐาน เพื่อนำเม็ดพลาสติกรีไซเคิลคุณภาพสูงไปผลิตเป็นสินค้าใหม่ร่วมกับคู่ค้า และนำกลับมาจำหน่ายอีกครั้งในรูปแบบสินักรักษ์โลก (Circular Products)



ชุดผ้าปูที่นอนเส้นใย Micro-Modal Collagen

เนื้อผ้าที่นุ่มนวลเนียนละเอียดและอ่อนโยนต่อผิวพรรณเป็นพิเศษ ด้วยนวัตกรรมที่ช่วยรักษาความชุ่มชื้นให้ผิวขณะหลับ ให้สัมผัสดี สดชื่นสบายพร้อมความเงางามดูจำเริญ ตัวผ้ามีความทนทานไม่ขึ้นขุยง่าย และโดดเด่นด้วยคุณสมบัติ ลดการฝังตัวของขนสัตว์ ช่วยให้ทำความสะอาดง่าย พร้อมทั้งผ่านการรับรองมาตรฐาน OEKO-TEX Standard 100 ซึ่งมีความปลอดภัยต่อสุขภาพ



เบาะรองนั่งเป่าลม HOME LIVING STYLE AIRTOFU

ผลิตจากวัสดุพรีเมียม ไม่เสียทรงและคืนตัวได้ดีเยี่ยม ช่วยกระจายน้ำหนักและแรงกดทับได้ดี ออกแบบมาพิเศษเพื่อให้คุณสามารถเติมและปล่อยลมได้เองตามสรีระ ปรับระดับความนุ่มได้ตามใจชอบรับกัน สะโพก และกระดูกเชิงกราน อย่างถูกต้องหลักสรีรศาสตร์ ส่งเสริมการนั่งในท่าที่ถูกต้องเพิ่มความสบายในการนั่ง ลดอาการเมื่อยล้าและแรงกดทับบริเวณสะโพก ช่วยปรับท่านั่งให้ถูกสรีระ ลดความเสี่ยงอาการปวดหลังจากการนั่งนาน ผู้ใช้สามารถปรับระดับความนุ่มได้เอง ตอบโจทย์สรีระที่แตกต่างกัน ใช้งานได้หลากหลายพื้นที่ ทั้งที่ทำงาน บ้าน และระหว่างเดินทาง



เบาะรองนั่ง รองหลัง เพื่อสุขภาพ รุ่น AIRTOFU-H

บัสลมในตัว
ปรับระดับความนุ่มได้เองตามใจ

ช่องบัสลมสีดำ (INFLATE)
สำหรับบัสลมเข้า

ช่องบัสลมสีใส (DEFLATE)
ช่องระบายลมออก

คุณสมบัติ

- ลดแรงกดทับกับตัวได้ดี
- DOT BACKING ลดการสั่น
- เบาะกับลวด

เบาะรองนั่งเป่าลม	เบาะรองนั่งเป่าลม	เบาะรองหลังเป่าลม
1295320 1295343	1295324 1295338	1295339 1295351
18X17"	16X16"	18X16"

ระบบ Packaging Platform:

ยกระดับกระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging Platform) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดความซับซ้อนของกระบวนการ จากเดิมที่อาศัยการสื่อสารที่กระจัดกระจาย ซึ่งมักทำให้ข้อมูลตกหล่น ไม่มีระบบจัดเก็บฐานข้อมูลส่วนกลาง และยากต่อการค้นหา อีกทั้งการประสานงานระหว่างหลายฝ่าย ส่งผลให้เกิดความล่าช้าและเกิดข้อผิดพลาดได้



การพัฒนาระบบ Packaging Platform นั้น ข้อมูลสินค้าทั้งหมดจะถูกรวบรวมไว้ในระบบเดียว ช่วยให้ข้อมูลมีความครบถ้วนและจัดเก็บเป็นระเบียบ ทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ทันที ลดความเสี่ยงของข้อมูลที่สูญหาย และเพิ่มความรวดเร็วในการค้นหาและติดตามสถานะการดำเนินงานแบบเรียลไทม์ ระบบนี้ยังช่วยให้การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ง่ายขึ้น ควบคู่กับการนำเทคโนโลยี เช่น AI มาใช้งาน เพื่อลดเวลาในการประสานงาน และเพิ่มความแม่นยำในกระบวนการทำงาน นอกจากนี้ ระบบยังสนับสนุนการสื่อสารกับลูกค้าให้ครบถ้วนและเป็นระบบมากขึ้น โดยใช้ข้อมูลในระบบเป็นศูนย์กลาง ช่วยลดความผิดพลาดและเพิ่มความรวดเร็วในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์



การบริหารจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการขยายคลังสินค้าใหม่ และได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติที่เรียกว่า Automated Storage and Retrieval System หรือ ASRS เข้ามาใช้ในการองค์กร ซึ่งเป็นนวัตกรรมด้านการจัดการระบบการจัดเก็บและเรียกคืนสินค้าอัตโนมัติที่ช่วยให้สามารถจัดเก็บและเรียกคืนสินค้าได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ โดยระบบจะประกอบด้วยอุปกรณ์จัดเก็บ SRM (Storage and Retrieval Machine) ที่ควบคุมการทำงานด้วยคอมพิวเตอร์ทั้งระบบสามารถช่วยบริหารจัดการคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้น้ำมันจากรถยกภายในคลังสินค้า ทำให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง และยังช่วยประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่างในพื้นที่จัดเก็บสินค้าอีกด้วย โดย ASRS มีคุณสมบัติดังนี้



- รับสินค้าได้รวดเร็วด้วยระบบอัตโนมัติ มีรถส่งสินค้าอัตโนมัติและเครนสำหรับนำสินค้าขึ้นเก็บ รวมไปถึงนำสินค้าออกจากชั้นเพื่อจัดส่งไปยังสาขาโฮมโปรและเมกาโฮมทั่วประเทศ
- ลดเวลาการจัดเก็บลงร้อยละ 55 และลดเวลาการเบิกสินค้าลงร้อยละ 65 ช่วยร่นระยะเวลาการขนส่งสินค้าจากเดิมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ใช้เวลา 2 วัน เหลือเพียง 1 วันถึง 1 วันครึ่ง ส่วนในต่างจังหวัดจาก 3 วันเหลือ 2 วัน
- ลดอัตราการเสียหายที่เกิดจากการจัดเก็บเหลือร้อยละ 0.001 หรือแทบไม่เกิดความเสียหายเลย
- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าแสงสว่างในพื้นที่จัดเก็บสินค้าเพราะใช้เครื่องจักรทำงานแทนคน ไม่ต้องการแสงสว่าง สามารถประหยัดพลังงานได้ 58,600 หน่วยต่อเดือน
- ประสิทธิภาพการจัดการและการใช้พื้นที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับคลังสินค้าแบบเดิม ทำให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นถึง 3.5 เท่า
- ช่วยป้องกันความเสียหายของสินค้า โดยมีการตรวจสอบขนาดของสินค้าและการจัดวางสินค้าก่อนนำเข้าจัดเก็บในระบบอัตโนมัติ และก่อนนำสินค้าลงมาเบิกจัดส่งให้สาขา
- สามารถเบิกจ่ายสินค้าแบบ First in First out ได้
- เพิ่มความเร็ว แม่นยำ ลดระยะเวลาในการทำงาน และลดความผิดพลาดจากการทำงานของพนักงาน
- เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าไปสาขาได้ตรงตามเวลาที่กำหนด
- ลดการพึ่งพาการใช้แรงงาน
- ลดจำนวนการใช้รถยกและการเคลื่อนย้ายภายใน ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานจากการชาร์จแบตเตอรี่รถยก
- ช่วยเรื่องความปลอดภัยของสินค้า ลดปัญหาสินค้าสูญหายหรือการโจรกรรม และสามารถตรวจนับสินค้าคงคลังได้อย่างแม่นยำ

การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม

ในยุคที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกฎเกณฑ์ทางธุรกิจถูกท้าทายอยู่เสมอ การปรับตัวจึงเป็นหัวใจสำคัญที่ทุกองค์กรต้องยึดถือเพื่อความอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพพนักงาน ควบคู่ไปกับการยกระดับกระบวนการทำงาน สินค้า และบริการ โดยยึดมั่นในค่านิยมหลัก (Core Values) เป็นเข็มทิศสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่านิยม Embrace Speed & Agility ที่มุ่งเน้นการสร้างพื้นที่แห่งความสร้างสรรค์ สนับสนุนให้พนักงานกล้าปรับเปลี่ยนมุมมองและทดลองแนวทางใหม่ ๆ เพื่อให้การทำงานมีความสะดวกรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูงสุด อันจะนำไปสู่การส่งมอบคุณค่าที่ดียิ่งขึ้นให้แก่ลูกค้าของเรา

นอกจากการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงานแล้ว บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการเพิ่มพูนทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงออกแบบผ่านการอบรมหลากหลายรูปแบบ อาทิ การจัดเวิร์กช็อปโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญและการสัมมนาผ่านระบบออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานสามารถนำองค์ความรู้ไปสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับองค์กรในทุกมิติ ทั้งนี้ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมขึ้นจริงอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางรับฟังไอเดียและข้อเสนอแนะเพื่อเปลี่ยนทุกความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานให้กลายเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนไฮมโปรสู่อนาคต

เพื่อให้การขับเคลื่อนนวัตกรรมเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทั้งองค์กร บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการสร้างระบบนิเวศที่ส่งเสริมทั้งในด้านทัศนคติ ทักษะ และเครื่องมือ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างช่องทางสื่อสารที่เปิดกว้างเพื่อเชื่อมโยงวิสัยทัศน์ในทุกระดับ และการเปิดพื้นที่ทดลองปฏิบัติจริงเพื่อเปลี่ยนแนวคิดสร้างสรรค์ให้เป็นมูลค่าทางธุรกิจ กลไกเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน แต่ยังเป็นการหล่อหลอมวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่พร้อมปรับตัวต่อความท้าทายในอนาคต ดังสะท้อนผ่านการดำเนินโครงการสำคัญในปีที่ผ่านมา ดังนี้

การยกระดับองค์กรด้วยเทคโนโลยี AI

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม โดยนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาศักยภาพพนักงานและยกระดับรูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจในอนาคต ภายใต้การยึดมั่นใน Core Values ของไฮมโปรเป็นหลักสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร

บริษัทฯ ได้ส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาทักษะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ผ่านการเรียนรู้และการประกวดสร้างสรรค์ผลงานด้วย AI จากพนักงานที่มีการใช้งาน AI ในการทำงานจริง สะท้อนคุณค่า “มุ่งมั่นจนสำเร็จ” ผ่านการลงมือทำ เรียนรู้ และพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง จากนั้นผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เข้าร่วมกิจกรรมเวิร์คช็อป กับวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้าน AI

เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการประยุกต์ใช้ AI อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์คุณค่า “ปรับตัวเร็ว สร้างโอกาสใหม่” นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมได้สร้างสรรค์ผลงานคลิปวิดีโอโดยใช้เครื่องมือ AI และนำผลงานเข้าร่วมการประกวด โดยเปิดโอกาสให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรมีส่วนร่วมในการโหวตผลงานที่โดนใจที่สุด ซึ่งสะท้อนถึงคุณค่า “เป้าหมายเดียวกัน ONE HOMEPRO” ผ่านการมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการสนับสนุนซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรม MINI AI Day เพื่อเป็นเวทีในการนำเสนอผลงาน แบ่งปันประสบการณ์ และประกาศผลการแข่งขันอย่างเป็นทางการ โดยกิจกรรมดังกล่าวไม่เพียงเป็นการส่งเสริมการใช้นวัตกรรม AI ภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังเป็นการปลูกฝัง AI Culture ที่ช่วยให้พนักงานสามารถนำความรู้และแนวคิดใหม่ ๆ ไปต่อยอดในการทำงาน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน และส่งมอบความสำเร็จให้ลูกค้า อย่างยั่งยืน



รายการ MD Live Talk 2025

โครงการ MD Live Talk 2025: เชื่อมต่อวิสัยทัศน์ผู้บริหารสู่พนักงาน โครงการนี้จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมการสื่อสารสองทาง และลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับพนักงาน โดยเปิดเวทีให้มีการสอบถามและแสดงความคิดเห็นแบบ Real-Time ภายใต้งานที่เชื่อมั่นว่า “การเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ เริ่มจากเสียงเล็กๆ ของพนักงานทุกคน”

ในปี 2568 โครงการฯ จัดขึ้นทั้งหมด 4 ครั้ง ใน 4 สาขา ได้แก่ โฮมโปรสำนักงานใหญ่, เมกาโฮม สาขาติวานนท์, โฮมโปร สาขาจรัญสนิทวงศ์ และ โฮมโปร สาขาชัยพฤกษ์ โดยถ่ายทอดสดแบบสตรีมมิงจากสาขาต้นทาง ไปยังพนักงานสาขาทั่วประเทศ ผ่านระบบ Microsoft Teams ซึ่งพนักงานสามารถรับชมและส่งคำถามได้สะดวก แบบเรียลไทม์ ผ่านสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ หรือโทรทัศน์ประจำสาขา

โครงการได้รับความสนใจจากพนักงานเป็นอย่างดี โดยมีผู้เข้าร่วมรับชมเฉลี่ย 582 คนต่อตอน และเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นสำคัญอย่างกว้างขวาง ทั้งในด้านทิศทางการดำเนินธุรกิจ (Business Direction) และแนวทางการพัฒนาศักยภาพตนเอง ซึ่งผู้บริหารได้ให้ความสำคัญกับการตอบข้อสอบถามอย่างครบถ้วน ทั้งการตอบสดในรายการและการมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปดำเนินการแก้ไข และติดตามผลอย่างเป็นรูปธรรม ผลลัพธ์จากการดำเนินงานสะท้อนผ่านความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหารายการในระดับสูง โดยมีคะแนนประเมินเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 96.75 ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่วิดีโอย้อนหลังผ่านช่องทางสื่อสารภายใน เพื่อขยายโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารให้ครอบคลุมพนักงานทุกคนอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง

โครงการเด็กสร้างบ้าน

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมพัฒนาองค์กร ผ่านการเสนอโครงการ หรือเสนอแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับได้รังสรรค์ความคิดใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์ นวัตกรรม กระบวนการ เทคโนโลยี ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดคุณค่าต่อสังคมและองค์กร อีกทั้งยังช่วยทำให้องค์กรมีความยืดหยุ่น ปรับตัวเปลี่ยนแปลง ตามการพัฒนาของเทคโนโลยี และได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารให้เกิดการปฏิบัติได้จริง ส่งผลต่อพันธกิจ สู่วิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งพนักงานที่สนใจเข้าร่วมโครงการสามารถเสนอโครงการที่ตรงกับแนวคิดด้านใดด้านหนึ่งจาก 4 ด้าน ดังนี้



- Income สร้างนวัตกรรม สร้างธุรกิจใหม่ หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มรายได้และผลกำไรกับองค์กรให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน
- Customers สร้างนวัตกรรมหรือกระบวนการบริหาร ที่ส่งเสริม Customer Success เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้า บริการ ง่าย สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น
- Society สร้างนวัตกรรมหรือกระบวนการที่เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะและสังคม
- Productivity สร้างนวัตกรรมหรือสร้างระบบบริหารงาน หรือนำสิ่งที่มีอยู่มาพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ทั้งนี้ ในปี 2568 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการ จำนวน 20 คน มีโครงการที่พนักงานเสนอ จำนวน 8 โครงการ และผ่านการคัดเลือกเข้ารอบสุดท้าย จำนวน 1 โครงการ โดยโครงการที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการ จะได้รับรางวัล DeeMore Coins คนละ 170,000 Coins รวมมูลค่ากว่า 68,000 บาท พร้อมทั้งได้รับเลือกให้นำโครงการมาต่อยอดในการดำเนินงานจริงของบริษัทฯ

Better Business



การกำกับดูแล
กิจการที่ดี



การต่อต้าน
ทุจริตคอร์รัปชัน



การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
และการดำเนินงานด้านลูกค้า



ดำเนินธุรกิจดี Better Business



บริษัทฯ กำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างมี
ธรรมาภิบาล ทั้งในแง่ของการสร้างรายได้ของบริษัท และการดูแล
ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้องค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น
ตามหลักฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี



0 กรณี

ทุจริตคอร์รัปชัน



83%

ลูกค้าได้รับ
การประเมิน
ด้านความยั่งยืน



93.3%

จัดซื้อวัตถุดิบ
ภายในประเทศ



ความมั่นคงปลอดภัยทาง
ไซเบอร์และการคุ้มครอง
ข้อมูลส่วนบุคคล



การจัดการ AI
อย่างยั่งยืน



การกำกับดูแลกิจการที่ดี



การกำกับดูแล

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตที่ยั่งยืน โดยบริษัทฯ ได้กำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท ทำหน้าที่กำกับดูแลผลประโยชน์ของบริษัท ผู้ถือหุ้น รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และมีคณะกรรมการชุดย่อยอีก 6 คณะ ประกอบด้วย คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ขององค์กร และคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ



กลยุทธ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นการบริหารจัดการผลกระทบด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยบูรณาการปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล (ESG) เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจ บริษัทฯ พิจารณาผลกระทบด้านความยั่งยืน ทั้งในมิติของความเสี่ยงและโอกาส ที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงิน ผลการดำเนินงานทางการเงิน และกระแสเงินสดในปัจจุบัน รวมถึงคาดการณ์แนวโน้มผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในระยะสั้น กลาง และยาว และพิจารณาว่าปัจจัยใดมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจนและสอดคล้องกันทั่วทั้งองค์กร นอกจากนี้ เพื่อให้การขับเคลื่อนกลยุทธ์ดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส บริษัทฯ ได้ยึดถือนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นรากฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมหลักการสำคัญ ตั้งแต่การรักษาสิทธิและความเท่าเทียมของผู้ถือหุ้น การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม การพัฒนารูปร่างเพื่อความยั่งยืน การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ตลอดจนความรับผิดชอบของคณะกรรมการ เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงและสร้างคุณค่าร่วมกันในระยะยาว

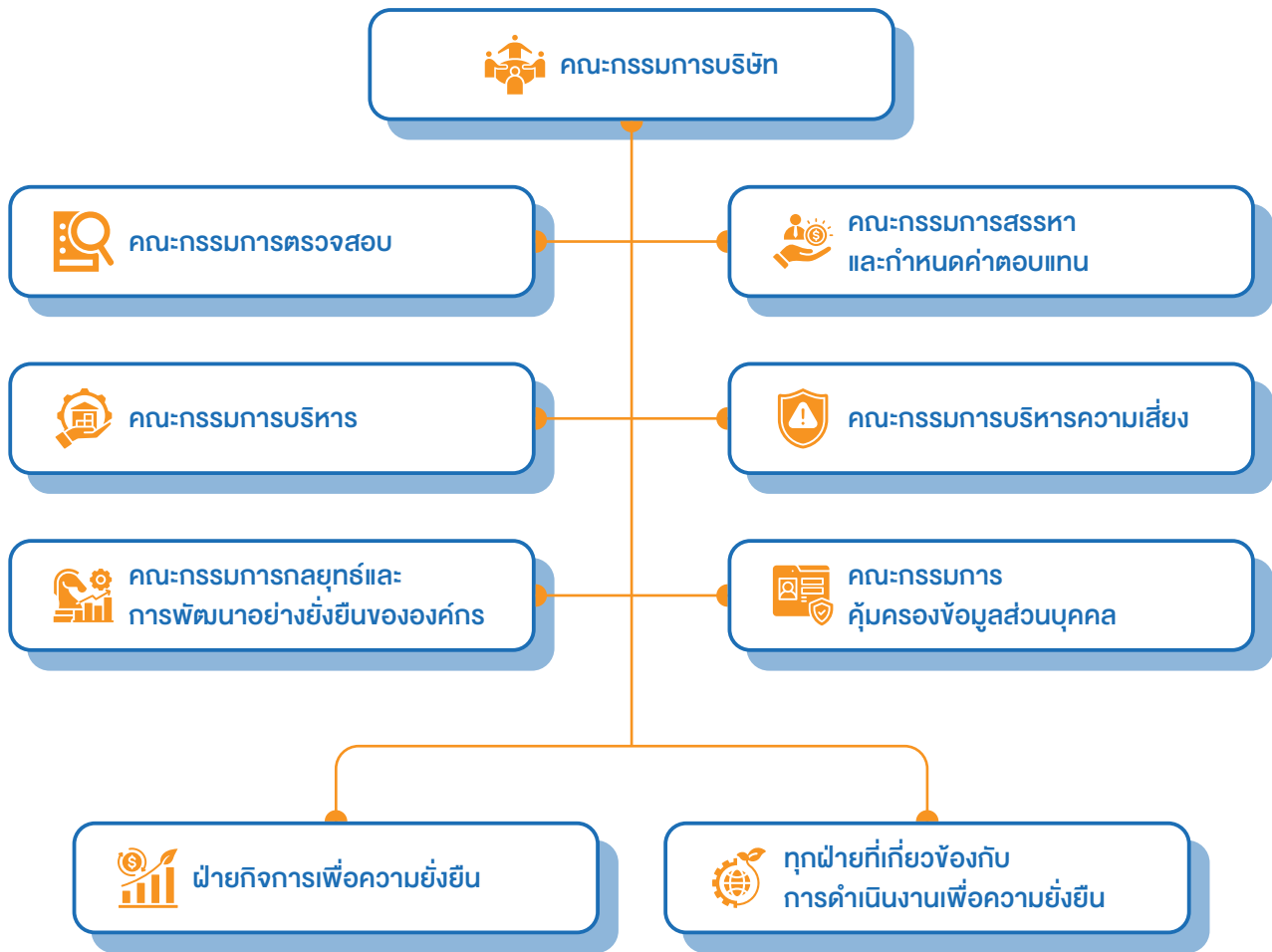


การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ มีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนเข้าใจบทบาทหน้าที่ในการติดตามสถานการณ์ที่อาจนำไปสู่ความเสี่ยงด้านจริยธรรม พร้อมทั้งกำหนดมาตรการแก้ไขและบทลงโทษที่ชัดเจนหากพบการละเมิด เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือและมาตรฐานสูงสุดขององค์กร พร้อมทั้งจัดให้มีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้ง (Whistleblowing Mechanism) ที่เข้าถึงง่าย ปลอดภัย และมีมาตรฐานสากล สำหรับการแจ้งเบาะแส รวมถึงมีการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงาน โดยมีคณะกรรมการและผู้บริหารกำกับดูแลและทบทวนกระบวนการติดตามอย่างใกล้ชิดอยู่เสมอ

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none"> การประเมินการกำกับดูแลกิจการ (CGR) 	ดีเลิศ ★★★★★	ดีเลิศ ★★★★★
<ul style="list-style-type: none"> รางวัล ASEAN CG Scorecard 	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับรางวัล ASEAN Asset Class 	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับรางวัล ASEAN Asset Class

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการด้านความยั่งยืน



โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท ทำหน้าที่กำกับดูแลผลประโยชน์ของบริษัท ผู้ถือหุ้น รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และมีคณะกรรมการชุดย่อยอีก 6 คณะ ประกอบด้วย

- คณะกรรมการตรวจสอบ
- คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- คณะกรรมการบริหาร
- คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
- คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
- คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

เพื่อให้คณะกรรมการบริษัท ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทในประเด็นด้านความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดและทบทวนนโยบาย กลยุทธ์ และเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งกำกับดูแลและส่งเสริมให้สามารถนำกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปใช้จริงในการปฏิบัติงาน รวมไปถึงพิจารณาสาระสำคัญต่าง ๆ ด้านความยั่งยืนตามที่ฝ่ายจัดการได้นำเสนอ อาทิ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย การพิจารณารายงานประจำปี และรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

นอกจากนั้น คณะกรรมการบริษัทยังได้มอบให้คณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่กำกับดูแล พิจารณาประเด็นความเสี่ยงและโอกาสด้านความยั่งยืน ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และความเสี่ยงอื่น ๆ ที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยร่วมกับคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ในการพิจารณา และให้ความเห็นอันเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมหลักการสำคัญในเรื่อง สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และความรับผิดชอบของคณะกรรมการเพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจบนแนวทางของการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนและยึดมั่นในความถูกต้องโปร่งใส รวมทั้งเป็นการปลูกฝังให้พนักงานทั้งองค์กรมีความตระหนักและมีจิตสำนึกในจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานการจัดการที่ดี และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ ได้รับการยอมรับมากขึ้น

หมวดที่

1



สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

หมวดที่

2



การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

หมวดที่

3



การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

หมวดที่

4



ความรับผิดชอบต่อของกรรรมการ



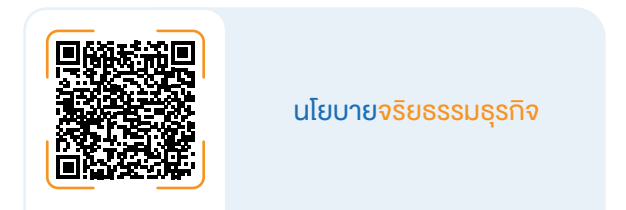
นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

จริยธรรมธุรกิจ

บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือจริยธรรมธุรกิจ เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ยึดถือเป็นหลักในการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมและคุณธรรม นอกเหนือจากองค์ประกอบทางธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมาย คู่มือจริยธรรมธุรกิจจะระบุหลักการสำคัญในเรื่องต่างๆ ประกอบด้วย 1) หลักการในการดำเนินธุรกิจ 2) ความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการรักษาข้อมูลอันเป็นความลับ 3) ความรับผิดชอบต่อบริษัทและทรัพย์สินของบริษัท 4) การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย 5) การดูแลให้มีการปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ 6) การรับซื้อร้องเรียน โดยจะมีการทบทวนนโยบายอย่างสม่ำเสมอ หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ได้รับมอบหมายเพื่อพิจารณาอนุมัติ



ในปีที่ผ่านมาไม่พบว่าคณะกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน กระทำผิดอันเนื่องมาจากประเด็นเกี่ยวกับจริยธรรม และบริษัทฯ ไม่มีการฉ้อโกง ค่าเตือน หรือผลการตรวจสอบในประเด็นด้านจริยธรรมที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแลในรอบปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ สามารถอ่านรายละเอียดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทฉบับเต็มได้ที่เว็บไซต์บริษัทฯ



การอบรมให้ความรู้ด้านจริยธรรมธุรกิจ

บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารและเผยแพร่คู่มือจริยธรรมธุรกิจที่ชัดเจนไว้บนเว็บไซต์บริษัทฯ เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ได้รับทราบ ทำความเข้าใจ และส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติ โดยมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องจริยธรรมธุรกิจในรูปแบบ e-learning ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของบริษัทฯ ซึ่งกำหนดเป็นบทเรียนสำหรับพนักงานทุกคน ในการทบทวนความรู้ ความเข้าใจเป็นประจำทุกปี ในปี 2568 บริษัทฯ มีการอบรมพนักงานใหม่ในหัวข้อจริยธรรมธุรกิจจำนวนทั้งสิ้น 24 ครั้ง เพื่อให้พนักงานทุกคนได้รับทราบในคู่มือจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ

ในด้านคู่ค้า บริษัทฯ ได้จัดทำแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) เพื่อสร้างความตระหนักในการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมภายใต้กรอบการดำเนินงานที่ยั่งยืนสอดคล้องตามแนวทางของบริษัทฯ และเผยแพร่ให้แก่คู่ค้าทุกรายรับทราบผ่านช่องทาง Vendor Relationship Management (VRM)



กระบวนการติดตามและจัดการให้มีการปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ

การปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจเป็นหน้าที่สำคัญของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ที่จะต้องตรวจสอบและติดตามสถานการณ์ที่อาจขัดกับจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทฯ กำหนดแนวทางการปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจและมีระบบติดตามที่ชัดเจน เพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานสอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับเข้าใจบทบาทและความรับผิดชอบของตน หากพบการละเมิดหรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ต้องมีมาตรการแก้ไขและลงโทษอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กร

คณะกรรมการและผู้บริหารมีหน้าที่ในการกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งสนับสนุนการปรับปรุงกระบวนการให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีจริยธรรมและยั่งยืน ทั้งนี้ หากพบเห็นการกระทำผิด หรือพบเห็นพฤติกรรมอันชวนสงสัยว่าอาจมีการกระทำผิดของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มธุรกิจฯ สามารถดำเนินการแจ้งเบาะแสแก่ผู้รับแจ้งเบาะแสดผ่านช่องทางต่อไปนี้

เว็บไซต์

ยื่นผ่านแบบฟอร์มร้องเรียนออนไลน์

https://hmpro-th.listedcompany.com/whistle_blowing.html



อีเมล

ส่งถึง กรรมการผู้จัดการ

md@homepro.co.th



ไปรษณีย์

ส่งถึง หน่วยรับข้อร้องเรียน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเขน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000



ผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies - CGR) ประจำปี 2568 ในระดับ “ดีเลิศ” (Excellent) หรือ 5 ดาว จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors - IOD) ถือเป็นการได้รับรางวัลระดับสูงสุดต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 โดยมีระดับคะแนนอยู่ในกลุ่ม Top Quartile (Q1) ของบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่เข้ารับการประเมิน และบริษัทฯ ยังได้รับรางวัล ASEAN Asset Class Publicly Listed Companies ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทที่ทำคะแนนได้ตั้งแต่ 97.50 คะแนนขึ้นไป จากการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนในระดับอาเซียน หรือ ASEAN CG Scorecard (ACGS) นอกจากนั้น ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับผลคะแนนการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นในระดับ ดีเลิศ หรือ 100 คะแนนเต็ม สะท้อนถึงการให้ความสำคัญในการกำกับดูแลกิจการที่ดีภายใต้หลักบรรษัทภิบาลและความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาประสิทธิภาพในการจัดประชุมผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย





การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

G



การกำกับดูแล

บริษัท กำหนดให้นโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบสูงสุดในการอนุมัตินโยบาย และมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลระบบการควบคุมภายในเพื่อป้องกันและตรวจจับการทุจริต นอกจากนี้ ยังมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำกับดูแลการประเมินความเสี่ยงด้านทุจริตทั่วทั้งองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรการที่มีอยู่เพียงพอและเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ



กลยุทธ์

บริษัท มุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ โดยบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ พิจารณาผลกระทบจากการทุจริตคอร์รัปชันซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและสถานะทางการเงินในระยะสั้นและระยะยาว โดยมีแผนงานสำคัญ ได้แก่ การประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (CAC) และการจัดทำนโยบายการงดให้หรือรับของขวัญเพื่อลดโอกาสในการเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ มีกระบวนการระบุและประเมินความเสี่ยงด้านทุจริตคอร์รัปชันในทุกกิจกรรมที่มีนัยสำคัญ เช่น กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และการเบิกจ่ายงบประมาณ มีการกำหนดมาตรการควบคุมและตรวจสอบภายในอย่างเข้มงวด พร้อมทั้งจัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing Mechanism) ที่ปลอดภัยและเข้าถึงง่ายสำหรับทั้งพนักงานและคู่ค้า โดยมีกระบวนการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสและขั้นตอนการสืบสวนที่เป็นธรรมตามมาตรฐานสากล

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none"> จำนวนเหตุการณ์ทุจริตคอร์รัปชันที่มีมูลความจริง สถานะการรับรองสมาชิกเครือข่ายต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) 	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนเหตุการณ์ทุจริตคอร์รัปชันที่มีมูลความจริง สถานะการรับรองสมาชิกเครือข่ายต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) 	<ul style="list-style-type: none"> ไม่พบกรณีทุจริตคอร์รัปชัน ได้รับการต่ออายุสมาชิกเครือข่ายต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC)

การทุจริตคอร์รัปชัน

“ HomePro ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ”

นิยามความหมายของ “การทุจริตคอร์รัปชัน” ในบริบทของบริษัทฯ

หมายถึง การกระทำใด ๆ ที่บุคคลใช้ตำแหน่งหน้าที่ในทางมิชอบ เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ที่มีชอบด้วยกฎหมายสำหรับตนเองหรือผู้อื่น ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของเงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใด โดยอาจอยู่ในรูปแบบของการรับหรือให้สินบน การยกยอกทรัพย์สิน การใช้อำนาจโดยมิชอบ การแทรกแซงกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การแต่งตั้งโยกย้ายโดยไม่เป็นธรรม หรือการละเว้นการปฏิบัติหน้าที่เพื่อเอื้อประโยชน์แก่บุคคลหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การทุจริตคอร์รัปชันครอบคลุมถึงพฤติกรรมที่ขัดต่อจริยธรรมและกฎหมาย ทั้งในภาครัฐและเอกชน และอาจเกิดขึ้นในรูปแบบที่ซับซ้อน เช่น การสมยอมระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐกับเอกชน การใช้อิทธิพลหรือความสัมพันธ์ส่วนตัวเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์โดยมิชอบ



ผลกระทบหากมีการทุจริตคอร์รัปชัน



- สูญเสียความน่าเชื่อถือจากลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ
- เกิดความเสียหายทางการเงินจากค่าปรับ และสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ
- เสี่ยงต่อการถูกดำเนินคดี ฟ้องร้อง หรือถูกเพิกถอนใบอนุญาต
- กระทบต่อตนเอง คนรอบข้าง และสังคมโดยรวม

บทลงโทษ



- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่ไม่ปฏิบัติตามนโยบาย ถือว่าฝ่าฝืนระเบียบของบริษัท ต้องได้รับโทษทางวินัยตามข้อบังคับ และหากเข้าข่ายผิดกฎหมาย อาจถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย
- บริษัทจะไม่ลงโทษ ลดตำแหน่ง หรือกระทำการใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่ปฏิเสธการมีส่วนร่วมในพฤติกรรมทุจริต แม้ว่าจะทำให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจ

แนวทางป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน



การประเมินความเสี่ยงและ
การกำหนดแนวทางการลด
ความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน



จัดทำนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง
กับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน



สื่อสาร อบรม สร้างความตระหนักรู้
และสร้างจิตสำนึก ให้แก่พนักงาน
คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย



มีระบบสอบทานประวัติบุคลากร
และผู้มีส่วนได้เสียทางธุรกิจ



พัฒนาและปรับปรุง
ระบบควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ

การเข้าร่วมภาคีเครือข่ายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้ร่วมลงนามในคำประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption หรือ CAC) ซึ่งจัดโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย และได้รับประกาศนียบัตรรับรองการเป็นสมาชิกตั้งแต่ปี 2557 และการรับรองการต่ออายุสมาชิกทุก 3 ปี โดยบริษัทฯ ได้รับการต่ออายุสมาชิก ครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2566 ถือเป็นการเข้าร่วมสมาชิกต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 ติดต่อกัน



เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และเกิดความโปร่งใสในการดำเนินงาน ทั้งยังช่วยส่งเสริมแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีของภาคเอกชน ตลอดจนสอดคล้องตามแนวทางหลักเกณฑ์ของโครงการ CAC บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายงดเว้นการให้-การรับของขวัญ รางวัล การเลี้ยงรับรอง รวมถึงผลประโยชน์ส่วนตัว ทุก ๆ รูปแบบ ระหว่าง บริษัทคู่ค้า/คู่สัญญาจ้าง กับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทฯ และบริษัทในเครือ (No Gift Policy) และขอความร่วมมือกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และบุคลากรทุกระดับ รวมถึงคู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายในการปฏิบัติตามนโยบายและสร้างบรรทัดฐานที่ดีในการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล



นอกจากนั้น ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ประกาศเข้าร่วมโครงการ “เรียกรับ...เราร้อง” ซึ่งเป็นโครงการรณรงค์การแจ้งเบาะแสการทุจริตคอร์รัปชัน โดยความร่วมมือระหว่าง สำนักงาน ป.ป.ช. และ แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างช่องทางแจ้งเบาะแสที่ปลอดภัย ผ่านหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนตัวกลางที่เป็นอิสระ และสร้างความมั่นใจให้องค์กรและพนักงานกล้าแจ้งเบาะแสการทุจริต ทำให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ลดปัญหาคอร์รัปชัน และเสริมสร้างธรรมาภิบาลอย่างยั่งยืน โดยเปิดรับแจ้งผ่านช่องทางขององค์กร, ป.ป.ช. และ เว็บไซต์รับเรื่องร้องเรียนของ CAC หรือ <https://www.thai-cac.com/whistle-blowing/>

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส มีคุณธรรม เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ และห้ามกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เรียกรับหรือสนับสนุนการทุจริตคอร์รัปชันไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งจากภาครัฐและเอกชน พร้อมทั้งกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม มีความเป็นมืออาชีพ ภายใต้ระบบการควบคุมภายในที่ชัดเจน โดยกรรมการ ผู้บริหาร และบุคลากรของบริษัทมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด รวมถึงถ่ายทอดแนวปฏิบัติไปยังคู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านทุจริตคอร์รัปชันและวางมาตรการป้องกันที่สอดคล้องกับระบบควบคุมภายใน

อย่างสม่ำเสมอ ครอบคลุมทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงฝ่ายการเงิน บัญชี และงานบุคคล เพื่อให้การทำงานถูกต้องครบถ้วน ภายใต้ระบบควบคุมภายในและการกำกับดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้บรรจุเนื้อหาการต่อต้านคอร์รัปชันและวิธีการแจ้งเรื่องร้องเรียนลงในหลักสูตรปฐมนิเทศและหลักสูตรการอบรมให้ความรู้เพื่อสร้างความตระหนักด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันให้แก่พนักงาน



นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน

มาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน



การสนับสนุนทางการเมือง

บริษัทมีความเป็นกลางทางการเมืองไม่มีนโยบายให้การช่วยเหลือทางการเมืองหรือกระทำการอันเป็นการฝักใฝ่พรรคการเมืองหรือกลุ่มการเมืองใด ๆ บุคลากรของบริษัทมีสิทธิและเสรีภาพตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง บุคลากรของบริษัทต้องไม่ใช้ทรัพย์สินของบริษัทหรือให้บริการในนามของบริษัทเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการเมืองหรือกระทำการใด ๆ อันก่อให้เกิดความเข้าใจว่าบริษัทมีส่วนเกี่ยวข้องหรือให้การสนับสนุนพรรคการเมืองหรือกลุ่มการเมืองใด ๆ



การจ้างพนักงานรัฐ

ก่อนแต่งตั้งบุคคลใดที่อดีตเคยเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือบุคลากรที่เคยทำงานให้กับหน่วยงานที่กำกับดูแลบริษัท บริษัทจะทำการตรวจสอบประวัติ (Due Diligence) เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำหนดข้อห้าม/วิธีการปฏิบัติเพื่อป้องกันการใช้อำนาจในทางมิชอบ (เช่น การเปิดเผยความลับ หรือการวิ่งเต้นเพื่อประโยชน์) นอกจากนี้ยังต้องเปิดเผยข้อมูลและประวัติการแต่งตั้งอดีตเจ้าหน้าที่ของรัฐให้เป็นที่ปรึกษา/กรรมการ/ผู้บริหาร พร้อมระบุเหตุผลในการแต่งตั้งด้วย



การตรวจสอบงานจัดซื้อและทำสัญญา

กำหนดแผนงานให้ชัดเจน กำหนดนโยบายอำนาจดำเนินการ และมีมาตรการควบคุมที่ชัดเจนเพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตาม โดยหากมีการดำเนินงานเกินกว่าที่กำหนด จะต้องผ่านการอนุมัติตามระเบียบ รวมทั้งให้มีหน่วยงานกลางในการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ



การขัดแย้งทางผลประโยชน์

ห้ามไม่ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใช้โอกาสในตำแหน่งเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนจนส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นกลาง โปร่งใส และยุติธรรม ทำให้บริษัทไม่ได้รับผลประโยชน์สูงสุดหรือเกิดความเสียหาย และต้องเปิดเผยเป็นลายลักษณ์อักษรต่อคณะกรรมการบริษัท หากตนเองหรือบุคคลในครอบครัวเข้าไปมีส่วนร่วมหรือเป็นผู้ถือหุ้นในกิจการที่เป็นคู่แข่งหรืออาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึง การไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ หุ้นส่วน หรือที่ปรึกษาในองค์กรธุรกิจอื่น จะต้องไม่ขัดต่อผลประโยชน์และการปฏิบัติหน้าที่โดยตรงของบริษัทด้วย ทั้งนี้ สำหรับบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามคำนิยามที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด นอกจากปฏิบัติตามข้อนี้แล้ว จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การทำรายการที่เกี่ยวข้องกันของตลาดหลักทรัพย์ฯ อย่างเคร่งครัดด้วย

การใช้ข้อมูลภายใน

บริษัท กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนมีหน้าที่ต้องรักษาข้อมูลความลับของบริษัทอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะข้อมูลภายในที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณะหรือมีผลกระทบต่อธุรกิจหรือมีสาระสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหุ้นหรือมูลค่าของหลักทรัพย์ โดยห้ามใช้โอกาสหรือข้อมูลที่ได้มาจากการปฏิบัติหน้าที่เพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตนหรือผู้อื่น หรือเพื่อประโยชน์ในการทำธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัท ห้ามใช้ข้อมูลภายในเพื่อซื้อขายหุ้นของบริษัท (Insider Trading) หรือให้ข้อมูลนั้นแก่บุคคลอื่นเพื่อการซื้อขาย และห้ามเปิดเผยข้อมูลความลับทางธุรกิจของบริษัทฯ ต่อบุคคลภายนอก โดยเฉพาะคู่แข่ง แม้จะพ้นสภาพการเป็นบุคลากรของบริษัทฯ ไปแล้วก็ตาม

มาตรการอื่น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน

1. กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานและคู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกคนรับทราบเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน นโยบายการงดรับของขวัญ (No Gift Policy) รวมถึงมีแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมธุรกิจที่บริษัทกำหนดขึ้น และส่งเสริมให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว โดยเผยแพร่เอกสารที่เกี่ยวข้องผ่านทางจดหมาย อินทราเน็ต เว็บไซต์ของบริษัท และประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในบริษัท ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน รวมทั้งมีการสื่อสารให้แก่คู่ค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งระบบ VRM (Vendor Relationship Management) ป้ายประชาสัมพันธ์จดหมายถึงคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ
2. จัดให้ฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลกิจการ และให้ข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตรวจสอบตามแผนการตรวจสอบประจำปีที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ และรายงานผลการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญและข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการตรวจสอบทุกเดือน
3. กำหนดให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและฝ่ายตรวจสอบภายในรับผิดชอบในการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนำเสนอผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
4. หากมีการกระทำซึ่งอาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงการฝ่าฝืนการกระทำผิดกฎหมายหรือจริยธรรมธุรกิจของบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบจะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อหาแนวทางในการป้องกันและบทลงโทษต่อบุคคลที่ฝ่าฝืนตามที่คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควร
5. ขยายแนวทางการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันสู่กระบวนการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption - CAC) พร้อมทั้งเชิญชวนคู่ค้าเข้าร่วมอบรมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงผลักดันผ่านช่องทางการประเมินด้านความยั่งยืนของคู่ค้า โดยเพิ่มหัวข้อเรื่องการทุจริตคอร์รัปชันในแบบประเมินคู่ค้า

6. เปิดช่องทางการแจ้งเบาะแสและร้องเรียนการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ เว็บไซต์อีเมล ไปรษณีย์ กล่องรับเรื่องร้องเรียน และสายด่วน Hotline
7. จัดอบรมพนักงานด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และชี้แจงขั้นตอนการร้องเรียนหรือการแจ้งเบาะแสผ่านช่องทางต่าง ๆ ของบริษัท

การสื่อสารและเผยแพร่เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านคอร์รัปชัน

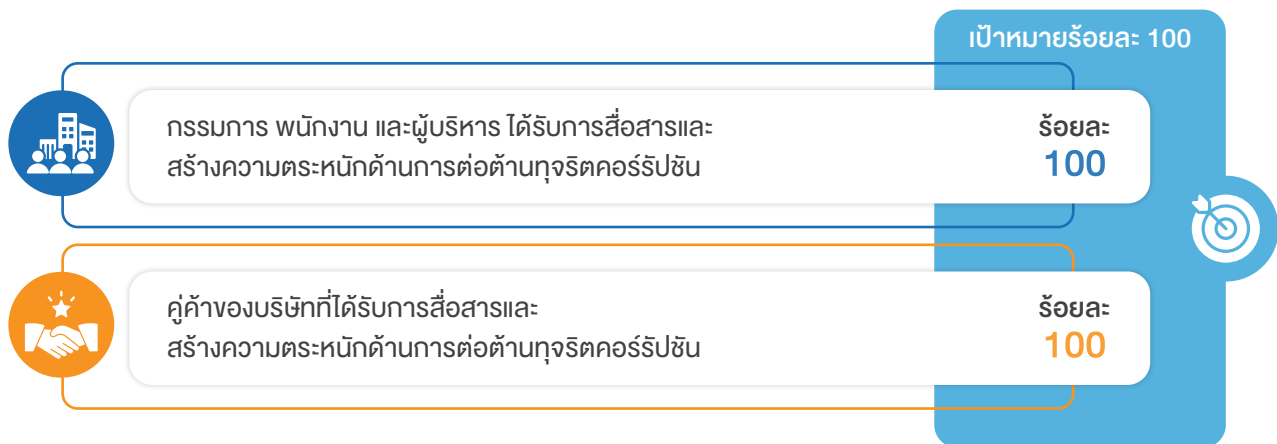
เพื่อให้มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันนำไปสู่การปฏิบัติอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร บริษัทฯ ได้จัดให้มีกระบวนการสนับสนุนเพื่อป้องกันการเกิดทุจริตคอร์รัปชันที่เพียงพอ ได้แก่ กระบวนการตรวจสอบงานขายและการตลาด การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารทรัพยากรบุคคล การเงินและการบัญชีรวมถึงช่องทางการร้องเรียนแจ้งเบาะแส เป็นต้น โดยกำหนดให้ระเบียบปฏิบัติภายในองค์กรต้องมีการควบคุมภายในที่ครอบคลุมการป้องกันการเกิดทุจริตคอร์รัปชันอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจัดอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และชี้แจงผลกระทบ บทลงโทษ มาตรการป้องกัน รวมถึงแนะนำขั้นตอนการแจ้งเบาะแสร้องเรียนที่พบเหตุการณ์ที่เข้าข่ายการละเมิดหรือการทุจริตคอร์รัปชันในช่องทางต่าง ๆ

นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้สื่อสารและเผยแพร่เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านคอร์รัปชันให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบ ประกอบด้วย กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน บริษัทย่อย บริษัทอื่นที่บริษัทฯ มีอำนาจในการควบคุม ตัวแทนทางธุรกิจ และคู่ค้า ผ่านช่องทางการสื่อสารของบริษัทฯ อาทิ ป้ายต่าง ๆ ภายในบริษัท เว็บไซต์ รายงานประจำปี จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2568 บริษัทฯ จัดอบรมเรื่องการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันจำนวนทั้งสิ้น 24 ครั้ง ให้แก่พนักงานใหม่ เพื่อให้ทราบถึงนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานใหม่ทั้งหมด

บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตการดำเนินงานด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันไปยังห่วงโซ่อุปทาน โดยจัดอบรมให้ความรู้ด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้กับคู่ค้าของบริษัท พร้อมทั้งส่งเสริมให้คู่ค้าประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย โดยมีคู่ค้าจำนวน 28 ราย ผ่านการฝึกอบรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมในโครงการเสริมสร้างศักยภาพของบริษัท ระยะยาว โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความรู้ของคู่ค้า และปรับปรุงแนวทางปฏิบัติและประสิทธิภาพของคู่ค้าในประเด็นด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ สื่อสารไปยังคู่ค้าเพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีสาระสำคัญในการสื่อสาร ดังนี้

- สื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) ที่มีเนื้อหาแนวทางการดำเนินงานในประเด็นต่าง ๆ อาทิ การปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันและการแจ้งเบาะแส
- สื่อสารนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy)
- สื่อสารนโยบายงดเว้นการให้-รับของขวัญ รางวัล การเลี้ยงรับรอง รวมถึงผลประโยชน์ส่วนตัวในทุก ๆ รูปแบบ ระหว่าง บริษัทคู่ค้า/คู่สัญญาต่าง กับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัท และบริษัทในเครือ (No Gift Policy)
- สื่อสารช่องทางการร้องเรียนที่หลากหลายในการรับแจ้งข้อมูล ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน



ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

เพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและโปร่งใสในการรับเรื่องร้องเรียน บริษัทฯ ได้กำหนดกลไกในการจัดการเรื่องร้องเรียน รวมถึงกระบวนการดำเนินการในกรณีที่มีการร้องเรียนเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนมาตรการคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ร้องเรียน โดยมุ่งเน้นการป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบหรือความเสียหายต่อบริษัท พร้อมทั้งสร้างระบบที่เอื้อต่อการจัดการเรื่องร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ทั้งนี้ ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของบริษัทฯ ไม่ได้จำกัดเพียงกรณีการทุจริตคอร์รัปชัน แต่ยังครอบคลุมถึงประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น

- การไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือจริยธรรม
- การเลือกปฏิบัติหรือการคุกคามในที่ทำงาน
- การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- การขัดแย้งทางผลประโยชน์
- การฟอกเงินหรือการซื้อขายข้อมูลภายใน
- กรณีอื่น ๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผู้ร้องเรียนสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน พร้อมแนบรายละเอียดและหลักฐานที่เกี่ยวข้องมายังบริษัทฯ ได้ตามช่องทางที่กำหนด โดยบริษัทฯ ได้จัดช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนดังกล่าวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ร้องเรียน พร้อมทั้งดำเนินการตรวจสอบและติดตามผลอย่างเหมาะสม โดยยึดหลักความเป็นธรรม ความโปร่งใส และการคุ้มครองข้อมูลของผู้ร้องเรียนเป็นสำคัญ

ผู้ที่มีความประสงค์แจ้งเบาะแส หรือต้องการแจ้งเรื่องร้องเรียน สามารถส่งรายละเอียดดังกล่าวมายังช่องทางรับเรื่องร้องเรียนดังต่อไปนี้

เว็บไซต์

ยื่นผ่านแบบฟอร์ม
การแจ้งเบาะแสระ
การกระทำผิดและ
ข้อร้องเรียน

ติดต่อ
คณะกรรมการบริษัท

ยื่นผ่านแบบฟอร์ม
แจ้งเบาะแสระ
ผ่านตัวกลางอิสระ
(CAC)

ติดต่อ
คณะกรรมการ
ตรวจสอบ

โปสการ์ด

ส่งจดหมายปิดผนึกถึง ฝ่ายตรวจสอบภายใน หรือ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล
บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
31 ก.ประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเลน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000

ข้อแนะนำในการแจ้งเรื่องร้องเรียน

เพื่อให้สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อสื่อสาร และแจ้งผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียนได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น บริษัทฯ แนะนำให้ผู้แจ้งเรื่องร้องเรียนระบุรายละเอียดที่ควรแจ้ง ดังนี้

1. ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง ช่องทางการติดต่อ เป็นต้น
2. ข้อมูลผู้ถูกร้องเรียน เช่น ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง เป็นต้น
3. วันเดือนปีที่ส่งเรื่องร้องเรียน
4. รายละเอียดเรื่องร้องเรียน เช่น วัน-เวลา สถานที่ รายละเอียดเหตุการณ์
5. หลักฐานประกอบการร้องเรียน (ถ้ามี)

ในกรณีที่ผู้ร้องเรียนไม่ประสงค์เปิดเผยตัวตน การร้องเรียนควรระบุรายละเอียดของเหตุการณ์หรือหลักฐานเพียงพอที่บริษัทฯ จะสามารถนำไปพิจารณาสืบสวนต่อได้ โดยบริษัทฯ อาจพิจารณาสืบสวนข้อเท็จจริงดังกล่าวหากพบว่าเรื่องร้องเรียนดังกล่าวมีมูลความจริง

ในกรณีที่ผู้ร้องเรียนไม่ประสงค์เปิดเผยตัวตน การร้องเรียนควรระบุรายละเอียดของเหตุการณ์หรือหลักฐานเพียงพอที่บริษัทฯ จะสามารถนำไปพิจารณาสืบสวนต่อได้ โดยบริษัทฯ อาจพิจารณาสืบสวนข้อเท็จจริงดังกล่าวหากพบว่าเรื่องร้องเรียนดังกล่าวมีมูลความจริง

262

IIUU 56-1 (One Report) ประจำปี 2568

กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับเรื่องร้องเรียน



การให้ความคุ้มครองผู้ร้องเรียน ผู้ถูกร้องเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้อง

- บริษัทฯ จะเก็บเป็นความลับและจำกัดการเข้าถึงข้อมูล ผู้ร้องเรียน รายงานการร้องเรียน ข้อมูลผู้ถูกร้องเรียน และผลการสืบสวนข้อเท็จจริงทั้งหมดให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เท่านั้น และจะปกปิด ชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใดๆ ที่สามารถ ระบุถึงตัวผู้ร้องเรียน ผู้ถูกร้องเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้องได้ เว้นแต่กรณีที่มีความจำเป็นเพื่อต้องดำเนินตามกฎหมาย
- บริษัทฯ กำหนดมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน และบุคคล ที่ให้ข้อมูลระหว่างการสืบสวนข้อเท็จจริง เพื่อให้ไม่ได้รับผลกระทบในการทำงาน และไม่ได้รับความเดือดร้อนหรือความไม่ชอบธรรม อันเนื่องมาจากการร้องเรียน หรือการให้ข้อมูลดังกล่าว แม้ภายหลังบริษัทฯ ได้ดำเนินการ สืบสวนแล้ว พบว่าไม่มีการกระทำผิดตามที่ผู้ร้องเรียน ผู้ร้องเรียนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องไม่ถูกลงโทษ ลดขั้น หรือตำแหน่ง หรือได้รับผลกระทบจากการกระทำดังกล่าว
- ห้ามมิให้มีการตอบโต้ หรือกลั่นแกล้งผู้ร้องเรียน ผู้ให้ข้อมูล หรือพยานทุกรูปแบบ ทั้งในระหว่างและหลังการสอบสวน โดยบริษัทฯ จะไม่ทนต่อการตอบโต้ผู้ร้องเรียนทุกรูปแบบ และผู้ที่กลั่นแกล้งผู้ร้องเรียนหรือเปิดเผยข้อมูลของ ผู้ร้องเรียนโดยมีเจตนาไม่สุจริต จะต้องได้รับการพิจารณา โทษทางวินัย หรือถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย
- บริษัทฯ จะปกป้องผู้ร้องเรียน ผู้ถูกร้องเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่ยังไม่ได้รับการพิสูจน์ว่ามีความผิด โดยถือเป็นหน้าที่ ของผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้าหน่วยงาน ในการใช้ดุลพินิจ สิ่งการที่สมควรเพื่อให้ความคุ้มครองบุคคลดังกล่าวมิให้ ต้องรับความเดือดร้อน หรือความไม่ชอบธรรมอันเนื่อง มาจากการร้องเรียน การเป็นพยาน หรือการให้ข้อมูล โดยกระบวนการสืบสวนจะดำเนินการอย่างเป็นธรรม และให้โอกาสผู้ถูกร้องเรียนในการชี้แจงข้อเท็จจริง ก่อนพิจารณาตัดสินเรื่องร้องเรียนนั้น รวมทั้งให้ผู้ถูกร้องเรียน รับทราบผลการสืบสวนด้วย

การรักษาความลับ

- ผู้ที่เกี่ยวข้องในการรับเรื่องร้องเรียน ต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับมาเป็นความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามความจำเป็นในการปฏิบัติงาน หรือการปฏิบัติตามกฎหมายเท่านั้น
- ห้ามนำรายงานผลการสืบสวนไปเปิดเผยแก่บุคคลใด ทั้งนี้ เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงการสร้างความเสี่ยงต่อชื่อเสียงของบุคคล ผู้ถูกกล่าวหาหากภายหลังพบว่าเป็นผู้บริสุทธิ์ และเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ
- ในกรณีที่ถูกละเมิดจากบุคคลภายนอก ให้แจ้งว่า “ตนเองไม่อยู่ในสถานะที่จะสามารถหาหรือเปิดเผยเรื่องนี้ได้”

สรุปผลการรายงานการร้องเรียนและการละเมิดในปี 2568

ขอบเขตการรายงาน	จำนวนครั้งที่มีการละเมิด
การคอร์รัปชันหรือการติดสินบน	0
การเลือกปฏิบัติหรือการคุกคาม	0
การร้องเรียนเรื่องการละเมิดข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า	0
การขัดแย้งทางผลประโยชน์	0
การฟอกเงินหรือการซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้ข้อมูลภายใน	0

หมายเหตุ

- ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่มีเหตุการณ์ที่ต้องจ่ายค่าปรับหรือได้รับคำตัดสินลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันและการติดสินบน
- บริษัทฯ ได้ตรวจสอบระบบป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลแล้ว ไม่พบกรณีที่ข้อมูลของลูกค้ารั่วไหลหรือถูกละเมิดจากสาเหตุที่เกิดจากบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม หากมีข้อร้องเรียนจากลูกค้า อาจเป็นผลมาจากปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางการร้องเรียนที่หลากหลายและปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้าสามารถแจ้งเหตุที่เข้าข่ายการละเมิดข้อมูลส่วนตัวได้



การบริหารจัดการ ห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



การกำกับดูแล

บริษัท กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานและการจัดซื้อจัดจ้าง รวมถึงการบริหารจัดการด้านคู่ค้า โดยมีคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงาน พร้อมทั้งกำหนดให้กรรมการผู้จัดการดำเนินการติดตามการทำงานอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งกำหนดให้หน่วยงานจัดซื้อเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการนำนโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติ และมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) ที่อ้างอิงมาตรฐานสากล เช่น International Labour Organization (ILO) หลักการชี้แนะของสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน (UNGP) เป็นต้น โดยคณะกรรมการจะทำการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ทันต่อสภาวะการณ์และภาวะเปิยบทั้งในระดับประเทศและสากล



กลยุทธ์

บริษัท บูรณาการมิติด้านความยั่งยืนเข้ากับกลยุทธ์การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจร โดยกำหนดให้ เกณฑ์ด้าน ESG เป็นปัจจัยหลักในกระบวนการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า มีการประเมินความเสี่ยงล่วงหน้า และจัดหาสินค้าอย่างมีจริยธรรม (Ethical Sourcing) รวมถึงยกระดับขีดความสามารถของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมคู่ค้าให้เติบโตเป็น 'หุ้นส่วนที่แท้จริง' ที่สามารถขับเคลื่อนผลลัพธ์เชิงบวกด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศและต่างประเทศอย่างเหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาคู่ค้าเพียงแหล่งเดียว



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัท มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมมิติด้าน ESG เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน โดยกำหนดเกณฑ์ด้านความยั่งยืนเป็นเงื่อนไขในสัญญาจัดซื้อจัดจ้างและการคัดเลือกคู่ค้า เพื่อคัดสรรพันธมิตรที่มีผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลที่โดดเด่น พร้อมทั้งใช้ระบบประเมินความเสี่ยงเชิงรุก และตรวจสอบติดตามอย่างสม่ำเสมอ และจัดให้มีการปลูกฝังแนวคิดการดำเนินงานที่ยั่งยืนให้แก่พนักงานและคู่ค้า เพื่อป้องกันการหยุดชะงักของธุรกิจและรักษามาตรฐานการดำเนินงานตามหลักบรรษัทภิบาล

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none"> อัตราการตอบแบบประเมินด้าน ESG ของคู่ค้า การสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า สัดส่วนการจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> คู่ค้าตอบแบบประเมินด้าน ESG ร้อยละ 100 ภายในปี 2568 คู่ค้าได้รับการสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าคิดเป็นร้อยละ 100 ภายในปี 2568 เพิ่มปริมาณการจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศให้ถึงร้อยละ 90 ภายในปี 2568 	<ul style="list-style-type: none"> อัตราการตอบแบบประเมินด้าน ESG ของคู่ค้าคิดเป็นร้อยละ 83 คู่ค้าได้รับการสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าคิดเป็นร้อยละ 100 สัดส่วนการจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 93.3



การกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานและ การจัดการคุณภาพสินค้า

บริษัทฯ กำหนดให้ฝ่ายจัดซื้อทำหน้าที่กำกับดูแลและรับผิดชอบ ให้การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจัดซื้อจัดจ้างสินค้าภายใต้มาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้คุณภาพของสินค้าตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทฯ มีระบบจัดการคุณภาพที่ครอบคลุมทั้งการป้องกัน และแก้ไขสินค้าที่มีข้อบกพร่องก่อนส่งถึงลูกค้าเพื่อหลีกเลี่ยง การเรียกคืนสินค้า รวมถึงการดำเนินการตรวจสอบภายใน อย่างสม่ำเสมอเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบ และ จัดให้มีการประเมินความสอดคล้องอ้างอิงตามมาตรฐาน การจัดการคุณภาพ อาทิ ISO 9001 พร้อมทั้งจัดฝึกอบรมให้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในองค์กรเข้าใจบทบาทของตนในระบบ การควบคุมคุณภาพ และจัดให้มีกลไกสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ภายนอกในการส่งข้อร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าที่มีข้อบกพร่อง เพื่อสร้างความมั่นใจและความโปร่งใสในทุกขั้นตอนของ การดำเนินงาน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายที่จะปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา โดยจะไม่นำสินค้าที่ ละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายทางการค้ามาจำหน่าย โดยบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบก่อน และสำหรับสินค้า Private Brand ของบริษัทฯ หากไม่มีการละเมิดผู้ใด บริษัทฯ จะทำการจดทะเบียนให้ถูกต้อง

นโยบายจัดซื้อจัดจ้าง

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้พนักงานใช้ ประกอบเป็นแนวทางในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการของ กิจการ โดยมีสาระสำคัญดังนี้

- กำหนดรูปแบบการดำเนินการที่เป็นมาตรฐานและชัดเจน รวมทั้งเปิดโอกาสให้คู่ค้าได้นำเสนอสินค้าและบริการ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของสินค้า คุณภาพ ราคา ปริมาณ ความรวดเร็วและการให้บริการของคู่ค้า และเปิดโอกาสให้ มีการแข่งขันราคาของคู่ค้าทุกรายอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และสามารถตรวจสอบได้
- ส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม (Green Procurement) และมีระบบการจัดการ ขยะและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงปฏิบัติตาม ระเบียบข้อบังคับด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และ สิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
- สนับสนุนสินค้าและบริการของคู่ค้าที่มีการจ้างแรงงาน อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เคารพสิทธิมนุษยชน และส่งเสริม การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม
- ปลูกฝังค่านิยมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ เพื่อไม่ให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขัน นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้กำหนดนโยบายงดรับของขวัญ (No Gift Policy) เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยห้ามบุคลากรทุกระดับดให้รับของขวัญ ของกำนัล หรือผลประโยชน์ทางอ้อมอื่นใดในทุกช่วงเทศกาล ที่อาจ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในหน้าที่หรือก่อให้เกิด ผลประโยชน์ทับซ้อน

แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืน ของคู่ค้า

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัทฯ ในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยมุ่งเน้นยกระดับการดำเนินงานอย่างยั่งยืนไปสู่คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ และบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทฯ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ กำหนดแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) เพื่อให้คู่ค้าทุกรายใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานครอบคลุมคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) และคู่ค้าลำดับถัดไป (Non-Tier 1 Supplier) พร้อมทั้งสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ ระบบ Vendor Relationship Management (VRM) เว็บไซต์บริษัทฯ และการสื่อสารผ่านเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้ออย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าครอบคลุมเนื้อหาต่าง ๆ อาทิ จริยธรรมธุรกิจ มาตรฐานแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การจัดการสิ่งแวดล้อม รวมถึงข้อกำหนดด้านความปลอดภัยสารสนเทศ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



แนวทางการปฏิบัติ
อย่างยั่งยืนของคู่ค้า
(Supplier Sustainable
Code of Conduct)



แนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน (Supplier ESG Program) สำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ อาทิ ฝ่ายจัดซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และช่วยให้บริษัทฯ สามารถบริหารงานด้านคู่ค้าแบบเชิงรุกได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวมุ่งเน้นที่การบูรณาการกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืนหรือไปสู่การบริหารจัดการคู่ค้า และส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบและมีจริยธรรม ช่วยให้บริษัทฯ สามารถระบุและประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้า พร้อมทั้งวางแผนและดำเนินมาตรการแก้ไข รวมถึงรับรองผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ รายละเอียดแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน มีดังต่อไปนี้

1. การกำกับดูแลการดำเนินงาน

บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้กำกับดูแลให้มั่นใจว่าการดำเนินงานสอดคล้องตามแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน (Supplier ESG Program) โดยคณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้ผู้บริหารทุกระดับมีหน้าที่บริหารจัดการให้การดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

2. การทบทวนแนวทางการจัดซื้อ

บริษัทฯ กำหนดให้มีการทบทวนแนวทางการจัดซื้ออย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการจัดซื้อ หรือการกำหนดเกณฑ์พิจารณาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งครอบคลุมถึงต้นทุน คุณภาพของสินค้าและบริการ และระยะเวลาการส่งมอบ ให้มีความเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน และแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct)

3. การยกเว้นคู่ค้าตามข้อกำหนด ESG

บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำที่คู่ค้าต้องปฏิบัติตาม โดยมีการดำเนินการแก้ไขและจัดตั้งโปรแกรมการพัฒนาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของคู่ค้า หากคู่ค้าไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดขั้นต่ำภายในกรอบเวลาที่กำหนด บริษัทฯ จะพิจารณาดำเนินการเว้นระยะห่างกับคู่ค้าดังกล่าว

4. การให้ความสำคัญกับคู่ค้าที่มีประสิทธิภาพด้าน ESG ที่ดีกว่า

มิติด้าน ESG เป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินสำหรับการคัดเลือกและระบุคู่ค้า บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับคู่ค้าที่มีประสิทธิภาพด้าน ESG ที่ดีกว่าโดยการใช้เกณฑ์ขั้นต่ำในการคัดเลือกผู้จัดหาสินค้าหรือการมอบสัญญา

5. การฝึกอบรมทีมจัดซื้อ

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมสำหรับผู้จัดซื้อและทีมงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในมาตรฐานความยั่งยืนและเสริมศักยภาพในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ

การคัดเลือกคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสรรหาคู่ค้าและคัดเลือกคู่ค้าอย่างยั่งยืน เพื่อการดำเนินงานที่โปร่งใส เป็นไปตามหลักจริยธรรม และเพิ่มทางเลือกให้แก่บริษัทฯ ในการคัดสรรสินค้าและบริการที่ดีจากคู่ค้าที่ดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล รวมถึงสร้างโอกาสในการร่วมมือกับคู่ค้าที่มีความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ หรือมีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของบริษัทฯ ในการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า (Supplier Selection and Screening Criteria) ที่มีการพิจารณาคุณสมบัติของคู่ค้าครอบคลุมทั้งด้านความสามารถ ความเชี่ยวชาญ การควบคุมคุณภาพ รวมถึงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้า (Supplier Selection and Screening Criteria)



มีประสบการณ์ ประวัติทางการเงินน่าเชื่อถือ และมีศักยภาพที่จะเติบโตไปพร้อมกับบริษัทในระยะยาว

มีกระบวนการจัดหาและจัดซื้ออย่างมีจริยธรรม (Ethical Sourcing) และคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) ภายใต้มาตรฐานการผลิตที่ถูกต้องตามกฎหมาย



ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการและสามารถตรวจสอบคุณภาพได้

ให้การสนับสนุนด้านการส่งเสริมการขายและการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า



ในกระบวนการคัดเลือกคู่ค้า บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้ารายใหม่ทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติเบื้องต้นตามหลักเกณฑ์ในการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ คู่ค้าทุกรายต้องผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในประเด็นต่าง ๆ ตามหัวข้อ ดังนี้

1 ความสามารถในการผลิต (Production Capability)



4 คุณภาพด้านการบริการ (Service Quality)



2 ความสามารถในการควบคุมคุณภาพ (Quality Control Capability)



5 คุณภาพด้านการส่งมอบสินค้า (Delivery Quality)



3 การบริหารความเสี่ยง (Risk management)



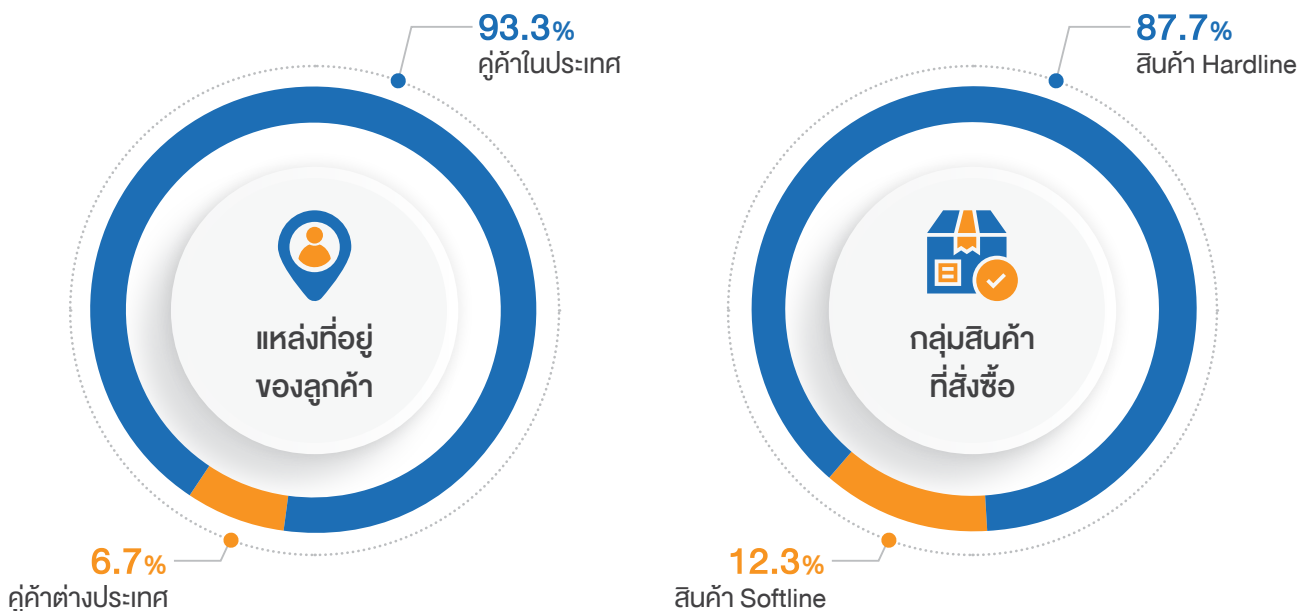
6 การดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG (Sustainability Performance)



การจำแนกประเภทคู่ค้า

บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ ทั้งคู่ค้ารายเดิมและคู่ค้ารายใหม่ เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ เช่น ความล่าช้าในห่วงโซ่อุปทาน การขาดคุณภาพของสินค้าและบริหาร หรือการผิดสัญญาของคู่ค้า โดยการประเมินความเสี่ยงจะเป็นการช่วยให้บริษัทฯ รักษามาตรฐานการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ภายใต้มาตรฐานที่กำหนด ทั้งยังช่วยให้เกิดความมั่นคงทางการเงินและความสามารถของคู่ค้า เพื่อให้แน่ใจว่าคู่ค้าสามารถสนับสนุนธุรกิจของ บริษัทฯ ในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายของคู่ค้า (Spending Analysis) โดยพิจารณาจากจำนวนคู่ค้า กลุ่มสินค้าที่สั่งซื้อ มูลค่าการสั่งซื้อและแหล่งที่อยู่ของคู่ค้า และประเภทของอุตสาหกรรมและประเภทของสินค้า จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายของคู่ค้า ในปี 2568 ที่ผ่านมา พบว่าบริษัทฯ มีการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าในประเทศคิดเป็นร้อยละ 93.3 และคู่ค้าต่างประเทศคิดเป็น ร้อยละ 6.7 โดยกลุ่มสินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่ายร้อยละ 87.7 เป็นสินค้าในกลุ่ม Hardline เช่น สินค้าที่เกี่ยวข้อง วัสดุก่อสร้าง สี อุปกรณ์ปรับปรุงบ้าน ห้องน้ำ และสุขภัณฑ์ เครื่องครัว อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า และร้อยละ 12.3 เป็นสินค้ากลุ่ม Softline เช่น สินค้าประเภทเครื่องนอน พรม ผ้าผืน เฟอร์นิเจอร์ คอมไฟ สินค้าตกแต่ง และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน



บริษัทฯ นำผลวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายของคู่ค้า คุณสมบัติเบื้องต้น ระดับความเสี่ยงทางธุรกิจ และระดับความเสี่ยงด้านความยั่งยืน มาประกอบการพิจารณาจำแนกคู่ค้า เพื่อระบุคู่ค้าที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจ (Significant Supplier) และระบุประเภทและกำหนดหลักเกณฑ์การจัดกลุ่มคู่ค้า ซึ่งประกอบด้วยคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) และคู่ค้าลำดับถัดไป (Non-Tier 1 Supplier) รวมถึงมูลค่าการซื้อขายจากคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยง และกำหนดแผนบริหารจัดการคู่ค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มคู่ค้าที่มีนัยสำคัญต้องมียอดประกอบตรงตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. เป็นคู่ค้าที่มียอดการสั่งซื้อสูง (High-Volume Supplier) และ/หรือ
2. เป็นคู่ค้าที่ไม่สามารถหาผู้ค้าอื่นมาทดแทนได้ (Non-Substitutable Supplier)

ทั้งนี้ จากหลักเกณฑ์การจัดกลุ่มคู่ค้าและการประเมินความเสี่ยงดังกล่าว กำหนดให้คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) ต้องเป็นคู่ค้าที่มีการทำธุรกรรมร่วมกัน หรือมีการซื้อขายสินค้าและบริการโดยตรงกับบริษัทฯ เท่านั้น ส่วนคู่ค้าลำดับถัดไป (Non-Tier 1) คือคู่ค้าลำดับรองที่ไม่ได้ทำธุรกรรมโดยตรงกับบริษัทฯ ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการทำธุรกรรมเฉพาะกับคู่ค้าลำดับที่ 1 เท่านั้น และไม่มีคู่ค้าลำดับถัดไปที่เข้าเกณฑ์การจัดกลุ่มดังกล่าว

การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า

บริษัทฯ วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า โดยกำหนดให้อยู่ในรูปแบบการประเมินตนเอง (Self-assessment) ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงด้านการกำกับดูแลหรือการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์กระบวนการทำงานและการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ รวมทั้งจัดทำแผนการบริหารคู่ค้าให้สอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์ความยั่งยืนของบริษัทฯ และกำหนดให้คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Supplier) ทำแบบประเมินเป็นประจำทุก 1 ปี และกำหนดให้มีการประเมินคู่ค้าอื่น (Non-significant Supplier) ทุก 3 ปี

ในการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า นอกจากจะพิจารณาจากความเสี่ยงด้านความยั่งยืนแล้ว บริษัทฯ ยังพิจารณาความเสี่ยงทางธุรกิจจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ได้แก่

- ความเสี่ยงตามบริบทเฉพาะของประเทศ (Country-specific risk) เช่น ความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมถึงภัยธรรมชาติอันเนื่องมาจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศ
- ความเสี่ยงตามบริบทเฉพาะอุตสาหกรรม (Sector-specific risk) เช่น ความเสี่ยงที่เกิดจากลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรม อาทิ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค หรือความเสี่ยงด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานและสินค้าคงคลัง
- ความเสี่ยงตามบริบทเฉพาะสินค้า (Commodity-specific risk) เช่น ความเสี่ยงด้านคุณภาพของสินค้า หรือความเสี่ยงด้านมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้า

สรุปผลการจำแนกคู่ค้าและประเมินความเสี่ยงคู่ค้า

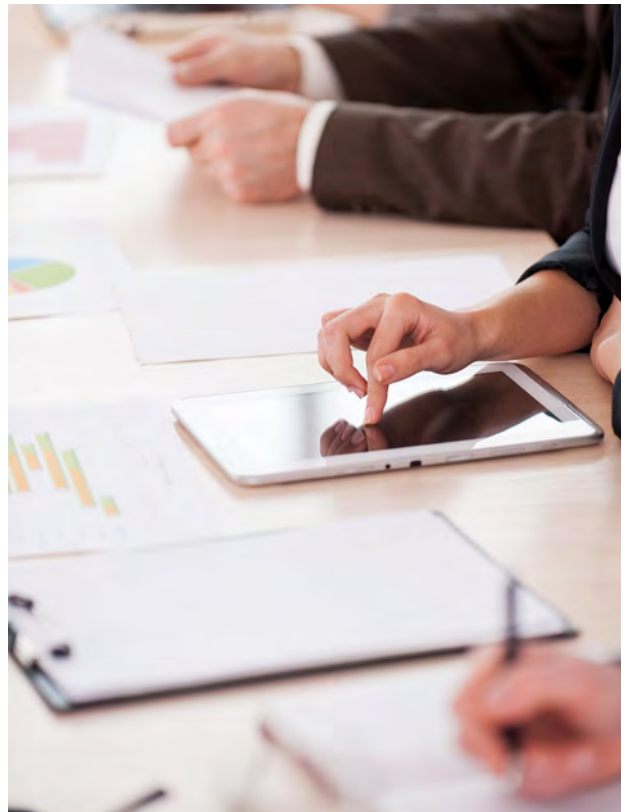
รายละเอียด	จำนวน (คน)
คู่ค้าลำดับที่ 1	1,337 ราย
คู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1	10 ราย
คู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	0 ราย
รวมจำนวนคู่ค้าที่มีนัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อบริษัท	10 ราย
คู่ค้าที่พบผลกระทบเชิงลบและมีแผนปรับปรุงที่ตกลงร่วมกัน	0 ราย
คู่ค้าที่พบผลกระทบเชิงลบที่ถูกยกเลิกสัญญา	0 ราย
มูลค่าการจัดซื้อของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 ต่อคู่ค้าทั้งหมด	ร้อยละ 30
จำนวนคู่ค้าที่ตอบแบบประเมิน	1,103 จาก 1,337 ราย
อัตราการตอบแบบประเมิน	ร้อยละ 83
อัตราการตอบแบบประเมินของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 ที่ได้รับการประเมิน	ร้อยละ 100
อัตราการตอบแบบประเมินของคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน	-
จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า	ร้อยละ 100

หมายเหตุ : ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบคู่ค้าที่มีผลกระทบเชิงลบ หรือมีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

มาตรการเพื่อดำเนินการแก้ไขและการเสริมสร้างศักยภาพลูกค้า

ในกรณีที่ลูกค้ามีผลการประเมินที่เป็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืน บริษัทฯ จะทำการเจรจากับลูกค้าเพื่อแจ้งให้ทราบถึงปัญหาดังกล่าว และร่วมกันหาแนวทางการแก้ไข อาทิ การสร้างความเข้าใจด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG หรือการอบรมให้ความรู้ และยกระดับด้านความยั่งยืนให้กับลูกค้า บริษัทฯ ยังมีมาตรการเพื่อดำเนินการแก้ไข (Corrective action) และจัดประชุมร่วมกับลูกค้าเพื่อสนับสนุนการปรับปรุงการดำเนินงานในกรณีที่ลูกค้าไม่ปฏิบัติตามแนวทางของบริษัทฯ ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่เกิดจากลูกค้าของบริษัทฯ ในกรณีที่พบความเสี่ยง บริษัทฯ จะให้การสนับสนุนช่วยเหลือตามมาตรการแก้ไขของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้พัฒนาศักยภาพของลูกค้าในเชิงรุกผ่านโครงการเสริมสร้างศักยภาพลูกค้า (Capacity Building Program) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดความเสี่ยงจากผลกระทบเชิงลบในการดำเนินงานจำนวน 10 ราย เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าของบริษัทฯ สามารถอยู่รอด ปรับตัว และเติบโตได้ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างยั่งยืน



สรุปผลการสนับสนุนการแก้ไขผลการดำเนินงานและเสริมสร้างศักยภาพลูกค้า

รายละเอียด	จำนวน
ลูกค้าที่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือในการแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินงาน	0 ราย
ร้อยละของลูกค้าที่พบผลกระทบเชิงลบและได้รับการสนับสนุนในการแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินงาน	ร้อยละ 100
ลูกค้าที่ได้รับการเสริมสร้างศักยภาพ	10 ราย
ร้อยละของลูกค้าที่มีนัยสำคัญที่เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างศักยภาพ	ร้อยละ 100

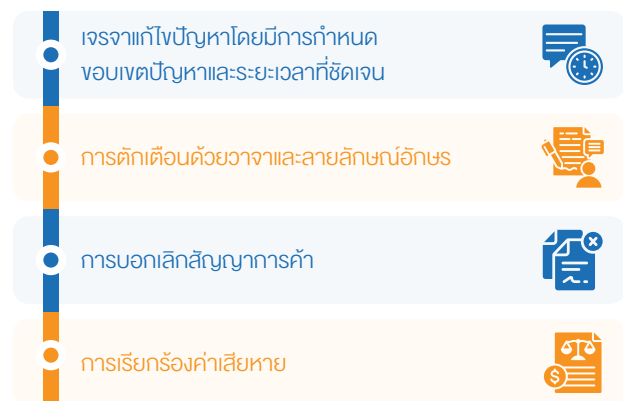
การประเมินประสิทธิภาพคู่ค้า

บริษัทฯ มีการติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของคู่ค้า และยกระดับด้านความยั่งยืนให้กับคู่ค้า โดยจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีการเกณฑ์การประเมินครอบคลุมตัวชี้วัดการดำเนินงานต่าง ๆ ทางธุรกิจ ได้แก่ การเติบโตของยอดขาย กำไร การบริหารจัดการด้านการจัดส่งสินค้า การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง รวมถึงประเด็นด้านความยั่งยืนครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยใช้วิธีการประเมินจากเอกสารหลักฐานจากคู่ค้า (Desk assessment) ตามมาตรฐานและวิธีการของภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับการยอมรับหรือริเริ่มจากภาคส่วนต่าง ๆ รวมถึงการประเมินโดยการลงพื้นที่จริง (On-site Assessment) และทำการสรุปผลการจัดกลุ่มคู่ค้าเพื่อนำส่งให้ฝ่ายจัดซื้อของบริษัทฯ นำไปสื่อสารให้คู่ค้ารับทราบถึงผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนและเปรียบเทียบมาตรฐานกับคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อให้คู่ค้าส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

บริษัทฯ ได้มอบหมายให้ฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบและประเมินคุณภาพของคู่ค้าในรูปแบบ Desk assessment โดยมีการตรวจสอบเอกสารและการตรวจสอบหลักฐานอย่างเป็นระบบ ทั้งก่อนการทำสัญญา (Pre-purchase Audit) และหลังการทำสัญญา (Post-purchase Audit) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคู่ค้าในกลุ่มสินค้า Private Brand และจัดประชุมร่วมกับคู่ค้าเป็นประจำทุกเดือน

ในการประเมินโดยการลงพื้นที่จริง (On-site Assessment) บริษัทฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินและข้อกำหนดการปฏิบัติตาม Supplier Sustainable Code of Conduct ซึ่งครอบคลุมการตรวจสอบในประเด็น ESG ทั้ง 3 มิติ คือ มิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (On-site ESG Audit) ที่ดำเนินการเป็นประจำทุกปีสำหรับคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 (Significant tier-1 suppliers) คู่ค้าที่มียอดการสั่งซื้อสูง คู่ค้าที่ไม่สามารถหาคู่ค้าอื่นมาทดแทนได้ และคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน หรือคู่ค้าอื่น ๆ ตามที่กำหนดแล้วแต่กรณี ทั้งนี้ ฝ่ายจัดซื้อ หรือหน่วยงานภายในของบริษัทฯ ที่ได้รับมอบหมาย มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการตรวจสอบพื้นที่และประเมินความสอดคล้องของการดำเนินงานของคู่ค้ากับแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยในปี 2568 ที่ผ่านมามีคู่ค้าที่เข้าเกณฑ์และได้รับการประเมินทั้งสิ้น 11 ราย

สำหรับคู่ค้ารายใหม่ บริษัทฯ ดำเนินการติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดทุกสองเดือน โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ผลการขายและราคา พร้อมทั้งดำเนินการตรวจสอบคุณภาพและกระบวนการผลิตแบบสุ่ม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จ้างบริษัท TNT INTERNATIONAL LIMITED ซึ่งเป็นผู้ตรวจสอบภายนอก (Third-Party Auditor) ในการทำหน้าที่ประเมินคุณภาพสินค้าจากผู้ผลิต ทั้งนี้ หากคู่ค้าไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานของบริษัทฯ ได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด จะต้องมีการดำเนินการแก้ไข (Corrective Action) ซึ่งรวมถึงมาตรการต่าง ๆ ดังนี้



การพัฒนาคู่ค้า

บริษัทฯ เชื่อว่ากระบวนการที่จะช่วยให้บริษัทฯ บรรลุวัตถุประสงค์ด้านความยั่งยืน คือการสร้างความร่วมมือผ่านการแบ่งปันกันทางเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ระหว่างบริษัทฯ คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะกลุ่มคู่ค้า SME ที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุน ให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการบูรณาการคำสั่งซื้อวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้า เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองและลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ได้ผสมผสานความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการวิเคราะห์ความต้องการผู้บริโภคเข้ากับทักษะด้านกระบวนการผลิตของคู่ค้า เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าที่ตอบโจทย์ทั้งด้านรูปแบบและฟังก์ชันการใช้งาน นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และสนับสนุนด้านเทคนิค (Technical Support) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดความผิดพลาด และส่งเสริมให้คู่ค้าสามารถพัฒนาผลการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนไปพร้อมกับบริษัทฯ

ผลการสร้างความร่วมมือผ่านการแบ่งปันกัน ทางเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ของบริษัทฯ

1. สรรหาชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบผลิตสินค้า

เป็นความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มลูกค้าหลาย ๆ ราย โดยบริษัทฯ เป็นตัวกลางประสานงานรวบรวมปริมาณการสั่งซื้อหรือ นำเข้าวัตถุดิบจากกลุ่มลูกค้าหลายราย เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง และลดต้นทุนการผลิต พร้อมทั้งส่งเสริมให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยสนับสนุนให้ลูกค้าเลือกใช้วัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือ ได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เช่น วัตถุดิบพลาสติกรีไซเคิล (Post-Consumer Recycled Plastic - PCR) กระดาษรีไซเคิล รวมถึงเศษกระเบื้องและสุขภัณฑ์ ที่ได้จากโครงการแลกเก่า เพื่อโลกใหม่ มาหมุนเวียนเป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่

2. บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า

เป็นความร่วมมือกันระหว่างลูกค้าในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยมุ่งพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ลดการใช้สารเคมี ลดปริมาณ พลาสติกหรือกระดาษ รวมถึงการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ใน สินค้าบางชนิด (Reduce Packaging) พร้อมทั้งบูรณาการ การจัดหาโรงงานผลิตร่วมกันเพื่อเพิ่มสัดส่วนการผลิตบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reuse Packaging) หรือผลิต จากวัสดุรีไซเคิล (Recycle Packaging) ก่อให้เกิดประโยชน์ ทั้งในเรื่องราคาและความสะดวกในขั้นตอนการผลิต รวมไปถึง ประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานงานพิมพ์ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3. ประสานงานการผลิตร่วมกันระหว่างลูกค้า

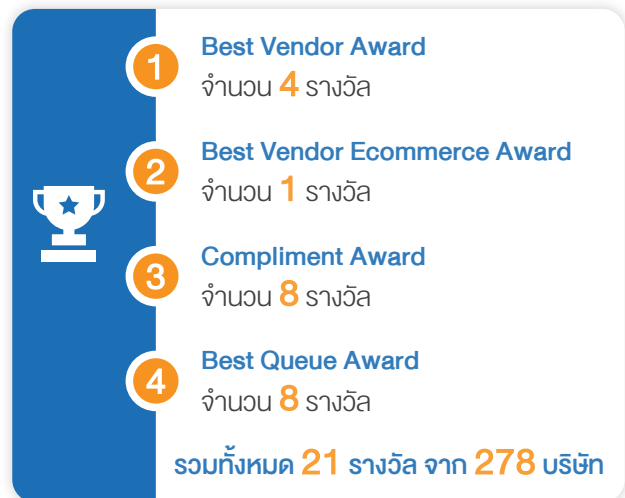
ส่งเสริมการวางแผนการผลิตร่วมกันระหว่างเครือข่ายลูกค้า เพื่อสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity) ในกรณีที่ลูกค้าบางรายประสบปัญหาด้านการผลิตหรือเครื่องจักร ขัดข้อง เครือข่ายลูกค้าสามารถสนับสนุนกำลังการผลิตระหว่าง กันได้ทันที เพื่อให้มั่นใจว่าการส่งมอบสินค้าจะเป็นไปตาม กำหนดการและมาตรฐานที่บริษัทฯ กำหนด



การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งหวังสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและพันธมิตร ทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและตอบสนอง ความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้น การทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทฯ ภาครัฐ และหน่วยงาน กำกับดูแล เพื่อสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem) ที่ช่วยเหลือและส่งเสริมกันในทุกภาคส่วน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะงาน ด้านการจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีการควบคุมมาตรฐานการขนส่งสินค้าของลูกค้า ให้เป็นมาตรฐานเดียวกับบริษัท ตั้งแต่กระบวนการเตรียมสินค้า จนส่งสินค้าถึงลูกค้าอย่างสมบูรณ์

ในทุก ๆ ปี บริษัทฯ ได้จัดงาน Best Vendor Award เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและบริษัทฯ ด้วยการมอบรางวัล ให้แก่ลูกค้าที่มีการปฏิบัติงานโดดเด่นและได้รับการชื่นชม จากลูกค้า ซึ่งในปี 2568 บริษัทฯ จัดให้มีการมอบรางวัล ให้กับลูกค้าทั้งสิ้น 4 ประเภทได้แก่ รางวัล



บริษัทฯ กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่เข้มงวดและโปร่งใส เพื่อมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพการบริการ อาทิ การได้รับ คำชมจากลูกค้าในการให้บริการสูงสุด ประสิทธิภาพในการ บริหารจัดการคิวผ่านระบบ VRM (Vendor Relationship Management) อัตราการสำเร็จของงาน (Job Success) มีตลอดจนการรักษามาตรฐานการดำเนินงานโดยไม่มี ข้อร้องเรียนจาก ซึ่งการมอบรางวัลนี้ไม่เพียงแต่เป็นกำลังใจ ให้แก่ลูกค้า แต่ยังเป็นการสร้างมาตรฐานร่วมกันเพื่อการเติบโต อย่างยั่งยืนในระบบนิเวศทางธุรกิจ



ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



การกำกับดูแล

บริษัทฯ ทำหน้าที่ดูแลความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมุ่งเน้นการสร้างโครงสร้างการรับมือที่ตรวจสอบได้ในทุกระดับชั้น โดยมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่กำกับดูแลความเสี่ยงและความเพียงพอของระบบควบคุมภายในด้านไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมอบหมายให้คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผน และตรวจสอบระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ISO/IEC 27001 พร้อมทั้งกำหนดให้มีการรายงานสถานะความเสี่ยงและการประเมินความปลอดภัยเชิงลึกต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาส นอกจากนี้ ยังมีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) เพื่อให้คำปรึกษาและกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย PDPA อย่างเคร่งครัด โดยมีการรายงานสถานะความปลอดภัยต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ



กลยุทธ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยบูรณาการมาตรการรักษาความปลอดภัยขั้นสูงเข้ากับทุกกระบวนการทางธุรกิจ กลยุทธ์สำคัญครอบคลุมถึงการใช้เทคโนโลยีป้องกันเชิงรุก เช่น Firewall, Intrusion Detection และ Data Encryption รวมถึงการเสริมสร้างความตระหนักรู้ให้แก่พนักงานผ่านโครงการ Cyber Security Drill และการทดสอบเจาะระบบ โดยผู้เชี่ยวชาญภายนอกเป็นประจำทุกปี เพื่อรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เช่น Phishing และ Malware



การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ บูรณาการความเสี่ยงด้านไซเบอร์เข้ากับแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) แผนกู้คืนระบบสารสนเทศ (DRP) และการประเมินความเสี่ยงขององค์กร พร้อมทั้งมีการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Testing) และมีกระบวนการระบุและประเมินช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) ทั้งภายในและภายนอกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดผลกระทบจากการหยุดชะงักของระบบหรือการรั่วไหลของข้อมูล นอกจากนี้ ยังมีมาตรการควบคุมสิทธิการเข้าถึงข้อมูลตามระดับอำนาจหน้าที่ และมีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนด้านข้อมูลส่วนบุคคลที่โปร่งใสเพื่อจัดการความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและกฎหมาย

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
<ul style="list-style-type: none"> จำนวนกรณีการรั่วไหลของข้อมูลที่เกิดจากบริษัทฯ 	<ul style="list-style-type: none"> กรณีการรั่วไหลของข้อมูลที่เกิดจากบริษัทฯ 0 กรณี 	<ul style="list-style-type: none"> กรณีการรั่วไหลของข้อมูลที่เกิดจากบริษัทฯ 0 กรณี

การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างระบบบริหารจัดการที่มั่นคงและปลอดภัย เพื่อให้การใช้งานข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ บริษัทฯ ได้จัดทำระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น ISO/IEC 27001 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับในระดับโลกสำหรับการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล (Information Security Management System: ISMS) รวมถึงการทำงานตามแนวทางของ National Institute of Standards and Technology (NIST) และมาตรฐาน PCI/DSS นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยขั้นสูง อาทิ การติดตั้ง Firewall เพื่อป้องกันการเข้าถึงระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต การใช้ซอฟต์แวร์ตรวจจับการบุกรุก (Intrusion Detection) และการเข้ารหัสข้อมูลสำคัญด้วยอัลกอริทึมที่มีความซับซ้อน (Data Encryption) เพื่อป้องกันการรั่วไหลและการเข้าถึงข้อมูลจากบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง

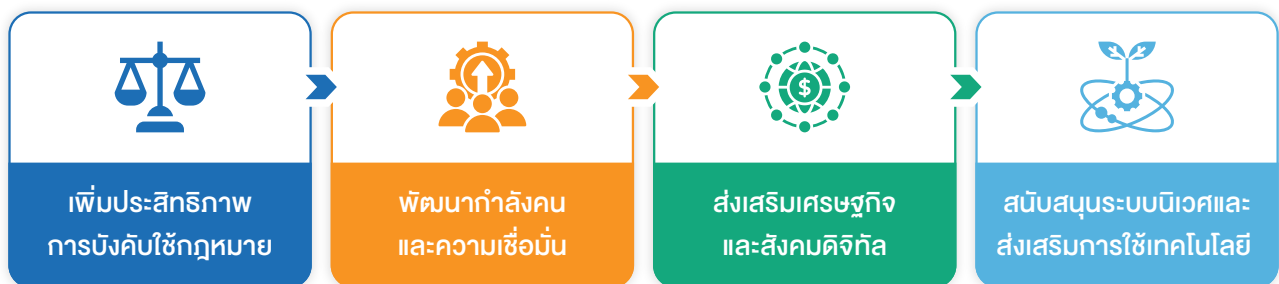
นอกจากมาตรการทางเทคนิคแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการกำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลตามระดับอำนาจหน้าที่อย่างเหมาะสม และกำหนดให้มีการสำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการเตรียมความพร้อมผ่านแผนจัดการกรณีฉุกเฉินทั้งแผนกู้คืนระบบ (Disaster Recovery Plan - DRP) และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan - BCP) เพื่อรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดฝันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ทั้งภัยคุกคามทางไซเบอร์ ภัยธรรมชาติ โรคระบาด อุทกภัย และอัคคีภัย เพื่อรักษาการดำเนินธุรกิจให้เป็นปกติและต่อเนื่องในทุกสถานการณ์

บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสารสนเทศ (Cyber Security Risk) ในเชิงรุก โดยจัดให้มีการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Testing) และการประเมินช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) โดยหน่วยงานอิสระจากภายนอก (Third-Party) เป็นประจำทุกปี ควบคู่ไปกับการฝึกซ้อมรับมือภัยคุกคามไซเบอร์ (Cyber Security Drill) เพื่อให้มั่นใจว่าระบบและบุคลากรมีความพร้อมในการป้องกันและรับมือภัยคุกคามได้อย่างมีประสิทธิภาพ



นโยบายความปลอดภัยของข้อมูล
(Cyber Security Policy)

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง โดยปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) อย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันมิให้เกิดการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรือเกิดการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล โดยบริษัทฯ ได้แจ้งหน่วยงานตรวจสอบอิสระจากภายนอกทำหน้าที่วิเคราะห์และประเมินความสอดคล้องของการปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อให้การดำเนินงานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนใช้เป็นแนวปฏิบัติในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล อาทิ การเก็บ รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล การขอความยินยอมและการถอนความยินยอม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำเอกสารการแจ้งประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Notice) ซึ่งระบุถึงสิทธิและเงื่อนไขในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้เจ้าของข้อมูลทราบถึงวัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูล ครอบคลุมการบังคับใช้ทั่วทั้งองค์กร ทั้งพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม

เพื่อให้ข้อมูลส่วนบุคคลของทุกฝ่ายได้รับการคุ้มครองในทุกช่องทาง คณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผนการดำเนินงาน และตั้งเป้าหมายให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย โดยแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) เพื่อให้คำปรึกษา ตรวจสอบ และกำกับดูแล การดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับกฎหมาย PDPA แก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน คู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิของเจ้าของข้อมูล

ทั้งนี้ สามารถสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล หรือติดต่อเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ดังนี้

ไปรษณีย์

เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเขน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000



อีเมล

data_privacy@homepro.co.th



นโยบายความเป็นส่วนตัว
(Privacy Policy)



เอกสารแจ้งข้อมูล
ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
(Privacy Notice)

การดำเนินการกรณีเกิดเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ กำหนดขั้นตอนที่ชัดเจนในการจัดการและตอบสนองต่อเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อระงับเหตุและบรรเทาความเสียหายอย่างทันท่วงที โดยมีกระบวนการหลักดังนี้:

- การตรวจสอบและประเมินผล:** เมื่อได้รับแจ้งเหตุฝ่ายกฎหมายและคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจะดำเนินการตรวจสอบสาเหตุทันทีเพื่อประเมินขอบเขตและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- การแจ้งเหตุละเมิด:** ในกรณีที่มีความเสี่ยงต่อสิทธิและเสรีภาพของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) จะดำเนินการแจ้งเหตุละเมิดให้เจ้าของข้อมูลทราบโดยไม่ชักช้า พร้อมให้คำแนะนำเกี่ยวกับแนวทางการป้องกันและมาตรการเยียวยา
- การรายงานหน่วยงานกำกับดูแล:** บริษัทฯ จะดำเนินการรายงานเหตุละเมิดต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (สคส.) ภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด เพื่อความโปร่งใสและถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด
- การบริหารจัดการความเสี่ยง:** บริษัทฯ จัดให้มีแผนบริหารความเสี่ยงและมาตรการเชิงรุกเพื่อลดโอกาสการเกิดเหตุซ้ำ รวมถึงการปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลในอนาคต

บริษัทฯ ได้เฝ้าติดตามเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลอย่างใกล้ชิด และตรวจสอบข้อเท็จจริงจากผู้ร้องเรียนในทุกช่องทางอย่างละเอียด จากการตรวจสอบในปี 2568 พบว่า บริษัทฯ ไม่พบเหตุการณ์ข้อมูลรั่วไหลที่มีนัยสำคัญอันมีสาเหตุมาจากกระบวนการหรือการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยเป็นเหตุการณ์ที่มีปัจจัยภายนอกอื่นที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทฯ เป็นสาเหตุหลัก

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงรักษาความพร้อมในการตรวจสอบและให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานกำกับดูแลอย่างแข็งขัน เพื่อรักษาผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้า พนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมทั้งยึดมั่นในการส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล โดยการสนับสนุนระบบนิเวศและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างมั่นคงปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการใช้ข้อมูลอย่างยั่งยืน

การสร้างความรู้ตระหนักรู้และการอบรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้กลายเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจัดเก็บข้อมูลและการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีก็ส่งผลให้ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลขององค์กรมีความเสี่ยงต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ เช่น การโจมตีแบบฟิชชิ่ง (Phishing) การแฮ็กข้อมูล (Hacking) และการแพร่กระจายของมัลแวร์ (Malware) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลขององค์กร

เพื่อป้องกันความเสี่ยงเหล่านี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่พนักงานในองค์กร รวมถึงคู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียภายนอก โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

- จัดทำนโยบายและแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ บริษัทฯ
- เผยแพร่ความรู้ผ่าน Email ICT News ของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจแนวทางป้องกันภัยไซเบอร์
- จัดทำ On demand e-learning สำหรับพนักงานในหัวข้อความปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- จัดทำโครงการทดสอบความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Drill) ประจำปี เพื่อทดสอบและสร้างประสบการณ์จริงในการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ และช่วยให้พนักงานเข้าใจถึงความเสี่ยง พร้อมวิธีหลีกเลี่ยงการตกเป็นเหยื่อของภัยคุกคามทางไซเบอร์
- จัดการอบรมหลักสูตร Cyber Security Awareness ให้แก่พนักงานและผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการป้องกันภัยคุกคามและป้องกันความเสี่ยงจากเหตุการณ์ด้านไซเบอร์
- กำหนดแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) ครอบคลุมแนวปฏิบัติด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

นอกจากนั้น ในคู่มือจริยธรรมธุรกิจ (Code of Conduct) ของบริษัทฯ ได้กำหนดให้การเก็บรักษาข้อมูลความลับของบริษัทฯ เป็นความรับผิดชอบของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลภายในที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณะหรือข้อมูลที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจหรือราคาหุ้น





การจัดการ AI อย่างยั่งยืน

G



การกำกับดูแล

คณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านปัญญาประดิษฐ์ เพื่อให้มั่นใจว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้จะเป็นไปอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีการมอบหมายให้กรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงติดตามตรวจสอบการใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการนำเข้าข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ สอดคล้องกับมาตรฐานต่าง ๆ และการปฏิบัติตามพ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังกำหนดให้มีการทบทวนนโยบายหลักจริยธรรมในการใช้ AI อย่างมีความรับผิดชอบเป็นประจำทุกปี เพื่อให้การดำเนินงานมีความทันสมัยและสอดคล้องกับมาตรฐานจริยธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปในระดับสากล





กลยุทธ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมที่ยึดถือมนุษย์เป็นศูนย์กลางเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพของลูกค้าในหลากหลายมิติ ทั้งในส่วนของนวัตกรรมกระบวนการที่ช่วยลดระยะเวลาการทำงาน และพัฒนาบริการผ่านเทคโนโลยีภาพจำลองอัจฉริยะที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อ และนวัตกรรมบริการผ่านพนักงานขายจำลอง ควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนกลยุทธ์ผ่านการสร้าง “AI Community” เพื่อเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้และพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กร ตลอดจนการส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมเวิร์คช็อปและการประกวดสร้างสรรค์ผลงานจาก AI เพื่อเตรียมความพร้อมให้บุคลากรสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน



การบริหารจัดการความเสี่ยง

กระบวนการบริหารความเสี่ยงด้าน AI ของบริษัทฯ ถูกบูรณาการเข้ากับระบบการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร โดยให้ความสำคัญกับการนำเข้าข้อมูลมาวิเคราะห์อย่างถูกต้องโดยชอบจากแหล่งที่มาที่ถูกกฎหมาย เพื่อป้องกันการละเมิดข้อมูล รวมถึงการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จาก AI อย่างละเอียดก่อนเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดขอบเขตและข้อห้ามในการใช้ระบบ AI พร้อมทั้งจัดให้มีระบบการกำกับดูแลโดยมนุษย์ สำหรับการตัดสินใจที่สำคัญเพื่อให้สามารถแทรกแซงได้เสมอ รวมถึงกำหนดมาตรการป้องกันภัยคุกคามไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูลที่เข้มงวด

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
 • จำนวนกรณีการร้องเรียน เรื่องการละเมิดจริยธรรมหรือ ความไม่เป็นธรรมจาก AI	 • 0 กรณี	 • 0 กรณี

จริยธรรมในการใช้ AI (AI Ethic)

ในปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ ได้นำขีดความสามารถของ AI มาใช้เพื่อสนับสนุนการทำงานในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับประสิทธิภาพของลูกค้า พนักงาน รวมถึงการปฏิรูปกระบวนการทางธุรกิจให้เกิดการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า AI มีศักยภาพสูงในการปฏิวัติอุตสาหกรรมค้าปลีกและยกระดับประสิทธิภาพของลูกค้า เราจึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและนำระบบ AI มาใช้งานอย่างมีความรับผิดชอบ มีจริยธรรม และสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการบริษัทฯ กำกับดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างเรียบร้อยและมอบหมายให้กรรมการผู้จัดการ และผู้บริหารระดับสูงทุกรายมีหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้ AI อย่างใกล้ชิด เพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและมาตรฐานจริยธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดนโยบายด้านการใช้ AI ไว้ดังนี้





การกำหนด ขอบเขตและข้อห้าม (Boundaries & Prohibited Systems)

ไม่พัฒนาหรือใช้งานระบบ AI ที่มีลักษณะครอบงำหรือบิดเบือนพฤติกรรมของบุคคล ใช้ประโยชน์จากจุดอ่อนของกลุ่มบุคคล จัดทำระบบคะแนนทางสังคม หรือการใช้ระบบระบุตัวตนทางชีวภาพในพื้นที่สาธารณะเพื่อการสอดแนมโดยไม่ได้รับอนุญาต



การควบคุม โดยมนุษย์สำหรับการ ตัดสินใจที่สำคัญ (Human oversight for critical decisions)

มนุษย์จะยังคงไว้ซึ่งการกำกับดูแลและควบคุมระบบ AI เสมอ โดย AI จะต้องถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของมนุษย์ รวมถึงการคุ้มครองผลประโยชน์ สวัสดิภาพ และความปลอดภัยของมนุษย์ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการออกแบบ พัฒนา และใช้งาน AI โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่มีผลกระทบสำคัญต่อสิทธิ ความเป็นอยู่ หรือโอกาสของบุคคล มนุษย์จะต้องสามารถแทรกแซงการตัดสินใจของ AI ได้

การปฏิบัติตามมาตรฐานและ ระเบียบข้อบังคับ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการทำงานร่วมกับพันธมิตรและผู้ให้บริการเทคโนโลยีระดับสากลที่ผ่านการรับรองมาตรฐานการจัดการระบบปัญญาประดิษฐ์ (ISO/IEC 42001) เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือและโครงสร้างพื้นฐาน AI ที่นำมาใช้มีความปลอดภัยและเป็นไปตามหลักจริยธรรมสูงสุด โดยจัดให้มีนโยบายหลักการใช้ AI อย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ AI ซึ่งมีคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลและทบทวนนโยบายให้เป็นปัจจุบันทุกปี นอกจากนี้ ยังกำหนดให้เป็นหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ในการควบคุม ติดตาม และตรวจสอบการใช้งาน AI ให้มีความโปร่งใส มีจริยธรรม และสอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ รวมถึงมาตรฐานสากลที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) กฎหมายว่าด้วยปัญญาประดิษฐ์ของสหภาพยุโรป (EU AI Act) พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง และประเมินความสอดคล้องเพื่อป้องกันการนำข้อมูลสำคัญของบริษัทฯ ออกสู่สาธารณะ รวมทั้งจัดการกับข้อมูลที่ผิดพลาดหรือข้อมูลที่เป็นเท็จ และรองรับความท้าทายทางเทคโนโลยีและข้อกำหนดทางกฎหมายใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

แนวทางการใช้ AI อย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible AI Program)

1. จำกัดการใช้ AI กับข้อมูลอ่อนไหว

ควบคุมการใช้งานเทคโนโลยี AI สำหรับงานที่มีความละเอียดอ่อน อย่างเคร่งครัด อาทิ การประเมินพนักงาน การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเชิงลึก หรือการวิเคราะห์ข้อมูลชีวภาพ (ลายนิ้วมือ ใบหน้า) และใช้งานเฉพาะในกรณีที่มีความจำเป็นด้านความปลอดภัยเท่านั้น โดยมีการแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบอย่างชัดเจน รวมทั้งเฝ้าระวัง (Surveillance) และจำกัดความเสี่ยงจากการใช้เทคโนโลยี AI ที่มีความเสี่ยงสูงต่อสิทธิส่วนบุคคลอย่างสม่ำเสมอ

2. ระบุเนื้อหาที่สร้างโดย AI

ให้ความสำคัญกับความโปร่งใสในการใช้งาน AI โดยเนื้อหาที่สร้างโดย AI จะมีการระบุฉลาก (Labelling of AI-generated content) หรือสัญลักษณ์ที่ชัดเจน รวมทั้งสื่อสารอย่างโปร่งใสเกี่ยวกับการใช้ AI ในการให้บริการ เช่น Chatbot หรือระบบแนะนำสินค้า

3. ติดตามคุณภาพของ AI

ตรวจสอบประสิทธิภาพของโมเดล AI เป็นประจำ เพื่อป้องกันการเสื่อมสภาพหรือการสร้างข้อมูลผิดพลาด พร้อมทดสอบและปรับปรุงอย่างน้อยปีละครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

4. ประเมินอคติของโมเดล AI

จัดให้มีการทดสอบอย่างละเอียดเพื่อประเมินประสิทธิภาพ ความแม่นยำ และความยุติธรรม ทั้งในขั้นตอนการพัฒนาและทดสอบอคติก่อนการใช้งานจริง และตรวจสอบซ้ำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยเฉพาะในระบบที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจที่สำคัญ เพื่อพิจารณาและดำเนินการแก้ไขในกรณีที่พบความไม่ยุติธรรมหรือการเลือกปฏิบัติ

5. ลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการใช้ AI

ร่วมมือกับผู้ให้บริการ AI Data center และ Cloud Computing ที่มีนโยบายความยั่งยืนที่ชัดเจน และใช้ไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด หรือได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมหรือพลังงาน พร้อมทั้งติดตามและรายงานการใช้พลังงานเป็นประจำ

6. การร้องเรียนกรณีได้รับผลกระทบจาก AI

จัดให้มีช่องทางแจ้งเรื่องร้องเรียน กรณีพบเหตุการณ์ละเมิดหรือได้รับผลกระทบจาก AI ผู้ใช้งานสามารถยื่นเรื่องร้องเรียนหรือขอให้มีการทบทวนการตัดสินใจโดยมนุษย์ในกรณีที่เห็นว่าไม่เป็นธรรม

7. ประเมินผลกระทบของเครื่องมือ AI ต่อความยั่งยืน

ประเมินผลกระทบของ AI เมื่อนำไปใช้งาน รวมทั้งผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้น และนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการใช้งาน AI ให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืน

8. ฝึกอบรมพนักงานด้านจริยธรรมและความปลอดภัยของ AI

อบรมพนักงานทุกระดับ ให้มีความเข้าใจในการใช้ AI อย่างมีจริยธรรมและปลอดภัย รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงและข้อจำกัดของ AI อย่างสม่ำเสมอ

ช่องทางร้องเรียน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย โดยเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อกังวลจากลูกค้า พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขการใช้งาน AI ในการสนับสนุนธุรกิจอย่างต่อเนื่องหากท่านพบเห็นการละเมิดจริยธรรม หรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจของระบบ AI ที่ไม่เป็นธรรม สามารถแจ้งเรื่องร้องเรียนได้ที่

https://hmpro.listedcompany.com/whistle_blowing.html

การสร้างคุณค่าทางธุรกิจผ่าน AI

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการนำ AI มาใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้



การปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Process Innovation)

นำ AI มาเพิ่มประสิทธิภาพในขั้นตอนการออกแบบและสร้างภาพจำลองสินค้า (Mockup) ตามรายละเอียดที่กำหนด โดยสามารถสร้างโมเดลได้เร็วขึ้นและลดความซับซ้อนเมื่อเทียบกับการใช้โปรแกรม 3 มิติแบบดั้งเดิม ช่วยให้ระยะเวลาในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) สั้นลงอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำ Price Optimization Data Modeling มาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจด้านการตั้งราคาสินค้าอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขัน



การพัฒนาสินค้าและบริการ (Product & Service Innovation)

สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ลูกค้าด้วยเทคโนโลยี “ภาพจำลองสินค้าอัจฉริยะ” (AI-Powered Tile Visualization) ที่สามารถเนรมิตภาพสินค้าภายในห้องจำลองรูปแบบต่าง ๆ ได้ในระยะเวลาอันสั้นและมีความสวยงามสมจริง ช่วยให้ลูกค้าเห็นภาพรวมก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งถือเป็นการทลายข้อจำกัดด้านการเลือกซื้อวัสดุตกแต่งบ้านในรูปแบบเดิม และเพิ่มความมั่นใจในการเลือกผลิตภัณฑ์



การเพิ่มประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับลูกค้า (Customer Experience Innovation)

นำ AI มาใช้ในการผลิตสื่อวิดีโอแนะนำสินค้า โดยสร้างวิดีโอพนักงานขายจำลอง เพื่อให้ข้อมูลคุณสมบัติและการใช้งานของสินค้าอย่างครบถ้วนแม่นยำ และส่งมอบข้อมูลสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาระบบผู้ช่วยอัจฉริยะสำหรับพนักงาน Call Center เพื่อช่วยค้นหาและสรุปข้อมูลของสินค้า และข้อซักถามตามที่ถูกถามได้ติดต่อสอบถามเข้ามาตลอด 24 ชั่วโมง โดยระบบนี้จะช่วยให้พนักงาน Call Center สามารถให้บริการและตอบคำถามลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ช่วยสร้างประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าที่ต่อเนื่องไร้รอยต่อ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

AI Community

บริษัทฯ ได้จัดให้มีการรวมกลุ่ม AI Community ขึ้น เพื่อเป็นเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญและผู้สนใจในเทคโนโลยี AI โดยมุ่งเน้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ พัฒนานวัตกรรม และส่งเสริมการประยุกต์ใช้ AI เพื่อแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการยกระดับประสบการณ์ลูกค้า นอกจากนี้ AI Community ยังเป็นพื้นที่ที่สมาชิกสามารถนำเสนอไอเดียร่วมมือในโครงการวิจัยหรือทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ช่วยสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร นำไปสู่การพัฒนาโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับทั้งองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว



กิจกรรมส่งเสริมการใช้ AI ในองค์กร



กิจกรรม AI Workshop



กิจกรรมเวิร์คช็อปการใช้ AI หลักสูตรต่าง ๆ อาทิ หลักสูตร Chat GPT หลักสูตร AI Agent หลักสูตร AI Generator Video รวมถึงหลักสูตร การใช้งาน Copilot และวิธีการป้องกันคำสั่ง ซึ่งทั้งหมดเป็นหลักสูตรภายในที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานของบริษัทฯ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการใช้ AI โดยเฉพาะ โดยในปี 2568 มีพนักงานเข้าร่วม 200 คน





กิจกรรม Mini AI Day

ในปี 2568 บริษัทฯ จัดกิจกรรม Mini AI Day ขึ้น เพื่อสร้างความตระหนักและส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้และการใช้งาน AI ภายในองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงศักยภาพและผลงานด้าน AI สร้างการมีส่วนร่วมและการต่อยอดแนวคิด AI ไปสู่การใช้งานในแต่ละหน่วยงานโดยภายในงานจะมีการประกาศผลการแข่งขันผลงาน AI Video จากพนักงานที่ส่งผลงานเข้าร่วมประกวด รวมถึงการแบ่งปันแนวคิดและแรงบันดาลใจในการนำ AI มาประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง โดยในปี 2568 มีพนักงานเข้าร่วม 30 คน



กิจกรรม AI Talk

กิจกรรมแบ่งปันไอเดียจากการนำ AI มาประยุกต์ใช้ในการทำงานของแต่ละฝ่ายงานในองค์กร รวมถึงประสบการณ์จริงจากการใช้ AI จากแพลตฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ AI ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการสัมภาษณ์ได้จัดขึ้นและพูดคุยกับหน่วยงานต่างๆ หมายหน่วยงาน อาทิ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายพัฒนาสินค้า ฝ่าย Home Service เป็นต้น



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

ขอบเขตการรายงาน

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารกลยุทธ์และผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน โดยมีขอบเขตครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยภายในประเทศไทย (151 สาขา และ 1 ศูนย์กระจายสินค้า) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึง 31 ธันวาคม 2568 สำหรับข้อมูลธุรกิจต่างประเทศและบริษัทร่วมจะไม่รวมอยู่ในขอบเขตของรายงานฉบับนี้ ทั้งนี้ เนื้อหาของรายงานมุ่งเน้นประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญใน 3 มิติ ได้แก่ มิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในการเป็นผู้นำธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และวัตถุประสงค์ “We make a better living” เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับทุกคน

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้ จัดทำขึ้นสอดคล้องกับคู่มือจัดทำแบบ 56-1 One Report-S โดยสำนักงาน ก.ล.ต. คู่มือการรายงานความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Sustainability Reporting Guide) และมาตรฐานการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021 รวมถึงมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ มาตรฐานตามเกณฑ์การประเมินองค์กร

ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ S&P Global Corporate Sustainability Assessment (Dow Jones Best-in-class Indices - DJBIC) มาตรฐาน Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UNSDGs) Sustainability Accounting Standards Board (SASB) Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD) รวมถึงมาตรฐานการรายงานทางการเงินเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน IFRS S1 และ S2 ที่กำหนดโดย International Sustainability Standards Board (ISSB) พร้อมทั้งพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

เพื่อให้การกำหนดแผนงานและกลยุทธ์ ตลอดจนตัวชี้วัดระดับองค์กร นำไปสู่การบริหารจัดการในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ร่วมกันทบทวนและประเมินประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความเสี่ยงที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา อย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้
สามารถอ่านในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงาน

ฝ่ายกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (สำนักงานใหญ่)
เลขที่ 31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ต. บางเขน อ. เมืองนนทบุรี จ. นนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 02 832 1000 ต่อ 1702
อีเมล sd@homepro.co.th
เว็บไซต์ www.homepro.co.th

GRI Content Index

Statement of use	Home Product Center Public Company Limited has reported in accordance with the GRI Standards for the period from 1 January 2025 to 31 December 2025
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard (s)	None

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement (s) Omitted	Reason	Explanation
General Disclosures						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	Organizational details	319-328	A gray cell indicates that reasons for omission are not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.		
	2-2	Entities included in the organization’s sustainability reporting	66-67, 284			
	2-3	Reporting period, frequency and contact point	284			
	2-4	Restatements of information	284			
	2-5	External assurance	284			
	2-6	Activities, value chain, and other business	64, 94, 265-273			
	2-7	Employees	181-184, 366			
	2-8	Workers who are not employees	223-226			
	2-9	Governance structure and composition	347-359			
	2-10	Nomination and selection of the highest governance body	374-377			
	2-11	Chair of the highest governance body	347-359			
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	251, 347-359			
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	251, 347-359			
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	251, 356-357			
	2-15	Conflicts of interest	345			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure	Location	Omission		
		Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
GRI 2: General Disclosures 2021	2-16	Communication of critical concerns	96-98, 180, 260-264		
	2-17	Collective knowledge of the highest governance body	32-50, 342-343, 368		
	2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	377-378		
	2-19	Remuneration policies	377-380		
	2-20	Process to determine remuneration	377-380		
	2-21	Annual total compensation ratio	365-367		
	2-22	Statement on sustainable development strategy	18-19, 90-91		
	2-23	Policy commitments	333-346, 178-179		
	2-24	Embedding policy commitments	333-346, 178-180		
	2-25	Processes to remediate negative impacts	178-180, 258-264		
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	180, 260-264, 382-383		
	2-27	Compliance with laws and regulations	263-264, 336		
	2-28	Membership associations	239-240		
	2-29	Approach to stakeholder engagement	95-98		
	2-30	Collective bargaining agreements	178-180		
Material Topics					
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	Process to determine material topics	99-101		
	3-2	List of material topics	99-101		
	3-3	Management of material topics	99-101, 103		

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
Biodiversity						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	173-175			
GRI 101: Biodiversity 2024	101-1	Policies to halt and reverse biodiversity loss	173-175			
	101-2	Management of biodiversity impacts	173-175			
	101-3	Access and benefit-sharing	-	All disclosure of access and benefit-sharing	Information unavailable/ incomplete	Information is unavailable
	101-4	Identification of biodiversity impacts	173-175			
Economic						
Economic Performance						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	59-60			
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1	Direct economic value generated and distributed	59-60			
	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	158-165			
	201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	190-191, 202			
	201-4	Financial assistance received from government	-	All disclosure of financial assistance received from government	Not Applicable	No financial assistance
Indirect Economic Impacts						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	200-207, 235-240			
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1	Infrastructure investments and services supported	200-207, 235-240			
	203-2	Significant indirect economic impacts	302-303			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
Procurement Practices						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	269-270			
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1	Proportion of spending on local suppliers	269-270			
Anti-corruption						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	255-264			
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1	Operations assessed for risks related to corruption	255-264			
	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	260-261			
	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	263-264			
Anti-competitive Behavior						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	80, 268, 331-332, 336			
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	80, 268, 331-332, 336			
Tax						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	317-318			
GRI 207: Tax 2019	207-1	Approach to tax	317-318			
	207-2	Tax governance, control, and risk management	317-318			
	207-3	Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	317-318			
	207-4	Country-by-country reporting	317-318			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
Environment						
Materials						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	114-132, 133-141			
GRI 301: Materials 2016	301-1	Materials used by weight or volume	129-132, 133-141			
	301-2	Recycled input materials used	129-132, 133-141			
	301-3	Reclaimed products and their packaging materials	118, 129-132			
Energy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	142-149			
GRI 302: Energy 2016	302-1	Energy consumption within the organization	104-105, 146			
	302-2	Energy consumption outside of the organization	-	All disclosure of energy consumption outside of the organization	Information unavailable/incomplete	Information is unavailable
	302-3	Energy intensity	104-105, 146			
	302-4	Reduction of energy consumption	104			
	302-5	Reductions in energy requirements of products and services	-	All disclosure of energy consumption outside of the organization	Information unavailable/incomplete	The products and services have not been tracked by the Company
Water and Effluents						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	105, 149-151			
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1	Interactions with water as a shared resource	105, 149-151			
	303-2	Management of water discharge-related impacts	105, 149-151			
	303-3	Water withdrawal	105, 149-151			
	303-4	Water discharge	105, 149-151			
	303-5	Water consumption	105, 149-151			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
GHG Emissions						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	105, 154-173			
GRI 305: Emissions 2016	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	105, 170-173			
	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	105, 170-173			
	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	105, 170-173			
	305-4	GHG emissions intensity	105, 170-173			
	305-5	Reduction of GHG emissions	166-173			
	305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	-	All disclosure of emissions of ozone-depleting substances (ODS)	Information unavailable/incomplete	Information is unavailable
	305-7	Nitrogen oxides (NOX), sulfur oxides (SOX), and other significant air emissions	-	All disclosure of nitrogen oxides (NOX), sulfur oxides (SOX), and other significant air emissions	Information unavailable/incomplete	Information is unavailable
Waste						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	133-141			
GRI 306: Waste 2020	306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	133-141			
	306-2	Management of significant waste-related impacts	133-141			
	306-3	Waste generated	104, 133-141			
	306-4	Waste diverted from disposal	104, 133-141			
	306-5	Waste directed to disposal	104, 133-141			
Supplier Environmental Assessment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	266-268			
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	266-268			
	308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	266-268			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
Employment						
Materials						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	181-189			
GRI 401: Employment 2016	401-1	New employee hires and employee turnover	188-189			
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	189-191			
	401-3	Parental leave	194			
Occupational Health and Safety						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	205-213			
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1	Occupational health and safety management system	205-213			
	403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	205-213			
	403-3	Occupational health services	205-213			
	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	205-213			
	403-5	Worker training on occupational health and safety	205-213			
	403-6	Promotion of worker health	205-213			
	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	205-213			
	403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	205-213			
	403-9	Work-related injuries	206			
	403-10	Work-related ill health	206			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
Training and Education						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	195-204			
GRI 404: Training and Education 2016	404-1	Average hours of training per year per employee	203			
	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	195-204			
	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	204			
Diversity and Equal Opportunity						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	22-23, 184-185, 374-375, 365-366			
GRI 405: Diversity and Equal	405-1	Diversity of governance bodies and employees	22-23, 184-185, 374-375			
	405-2	Ratio of basic salary and remuneration	190-192			
Non-Discrimination						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	178-180, 184-185, 341			
GRI 406: Non-discrimination	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	178			
Freedom of Association and Collective Bargaining						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	178-180			
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	178-180			
Child Labor						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	178-180, 267, 341			
GRI 408: Child Labor 2016	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	178-180, 267, 341			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
Forced or Compulsory Labor						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	178-180, 267, 341			
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	178-180, 267, 341			
Security Practices						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	178-180, 346			
GRI 410: Security Practices 2016	410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	178-180, 346			
Rights of Indigenous Peoples						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	178-180, 267, 341			
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	178-180, 267, 341			
Local Communities						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	227-240			
GRI 413: Local Communities 2016	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	227-240			
	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	227-240			
Supplier Social Assessment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	265-273			
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	265-273			
	414-2	Negative social impacts in the supply chain	265-273			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/ Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
Public Policy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	239-240, 260			
GRI 415: Public Policy 2016	415-1	Political contributions	169, 240			
Customer Health and Safety						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	110-132			
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	110-132			
	416-2	Incidents of non-compliance concerning the health	118			
Marketing and Labelling						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	110-132, 261-262			
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1	Requirements for product and service information and labeling	110-132, 118			
	417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	110-132, 118			
	417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	110-132, 118			
Customer Privacy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	274-277, 337-338			
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	274-277, 337-338			

ขอบเขตการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน

GRI Standard	Scope of this report	Disclosure
GRI 302-1 Energy consumption within the organization	<p>โฮมโปรสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, พาราไดซ์พาร์ค, รัชดาภิเษก, เฟลนิจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิษณุโลก, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บัรรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราจีนบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, เพชร, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ภูเก็ต (กลาง), พัทยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสา, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จรัญสนิทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์พาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ซีคอน บางแค, บางบัวทอง, ลำพูน, เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), เกาะลันตา, ชัยบาดาล, กำแพงแสน, ชะอำ, ขอนอม, หนองหาน, จอมบึง, เกตเวย์เอกมัย, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เทอร์มินอล 21 โคราช, พัง และแหลมฉบัง / เมกาโฮมสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, รังสิต, กบินทร์บุรี, มีนบุรี, ไรจนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, รัตนธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลูกแดง, ทุ่งสง และเวียงสระ / ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4</p>	104-105, 142-146
GRI 303-3 Water withdrawal GRI 303-4 Water discharge GRI 303-5 Water Consumption	<p>โฮมโปรสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, พาราไดซ์พาร์ค, รัชดาภิเษก, เฟลนิจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิษณุโลก, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บัรรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราจีนบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, เพชร, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ภูเก็ต (กลาง), พัทยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสา, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จรัญสนิทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์พาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ซีคอน บางแค, บางบัวทอง, ลำพูน, เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), เกาะลันตา, ชัยบาดาล, กำแพงแสน, ชะอำ, ขอนอม, หนองหาน, จอมบึง, เกตเวย์เอกมัย, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เทอร์มินอล 21 โคราช, พัง และแหลมฉบัง / เมกาโฮมสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, รังสิต, กบินทร์บุรี, มีนบุรี, ไรจนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, รัตนธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลูกแดง, ทุ่งสง และเวียงสระ / ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4</p>	105, 149-151

GRI Standard	Scope of this report	Disclosure
GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	<p>โสมโปรสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, พาราไดซ์พาร์ค, รัชดาภิเษก, เพลินจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิษณุโลก, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราจีนบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ภูเก็ต (กลาง), พัทยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสร่, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แพล้นโฮสแลนด์, จรัญสนิทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ชีคอน บางแค, บางบัวทอง, ลำพูน, เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), เกาะลันตา, ชัยบาดาล, กำแพงแสน, ชะอำ, ขอนอม, หนองหาน, จอมบึง, เกตเวย์เอกมัย, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เทอร์มินอล 21 โคราช, พัง และแหลมฉบัง / เมกาโสมสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, รังสิต, กบินทร์บุรี, มีนบุรี, ไรจนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, รัตนธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง,ทุ่งสง และเวียงสระ / ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4</p>	105, 171
GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	<p>โสมโปรสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, พาราไดซ์พาร์ค, รัชดาภิเษก, เพลินจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิษณุโลก, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราจีนบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ภูเก็ต (กลาง), พัทยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสร่, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แพล้นโฮสแลนด์, จรัญสนิทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ชีคอน บางแค, บางบัวทอง, ลำพูน, เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), เกาะลันตา, ชัยบาดาล, กำแพงแสน, ชะอำ, ขอนอม, หนองหาน, จอมบึง, เกตเวย์เอกมัย, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เทอร์มินอล 21 โคราช, พัง และแหลมฉบัง / เมกาโสมสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, รังสิต, กบินทร์บุรี, มีนบุรี, ไรจนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, รัตนธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง,ทุ่งสง และเวียงสระ / ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4</p>	105, 171

GRI Standard	Scope of this report	Disclosure
GRI 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	โสมโปรสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, พาราไดซ์พาร์ค, รัชดาภิเษก, เฟลนิจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิชญ์โลก, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราจีนบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ภูเก็ต (ถลาง), พัทยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสา, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จรัญสนิทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์พาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ซีคอน บางแค, บางบัวทอง, ลำพูน, เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), เกาะลันตา, ชัยบาดาล, กำแพงแสน, ชะอำ, ขอนอม, หนองหาน, จอมบึง, เกตเวย์เอกมัย, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เทอร์มินอล 21 โคราช, พัง และแหลมฉบัง / เมกาโสมสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, รังสิต, กบินทร์บุรี, มีนบุรี, ไรจนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, รัตนธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง,ทุ่งสง และเวียงสระ / ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4	105, 171
GRI 405-2: Ratio of basic salary and remuneration of women to men	โสมโปรสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, พาราไดซ์พาร์ค, รัชดาภิเษก, เฟลนิจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิชญ์โลก, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราจีนบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ภูเก็ต (ถลาง), พัทยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสา, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จรัญสนิทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์พาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ซีคอน บางแค, บางบัวทอง, ลำพูน, เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), เกาะลันตา, ชัยบาดาล, กำแพงแสน, ชะอำ, ขอนอม, หนองหาน, จอมบึง, เกตเวย์เอกมัย, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เทอร์มินอล 21 โคราช, พัง และแหลมฉบัง / เมกาโสมสาขาแม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, อรัญประเทศ, บางนาตราด, ขอนแก่น, อุดรธานี, ลำลูกกา, ศรีราชา, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ระยอง (ทับมา), แม่สาย, พุทธมณฑลสาย 4, เชียงราย, รังสิต, กบินทร์บุรี, มีนบุรี, ไรจนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, รัตนธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง,ทุ่งสง และเวียงสระ / ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4	192

Sustainability Accounting Standards Board (SASB) Index

The Sustainability Accounting Standards Board (SASB) is an independent, standards-setting organization whose mission is to develop comparable sustainability metrics for public corporations to disclose material and decision-useful information to investors. We have considered the industry standards (as defined by SASB's Sustainable Industry Classification System) for Multiline and Specialty Retailers & Distributors, and we have provided below the relevant data and/or the location of the applicable information in our 2024 Sustainability Development Report.

TABLE 1. SUSTAINABILITY DISCLOSURE TOPICS & ACCOUNTING METRICS

Accounting Metric	Category	Unit of Measure	Code	Data Response	Reference
Energy Management in Retail & Distribution					
(1) Total energy consumed,	Quantitative	(1) Gigawatt-Hour (GWh)	CG-MR-130a.1	(1) 297 GWh	Form 56-1
(2) Percentage grid electricity,		(2) Percentage (%)		(2) 70%	One Report,
(3) Percentage renewable energy		(3) Percentage (%)		(3) 30%	p.146
Data Security					
Discussion of management approach to identifying and addressing data security risks	Discussion and Analysis	n/a	CG-MR-230a.1	<ul style="list-style-type: none">- Data Privacy Policy- Cyber Security Measures- Personal Data Protection Committee	Form 56-1 One Report, p.337-338, 357-358
(1) Number of data security breaches,	Quantitative	Number, Percentage (%)	CG-MR-230a.2	No data breach in 2025	Form 56-1 One Report, p.337-338
(2) Percentage involving customers' personally identifiable information (PII),					
(3) Number of customers affected					
Workforce Diversity & Inclusion					
Percentage of gender and racial / ethnic group representation for	Quantitative	Percentage (%)	CG-MR-330a.1	(1) Management level:	Form 56-1 One Report,
(1) Management and				<ul style="list-style-type: none">- 55.11% Female- 44.89% Male	p.183
(2) All other employees				(2) All Associates <ul style="list-style-type: none">- 48.95% Female- 51.05% Male	
Fair Labor Practices					
Average hourly wage and percentage of in-store employees earning minimum wage, by region	Quantitative	n/a	CG-MR-310a.1	Offer wages and benefits that exceed the general labour market standards	Form 56-1 One Report, p.179-180, 190-191

Accounting Metric	Category	Unit of Measure	Code	Data Response	Reference
Product Sourcing, Packaging & Marketing					
Revenue from products third-party certified to environmental and/or social sustainability standards	Quantitative	Percentage (%)	CG-MR-410a.1	51.9%	Form 56-1 One Report, p.119-120
Description of processes to assess and manage risks and / or hazards associated with chemicals in products	Discussion and Analysis	n/a	CG-MR-410a.2	Reduce chemical category of ECO Choice product, Having waste management with sorting process and transferring it to the supplier for proper disposal.	Form 56-1 One Report, p.121-123, 135-141
Description of strategies to reduce the environmental impact of packaging	Discussion and Analysis	n/a	CG-MR-410a.3	Sustainable Packaging Management (1) Reduce Packaging (2) Reusable Packaging (3) Recycled Packaging	Form 56-1 One Report, p.129-132, 135-136

TABLE 2. ACTIVITY METRICS

Accounting Metric	Category	Unit of Measure	Code	Data Response	Reference
Number of: (1) retail locations and (2) distribution centers	Quantitative	Number	CG-MR-000.A	(1) 151 retail locations (2) 1 distribution center	Form 56-1 One Report, p.282
Total area of: (1) retail space and (2) distribution centers	Quantitative	Square meters (m ²)	CG-MR-000.B	(1) 1.20 million m ² of retail space (2) 0.24 million m ² of distribution center	Form 56-1 One Report, p.72

IFRS S2 Content Index

The Company demonstrates its commitment to climate-related financial disclosures by voluntarily adopting the International Financial Reporting Standards (IFRS) S2: Climate-Related Disclosures. This framework enables us to provide stakeholders with consistent and relevant information on climate-related risks and opportunities. We utilize IFRS S2 as a guide for transparent data reporting. The following index references the location of required IFRS S2 disclosures within our 2025 Form 56-1 One Report, Climate Change Framework, and other publicly available information.

IFRS S2 Recommendations	HomePro's Public Disclosures	
	Section	Page
Governance – Disclose the governance processes, controls and procedures an entity uses to monitor, manage and oversee climate-related risks and opportunities.		
(a) Disclose the governance body(s) or individual(s) responsible for oversight of climate-related risks and opportunities	Climate Change Management	156–158
(b) Disclose the management's role in the governance processes, controls and procedures used to monitor, manage and oversee climate-related risks and opportunities	Climate Change Management	156–158
Strategy – Disclose the strategy for managing climate-related risks and opportunities.		
(a) Disclose the climate-related risks and opportunities that could reasonably be expected to affect the entity's prospects	Climate Change Management	158–169
(b) Disclose the current and anticipated effects of those climate-related risks and opportunities on the entity's business model and value chain	Climate Change Management	158–169
(c) Disclose the effects of those climate-related risks and opportunities on the entity's strategy and decision-making, including information about its climate-related transition plan	Climate Change Management	158–169
(d) Disclose the effects of those climate-related risks and opportunities on the entity's financial position, financial performance and cash flows for the reporting period, and their anticipated effects on the entity's financial position, financial performance and cash flows over the short, medium and long term, taking into consideration how those climate-related risks and opportunities have been factored into the entity's financial planning	Climate Change Management	158–169
(e) Disclose the climate resilience of the entity's strategy and its business model to climate-related changes, developments and uncertainties, taking into consideration the entity's identified climate-related risks and opportunities	Climate Change Management	158–169
Risk Management – Disclose the processes to identify, assess, prioritise and monitor climate-related risks and opportunities, including whether and how those processes are integrated into and inform the entity's overall risk management process		
(a) Disclose the processes and related policies the entity uses to identify, assess, prioritise and monitor climate-related risks	Risk Management Climate Change Management	169–170

IFRS S2 Recommendations		HomePro's Public Disclosures	
		Section	Page
(b)	Disclose the processes the entity uses to identify, assess, prioritise and monitor climate-related opportunities, including information about whether and how the entity uses climate-related scenario analysis to inform its identification of climate-related opportunities	Risk Management Climate Change Management	169-170
(c)	Disclose the extent to which, and how, the processes for identifying, assessing, prioritising and monitoring climate-related risks and opportunities are integrated into and inform the entity's overall risk management process	Risk Management Climate Change Management	169-170
Metrics & Targets – Disclose the performance in relation to its climate-related risks and opportunities, including progress towards any climate-related targets it has set, and any targets it is required to meet by law or regulation.			
(a)	Disclose the information relevant to the cross-industry metric categories	Climate Change Management	170-173
(b)	Disclose the industry-based metrics that are associated with particular business models, activities or other common features that characterise participation in an industry	Climate Change Management	170-173
(c)	Disclose the targets set by the entity, and any targets it is required to meet by law or regulation, to mitigate or adapt to climate-related risks or take advantage of climate-related opportunities, including metrics used by the governance body or management to measure progress towards these targets	Climate Change Management	170-173

Remark : To learn more about HomePro's Climate Change Framework, visit the link

<https://hmpo.listedcompany.com/misc/CG/20230710-hmpo-climate-change-strategy-and-governance-en.pdf>

Sustainable Development Goals (SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนเป้าหมาย

หน้าอ้างอิง

	ขจัดความยากจนทุกรูปแบบ ทุกสถานที่	การดูแลพนักงาน <ul style="list-style-type: none"> ค่าครองชีพ (Living Wage) 190-191 ให้ความรู้ด้านการออมและการวางแผนทางการเงิน 194 รวมถึงการแก้ไขปัญหาหนี้สินให้กับพนักงาน การสร้างโอกาสและความร่วมมือทางธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> โครงการเก้าแก้วน้อย 224-225 การดูแลสังคมและชุมชน <ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนในสถานการณ์ภัยน้ำท่วม 228-231 	
	ขจัดความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร ส่งเสริมเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน	การดูแลพนักงาน <ul style="list-style-type: none"> ค่าครองชีพ (Living Wage) 190-191 การดูแลสังคมและชุมชน <ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมสนับสนุนการประกอบอาชีพของชุมชน 235-239 	
	รับรองการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนในทุกช่วงอายุ	การดูแลพนักงาน <ul style="list-style-type: none"> ค่าครองชีพ (Living Wage) 190-191 การรักษาพนักงาน 192-194 การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน 205-210 การดูแลสุขภาพ 210-213 การดูแลลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> Chang HomePro บริการเรื่องบ้านครบวงจร 219-222 การดูแลชุมชนและสังคม <ul style="list-style-type: none"> โครงการ HomePro Fun Walk 2025 – Walk For Heart “ทุกก้าวที่เดิน ก้าวเพื่อหัวใจ” 234-235 การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนในสถานการณ์ภัยน้ำท่วมภาคใต้ 228-231 โครงการห้องน้ำเพื่อสังคม 233-234 	
	รับรองการศึกษาที่เท่าเทียมและทั่วถึง ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน	การดูแลพนักงาน <ul style="list-style-type: none"> โครงการทุนทวีภาคี 187 การพัฒนาพนักงาน 195-201 	
	บรรลุความเท่าเทียมทางเพศ และพัฒนาบทบาทสตรีและเด็กผู้หญิง	สิทธิมนุษยชน <ul style="list-style-type: none"> การจัดการด้านสิทธิมนุษยชนการดูแลพนักงาน 178-180 การดูแลพนักงาน <ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงาน 184-185 การดูแลลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> บริการเลดี้เซอร์วิส (Lady Service) 221 	



รับรองการมีน้ำใช้ การจัดการน้ำ
และสุขาภิบาลที่ยั่งยืน

สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- มาตรฐานความปลอดภัย 115-118
- สินค้า ECO Product 119-120

การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

- การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำ 149-151
- กิจกรรมส่งเสริมพนักงานให้มีส่วนร่วมในการใช้พลังงาน และทรัพยากรอย่างคุ้มค่า 151-153



รับรองการมีพลังงานที่ทุกคนเข้าถึงได้
เชื่อถือได้

การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

- การบริหารจัดการพลังงาน
 - การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน 143-144
 - การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง 144
 - การจัดการเชื้อเพลิงภายในบริษัท 145
- การจัดการทรัพยากร
 - การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำ 149-151



ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง
ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานที่มีคุณค่า

การสร้างโอกาสและความร่วมมือทางธุรกิจ

- โครงการแก้แค้น้อย 224-225
- โครงการอบรมช่าง 225-226

การดูแลชุมชนและสังคม

- กิจกรรมสนับสนุนการประกอบอาชีพของชุมชน 235-239



พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับ
การเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการปรับตัว
ให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน
และทั่วถึง และสนับสนุนนวัตกรรม

เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการขยะ

- การจัดการขยะภายในองค์กร 135-136
- การจัดการขยะภายนอกองค์กร 136-138

การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

- การบริหารการขนส่ง 148-149

การดูแลลูกค้า

- ระบบซื้อขายสินค้าและบริการเชื่อมโยงทุกช่องทางไร้รอยต่อ 215-219

นวัตกรรมทางธุรกิจ

- การวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมสินค้า 242-243
- ระบบ Packaging Platform: ยกระดับกระบวนการออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 244

การบริหารจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ





- 245

การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม

- 246-247

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

- การพัฒนาคู่ค้า 272-273
- การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้า 273

10 ลดความเหลื่อมล้ำ 	ลดความเหลื่อมล้ำทั้งภายในและระหว่างประเทศ	สิทธิมนุษยชน <ul style="list-style-type: none"> • การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน 178-180
		การดูแลพนักงาน <ul style="list-style-type: none"> • การสนับสนุนความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงาน 184-185
11 เมืองและชุมชนที่ครอบคลุม 	ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย ทนทาน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างยั่งยืน	การดูแลชุมชนและสังคม <ul style="list-style-type: none"> • โครงการห้องน้ำเพื่อสังคม 233-234
12 บริโภคและผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ 	รับรองแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน	สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> • มาตรฐานความปลอดภัย 115-118 • สินค้า ECO Product 119-120 • สินค้า ECO Choice 121-123 • สินค้า Circular Product 124-126 • สินค้าตอบโต้การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน 127-129 • กิจกรรมส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ 129-130 • การจัดการบรรจุภัณฑ์ของสินค้า 131-132
		เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการขยะ <ul style="list-style-type: none"> • การจัดการขยะภายในองค์กร 135-136 • การจัดการขยะภายนอกองค์กร 136-138 • การจัดการบรรจุภัณฑ์ในกระบวนการขนส่ง 135 การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ <ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการพลังงาน <ul style="list-style-type: none"> - การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน 143-144 - การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง 144 - การจัดการเชื้อเพลิงภายในบริษัท 145 - การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน 146-147 - การบริหารการขนส่ง 148-149 • การจัดการทรัพยากร <ul style="list-style-type: none"> - การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำ 149-151 นวัตกรรมทางธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ 245
13 รับมือภัยพิบัติ 	ดำเนินการมาตรการเร่งด่วนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ	การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ <ul style="list-style-type: none"> • การบริหารจัดการพลังงาน <ul style="list-style-type: none"> - การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน 143-144 - การใช้ไฟฟ้าจากสายส่ง 144 - การจัดการเชื้อเพลิงภายในบริษัท 145 - การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน 146-147 - การบริหารการขนส่ง 148-149
		การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ <ul style="list-style-type: none"> • มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านสภาพภูมิอากาศ 156-158 • การประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ 158-165 • การบรรเทาผลกระทบและการปรับตัวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 166-169 • การประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร 170-172



14 ชีวิตในน้ำ
อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร
และทรัพยากรทางทะเลเพื่อการพัฒนา
อย่างยั่งยืน

การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

- การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำ

149-151



15 ชีวิตบนบก
ปกป้อง ป่าไม้ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์
จากระบบนิเวศทางบกอย่างยั่งยืน

เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการของเสีย

- การจัดการขยะภายในองค์กร

135-136

- การจัดการขยะภายนอกองค์กร

136-138

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- การอนุรักษ์ความหลากหลาย ทางชีวภาพและระบบนิเวศ
 - การประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ
 - ต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่าและอนุรักษ์ป่าไม้

173-174

175



16 สันติภาพ ยุติธรรม
และสถาบันที่เข้มแข็ง
ส่งเสริมสังคมสงบสุข ยุติธรรม
ไม่แบ่งแยกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การดูแลพนักงาน

- สิทธิมนุษยชน

178-180

- การสนับสนุนความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงาน

184-185

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

- มาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

258-261

261-262



17 ร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
สร้างพลังแห่งการเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือ
ระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การสร้างโอกาสและความร่วมมือทางธุรกิจ

- โครงการเกื้อหนุน

224-225

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

- แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า

267

- แนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน

267-268

- การพัฒนาคู่ค้า

272-273

- การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้า

273



แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการรายงานความยั่งยืน ปี 2568

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

1. ข้อมูลผู้ให้ความเห็น

เพศ ☐ หญิง

☐ ชาย

อายุ ☐ น้อยกว่า 30 ปี

☐ 30 - 50 ปี

☐ มากกว่า 50 ปี

2. ท่านเป็นผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใด

☐ ผู้ถือหุ้น

☐ นักลงทุน

☐ พันธมิตร/คู่ค้า

☐ ชุมชน

☐ พนักงาน

☐ นักวิชาการ/องค์กรอิสระ

☐ ลูกค้า

☐ สื่อมวลชน

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

3. ท่านอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้เพื่อ.....

☐ เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนหลักทรัพย์บริษัทฯ

☐ ทำความเข้าใจธุรกิจบริษัทฯ

☐ การวิจัยและการศึกษา

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

4. ระดับความพึงพอใจที่มีต่อรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568

ความเพียงพอของข้อมูล

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

การใช้ภาษาเข้าใจง่าย

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

ความพึงพอใจโดยรวม

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

5. ท่านคิดว่าประเด็นใดที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืนของของบริษัทฯ

.....

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่ารายงานฉบับนี้ควรปรับปรุงอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ร่วมส่งแบบสอบถามออนไลน์

เพียงสแกนคิวอาร์โค้ดนี้ และร่วมส่งแบบสอบถาม
เพื่อให้ทางบริษัทฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อไป





กรุณาส่ง ฝ่ายกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ตำบลบางเขน
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

วิธีการส่งกลับแบบสำรวจ



1. อีเมล

สแกนหรือถ่ายรูปแบบสำรวจที่
กรอกข้อมูลแล้วส่งมาที่
sd@homepro.co.th



2. โทรศัพท์

+662 832 1066



3. ไปรษณีย์

ฉีกแบบสำรวจติดแสตมป์
ส่งมาตามที่อยู่ที่อยู่ปรากฏ

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

1. ภาพรวมของ

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

ในปี 2568 เศรษฐกิจไทยต้องเผชิญกับปัจจัยท้าทายทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ อาทิ นโยบายการค้าระหว่างประเทศ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ตลอดจนอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศที่อยู่ในระดับต่ำ ปัญหาหนี้ครัวเรือน และสถานการณ์ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นระยะ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ภาคการส่งออกและการท่องเที่ยว รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ อาทิ โครงการ Easy E-Receipt และการปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ยังคงเป็นแรงผลักดันสำคัญในการบรรเทาผลกระทบและขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

ตลอดปี 2568 บริษัทฯ เผชิญกับความท้าทายจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดและภัยธรรมชาติในหลากหลายรูปแบบ เริ่มต้นในไตรมาสที่ 1 กับเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่รับรู้แรงสั่นสะเทือนได้ในวงกว้างรวมถึงพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งสร้างความเสียหายต่อโครงสร้างอาคารสูงในบางพื้นที่ ต่อมาในไตรมาสที่ 2 สถานะอากาศที่แปรปรวนจากปริมาณฝนที่ตกเร็วกว่าปกติและอุณหภูมิที่ต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ได้ส่งผลกระทบต่อยอดขายที่ลดลงในสินค้ากลุ่มเครื่องทำความเย็นซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าหลักประจำฤดูกาล ส่วนในช่วงไตรมาสที่ 3 และ 4 สถานการณ์ความตึงเครียดบริเวณชายแดนได้ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการจับจ่ายในบางพื้นที่ ประกอบกับเหตุอุทกภัยครั้งใหญ่ในอำเภอนาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และพื้นที่ภาคใต้ เป็นเหตุให้บางสาขาจำเป็นต้องหยุดดำเนินการชั่วคราว อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ สามารถจำกัดผลกระทบให้อยู่ในระดับต่ำและบริหารจัดการสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านมาตรฐานการบริหารความเสี่ยงที่เข้มงวด การจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยที่ครอบคลุม ตลอดจนการใช้แผนบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) ที่รวดเร็ว ทำให้ธุรกิจสามารถกลับมาดำเนินงานตามปกติได้ในระยะเวลาอันสั้น

บริษัทฯ มุ่งมั่นปรับกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ผ่านกิจกรรมทางการตลาด อาทิ HomePro Super Expo, กิจกรรม Double Day และกิจกรรมซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าฟรี นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการนำเสนอบริการ ‘ช่างโฮมโปร’ (Chang HomePro) เพื่อตอกย้ำการเป็น ‘ผู้ช่วยเรื่องบ้าน’ ที่อยู่เคียงข้างผู้บริโภคในทุกช่วงเวลา พร้อมส่งมอบการดูแลที่ครอบคลุมทั้งสินค้าและบริการโดยทีมผู้เชี่ยวชาญ

ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการสร้างรายได้

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาช่องทางการจำหน่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้ โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้นความรวดเร็ว ด้วยการยกระดับมาตรฐานการจัดส่งสินค้าขนาดเล็กให้ถึงมือลูกค้าทันทีภายใน 1 ชั่วโมง พร้อมทั้งสร้างความผูกพันกับลูกค้าในระยะยาวผ่านกลยุทธ์การดูแลผลิตภัณฑ์ตลอดช่วงเวลาการใช้งาน (Customer Engagement Through Product Life Cycle) อีกทั้งมีบริการ ‘ช่างโฮมโปร’ (Chang HomePro) เพื่อส่งมอบคุณค่าและการดูแลที่เหนือกว่าให้แก่ลูกค้า

ในด้านเทคโนโลยี บริษัทฯ ได้นำนวัตกรรมมาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานทั้งในส่วนหน้าสาขาและระบบสนับสนุนส่วนกลาง ตั้งแต่การพัฒนาเครื่องมือช่วยขายหน้าร้าน ไปจนถึงการใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวางแผนการจัดซื้อและกำหนดราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้ขยายช่องทางผ่านแพลตฟอร์ม Marketplace เพื่อนำเสนอสินค้ากลุ่มที่ไม่ได้มีวางจำหน่ายหน้าร้าน อาทิ กลุ่มผู้สูงอายุ แม่และเด็ก สุขภาพ และอุปกรณ์สำนักงาน

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขยายฐานลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาแพลตฟอร์ม B2B เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจและผู้ประกอบการ อาทิ ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และภาคเอกชนอย่างครบวงจร

ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้และการแข่งขัน โดยการพัฒนาระบบควบคุมคลังสินค้าที่แม่นยำจะช่วยลดต้นทุนการจัดเก็บและการขนส่ง พร้อมทั้งยกระดับความเร็วในการส่งมอบสินค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้ขยายพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้าเพื่อรองรับการเติบโตและการขยายสาขาในอนาคต ควบคู่ไปกับการติดตั้งระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) เพิ่มเติม เพื่อใช้ในการจัดเก็บและเตรียมสินค้าเพื่อส่งมอบ โดยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถยกระดับบริการขนส่งสินค้าให้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการส่งมอบสินค้าขนาดเล็กให้ถึงมือลูกค้าได้ทันทีภายใน 1 ชั่วโมง

ด้านการสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนและความยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักและยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้กรอบการสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างคุณค่าร่วมให้กับสังคม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแนวทางการดำเนินงานที่ครอบคลุมในหลายด้านเพื่อตอบสนองโจทย์ลูกค้าตลอดวงจรการใช้งานผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) และเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว เริ่มตั้งแต่การส่งเสริมสัดส่วนการขายสินค้ารักษ์โลก (Eco Products) ที่ช่วยประหยัดพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไปจนถึงการดำเนินโครงการ Trade In ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้านำสินค้าเก่ามาแลกรับส่วนลดสำหรับการซื้อสินค้าใหม่ พร้อมทั้งบริหารจัดการสินค้าเก่าเหล่านั้นผ่านกระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าฟรี โดยยกเว้นค่าแรงในการซ่อมแซมเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานและลดภาระค่าใช้จ่ายของลูกค้า ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้เป็นการสร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืน (HomePro Ecosystem) ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการของ เพื่อการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดอย่างต่อเนื่องผ่านการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ที่สาขา เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหลัก โดยปัจจุบันดำเนินการติดตั้งไปแล้วทั้งสิ้น 116 สาขา และมีแผนที่จะขยายการติดตั้งเพิ่มเติมในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำรถยนต์ไฟฟ้า (EV) มาใช้ในการขนส่งสินค้า เพื่อลดการปล่อยมลพิษควบคู่ไปกับการบริหารจัดการต้นทุนด้านพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

หนึ่งในพันธกิจที่สำคัญของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนคือการสนับสนุนและส่งเสริมให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการ United Nations Global Compact (UNGC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 และได้นำหลักการสำคัญ 10 ประการ ซึ่งครอบคลุมด้านสิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต มาปรับใช้ในการดำเนินงานอย่างเหมาะสม อีกทั้งบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการประกอบกิจการเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) และมุ่งมั่นพัฒนากระบวนการทำงานภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่กำหนดไว้

ด้านการขยายสาขาในปี 2568

ณ สิ้นปี 2568 บริษัทฯ มีสาขาภายใต้การบริหารจัดการรวมทั้งสิ้น 133 สาขา ประกอบด้วย โฮมโปร 87 สาขา, โฮมโปรเอส 4 สาขา, เมกาโฮม 21 สาขา, ไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store) 14 สาขา และโฮมโปรในประเทศมาเลเซีย 7 สาขา

โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ขยายสาขาใหม่รวม 10 แห่งเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดและครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในหลายพื้นที่ ได้แก่ โฮมโปร 2 สาขา (พะจันและแหลมฉบัง), เมกาโฮม 1 สาขา (เวียงสระ) และไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store) 7 สาขา (บ่อวิน, แม่สาย, บางนา-ตราด, พุทธมณฑลสาย 4, อยุธยาประเทศ, เชียงราย และลำลูกกา) อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ปิดสาขาโฮมโปรเอส 1 แห่ง ที่มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่ เนื่องจากสิ้นสุดสัญญาเช่า

ในปี 2568 นี้ บริษัทฯ ได้มีการขยายสาขาในรูปแบบของไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store) เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการเปิดโฮมโปรและเมกาโฮมในพื้นที่เดียวกันเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าทั้งกลุ่มเจ้าของบ้านและกลุ่มช่างผู้รับเหมาในทำเลที่มีศักยภาพ โดยเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มโอกาสในการขายจากการที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าจากโฮมโปรและเมกาโฮมได้ครบจบในที่เดียว เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการจากการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

2.1 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปี 2568

ในระหว่างปี กลุ่มบริษัทได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2568 มาถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน

การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อบการเงินของกลุ่มบริษัท

2.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2569

สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2569 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน

ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานนี้จะไม่ผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อบการเงินของกลุ่มบริษัท

3. ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร

ในปี 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวม 70,569.77 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 2.77% และมีกำไรสุทธิ 6,011.39 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 7.57% โดยในปีนี้ธุรกิจค้าปลีกยังคงได้รับความกดดันและปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ฝนตกเร็วกว่าปกติส่งผลให้สภาพอากาศมีอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำกว่าปีก่อน ทำให้ยอดขายสินค้ากลุ่มเครื่องทำความเย็นได้รับผลกระทบ ปัญหานี้ครวเรื้อนซึ่งยังคงอยู่ในระดับสูงส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้น รวมถึงภัยธรรมชาติต่าง ๆ ทั้งอุทกภัย และแผ่นดินไหว ทำให้ยอดขายรวมปรับตัวลดลง ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นได้รับผลกระทบจากส่วนลดทางการค้าตามปริมาณการสั่งซื้อสินค้าลดลงตามยอดขายที่ปรับตัวลดลงและต้นทุนการให้บริการลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนการบริหารต้นทุนการดำเนินงาน รวมถึงการคัดสรรและพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ในส่วนของการดำเนินงาน บริษัทฯ มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายรวมถึงกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากยิ่งขึ้น การขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ การกระตุ้นยอดขายผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงบริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องของการควบคุมต้นทุนและลดค่าใช้จ่าย การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและนำเสนอสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง รวมถึงการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งมีการดำเนินงานที่สำคัญตลอดปี 2568 อาทิ การพัฒนาระบบนิเวศ (HomePro Ecosystem) ที่ช่วยตอบโจทย์ลูกค้าตลอดช่วงเวลาการใช้งานผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) การติดตั้งโซลาร์เซลล์ที่สาขาการนารถ EV มาให้บริการจัดส่งสินค้า และการร่วมพัฒนาสินค้ารักษ์โลก (Circular Products) กับพันธมิตรทางธุรกิจ

3.1 รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	2566		2567		2568	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รายได้จากบริษัทหลัก						
สินค้ากลุ่ม Hard Line ¹	45,214.8	66.2	45,004.2	66.2	43,824.8	66.4
สินค้ากลุ่ม Soft Line ²	9,621.5	14.1	9,345.3	13.8	8,727.0	13.2
รายได้จากบริการ Chang HomePro	806.7	1.2	890.1	1.3	972.2	1.5
2. รายได้จากบริษัทย่อย	12,640.3	18.5	12,712.4	18.7	12,431.1	18.8
รายได้จากในประเทศ	11,321.3	16.6	11,432.4	16.8	11,241.7	17.0
รายได้จากต่างประเทศ	1,319.1	1.9	1,280.0	1.9	1,189.4	1.8
รวมรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	68,283.3	100.0	67,952.0	100.0	65,955.2	100.0

หมายเหตุ:

1 สินค้ากลุ่ม Hard Line ได้แก่ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับวัสดุก่อสร้าง สี อุปกรณ์ปรับปรุงบ้าน ห้องน้ำและสุขภัณฑ์ เครื่องครัว อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

2 สินค้ากลุ่ม Soft Line ได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องนอน พรม ผ้าปูเตียง เฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ สินค้าตกแต่ง และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน

ปี 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า รวม 65,955.18 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนจำนวน 1,996.84 ล้านบาท หรือ 2.94% โดยปี 2568 นับว่าเป็นปีที่ท้าทายสำหรับบริษัทฯ เนื่องจากภาพรวมเศรษฐกิจประเทศไทยยังคงเติบโตในระดับต่ำ รวมถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ทำให้ยอดขายมีการชะลอตัวลงทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด และมีการพัฒนาในส่วนของการดำเนินงานเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนากลุ่มสินค้าและบริการให้ครอบคลุมและตอบโจทย์ทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งในส่วนของลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจ รวมถึงมีการสร้างแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (Marketplace) สำหรับการจำหน่ายสินค้าบางกลุ่มที่ไม่ได้มีวางขายที่หน้าร้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นและเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในเรื่องของการขาย อีกทั้งยังมีการเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ อาทิ กลุ่มลูกค้าที่อาจยังไม่มีความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการเพื่อปรับปรุงบ้าน แต่มีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ โดยยอดขายออนไลน์รวมทุกแพลตฟอร์ม

และรายได้จากการให้บริการมีการเติบโตขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ รายได้ของบริษัทฯ สามารถแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) รายได้จากการขายปลีกของธุรกิจโฮมโปร ซึ่งแบ่งสินค้าออกเป็นกลุ่ม Hard Line และ Soft Line โดยในปี 2568 ยอดขายสินค้ากลุ่ม Hard Line ลดลงจากปีก่อนจำนวน 1,179.40 ล้านบาท สินค้ากลุ่ม Soft Line มียอดขายลดลงจากปีก่อนจำนวน 618.30 ล้านบาท 2) รายได้จากการให้บริการ Chang HomePro เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 82.10 ล้านบาท 3) รายได้จากบริษัทย่อย ซึ่งเป็นยอดขายสินค้าของธุรกิจเมกาโฮม และธุรกิจโฮมโปรมาเลเซีย ลดลง 281.30 ล้านบาท

3.2 รายได้อื่น

ปี 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลง รายได้อื่นดังนี้

- รายได้ค่าเช่า จำนวน 1,932.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 78.05 ล้านบาท หรือ 4.21% จากปีก่อน เป็นผลมาจากการจัดเก็บรายได้ค่าเช่าพื้นที่เช่าในสาขาของโฮมโปร และศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจได้มากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยว และรายได้จากการบริหารพื้นที่เช่าในการจัดงาน HomePro Electric Expo ในช่วงไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นปัจจัยเสริมที่ช่วยผลักดันการเติบโตของรายได้ค่าเช่าในภาพรวม

- รายได้อื่นจำนวน 2,682.18 ล้านบาท ลดลง 87.95 ล้านบาท หรือ 3.17% โดยเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าที่ลดลงทั้งในช่องทางสาขาและช่องทางออนไลน์ รวมถึงเงินสนับสนุนจากทางคู่ค้าที่ลดลงตามยอดขาย เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

3.3 ต้นทุนขายและบริการ และกำไรขั้นต้น

ในปี 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายและบริการทั้งสิ้น 48,336.95 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 1,391.51 ล้านบาท หรือ 2.80% โดยลดลงตามปริมาณยอดขายสินค้าและบริการที่ลดลง ทั้งนี้ สัดส่วนของต้นทุนขายและบริการคิดเป็น 73.29% ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 73.18% ในปีก่อนหน้า เมื่อพิจารณาถึงกำไรขั้นต้น จากการขายสินค้าและบริการ รวมจำนวน 17,618.24 ล้านบาท ลดลง 605.33 ล้านบาท หรือ 3.32% เมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายลดลงจาก 26.82% ในปีก่อน มาอยู่ที่ 26.71% ซึ่งเป็นผลจากการได้รับส่วนลดทางการค้าตามปริมาณการสั่งซื้อสินค้าลดลงซึ่งเป็นไปตามยอดขายรวมที่ปรับตัวลดลงและต้นทุนการให้บริการที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มุ่งเน้นในการพัฒนาสินค้า Private Brand ที่ตอบโจทย์ทั้งคุณภาพและความคุ้มค่า เพื่อช่วยผลักดันอัตรากำไรขั้นต้น ทั้งนี้ รายได้จากการบริการ Chang HomePro ยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3.4 ต้นทุนค่าเช่า

ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 814.71 ล้านบาท ลดลง 1.73 ล้านบาท หรือ 0.21% โดยมาจากค่าซ่อมแซมและค่าเสื่อมราคาของพื้นที่เช่าที่มีการปรับตัวลดลง

3.5 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 13,318.40 ล้านบาท ลดลง 22.53 ล้านบาท หรือ 0.17% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายอยู่ในระดับ 20.19% ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ระดับ 19.63% โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลง ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภคและค่าซ่อมแซม นอกจากนี้ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการขยายสาขามาเป็นไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store) มากขึ้น ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานผ่านการให้ทรัพยากรร่วมกันภายในสาขา และลดค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขาใหม่ได้ ขณะที่ค่าใช้จ่ายบางส่วนปรับตัวเพิ่มขึ้น อาทิ ค่าเสื่อมราคา และการปรับเพิ่มขึ้นของอัตราค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต

โดยรายละเอียดค่าใช้จ่ายในแต่ละกลุ่ม สามารถจำแนกได้ดังนี้

- ค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวน 11,023.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.19 ล้านบาท หรือ 0.39% โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมาจากค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าเสื่อมราคา ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายจากการจ้างแรงงานภายนอก
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวน 2,285.23 ล้านบาท ลดลง 74.59 ล้านบาท หรือ 3.16% โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงมาจากค่าใช้จ่ายกลุ่มเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน ค่าสาธารณูปโภคและค่าซ่อมแซม
- ค่าใช้จ่ายอื่น จำนวน 9.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 8.87 ล้านบาท

3.6 รายได้ทางการเงิน

รายได้ทางการเงิน จำนวน 39.75 ล้านบาท ลดลง 22.20 ล้านบาท หรือ 35.83% จากรายได้ดอกเบี้ยรับที่ลดลง

3.7 ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 710.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.42 ล้านบาท หรือ 3.41% จากการออกหุ้นกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้ที่ครบกำหนดบางส่วนช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2567 ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น เมื่อเทียบกับปีก่อน การออกตราสารหนี้ระยะสั้น รวมถึง บริษัทฯ มีการทำสัญญาเช่าระยะยาวสำหรับสาขาใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ดอกเบี้ยจ่ายตามมาตรฐาน TFRS16 สูงขึ้น

3.8 กำไรสุทธิ

สำหรับผลการดำเนินงานในปี 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิจำนวน 6,011.39 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 492.16 ล้านบาท หรือ 7.57% โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายที่ชะลอตัวลงตามสภาวะเศรษฐกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื้อมียังอัตรากำไรขั้นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พร้อมทั้งปรับกลยุทธ์เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

3.9 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 อยู่ที่ 22.73% โดยปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 24.84% จากมูลค่าเฉลี่ยในส่วนของผู้ถือหุ้นที่ปรับเพิ่มขึ้นและผลกำไรสุทธิที่ลดลงตามสภาวะเศรษฐกิจ

4. ความสามารถในการบริหารทรัพย์สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์รวม จำนวน 70,648.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 จำนวน 983.61 ล้านบาท หรือคิดเป็น 1.41% โดยการเปลี่ยนแปลงของรายการที่สำคัญ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลง 1,065.73 ล้านบาท จากการชำระหนี้ระยะยาวและการชำระคืนหุ้นกู้ที่ครบกำหนด
- ลูกหนี้การค้า ลดลง 17.04 ล้านบาท จากการรับชำระหนี้ตามกำหนด และลูกหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 365.64 ล้านบาท โดยลูกหนี้ส่วนใหญ่ประกอบด้วยลูกหนี้ที่เกิดจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการขาย และลูกหนี้จากการให้เช่าพื้นที่และบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีการวิเคราะห์ลูกหนี้ โดยแยกตามอายุหนี้ที่คงค้าง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นคงค้างที่มีอายุมากกว่า 12 เดือน มีจำนวน 4.58 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้มีการตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้เพียงพอที่ 6.20 ล้านบาท
- สินค้าคงเหลือ-สุทธิ เพิ่มขึ้น 290.65 ล้านบาท โดยเป็นผลมาจากการเปิดสาขาใหม่ในปี 2568
- อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน/ ที่ดิน อาคารและ อุปกรณ์/ สินทรัพย์สิทธิการใช้/ คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์/ อสังหาริมทรัพย์รอการขาย รวมเพิ่มขึ้น 1,427.00 ล้านบาท หรือ 3.10% จากการลงทุนเพื่อเปิดสาขาใหม่ในปี 2568 และการเตรียมการเปิดสาขาในปี 2569 บางส่วน
- สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น ลดลง 41.45 ล้านบาท หรือ 22.12%

5. สภาพคล่องทางการเงินและความเพียงพอของเงินทุน

เปรียบเทียบกระแสเงินสด สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 กับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2567

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2568	2567	2568
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	10,153.21	9,337.05	9,917.47	9,247.38
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน	(3,691.31)	(4,330.63)	(2,967.70)	(3,903.10)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(7,339.30)	(6,074.05)	(7,664.24)	(6,434.57)
ผลต่างจากการแปลงค่าทางการเงิน	2.45	1.90	-	-
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(874.95)	(1,065.73)	(714.47)	(1,090.28)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 4,487.66 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 5,553.72 ล้านบาท

สุทธิลดลง จำนวน 1,065.73 ล้านบาท เนื่องจากกิจกรรมดังนี้

- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการดำเนินงาน 9,337.05 ล้านบาท ได้มาจากกำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในรายการสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 11,714.22 ล้านบาทและเงินทุนหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของรายการสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ รายการลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 349.14 ล้านบาท รายการสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 239.48 ล้านบาท รายการสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นลดลง 41.45 ล้านบาท รายการเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลง 173.86 ล้านบาท รายการหนี้สินหมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 24.58 ล้านบาท รายการค่าเช่ารับล่วงหน้าลดลง 18.62 ล้านบาท และจ่ายภาษีเงินได้ 1,475.27 ล้านบาท

- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 4,330.63 ล้านบาทโดยปัจจัยหลักมาจากการลงทุนในที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ การซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน รวมเป็นจำนวน 3,948.87 ล้านบาท ค่าระค่าสินทรัพย์ สิทธิการใช้จำนวน 333.96 ล้านบาท และซื้อคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ จำนวน 95.57 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 6,074.05 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้เป็นเงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินสุทธิจำนวน 2,992.19 ล้านบาท ค่าระคินหุ้นกู้สุทธิจำนวน 1,221.33 ล้านบาท และการจ่ายเงินปันผลจำนวน 5,362.85 ล้านบาท ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการจัดหาแหล่งเงินเพิ่มเติมโดยการออกหุ้นกู้ ทั้งสิ้น 2 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1/2568 จำนวน 3,000 ล้านบาท และครั้งที่ 2/2568 จำนวน 1,000 ล้านบาท

5.1 อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์หมุนเวียนจำนวน 22,207.57 ล้านบาท มีหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 30,283.81 ล้านบาท ซึ่งเมื่อคิดเป็นอัตราส่วนสภาพคล่องจะอยู่ที่ 0.73 เท่า ลดลงจากปีก่อนที่มีอัตราส่วนสภาพคล่องอยู่ที่ 0.87 เท่า

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีแหล่งเงินทุนระยะสั้นเพื่อรักษาสภาพคล่องทั้งในรูปวงเงินเบิกเกินบัญชีและตั๋วเงินระยะสั้น รวมถึงมีวงเงินสินเชื่อการค้าระหว่างประเทศไว้อย่างเพียงพอ

5.2 โครงสร้างเงินทุน

ในปี 2568 บริษัทฯ จัดหาเงินทุนสำหรับขยายกิจการจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และการก่อหนี้ระยะยาว โดยออกหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิและไม่มีหลักประกัน ทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 44,551.25 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.71 เท่า ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนซึ่งมีอัตราอยู่ที่ 1.60 เท่า โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้น

ตามข้อกำหนดว่าด้วยสิทธิและหน้าที่ในการออกหุ้นกู้กำหนดให้บริษัทฯ ต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินทางการเงินที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 2.50 เท่า ซึ่งบริษัทฯ ยังคงมีฐานะการเงินที่แข็งแกร่ง ยังสามารถดำรงอัตราส่วนดังกล่าวได้ต่ำกว่าเงื่อนไขการกู้ยืม ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ มีหนี้สินทางการเงินจำนวน 25,584.90 ล้านบาท โดยมีอัตราหนี้สินทางการเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.98 เท่า อย่างไรก็ตามหากไม่รวมผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่าจากการปรับปรุงรายการตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญา

เช่า อัตราหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.71 เท่า ทั้งนี้ อัตราส่วนดังกล่าวระหว่างปี 2566-2568 มีรายละเอียดดังนี้

	2566	2567	2568
อัตราหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.70	0.62	0.71

5.3 ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ส่วนของผู้ถือหุ้นมีจำนวนเท่ากับ 26,097.22 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 705.21 ล้านบาท หรือคิดเป็น 2.63% โดยการลดลงเป็นผลมาจากการลดลงของกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรจำนวน 705.21 ล้านบาท ทั้งนี้ องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจำนวน 1.58 ล้านบาท

5.4 รายจ่ายการลงทุน

ในปี 2568 บริษัทฯ มีรายจ่ายเพื่อการลงทุนสุทธิ 4,545.94 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการ ซื้อที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ รวมถึงจ่ายค่าสินทรัพย์สิทธิการใช้ เพื่อการลงทุนสำหรับสาขาใหม่ในปี 2568 และปีถัดไปในทุกธุรกิจที่บริษัทฯ ดำเนินการอยู่ รวมจำนวนทั้งสิ้น 3,965.89 ล้านบาท และเป็นการลงทุนในการซื้อคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์จำนวน 95.57 ล้านบาท โดยแหล่งเงินทุนมาจากเงินสดจากการดำเนินงาน เงินทุนจากสถาบันการเงิน และการออกตราสารหนี้หุ้นกู้

5.5 ความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน และความสามารถในการชำระหนี้

ในปัจจุบันบริษัทฯ จัดหาแหล่งเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาวจากทั้งเงินกู้จากสถาบันการเงิน และการออกหุ้นกู้ โดยได้รับการจัดอันดับจาก TRIS rating เป็นรายปีและรายครั้งที่ออกตราสารหนี้ โดยมีเงื่อนไขการกู้ยืม (Covenant) ดำรงสัดส่วนหนี้สินทางการเงินต่อทุนไม่เกิน 2.5 เท่า โดยในปี 2568 TRIS rating คงอันดับเครดิตองค์กรไว้ที่ระดับ AA- ด้วยแนวโน้มคงที่ (Stable) สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดของบริษัทฯ

6. การระบุพหุพหุด้านหนี้สิน

หนี้สินรวมของบริษัท และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีจำนวน 44,551.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1,688.82 ล้านบาทหรือ 3.94% ซึ่งมูลค่าที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของรายการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 2,992.53 ล้านบาท จากการออกตั๋วแลกเงินระยะสั้นเพิ่มขึ้น
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ลดลง 146.01 ล้านบาท จากการซื้อสินค้าที่ลดลงสำหรับการขายปี 2568
- เงินกู้ยืมระยะยาวสุทธิลดลง 23.74 ล้านบาท ซึ่งเป็นการชำระคืนเงินต้นให้แก่สถาบันการเงิน อย่างไรก็ตาม ในส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี ในปี 2569 จำนวน 24.40 ล้านบาท บริษัทฯ มีแผนที่จะชำระคืนจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน
- หนี้สินตามสัญญาเช่า เพิ่มขึ้น 143.02 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการเช่าพื้นที่เพิ่มเพื่อรองรับการเปิดสาขา
- หุ้นกู้สุทธิลดลง 1,116.25 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินหุ้นกู้ในส่วนที่ครบกำหนดชำระในปี 2568 จำนวน 5,000 ล้านบาท และมีการออกหุ้นกู้ทั้งสิ้น 2 ครั้ง สำหรับการรีไฟแนนซ์หุ้นกู้ที่ครบกำหนดชำระ ได้แก่ ครั้งที่ 1/2568 จำนวน 3,000 ล้านบาท และครั้งที่ 2/2568 จำนวน 1,000 ล้านบาท

7. ปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่จะมีผลต่อฐานะการเงินหรือการดำเนินงานในอนาคต

บริษัทฯ มองปัจจัยหลักที่จะส่งผลต่อสถานะทางการเงินหรือการดำเนินงานในอนาคต ได้แก่

1. การแข่งขันที่หลากหลายนับมากขึ้น ทั้งในด้านการขยายสาขาของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน นอกจากนี้ การที่มีช่องทางจำหน่ายในบางกลุ่มสินค้าในช่องทางออนไลน์จากผู้เล่นรายใหม่ทั้งในประเทศไทยหรือสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ อาจทำให้เกิดการแข่งขันในด้านต่าง ๆ อาทิ ราคา คุณภาพสินค้า คุณภาพการบริการ เป็นต้น อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงและปรับตัวอย่างต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สามารถรับมือกับความท้าทายและพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องเพื่อลดผลกระทบในด้านต่าง ๆ อาทิ การลดลงของยอดขายและกำไร การสูญเสียลูกค้า และ

การสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับคู่แข่ง โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง นำเทคโนโลยีและระบบที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการลูกค้าได้สะดวกรวดเร็วขึ้นเพื่อความพึงพอใจสูงสุด รวมถึงพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น และสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งผ่านการมอบประสบการณ์การจำหน่ายสินค้าและบริการที่ดี เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของลูกค้าและสร้างความผูกพันที่มีต่อแบรนด์

2. ความกังวลในเรื่องของปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ อาทิ เศรษฐกิจโลกที่มีการชะลอตัว รวมถึงหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ยังคงต้องติดตามเฝ้าระวังและวางแผนการดำเนินธุรกิจรวมถึงกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมเตรียมพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน โดยบริษัทฯ ได้มีการวางแผนการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสมเพื่อวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี เพื่อการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น
3. ความเสี่ยงด้านกฎหมายและนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงส่งผลให้เกิดความร่วมมือระดับโลก โดยมีการผลักดันจากการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (COP) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเร่งด่วน ทั้งนี้ ประเทศไทยได้มีการผลักดันกฎหมายต่าง ๆ เพื่อควบคุมและลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ พ.ร.บ. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ร.บ.การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน กฎเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน การสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด เป็นต้น ส่งผลให้บริษัทฯ จำเป็นต้องติดตามสถานการณ์และเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างใกล้ชิด โดยบริษัทฯ ได้มีการปรับตัวและผลักดันองค์กรสู่ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสีเขียว ปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน และจัดทำรายงานผลด้านความยั่งยืนอย่างโปร่งใส ภายใต้กรอบและแนวทางตามที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด และมีการตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนต่าง ๆ อาทิ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขา การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในอาคารของบริษัท การใช้รถขนส่งไฟฟ้า (EV Truck) แทนรถขนส่งที่ใช้ น้ำมัน การมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อย

ก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านกระบวนการรีไซเคิลผลิตภัณฑ์เก่าและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Circular Product) เป็นต้น

4. ปัจจัยจากภัยธรรมชาติและความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยในปี 2568 เป็นปีที่บริษัท ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดหลายอย่าง อาทิ เหตุการณ์แผ่นดินไหว เหตุการณ์อุทกภัย และเหตุการณ์ความไม่สงบบริเวณชายแดน ทำให้บางสาขาต้องปิดการดำเนินการเป็นการชั่วคราว อย่างไรก็ตามบริษัท มีมาตรการบริหารความเสี่ยง มีการจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยคุ้มครอง รวมถึงนำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) มาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ภาพรวมผลกระทบอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้

8. บทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ และภาพรวมในอนาคต

บริษัทฯ คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2569 มีแนวโน้มขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลง โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของภาคการส่งออก ซึ่งเคยเติบโตอย่างก้าวกระโดดในปี 2568 จากปัจจัยด้านนโยบายการค้าของสหรัฐฯ นอกจากนี้ภาระหนี้สินครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ประกอบกับความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อของภาคสถาบันการเงิน ยังคงเป็นปัจจัยกดดันกำลังซื้อของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามการใช้จ่ายภาครัฐและการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยังเป็นแรงขับเคลื่อนหลักที่สนับสนุนการเติบโต ทั้งนี้ ยังคงต้องติดตามความไม่แน่นอนทางการเมืองในปี 2569 ซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่มีนัยสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวม

อย่างไรก็ตามบริษัท ยังคงมองเห็นโอกาสเติบโตของธุรกิจค้าปลีก จึงได้ดำเนินการปรับแผนงานและกลยุทธ์ให้มีความคล่องตัว สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการยกระดับระบบนิเวศทางธุรกิจที่ยั่งยืนของบริษัทฯ (HomePro Ecosystem) เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคให้ครอบคลุมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ซึ่งจะช่วยตอบสนองพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบสาขาและแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อขยายฐานลูกค้าจากกลุ่มปัจจุบันไปสู่กลุ่ม

เป้าหมายใหม่ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกันนี้ยังคงเดินหน้าขยายสาขาไฮโปและเมกาไฮโปอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นโมเดลสาขารูปแบบใหม่ (Hybrid Store) ที่รวมทั้งสองแบรนด์ไว้ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับความต้องการของทั้งกลุ่มเจ้าของบ้านและกลุ่มช่างผู้รับเหมาได้อย่างครบวงจร ซึ่งถือเป็นโอกาสสำคัญในการเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดในอนาคต

นอกจากนี้บริษัท มีการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่าง ๆ อาทิ

- การเพิ่มช่องทางซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน www.homepro.co.th และการกำหนดกลยุทธ์ด้าน Omni Channel เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์การซื้อสินค้าอย่างไร้รอยต่อ (Seamless Experience) ด้วยการรวมช่องทางแบบ O2O-Online to Offline โดยสาขาของไฮโป (Offline Stores) จะกลายเป็นส่วนเสริมให้ธุรกิจออนไลน์เติบโตได้มากขึ้น
- การพัฒนาแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์สมาร์ทโฟน HomePro Application เพื่อมอบความสะดวกสบายและความรวดเร็วให้กับลูกค้า โดยเป็นอีกช่องทางให้ลูกค้าสัมผัสประสบการณ์การซื้อสินค้าอย่างไร้รอยต่อ
- การพัฒนา Chang HomePro Application ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคดิจิทัลเพื่อเป็นอีกทางเลือกให้ลูกค้าเลือกใช้บริการครอบคลุมงานบริการกว่า 100 รายการ นอกจากนี้บริษัท มี Emergency Service ที่พร้อมช่วยเหลือลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ
- การพัฒนา HomeCard Application เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก ในการจัดการข้อมูลและสิทธิประโยชน์
- การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน Marketplace ต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าใหม่ ๆ เช่น ผ่าน Shopee Lazada และ TikTok
- การขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยัง Quick Commerce บนแอปพลิเคชัน Grab และ Line Man เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมที่ต้องการซื้อสินค้าที่สะดวกรวดเร็ว
- การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภค อาทิ การใช้ระบบ QR code ในการนำเสนอข้อมูลสินค้า การใช้อุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Device) สำหรับพนักงานขายเพื่อช่วยให้สามารถตอบโต้ความต้องการของลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

- การนำเทคโนโลยี AR หรือภาพเสมือนจริง และโปรแกรมคำนวณต่าง ๆ (Product Calculator) มาช่วยประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า อาทิ โปรแกรมคำนวณกระเบื้องการจำลองสินค้าในห้องเสมือนจริงต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน Fit tile by HomePro
- การนำเสนอสินค้าให้ตรงความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นผ่านการทำการตลาดแบบส่วนบุคคล (Personalized Marketing) ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ
- การขยายศูนย์กระจายสินค้าเพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคต รวมถึงการใช้ระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็วและแม่นยำในการกระจายสินค้าให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าของบริษัทฯ จะเพียงพอสำหรับความต้องการของลูกค้า
- การเพิ่มบริการจัดส่งสินค้าภายใน 1 ชั่วโมง (Express Delivery) ครอบคลุมทั้งในส่วนพื้นที่กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการรับสินค้าให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น
- การคัดเลือกและพัฒนาสินค้าทั้งในส่วนของ Private Brand และสินค้าทั่วไปให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และราคาที่ยอมรับได้
- การจัดตั้งศูนย์ซ่อมสินค้า (Repairment Service) ศูนย์ซ่อมที่พร้อมด้วยช่างคุณภาพที่ผ่านการรับรองจากแบรนด์ผู้ผลิตชั้นนำเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการซ่อมสินค้า
- การจัดตั้งโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade-In) เพื่อสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการขยะอย่างถูกวิธี และสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน
- การร่วมพัฒนาสินค้ารักษ์โลก (Circular Products) ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน
- การนำเสนอกลุ่มสินค้าที่ตอบโจทย์ เช่น แผงโซลาร์เซลล์ 'Home Solar' ซึ่งครอบคลุมถึงบริการสำรวจ ติดตั้ง และรับประกันสินค้า เพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก ตอบสนองเทรนด์การประหยัดพลังงาน
- การจัดตั้งโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade-In) เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคและสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการขยะอย่างถูกวิธี และสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน

- การขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังกลุ่มลูกค้าธุรกิจ (Business-to-Business: B2B)
- การขยายสาขาในรูปแบบของไฮบริดสโตร์ (Hybrid Store) เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าทั้งกลุ่มเจ้าของบ้าน และกลุ่มช่างผู้รับเหมา เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการจากการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

9. ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ได้อนุมัติแต่งตั้งผู้สอบบัญชีจากบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และบริษัทย่อย โดยกำหนดค่าตอบแทนการสอบบัญชีสำหรับปี 2568 เป็นเงินไม่เกิน 4,325,000 บาท นอกเหนือจากค่าสอบบัญชีแล้ว บริษัทฯ มีจ่ายค่าตอบแทนอื่น ได้แก่ ค่าสังเกตการณ์ทำลายสินค้าประมาณ 100,000 บาท และในระหว่างปีอาจมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการสอบบัญชีหรือการจัดทำงบการเงินเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากการขยายสาขาเพิ่มเติมขึ้น หรือการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่ หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งของบริษัทฯ และบริษัทในเครือ ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มเติมนี้ บริษัทฯ ขออนุมัติประมาณค่าใช้จ่ายไว้ไม่เกิน 1,500,000 บาท โดยมีรายละเอียดค่าสอบบัญชี ประจำปี 2568 ดังนี้

(หน่วย : บาท)

รายการ	2566	2567	2568
ค่าสอบบัญชี	4,000,000	4,175,000	4,325,000
ค่าบริการอื่น	75,000	150,000	100,000
รวม	4,075,000	4,325,000	4,425,000

10. นโยบายภาษีและอัตราภาษี

บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายภาษี ซึ่งครอบคลุมแนวปฏิบัติด้านต่าง ๆ ตั้งแต่การวางแผน การบริหารความเสี่ยง กำหนดราคาโอน การประสานงาน ตลอดจนแนวทางการพิจารณาตัวเลือกที่ปรึกษาด้านภาษีอากร โดยสอดคล้องกับกฎระเบียบและข้อบังคับทางด้านภาษีของประเทศที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจอยู่ ทั้งในส่วนของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม (http://hmpro-th.listedcompany.com/policy_document.html) ซึ่งเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ ได้รับทราบและถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

*หมายเหตุ: ในระหว่างปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการยกเลิกกิจการสำหรับธุรกิจในประเทศเวียดนาม โดยปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการชำระบัญชีตามกฎหมาย

ข้อมูลทางการเงินแบ่งแยกตามภูมิภาค (Geographic)

รายการ	ประเทศไทย	ต่างประเทศ
รายได้	64,766 ล้านบาท	1,189 ล้านบาท
กำไรก่อนภาษี	7,424 ล้านบาท	4 ล้านบาท
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1,416 ล้านบาท	-
อัตราภาษีที่แท้จริง	19.08%	-
ภาษีเงินได้ที่จ่ายจริง	1,475 ล้านบาท	-
อัตราภาษีนิติบุคคล	20%	20%, 24%
อัตราภาษีที่จ่ายจริง	19.87%	-
จำนวนพนักงาน	11,032 คน	350 คน

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราภาษีนิติบุคคล (Corporate Income Tax) ของประเทศไทย (20%) มาเลเซีย (24%) และเวียดนาม (20%) ตามลำดับแล้ว อัตราภาษีที่แท้จริง (Effective Tax Rate) จากธุรกิจที่ดำเนินในทั้งสามประเทศยังมีอัตราต่ำกว่า เนื่องมาจากหลายปัจจัย อาทิ

- 1) การบวกกลับรายการที่ไม่เป็นตัวแทนเงินต่าง ๆ เช่น การตั้งสำรองค่าใช้จ่ายตามนโยบายทางบัญชี ซึ่งมีผลกระทบกับการคำนวณภาษี (deferred tax transaction)
- 2) การสนับสนุนจากมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทยของภาครัฐ ซึ่งให้สิทธิประโยชน์ในรูปแบบของการยกเว้นและลดหย่อนภาษีเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 3-20 ปี ตามประเภทของสินทรัพย์ที่ลงทุน ให้กับการลงทุนที่เกิดขึ้นภายในปี 2558-2560 ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการลงทุนเปิดสาขาใหม่จัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรระบบคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ ตลอดจนติดตั้งหน่วยผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาในช่วงดังกล่าวด้วย
- 3) การสนับสนุนจากมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทยของภาครัฐ ซึ่งให้สิทธิประโยชน์ในรูปแบบของการยกเว้นและลดหย่อนภาษี ตามประเภทของสินทรัพย์ที่ลงทุน ให้กับการลงทุนที่เกิดขึ้นภายในปี 2562-2568 ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการลงทุนในเครื่องจักรและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามโครงการลงทุนในระบบอัตโนมัติ อีกทั้งในปี 2568 บริษัทฯ ได้ลงทุนเพิ่มเติมในระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (ASRS : Automated Storage and Retrieval System)

- 4) ธุรกิจในประเทศมาเลเซีย เริ่มมีกำไรแต่ยังได้รับสิทธิในการยกเว้นการจ่ายภาษี เนื่องจากมีผลขาดทุนสะสมยกมาจากรายการก่อน (Loss carried forward) ในส่วนของธุรกิจในประเทศเวียดนามของบริษัทฯ ยังไม่มีผลกำไร (จึงยังไม่มีภาษี)

หมายเหตุ: สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อที่ 27 ในเรื่องงบภาษีเงินได้หน้า 448-449

11. นโยบายและระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อสภาพคล่องและการบริหารจัดการวงจรงบการเงิน โดยบริษัทฯ มีนโยบายเพื่อกำหนดระยะเวลา Credit Term ภายใน 7-180 วัน อย่างไรก็ตามระยะเวลา Credit term ขึ้นอยู่กับคู่ค้าของบริษัทฯ และการพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจร่วมกัน ชนิดสินค้า ยอดขายสินค้า รอบการหมุนของสินค้า (Inventory Turnover) คุณภาพมาตรฐานสินค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดระยะเวลา Credit Term ให้เป็นไปตามหลักความเป็นธรรม (Fair Dealing) ระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้าของบริษัทฯ

ทั้งนี้ สำหรับข้อมูลระยะเวลาการให้ Credit Term ของธุรกิจไฮมโปรตามงบการเงินมีรายละเอียด ดังนี้

รายการ	2566	2567	2568
ระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้าเฉลี่ย (AP Day)	94 วัน	95 วัน	98 วัน

ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)	
ที่ตั้ง	31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์	0 2832 1000
โทรสาร	0 2832 1234
Website	www.homepro.co.th
ประเภทธุรกิจ	จำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่ง ซ่อมแซมบ้านและที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร
เลขทะเบียนบริษัท	0107544000043
จำนวนหุ้นจดทะเบียน	หุ้นสามัญ 13,151,198,025 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
จำนวนหุ้นชำระแล้ว	หุ้นสามัญ 13,151,198,025 หุ้น
ชื่อตลาดหลักทรัพย์ที่จดทะเบียน	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ชื่อที่ใช้ในการซื้อขาย	HMPRO



ข้อมูลบริษัทที่ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ถือครองตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

1. บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด

ที่ตั้ง	31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์	0 2832 1000 / 0 3261 8888
โทรสาร	0 2832 1234 / 0 3261 8800
ประเภทธุรกิจ	บริหารพื้นที่ให้เช่า และให้บริการด้านสาธารณูปโภค
จำนวนหุ้นจดทะเบียน	หุ้นสามัญ 50,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
จำนวนหุ้นที่ถือครอง	49,993 หุ้น (ร้อยละ 99.99)

2. Home Product Center (Malaysia) SDN. BHD.

ที่ตั้ง	Suite 17.01, 17.05-07, Level 17, Menara Summit, Persiaran Kewajipan, USJ 1, UEP Subang Jaya, 47600 Selangor.
โทรศัพท์	+603 8063 5179
โทรสาร	+603 8063 5525
ประเภทธุรกิจ	ค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้าน และให้บริการที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร
จำนวนหุ้นจดทะเบียน	หุ้นสามัญ 61,800,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 ริงกิต
จำนวนหุ้นที่ถือครอง	61,800,000 หุ้น (ร้อยละ 100)

3. บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด

ที่ตั้ง	49 หมู่ที่ 5 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
โทรศัพท์	0 2029 7900
โทรสาร	0 2029 7901
ประเภทธุรกิจ	ค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้าง สินค้าโครงสร้าง และสินค้าเกี่ยวกับบ้าน
จำนวนหุ้นจดทะเบียน	หุ้นสามัญ 15,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
จำนวนหุ้นที่ถือครอง	14,999,998 หุ้น (ร้อยละ 99.99)

4. บริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด	
ที่ตั้ง	100 หมู่ที่ 2 ตำบลลำไทร อำเภอบางน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170
โทรศัพท์	0 3528 7555
โทรสาร	0 3528 7757
ประเภทธุรกิจ	บริหารจัดการคลังสินค้าและขนส่งสินค้า
จำนวนหุ้นจดทะเบียน	หุ้นสามัญ 500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
จำนวนหุ้นที่ถือครอง	499,998 หุ้น (ร้อยละ 99.99)

5. *HOME PRODUCT CENTER VIETNAM COMPANY LIMITED	
ที่ตั้ง	No. 64 Nguyen Dinh Chieu Street, Da Kao Ward, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam
โทรศัพท์	04 28 3535 0735
โทรสาร	-
ประเภทธุรกิจ	ค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้างและสินค้าเกี่ยวกับบ้าน
มูลค่าทุนจดทะเบียน	VND 23,100,000
จำนวนหุ้นที่ถือครอง	ร้อยละ 100

หมายเหตุ: *อยู่ในขั้นตอนการจดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชี

6. บริษัท วันสต็อกโฮม จำกัด	
ที่ตั้ง	1-7 อาคารซิลลิค เอ้าส์ ชั้นที่ 4 ห้องเลขที่ 02 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์	0 2078 1222
โทรสาร	-
ประเภทธุรกิจ	ค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์เครื่องมือ (Online Platform)
จำนวนหุ้นจดทะเบียน	หุ้นสามัญ 125,940 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
จำนวนหุ้นที่ถือครอง	37,792 หุ้น (ร้อยละ 30)

ข้อมูลสาขาไฮโป

1. ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์	589/10 ถนนรามอินทรา แขวงคันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร 10230
2. พาราไดซ์ พาร์ค	61 ถ.ศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250
3. รัชดาภิเษก	125 ถ.รัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
4. เฟลิจิต	55 อาคารเวฟเพลส ถ.วิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
5. ภูเก็ต	104 หมู่ที่ 5 ถ.บายพาส ตำบลรัชฎา อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000
6. เชียงใหม่	94 หมู่ที่ 4 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
7. รามคำแหง	647/19 ถ.รามคำแหง (สุขาภิบาล 3) แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
8. พระราม 2	46 ซอยท่าข้าม 4 แยก 3-6 แขวงสามเตา เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150
9. ประชาชื่น	31 ถ.ประชาชื่นถนนพหลโยธิน ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
10. ตลาดพร้าว	669 ถ.ตลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
11. เอกมัย-รามอินทรา	41 ถ.ประดิษฐ์มนูธรรม แขวงตลาดพร้าว เขตตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230
12. พัทยา	333 หมู่ที่ 9 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
13. แจ้งวัฒนะ	113 หมู่ที่ 5 ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
14. หาดใหญ่	677 ถ.เพชรเกษม ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
15. เพชรเกษม	224 ถ.เพชรเกษม แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160
16. ราชพฤกษ์	82 หมู่ที่ 2 ตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130
17. หัวหิน	234/1 ถ.เพชรเกษม ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
18. สุวรรณภูมิ	99/28 หมู่ที่ 1 ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
19. สมุย	1/7 หมู่ที่ 6 ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84320
20. พิษณุโลก	959 หมู่ที่ 10 ตำบลอรัญญิก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
21. ชลบุรี	15/16 หมู่ที่ 3 ตำบลห้วยกะปิ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000
22. ระยอง	560 ถ.สุขุมวิท ตำบลเนินพระ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง 21000
23. เชียงใหม่-หางดง	433/4-5 หมู่ที่ 7 ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100
24. พระนครศรีอยุธยา	80 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านกรด อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13160
25. กระบี่	349 หมู่ที่ 11 ตำบลกระบี่น้อย อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000
26. ภูเก็ต-ฉลอง	61/10 หมู่ที่ 10 ตำบลฉลอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83130
27. เขาใหญ่	288 หมู่ที่ 11 ตำบลหนองน้ำแดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 30130

ข้อมูลสาขาโฮมโปส

28. นครปฐม	752/3 ถ.เพชรเกษม ตำบลห้วยจรเข้ม อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม 73000
29. นครราชสีมา	384 ซอยมิตรภาพ 8 ถ.มิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
30. สุขาภิบาล 3	101 ถ.รามคำแหง แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510
31. นครศรีธรรมราช	89 ถ.นคร-ปากพื้ง ตำบลในเมือง อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000
32. ฉะเชิงเทรา	187/9 ถ.ฉะเชิงเทรา-บางปะกง ตำบลหน้าเมือง อำเภอมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
33. ร้อยเอ็ด	116 หมู่ที่ 3 ตำบลดงลาน อำเภอมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000
34. สุพรรณบุรี	133 ถ.มัลลย์แมน ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000
35. ลพบุรี	85 หมู่ที่ 6 ตำบลท่าศาลา อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี 15000
36. สกลนคร	689/1 ถ.นิติโย ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอมือง จังหวัดสกลนคร 47000
37. ตรัง	196 หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านควน อำเภอมือง จังหวัดตรัง 92000
38. เมทบางนา	39 หมู่ที่ 6 ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
39. บุรีรัมย์	499 หมู่ที่ 9 ตำบลลิสาณ อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000
40. หาดใหญ่ - กาญจนนิช	33/40 หมู่ที่ 5 ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
41. นครสวรรค์	119/2 หมู่ที่ 7 ตำบลบางม่วง อำเภอมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000
42. มหาชัย	68/98 หมู่ที่ 8 ตำบลท่าทราย อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000
43. อุบลราชธานี	284 หมู่ที่ 7 ตำบลแจระแม อำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
44. ราชบุรี	208 หมู่ที่ 13 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอมือง จังหวัดราชบุรี 70000
45. จันทบุรี	21/18 หมู่ที่ 11 ตำบลพลับพลา อำเภอมือง จังหวัดจันทบุรี 22000
46. ชุมพร	63 หมู่ที่ 11 ตำบลวังไผ่ อำเภอมือง จังหวัดชุมพร 86000
47. ปราจีนบุรี	44/1 หมู่ที่ 4 ตำบลบางบริบูรณ์ อำเภอมือง จังหวัดปราจีนบุรี 25000
48. สุราษฎร์ธานี (เลียงเมือง)	86 หมู่ที่ 3 ตำบลวัดประดู่ อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
49. กาญจนบุรี	15 หมู่ที่ 1 ตำบลท่าล้อ อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี 71000
50. แพร่	171 หมู่ที่ 7 ตำบลป่าเมด อำเภอมือง จังหวัดแพร่ 54000
51. พุทธรณทลสาย 5	198 หมู่ที่ 1 ตำบลบางเตย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73210
52. สระบุรี	24/3 หมู่ที่ 2 ตำบลตะกูล อำเภอมือง จังหวัดสระบุรี 18000
53. เพชรบูรณ์	151 หมู่ที่ 1 ตำบลซอนไพร อำเภอมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000
54. ชัยภูมิ	164 หมู่ที่ 7 ตำบลหนองนาแซง อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ 36000

ข้อมูลสาขาโฮมโปร

55. เลย	117 หมู่ที่ 9 ตำบลนาอาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000
56. ลำปาง	224 ถ.ไฮเวย์-ลำปาง-งาว ตำบลพระบาท อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000
57. ประจวบคีรีขันธ์	57 ถ.เพชรเกษม ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000
58. สุรินทร์	188 หมู่ที่ 6 ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000
59. เชียงใหม่-สันทราย	49 หมู่ที่ 4 ตำบลสันทรายน้อย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210
60. หัวทะเล	233 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองบัวศาลา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
61. ภูเก็ต - กลาง	18 หมู่ที่ 1 ตำบลศรีสุนทร อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต 83110
62. พัทธยาเหนือ	384/40 หมู่ที่ 6 ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
63. สุโขทัย	33 หมู่ที่ 12 ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย 64000
64. สมุทรสงคราม	2/25 หมู่ที่ 1 ตำบลบางแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000
65. เพชรบุรี	526 หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000
66. พัทลุง	219 หมู่ที่ 1 ตำบลเขาเจ็ยก อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง 93000
67. ชลบุรี - อมตะ	108 หมู่ที่ 12 ตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000
68. ชัยพฤกษ์	54/8 หมู่ที่ 2 ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
69. พระราม 3	497/1 ถ.พระรามที่ 3 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120
70. บางเสร่	133 หมู่ที่ 8 ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี 20250
71. พระราม 9	903 ถ.พระราม 9 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
72. ศรีนครินทร์	888/8 หมู่ที่ 5 ตำบลบางเมือง อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10270
73. กัลปพฤกษ์	604 ถ.กัลปพฤกษ์ แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160
74. จรัญสนิทวงศ์	110/8 ถ.จรัญสนิทวงศ์ แขวงบ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700
75. มุกดาหาร	45/9 ถ.ชยางกูร ตำบลมุกดาหาร อำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร 49000
76. รังสิตคลอง 4	98 หมู่ที่ 2 ตำบลบึงยี่โก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130
77. สุขสวัสดิ์	226 หมู่ที่ 18 ตำบลบางพึ่ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130
78. บางนา กม.1	224 ถ.เทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
79. ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต	126 ถ.พหลโยธิน ตำบลประชาธิปไตย อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130
80. ตลาดกระบ้ง	607 ถ.ลาดกระบ้ง แขวงลาดกระบ้ง เขตลาดกระบ้ง กรุงเทพฯ 10520
81. ชีคอน บางแค	607 ถ.เพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160

ข้อมูลสาขาโฮมโปส

82. บางบัวทอง	125 หมู่ 6 ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
83. ลำพูน	95/2 หมู่ 6 ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน 51000
84. เชียงใหม่ รวมโชค	203/16 หมู่ที่ 6 ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50000
85. ภูเก็ต (เชิงทะเล)	59 ถนนศรีสุนทร ตำบลเชิงทะเล อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต 83110
86. พะนัง	112/53 หมู่ที่ 1 ตำบลเกาะพะงัน อำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84280
87. แห่มลบัง	73/1 หมู่ที่ 4 ตำบลบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150

ข้อมูลสาขาโฮมโปรเอส

1. เกตเวย์ เอกมัย	982/22 ถ.สุขุมวิท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
2. เทอร์มินอล 21 โคราช	99 ชั้น2 ถ.มิตรภาพ-หนองคาย ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
3. เกตเวย์ แอท บางซื่อ	162/1-2, 168/10 ชั้น2 ถ.ประชากรศาสตร์ 2 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
4. สามย่าน มิตรทาวน์	944 ถ.พระราม 4 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ข้อมูลสาขามหาโฮม

1. รังสิต	49 โซนเอ หมู่ที่ 5 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
2. กบินทร์บุรี	61 หมู่ที่ 8 ตำบลเมืองเก่า อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี 25240
3. มินบุรี	81 ถ.สุวินทวงศ์ แขวงมินบุรี เขตมินบุรี กรุงเทพฯ 10510
4. โรจนะ	522 หมู่ที่ 2 ตำบลสามเรือน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13160
5. หาดใหญ่	89 หมู่ที่ 1 ถ.เลี้ยวเมือง (สายเอเชีย) ตำบลควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
6. นครราชสีมา	668 หมู่ที่ 8 ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
7. นครพนม	333/7 ถ.นิตโย ตำบลหนองญาติ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม 48000
8. เชียงราย	515 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
9. บ้านฉาง	76/1 หมู่ที่ 1 ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง 21130
10. พัทยา	144 หมู่ที่ 11 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
11. ฉะเชิงเทรา	9/29 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองประเวศ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24140
12. สุราษฎร์ธานี	129/88 หมู่ที่ 6 ถ.เลี้ยวเมือง ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
13. รัตนธิเบศร์	89/6 หมู่ 6 ตำบลบางรักใหญ่ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
14. บางพลี	108 หมู่ 22 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

ข้อมูลสาขาเมกาโฮบ

15. ตีวานนท์	74 หมู่ 5 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
16. นครปฐม	380 หมู่ 2 ตำบลหนองดินแดง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
17. เชียงใหม่	496 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000
18. บางแสน	24 หมู่ 6 ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000
19. ปลวกแดง	558 หมู่ 5 ตำบลปลวกแดง อำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง 21140
20. ท่งสง	779 หมู่ 1 ตำบลชะมาย อำเภอท่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110
21. เวียงสระ	67/1 หมู่ที่ 2 ตำบลเวียงสระ อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84190

ข้อมูลสาขา โฮบริด

1. ขอนแก่น	177/98 หมู่ที่ 17 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
2. ภูเก็ต (เจ้าฟ้า)	90/16 หมู่ 2 ตำบลวิชิต อำเภอเมือง จังหวัด ภูเก็ต 83000
3. อุดรธานี	89/20 หมู่ 9 ซอยบ้านหนองเหล็ก ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี 41000
4. หนองคาย	999 หมู่ที่ 5 ตำบลมีชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 43000
5. ระยอง (ทับมา)	77/8 หมู่ที่ 3 ตำบลทับมา อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง 21000
6. แม่สอด	1108 หมู่ที่ 1 ตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63110
7. ศรีราชา	99/123 หมู่ที่ 10 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230
8. แม่สาย	645 หมู่ที่ 4 ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย 57130
9. บ่อวิน	333/143 หมู่ที่ 3 ตำบลบ่อวิน อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230
10. บางนา-ตราด	230 หมู่ 4 ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560
11. พุทธมณฑลสาย 4	338 หมู่ที่ 9 ตำบลกระทุ่มล้ม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73220
12. อรัญประเทศ	52 หมู่ที่ 7 ตำบลบ้านใหม่หนองไทร อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว 27120
13. เชียงราย	157 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าสาย อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57000
14. ลำลูกกา	99 หมู่ 6 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150

ข้อมูลสาขาไอโอมโปร ประเทศมาเลเซีย

1. IOI City Mall	AT-2, Lower Ground Floor, IOI City Mall, Lebuhr IRC, IOI Resort City, 62502 Putrajaya, Malaysia
2. The Summit Subang USJ	G65B Ground Floor, The Summit Subang USJ, Persiaran Kewajipan USJ 1, 47600 Subang Jaya, Selangor, Malaysia
3. Ipoh	G35, Ground Floor, Lotus Station 18 No.1, Medan Stesen 19/9, Station 18, 31650 Ipoh,
4. Melaka	L1, Ground Floor, Lotus's Melaka, No.1, Jalan Tun Razak, 75400 Peringgit, Melaka, Malaysia
5. Penang	S61, Second Floor, Lotus's Penang, No.1, Lebuhr Tengku Kudin1, Bandar Jelutong, 11700 Gelugor, Pulau Pinang, Malaysia
6. Johor Bahru	BF-10, Basement Floor, Paradigm Mall Johor Bahru, Jalan Skudai, 81200 Johor Bahru, Malaysia
7. Mutiara Damansara	MA1, 8, Jalan PJU 7/4, Lotus's Mutiara Damansara, 47800 Petaling Jaya, Selangor, Malaysia

ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

ผู้สอบบัญชี	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด 1875 อาคารวัน แบงค็อก ทาวเวอร์ 3 ชั้นที่ 34-37 ถนนพระรามที่ 4 แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 02 264 9090 โทรสาร 02 264 0789-90
ที่ปรึกษากฎหมาย	บริษัท วิสเซน แอนด์ โค จำกัด 1168/42 อาคารลุมพินี ทาวเวอร์ ชั้นที่ 17 ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 02 259 2627-9 โทรสาร 02 259 2630
บริษัทจัดอันดับเครดิตองค์กร และตราสารหนี้	บริษัท ทริสเรตติ้ง จำกัด 191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 24 ห้อง 1-4 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ 02 098 3000 ต่อ 3035 โทรสาร 02 231 3012
นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 02 009 9999 โทรสาร 0 2009 9001

ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้นกู้
(ณ 31 ธ.ค. 2568)

ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)

44 ถ.หลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์ 0 2626 7000 | โทรสาร 0 2657 3333

- หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 1/2566
- หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 2/2566 (ชุดที่ 1)
- หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 2/2566 (ชุดที่ 2)
- หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 3/2566
- หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 1/2567
- หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 1/2568
- หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 2/2568

ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น

หลักทรัพย์ของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ทุนจดทะเบียน 13,151,198,025 บาท (หุ้นสามัญ 13,151,198,025 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท)

ทุนชำระแล้ว 13,151,198,025 บาท (หุ้นสามัญ 13,151,198,025 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท)

ชื่อตลาดหลักทรัพย์ที่จดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ชื่อที่ใช้ในการซื้อขาย HMPRO

ข้อมูล ณ วันที่ 11 กันยายน 2568 ระบุว่ามีการถือหุ้นสามัญของบริษัทฯ ผ่านบริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด (Thai NVDR) จำนวน 494,296,367 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 3.76 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด โดยหุ้นในส่วนนี้ไม่มีสิทธิออกเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นกรณีการลงมติเพื่อเพิกถอนหุ้นจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน (Delisting) จึงส่งผลให้สิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้นรายอื่นเพิ่มขึ้นตามสัดส่วน ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนสามารถตรวจสอบข้อมูลปัจจุบันของ Thai NVDR ได้จากเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อประกอบการพิจารณาใช้สิทธิออกเสียงต่อไป

โครงสร้างผู้ถือหุ้น

ณ วันปิดสมุดทะเบียน วันที่ 11 กันยายน 2568 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนจำนวน 13,151,198,025 หุ้น และเรียกชำระแล้วเต็มจำนวน โดยมีรายชื่อผู้ถือหุ้นที่ถือหลักทรัพย์ตั้งแต่ร้อยละ 0.5 ของทุนชำระแล้ว ดังนี้

ลำดับ	ชื่อบุคคล / บิตบุคคล	จำนวนหุ้น (หุ้น)	% หุ้น
1	บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)	3,975,878,432	30.23%
2	บริษัท ควอลิตี้เฮาส์ จำกัด (มหาชน)	2,613,023,098	19.87%
3	นายนิติ โอสธานเคราะห์	689,764,862	5.24%
4	สำนักงานประกันสังคม	613,427,012	4.66%
5	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	494,296,367	3.76%
6	THE BANK OF NEW YORK MELLON	381,722,235	2.90%
7	กองทุนรวม วายุภักษ์หนึ่ง	307,047,418	2.33%
8	นายมานิต อุดมคุณธรรม	218,589,197	1.66%
9	บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (ภายใต้โครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อการบริหารทางการเงิน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2568)	177,596,600	1.35%
10	SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	171,930,427	1.31%
11	บริษัท สารสิน จำกัด	168,387,971	1.28%
12	นาย คุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	142,122,189	1.08%
13	STATE STREET EUROPE LIMITED	73,664,489	0.56%
14	นางสุนทรี วนวิทย์	72,914,455	0.55%

หมายเหตุ:

ณ วันที่ 13 มีนาคม 2568 บริษัทฯ มีสัดส่วนผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 41.26 และมีสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันในไทยและต่างประเทศรวมกันอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 23.10 โดยมีผู้ถือหุ้นหลักที่เป็นนิติบุคคลสามราย ได้แก่

- บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ นายอนันต์ อัสวโกวิน ถือหุ้นร้อยละ 24.23 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด (ข้อมูล ณ วันที่ 16 ตุลาคม 2568)
- บมจ. ควอลิตี้เฮาส์ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ถือหุ้นร้อยละ 24.98 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กันยายน 2568)
- สำนักงานประกันสังคมถือเป็นนักลงทุนสถาบัน โดยมีบทบาทในการบริหารจัดการกองทุนประกันสังคมและกองทุนเงินทดแทน
- บริษัทฯ ไม่มีผู้ถือหุ้นที่มาจากหน่วยงานภาครัฐถือเกินกว่า 5%

โครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อการบริหารทางการเงิน (Treasury Stock)

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2568 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2568 มีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อการบริหารทางการเงิน (Treasury Stock) โดยกำหนดวงเงินสูงสุดไม่เกิน 7,000 ล้านบาท และจำนวนหุ้นที่จะซื้อคืนไม่เกิน 800 ล้านหุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 6.00 ของจำนวนหุ้นที่บริษัทฯ จำหน่ายแล้วทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการซื้อหุ้นโดยวิธีการจับคู่อัตโนมัติผ่านระบบซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Automatic Order Matching) โดยมีกำหนดระยะเวลาซื้อหุ้นคืนไม่เกิน 6 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2568 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2568

สรุปผลการดำเนินโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อการบริหารทางการเงิน

รายงานผลการซื้อหุ้นคืน	
จำนวนหุ้นที่ซื้อคืนรวมทั้งสิ้น	180,198,025 หุ้น
สัดส่วนหุ้นซื้อคืนต่อหุ้นที่ชำระแล้วทั้งหมด (%)	1.37%
มูลค่ารวมของการซื้อหุ้นคืน	1,355,138,778.75 บาท

หมายเหตุ: ตามหลักเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ สามารถจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนได้เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลา 3 เดือนนับจากวันที่สิ้นสุดโครงการซื้อหุ้นคืน แต่ต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 3 ปี หากพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าวแล้วบริษัทฯ ไม่สามารถจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนได้ทั้งหมด บริษัทฯ จะดำเนินการลดทุนจดทะเบียนโดยการตัดหุ้นซื้อคืนส่วนที่ยังไม่ได้จำหน่ายตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณากำหนดระยะเวลาและแนวทางการจำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนตามความเหมาะสม และจะแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบต่อไป

ข้อจำกัดหุ้นต่างดาว

บริษัทฯ กำหนดสัดส่วนการถือหุ้นโดยชาวต่างชาติ (Foreign Limit) ไว้ไม่เกินร้อยละ 30 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายและเรียกชำระแล้วทั้งหมด โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีสัดส่วนการถือหุ้นโดยชาวต่างชาติอยู่ที่ร้อยละ 7.02

กรรมการที่เป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

ชื่อ - นามสกุล	ตัวแทนกลุ่มผู้ถือหุ้น	ตำแหน่งกรรมการในโฮมโปร
1. นายอนันต์ อัสวโกติน	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	ประธานกรรมการ
2. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	กรรมการ
3. นายอาวิณ อัสวโกติน	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	กรรมการ
4. นางสาวรณนา พุทธประสาธ	บมจ. ควอลิตี้เฮ้าส์	กรรมการ

การออกหุ้นกู้

หุ้นกู้ประเภทไม่มีหลักประกัน และไม่ด้อยสิทธิ							
ครั้งที่	อายุ	คืนเงินต้น	ครบกำหนด	จำนวน (หุ้น)	มูลค่า (พันบาท)	การจัดอันดับความน่าเชื่อถือ	สัญญาของการออกหุ้นกู้
1/2566	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	30 ม.ค. 2569	2,000,000	2,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	อัตรา D/E ไม่เกิน 2.5 เท่า ณ วันสิ้นสุดของแต่ละไตรมาส
2/2566 (ชุดที่1)	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	25 ก.ย. 2569	1,000,000	1,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	
2/2566 (ชุดที่2)	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	25 ก.ย. 2569	700,000	700,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	
3/2566	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	15 ธ.ค. 2569	3,000,000	3,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	
1/2567	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	26 ก.ค. 2570	2,000,000	2,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	
1/2568	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	11 ก.ค. 2571	3,000,000	3,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	
2/2568	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	29 ธ.ค. 2571	1,000,000	1,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	
รวม				12,700,000	12,700,000		

หมายเหตุ:

- หุ้นกู้ 2/2566 (ชุดที่2), หุ้นกู้ 1/2567, หุ้นกู้ 1/2568 และ หุ้นกู้ 2/2568 เป็นหุ้นกู้ประเภทไม่มีการจ่ายดอกเบี้ย (Zero Coupon Bond)
- หุ้นกู้ 1/2566, หุ้นกู้ 2/2566 (ชุดที่1) และ หุ้นกู้ 3/2566 มีอัตราดอกเบี้ยคงที่อยู่ที่ร้อยละ 2.39-3.20
- วัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการซื้อสินทรัพย์หรือลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจปัจจุบันและเพื่อชำระคืนเงินกู้หรือหนี้จากการออกตราสารหนี้

นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิในแต่ละปี ทั้งนี้ การพิจารณาจ่ายเงินปันผลจะคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน สภาพคล่อง แผนการขยายธุรกิจ รวมถึงความเหมาะสมในการบริหารจัดการในอนาคต โดยการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท รวมถึงการจ่ายเงินปันผลประจำปีจะต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นทุกครั้ง

ตารางเปรียบเทียบการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2566-2568

	2566 ¹	2567 ²	2568 ³
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.49	0.49	0.46
เงินปันผลจ่ายต่อหุ้น (บาท)	0.40	0.43	0.38
*อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อกำไรสุทธิ (Payout Ratio)	85.19%	81.55%	81.69%

หมายเหตุ: *อัตราการจ่ายเงินปันผล คำนวณจากงบการเงินเฉพาะกิจการ

- 1) สำหรับผลประกอบการปี 2566: จ่ายเงินปันผลรวม 0.40 บาทต่อหุ้น แบ่งเป็นเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับงวด 6 เดือนแรก 0.18 บาทต่อหุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2566 และเงินปันผลสำหรับงวด 6 เดือนหลัง 0.22 บาทต่อหุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2567 เพื่อเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567
- 2) สำหรับผลประกอบการปี 2567: จ่ายเงินปันผลรวม 0.43 บาทต่อหุ้น แบ่งเป็นเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับงวด 6 เดือนแรก 0.18 บาทต่อหุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2567 และเงินปันผลสำหรับงวด 6 เดือนหลัง 0.25 บาทต่อหุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2567 เพื่อเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568
- 3) สำหรับผลประกอบการปี 2568: จ่ายเงินปันผลรวม 0.38 บาทต่อหุ้น แบ่งเป็นเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับงวด 6 เดือนแรก 0.16 บาทต่อหุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2568 และเงินปันผลสำหรับงวด 6 เดือนหลัง 0.22 บาทต่อหุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2569 เพื่อเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569

นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

บริษัทย่อยไม่ได้มีการกำหนดอัตราการจ่ายเงินปันผลที่แน่นอนไว้ โดยจะพิจารณาจ่ายเงินปันผลตามความเหมาะสมเป็นกรณีไป ทั้งนี้ บริษัทย่อยจะต้องมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานและมีกระแสเงินสดคงเหลือเพียงพอ ภายหลังจากการจัดสรรสำรองตามกฎหมายเรียบร้อยแล้ว

ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีคดีความและข้อพิพาททางกฎหมายที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจตามปกติ ซึ่งประกอบด้วยคดีที่ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วผ่านคำพิพากษาถึงที่สุดหรือการประนีประนอมยอมความ และคดีที่ปัจจุบันยังอยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาทางกฎหมาย โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้:

1. **ข้อพิพาทกับคู่ค้า:** คดีเรียกร้องค่าเสียหายจากการผิดสัญญาซื้อขายและสัญญาจ้าง อาทิ การเรียกคืนเงินค่าสินค้าในกรณีที่มีการเลิกสัญญาและส่งคืนสินค้า หรือกรณีสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง
2. **ข้อพิพาทกับผู้เช่าพื้นที่:** คดีเรียกชำระค่าเช่าและค่าบริการจากการผิดสัญญาเช่าพื้นที่ ทั้งในกรณีค้างชำระในระหว่างอายุสัญญา และกรณีมีหนี้ค้างชำระเมื่อสิ้นสุดสัญญา

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่พบข้อพิพาททางกฎหมายที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยมูลหนี้รวมมีจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 1 ของส่วนของผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทกับคู่แข่งทางการค้า และไม่ปรากฏว่ามีกรรมการหรือผู้บริหารท่านใดเป็นคู่ความในคดีที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของกิจการของบริษัทฯ

นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

1. ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการและเชื่อมั่นว่าระบบและการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความมั่นคงและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเกิดความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน จากเหตุผลดังกล่าว คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายและการกำกับดูแลกิจการ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมหลักการสำคัญในเรื่องสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้บนแนวทางของการดำเนินธุรกิจที่ยึดมั่นในความถูกต้องและโปร่งใส โดยนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ได้เปิดเผยไว้ที่ https://hmpro-th.listedcompany.com/policy_document.html

ทั้งนี้ นโยบายดังกล่าว คณะกรรมการได้ทบทวนและปรับปรุงผ่านคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรให้เป็นปัจจุบัน เพื่อให้มีความครบถ้วน ชัดเจน และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG Code) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามแนวทางที่จะมีการปรับปรุงใหม่ และหลักเกณฑ์ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ตลอดจนหลักเกณฑ์สากลระดับภูมิภาคเช่น ASEAN CG Scorecard

เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการ บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบการปฏิบัติตามกฎระเบียบให้ครอบคลุมอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของการมีนโยบายที่ชัดเจน การกำหนดหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ตลอดจนการเปิดช่องทางร้องเรียนที่เหมาะสม ส่งผลให้ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับการประเมินระดับ 5 ดาว (คะแนนสูงสุด) ในระดับ “ดีเลิศ” (Excellent) จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (CGR) ซึ่งมีหัวข้อการประเมิน 4 หัวข้อหลัก

ได้แก่ 1) สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (น้ำหนัก 25%) 2) การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (น้ำหนัก 25%) 3) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (น้ำหนัก 15%) และ 4) ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ (น้ำหนัก 35%) โดยสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของบริษัทฯ ในการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

ตลอดปี 2568 บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ยกเว้นเรื่องต่อไปนี้

1. ประธานกรรมการไม่ได้เป็นกรรมการอิสระ เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ จำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในธุรกิจที่ยาวนาน ทั้งนี้ เพื่อให้การบริหารงานมีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จึงแต่งตั้งบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมให้ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ โดยยังคงยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนไม่ได้เป็นกรรมการอิสระ อย่างไรก็ตาม สมาชิกคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนประกอบด้วยกรรมการอิสระเป็นสมาชิก โดยการบริหารของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ตั้งอยู่บนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. บริษัทฯ มีกรรมการอิสระ ซึ่งดำรงตำแหน่งต่อเนื่องเกิน 9 ปี 2 ท่าน ได้แก่ นายบุญสม เลิศศิริวงษ์ และนายพรวุฒิ สารสิน เนื่องจากคณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นว่าทั้งสองท่านมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะด้านการกำกับดูแลกิจการ การตรวจสอบ และธุรกิจค้าปลีก ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ

ชื่อ – นามสกุล	วันที่เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ	จำนวนปี (วันที่เข้ารับตำแหน่งถึง 31 ธ.ค. 2566)
นายบุญสม เลิศศิริวงษ์	1 ต.ค. 2557	11 ปี 3 เดือน
นายพรวุฒิ สารสิน	1 ต.ค. 2558	10 ปี 3 เดือน
นายระเฑียร ศรีมงคล	1 พ.ค. 2566	2 ปี 8 เดือน
ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	1 พ.ค. 2566	2 ปี 8 เดือน

2. สิทธิของผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทตระหนักและให้ความสำคัญในการรักษาสิทธิของผู้ถือหุ้นทุกรายในการใช้สิทธิขั้นพื้นฐาน เช่น สิทธิในการเข้าประชุมผู้ถือหุ้น สิทธิในการออกเสียงลงคะแนนเพื่อแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการเป็นรายบุคคล สิทธิในการออกเสียงลงคะแนนแต่งตั้งผู้ตรวจสอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี สิทธิในการออกเสียงลงคะแนนในกิจการต่าง ๆ ที่สำคัญ สิทธิในการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระในที่ประชุมผู้ถือหุ้น สิทธิในการรับหุ้นซื้อคืน สิทธิที่จะได้รับการอนุมัติจ่ายเงินปันผลอย่างเป็นธรรม และสิทธิในการได้รับข้อมูลของบริษัท อย่างเพียงพอ ทันเวลาและเท่าเทียมกัน โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ส่งเสริมสิทธิของผู้ถือหุ้น ดังนี้

- เปิดเผยโครงสร้างผู้ถือหุ้นอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมั่นใจว่าบริษัทฯ มีโครงสร้างการดำเนินงานที่มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยไม่มีการถือหุ้นที่ซับซ้อน ไม่มีผู้ถือหุ้นร่วมและไม่มีผู้ถือหุ้นไขว้ รวมถึงไม่มีการถือหุ้นแบบปิรามิดในกลุ่มของบริษัทฯ
- เผยแพร่สารสนเทศ รายละเอียดการใช้สิทธิในเรื่องต่าง ๆ ผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงความเท่าเทียมกันในการรับรู้ข่าวสาร ระยะเวลาในการใช้สิทธิ และความสะดวกในการใช้สิทธิ โดยจะไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการจำกัดสิทธิในการเข้าถึงสารสนเทศของบริษัทฯ หรือปิดกั้นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ถือหุ้นด้วยกัน
- ส่งเสริมสิทธิของผู้ถือหุ้นในการจัดประชุมอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดงานประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2568 โดยเป็นการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-AGM) สถานที่ถ่ายทอดคือ ห้องประชุม อาคารคิวเฮาส์ ลุมพินี ชั้น 4 เลขที่ 1 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทรกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้บริษัทฯ ได้อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะให้กรรมการอิสระแทนการเข้าประชุมด้วยตนเอง และจัดเตรียมคู่มือการใช้งานระบบการประชุมอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถลงคะแนนและรับข้อมูลการประชุมอย่างทันทั่วถึง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ก่อนการประชุม

- ให้สิทธิผู้ถือหุ้นในการเสนอวาระการประชุมและเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการได้ล่วงหน้าตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2567 ถึง 15 มกราคม 2568 รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามเกี่ยวกับวาระ

การประชุมถึงเลขานุการบริษัทได้ล่วงหน้าก่อนวันประชุมโดยเผยแพร่รายละเอียดและหลักเกณฑ์ทั้งหมดไว้ที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ รวมถึงเผยแพร่การให้สิทธินี้ผ่านเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ตั้งแต่วันที่ 27 กันยายน 2567 ทั้งนี้ การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอวาระการประชุม หรือเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการ

- เปิดเผยวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า 45 วัน เพื่อสามารถเตรียมตัวเข้าร่วมประชุมได้โดยเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ และของตลาดหลักทรัพย์ฯ ตั้งแต่วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2568 ซึ่งเป็นวันที่คณะกรรมการบริษัทมีมติกำหนดวันประชุม
- เผยแพร่หนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ตั้งแต่วันที่ 11 มีนาคม 2568 ล่วงหน้าก่อนวันประชุม 30 วัน และเริ่มจัดส่งหนังสือเชิญประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้นตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2568 ล่วงหน้าก่อนวันประชุม 15 วัน และเปิดให้ผู้ถือหุ้นลงทะเบียน (Pre-Register) ได้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2568 โดยได้แนบคู่มือการใช้งานระบบประชุมอิเล็กทรอนิกส์ (D AGM ONLINE) ในเอกสารแนบของหนังสือเชิญประชุมฯ
- อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้น ทั้งผู้ถือหุ้นรายย่อย นิติบุคคล ตลอดจนนักลงทุนสถาบัน ที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ โดยได้จัดทำแบบหนังสือมอบฉันทะแบบ ก. แบบ ข. และแบบ ค. พร้อมกับหนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยระบุชื่อและประวัติของกรรมการอิสระที่ผู้ถือหุ้นสามารถเลือกเป็นผู้รับมอบฉันทะได้ โดยการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 บริษัทฯ ได้ระบุให้นายบุญสม เลิศหิรัญวงศ์ เป็นกรรมการอิสระผู้รับมอบฉันทะในวันประชุม

วันประชุม

- ก่อนเริ่มการประชุม ประธานในที่ประชุมจะชี้แจงแก่ผู้ถือหุ้นให้ทราบถึงสิทธิตามข้อบังคับของบริษัทฯ การดำเนินการประชุม วิธีการใช้สิทธิลงคะแนน รวมทั้งให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นในการตั้งคำถามและแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมอย่างเท่าเทียมกัน
- บริษัทฯ ได้สาธิตวิธีการใช้งานระบบประชุมอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้ทราบถึงวิธีการลงคะแนน และวิธีการส่งคำถามก่อนเวลาเริ่มประชุม โดยกำหนดให้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมเป็นไปตามจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นถืออยู่ โดยหนึ่งหุ้นมีสิทธิเท่ากับหนึ่งเสียง

- บริษัทฯ ใช้ระบบการคำนวณคะแนนเสียงของ D AGM ONLINE และแสดงผลสรุปของคะแนนเสียงในทุกวาระอย่างชัดเจน
- จัดให้มีที่ปรึกษากฎหมายที่เป็นอิสระจากภายนอก (Inspector) เพื่อทำหน้าที่ในการดูแลให้การประชุมเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับของบริษัทฯ
- สนับสนุนให้มีตัวแทนจากผู้ถือหุ้นในที่ประชุมร่วมเป็นพยานในการนับคะแนนเสียงในทุกวาระ
- ประสานในที่ประชุมจัดสรรเวลาการประชุมอย่างเพียงพอและดำเนินการประชุมอย่างเหมาะสมและโปร่งใสตามลำดับระเบียบวาระที่ได้แจ้งไว้ในหนังสือเชิญประชุม โดยที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่เคยดำเนินการแจกเอกสารที่มีข้อมูลสำคัญในที่ประชุมผู้ถือหุ้นอย่างกะทันหัน รวมถึงไม่มีการเพิ่มวาระพิจารณาอื่น ๆ นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหนังสือเชิญประชุม ซึ่งอาจไม่เป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้มาเข้าร่วมประชุม
- ให้สิทธิผู้ถือหุ้นสามารถเข้าร่วมประชุมภายหลังจากร่วมการประชุมไปแล้ว โดยมีสิทธิออกเสียงลงคะแนนได้เฉพาะวาระที่ที่ประชุมยังไม่ได้พิจารณาจนจบ
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นและซักถามอย่างเต็มที่โดยมีประธานในที่ประชุม ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารระดับสูง และผู้สอบบัญชี เข้าร่วมประชุมเพื่อตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น โดยมีทั้งผู้ถือหุ้นที่ส่งคำถามผ่านระบบโดยการส่งข้อความและสอบถามด้วยตนเองหลังการประชุม

หลังการประชุม

- นำส่งมติที่ประชุมพร้อมรายละเอียดจำนวนคะแนนเสียงในแต่ละวาระอย่างชัดเจนแก่ตลาดหลักทรัพย์ฯ และบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายในวันประชุม เพื่อให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้เข้าร่วมประชุมรับทราบในทันที
- ผู้ถือหุ้นสามารถรับชมเทปบันทึกภาพการประชุมผู้ถือหุ้นผ่านเว็บคาสต์ (Webcast) บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ
- จัดทำรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเผยแพร่ทางตลาดหลักทรัพย์ฯ และเว็บไซต์ของ บริษัทฯ ภายใน 14 วันนับจากวันประชุม และนำส่งสำเนารายงานการประชุมผู้ถือหุ้นผ่านทางตลาดหลักทรัพย์ฯ ภายในเวลาที่กำหนด

3. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและดูแลให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งผู้ถือหุ้นรายใหญ่ รายย่อย นักลงทุนสถาบัน หรือผู้ถือหุ้นต่างชาติ โดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

- 1) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ และเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยจัดให้มีช่องทางที่ผู้ถือหุ้นสามารถติดต่อขอรับข้อมูลหรือสอบถามได้โดยตรงผ่านทาง Email ของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการอิสระ และหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์
- 2) มีระเบียบบังคับใช้ภายในบริษัทฯ เรื่องการใช้ข้อมูลภายในอย่างชัดเจน สอดคล้องกับกฎหมายเกี่ยวกับหลักทรัพย์ และมีการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความยุติธรรมและเสมอภาคต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกรายดังนี้
 - แจ้งกฎเกณฑ์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลภายในให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่ากฎเกณฑ์และนโยบายดังกล่าวเป็นที่รับทราบและปฏิบัติตาม
 - ห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในช่วงเวลา ก่อนเปิดเผยงบการเงินต่อสาธารณชน 1 เดือน โดยสายงานเลขานุการบริษัท จะแจ้งให้กรรมการและผู้บริหารได้ทราบช่วงเวลาการห้ามซื้อขาย (Silent Period) ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีผู้บริหารซื้อขายหุ้น
 - เปิดเผยมการถือหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหารในรายงานประจำปีอย่างครบถ้วนตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้มีการติดตามผลการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมธุรกิจ เรื่องการใช้ข้อมูลภายใน โดยกำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร แจ้งการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ให้สายงานเลขานุการบริษัท ภายใน 3 วันนับแต่มีการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทในทุกเดือน และทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ โดยสายงานเลขานุการบริษัทจะเป็นผู้รวบรวมเพื่อรายงานที่ประชุมคณะกรรมการ
 - บริษัทฯ ได้มีข้อกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการทำรายการเกี่ยวโยงและการทำรายการระหว่างกันไว้อย่างชัดเจนและเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ และ ก.ล.ต. โดยกำหนดเรื่องที่ต้องรายงานคณะกรรมการหรือผู้ถือหุ้นไว้อย่างชัดเจน รวมถึงการระมัดระวังไม่ให้มีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันโดยแฝง หรือไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์หรือ ก.ล.ต.

4. การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายโดยยึดหลักผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป็นนโยบายและบทบาทต่อผู้มีส่วนได้เสียไว้อย่างชัดเจนใน “คู่มือจริยธรรมธุรกิจ” ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

ผู้ถือหุ้น :

ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนตัดสินใจดำเนินการใด ๆ ด้วยความรอบคอบและเป็นธรรม เพื่อผลประโยชน์สูงสุดระยะยาวของผู้ถือหุ้นโดยรวม นำเสนอรายงาน ผลประกอบการ ฐานะข้อมูลทางการเงิน และรายงานอื่น ๆ โดยโปร่งใสและสม่ำเสมอ และครบถ้วนตามความเป็นจริงและทันเหตุการณ์ ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทุกรายทราบอย่างเท่าเทียมกันถึงแนวโน้มของบริษัทฯ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ และมีเหตุผลอย่างเพียงพอ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานจะต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเองและผู้อื่นโดยใช้ข้อมูลใด ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะ หรือดำเนินการใด ๆ ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับองค์กร

พนักงาน :

ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรม ทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทน สวัสดิการ การแต่งตั้ง โยกย้าย ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพให้โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ สร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงาน ให้ความสำคัญต่อความเป็นปัจเจกชนและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงาน รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานร้องเรียนในกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมตามระบบและกระบวนการที่กำหนด

ลูกค้า :

ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดมั่นในหลักความยั่งยืนเป็นแนวทางการปฏิบัติในการดูแลลูกค้า เพื่อตอบสนองความคาดหวังภายใต้โครงสร้างราคาที่เป็นธรรม พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด รวมถึงการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล อีกทั้งรับฟังและตอบสนองต่อข้อร้องเรียนด้วยความสุภาพและมีประสิทธิภาพ ผ่านการจัดวางระบบและกระบวนการจัดการคุณภาพสินค้า ความปลอดภัย และความรวดเร็วในการส่งมอบ ตลอดจนการให้คำแนะนำเชิงลึกเกี่ยวกับการใช้งานสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

คู่ค้า :

ปฏิบัติกับคู่ค้าด้วยความเสมอภาคและคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับคู่ค้า สร้างความเสมอภาคเท่าเทียมในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความเชื่อถือนซึ่งกันและกัน โดยบริษัทฯ ยึดถือการปฏิบัติตามระเบียบจัดซื้อจัดจ้างซึ่งมีการกำหนดขั้นตอนและวิธีปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน ตลอดจนไม่เรียกหรือไม่รับ หรือจ่ายผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับคู่ค้า ส่งเสริมให้คู่ค้าร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และประกอบธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง รวมถึงมีกระบวนการสรรหาอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Ethical Sourcing) เคารพในสิทธิมนุษยชน (Human Rights) และมีการควบคุมดูแลความปลอดภัยด้านไซเบอร์ (Cyber Security)

เจ้าหนี้ :

ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด บริหารเงินกู้ยืมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน ไม่นำเงินไปใช้ในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ ควบคุมให้มีการชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยให้กับเจ้าหนี้ตามกำหนดเวลา และปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงินตามข้อตกลงอย่างครบถ้วน กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้ ต้องรีบแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบล่วงหน้าเพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญห

คู่แข่งทางการค้า :

ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม และไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย

การตลาดและ การโฆษณา :

เปิดเผยข้อมูลสินค้าและบริการที่ถูกต้องอย่างครบถ้วนแก่ผู้บริโภคในทุกช่องทางทางการตลาดของบริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจบนประโยชน์ของสินค้าและบริการของบริษัทฯ รวมถึงไม่กล่าวอ้างคุณสมบัติของสินค้าและบริการเกินความจริง ทั้งคุณสมบัติหรือผลกระทบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่กล่าวพาดพิงข้อมูลของสินค้าและบริการของคู่แข่งหรือผู้ให้บริการอื่นในเชิงลบ พิจารณาความเหมาะสมของโฆษณาต่อกลุ่มผู้บริโภคทุกวัย คำนึงถึงความเท่าเทียมกันทางเพศ และพิจารณาครอบคลุมประเด็นด้านวัฒนธรรมทางสังคมและศีลธรรมอันดี

สังคม ชุมชน และ สิ่งแวดล้อม :

ดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นที่หน่วยงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่ โดยบริษัทฯ จะยึดมั่นปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน เพื่อส่งเสริมนโยบายดังกล่าว บริษัทฯ จะดำเนินกิจกรรมที่มีส่วนสร้างสรรค์สังคมอย่างสม่ำเสมอ และจะดำเนินการปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานทุกระดับให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้ดำรงอยู่เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ดีตลอดไป

5. นโยบายความปลอดภัย ของข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ได้ยึดมั่นที่จะบริหารการจัดการด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงควบคุมดูแลอย่างเข้มงวดรัดกุมทั้งด้านเอกสารและระบบปฏิบัติการเพื่อรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า พนักงานให้ปลอดภัย มีเสถียรภาพ และโปร่งใส เพื่อให้เป็นไปตามพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 บริษัทได้มีการดำเนินการ ดังนี้

1. บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร เพื่อมีหน้าที่ดูแลและจัดเตรียมแผนงานต่าง ๆ โดยวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน กำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด โดยดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ คณะกรรมการประกอบด้วยบุคคลดังต่อไปนี้

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	ประธานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กรรมการบริษัท กรรมการผู้จัดการ
2. นางสาวสุตาภา ชะมด	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
3. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
4. นางอุไรวรรณ ดันติพิริยะกิจ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
5. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
6. นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
7. นางอรุณี ทวีลาภ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
8. *นางสุรางคณา ฉายประสาธ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
9. นางกมลทิพย์ อมรจริยะกุล	กรรมการและเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO)

*นางสุรางคณา ฉายประสาธ เกษียณอายุงานตั้งแต่ 31 ธันวาคม 2568

ทั้งนี้ นายวีรพันธ์ อังสุมาลี ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรและเป็นตัวแทนคณะกรรมการบริษัทเพื่อบริหารการจัดการด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

2. คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้เป็นมาตรฐานในการทำงานของบริษัทฯ และสอดคล้องกับข้อกำหนด
3. การกำหนดมาตรการต่าง ๆ เกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ เงื่อนไข การแจ้ง การขอความยินยอม การเก็บรวบรวม ข้อมูล การใช้ข้อมูล หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด พร้อมกำกับดูแลให้คำปรึกษา สนับสนุน ส่งเสริม และทบทวนนโยบาย เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ
4. คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้แต่งตั้งผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer) ซึ่งมีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลและตรวจสอบเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ให้เป็นไปตามคำสั่งของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการประเมินความเสี่ยง การจัดการคำร้อง และข้อร้องเรียนต่าง ๆ
5. บริษัทฯ ใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูงทั้งในด้านเทคโนโลยีและกระบวนการเพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่เป็นความลับ และพัฒนาบุคลากรทุกระดับ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีการรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้มาตรฐานด้วยมาตรการต่าง ๆ เช่น การติดตั้ง Firewall และซอฟต์แวร์ตรวจจับการบุกรุก การใช้เทคโนโลยีเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) การติดตั้งซอฟต์แวร์ Scan Virus เพื่อป้องกันไวรัสอย่างมีประสิทธิภาพ การติดตั้งระบบ Network Access Control การแบ่งแยกเครือข่ายระหว่างสาขา (Network Segregation) รวมถึงการกำหนดสิทธิ์การใช้งานตามระดับ (Level of Authorization) โดยเปิดให้ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมที่ได้ที่นโยบายความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และไลน์แอปพลิเคชันของบริษัทฯ
6. บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินรายงานด้าน Cyberwatch Security Scorecard จากผู้ประเมินภายนอกอย่างสม่ำเสมอ โดยประเมินถึงโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางกายภาพและทางไซเบอร์ ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทฯ เตรียมตัวและมีความสามารถเพียงพอในการรับมือเหตุการณ์ทางไซเบอร์

การจัดการปัจจัยความเสี่ยงด้าน Cyberwatch Security Scorecard

หัวข้อปัจจัยความเสี่ยง	แผนการดำเนินการ
1. ความปลอดภัยเครือข่าย (Network Security)	ตรวจสอบการตั้งค่าการเข้ารหัสข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่าย การยืนยันตัวตน (Authentication) ของเครื่อง Server ต้นทางและ Client ปลายทาง
2. ความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน (Application Security)	ตรวจสอบช่องโหว่ที่พบได้บ่อยในแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมที่ถูกออกแบบให้ใช้งานผ่าน Web Browser ได้โดยตรง (เว็บแอปพลิเคชัน) เช่น การไม่ได้เปิดใช้งานฟังก์ชันด้านความปลอดภัยสำหรับการส่งข้อมูลการเข้าชมเว็บไซต์ (Session Cookie) ของลูกค้า ให้มีมาตรฐานความปลอดภัยในการใช้งานเว็บไซต์ (HTTPS)
3. ประสิทธิภาพของ DNS (DNS Health)	ตรวจสอบการกำหนดค่าของระบบบริหารจัดการข้อมูลชื่อโดเมน (Domain Name System) ที่ไม่ปลอดภัยหรือมีช่องโหว่ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการใช้งานเว็บไซต์ อีเมล รวมถึงบริการอื่น ๆ ของบริษัท
4. การอัปเดต Patch (Patching Cadence)	ตรวจสอบว่าการอัปเดต Patch ของบริษัท อย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดช่องโหว่ด้านความปลอดภัย
5. ความปลอดภัยของอุปกรณ์ปลายทาง (Endpoint Security)	การตรวจสอบความเสี่ยงบนอุปกรณ์ปลายทางหรือจุดเข้าใช้งานอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ แล็ปท็อป อุปกรณ์เคลื่อนที่ และหน้าจอเสมือน (Virtual desktops) ที่ไม่ได้ป้องกันช่องโหว่อย่างเพียงพอ
6. ชื่อเสียงของ IP (IP Reputation)	ตรวจจับหมายเลขไอพีของบริษัท ถูกนำไปใช้ในการกระทำความผิดหรือคุกคามผู้อื่น เช่น การส่งสแปมหรือมัลแวร์
7. Cubit Score	ตรวจสอบการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ดีในด้านความปลอดภัย
8. การสนทนาของแฮกเกอร์ (Hacker Chatter)	การเฝ้าระวังการสนทนาของแฮกเกอร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ตรวจจับการสนทนาเกี่ยวกับบริษัท เช่น การมีชื่อโดเมน (หรือชื่อเว็บไซต์) ที่ถูกประกาศว่าเป็นเหยื่อของแรนซัมแวร์ การอ้างถึงเหตุการณ์ข้อมูลรั่วไหล
9. ข้อมูลรั่วไหล (Information Leak)	ตรวจจับข้อมูลที่เป็นความลับของบริษัท ที่อาจเกิดการรั่วไหล เช่น รหัสผ่าน ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานหรือลูกค้า เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัท ได้ให้การอบรมเพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงมีการนำเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการทำงานของพนักงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมของนโยบายความปลอดภัยของข้อมูลที่เว็บไซต์ของบริษัท ที่ https://hmpro-th.listedcompany.com/policy_document.html ทั้งนี้ หากมีข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการรักษาข้อมูลความลับลูกค้าสามารถติดต่อได้ที่ data_privacy@homepro.co.th

สถิติความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

	2566	2567	2568
จำนวนเหตุการณ์ข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล และตรวจสอบพบว่าบริษัท กระทำผิด	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์ข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลจากหน่วยงานกำกับดูแล และตรวจสอบพบว่าบริษัท กระทำผิด	0	0	0

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับแจ้งเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า จากหน่วยงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (สคส.) ซึ่งบริษัทฯ ได้ตรวจสอบข้อเท็จจริงโดยไม่พบว่าเป็นข้อมูลของบริษัทการรั่วไหลจากระบบโครงสร้างต่าง ๆ ซึ่งได้แจ้งข้อมูลให้กับหน่วยงานดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว รวมทั้งได้มีการประกาศแจ้งเตือนภัยลูกค้าจากมิชชันเป็นระยะ โดยมาตรฐานความปลอดภัยของระบบยังอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยของข้อมูล โดยยกระดับมาตรการรักษาความปลอดภัยขั้นสูง ประสานงานแจ้งหน่วยงานภาครัฐติดตามเฝ้าระวัง และประกาศแจ้งให้ลูกค้าทราบ

การดำเนินการหลังการเกิดผลกระทบต่อบุคคล

บริษัทฯ มีขั้นตอนที่ชัดเจนเพื่อจัดการกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งในกรณีที่เกิดผลกระทบต่อข้อมูล ฝ่ายกฎหมายและทีมงานที่ดูแลเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลจะมีการดำเนินการตรวจสอบสาเหตุ และกรณีที่ผลกระทบกับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) จะดำเนินการแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบถึงเหตุการณ์ละเมิดและการพิจารณาการเยียวยา นอกจากนี้ได้มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อข้อมูล และรายงานให้คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลในอนาคต

6. นโยบายความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ ได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำงานร่วมกับคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Committee) ขององค์กร ดูแลและจัดเตรียมแผนงานต่าง ๆ โดยวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงานต่าง ๆ เพื่อรองรับเทคโนโลยีในอนาคต รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรและพัฒนากระบวนการตามเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการจัดเก็บรักษาความปลอดภัยของข้อมูลต่าง ๆ เนื่องด้วยบริษัทฯ มีความเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย อาทิ ลูกค้า คู่ค้า เป็นต้น โดยได้กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลและระบบสารสนเทศตามอำนาจและความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละระดับ และมีการจัดเตรียมมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ อาทิ การมี

ระบบสำรองข้อมูล นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศดังนี้

1. บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ National Institute of Standards and Technology (NIST) และได้รับ Certificate ด้านความปลอดภัยจาก Payment Card Industry Data Security Standard (PCI/DSS) รวมถึงการปฏิบัติตามแนว NNT Security Control Guide ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานของ Center of Internet Security
2. บริษัทฯ มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการรักษาความลับ การรักษาความน่าเชื่อถือ และความพร้อมใช้ของข้อมูล รวมทั้งป้องกันมิให้มีการนำข้อมูลไปใช้ในทางมิชอบ หรือมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยได้มีการกำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลตามอำนาจและความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละระดับ
3. บริษัทฯ ได้พิจารณาความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การจัดให้มี Help Desk และ Hotline สำหรับรับแจ้งปัญหา การอบรมวิธีแก้ไขปัญหabeื้องต้นและการรายงานปัญหาต่าง ๆ แก่ผู้รับผิดชอบระบบเพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่องเป็นต้น
4. บริษัทฯ จัดให้มีนโยบายการประกันภัยด้านไซเบอร์ เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือ ตลอดจนมีมาตรการป้องกันและจำกัดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เช่น การซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ หรือการจัดเก็บข้อมูลในเครือข่ายขององค์กร
5. บริษัทฯ ได้พิจารณาการจัดสรรและบริหารทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการกำหนดหลักเกณฑ์และปัจจัยในการกำหนดลำดับความสำคัญของแผนงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ ความเร่งด่วน ความสอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจ เป็นต้น
6. บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าต้องมีมาตรฐานความปลอดภัยที่ปลอดภัย เพียงพอ เหมาะสม สอดคล้องกับมาตรการที่กฎหมายกำหนด และสอดคล้องกับนโยบายความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของ บริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัทฯ และมีผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีมาตรฐานความปลอดภัยที่เหมาะสม

7. บริษัทฯ ได้มอบหมายและกำหนดให้พนักงานทุกคน มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการดูแลความปลอดภัย ด้านไซเบอร์ โดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจในแนวทาง ปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุการณ์ผิดปกติ ตลอดจนการบริหาร จัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศภายใต้ขอบเขตและ ความรับผิดชอบของตำแหน่งงานที่เหมาะสม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้านการตลาดอย่างมี ความรับผิดชอบและเคารพในสิทธิข้อมูลของลูกค้า โดยเฉพาะ กิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารผ่านทางระบบสังคม ออนไลน์ต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อความเป็นส่วนตัว ของลูกค้าและให้ทางเลือกแก่ลูกค้าในการปฏิเสธการรับข่าวสาร และข้อมูล (Unsubscribe) นอกจากนี้บริษัทฯ ยังดูแลเพื่อให้ แน่ใจว่าเนื้อหาสาระของข้อมูลเป็นไปตามข้อเท็จจริงมาตรการ ป้องกันและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ มีดังนี้

- จัดให้มีการคัดกรองและกำหนดสิทธิเฉพาะผู้มีหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องในการเข้าถึง ดำเนินการแจกจ่ายข้อมูลต่าง ๆ และการสำรองข้อมูล
- กำหนดรอบการตรวจสอบการทำงานของระบบพร้อมกับมี เจ้าหน้าที่ด้านระบบคอยควบคุมการทำงานและแก้ปัญหา ที่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลา รวมถึงพัฒนาระบบ Hardware และ Software อย่างต่อเนื่อง ให้มีความทันสมัย เพื่อ รับมือกับอาชญากรรมทางไซเบอร์รูปแบบใหม่และป้องกันการ เข้าถึงข้อมูลโดยผู้ไม่เกี่ยวข้อง
- ซ้อมแผนรับมือภัยคุกคามหรือการโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Security Drill) และกำหนดแผนตอบโต้เหตุการณ์ ผิดปกติ (Incident Response Plan: IRP) อย่างชัดเจน พร้อมทั้งจัดทำแผนกู้คืนระบบสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan: DRP) เพื่อรองรับกรณีที่ระบบเกิด ขัดข้อง โดยมีการซ้อมแผนดังกล่าวเป็นประจำทุกปี เพื่อ ให้มั่นใจว่าบริษัทฯ สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ได้ อย่างทัน่วงที ลดผลกระทบและความเสียหายต่อระบบ สารสนเทศ และสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้ อย่างต่อเนื่อง (Business Continuity)
- บริษัทฯ มีการจัดทำและทดสอบแผนรองรับในกรณีที่ เกิดสภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan: BCP) โดยเฉพาะความปลอดภัยด้านสารสนเทศ (Cyber Security Risk) อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีการทดสอบอย่าง น้อยปีละ 2 ครั้ง โดยมีขั้นตอนและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน สำหรับพนักงาน ในกรณีพบเหตุการณ์ผิดปกติตามลำดับ ความรุนแรง (Level of Severity) ตลอดจนระบบแจ้งเตือน และช่องทางการสื่อสารที่รัดกุม
- ติดตั้งระบบและอุปกรณ์ในการป้องกันการคุกคาม (Firewall) และการเฝ้าระวังพฤติกรรมภัยคุกคาม ทั้งใน

ส่วนของสำนักงานใหญ่และสาขา โดยมีการจัดประชุม เป็นประจำทุกเดือน เพื่อติดตามและเฝ้าระวังภัยคุกคาม ใหม่ ๆ พร้อมทั้งรายงานการโจมตีและผลการแก้ไข เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำมาตรการป้องกันต่อไป

- ทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Testing) และ การประเมินหาช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่าระบบที่ใช้งานอยู่ สามารถป้องกันภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- จัดทำระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศตาม แนวทางมาตรฐานระดับสากล เช่น ISO/IEC 27001 (Information Security) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากล สำหรับ ระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล (Information Security Management System: ISMS)
- สร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ที่ เกี่ยวข้องกับภัยคุกคาม วิธีการป้องกัน และกฎหมายด้าน ไอทีที่เกี่ยวข้องให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุม ช่องทางการสื่อสารภายในของบริษัทฯ และจัดให้มีการ ฝึกอบรมผ่านระบบ E-Learning เพื่อให้พนักงานสามารถ เข้าถึงและเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา รวมทั้งมีการวัดผลการ ดำเนินงานเพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพของโปรแกรม ต่อไป รวมถึงการอบรมให้พนักงานทุกระดับ
- บริษัทฯ ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและ การจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญ ของระบบ Cyber Security โดยมีการจัดทำความรู้ และ ความเข้าใจต่าง ๆ ผ่าน Email ICT News ของบริษัทฯ ให้แก่พนักงานทุกคนเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน

สถิติความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

	2566	2567	2568
การนำข้อมูลลูกค้ามาใช้ต่อ โดยผิด วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าอนุญาต (%)	0	0	0
จำนวนข้อมูลที่มีการรั่วไหล	0	0	0
จำนวนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ลูกค้าที่มีการรั่วไหล	0	0	0
จำนวนลูกค้าที่ได้รับผลกระทบ จากกรณีข้อมูลรั่วไหล	0	0	0
จำนวนเงินที่ถูกปรับจากกรณี ที่ข้อมูลรั่วไหล	0 บาท	0 บาท	0 บาท

ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่นโยบายความ ปลอดภัยของข้อมูลที่เว็บไซต์ของบริษัทที่ http://hmpro-th.listedcompany.com/policy_document.html

7. นโยบายและแนวปฏิบัติ ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัทฯ ได้กำหนดให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ภายใต้กฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ว่าจะเป็นเครื่องหมายทางการค้า และทรัพย์สินทางปัญญาด้านอื่นที่กฎหมายกำหนด โดยกำหนดนโยบายในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทุกชนิดจะต้องผ่านการตรวจสอบ และลงโปรแกรมโดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเท่านั้น การกำหนดให้พนักงานตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ ก่อนที่จะนำมาใช้ในการปฏิบัติงานว่า ไม่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นรวมถึงคู่ค้าของบริษัทฯ เป็นต้น รวมทั้งได้ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับข้อกำหนดของกฎหมาย และความเสียหายที่เกิดขึ้นกรณีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

นอกจากการกำหนดนโยบายป้องกันมิให้มีการกระทำผิดเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ในส่วนของบริษัทฯ ได้มีการพัฒนาสินค้าภายใต้แบรนด์ของตนเอง (Private Brand) รวมถึงสินค้ารักษ์โลก (Circular Products) ที่มีการร่วมพัฒนาเกี่ยวกับพันธมิตรทางการค้า โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของตนเองเพื่อป้องกันมิให้ผู้อื่นทำการละเมิดได้ โดยบริษัทฯ จะดำเนินการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เช่น เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร เป็นต้น รวมทั้งการดำเนินคดีกับผู้ที่จะละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ เช่นกัน

8. นโยบายและแนวปฏิบัติ ด้านการเคารพกฎหมาย และหลักสิทธิมนุษยชน

การเคารพและปฏิบัติตามกฎหมายเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งรวมถึงกฎหมายภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติให้สูงกว่าข้อกำหนดตามกฎหมาย

บริษัทฯ เคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชนและสนับสนุนหลักการและเป้าหมายด้านสิทธิมนุษยชนในระดับสากล ตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration on Human Rights) และปฏิญญาว่าด้วยหลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน (Declaration of Fundamental Principles and Rights at Work) ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO) เป็นต้น

บริษัทฯ จึงดูแลไม่ให้ธุรกิจของบริษัทฯ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิด สิทธิมนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน (Forced Labor)ต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก (Child Labor) และมีการกำหนดชั่วโมงการทำงานตามกฎหมายแรงงาน ให้ความเคารพนับถือและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่แบ่งแยกถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ เพศ อายุ สีผิว ศาสนา สภาพร่างกาย ฐานะ ชาติตระกูล ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายในบริษัทฯ และส่งเสริมให้บริษัทย่อย ผู้ร่วมทุน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากล คุ้มครองสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดสิทธิอันเกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยพิจารณาชดเชยค่าเสียหายให้ไม่ต่ำกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด

9. การเปิดเผยข้อมูลและ ความโปร่งใส

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน โปร่งใส ทันเวลา และเท่าเทียมกันแก่นักลงทุน และผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ ทั้งในส่วนของงบการเงินและข้อมูลสำคัญอื่นที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ผ่านทางการเผยแพร่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศมีข้อมูลที่เชื่อถือได้ และเพียงพอต่อการตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ

การประชุมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์

บริษัทฯ ได้จัดการบรรยายสำหรับนักวิเคราะห์และนักลงทุน รวมทั้งผู้ถือหุ้นที่สนใจ สำหรับการเปิดเผยผลประกอบการ และจัดทำเอกสารข่าว (Investor Release) เป็นรายไตรมาส แก่นักลงทุนอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง และตามเหตุการณ์ กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ

กิจกรรมพบนักลงทุนและการเยี่ยมชมกิจการ

บริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ผู้ถือหุ้น และนักลงทุนสถาบันทั้งในและต่างประเทศ เข้าพบผู้บริหาร และเยี่ยมชมกิจการ อีกทั้งยังมีการจัดประชุมในรูปแบบของ Physical Meeting และ Web Conference เพื่อให้ผู้ลงทุนทราบถึงข้อมูลผลการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์ แนวทางการเติบโต รวมถึงสรุปเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในรอบปีและตอบข้อซักถาม

โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการดำเนินกิจกรรมดังต่อไปนี้:

1. การเดินทางพบปะนักลงทุนหรือ Roadshow จำนวน 9 ครั้ง แบ่งเป็น
 - การเดินทางพบปะนักลงทุนต่างประเทศรวม 3 ครั้ง ประกอบไปด้วย สิงคโปร์ 1 ครั้ง มาเลเซีย 1 ครั้ง และฮ่องกง 1 ครั้ง
 - การเดินทางพบปะนักลงทุนในประเทศรวม 6 ครั้ง ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทหลักทรัพย์ต่าง ๆ โดยพบนักลงทุนรายย่อย และนักลงทุนที่เป็นสถาบัน ทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ
2. การจัดให้นักวิเคราะห์ นักลงทุนรายย่อย และนักลงทุนสถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้าพบผู้บริหาร โดยผ่านการนัดหมายเพื่อเยี่ยมชมบริษัทฯ และสาขา (Store Visit) รวม 22 ครั้ง
3. การพบปะนักลงทุนแบบการประชุมแบบออนไลน์ (Virtual) ผ่าน Virtual Conference Call Event ซึ่งจัดโดยบริษัทหลักทรัพย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 31 ครั้ง แบ่งเป็น
 - International Virtual Conference รวม 3 ครั้ง
 - Local Virtual Conference รวม 5 ครั้ง กับนักลงทุนสถาบันและกองทุนในประเทศ
 - One on One Virtual Meeting กับนักลงทุน รวม 23 ครั้ง
4. การจัดกิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบนักลงทุน (Opportunity Day) แบบออนไลน์ (Virtual) รวม 4 ครั้ง ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีผู้ถือหุ้นและสื่อมวลชนเข้าร่วม โดยจัดงานในวันที่ 7 มีนาคม 9 พฤษภาคม 15 สิงหาคม และ 14 พฤศจิกายน 2568
5. การประชุมกับนักลงทุน (Analyst Meeting) และนักวิเคราะห์ ในรูปแบบ Physical Meeting จำนวน 4 ครั้ง และการจัดประชุมกับนักลงทุนต่างชาติหลังการประกาศผลประกอบการ (Post-result call) ในรูปแบบ Virtual Meeting จำนวน 4 ครั้ง

งานแถลงข่าวและความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการจัดงานแถลงข่าว 1 ครั้ง เกี่ยวกับการรายงานผลประกอบการประจำปี 2567 เพื่อประกาศทิศทางนโยบายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานในอนาคต และได้มีการออกจดหมายข่าวที่เกี่ยวข้องกับผลประกอบการของบริษัทฯ

ทุกไตรมาส รวมจำนวน 4 ฉบับ และมีการแจ้งข่าวเกี่ยวกับความคืบหน้าของการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ตลอดทั้งปี

10. การเข้าอบรมหลักสูตรของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้กรรมการทุกท่านเข้าอบรมในหลักสูตร หรือเข้าร่วมกิจกรรมสัมมนาที่เป็นประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการปฏิบัติหน้าที่อย่างต่อเนื่อง โดยมอบหมายให้เลขาธิการบริษัทเป็นผู้ประสานงานและแจ้งรายละเอียดหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ ตามความเหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้การผ่านการฝึกอบรมหลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) หรือ Director Certification Program (DCP) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) เป็นเกณฑ์พื้นฐานสำคัญซึ่งกรรมการทุกท่านได้ผ่านการฝึกอบรมดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ ในปี 2568 มีกรรมการที่เข้ารับการอบรมเพิ่มเติมจำนวน 1 ท่าน คือ นายบุญสม เลิศหิรัญวงศ์ ในหลักสูตร ESG in the Boardroom: A Practical Guide for Board (รุ่น 8/2568) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการตามแนวทางความยั่งยืน

11. การประชุมคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหารจะมีการประชุมเป็นประจำทุกเดือน และอาจมีการจัดการประชุมพิเศษเพิ่มเติมตามความจำเป็น รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทตามวาระประชุมที่เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม โดยการประชุมแต่ละครั้งรวมถึงการลงมติในที่ประชุม บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายจำนวนองค์ประชุมขั้นต่ำไว้ โดยจะต้องมีคณะกรรมการบริษัทเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ซึ่งจะครบองค์ประชุม (66.67%) และบริษัทฯ ได้ส่งเสริมให้กรรมการเข้าประชุมคณะกรรมการบริษัทไม่น้อยกว่า 75% นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนการทำหน้าที่ของกรรมการและอำนวยความสะดวกให้กรรมการแต่ละท่าน สามารถเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทได้อย่างเต็มที่ โดยมีการจัดประชุมทั้งในรูปแบบการเข้าประชุมด้วยตนเองและการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยบริษัทฯ กำหนดตารางการประชุมเป็นการล่วงหน้าตลอดทั้งปีทั้งกรรมการและกรรมการชุดย่อย โดยการประชุมคณะกรรมการบริษัท ถูกกำหนดให้อยู่ในช่วงสัปดาห์สุดท้ายของแต่ละเดือน และจะมีการจัดส่งหนังสือเชิญประชุม ระเบียบวาระการประชุม และเอกสารประกอบการประชุมก่อนการประชุมล่วงหน้าอย่างน้อย 5 วันทำการ เพื่อให้กรรมการได้มีเวลาการศึกษาทำความเข้าใจก่อนล่วงหน้า

ในระหว่างการประชุมประธานในที่ประชุมได้มีการจัดสรรเวลาอย่างเพียงพอในการอภิปรายประเด็นที่สำคัญ อีกทั้งสนับสนุนให้กรรมการทุกท่านได้แสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์และเป็นอิสระ มีการใช้ดุลยพินิจอย่างรอบคอบ สำหรับวาระที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ จะมีการแจ้งเตือนกรรมการให้รับทราบก่อนเริ่มการพิจารณาเสมอ ทั้งนี้ เลขาธิการบริษัทจะเข้าร่วมประชุมและจัดบันทึกรายงานการประชุมทุกครั้ง โดยในการประชุมคณะกรรมการบริษัท กรรมการที่อาจมีส่วนได้เสียจะไม่อยู่ในที่ประชุม และงดออกเสียงในวาระนั้น ทั้งนี้ เอกสารประกอบการประชุม รายงานการประชุม ตลอดจนข้อมูลหรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีการเก็บไว้อย่างครบถ้วนในที่ปลอดภัย โดยมีการจัดเก็บในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ควบคู่กับการจัดเก็บเอกสารต้นฉบับ

นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารประชุมกันเองตามความเหมาะสม โดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมในการประชุม เพื่ออภิปรายประเด็นหัวข้อต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดการที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปี 2568 ได้มีการประชุมของกรรมการที่ไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมจำนวน 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2568 โดยประชุมเพื่อพิจารณาภาพรวมสำหรับการบริหารองค์กรในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญที่ต้องปรับปรุงและมีผลกระทบต่อแนวโน้มธุรกิจ รวมถึงมีการแจ้งผลการประชุมและประเด็นต่าง ๆ ให้แก่กรรมการผู้จัดการรับทราบและดำเนินการต่อไป อีกทั้งยังมีการพิจารณาแบบประเมินตนเองของคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย คณะกรรมการรายบุคคล และกรรมการผู้จัดการ

คณะกรรมการบริษัทมีการพิจารณาหรือรับทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในกฎหมาย ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่สำคัญ ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรม ตลอดจนข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการสอดคล้องตามกฎหมาย ข้อบังคับ หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติที่ดีและเป็นปัจจุบัน

คณะกรรมการบริษัทดูแลให้ฝ่ายจัดการ มีการติดตามและประเมินฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างใกล้ชิด โดยถือเป็นวาระจำเป็นที่ต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทในทุก ๆ เดือน และมีการรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ โดยคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายจัดการจะร่วมกันหาทางแก้ไขโดยเร็วหากเริ่มมีสัญญาณบ่งชี้ถึงปัญหาสภาพคล่องทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ ทั้งนี้ แนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวต้องเป็นไปอย่างสมเหตุสมผล และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การเปิดเผยข้อมูล เป็นต้น

ในปี 2568 บริษัทได้มีการประชุมคณะกรรมการบริษัททั้งสิ้น 12 ครั้งและการประชุมคณะกรรมการชุดย่อย ได้แก่ การประชุมคณะกรรมการบริหาร 12 ครั้ง การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ 12 ครั้ง การประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน 2 ครั้ง และการประชุมกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 1 ครั้ง

12. หลักเกณฑ์การประเมินผล การปฏิบัติงานและนโยบาย คำตอบแทนของพนักงาน (ระบบการประเมินผล การปฏิบัติงาน)

บริษัทฯ มีนโยบายในการใช้ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อประเมินพนักงานอย่างเป็นธรรมและสอดคล้องกับการจ่ายค่าตอบแทน รวมถึงบริษัทฯ ได้ผนวกหลักจริยธรรมทางธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งในระบบการประเมิน เพื่อยกระดับความสำคัญของการดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลของ บริษัทฯ โดยมีการประเมินผลงานแบบแยกตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ ปีละ 2 ครั้ง เพื่อสะท้อนผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอตัวอย่าง เช่น การประเมินคำตอบแทนของพนักงานในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลภาพลักษณ์ของบริษัทฯ กล่าวคือ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายบริหารความพึงพอใจของลูกค้า และฝ่ายสื่อสารองค์กร จะมีการนำผลประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อแบรนด์ของบริษัทฯ ตลอดจนสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านประชาสัมพันธ์ต่อยอดขาย มาเป็นส่วนหนึ่งของการคำนวณสวัสดิการที่นอกเหนือจากค่าจ้างเงินเดือน เป็นต้น รวมถึงการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเหมาะสม ทั้งในด้านโอกาสผลตอบแทนที่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้น เช่น โบนัสตามเป้าหมายในการทำงานและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในแต่ละปี และผลตอบแทนระยะยาว เช่น โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) จะทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ สามารถดึงดูดใจ พัฒนาศักยภาพ และรักษาพนักงานผู้มีผลการปฏิบัติงานที่ดี และมีแรงจูงใจในการทำงานได้ ในภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง พนักงานจะได้รับการเสนอคำตอบแทนในอัตราที่เหมาะสมและเป็นไปตามแนวทางของตลาดซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของคำตอบแทน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการประเมินผลงาน โดยใช้หลักการจัดการตามวัตถุประสงค์ (Management by objectives) ข้อคิดเห็นพนักงานรอบด้าน (360 Degree feedback) การปฏิบัติงานเป็นทีม (Team-based performance appraisal) การทำงานแบบ Agile และการเรียงลำดับผลการประเมินของพนักงาน 2 ครั้งต่อปี ทั้งนี้ พนักงาน

ทุกคนจะได้รับการประเมินผลและให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บังคับบัญชา ทั้งแบบเอกสารทางการและแบบไม่เป็นทางการโดยวาจา

ในการกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนบริษัท มีการจ่ายค่าตอบแทนไม่ต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด และมีการกำหนดโครงสร้างเงินเดือนเป็นการกำหนดอัตราการจ่ายเงินเดือนให้กับตำแหน่งงานต่าง ๆ โดยใช้ระดับงานตามค่างานเป็นพื้นฐาน ลักษณะโครงสร้างเงินเดือนที่ใช้เป็นแบบช่วง (Range Structure) กำหนดเป็นกระบอกเงินเดือนแต่ละระดับงาน มีอัตราต่ำสุด ค่ากลาง และอัตราสูงสุด ของแต่ละช่วงเป็นโครงสร้างให้บริหารเงินเดือนพนักงาน

ในการกำหนดโครงสร้างเงินเดือนนั้น บริษัทฯ ใช้ข้อมูลจากระดับงานตามค่างานของบริษัทฯ ข้อมูลเงินเดือนจากผลการสำรวจค่าจ้างในอุตสาหกรรมเดียวกันและต่างอุตสาหกรรม นโยบายในการบริหารค่าจ้างเงินเดือนของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาเรื่องของสัดส่วนเงินเดือน และรายได้อื่นให้เหมาะสม สามารถแข่งขันในตลาดได้ และเพียงพอต่อการดำรงชีพของพนักงานและครอบครัว (Living Wage)

โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการปฏิบัติต่อพนักงานดังนี้

1. ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพ และให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชนและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
2. ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อพนักงาน
3. การแต่งตั้งและโยกย้าย รวมถึงการให้รางวัลและลงโทษพนักงาน กระทำด้วยความสุจริตใจและตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ ความสามารถ และความเหมาะสมของพนักงานนั้น
4. ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน โดยให้โอกาสอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ
5. ดูแลรักษาสุขภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ
6. รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้ทางวิชาชีพของพนักงาน
7. ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัด
8. ให้พนักงานร้องเรียนในกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมตามระบบและกระบวนการที่กำหนด
9. เคารพสิทธิของพนักงานในการรวมกลุ่มโดยเสรี ไม่ปิดกั้นการก่อตั้งสหภาพหรือร่วมในสหภาพแรงงานอื่นของพนักงาน

13. หน่วยงานกำกับกับการปฏิบัติงาน (Compliance Unit)

ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน เรื่องการจัดให้มีหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบธุรกิจที่บังคับใช้กับผู้ได้รับใบอนุญาตซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจดังนี้ (1) การเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ (2) การค้าหลักทรัพย์ (3) การจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (4) การจัดการกองทุนรวม (5) การจัดการกองทุนส่วนบุคคล (6) การเป็นตัวแทนซื้อขายสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (7) การเป็นผู้ค้าสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (8) การเป็นผู้จัดการเงินทุนสัญญาซื้อขายล่วงหน้า โดยให้จัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ในการควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามการกำกับดูแลที่ดี ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีหน่วยงานกำกับกับการปฏิบัติงาน ได้แก่ หน่วยงานกฎหมาย ซึ่งจะรับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการภายนอก การกำกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับใบอนุญาตต่าง ๆ การปฏิบัติตามกฎหมาย และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำนักงาน ก.ล.ต. และจัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งจะรับผิดชอบในเรื่องการกำกับกิจการภายใน รวมถึงการตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรฐานการทำงานของสาขาและส่วนงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐาน

14. หน่วยงานตรวจสอบภายใน

เพื่อส่งเสริมให้เกิดกระบวนการกำกับกิจการที่ดี บริษัทฯ มีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบภายในเพื่อทำหน้าที่สอบทานและติดตามผลการปฏิบัติงานให้กับฝ่ายบริหาร โดยปฏิบัติงานด้วยความเป็นอิสระและรายงานผลการดำเนินงานให้กับคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรงอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ ผู้บริหารสูงสุดของสำนักตรวจสอบภายใน คือ นาย อายุทธศน์ ไชยอนันต์ ผู้จัดการทั่วไปสายงานตรวจสอบภายใน ซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งโดยคณะกรรมการตรวจสอบ

นอกจากนี้ยังได้มีการเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกจากคณะกรรมการตรวจสอบและเพื่อประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในด้านบัญชี ซึ่งจากมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 อนุมัติให้แต่งตั้งผู้สอบบัญชีจากบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด โดยนางสาววิไลพร เขาวีวัฒน์กุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 9309 นางสาวอรรณพ เตชวัฒนศิริกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4807 นางนันทน์ เกิดมงคลชัย ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 8368 และนางสาวยุจิรา ตัวตน ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 10725 เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และบริษัทย่อยประจำปี 2568 ทั้งนี้ ผู้สอบบัญชีมิได้มีผลประโยชน์

หรือส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นทางการสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมถึงมิได้เป็นลูกหนี้หรือเจ้าหนี้ของบริษัทฯ บริษัทย่อย ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว โดยผู้สอบบัญชีมีความเป็นอิสระและมีคุณสมบัติที่ได้รับการยอมรับ รวมถึงเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ด.

15. การกำกับดูแลกิจการด้าน ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทฯ มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต เปิดกว้าง โปร่งใส และเป็นธรรม โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ห้ามประกอบธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัทฯ หลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับตนเองหรือบุคคล/นิติบุคคลที่เกี่ยวข้อง ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ โดยคณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์วิธีการ และการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกัน ตามที่กฎหมายหรือหน่วยงานกำกับดูแลกิจการกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน รายการนั้นจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม เปรียบเสมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอก และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ โดยผู้ที่มีส่วนได้เสียจะต้องไม่มีส่วนในการพิจารณารายการที่ตนมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ทั้งนี้ ในกรณีที่เป็นการเกี่ยวข้องกันที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ จะต้องผ่านการสอบทานและให้ความเห็นจากคณะกรรมการตรวจสอบก่อนนำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้น

การรายงานการทำการรายการที่เกี่ยวข้องกัน:

กรรมการและผู้บริหารต้องตอบแบบชี้แจงรายการที่เกี่ยวข้องกันในรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม เป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส รอบคอบ และระมัดระวังในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกันในรอบปี โดยมีเลขานุการบริษัทเป็นผู้จัดส่งแบบชี้แจงรายการและรวบรวมข้อมูล

การเปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสียของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้อง:

มีการรายงานครั้งแรกภายใน 30 วัน นับจากวันที่เข้ารับดำรงตำแหน่งในบริษัทฯ และรายงานข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี สำหรับกรณีระหว่างปี กรรมการหรือผู้บริหาร รวมถึงบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องจำเป็นต้องเข้าทำธุรกรรมใด ๆ กับบริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่ว่าโดยทางตรงหรือโดยทางอ้อม กรรมการหรือผู้บริหารมีหน้าที่แจ้งให้บริษัทฯ รับทราบโดยระบุข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลักษณะของสัญญา ชื่อของคู่สัญญา และส่วนได้เสียของกรรมการหรือผู้บริหารในสัญญา เพื่อความโปร่งใสในการเข้าทำธุรกรรมนั้น ซึ่งในปี 2568 ไม่มีกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้เกี่ยวข้อง ที่มีธุรกรรมการมีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ

การรายงานการมีส่วนได้เสีย:

กรรมการและผู้บริหาร มีหน้าที่รายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจการของบริษัทฯ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนกำหนด ซึ่งเลขานุการบริษัทมีหน้าที่รวบรวมและจัดส่งสำเนารายงานการมีส่วนได้เสียให้แก่ประธานกรรมการ และประธานคณะกรรมการตรวจสอบทราบภายใน 7 วันทำการ นับแต่วันที่ได้รับรายงาน

การเปิดเผยผู้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน (Strategic Shareholder and Free Float Reporting):

บริษัทฯ มีหน้าที่ในการจัดทำรายงานการถือหุ้นของผู้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน และรายงานการกระจายหุ้นซึ่งถือโดยผู้ถือหุ้นรายย่อย หรือ Free Float โดยผู้ถือหุ้นรายย่อยหมายถึง ผู้ถือหุ้นที่มีได้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน ซึ่งสัดส่วนของการกระจายหุ้นโดยผู้ถือหุ้นรายย่อยถือเป็นส่วนสำคัญของการมีสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นของบริษัทฯ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และนักลงทุนที่จะซื้อขายได้อย่างคล่องตัว รวมถึงได้ราคาที่เหมาะสม ทำให้เกิดความน่าสนใจที่จะลงทุนในหุ้นของบริษัทฯ ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนใด ๆ เกี่ยวกับการกระทำผิดของกรรมการและผู้บริหารเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์

16. คู่มือจริยธรรมธุรกิจ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โดยถือว่าจริยธรรมธุรกิจเป็นกรอบพฤติกรรมและเป็นเครื่องชี้นำการดำเนินธุรกิจที่ดีให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนของบริษัทฯ ได้ยึดถือปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับในการดำเนินงานที่โปร่งใสของ บริษัทฯ ตลอดจนสร้างคุณค่าในระยะยาว ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืนและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดให้มี “คู่มือจริยธรรมธุรกิจ” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ เป็นหนึ่งในเนื้อหาสำคัญในกระบวนการปฐมนิเทศก่อนเริ่มงาน อีกทั้งยังสามารถดาวน์โหลดได้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ และมีการสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนของบริษัทฯ ทราบบ ผ่านระบบ Intranet ของบริษัทฯ โดยคู่มือจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ ประกอบด้วยนโยบายและแนวปฏิบัติ 6 เรื่อง ที่สะท้อนถึงค่านิยมในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือและปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

1. หลักการในการดำเนินธุรกิจ
2. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการรักษาข้อมูลอันเป็นความลับ
3. ความรับผิดชอบต่อบริษัทฯ และทรัพย์สินของบริษัทฯ
4. การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การดูแลให้มีการปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ
6. การรับข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ

บริษัทฯ ได้แจกจ่ายคู่มือจริยธรรมธุรกิจให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติ และใช้อ้างอิง โดยกำหนดให้เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบต่อทุกคนที่จะต้องรับทราบ ทำความเข้าใจ และปฏิบัติตามนโยบายและข้อปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ในคู่มือจริยธรรมธุรกิจอย่างเคร่งครัด โดยได้มีการติดตามผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานแต่ละคน ผ่านระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้ง

ผนวกหลักจริยธรรมทางธุรกิจ เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการประเมิน และการพิจารณาผลตอบแทนพนักงาน อีกทั้งได้มีการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่จริยธรรมธุรกิจบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อให้ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้ที่สนใจได้เข้าดูได้อย่างสะดวกด้วย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยคณะกรรมการบริษัท ได้ดูแลให้มีการสื่อสารในเรื่องดังกล่าว เพื่อสร้างความมั่นใจว่ากรรมการและบุคลากร มีการยึดถือและปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว ผ่านการดำเนินการต่าง ๆ อาทิ บรรจุเรื่องเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี และคู่มือจริยธรรมธุรกิจ เป็นเรื่องหนึ่งในการปฐมนิเทศให้กับกรรมการ และพนักงานทุกคน โดยในปี 2568 ได้จัดปฐมนิเทศให้กับพนักงาน 24 ครั้ง

มาตรการในการลงโทษหากพนักงานของบริษัทฯ มีการทำผิดวินัย บริษัทฯ มีมาตรการในการลงโทษดังนี้

1. การตักเตือนด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษร
2. การลงโทษด้วยการ:
 - ลดค่าจ้างหรือตำแหน่งงาน
 - การให้พักงาน
 - ตัดหรือระงับการจ่ายเงินรางวัลประจำปี
 - การพิจารณาไม่ปรับค่าจ้าง
 - การให้ออก
 - การไล่ออก

บริษัทฯ ได้มีการตรวจสอบและติดตามการประพฤติปฏิบัติของพนักงานตามจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ โดยในปี 2568 บริษัทฯ ตรวจพบ 0 กรณีการทำผิดจริยธรรมอย่างร้ายแรงของพนักงาน หรือมีการดำเนินคดีตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ พร้อมทั้งมีการตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ

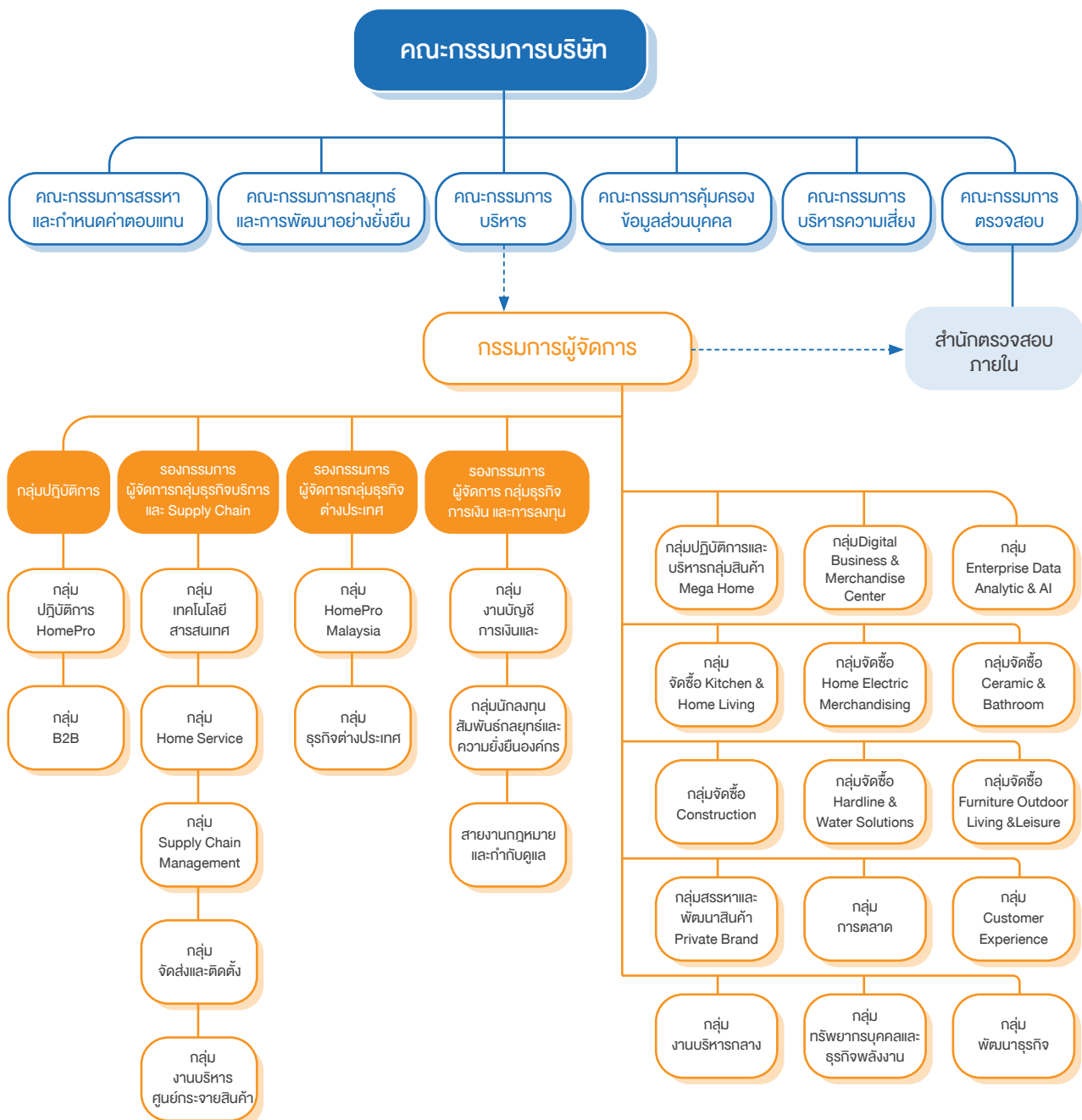
โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการและอื่น ๆ

ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงาน และอื่น ๆ

1. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

แผนผังองค์กร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568



2. ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ



โครงสร้างการจัดการของบริษัท ประกอบด้วย

1. คณะกรรมการบริษัท
2. คณะกรรมการชุดย่อย จำนวน 6 คณะ
 - 2.1 คณะกรรมการบริหาร
 - 2.2 คณะกรรมการตรวจสอบ
 - 2.3 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
 - 2.4 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
 - 2.5 คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
 - 2.6 คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

รายละเอียดของคณะกรรมการแต่ละคณะมีดังนี้

คณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 11 ท่าน โดยมีองค์ประกอบดังนี้

- บริษัทฯ มีกรรมการที่เป็นผู้บริหาร 1 ท่าน กรรมการอิสระ 4 ท่าน และกรรมการอื่นที่ไม่เป็นผู้บริหาร 6 ท่าน
- บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายให้มีกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริษัทไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด
- บริษัทฯ มีกรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน คิดเป็น 36.4% ของจำนวนกรรมการทั้งหมด ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากกว่าหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการ โดยมีความเป็นอิสระจากผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- คณะกรรมการบริษัท ประกอบไปด้วยกรรมการที่เป็นผู้หญิงจำนวน 3 ท่าน คิดเป็น 27.3% ของจำนวนกรรมการทั้งหมด จากเป้าหมายของบริษัทฯ ที่ 25% ในปี 2568 ตามหลักการกำกับกิจการที่ดีของ IOD ซึ่งกำหนดให้บริษัทฯ ต้องมีกรรมการที่เป็นผู้หญิงอย่างน้อย 2 ท่าน
- ในช่วง 2 ปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง กรรมการทุกท่านไม่เคยเป็นพนักงาน ผู้ถือหุ้น หรือหุ้นส่วนของบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้สอบบัญชีภายนอกที่ตรวจสอบงบการเงินให้กับบริษัทฯ และบริษัทย่อย
- ระยะเวลาเฉลี่ยของการดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริษัทอยู่ที่ 10.64 ปี

รายชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการบริษัท

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	ประเภทของกรรมการ
1. นายอนันต์ อัครโกดิน	ประธานกรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
3. นายบุญสม เลิศศิริวงศ์	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ
4. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการบริหาร และกรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
5. นายระเฑียร ศรีมงคล	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ
6. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ
7. นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ
8. นายอาชวิน อัครโกดิน	กรรมการบริหาร และกรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
9. นางสาวรรณา พุทธประสาท	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
10. นางสาววีรภัทร์ อุดมคุณธรรม	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
11. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการ และกรรมการผู้จัดการ	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร

หมายเหตุ:

- นางสาววรรณ จันทามงคล รองกรรมการผู้จัดการกลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน ทำหน้าที่เป็นเลขาธิการบริษัท
- คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้หญิง 3 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้ชาย 8 ท่าน
- กรรมการบริษัท 11 ท่าน ประกอบด้วย กรรมการอิสระ 4 ท่าน กรรมการที่เป็นผู้บริหาร 1 ท่าน และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 6 ท่าน
- กรรมการที่ดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการบริหาร ไม่ใช่พนักงาน ผู้บริหาร และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจของบริษัท

กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ได้แก่

1. นายอนันต์ อัครโกดิน
2. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ
3. นางสาวรรณา พุทธประสาท
4. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล
5. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี

โดยกรรมการสองในห้าท่านลงลายมือชื่อร่วมกันพร้อมประทับตราบริษัท

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการแบ่งอำนาจหน้าที่ โดยได้กำหนดอำนาจอนุมัติและดำเนินการของบริษัทฯ และบริษัทย่อยไว้อย่างชัดเจนตามประเภทของธุรกรรม เพื่อกระจายอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจและสั่งการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และเป็นแนวทางให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานใช้เป็นคู่มือในการปฏิบัติงาน โดยเรื่องที่อยู่ในอำนาจอนุมัติของกรรมการบริษัท ได้แก่ แผนงานประจำปี งบประมาณประจำปีขององค์กรและ

แต่ละหน่วยธุรกิจ (Organization and Business Unit) และนโยบายการจ่ายเงินปันผล เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจและหน้าที่บริหารงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัทฯ ตลอดจนมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยคำนึงถึงความระมัดระวังในการรักษาผลประโยชน์ของบริษัทฯ
2. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงกำกับดูแลให้ฝ่ายบริหารดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้น
3. คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจในการแต่งตั้งกรรมการจำนวนหนึ่งให้เป็นคณะกรรมการชุดย่อย อันประกอบไปด้วย คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการชุดย่อยอื่น ๆ ตามเหตุการณ์และความเหมาะสม โดยมีจำนวนกรรมการในแต่ละชุดตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด เพื่อปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

4. คณะกรรมการบริษัทอาจมอบหมายให้กรรมการคนหนึ่งหรือหลายคน หรือนุคคลอื่นใด ปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งแทนคณะกรรมการได้ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ หรืออาจมอบอำนาจให้บุคคลดังกล่าวมีอำนาจตามที่ คณะกรรมการเห็นสมควรและภายในเวลาที่กรรมการเห็นสมควร และคณะกรรมการอาจยกเลิกเพิกถอน เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขอำนาจนั้น ๆ ได้
5. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่พิจารณาและอนุมัติเป้าหมายการดำเนินงาน รวมถึงประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อย ประธานกรรมการชุดย่อย คณะกรรมการเฉพาะกิจ และกรรมการผู้จัดการ
6. คณะกรรมการบริษัทต้องมีการประชุมอย่างน้อยสามเดือนต่อครั้งเพื่อติดตามความคืบหน้าการดำเนินงาน และพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท
7. กรรมการบริษัทต้องไม่ประกอบกิจการซึ่งมีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทฯ หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการของบริษัทเอกชนหรือบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทฯ ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ตนเองหรือประโยชน์ผู้อื่น เว้นแต่จะได้แจ้งที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนที่จะมีมติแต่งตั้ง
8. การตัดสินใจในการลงทุนที่มีมูลค่าสูงที่ไม่ใช่การดำเนินงานตามปกติของบริษัทฯ คณะกรรมการบริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.)
9. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำกับดูแลกิจการให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม ดูแลไม่ให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ
10. กรรมการต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบทันทีที่มีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในสัญญาใด ๆ หรือถือหุ้นหรือหุ้นกู้ในบริษัทฯ และบริษัทในเครือ
11. กรรมการบริษัทที่มีส่วนได้เสียในเรื่องใด จะไม่มีสิทธิออกเสียงในเรื่องนั้น
12. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้มีกระบวนการในการประเมินความเหมาะสมของการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

13. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างครอบคลุม และดูแลให้ผู้บริหารมีระบบหรือกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความเสี่ยง
14. คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทในการสนับสนุนให้บริษัทฯ ดำเนินและบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน ตามแนวทางด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล (Environmental, Social, Governance: ESG) เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งเข้าร่วมเป็นสมาชิก United Nations Global Compact (UNGC) โดยนำหลัก Universal Sustainability Principles ทั้งสิบประการมาประยุกต์ใช้กับความยั่งยืนองค์กร ทั้งในด้านสิทธิมนุษยชน ด้านแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านต่อต้านการทุจริต รวมถึงมีการกำหนดเป้าหมายในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการประกอบกิจการเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) เป็นต้น
15. ในกรณีที่ที่ประชุมมีการลงคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานกรรมการเป็นผู้ชี้ขาด

อำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการ

1. สนับสนุนและควบคุมให้การปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานสูงสุดของหลักธรรมาภิบาล
2. สนับสนุนให้มีช่องทางและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้ถือหุ้น หน่วยงานของราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการและครบถ้วนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย
3. กำหนดวาระการประชุม ควบคุม และดำเนินการประชุมของคณะกรรมการบริษัท รวมถึงการเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หลักการและเหตุผลเพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ
4. กำหนดขั้นตอนหรือวิธีการสรรหาและแต่งตั้งคณะกรรมการและกรรมการชุดย่อยให้เป็นไปอย่างเหมาะสม และสามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานของ บริษัทฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. กำหนดให้มีการปฐมนิเทศ หรือให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทฯ แก่กรรมการและกรรมการที่ได้รับตำแหน่งกรรมการใหม่ เพื่อให้กรรมการใหม่มีความเข้าใจในธุรกิจของบริษัทฯ และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- สนับสนุนกรรมการผู้จัดการในการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงการให้คำแนะนำในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ
- สนับสนุนให้มีการสื่อสารและสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกรรมการบริหารและกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร

วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัท

ในการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี กรรมการจะพ้นจากวาระจำนวน 1 ใน 3 โดยกรรมการที่ดำรงตำแหน่งนานที่สุดจะเป็นผู้ที่พ้นจากวาระ และอาจได้รับการเลือกตั้งเข้ามาดำรงตำแหน่งใหม่ได้นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการจะพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- ลาออก
- ตาย
- ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 68 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535
- ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออกตามมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535
- ศาลมีคำสั่งให้ออก

กรรมการอิสระ

กรรมการอิสระ หมายถึง กรรมการที่มีความเป็นอิสระในการแสดงความเห็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยจะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือส่วนได้เสียต่อผลการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม

กรรมการอิสระของบริษัทฯ มีจำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายบุญสม เลิศธีรวัฒน์	กรรมการอิสระ
2. นายระเฑียร ศรีมงคล	กรรมการอิสระ
3. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการอิสระ
4. นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการอิสระ

หมายเหตุ:

- นายบุญสม เลิศธีรวัฒน์ ทำหน้าที่เป็นประธานกรรมการอิสระ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดคุณสมบัติความเป็นอิสระไว้เข้มงวดกว่าข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ถือหุ้นในบริษัท บริษัทในเครือ บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้อง น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ ทั้งนี้ ให้นับรวมหุ้นที่ถือโดยผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย
- มีความเป็นอิสระทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งในด้านการเงินและการบริหารงานของบริษัทฯ หรือบริษัทร่วม บริษัทย่อย ผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และรวมถึงไม่มีผลประโยชน์หรือส่วนได้เสียในลักษณะดังกล่าวในระยะเวลา 2 ปี ก่อนได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาอย่างรอบคอบแล้วเห็นว่าการเคยมีผลประโยชน์หรือส่วนได้เสียนั้น จะไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่และการให้ความเห็นที่เป็นอิสระ
- ต้องไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเป็นตัวแทนเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ
- ต้องไม่เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน รวมทั้งไม่เป็นลูกจ้าง พนักงาน หรือที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำในบริษัทฯ บริษัทในเครือ บริษัทร่วม บริษัทที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ
- ต้องไม่เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องหรือญาติสนิทของผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ
- สามารถปฏิบัติหน้าที่และแสดงความเห็น หรือรายงานผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทได้โดยอิสระ โดยไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือญาติสนิทของบุคคลดังกล่าว
- ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้อย่างเป็นอิสระ
- ประธานกรรมการอิสระ (Lead Independent Director) มีบทบาทสำคัญในการเป็นประธานการประชุมเฉพาะของกรรมการอิสระ อำนวยความสะดวกในการสื่อสารระหว่างกรรมการอิสระกับฝ่ายบริหาร และกำกับดูแลกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย

ประกอบด้วยคณะกรรมการ 6 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทนคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยรายละเอียดมีดังนี้

2.1 คณะกรรมการบริหาร

โดยคณะกรรมการบริหารทั้ง 3 ท่าน ไม่ใช่พนักงาน ผู้บริหาร และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจของบริษัท โดยมีรายชื่อและตำแหน่ง ดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร
2. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	กรรมการบริหาร
3. นายอาชวิน อัสวโกติน	กรรมการบริหาร

หมายเหตุ:

- นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มบัญชีและการเงิน ทำหน้าที่เป็นเลขาธิการคณะกรรมการบริหาร

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

- พิจารณาและกลั่นกรองเรื่องที่ต้องตัดสินใจเบื้องต้น ก่อนเสนอ ต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- พิจารณาการลงทุน การขยายสาขา การจัดสรรงบประมาณประจำปี และการเสนอแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ก่อนนำเสนอ ต่อคณะกรรมการบริษัท
- พิจารณาเรื่องที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท และ ดำเนินการวางแผนให้ตรงตามวัตถุประสงค์และเหมาะสม ภายใต้ขอบเขตนโยบายของบริษัทฯ
- ติดตามผลการปฏิบัติงานเป็นรายเดือน เพื่อรายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และชี้แนะแนวทางแก้ไข ปรับปรุงที่เหมาะสม
- พิจารณาอนุมัติแต่งตั้งที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ
- ดำเนินการอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายและเห็นสมควร จากประธานกรรมการบริษัท และ/หรือประธานกรรมการบริหาร

วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการบริหาร

- กรรมการบริหารจะพ้นจากตำแหน่งเมื่อ
 - ครบกำหนดตามวาระ
 - ตาย
 - ลาออก
 - ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 68 แห่ง พระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535
 - ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออกตามมาตรา 76 แห่ง พระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535
 - ศาลมีคำสั่งให้ออก
 - คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง
- กรณีการลาออก ให้ยื่นใบลาต่อประธานกรรมการบริษัทล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
- กรณีที่มิได้ตำแหน่งว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออก ตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติ ครบถ้วนเป็นกรรมการบริหาร เพื่อให้มีจำนวนครบตามที่ คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับ

2.2 คณะกรรมการตรวจสอบ

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายบุญสม เลิศทวีวงศ์	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ
2. นายระเชียร ศรีมงคล	คณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ
3. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	คณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ

หมายเหตุ:

- นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์ ผู้จัดการทั่วไป-สำนักตรวจสอบภายใน ทำหน้าที่เป็น เลขาธิการคณะกรรมการตรวจสอบ
- ผศ.ดร. เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์ เป็นกรรมการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ด้านบัญชีและการเงิน

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

1. สอบทานรายการทางการเงินของบริษัท ให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน ตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไปและ มีการเปิดเผยอย่างเพียงพอ
2. สอบทานระบบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการ ในกิจกรรมดำเนินงานของ หน่วยงาน เพื่อให้บริษัท บรรลุเป้าหมายในการดำเนิน ธุรกิจ และบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งที่เป็น ปัจจุบันและอนาคต (Emerging Risk) เช่น ภัยคุกคาม ด้านไซเบอร์ กฎหมายที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยให้ความสำคัญต่อการ มีระบบควบคุมภายในที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ ตามหลักการบริหารกิจการที่ดี (CG Code)
3. สอบทานให้มีการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับ ดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมธุรกิจอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
4. สอบทานให้บริษัท ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของ บริษัท
5. พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมี ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้เป็นไปตามกฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
6. สอบทานให้บริษัท มีระบบการบริหารและจัดการ ความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และมีการสื่อสารกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้เข้าใจความเสี่ยงที่สำคัญ
7. สอบทานและพิจารณาร่วมกับผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับรายงาน ทางการเงิน ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะ
8. พิจารณา คัดเลือก เสนอแต่งตั้ง บุคคลซึ่งมีความเป็น อิสระเพื่อทำหน้าที่ผู้สอบบัญชีของบริษัท ตลอดจนการ พิจารณาถอดถอนผู้สอบบัญชี และนำเสนอคำตอบแทน ผู้สอบบัญชีต่อคณะกรรมการบริษัท
9. พิจารณาความเป็นอิสระของสำนักตรวจสอบภายใน ตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย และเลิกจ้างรวมทั้งการพิจารณาผลการปฏิบัติงานประจำปีของหัวหน้าสำนักตรวจสอบภายใน
10. กำกับดูแลการปฏิบัติงานของสำนักตรวจสอบภายใน ในระดับนโยบาย และการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน โดยพิจารณาให้อนุมัติกฎบัตรของสำนักงานตรวจสอบ ภายใน
11. พิจารณออนุมัติแผนงานตรวจสอบภายในประจำปี รวมทั้ง พิจารณาขอบเขตการตรวจสอบ และแผนการตรวจสอบ ของสำนักตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชีของบริษัท ให้มีความสัมพันธ์เกื้อกูลกัน
12. ประสานให้คณะกรรมการตรวจสอบ ฝ่ายบริหาร สำนัก ตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชี มีความเข้าใจให้อยู่แนวทางเดียวกัน รวมทั้งติดตามเพื่อให้มั่นใจว่า ฝ่ายบริหารมีการดำเนินการตามข้อเสนอแนะอย่าง เพียงพอ มีประสิทธิภาพ และภายในเวลาที่เหมาะสม
13. สอบทานและพิจารณาร่วมกับสำนักตรวจสอบภายใน เกี่ยวกับผลการตรวจสอบ ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะ
14. สอบทานและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบเป็น ประจำทุกปี หรือตามความจำเป็น เพื่อให้ทันสมัยและ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์กร และนำเสนอ คณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ
15. ดำเนินการตรวจสอบเรื่องที่ได้รับแจ้งจากผู้สอบบัญชีของ บริษัท ในกรณีที่ผู้สอบบัญชีพบพฤติกรรมอันควรสงสัย ว่า กรรมการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการ ดำเนินงานของบริษัท ได้กระทำความผิดตามที่กำหนด ไว้ในพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 และรายงานผลการตรวจสอบในเบื้องต้น ให้แก่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์และผู้สอบบัญชีของบริษัท ทราบภายใน เวลา 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งจากผู้สอบบัญชี
16. ดำเนินการตรวจสอบเรื่องที่ได้รับแจ้งเบาะแส หรือ ข้อร้องเรียน โดยต้องทำให้ผู้แจ้งเบาะแสมั่นใจได้ว่ามี กระบวนการสอบสวนที่เป็นอิสระ และมีการดำเนินการ ในการติดตามที่เหมาะสม ทั้งนี้ ข้อมูลของผู้แจ้งเบาะแส และเรื่องที่แจ้งจะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อป้องกันกรณี ถูกละเมิดสิทธิ
17. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนด หรือคณะกรรมการ บริษัทมอบหมาย หรือตามความเห็นชอบของคณะกรรมการ ตรวจสอบ
18. จัดทำรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเปิดเผย ไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท ซึ่งรายงานดังกล่าวต้อง ลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ และต้องประกอบ ด้วยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้

- 18.1 ความเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินของบริษัทฯ ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป และการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างเพียงพอและทันเวลา
- 18.2 ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ
- 18.3 ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ
- 18.4 ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- 18.5 ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
- 18.6 จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ และการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
- 18.7 ความเห็นหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย
- 18.8 รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ

1. คณะกรรมการตรวจสอบมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละไม่เกิน 3 ปี
2. กรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งเข้ามาดำรงตำแหน่งได้อีก
3. กรรมการตรวจสอบจะพ้นตำแหน่งเมื่อ
 - 3.1 ครบกำหนดตามวาระ
 - 3.2 ตาย
 - 3.3 ลาออก
 - 3.4 ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 68 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535
 - 3.5 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออกตามมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535
 - 3.6 ศาลมีคำสั่งให้ออก
 - 3.7 คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง

4. กรณีการลาออก ให้ยื่นใบลาต่อประธานกรรมการบริษัทล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
5. ในกรณีที่ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามกฎหมายเป็นกรรมการตรวจสอบให้ครบถ้วนทันที หรืออย่างช้าภายใน 3 เดือน นับแต่วันที่จำนวนกรรมการไม่ครบถ้วน เพื่อให้มีจำนวนครบตามที่กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับนี้ โดยบุคคลที่เข้าเป็นกรรมการตรวจสอบแทน อยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งท่านนั้น

2.3 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

รายชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายพร สุทธจิตต์เจริญ	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
3. นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

หมายเหตุ:

- นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการกลุ่มทรัพยากรบุคคลและธุรกิจพลังงาน ทำหน้าที่เป็นเลขาธิการคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- นายพรวุฒิ สารสิน ดำรงตำแหน่ง กรรมการอิสระ

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

1. ทำหน้าที่คัดเลือกบุคคลที่สมควรได้รับการเสนอรายชื่อเป็นกรรมการใหม่ หรือสรรหากรรมการผู้จัดการ
2. กำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการบริษัทหรือกรรมการผู้จัดการ เพื่อให้กระบวนการสรรหาเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม
3. กำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นใด ให้แก่คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยที่คณะกรรมการบริษัท

แต่งตั้ง ที่เป็นธรรมและสมเหตุสมผล และนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ

4. พิจารณาสอนแนะการกำหนดค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นใด โดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการผู้จัดการ ตลอดจนพิจารณาหลักเกณฑ์ และประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการ เพื่อกำหนดผลตอบแทนการปฏิบัติงานประจำปี
5. พิจารณาบททวนโครงสร้าง หลักเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับค่าตอบแทนตามข้อ 3 และข้อ 4 ให้เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และให้สอดคล้องกับภาวะตลาด
6. พิจารณางบประมาณเกี่ยวกับการขึ้นเงินเดือนและเงินรางวัลประจำปี สวัสดิการ โครงสร้างหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับค่าตอบแทนของพนักงาน ตลอดจนผลประโยชน์อื่นใดของพนักงานบริษัทฯ และบริษัทในเครือ
7. จัดทำรายงานการปฏิบัติงานเสนอคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
8. กำหนดนโยบายในภาพรวมเกี่ยวกับการจัดสรรหุ้นให้แก่พนักงาน (Employee Stock Option Plan / Employee Joint Investment Plan) ตามที่กรรมการผู้จัดการเสนอ
9. ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

1. คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละไม่เกิน 3 ปี
2. กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับการแต่งตั้งเข้ามาดำรงตำแหน่งได้อีก
3. กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะพ้นตำแหน่งเมื่อ
 - 3.1 ครบกำหนดตามวาระ
 - 3.2 ตาย
 - 3.3 ลาออก
 - 3.4 ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 68 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535

3.5 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออกตามมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535

3.6 ศาลมีคำสั่งให้ออก

3.7 คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง

4. กรณีการลาออก ให้ยื่นใบลาต่อประธานกรรมการบริษัทล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
5. กรณีที่มีตำแหน่งว่างลง เพราะเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เพื่อให้มีจำนวนครบตามที่คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับ

2.4 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ประกอบด้วยตัวแทนจากคณะกรรมการบริษัท 2 ท่าน ได้แก่ นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร) และ นายวิรัตน์ อังสุมาลี (กรรมการผู้จัดการ/กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) รวมถึงตัวแทนจากหน่วยงานหลักของบริษัทฯ หรือหน่วยงานที่เป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) ซึ่งทำงานร่วมกับฝ่ายตรวจสอบภายใน โดยในปี 2568 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 4 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง และมีโครงสร้างการดำเนินงานที่เป็นอิสระจากฝ่ายบริหาร โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ ที่ครอบคลุมดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร)
2. นายวิรัตน์ อังสุมาลี	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (กรรมการผู้จัดการ/กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)
3. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (รองกรรมการผู้จัดการกลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน)
4. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ตัวแทนด้านทรัพยากรบุคคลและธุรกิจพลังงาน)
5. นางสาวสุตาภา ชะมด	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ตัวแทนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ)
6. นางสาวสันนิภา สว่างพันธ์	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ตัวแทนด้านการจัดการสินค้าคงคลัง)
7. นายแสงศักดิ์ สรกิจ	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ตัวแทนด้านการจัดซื้อ)

หมายเหตุ:

- นายอายุรศักดิ์ ไชยอนันต์ ผู้จัดการทั่วไปสำนักตรวจสอบภายใน ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

1. กำหนดนโยบายและกรอบบริหารความเสี่ยงขององค์กร นำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท พิจารณาให้ความเห็นและอนุมัติ รวมถึงให้คำแนะนำแก่คณะกรรมการและฝ่ายจัดการ ในเรื่องการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร
2. พิจารณาการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ขององค์กร และกำหนดเกณฑ์และขอบเขตของความเสี่ยงพร้อมทั้งติดตามอย่างสม่ำเสมอ
3. พิจารณาความเสี่ยงที่สำคัญ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมาย ทิศทางองค์กร และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ ทั้งความเสี่ยงเกิดขึ้นในปัจจุบัน หรือที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมและสถานะการดำเนินธุรกิจ (Emerging Risk) พร้อมทั้งติดตาม ประเมินระดับของความเสี่ยง ปรับปรุงแผนการดำเนินงาน มาตรการจัดการ หรือลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้
4. รายงานผลการกำกับดูแลการประเมินความเสี่ยงและการดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง ภายหลังการตรวจสอบ

และรับรองโดยคณะกรรมการตรวจสอบ ในกรณีที่ไม่มีเรื่องสำคัญซึ่งกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ จะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาโดยเร็ว

5. ดูแลและสนับสนุนให้แผนและมาตรการการบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมให้มีการปรับปรุงและพัฒนาให้แผนและมาตรการนั้นมีความเหมาะสมตามสภาพแวดล้อมและสถานะการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อส่งเสริมให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
6. ทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงขององค์กรเป็นประจำ เพื่อให้แน่ใจว่ากรอบการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวยังคงสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพการดำเนินธุรกิจในภาพรวม
7. ให้ความรู้และวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ด้านการบริหารความเสี่ยงแก่คณะกรรมการบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าคณะกรรมการบริษัทได้รับความรู้และวิธีปฏิบัติต่าง ๆ อย่างเป็นปัจจุบันผ่านการประชุมในทุก ๆ ไตรมาส
8. เปิดเผยแพร่รายงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ

2.5 คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความยั่งยืนโดยมีคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ นโยบายด้านความยั่งยืน และกำกับดูแลด้านความยั่งยืน เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, Governance: ESG) ตามแนวทางของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDG) ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนและร่วมเป็นสมาชิกขององค์กร United Nations Global Compact (UNGC) รวมถึงมีการกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการประกอบกิจการเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) โดยขับเคลื่อนนโยบายด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้

ในปี 2568 คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 4 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง

รายชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากคณะกรรมการบริษัทจำนวน 2 ท่าน ได้แก่ นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล และนายวีรพันธ์ อังสุมาลี มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร)
2. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร (กรรมการผู้จัดการ/กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)
3. นายวาทัญญู วิสุทธิโกศล	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร
4. *นายชัยยุทธ กรณียโสภณ	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร
5. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
6. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
7. นางสาวอริษพร ศรีสุขวัฒนา	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
8. นายวรพจน์ เตชะธาดากุล	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
9. นางสาวสุตภา ฆะมด	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

หมายเหตุ:

- นายรักพงศ์ อรุณวัฒนา ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มนักลงทุนสัมพันธ์ กลยุทธ์ และความยั่งยืนองค์กร ทำหน้าที่เป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านความยั่งยืน ซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ESG และความยั่งยืน และเลขานุการคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
- * ในปี 2568 ผู้บริหารเกษียณอายุงานจำนวน 1 ท่าน ได้แก่ นายชัยยุทธ กรณียโสภณ (รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจบริการและ Supply Chain Management) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นต้นไป โดยดำรงตำแหน่งที่ปรึกษา

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

1. กำหนดและทบทวนนโยบาย กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน และเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทฯ
2. กำกับดูแล ให้คำปรึกษา สนับสนุน ส่งเสริม และทบทวนการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร เพื่อนำไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม
3. สร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจ การดูแลสิ่งแวดล้อม และการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมและชุมชน เพื่อให้บริษัท สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน
4. ติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องและเป็นไปตามนโยบาย เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน และรายงานผลเพื่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างโปร่งใสและทันเวลา

2.6 คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า และบุคลากร ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญต่อการดำเนินงานและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบในการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวของผู้ที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 บริษัทฯ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขึ้น ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากคณะกรรมการบริษัท คือ นายวีรพันธ์ อังสุมาลี โดยมีรายชื่อและตำแหน่ง ดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	ประธานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (กรรมการผู้จัดการ/กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)
2. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
3. นางสาวสุตภา ฆะมด	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
4. นางอุไรวรรณ ตันติพิริยะกิจ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
5. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
6. นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
7. นางอภิตี ทวีลาภ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
8. *นางสุรางคณา ฉายประสาธ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
9. นางกมลทิพย์ อมรจริยะกุล	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO)

หมายเหตุ

- นางสาวสุดาภา ชะมด ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำหน้าที่เป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศ (Chief Information Security Officer)
- นางสุรางคณา ฉายประสาธ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงาน Customer Experience ทำหน้าที่เป็นเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- นางกมลทิพย์ อมรจริยะกุล ผู้จัดการทั่วไป - สายกฎหมายและกำกับดูแล ทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) ของบริษัทฯ
- * ในปี 2568 ได้มีผู้บริหารเกษียณอายุงานจำนวน 1 ท่าน ได้แก่ นางสุรางคณา ฉายประสาธ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Customer Experience) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นต้นไป

ทั้งนี้ นายวีรพันธ์ อังสุมาลี ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรและเป็นตัวแทนคณะกรรมการบริษัทเพื่อบริหารจัดการเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- กำหนดนโยบาย แผนการดำเนินการ และเป้าหมายด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- กำกับ ดูแล ให้คำปรึกษา สนับสนุน ส่งเสริม และทบทวนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร เพื่อนำไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ
- ติดตามผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างสม่ำเสมอ และรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องอย่างโปร่งใสและทันเวลา
- คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

3. ข้อมูลกรรมการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่งใน บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์	บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ	บจ. เมกาโฮม เซ็นเตอร์	บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์	Home Product Center (Malaysia)	*Home Product Center (Vietnam)	บจ. วันสต็อก โฮม
1. นายอนันต์ อัครโกสิน	ประธานกรรมการ	-	-	-	-	-	-
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร กรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการ	ประธาน กรรมการ	ประธานกรรมการ	ประธาน กรรมการ	ประธาน กรรมการ	-	-
3. นายบุญสม เลิศหิรัญวงศ์	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-	-
4. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการบริหาร และกรรมการ	-	-	-	-	-	-

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่งใน บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์	บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ	บจ. เมกาโฮม เซ็นเตอร์	บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์	Home Product Center (Malaysia)	*Home Product Center (Vietnam)	บจ. วันสต็อก โฮม
5. นายระพีพร ศรีมงคล	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-	-
6. ผศ.ดร.เกษรา รัชฎ์ลักษณะภาคย์	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-	-
7. นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-	-
8. นายอาทิวิน อัครโกศล	กรรมการบริหาร และกรรมการ	-	-	-	-	-	-
9. นางสาวรณนา พุทธประสาธ	กรรมการ	-	-	-	-	-	-
10. นางสาววีรภรณ์ อุดมคุณธรรม	กรรมการ	-	-	-	-	-	-
11. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการ ผู้จัดการ และกรรมการ	กรรมการ	กรรมการ ผู้จัดการ และกรรมการ	กรรมการ	กรรมการ	-	กรรมการ

*หมายเหตุ: บริษัท Home Product Center Vietnam Company Limited อยู่ในขั้นตอนการจดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชี

4. รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงการถือครองหุ้นของบริษัทฯ ของกรรมการในปี 2568

ลำดับ ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	จำนวน หุ้นที่ถือ ณ 1 ม.ค. 68	จำนวน หุ้นที่ เปลี่ยนแปลง	จำนวน หุ้นที่ถือ ณ 31 ธ.ค. 68	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธ.ค. 68 (บาท)
1 นายอนันต์ อัครโกศล	ประธานกรรมการ	-	-	-	-	-
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
2 นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร กรรมการสรรหาและกำหนด ค่าตอบแทน และกรรมการ	142,122,189	-	142,122,189	1.08%	945,112,557
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
3 นายบุญสม เลิศศิริวงศ์	ประธาน คณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
4 นายนพ สุนทรจิตต์เจริญ	ประธาน คณะกรรมการสรรหาและ กำหนดค่าตอบแทน กรรมการ บริหาร และกรรมการ	-	-	-	-	-
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-

ลำดับ ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	จำนวน หุ้นที่ถือ ณ 1 ม.ค. 68	จำนวน หุ้นที่ เปลี่ยนแปลง	จำนวน หุ้นที่ถือ ณ 31 ธ.ค. 68	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธ.ค. 68 (บาท)
5 นายระพีพร ศรีมงคล	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
6 ผศ.ดร.เกษรา วัฒนชัย	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
7 นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหาและ กำหนดค่าตอบแทน และกรรมการอิสระ	1,984,846	-	1,984,846	0.02%	13,199,226
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
8 นายอาวณิ อัครโกสิน	กรรมการบริหาร และกรรมการ	-	-	-	-	-
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
9 นางสาวรณมา พุทธประสาธ	กรรมการ	-	-	-	-	-
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
10 นางสาววิภรณ์ อุดมคุณธรรม	กรรมการ	8,408,200	-	8,408,200	0.06%	55,914,530
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
11 นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการผู้จัดการ และกรรมการ	5,678,466	224,960	5,903,426	0.04%	39,257,783
คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-

หมายเหตุ:

- ราคาปิดหุ้น HMPRO ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 6.65 บาท
- ภายในระยะเวลา 3-5 ปี กรรมการผู้จัดการต้องถือครองหุ้นสะสมในมูลค่า 5 เท่าของเงินเดือนประจำปี โดย ณ สิ้นปี 2568 กรรมการผู้จัดการได้ถือครองหุ้นสะสมในมูลค่าเกินกว่า 5 เท่าของเงินเดือนประจำปีแล้ว
- จำนวนหุ้นที่กรรมการผู้จัดการถือครองมีการเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม สัดส่วนมูลค่าการถือครองหุ้นดังกล่าวเมื่อเทียบกับเงินเดือนพื้นฐานได้ลดลงโดยเป็นผลมาจากราคาหุ้นที่ปรับตัวลดลง

5. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีผู้บริหารตาม नियามประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
ทั้งหมด 30 ท่าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการผู้จัดการ
2. *นายชัยยุทธ กรณียโสภณ	รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจบริการและ Supply Chain Management
3. นายวาทัญญู วิสุทธิโกศล	รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจต่างประเทศ
4. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
5. นางอุไรวรรณ ตันติพิริยะกิจ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการ
6. นายวิเชียร เจียมวิจิตรกุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงาน Enterprise Data Analytics & AI
7. นายวรพจน์ เตชะธาดากุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Kitchen and Home Living
8. *นางสาวสมใจ มธุรพร	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - สำนักกรรมการผู้จัดการ
9. *นายธนะวัฒน์ คลังสุนทรรังษี	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Ceramic & Bathroom
10. นายธีระพงศ์ สัมพันธ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Construction
11. นายแสงศักดิ์ สรกิจ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Hardline & Water Solutions
12. นางสาวอิชฎพร ศรีสุขวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Furniture Outdoor Living & Leisure
13. นางนงรัตน์ ฉัตรรัตนพงศ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มสรรหาและพัฒนาสินค้า Private Brand
14. นางอริดี ทวีลาภ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Digital Business & Merchandise Center
15. *นางสุรางคณา ฉายประสาธ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Customer Experience
16. นางสาวสุดามา ชะมด	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ
17. *นางสาวมนพัทธ์ พงษ์ปรีดาจิต	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Home Service
18. นางสาวสันนิภา สว่างพันธ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Supply Chain Management
19. นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มบัญชีและการเงิน
20. นายรักพงศ์ อรุณวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มนักลงทุนสัมพันธ์ กลยุทธ์ และความยั่งยืนองค์กร
21. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานทรัพยากรบุคคลและธุรกิจพลังงาน
22. นายวรา ปัทมालย์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานบริหารศูนย์กระจายสินค้า
23. นายสรเสริญ เรืองสอน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานบริหารกลาง
24. นายชาญชัย ชัยถาวรกิจ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงาน B2B
25. นายเกมทัชชัย ฮาพา	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการและบริหารกลุ่มสินค้า Mega Home
26. นายณัฐวัฒน์ ทองอินทราช	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการและบริหารกลุ่มสินค้า HomePro

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
27. นายยรรยง เกษมวีรศานต์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานพัฒนาธุรกิจ
28. นายธีรพล รอดเฉื่อย	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดส่งและติดตั้ง
29. นายอาเทพ พันธุ์อุทัยวัฒน์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อ Home Electric
30. นางสาวคณิงหา แซ่ตัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อ Ceramic & Bathroom

หมายเหตุ:

- * ในปี 2568 ได้มีผู้บริหารเกษียณอายุงานจำนวน 5 ท่าน ได้แก่
 - นายชัยยุทธ กรณียโสภณ (รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจบริการและ Supply Chain Management) โดยมีต่ออายุในตำแหน่งที่ปรึกษา
 - นางสาวสมใจ มธุรส (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - สำนักกรรมการผู้จัดการ)
 - นางสุรางคณา ดายประสาธ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Customer Experience)
 - นางสาวมนพัทธ์ พงษ์ปรีดาจิต (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Home Service)
 ลำดับที่ 1-4 มีผลตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นต้นไป
- นายธนวัฒน์ คลังสุนทรรังษี (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Ceramic & Bathroom) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 ตุลาคม 2568 เป็นต้นไป
- ระหว่างปี 2568 ได้มีการแต่งตั้งผู้บริหารใหม่จำนวน 8 ท่าน ได้แก่
 - นายสรรเสริญ เรืองสอน (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานบริหารกลาง)
 - นายชาญชัย ชัยกาวิกิจ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงาน B2B)
 - นายเกษมเกียรติ อาพา (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการและบริหารกลุ่มสินค้า Mega Home)
 - นายณัฐวัฒน์ กองอินทรราช (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการและบริหารกลุ่มสินค้า HomePro)
 - นายยรรยง เกษมวีรศานต์ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานพัฒนาธุรกิจ)
 - นายธีรพล รอดเฉื่อย (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดส่งและติดตั้ง)
 โดยดำรงตำแหน่งเมื่อ 1 มกราคม 2568
- นายอาเทพ พันธุ์อุทัยวัฒน์ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อ Home Electric) ดำรงตำแหน่งเมื่อ 1 พฤษภาคม 2568
- นางสาวคณิงหา แซ่ตัน (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อ Ceramic & Bathroom) ดำรงตำแหน่งเมื่อ 1 กันยายน 2568

ผู้บริหารที่มีอำนาจควบคุมบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ชื่อ - นามสกุล	บมจ. โยม โปรดักส์ เซ็นเตอร์	บริษัทย่อย					บริษัทร่วม
		บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ	บจ. เมกาโฮม เซ็นเตอร์	บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์	Home Product Center (Malaysia)	*Home Product Center (Vietnam)	บจ. วันสต็อก โฮม
1. *นายชัยยุทธ กรณียโสภณ	รองกรรมการผู้จัดการ	-	-	กรรมการผู้จัดการ และกรรมการ	-	-	-
2. นายทัญญู วิสุทธิโกศล	รองกรรมการผู้จัดการ	กรรมการผู้จัดการ และกรรมการ	กรรมการ	-	กรรมการผู้จัดการ และกรรมการ	กรรมการผู้จัดการ และกรรมการ	-
3. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	รองกรรมการผู้จัดการ	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ	-	-
4. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ	-	-	-

รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงการถือครองหุ้นของบริษัทฯ ของผู้บริหาร ในปี 2568

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	จำนวน หุ้นที่ถือ ณ 1 ม.ค. 68	จำนวน หุ้นที่ เปลี่ยนแปลง	จำนวน หุ้นที่ถือ ณ 31 ธ.ค. 68	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธ.ค. 68 (บาท)
1	*นายชัยยุทธ กรณยศภณ	รองกรรมการ	2,000,666	-	2,000,666	0.02%	13,304,429
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	134,400	-	134,400	0.001%	893,760
2	นายวาทัญญู วิสุทธิโกศล	รองกรรมการ	10,134,251	92,719	10,226,970	0.08%	68,009,351
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
3	นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	รองกรรมการ	11,308,743	98,939	11,407,682	0.09%	75,861,085
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
4	นางสาวอุไรวรรณ ตันติพิริยะกิจ	ผู้ช่วยกรรมการ	589,725	82,592	672,317	0.01%	4,470,908
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
5	นายวิเชียร เจียมวิจิตรกุล	ผู้ช่วยกรรมการ	108,079	58,043	166,122	0.001%	1,104,711
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
6	นายวรพจน์ เตชะธาดากุล	ผู้ช่วยกรรมการ	144,826	85,354	230,180	0.002%	1,530,697
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
7	*นางสาวสมใจ มธุรพร	ผู้ช่วยกรรมการ	376,088	54,414	430,502	0.003%	2,862,838
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
8	*นายธนะวัฒน์ คลังสุนทรรังษี	ผู้ช่วยกรรมการ	741,077	30,275	771,352	0.006%	5,129,491
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
9	นายธีระพงศ์ สัมพันธ์	ผู้ช่วยกรรมการ	147,635	138,635	286,270	0.002%	1,903,696
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	12,000	-	12,000	0.0001%	79,800
10	นายแสงศักดิ์ ศรีกิจ	ผู้ช่วยกรรมการ	36,703	56,138	92,841	0.001%	617,393
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
11	นางสาวอิษฏพร ศรีสุขวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการ	194,736	-43,054	151,682	0.001%	1,008,685
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
12	นางนงรัตน์ ฉัตรรัตนพงศ์	ผู้ช่วยกรรมการ	46,604	76,473	123,077	0.001%	818,462
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
13	นางอภิรดี ทวีลาภ	ผู้ช่วยกรรมการ	295,383	75,944	371,327	0.003%	2,469,325
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
14	*นางสุรางคณา ฉายประสาธ	ผู้ช่วยกรรมการ	425,181	-38,751	386,430	0.003%	2,569,760
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
15	นางสาวสุตาภา ชะมด	ผู้ช่วยกรรมการ	330,408	51,764	382,172	0.003%	2,541,444
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
16	*นางสาวมนพัทธ์ พงษ์ปรีดาจิต	ผู้ช่วยกรรมการ	296,158	73,570	369,728	0.003%	2,458,691
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
17	นางสาวสนธิภา สว่างพันธ์	ผู้ช่วยกรรมการ	355,835	63,086	418,921	0.003%	2,785,825
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
18	นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์	ผู้ช่วยกรรมการ	1,352,996	54,315	1,407,311	0.01%	9,358,618
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
19	นายรักพงศ์ อรุณวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการ	148,814	66,655	215,469	0.002%	1,432,869
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
20	นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	ผู้ช่วยกรรมการ	5,822,697	105,645	5,928,342	0.05%	39,423,474
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	จำนวน หุ้นที่ถือ ณ 1 ม.ค. 68	จำนวน หุ้นที่ เปลี่ยนแปลง	จำนวน หุ้นที่ถือ ณ 31 ธ.ค. 68	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธ.ค. 68 (บาท)
21	นายวรา บัณฑลชัย	ผู้ช่วยกรรมการ	-	54,816	54,816	0.0004%	364,526
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
22	นายสรเสริญ เรืองสอน	ผู้ช่วยกรรมการ	102,355	60,925	163,280	0.001%	1,085,812
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	5,000	-	5,000	0.00004%	33,250
23	นายชาญชัย ชัยถาวรกิจ	ผู้ช่วยกรรมการ	-	275,080	275,080	0.002%	1,829,282
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	20,656	20,656	0.0002%	137,362
24	นายเกมทัชชัย ฮาพา	ผู้ช่วยกรรมการ	-	95,160	95,160	0.001%	632,814
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	12,000	12,000	0.0001%	79,800
25	นายณัฐวัฒน์ ทองอินทราช	ผู้ช่วยกรรมการ	-	94,110	94,110	0.001%	625,832
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
26	นายยรรยง เกษมวีรศานต์	ผู้ช่วยกรรมการ	-	95,920	95,920	0.001%	637,868
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	157	157	0.000001%	1,044
27	นายธีรพล รอดเอื้อ	ผู้ช่วยกรรมการ	-	93,085	93,085	0.001%	619,015
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
28	นายอาเทพ พันธุ์อุทัยวัฒน์	ผู้ช่วยกรรมการ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
29	นางสาวคณิงหา แซ่ตัน	ผู้ช่วยกรรมการ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-

หมายเหตุ:

- ราคาปิดหุ้น HMPRO ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เท่ากับ 6.65 บาท
- จำนวนหุ้นที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานหรือ EJIP (Employee Joint Investment Program)

หมายเหตุ:

- * ในปี 2568 ได้มีผู้บริหารเกษียณอายุงานจำนวน 5 ท่าน ได้แก่

1. นายชัยยุทธ กรนิยโสภณ (รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจบริการและ Supply Chain Management) โดยมีต่ออายุในตำแหน่งที่ปรึกษา
2. นางสาวสมใจ มธุรส (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - สำนักกรรมการผู้จัดการ)
3. นางสาวกนกนา วายประสา (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Customer Experience)
4. นางสาวบณพัทธ์ พงษ์ปรีดาจิต (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Home Service)

ลำดับที่ 1-4 มีผลตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นต้นไป

5. นายธนวัฒน์ คลังสุนทรังษี (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Ceramic & Bathroom) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 ตุลาคม 2568 เป็นต้นไป

- ระหว่างปี 2568 ได้มีการแต่งตั้งผู้บริหารใหม่จำนวน 8 ท่าน ได้แก่

1. นายสรเสริญ เรืองสอน (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานบริหารกลาง)
2. นายชาญชัย ชัยถาวรกิจ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงาน B2B)
3. นายเกมทัชชัย ฮาพา (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการและบริหารกลุ่มสินค้า Mega Home)
4. นายณัฐวัฒน์ ทองอินทราช (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการและบริหารกลุ่มสินค้า HomePro)
5. นายยรรยง เกษมวีรศานต์ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานพัฒนาธุรกิจ)
6. นายธีรพล รอดเอื้อ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อและติดตั้ง)

โดยดำรงตำแหน่งเมื่อ 1 มกราคม 2568

7. นายอาเทพ พันธุ์อุทัยวัฒน์ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อ Home Electric) ดำรงตำแหน่งเมื่อ 1 พฤษภาคม 2568
8. นางสาวคณิงหา แซ่ตัน (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มงานจัดซื้อ Ceramic & Bathroom) ดำรงตำแหน่งเมื่อ 1 กันยายน 2568

- ภายในระยะเวลา 3-5 ปี คณะผู้บริหารนอกเหนือจากกรรมการผู้จัดการต้องถือครองหุ้นสะสมในมูลค่า 3 เท่าของเงินเดือนประจำปี โดย ณ สิ้นปี 2568 คณะผู้บริหารกลุ่มนี้ ได้ถือครองหุ้นสะสมในมูลค่าเกินกว่า 3 เท่าของเงินเดือนประจำปีแล้ว
- จำนวนหุ้นที่ผู้บริหารถือครองมีการเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม สัดส่วนมูลค่าการถือครองหุ้นดังกล่าวเมื่อเทียบกับเงินเดือนพื้นฐานได้ลดลง โดยเป็นผลมาจากราคาหุ้นที่ปรับตัวลดลง

คำตอบแทนกรรมการผู้จัดการ และผู้บริหาร

บริษัทฯ พิจารณาจ่ายค่าตอบแทนกรรมการผู้จัดการและผู้บริหาร โดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและเหมาะสมตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และเปรียบเทียบกับอัตราค่าตอบแทนของบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ตลอดจนพิจารณาผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อาทิ การเพิ่มขึ้นของยอดขายกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Products) การใช้พลังงานทดแทน (Renewable Energy) จำนวนที่มั่งคั่งเข้าแก่น้อย เป็นต้น นอกจากนี้ยังพิจารณาการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคนตามเป้าหมายของงานที่ได้รับมอบหมาย โดยสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนธุรกิจประจำปี ตามแผนกลยุทธ์ การจัดการด้านความยั่งยืนประจำปี เพื่อเป็นแรงผลักดันให้กรรมการผู้จัดการและผู้บริหารสร้างความมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรในระยะยาว โดยมีรายละเอียดดังนี้

คำตอบแทนกรรมการผู้จัดการ

ค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการได้รับการกำหนดอย่างเหมาะสม ภายใต้หลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและโปร่งใส โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะเป็นผู้พิจารณาทบทวนค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการ เพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG) โดยค่าตอบแทนมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงจูงใจและมีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระยะสั้น

จ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือนและโบนัส โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงาน

ระยะยาว

โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 1 (EJIP) ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ถึง 30 มิถุนายน 2561

2. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 2 (EJIP) ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2566
3. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 3 (EJIP) ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2571

สำหรับการจ่ายค่าตอบแทนระยะยาว บริษัทฯ ได้มีการตั้งเป้าหมายระยะยาวต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของกรรมการผู้จัดการ โดยกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ 5 ปี ที่เชื่อมโยงโดยตรงกับตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ เช่น ยอดขาย จำนวนสาขา และส่วนแบ่งการตลาด รวมถึงมีการจ่ายโบนัสในอนาคต (Deferred Bonus) หากสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด

คำตอบแทนผู้บริหาร

กรรมการผู้จัดการพิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นรายบุคคลและกลุ่มงานที่ได้รับมอบหมายเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลการประเมินดังกล่าวมาประกอบการพิจารณากำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหารในรูปแบบของเงินเดือนและโบนัส โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระยะสั้น

จ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน โบนัส และค่าตอบแทนอื่น ๆ โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานประจำปี 2568 และ 2567 คิดเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 194.42 ล้านบาท และ 177.21 ล้านบาท ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 3.70 เมื่อเทียบกับค่าตอบแทนรวมทั้งหมดของกิจการ ทั้งนี้ ในปี 2568 ค่าตอบแทนระหว่างผู้บริหารชายและผู้บริหารหญิงมีความแตกต่างกันไม่เกิน 10%

ระยะยาว

โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 1 (EJIP) ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ถึง 30 มิถุนายน 2561

2. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 2 (EJIP) ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2566

3. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 3 (EJIP) ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2571

6. ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานบุคลากร

รายละเอียดจำนวนพนักงาน และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานระหว่างปี 2566 - 2568 มีดังนี้

รายละเอียดพนักงาน	31 ส.ค. 2566	31 ส.ค. 2567	31 ส.ค. 2568
พนักงานของบริษัทฯ			
- สำนักงานใหญ่	1,985	2,073	1,891
- สาขา	6,596	6,581	6,473
พนักงานของบริษัทย่อย	3,196	3,172	3,018
รวม (คน)	11,777	11,826	11,382
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน (ล้านบาท)	5,242	5,278	5,279
กำไรของบริษัท (ล้านบาท)	6,442	6,504	6,011
สัดส่วนกำไรต่อจำนวนพนักงาน (ล้านบาทต่อคน)	0.55	0.55	0.53

หมายเหตุ:

- ข้อมูลเฉพาะพนักงานประจำ ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน หน้า 183
- ใช้วิธีนับจำนวนพนักงานผ่านระบบ Human Resources Management System (HRMS)
- จำนวนพนักงานที่ไม่ได้เป็นลูกจ้างโดยตรง 17,987 คน ประกอบด้วยฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายรักษาความสะอาด ฝ่ายป้องกันความสูญเสีย ฝ่ายขาย ฝ่ายธุรการและฝ่ายบริการลูกค้า



โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน

เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2566 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทที่มีมติอนุมัติโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 3 (Employee Joint Investment Program หรือ EJIP) โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ	บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
ระยะเวลาโครงการ	ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2571 รวมระยะเวลา 5 ปี
พนักงานที่มีสิทธิ์เข้าร่วมโครงการ	ผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่าขึ้นไป ซึ่งผ่านทดลองงาน โดยเป็นไปตามความสมัครใจของผู้มีสิทธิเข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้ ไม่รวมกรรมการบริษัทและที่ปรึกษาบริษัท
รูปแบบโครงการ	บริษัทฯ จะทำการหักเงินเดือนพนักงานที่สมัครเข้าร่วมโครงการ EJIP โดยสมัครใจ ในอัตราร้อยละ 5 ของเงินเดือน และจะสมทบเงินเต็มจำนวนเท่ากับจำนวนเงินที่ถูกหัก หรือร้อยละ 5 ทั้งนี้ สำหรับพนักงานหลัก (Key Employees) ที่บริษัทฯ กำหนดจะได้รับการสมทบเป็นสองเท่า หรือร้อยละ 10
กำหนดการซื้อหุ้นเข้าโครงการ	ทุกเดือน
เงื่อนไขการถือครองหลักทรัพย์	<ul style="list-style-type: none"> - ห้ามขายหุ้นใน 3 ปีแรก - ครบ 3 ปี แต่ไม่ถึง 4 ปี ขายหุ้นร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นที่มีอยู่ - ครบ 4 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี ขายหุ้นร้อยละ 50 ของจำนวนหุ้นที่มีอยู่ - ครบอายุโครงการ 5 ปี ขายหุ้นได้ทั้งหมด
ตัวแทนดำเนินงาน	บริษัทหลักทรัพย์ ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ: ภายใน 3-5 ปี กรรมการผู้จัดการต้องถือครองหุ้นสะสมในมูลค่า 5 เท่าของเงินเดือนประจำปี ขณะที่คณะผู้บริหารนอกเหนือจากกรรมการผู้จัดการ ต้องถือครองหุ้นสะสมในมูลค่า 3 เท่าของเงินเดือนประจำปี

ในปี 2568 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการคิดเป็น 89.30% ของผู้มีสิทธิเข้าร่วมทั้งหมด

โครงการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทฯ จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพโดยมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 10,637 คน คิดเป็นสัดส่วน 93.45% ต่อพนักงานทั้งหมด

Clawback Provision

บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมถึงพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์.ศ.2535 ในมาตรา 89/7 ว่าด้วยการกรรมการและผู้บริหารต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวัง และความซื่อสัตย์สุจริต รวมถึงต้องปฏิบัติตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัท และมติคณะกรรมการ ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น หากมีการฝ่าฝืนกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน กระทำการหรือละเว้นกระทำการใดอันเป็นการไม่ปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 89/7 บริษัทฯ สามารถดำเนินการทางกฎหมายเพื่อให้บุคคลเหล่านี้ชดเชยค่าเสียหายและส่งคืนผลประโยชน์ที่สมควรได้โดยมิชอบให้แก่บริษัทฯ ตามมาตรา 89/18 และ 89/19

7. การปฏิรูประบบนิเทศกรรมการใหม่

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิรูประบบนิเทศกรรมการใหม่ โดยเป็นการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการเพื่อให้กรรมการใหม่มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบรวมถึงธุรกิจและการดำเนินงานต่าง ๆ ของ บริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ จัดเตรียมเอกสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการใหม่ เช่น คู่มือกรรมการบริษัท จดทะเบียน คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ ข้อบังคับของบริษัทฯ โครงสร้างทุน โครงสร้างผู้ถือหุ้น รายงานประจำปีแบบ 56-1 (One Report) ผลการดำเนินงาน กฎหมายและข้อพึงปฏิบัติที่ดี รวมถึงหลักสูตรการอบรมกรรมการ เพื่อให้กรรมการใหม่มีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่ได้จัดปฏิรูประบบนิเทศให้กับกรรมการเนื่องจากไม่มีกรรมการเข้าใหม่

8. แผนพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ จึงได้จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งเพื่อสรรหาคูคลองที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและพัฒนาให้มีศักยภาพที่จะสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายให้สามารถสืบทอดตำแหน่งได้ทันทีหรือภายใน 1 - 2 ปี ทั้งนี้ บริษัทฯ มีขั้นตอนการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. กำหนดตำแหน่งงานสำคัญที่เป็นตำแหน่งงานหลัก (Key Positions) เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ (Purpose) วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กรในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยตำแหน่งงานสำคัญประกอบไปด้วย
 - กรรมการผู้จัดการและตำแหน่งที่อยู่ในสายธุรกิจหลัก
 - ตำแหน่งที่หาได้ยาก ใช้เวลาในการสรรหาหรือพัฒนามาก
 - ตำแหน่งที่ต้องมีความสามารถ ทักษะเฉพาะทาง และคุณสมบัติพิเศษในตำแหน่งนั้น ๆ
2. กำหนดคุณสมบัติที่จำเป็น (Competency) สำหรับแต่ละตำแหน่ง เพื่อเป็นแนวทางการสรรหา กำหนดแผนฝึกอบรม และพัฒนาคูคลองตามตำแหน่งนั้น ๆ
3. กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่ง โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ศักยภาพ Competency หลักของตำแหน่งนั้น ๆ และวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการ
4. พิจารณาคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่งที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ และประเมินความพร้อมของผู้ได้รับการคัดเลือก ทั้งจุดเด่นและเรื่องที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม
5. วางแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) โดยจัดทำแผนพัฒนาความสามารถรายบุคคลที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับตำแหน่งที่จะสืบทอด
6. ประเมินผลการพัฒนา และทบทวนการจัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งเป็นประจำทุกปี เพื่อขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ในรายงานความยั่งยืน หน้า 89-305

9. เลขานุการบริษัท

เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2551 คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติให้แต่งตั้ง นางสาววรรณิ์ จันทามงคล เป็นเลขานุการบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้แจ้งการแต่งตั้งเลขานุการบริษัท พร้อมทั้งแจ้งสถานที่เก็บเอกสารสำคัญของบริษัทฯ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แล้ว เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2551

ประวัติเลขานุการบริษัท

นางสาววรรณิ์ จันทามงคล (61 ปี)

- รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
- เลขานุการบริษัท
- กรรมการบริษัท บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ
- กรรมการบริษัท Home Product Center (Malaysia)
- กรรมการบริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์
- กรรมการบริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์

วุฒิทางการศึกษา

- บริญญาตรี สาขาบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การอบรม

- 2568 - TLCA CFO Professional Development Program (TLCA CFO CPD) ครั้งที่ 7/2025 หัวข้อ มาตรฐานการรายงานทางการเงินเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน IFRS S1 / IFRS S2
- TLCA CFO CPD ครั้งที่ 3/2025 หัวข้อ Update มาตรฐานบัญชีที่จะมีผลบังคับใช้ในอนาคต (IFRS 18 IFRS 19)
- 2567 - หลักสูตร CFO Refresher Course หัวข้อ “ประเด็นด้าน Generative AI ที่ส่งผลกระทบต่อการเงินและการบัญชีของบริษัทจดทะเบียน” โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- 2566 - TLCA หลักสูตรสำหรับ CFO 1) What's the Future of the CFO roles 2) RPA in Finance
- IOD training The Business Case and Ethics of AI
- 2565 - โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 3/2565 จากศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2564 - โครงการพัฒนานักวิชาชีพเลขานุการบริษัท โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
- โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 2/2564 จากศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2563 - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้าและการพาณิชย์ (TEPCoT) รุ่นที่ 13
- หลักสูตร Advance for corporate secretaries program โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
- 2562 - เข้ารับการอบรมที่ดำเนินการโดยสมาคมบริษัทจดทะเบียน ได้แก่
- The CFO's role in stakeholder communications
 - Automation & RPA (Robot Process Automation) for Accounting
 - นโยบายของสำนักงาน ก.ล.ต. ในการพัฒนาตลาดทุน และการสนับสนุนการทำงานของบริษัทจดทะเบียน
- 2560 - หลักสูตร Director Accreditation Program class 140/2017

อำนาจหน้าที่ของเลขานุการบริษัท

1. อำนวยความสะดวกและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะกรรมการบริษัท เช่น การจัดเตรียมเอกสาร การจัดการประชุม และการติดตามผลการดำเนินงาน
2. จัดทำสรุปเรื่องที่อยู่ภายใต้อำนาจการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัท ติดตามและประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามมติของคณะกรรมการบริษัทและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น พร้อมกับรายงานผลการดำเนินงานดังกล่าวอย่างใกล้ชิด
3. กำหนดตารางเวลาการประชุมคณะกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อย รวมถึงทำหน้าที่ในการดำเนินการจัดประชุมคณะกรรมการบริษัทและประชุมผู้ถือหุ้น ให้เป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทฯ

4. จัดทำและรักษาเอกสารดังนี้
 - รายชื่อผู้ถือหุ้น
 - ทะเบียนกรรมการ
 - หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการ รายงานการประชุม คณะกรรมการ และรายงานประจำปี
 - หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น และรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น
5. เก็บรักษารายงานการมีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการหรือผู้บริหาร จัดทำสรุปเรื่องที่อยู่ภายใต้อำนาจการตัดสินใจของกรรมการ
6. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่กำกับดูแล เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และดูแลการเปิดเผยข้อมูลและรายงานสารสนเทศต่อหน่วยงานที่กำกับดูแลและสาธารณชนให้ถูกต้องครบถ้วนตามกฎหมาย
7. ให้คำแนะนำด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติด้านการกำกับดูแลในการดำเนินกิจกรรมของคณะกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อยให้เป็นไปตามกฎหมายด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
8. ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนกำหนด
9. จัดให้มีการปฐมนิเทศกรรมการใหม่ (Board of Director's Orientation) ให้คำแนะนำและสนับสนุนให้กรรมการได้พัฒนาความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการอย่างต่อเนื่อง เช่น การเข้าร่วมอบรมหลักสูตรต่าง ๆ
10. ดูแลให้คณะกรรมการบริษัทคำนึงถึงความเห็นของผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ
11. จัดให้มีการรายงานด้านความยั่งยืนในประเด็นสำคัญของคณะกรรมการบริษัทตรวจสอบดูแล
12. ดูแลจัดทำประกันความรับผิดจากการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ
13. จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อย
14. หน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

10. หัวหน้างานตรวจสอบภายใน

ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 1/2557 วันที่ 9 มกราคม 2557 ที่ประชุมมีมติแต่งตั้ง นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์ ผู้จัดการทั่วไป - สำนักตรวจสอบภายใน ให้ดำรงตำแหน่ง หัวหน้างานตรวจสอบภายใน เนื่องจากมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ เป็นเวลา 20 ปี และประสบการณ์งานตรวจสอบในธุรกิจที่มีลักษณะเดียวกับบริษัทฯ รวมทั้งสิ้นเป็นระยะเวลา 24 ปี อีกทั้งยังเป็นผู้สอบผ่านหลักสูตรประกาศนียบัตรผู้ตรวจสอบภายในของประเทศไทย (CPIAT) และเคยเข้ารับการอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านตรวจสอบภายใน ได้แก่ มาตรฐานการตรวจสอบภายใน การตรวจสอบภายในด้านคอมพิวเตอร์ การบริหารความเสี่ยง เป็นต้น อีกทั้งมีความเข้าใจในการดำเนินงานของบริษัทฯ จึงเห็นว่ามีความเหมาะสมที่จะปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวได้อย่างเหมาะสมเพียงพอ ทั้งนี้ การพิจารณาและอนุมัติแต่งตั้ง ถอดถอน โยกย้าย ผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ จะต้องผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ

ประวัติหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน

นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์ (58 ปี)

- ผู้จัดการทั่วไป สำนักตรวจสอบภายใน

ความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการและผู้บริหาร

- ไม่มี

วุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

การอบรม

2568 - Executive Coach March-July 2025

2566 - ความสำคัญของกรรมการตรวจสอบกับความเชื่อมั่นต่อตลาดทุนไทย

- โครงการ Mini MBA สำหรับผู้บริหารระดับกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2562 - Economic Outlook

- Updated COSO Enterprise Risk Management: Integrating with Strategy and Performance
- Data Protection Law
- Communication and Coaching

2561 - Current Trend in Strategy

2560 - Understanding and Navigating Risks in Emerging Market

- บทบาทของคณะกรรมการบริษัทจดทะเบียนในการลดความเสี่ยงองค์กรด้านไซเบอร์ ความท้าทายและทางออก

- AC Hot Update เตรียมรับ CG ยุคใหม่

- Bright Spots: Lighting the way to a corruption free society National Conference CAC

- วิธีปฏิบัติสำหรับบอร์ดในการกำกับดูแลการป้องกันและรับมือภัยไซเบอร์

- Communication Strategy for Modern IA

2559 - How to Develop a Risk Management Plan และความท้าทายของผู้ตรวจสอบภายใน

- Cyber Operation Contest เกี่ยวกับ Trend ด้านการใช้งานระบบสารสนเทศในปัจจุบัน

- สัมมนาความท้าทายของผู้ตรวจสอบภายในต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

- CG Forum 3/2016 ทุจริตในองค์กร ภัยมืดที่ป้องกันและควบคุมได้

- สัมมนาแนวทางการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายในเพื่อป้องกันการให้สินบนแก่เจ้าหน้าที่รัฐ ป.ป.ส.

- ร่างมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

2558 - COBIT 5 for enterprise framework and CG forum "Risk oversight: High priority roles of the board"

ประสบการณ์ทำงาน

2557 - ปัจจุบัน - ผู้จัดการทั่วไป สำนักงานตรวจสอบภายใน

2557 - ปัจจุบัน - เลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

2553 - ปัจจุบัน - เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ

2546 - 2557 - ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป สำนักตรวจสอบภายใน (บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์)

- 2543 - 2546 - ที่ปรึกษาด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (บมจ. กะรัต สุขภัณฑ์)
- 2540 - 2543 - หัวหน้าแผนกตรวจสอบภายใน (บมจ. ปูนซีเมนต์นครหลวง)

หน้าที่ความรับผิดชอบของหัวหน้างานตรวจสอบภายใน

- จัดทำแผนงานตรวจสอบโดยใช้แนวทางการจัดทำตามหลักพื้นฐานความเสี่ยงและการควบคุมภายใน นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่ออนุมัติ รวมทั้งในกรณีที่มีการทบทวน แก้ไข เปลี่ยนแปลงแผนการตรวจสอบประจำปี จะต้องนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่ออนุมัติเช่นกัน
- ปฏิบัติงานตรวจสอบตามที่กำหนดไว้ในแผนงานตรวจสอบประจำปีตามที่ได้รับอนุมัติ รวมทั้งการปฏิบัติงานอื่นตามที่ฝ่ายบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบมอบหมาย
- สอบถามข้อมูลทางบัญชี รายงานทางการเงิน รายงานการบริหารงาน และการดำเนินงานที่สำคัญให้มีความถูกต้อง เชื่อถือได้
- ตรวจทานรายการที่เกี่ยวข้องกัน และรายการที่อาจมีการขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้ รวมถึงมีการสอบถามให้มีการเปิดเผยถูกต้อง ครบถ้วน ตามกฎระเบียบของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ
- สอบถามระบบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการ ในกิจกรรมดำเนินงานของหน่วยงาน เพื่อให้บริษัท บรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ และบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งที่เป็นปัจจุบันและอนาคต (Emerging Risk) เช่น ภัยคุกคามด้านไซเบอร์ กฎหมายที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยให้ความสำคัญต่อการมีระบบควบคุมภายในที่เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ ตามหลักการบริหารกิจการที่ดี (CG Code)
- สอบถามมาตรการและการกำหนดแนวทางเชิงป้องกันการทุจริต และพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่จะเกิดขึ้นได้ในระบบงานต่าง ๆ และให้ความร่วมมือกับฝ่ายบริหารในการตรวจสอบกรณีมีข้อสงสัย ข้อสันนิษฐาน เบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตในองค์กร และรายงานผลการตรวจสอบต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบ ทั้งนี้ ข้อมูลของผู้แจ้งเบาะแสและเรื่องที่แจ้งจะถูกเก็บเป็นความลับ เพื่อป้องกันกรณีถูกละเมิดสิทธิ
- ให้คำแนะนำ ปกป้อง เสนอแนะวิธี หรือมาตรการในการปรับปรุงแก้ไขต่อฝ่ายบริหารและหน่วยงานต่าง ๆ ในด้านการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้การปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
- เสนอรายงานผลการตรวจสอบต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบในเวลาอันสมควร และในกรณีที่ผลการตรวจสอบพบว่ามีพฤติกรรมที่น่าเชื่อว่าเป็นการทุจริต หัวหน้าสำนักตรวจสอบภายในต้องรายงานผลการตรวจสอบให้ฝ่ายบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบรับทราบโดยทันที
- ปฏิบัติงานอื่นที่ผู้บริหารมอบหมาย ทั้งนี้ ต้องไม่กระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในที่กำหนดไว้
- สื่อสารและประสานกับผู้สอบบัญชีในการปฏิบัติงานตรวจสอบของผู้สอบบัญชี
- พัฒนาบุคลากรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบให้มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์เพียงพอที่จะปฏิบัติงานตรวจสอบในเรื่องต่าง ๆ
- พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถในการปฏิบัติงานตามหน้าที่รับผิดชอบและดำรงความสามารถทางวิชาชีพ โดยเข้าร่วมในการพัฒนาและอบรมทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง
- กรณีที่มีการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในเรื่องใดหรือการปฏิบัติงานอื่นใดของสำนักตรวจสอบภายในมีความจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ให้หัวหน้าสำนักตรวจสอบภายในเสนอคณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาตามความเหมาะสม
- ต้องจัดให้มีการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในโดยมีแบบสอบถามให้หน่วยงานรับตรวจสอบแสดงความเห็นหลังจากการปิดการตรวจสอบทุกครั้ง

11. หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์

บริษัทฯ มีหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เพื่อสื่อสารข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ และนักลงทุนอย่างสม่ำเสมอ โดยจะนำเสนอผลการดำเนินงานและข้อคิดเห็นต่างๆ ต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง บริษัทฯ มุ่งหวังให้หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เป็นสื่อกลางสำคัญในการให้ข้อมูล ชี้แจง ตอบข้อซักถาม รวมถึงรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์และผู้สนใจทั่วไป โดยผู้จัดการฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ คือ นางสาววรินทร์ ตั้งจิตกอบบุญ ทั้งนี้สามารถติดต่อเพื่อขอรับทราบข้อมูลของบริษัทฯ ได้ 4 วิธี ได้แก่

- 1) ทางโทรศัพท์: 0 2832 1494
- 2) ทางอีเมล: ir@homepro.co.th
- 3) ทางเว็บไซต์: https://hmpro-th.listedcompany.com/ir_contact.html

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของบริษัทฯ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนทันเวลา และเท่าเทียมกัน ผ่าน 3 ช่องทางหลัก ได้แก่

1. แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี แบบ 56-1 (One Report) ซึ่งมีรายละเอียดในหัวข้อที่สำคัญ อาทิ ภาพรวมการดำเนินงาน ธุรกิจ ปัจจัยความเสี่ยง โครงสร้างผู้ถือหุ้น การจัดการ การทำรายการระหว่างกัน การกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น โดยแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีและรายงานประจำปี จะถูกเผยแพร่ภายใน 90 วัน นับตั้งแต่วันที่สิ้นสุดรอบบัญชี เพื่อให้ให้นักลงทุนสามารถทราบรายละเอียดการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาได้อย่างทันเวลา
2. คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A) ประจำปีไตรมาสและประจำปี รวมถึงเอกสารข่าวนักลงทุน (Investor Release) ซึ่งแสดงรายละเอียดผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติการและการเงิน พร้อมการวิเคราะห์และคำอธิบายถึงสาเหตุการเปลี่ยนแปลง โดยคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงาน ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
3. การเปิดเผยข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในหัวข้อนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักลงทุนและผู้สนใจให้สามารถศึกษาข้อมูลบริษัทได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน และทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ ซึ่งหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ได้จัดทำและเปิดเผยข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ข้อมูลที่เปิดเผยบนเว็บไซต์ อาทิ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ งบการเงินทั้งงบการเงินปัจจุบันและย้อนหลัง เอกสารข่าว (Press Release) โครงสร้างการถือหุ้น โครงสร้างองค์กร โครงสร้างกลุ่มธุรกิจ ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมการและผู้บริหาร ข้อมูลด้านนักลงทุนสัมพันธ์ รายงานความยั่งยืน ข้อบังคับของบริษัทฯ รายงานแสดงรายการข้อมูลประจำปี แบบ 56-1 (One Report) และนโยบายต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ <https://hmpro-th.listedcompany.com/home.html> สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมด้านกิจกรรมด้านนักลงทุนสัมพันธ์สามารถดูได้ที่หน้า 341-342

รายงานผลการดำเนินงานสำคัญ

ด้านการกำกับดูแลกิจการ

1. สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

คณะกรรมการบริษัทมุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการอย่างต่อเนื่อง โดยในปีที่ผ่านมาได้ปฏิบัติหน้าที่ครอบคลุมแผนงานสำคัญ ดังนี้

- **การกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินธุรกิจ:** คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรผ่านการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย เป้าหมาย แผนธุรกิจ และการจัดสรรงบประมาณประจำปี โดยมุ่งคำนึงถึงหลักจริยธรรมและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียรอบด้าน ควบคู่ไปกับผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ คณะกรรมการได้พิจารณาทบทวนและอนุมัติแผนงานในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา พร้อมทั้งกำกับดูแลให้ฝ่ายบริหารนำกลยุทธ์และงบประมาณไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนส่งเสริมการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม
- **การติดตามการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ:** คณะกรรมการบริษัทติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานตามแผนธุรกิจ และกลยุทธ์อย่างใกล้ชิด ผ่านการประชุมคณะกรรมการเป็นประจำทุกเดือน เพื่อติดตามผลการดำเนินงานและปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ จากฝ่ายบริหาร
- **การกำกับดูแลกิจการที่ดี:** คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคู่มือจริยธรรมธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อบูรณาการหลักการดังกล่าวให้เป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมองค์กร โดยคณะกรรมการได้ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี พร้อมทั้งกำชับให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด รวมถึงมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจให้มีความโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ

ได้กำหนดนโยบายการดำรงตำแหน่งในบริษัทอื่นไว้ อย่างชัดเจน โดยกรรมการและกรรมการอิสระสามารถดำรงตำแหน่งในบริษัทจดทะเบียนรวมกันได้ไม่เกิน 5 แห่ง (ซึ่งในปี 2568 กรรมการของบริษัทฯ ดำรงตำแหน่งในบริษัทจดทะเบียนอื่นรวมกันได้ไม่เกิน 4 แห่ง สอดคล้องตามแนวทางปฏิบัติที่ดีของสำนักงาน ก.ล.ต.) สำหรับกรรมการผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูง สามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นนอกกลุ่มธุรกิจได้ไม่เกิน 2 แห่ง และต้องไม่เป็นธุรกิจที่มีลักษณะแข่งขันหรือขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ

- **การควบคุมและการตรวจสอบภายใน:** คณะกรรมการบริษัทตระหนักว่าระบบควบคุมและตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพคือรากฐานในการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสีย จึงมุ่งเน้นการพัฒนาระบบควบคุมภายในให้สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) โดยมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่สอบทานและติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจเป็นไปตามนโยบายที่กำหนด สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริหาร นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- **การบริหารความเสี่ยง:** คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลให้มีระบบบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุม โดยมีการจัดตั้ง “คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง” เพื่อรับผิดชอบการวิเคราะห์และบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ มีการพิจารณาความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ กำหนดแผนรับมือ ติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะมีการประชุมเพื่อประเมินสถานการณ์และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาส

- **การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์:** คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดมาตรการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่เข้มงวด เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม โดยกำหนดให้กรรมการผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับส่วนได้เสียที่อาจส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของบริษัทย่างครบถ้วน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลไกในการตรวจสอบและติดตามความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ หากกรรมการหรือผู้บริหารมีส่วนได้เสียในเรื่องใดจะต้องเปิดเผยเรื่องดังกล่าวอย่างครบถ้วน
- **การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม:** คณะกรรมการบริษัทสนับสนุนการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งลูกค้า คู่ค้า สังคม และสิ่งแวดล้อม คณะกรรมการได้กำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการผนวกแนวคิดนวัตกรรมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการทบทวนกลยุทธ์และการพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้องค์กรปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว
- **การพัฒนาด้านความยั่งยืน:** คณะกรรมการบริษัทมุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน โดยกำกับดูแลให้มีการกำหนด ทบทวน และปฏิบัติตามนโยบาย กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน และเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายในองค์กร เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจ การดูแลสิ่งแวดล้อม และการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมและชุมชน โดยคำนึงถึงผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาวอย่างรอบด้าน (สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน หน้า 89-305)

บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วย กรรมการอิสระทั้งคณะ เพื่อทำหน้าที่สอบทานความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของงบการเงิน รวมถึงดูแลการเปิดเผยข้อมูลให้มีความเพียงพอ ควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการและระบบการควบคุมภายในให้เป็นไปตามมาตรฐานทั้งนี้ ขอบเขตอำนาจหน้าที่ได้ระบุไว้ในหัวข้อ “โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการและอื่น ๆ”

ในกรณีที่มีการทำรายการที่นอกเหนือจากการดำเนินงานตามปกติ คณะกรรมการบริษัทจะเป็นผู้พิจารณาโดยมีกรรมการอิสระเข้าร่วมประชุมเพื่อพิจารณาอย่างโปร่งใส นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ทำหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการ และพิจารณาค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและสมเหตุสมผล เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป

2. การสรรหาและแต่งตั้งกรรมการ กรรมการอิสระ และกรรมการ ผู้จัดการ

2.1 การสรรหาและแต่งตั้งกรรมการ และกรรมการอิสระ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ซึ่งประกอบด้วย กรรมการอิสระ 1 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 3 ท่าน) มีหน้าที่กำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์การสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อเสนอชื่อเป็นกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อย โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้:

1. การเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นเสนอชื่อบุคคล: บริษัทฯ ส่งเสริมสิทธิของผู้ถือหุ้นในการมีส่วนร่วมเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการเป็นการล่วงหน้า โดยในปี 2569 ได้เปิดให้ใช้สิทธิตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2568 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2569 โดยได้มีการแจ้งผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเว็บไซต์ของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2568 ทั้งนี้ ในปี 2569 ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณา
2. การพิจารณาจากฐานข้อมูลกรรมการ (Director Pool): พิจารณาจากทำเนียบกรรมการของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. ช่องทางอื่น ๆ: ตามที่คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเห็นสมควรเพื่อให้ได้บุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วน

โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนดำเนินการคัดเลือกและกลั่นกรองบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมตามข้อบังคับของบริษัทฯ กฎบัตรคณะกรรมการ และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญดังนี้:

1. คุณสมบัติตามกฎหมาย: ต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต. รวมถึงกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
2. ความเป็นอิสระ: สำหรับการสรรหากรรมการอิสระ บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์ความเป็นอิสระที่เข้มงวดกว่าข้อกำหนดขั้นต่ำของสำนักงาน ก.ล.ต. เช่น การถือหุ้นต้องไม่เกินร้อยละ 0.5 ของทุนชำระแล้ว (ศึกษาเพิ่มเติมได้ในหัวข้อ “กรรมการอิสระ” หน้า 351)
3. ทักษะและความเชี่ยวชาญ (Board Skills Matrix): พิจารณาความเหมาะสมของความรู้ ประสบการณ์ และทักษะวิชาชีพที่จำเป็น เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
4. ความหลากหลายของคณะกรรมการ (Board Diversity): ให้ความสำคัญกับโครงสร้างคณะกรรมการที่หลากหลายทั้งในด้านเพศ อายุ คุณวุฒิ ประสบการณ์ รวมถึงเชื้อชาติ หรือชาติพันธุ์ สัญชาติ และประเทศต้นกำเนิดหรือภูมิหลังทางวัฒนธรรม โดยกำหนดนโยบายให้กรรมการอย่างน้อยหนึ่งต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์ตรงในธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภคบริโภค)

ทักษะและความเชี่ยวชาญของคณะกรรมการ (Board Skills Matrix)

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่หลากหลาย โดยพิจารณาให้ครอบคลุมตามหมวดอุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจตามมาตรฐาน GICS (Global Industry Classification Standard) ทั้ง 11 หมวด ได้แก่:

กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก: พลังงาน (Energy), อุตสาหกรรม (Industrials), การผลิตวัสดุ (Materials), สินค้าจำเป็น (Consumer Staples), สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Discretionary), สุขภาพ (Health Care), การเงิน (Financials), เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology), บริการสื่อสาร (Communication Services), สาธารณูปโภค (Utilities) และอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)

ทักษะและความเชี่ยวชาญด้านอื่น ๆ ที่สำคัญ: นอกจากกลุ่มอุตสาหกรรมข้างต้น คณะกรรมการบริษัทยังประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในด้านการบริการ (Services), การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) ตลอดจนการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการวางรากฐานการกำกับดูแลที่แข็งแกร่งและขับเคลื่อนศักยภาพการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ชื่อ-นามสกุล	ประสบการณ์ทำงาน/ความรู้ความชำนาญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท	ประสบการณ์ทำงาน/ ความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ											
		ธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภคบริโภค)	ธุรกิจค้าปลีก (สินค้าจำเป็น)	ธุรกิจพลังงาน	ภาคอุตสาหกรรม	ภาคการผลิตวัสดุ	สุขภาพ	บัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์	เทคโนโลยีสารสนเทศ	อสังหาริมทรัพย์	บริการ	การกำกับดูแลกิจการ	การบริหารความเสี่ยง
1. นายอนันต์ อัครโกติน	●							●		●			
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	●	●						●	●	●	●		●
3. นายบุญสม เลิศศิริวงศ์	●			●	●		●		●	●		●	●
4. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	●					●		●		●			
5. นายระเฑียร ศรีมงคล					●		●	●	●	●	●	●	●
6. ผศ.ดร.เกษรา ัญญลักษณ์ภาคย์				●				●		●		●	●
7. นายพรวุฒิ สารสิน	●	●			●	●		●		●			
8. นายอาชวิน อัครโกติน	●							●		●			
9. นางสาวรณมา พุทธิประสา	●							●		●	●		●
10. น.ส.วีรภรณ์ อุดมคุณธรรม					●			●		●	●		
11. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	●								●		●		●

ภายหลังการสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะนำเสนอรายชื่อเพื่อขอความเห็นชอบต่อคณะกรรมการบริษัท และนำเสนอเข้าสู่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติแต่งตั้ง โดยมีหลักเกณฑ์และวิธีการเลือกตั้งดังนี้

1. ผู้ถือหุ้นหนึ่งคนมีคะแนนเสียงเท่ากับหนึ่งหุ้นต่อหนึ่งเสียง
2. ผู้ถือหุ้นต้องใช้คะแนนเสียงที่มีอยู่ทั้งหมดตามข้อ 1 เพื่อเลือกตั้งบุคคลหนึ่งคนหรือหลายคนเป็นกรรมการก็ได้ แต่ไม่สามารถจัดสรรหรือแบ่งคะแนนเสียง (Non-Cumulative Voting) ให้แก่ผู้สมัครรายใดมากนักน้อยเพียงใดได้

หากตำแหน่งกรรมการว่างลงเนื่องจากเหตุอื่นนอกจากการออกตามวาระ คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจพิจารณาแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายเข้าเป็นกรรมการแทน โดยกรรมการที่เข้าใหม่จะอยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการเดิมเท่านั้น

การเลือกตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ครบกำหนดออกตามวาระในปี 2568

ในปี 2568 มีกรรมการที่ครบกำหนดต้องออกตามวาระจำนวน 4 ท่าน ได้แก่

1. นายอนันต์ อัศวโภคิน
2. นายพรวุฒิ สารสิน
3. นายระเฑียร ศรีมงคล
4. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์

ความเห็นของคณะกรรมการ: คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้พิจารณาคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์การสรรหาอย่างถี่ถ้วน และมีความเห็นว่ากรรมการทั้ง 4 ท่านเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 ตลอดจนมีทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ (Board Skills Matrix) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ นอกจากนี้ ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา กรรมการทุกท่านไม่เคยเป็นพนักงานหรือหุ้นส่วนของบริษัทผู้สอบบัญชีที่บริษัทฯ ใช้บริการ และได้ปฏิบัติหน้าที่เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ มาโดยตลอด คณะกรรมการบริษัทจึงมีมติเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 เพื่อพิจารณาแต่งตั้งกรรมการทั้ง 4 ท่านกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกวาระหนึ่ง โดยเป็นการลงมติแต่งตั้งกรรมการเป็นรายบุคคลซึ่งที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติเห็นชอบตามที่เสนอ

2.2 การสรรหากรรมการผู้จัดการ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนทำหน้าที่พิจารณากลั่นกรองและคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ โดยครอบคลุมทั้งการสรรหาจากบุคคลภายนอกและการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งภายใน (Succession Planning) ทั้งนี้ การพิจารณาจะยึดตามหลักเกณฑ์ด้านความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะที่จำเป็น (Board Skills Matrix) เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ดำรงตำแหน่งจะสามารถบริหารจัดการองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด โดยจะนำเสนอรายชื่อต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติแต่งตั้งต่อไป

อำนาจหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ

ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2544 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2544 และ 9/2544 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2544 กรรมการผู้จัดการได้รับมอบอำนาจในการบริหารจัดการกิจการของบริษัทฯ ภายใต้แผนงานและงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทอย่างเคร่งครัด โดยต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวังและรักษาผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น โดยมีขอบเขตอำนาจหน้าที่สรุปได้ดังนี้

1. บริหารจัดการและดำเนินกิจการตามปกติประจำวันของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์และนโยบายที่นำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
2. อนุมัติค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (OPEX) และรายจ่ายลงทุน (CAPEX) ตามงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ (ยกเว้นรายการกู้ยืมและการค้าประกันซึ่งต้องเป็นไปตามระเบียบอำนาจอนุมัติของบริษัทฯ)
3. บริหารทรัพยากรบุคคล ได้แก่ การบรรจุ แต่งตั้ง โยกย้าย เลื่อนตำแหน่ง พิจารณาค่าจ้าง รวมถึงการลงโทษทางวินัย และการให้ออกตามระเบียบข้อบังคับของบริษัทฯ
4. การดำเนินงานอื่นๆที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท โดยให้อำนาจดังนี้
 - 4.1 มีอำนาจในการบริหารงานตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง รวมถึงมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

4.2 มีอำนาจดำเนินการ ตลอดจนเข้าลงนามในนิติกรรม สัญญา เอกสารคำสั่ง หรือหนังสือใด ๆ ที่ใช้ติดต่อกับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และบุคคลอื่น ตลอดจนมีอำนาจกระทำการใด ๆ ที่จำเป็นและสมควร เพื่อให้การดำเนินการข้างต้นสำเร็จลุล่วง

4.3 มีอำนาจในการมอบอำนาจช่วงให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้ โดยต้องอยู่ภายใต้ระเบียบข้อกำหนด หรือคำสั่งที่คณะกรรมการบริษัท หรือ บริษัทฯ กำหนดไว้

ทั้งนี้ กรรมการผู้จัดการไม่สามารถอนุมัติรายการที่ตนเองหรือบุคคลที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยในทุกกรณี

การแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ระหว่าง ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ

บริษัทฯ กำหนดให้ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการไม่เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแบ่งแยกบทบาทและถ่วงดุลอำนาจ (Checks and Balances) อย่างชัดเจน แม้ประธานกรรมการจะเป็นตัวแทนผู้ถือหุ้นที่ไม่ใช่กรรมการอิสระ แต่คณะกรรมการบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่า โครงสร้างปัจจุบันมีความเหมาะสมกับลักษณะธุรกิจและเป็นจุดแข็งที่ส่งเสริมการเติบโตขององค์กร เนื่องจากประธานกรรมการเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และค้าปลีก อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งช่วยให้การกำกับดูแลเป็นไปเพื่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ประธานกรรมการ: มีหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะกรรมการตามกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท โดยยึดมั่นในจรรยาบรรณและนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ทั้งนี้ ประธานกรรมการทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมคณะกรรมการและที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อควบคุมดูแลการประชุมให้ดำเนินไปอย่างเรียบร้อย พร้อมเปิดโอกาสให้กรรมการและผู้ถือหุ้นได้แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอย่างเต็มที่ในเชิงสร้างสรรค์และเป็นอิสระ

กรรมการผู้จัดการ: มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารจัดการกิจการของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัทฯ ตลอดจนมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นอย่างเคร่งครัด

ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทฯ ได้แต่งตั้ง นายอนันต์ อัสวโกติน เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2565 เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2565 และได้รับแต่งตั้งเป็นประธานกรรมการ ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 4/2565 เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2565

ในกรณีที่ประธานกรรมการไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ประธานในที่ประชุมได้ ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมแทน

3. การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ ของคณะกรรมการ

กระบวนการและหลักเกณฑ์ในการประเมิน ผลงานคณะกรรมการบริษัท

บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อทบทวนผลการดำเนินงาน และนำเสนอแนะมาพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. การประเมินผลงานคณะกรรมการทั้งคณะ (Board Self-Assessment)
2. การประเมินผลงานคณะกรรมการชุดย่อย (Committee Self-Assessment)
3. การประเมินผลงานคณะกรรมการรายบุคคล (Individual Director Self-Assessment)

กระบวนการในการประเมินผลงาน คณะกรรมการบริษัท

เลขานุการบริษัทจะดำเนินการจัดส่งแบบประเมินผลงานทั้ง 3 ประเภทให้แก่กรรมการทุกท่านภายหลังการประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อกรรมการประเมินเสร็จสิ้น เลขานุการบริษัทจะรวบรวมและสรุปผลเสนอต่อคณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน เพื่อใช้ประกอบการพิจารณากำหนดค่าตอบแทนและค่าบำเหน็จกรรมการ โดยพิจารณาปัจจัยแวดล้อมอย่างรอบด้าน อาทิ การขยายตัวของธุรกิจ การเติบโตของกำไร มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด การจ่ายเงินปันผล และสถิติการเข้าประชุม รวมถึงการเปรียบเทียบกับมาตรฐานในอุตสาหกรรมเดียวกัน

หลักเกณฑ์ในการประเมินผลงาน

คณะกรรมการบริษัท

บริษัทฯ ได้นำแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย และคณะกรรมการรายบุคคล ตามมาตรฐานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับโครงสร้างและลักษณะธุรกิจ โดยมีหลักเกณฑ์การประเมินที่ครอบคลุมมิติสำคัญ ได้แก่ โครงสร้าง และคุณสมบัติของคณะกรรมการ บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ ประสิทธิภาพการประชุมคณะกรรมการ ตลอดจนการทำหน้าที่ของกรรมการและการประสานงานร่วมกับฝ่ายจัดการ

สรุปผลการประเมินในปี 2568: ในปี 2568 ผลการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท ทั้งในระดับคณะระดับบุคคล และคณะกรรมการชุดย่อย มีผลการประเมินในระดับ “ดีเยี่ยม” โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวมสูงกว่า 98% ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่ได้รับจากการประเมิน มาพิจารณาประกอบการพัฒนาศักยภาพและการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. การประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ ของกรรมการผู้จัดการ

หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานและ นโยบายค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ทำหน้าที่พิจารณาและนำเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของกรรมการผู้จัดการ โดยหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผ่านตัวชี้วัดผลงานหลัก (Key Performance Indicators: KPIs) ในมิติต่าง ๆ ดังนี้:

ด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Perspective): พิจารณาจากตัวชี้วัดที่สะท้อนประสิทธิภาพและการเติบโต อาทิ การเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิม (Same Store Sales Growth: SSSG) ประสิทธิภาพในการทำกำไร อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุน (ROIC) รวมถึงผลตอบแทนรวมของผู้ถือหุ้น (Total Shareholder Return: TSR) และอัตราส่วนทางการเงินต่อมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) โดยมีการเปรียบเทียบกับข้อมูลในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ด้านความยั่งยืน (ESG Perspective): บูรณาการผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการประเมิน อาทิ การขยายสัดส่วนยอดขายกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Products) การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน (Renewable Energy) และการสร้างงานสร้างอาชีพผ่านโครงการที่มิชชันเข้าแก่น้อย เพื่อยกระดับมาตรฐานสังคม

วัตถุประสงค์ของนโยบายค่าตอบแทน กรรมการผู้จัดการ

การกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินและค่าตอบแทนดังกล่าว มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังความสามารถ ส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของ และสร้างความสมดุลระหว่างผลตอบแทนของผู้บริหารกับประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยมีรายละเอียดการจ่ายค่าตอบแทนดังนี้:

โครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน

บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนที่สะท้อนถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยแบ่งโครงสร้างการพิจารณาออกเป็นผลตอบแทนระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงานจริง ดังนี้

ค่าตอบแทนระยะสั้น (Short-term Incentive): ประกอบด้วยเงินเดือนและโบนัสประจำปี ซึ่งพิจารณาจากดัชนีชี้วัดผลงานหลัก (KPIs) ภายใต้แนวทางการบริหารจัดการตามวัตถุประสงค์ (Management by Objectives) และการประเมินผลรอบด้าน (360 Degree Feedback) เพื่อให้การจ่ายค่าตอบแทนสะท้อนถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสำเร็จตามเป้าหมายประจำปีของบริษัทฯ อย่างแท้จริง

ค่าตอบแทนระยะยาว (Long-term Incentive): บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมการสร้างส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของ และการเติบโตไปพร้อมกับองค์กร ผ่านโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program: EJIP) ซึ่งมีการดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องรวมทั้งสิ้น 3 รุ่น ได้แก่:

- รุ่นที่ 1: ระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ถึง 30 มิถุนายน 2561
- รุ่นที่ 2: ระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2566
- รุ่นที่ 3: ระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2571

การคำนวณค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการ

สัดส่วน ต่อค่าตอบแทน ของกรรมการ ผู้จัดการ	หัวข้อการประเมิน	ตัวชี้วัดสำคัญ (Key Indicators)	ประเภทของตัวชี้วัด	
			ระยะสั้น	ระยะยาว
25%	ดัชนีการดำเนินงาน ของธุรกิจ	การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)	/	
		วงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle)	/	
		การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management)	/	/
25%	ดัชนีการบริหารจัดการ ด้านการตลาด	ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)	/	/
		ดัชนีความแข็งแกร่งของแบรนด์ (Brand Index)	/	/
		ประสิทธิภาพการให้บริการ (Service Performance)	/	
30%	ดัชนีประสิทธิภาพ การทำกำไร	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	/	/
		อัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุน (ROIC)	/	/
		ผลตอบแทนรวมของผู้ถือหุ้น	/	/
		(Total Shareholder Return)		
20%	ดัชนีความยั่งยืน ของกิจการ (ESG)	ความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement)	/	/
		ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)	/	/
		การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม	/	/
		(อาทิ การเพิ่มยอดขายสินค้า ECO Products		
		การใช้พลังงานทดแทน การลดก๊าซเรือนกระจก		
		โครงการทีมช่างเข้าแก่น้อยเศรษฐกิจหมุนเวียน และการบริหารจัดการของเสีย)		

หมายเหตุ:
 บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละหมวดตัวชี้วัดอย่างชัดเจน โดยกรรมการผู้จัดการจะต้องได้รับผลคะแนนรวมเฉลี่ย
 ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ของคะแนนเต็ม จึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมินขึ้นต่้าตามกับริษัทฯ กำหนด

สรุปการจ่ายค่าตอบแทนประจำปี 2568:

ผลการประเมิน: ในปี 2568 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้พิจารณาและนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยมีความเห็นว่ากรรมการผู้จัดการมีผลงานบรรลุเป้าหมายและผ่านเกณฑ์การประเมินในทุกหมวดตัวชี้วัดอย่างครบถ้วน จึงเห็นสมควรอนุมัติการจ่ายค่าตอบแทนตามนโยบายที่กำหนดไว้

สัดส่วนค่าตอบแทน (Pay Ratio): ในปี 2568 อัตราส่วนค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการต่อค่าตอบแทนเฉลี่ยของพนักงานทั้งหมด (CEO Pay Ratio) เท่ากับ 31 เท่า

5. การเข้าร่วมประชุมและการจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล

นโยบายและหลักเกณฑ์ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ทำหน้าที่พิจารณากลั่นกรองและเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานและค่าตอบแทนของกรรมการ กรรมการผู้จัดการ และผู้บริหารระดับสูง ให้มีความเป็นธรรมและเหมาะสม โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้:

- ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการแต่ละคณะ
- ผลประกอบการในภาพรวมของบริษัทฯ และความสำเร็จในการปฏิบัติงาน
- สถานะเศรษฐกิจและปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง
- การเปรียบเทียบกับอัตราค่าตอบแทนของบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียง รวมถึงข้อมูลผลสำรวจค่าตอบแทนกรรมการจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

ค่าตอบแทนกรรมการประจำปี 2568: ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2568 ได้มีมติอนุมัติการกำหนดค่าตอบแทนและบำเหน็จกรรมการ โดยมีรายละเอียดดังนี้:

วงเงินค่าตอบแทนประจำปี 2568: ไม่เกิน 12,000,000 บาท

ค่าบำเหน็จกรรมการ (จากผลประกอบการปี 2567): จำนวน 35,000,000 บาท

โดยมีโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน ดังนี้:

1. ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

1.1 ค่าตอบแทนรายเดือน

- ประธานกรรมการ	80,000 บาท / คน / เดือน
- รองประธานกรรมการ	60,000 บาท / คน / เดือน
- ประธานกรรมการบริหาร	60,000 บาท / คน / เดือน
- กรรมการ	40,000 บาท / คน / เดือน

1.2 ค่าตอบแทนตามการประชุม

- ประธานกรรมการ	30,000 บาท / คน / ครั้ง
- รองประธานกรรมการ	30,000 บาท / คน / ครั้ง
- ประธานกรรมการบริหาร	30,000 บาท / คน / ครั้ง
- กรรมการ	20,000 บาท / คน / ครั้ง

หมายเหตุ: กรรมการที่เป็นผู้บริหารจะไม่ได้รับค่าเบี้ยประชุม

2. ค่าตอบแทนอื่น

บริษัทฯ จัดให้มีสวัสดิการอื่น ๆ ตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ ดังนี้:

สิทธิส่วนลดในการซื้อสินค้า: กรรมการได้รับสิทธิส่วนลดตามที่ระบุไว้ในข้อบังคับของบริษัทฯ ซึ่งผ่านการอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้ว ทั้งนี้ อัตราส่วนลดดังกล่าวมีเงื่อนไขเทียบเท่ากับสิทธิประโยชน์ที่มอบให้แก่ลูกค้าระดับ VIP ทั่วไป (สูงสุดไม่เกิน 10%)

สวัสดิการตรวจสุขภาพประจำปี: กรรมการทุกท่านได้รับสิทธิการตรวจสุขภาพประจำปี จำนวนปีละ 1 ครั้ง

การเข้าร่วมประชุมและรายละเอียดค่าตอบแทนกรรมการที่เป็นตัวเงินในปี 2568

ตารางที่ 1: สถิติการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการ ประจำปี 2568

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดการประชุมคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง โดยมีสัดส่วนการเข้าร่วมประชุมของกรรมการเฉลี่ยร้อยละ 97.91 ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ ได้กำหนดเกณฑ์การครบองค์ประชุมสำหรับการลงมติในแต่ละวาระว่า ต้องมีการรวมการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 (ร้อยละ 66.67) ของจำนวนกรรมการทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีการจัดประชุมคณะกรรมการชุดย่อย ได้แก่ คณะกรรมการบริหารจำนวน 12 ครั้ง, คณะกรรมการตรวจสอบจำนวน 12 ครั้ง และคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจำนวน 2 ครั้ง รวมถึงได้มีการจัดการประชุมระหว่างกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร จำนวน 1 ครั้ง เพื่อส่งเสริมความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่

ชื่อ-นามสกุล	การเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท(ทั้งหมด 12 ครั้ง)				คณะกรรมการบริหาร (ทั้งหมด 12 ครั้ง)	คณะกรรมการ ตรวจสอบ (ทั้งหมด 12 ครั้ง)	คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน (ทั้งหมด 2 ครั้ง)
	รวม	%	ด้วยตนเอง	ผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์			
1. นายอนันต์ อัครโกติน	12/12	100%	-	12/12	-	-	-
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	12/12	100%	12/12	-	12/12	-	2/2
3. นายบุญสม เลิศศิริวงษ์	12/12	100%	12/12	-	-	12/12	-
4. นายพร สุนทรวิจิต์เจริญ	12/12	100%	12/12	-	12/12	-	2/2
5. นายระพีพร ศรีมงคล	12/12	100%	12/12	-	-	12/12	-
6. ผศ.ดร.เกษรา วัลย์ลักษณ์ภาคย์	11/12	91.67%	11/12	-	-	11/12	-
7. นายพรวุฒิ สารสิน	11/12	91.67%	10/12	1/12	-	-	2/2
8. นายอาทิวิน อัครโกติน	12/12	100%	10/12	2/12	12/12	-	-
9. นางสาวรณมา พุทธิประสาท	12/12	100%	12/12	-	-	-	-
10. น.ส.วริภรณ์ อุดมคุณธรรม	11/12	91.67%	9/12	2/12	-	-	-
11. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	12/12	100%	12/12	-	-	-	-

หมายเหตุ:
 ผศ.ดร.เกษรา วัลย์ลักษณ์ภาคย์ ไม่ได้เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2568 และการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 10/2568
 นายพรวุฒิ สารสิน ไม่ได้เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2568
 น.ส.วริภรณ์ อุดมคุณธรรม ไม่ได้เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2568

ตารางที่ 2: ค่าตอบแทนกรรมการรายบุคคล ประจำปี 2568

หน่วย: บาท

ชื่อ-นามสกุล	ค่าตอบแทน รายเดือน	ค่าเบี้ยประชุม กรรมการบริษัท	ค่าเบี้ยประชุม กรรมการบริหาร	ค่าเบี้ยประชุม กรรมการ ตรวจสอบ	ค่าเบี้ยประชุม กรรมการสรรหา และกำหนด ค่าตอบแทน	ค่านำเหิง กรรมการ	รวม
1. นายอนันต์ อัครโกติน	960,000	360,000	-	-	-	5,600,000	6,920,000
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	720,000	360,000	360,000	-	40,000	4,200,000	5,680,000
3. นายบุญสม เลิศทวีวงศ์	480,000	240,000	-	360,000	-	2,800,000	3,880,000
4. นายพร สุนทรจิตต์เจริญ	480,000	240,000	240,000	-	60,000	2,800,000	3,820,000
5. นายระเฑียร ศรีมงคล	480,000	240,000	-	240,000	-	2,800,000	3,760,000
6. ผศ.ดร.เกษรา วัลย์ลักษณ์ภาคย์	480,000	220,000	-	220,000	-	2,800,000	3,720,000
7. นายพรวุฒิ สารสิน	480,000	220,000	-	-	40,000	2,800,000	3,540,000
8. นายอาชวิน อัครโกติน	480,000	240,000	240,000	-	-	2,800,000	3,760,000
9. นางสาวรณาท พุทธิประสาท	480,000	240,000	-	-	-	2,800,000	3,520,000
10. น.ส.วีรภัทร์ อุดมคุณธรรม	480,000	220,000	-	-	-	2,800,000	3,500,000
11. *นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	480,000	-	-	-	-	2,800,000	3,280,000
รวม	6,000,000	2,580,000	840,000	820,000	140,000	35,000,000	45,380,000

*หมายเหตุ:
นายวีรพันธ์ อังสุมาลี ไม่ได้รับค่าเบี้ยประชุมเนื่องจากดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการที่เป็นผู้บริหาร

6. การกำกับดูแลบริษัทย่อย

คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยผ่านการแต่งตั้งผู้บริหารเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ เพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์สูงสุดและขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี อาทิ

- นโยบายการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน: กำหนดให้บริษัทย่อยใช้หลักเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลและการเข้าทำรายการสำคัญ (เช่น การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์) ในมาตรฐานเดียวกับบริษัท
- ระบบการบันทึกบัญชีและรายงานทางการเงิน: กำกับดูแลกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและการบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยให้มีความถูกต้องและสอดคล้องกันเพื่อประสิทธิภาพในการตรวจสอบและรวบรวมข้อมูลสำหรับจัดทำงบการเงินรวมได้ตามกำหนดเวลา

7. การรักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน โดยสนับสนุนให้บุคลากรในสายงานที่เกี่ยวข้อง (อาทิผู้บริหารระดับสูงด้านบัญชีและการเงินผู้ตรวจสอบภายในเลขานุการบริษัท และนักลงทุนสัมพันธ์) มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่เหมาะสม พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างหน่วยงานบัญชีและการเงินให้มีการแยกหน้าที่ชัดเจน (Segregation of Duties) เพื่อความโปร่งใส

การพัฒนาความรู้: กำหนดให้ผู้ดำรงตำแหน่งหลักต้องผ่านการอบรมตามเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ และ ก.ล.ด. อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎเกณฑ์และมาตรฐานบัญชี

นักลงทุนสัมพันธ์: มุ่งเน้นการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา และเท่าเทียมกันต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อตระหนักถึงปัจจัยกระทบทั้งภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่อง

8. การกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายควบคุมการใช้ข้อมูลภายในและการซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อป้องกันการหาผลประโยชน์ในทางมิชอบและสร้างความยุติธรรมแก่ผู้ถือหุ้นทุกราย ดังนี้:

- **มาตรการรักษาข้อมูลภายใน:** กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องไม่ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทที่มีสาระสำคัญและยังไม่ได้เปิดเผยสารสนเทศต่อสาธารณชนเพื่อประโยชน์ของตนเองและผู้อื่น และต้องยึดถือปฏิบัติตามนโยบายการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลภายใน ที่บริษัทฯ กำหนดขึ้นอย่างเคร่งครัด
- **การถือหลักทรัพย์ของบริษัท:** กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ มีสิทธิเสรีภาพในการลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ แต่เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ห้ามกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เข้าถึงข้อมูลภายใน (รวมถึงคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ) ซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในช่วง 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงิน หากฝ่าฝืนถือเป็นความผิดทางวินัยและมีโทษตามกฎหมาย
- **การรายงานการถือครองหลักทรัพย์:** กำหนดให้กรรมการและผู้บริหารแจ้งการซื้อขายหลักทรัพย์ล่วงหน้าต่อเลขานุการบริษัทอย่างน้อย 1 วันทำการ และจัดเป็นวาระรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการเป็นประจำทุกเดือนรวมถึงต้องรายงานการถือครองหลักทรัพย์ ณ วันสิ้นงวดของกรรมการและผู้บริหารไว้ในรายงานประจำปี

ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่พบข้อร้องเรียนหรือการกระทำผิดเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายใน

9. นโยบายและแนวปฏิบัติด้าน การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและต่อต้านการทุจริตในทุกรูปแบบ โดยคณะกรรมการบริษัทได้อนุมัตินโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนตามหลักการควบคุมภายใน และกำหนดให้มีการทบทวนความเหมาะสมของนโยบายเป็นประจำทุกปี โดยมีแนวปฏิบัติที่สำคัญดังนี้

1. **ความเป็นกลางทางการเมือง:** บริษัทฯ ยึดมั่นในความเป็นกลางทางการเมือง ไม่มีนโยบายให้ความช่วยเหลือหรือกระทำการอันเป็นการฝักใฝ่พรรคการเมืองหรือกลุ่มการเมืองใด ๆ
2. **มาตรการงดรับของขวัญ (No Gift Policy):** ห้ามมิให้มีการรับหรือให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด แก่ผู้มีส่วนได้เสียในทุกกรณี
3. **การบริจาคเพื่อการกุศลและเงินสนับสนุน:** ต้องดำเนินการอย่างโปร่งใส มีหลักฐานชัดเจน ไม่ขัดต่อจริยธรรม และต้องมั่นใจว่าไม่ได้ทำเพื่อเป็นการอำพรางการทุจริต
4. **การจัดซื้อจัดจ้างและการทำสัญญา:** มีกระบวนการตรวจสอบที่เข้มงวด โปร่งใส และสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้

การสื่อสารและอบรม: บริษัทฯ สื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตให้แก่ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงบริษัทย่อย คู่ค้า และตัวแทนทางธุรกิจผ่านช่องทางที่หลากหลาย อาทิ เว็บไซต์บริษัท, ระบบ Intranet, ระบบ Vendor Relationship Management (VRM) และการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ โดยกำหนดให้กรรมการและผู้บริหารทำหน้าที่เป็นต้นแบบที่ดีในการปฏิบัติตามนโยบาย (Tone at the Top) เพื่อสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ยึดมั่นในความถูกต้องทั่วทั้งองค์กร

การบริหารความเสี่ยงและการควบคุม: บริษัทฯ กำหนดให้การป้องกันการทุจริตเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของบุคลากรทุกระดับ โดยนำปัจจัยเสี่ยงด้านการทุจริตมาพิจารณาในการประเมินความเสี่ยงระดับองค์กร โดยเฉพาะในขั้นตอนการจัดซื้อ การเบิกจ่าย และการขอใบอนุญาต ซึ่งมีการควบคุมผ่านกลไกต่าง ๆ ดังนี้:

- กำหนดกรอบเวลาการทำงานและงบประมาณที่ชัดเจนในทุกขั้นตอน
- ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารกับหน่วยงานรัฐ ก่อนดำเนินการทุกครั้ง
- การเบิกจ่ายเงินต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติโดยผู้มีอำนาจตามลำดับชั้นที่ระบุไว้ชัดเจน

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้กำหนดให้ความสุจริตและการยึดมั่นในความถูกต้อง (Integrity) เป็นหนึ่งในค่านิยมขององค์กร และปลูกฝังให้ทุกคนในองค์กรถือปฏิบัติ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองเป็นสมาชิก แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition หรือ CAC) ซึ่งต่อยอดถึงมาตรฐานการควบคุมภายในที่เข้มงวด สอดคล้องกับแนวทางของ IOD และสถาบันชั้นนำ (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน หน้า 257)

10. นโยบายการแจ้งเบาะแส การกระทำผิด (Whistle-Blowing)

บริษัทฯ มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยงานตรวจสอบภายใน เป็นหน่วยงานหลักในการรับเรื่องร้องเรียนและเบาะแสการกระทำผิด รวมถึงติดตามการปฏิบัติตามคู่มือจริยธรรมธุรกิจ โดยได้จัดให้มีช่องทางสื่อสารสำหรับพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อแจ้งเหตุหรือร้องเรียนการกระทำที่สงสัยว่า เป็นการกระทำผิด หรือประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ เพื่อให้สามารถดำเนินการสืบสวนและหาข้อสรุปได้อย่างเหมาะสม

กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับ เรื่องร้องเรียน:

1. **การพิจารณารับเรื่อง:** เมื่อได้รับแจ้งเบาะแสมผ่านช่องทางต่าง ๆ คณะกรรมการตรวจสอบจะมอบหมายให้สำนักตรวจสอบภายในเป็นผู้รวบรวมข้อมูลและนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรง
2. **การรวบรวมข้อเท็จจริงและดำเนินการ:** สำนักตรวจสอบภายในดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริง และประสานงานกับหัวหน้าสายงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณามาตรการแก้ไข โดยยึดหลักความโปร่งใสและเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย
3. **การรายงานผล:** รายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง พร้อมแจ้งผลสรุปให้ผู้ร้องเรียนทราบตามความเหมาะสม
4. **การติดตามและป้องกัน:** ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันทบทวนกระบวนการเพื่อปรับปรุงระบบงาน และป้องกันไม่ให้เกิดการฝ่าฝืนซ้ำในอนาคต

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน

กรณีพบเห็นการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือจรรยาบรรณทางธุรกิจ ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแส พร้อมแนบหลักฐานผ่านช่องทางดังนี้

กรรมการบริษัท

สำหรับการสื่อสารเกี่ยวกับการดำเนินงานทั่วไป ข้อมูลจะถูกส่งถึงกรรมการผู้จัดการที่:
http://hmpro-th.listedcompany.com/contact_board.html

คณะกรรมการ ตรวจสอบ

สำหรับเรื่องผิดกฎหมาย จรรยาบรรณ ข้อสงสัยทางบัญชี หรือระบบการควบคุมภายใน โดยข้อมูล
จะถูกส่งถึงสำนักตรวจสอบภายในเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบที่:
https://hmpro-th.listedcompany.com/contact_audit.html

หน่วยรับเรื่องร้องเรียน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล

สำหรับการกระทำผิดของพนักงาน หรือเรื่องร้องเรียนภายในผ่านทาง md@homepro.co.th หรือ
ช่องทาง HR Clinic (Hotline สำหรับพนักงาน)

สำหรับการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียในด้านอื่น ๆ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน รายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน
หน้า 96-98

มาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาความลับของข้อมูลและตัวตนของผู้แจ้งเบาะแสอย่างสูงสุด โดยจำกัดการรับรู้เฉพาะกรรมการ
ผู้จัดการและผู้บริหารระดับสูงในสายงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น เพื่อดำเนินการสอบสวนและรายงานแผนการป้องกันต่อคณะกรรมการ
บริษัทต่อไป

ทั้งนี้ ในปี 2568 ไม่มีการร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด



การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน

การจัดการความเสี่ยง

เพื่อสนับสนุนคณะกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและเท่าทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจและการบรรลุเป้าหมายขององค์กรจึงได้กำหนดแนวทางในการบริหารจัดการและควบคุมระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและยอมรับได้ (Risk Appetite)

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัท ได้จัดตั้ง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) โดยมีตัวแทนจากคณะกรรมการบริษัทปฏิบัติหน้าที่เป็นประธานคณะกรรมการฯ พร้อมด้วยผู้บริหารระดับสูงอันประกอบด้วย กรรมการผู้จัดการ รองกรรมการผู้จัดการ และผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ จาก 5 กลุ่มงานหลัก เพื่อให้ครอบคลุมการกำกับดูแลความเสี่ยงในทุกมิติสำคัญขององค์กร โดยในปี 2568 มีการดำเนินงานที่เป็นสาระสำคัญ ดังนี้

1. กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร ให้สอดคล้องกับทิศทางในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) ด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk) ด้านการเงิน (Financial Risk) ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk) ด้านความยั่งยืน (ESG Risk) และ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม

2. พิจารณาและประเมินความเสี่ยงสำคัญระดับองค์กร (Corporate Risk Profile) โดยวิเคราะห์ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สภาพภูมิอากาศ และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมผู้บริโภค และสถานะการแข่งขันจากคู่แข่งปัจจุบันและคู่แข่งรายใหม่ พร้อมทั้งกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators: KRI) เพื่อเป็นสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System) และกำกับดูแลให้มีแผนจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ
3. ติดตามและทบทวนระดับความเสี่ยงสำคัญอย่างสม่ำเสมอทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงยังคงอยู่ในระดับที่บริษัทฯ ยอมรับได้ (Risk Appetite) รวมถึงพิจารณาความเหมาะสมของการดำเนินงาน ความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน และแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่กำหนดไว้
4. รายงานผลการบริหารจัดการความเสี่ยงและสถานะความเสี่ยงสำคัญต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาส เพื่อให้การกำกับดูแลเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

การควบคุมภายใน

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 12/2568 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2568 คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาและประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ ร่วมกับคณะกรรมการตรวจสอบและผู้บริหาร ตามมาตรฐานสากลของ COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) ซึ่งครอบคลุม 5 องค์ประกอบหลัก และ 17 หลักการย่อย

คณะกรรมการมีความเห็นว่า ระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ มีความเพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิผลในการกำกับดูแลการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีสรุปสาระสำคัญในแต่ละด้านดังนี้:

1. การควบคุมภายในองค์กร (Control Environment)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมุ่งมั่นสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริตและจริยธรรมทางธุรกิจ พร้อมทั้งกำกับดูแลให้การดำเนินงานสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทฯ โดยส่งเสริมสภาพแวดล้อมการควบคุมที่แข็งแกร่งผ่านการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

- 1.1 บริษัทฯ กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจ นโยบายการควบคุมภายใน และแนวทางต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อเป็นหลักปฏิบัติและแนวทางสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน นอกจากนี้ยังกำหนดโครงสร้างองค์กร ขอบเขตอำนาจและความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่งอย่างเหมาะสม เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์และสร้างความโปร่งใสในทุกขั้นตอน
- 1.2 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในธุรกิจของบริษัทฯ และมีความเป็นอิสระจากฝ่ายบริหาร ทำหน้าที่กำกับดูแลทิศทางกลยุทธ์ พัฒนาระบบการควบคุมภายใน และกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจที่วัดผลได้ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

- 1.3 บริษัทฯ จัดโครงสร้างองค์กรในรูปแบบกลุ่มธุรกิจและสายงานที่ชัดเจน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมกำหนดสายการรายงาน (Reporting Line) และการมอบอำนาจในการตัดสินใจที่เหมาะสม
- 1.4 สนับสนุนให้พนักงานทุกคนทราบถึงบทบาทอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของตน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ
- 1.5 บริษัทฯ กำหนดคุณสมบัติของบุคลากรสำหรับแต่ละตำแหน่งงาน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการสรรหาและพัฒนาบุคลากร พร้อมทั้งวางแผนการสืบทอดตำแหน่งงานที่สำคัญ (Succession Plan) โดยมีกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานและโปร่งใส เพื่อให้การพิจารณาผลตอบแทนเป็นไปอย่างเป็นธรรมและสร้างแรงจูงใจ นอกจากนี้ ยังมีการจัดสวัสดิการต่าง ๆ ที่สามารถแข่งขันได้เพื่อรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ
- 1.6 บริษัทฯ จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงและการควบคุมภายในให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน โดยกำหนดให้เป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินผลงานเพื่อให้วัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนกฎระเบียบ และการมอบรางวัลแก่บุคลากรต้นแบบ (HomePro Role Model) เพื่อสร้างกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลัง



2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อกำกับดูแลการจัดการความเสี่ยงให้เป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

- 2.1 บริษัทฯ ดำเนินการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบมาตรฐาน COSO Enterprise Risk Management และกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน พร้อมสื่อสารให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับรับทราบเพื่อปลูกฝังเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร นอกจากนี้ รายงานทางการเงินของบริษัทฯ จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชี สะท้อนภาพกิจกรรมทางธุรกิจอย่างถูกต้อง และผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตภายนอก
- 2.2 บริษัทฯ จัดทำบัญชีความเสี่ยง (Risk Profile) ในหลากหลายมิติ ทั้งในระดับองค์กร ระดับหน่วยธุรกิจ และระดับหน่วยงาน ครอบคลุมถึงความเสี่ยงจากการลงทุนและในทุกกระบวนการทำงาน โดยวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อกำหนดแนวทางจัดการให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นหน้าที่ของทุกหน่วยงาน โดยมีกระบวนการทบทวนสถานะความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
- 2.3 บริษัทฯ นำระบบดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicators - KRI) มาใช้ติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงอย่างใกล้ชิด รวมถึงมีการประเมินโอกาสในการเกิดเหตุการณ์หรือคอร์รัปชันในรูปแบบต่าง ๆ และกำหนดมาตรการป้องกันที่เหมาะสม พร้อมสื่อสารนโยบายที่เกี่ยวข้องให้พนักงานทุกระดับยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด
- 2.4 บริษัทฯ ติดตามข่าวสารและสถานการณ์รอบด้านอย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบธุรกิจและแนวโน้มใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายองค์กร เพื่อเตรียมมาตรการรองรับและตอบสนองต่อเหตุการณ์ล่วงหน้าได้อย่างทันท่วงที

3. การควบคุมการปฏิบัติงาน (Control Activities)

บริษัทฯ กำหนดกิจกรรมการควบคุมที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารวัตถุประสงค์ขององค์กรให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 บริษัทฯ กำหนดนโยบาย คู่มือ และระเบียบปฏิบัติงานเป็นลายลักษณ์อักษรที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจและการดำเนินงานของบริษัทฯ พร้อมทั้งจัดวางระบบการแบ่งแยกหน้าที่หลัก (Segregation of Duties) และการมอบอำนาจอนุมัติอย่างเป็นระบบระหว่าง ผู้อนุมัติ ผู้บันทึกรายการ และผู้ดูแลเก็บรักษาทรัพย์สิน เพื่อให้เกิดกระบวนการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจ (Checks and Balances) อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.2 บริษัทฯ กำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำการควบคุมอัตโนมัติ (Automated Control) มาใช้ในกระบวนการสำคัญ เช่น ระบบ SAP GRC Access Control เพื่อควบคุมการกำหนดสิทธิการใช้งานระบบ SAP ให้สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการพัฒนาระบบให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยมีผู้รับผิดชอบเฉพาะส่วนที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและแก้ไขปัญหาทันทีเมื่อระบบแจ้งเตือนรายการที่ผิดปกติ
- 3.3 บริษัทฯ มีนโยบายที่เข้มงวดในการติดตามธุรกรรมกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยต้องผ่านขั้นตอนการอนุมัติตามระเบียบและดำเนินการโดยผู้ที่ไม่มีส่วนได้เสียเพื่อรักษาประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ นอกจากนี้ยังมีการติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์หลัก พร้อมทั้งทบทวนนโยบายและกระบวนการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

4. ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล (Information & Communication)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดสรรระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนให้ระบบการควบคุมภายในดำเนินไปได้ตามเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 4.1 บริษัทฯ มุ่งเน้นการนำข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรมาประกอบประกอบการตัดสินใจในประเด็นสำคัญ โดยหน่วยงานต่างๆ มีหน้าที่จัดเตรียมและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปใช้งานจริง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีมาตรการจัดการเอกสารสำคัญโดยกำหนดชั้นความลับและแนวทางการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีการใช้ซอฟต์แวร์ประสิทธิภาพสูงในการประมวลผลข้อมูลเพื่อป้องกันความซ้ำซ้อน และสามารถรายงานผลต่อฝ่ายบริหารได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ
- 4.2 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยจัดส่งข้อมูลผลการดำเนินงานและเอกสารสำคัญให้แก่คณะกรรมการบริษัทล่วงหน้าก่อนการประชุม เพื่อให้มีเวลาเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการตัดสินใจสำหรับการสื่อสารภายในองค์กร บริษัทฯ ได้ใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น HR HO Media กิจกรรม Town Hall Intranet อีเมล และ HomePro ME Application เพื่อให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลได้ทันทีทุกเวลา นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการปฐมนิเทศพนักงานใหม่และการพัฒนาทักษะผ่านระบบ Digital Learning เพื่อสร้างความเข้าใจในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร
- 4.3 บริษัทฯ มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างโปร่งใสและทันเวลาผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ, Call Center social media Line และ Facebook โดยมีหน่วยงานเฉพาะรับผิดชอบโดยตรง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแส (Whistleblowing System) ที่มีกระบวนการจัดการที่ชัดเจน ยุติธรรม และรักษาความลับของผู้แจ้งเบาะแสดอย่างเข้มงวด โดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในหัวข้อ การกำกับดูแลกิจการ หน้า 96-98

5. ระบบการติดตาม (Monitoring Activities)

บริษัทฯ มีกระบวนการติดตามและประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกำหนดแนวทางพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้มั่นใจว่าระบบมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 5.1 บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินการควบคุมภายในทั้งในระดับองค์กรและระดับกระบวนการผ่านการประเมินตนเอง (Self-Assessment) เป็นประจำทุกปี โดยมีหน่วยงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่สอบทานความเพียงพอและความเหมาะสม พร้อมให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการต่าง ๆ ทั้งนี้ หน่วยงานตรวจสอบภายในจะรายงานผลโดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่และสามารถเสนอรายงานได้อย่างตรงไปตรงมา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมให้ผู้ตรวจสอบภายในได้รับการอบรมพัฒนาความรู้วิชาชีพอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงาน
- 5.2 ฝ่ายบริหารมีหน้าที่รายงานต่อคณะกรรมการบริษัททันทีในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ หรือมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการทุจริตอย่างร้ายแรง การปฏิบัติที่ฝ่าฝืนกฎหมาย หรือการกระทำผิดปกติอื่น ๆ ที่อาจกระทบต่อชื่อเสียงและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงรายงานข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญพร้อมแนวทางแก้ไขต่อคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาภายในระยะเวลาอันควร

ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัทฯ ไม่พบข้อบกพร่องสำคัญ ในระบบการควบคุมภายในที่อาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการบรรลุวัตถุประสงค์หลักขององค์กร หรือข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับรายการที่อาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การทุจริต หรือการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ

นอกจากนี้ นางสาววิไลพร เชาว์วิวัฒน์กุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 9309 จากบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. และเป็นผู้ตรวจสอบงบการเงินของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 ได้ให้ความเห็นจากการประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในด้านบัญชีว่า ไม่พบข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญ

6. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับผิดชอบสูงสุดใน สายงานบัญชีและการเงิน และ ผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี

เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับ
หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เกี่ยวกับคุณสมบัติของ
ผู้รับผิดชอบสูงสุดในงานบัญชีและการเงิน (CFO) และผู้ควบคุม
ดูแลการทำบัญชี บริษัทฯ ขอเปิดเผยประวัติและรายละเอียด
การอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ด้านบัญชีอย่างต่อเนื่องตามเกณฑ์
ที่กำหนด ของผู้ดำรงตำแหน่งดังกล่าวทั้งสองท่าน ดังนี้

6.1 ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและ การเงิน (CFO)

นางสาววรรณิ จันทามงคล (61 ปี)

ตำแหน่งปัจจุบัน

- รองกรรมการผู้จัดการ กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
- เลขานุการบริษัท

การดำรงตำแหน่งในบริษัทย่อย

- กรรมการ
บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด
- กรรมการ
Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd.
- กรรมการ
บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด
- กรรมการ
บริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด

ประสบการณ์ทำงาน

- ร่วมงานกับบริษัทฯ ตั้งแต่ปี 2548 ถึงปัจจุบัน

วุฒิการศึกษา

- ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ (MBA)
สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี สาขาบัญชี
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการอบรม

2568

- หลักสูตร TLCA CFO CPD
หัวข้อ “มาตรฐานการรายงานทางการเงิน
เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน
(IFRS S1 และ IFRS S2)” และหัวข้อ
“Update มาตรฐานบัญชีที่จะมีผลบังคับใช้
ในอนาคต (IFRS 18 และ IFRS 19)”

2567

- หลักสูตร CFO Refresher Course หัวข้อ
“ประเด็นด้าน Generative AI ที่ส่งผลต่อ
การเงินและการบัญชีของบริษัทจดทะเบียน”
โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2566

- TLCA CFO CPD 1) What's the Future of
the CFO roles 2) RPA in Finance
- IOD training The Business Case and
Ethics of AI

2565

- โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 3/2565
โดยศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2564

- โครงการพัฒนาวิชาชีพเลขานุการบริษัทฯ
โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
- โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 2/2564
โดยศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2563

- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้าและ
การพาณิชย์ (TEPCoT) รุ่นที่ 13 โดยสถาบัน
วิทยาการการค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- หลักสูตร Advance for Corporate
Secretary Program โดยสมาคมบริษัท
จดทะเบียนไทย

2562

เข้าร่วมการอบรมที่ดำเนินการโดยสมาคมบริษัท
จดทะเบียนไทย (TLCA) ได้แก่

- The CFO's role in stakeholder communications
- Automation & RPA (Robotic Process Automation) for Accounting
- นโยบายของสำนักงาน ก.ล.ต. ในการพัฒนาตลาดทุนและการสนับสนุนการทำงานของ บริษัทจดทะเบียน

2560

- หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่นที่ 140/2017

2559

- หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยาการ
ตลาดทุน รุ่นที่ 22

2558

- หลักสูตร Strategic CFO รุ่นที่ 1
โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2551

- หลักสูตรกฎหมายและระเบียบปฏิบัติ
สำหรับเลขานุการบริษัท ตามกฎหมาย
หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2548

- หลักสูตร Corporate Secretary Program
โดยสมาคมส่งเสริมสถาบัน
กรรมการบริษัทไทย (IOD)

6.2 ผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี (Chief Accountant)

นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์ (58 ปี)

ตำแหน่งปัจจุบัน

- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มบัญชีและการเงิน

ประสบการณ์ทำงาน

- ร่วมงานกับบริษัทฯ ตั้งแต่ปี 2549 ถึงปัจจุบัน

วุฒิการศึกษา

- ปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชี

- ขึ้นทะเบียนตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2549

ประวัติการอบรม

2568

- หลักสูตร CFO Annual Conference on
Capital Markets โดย สภาวิชาชีพบัญชีใน
พระบรมราชูปถัมภ์
- หลักสูตร Case ที่พบจากการตรวจสอบ
บัญชีของผู้สอบบัญชี ข้อผิดพลาดจากการ
จัดทำบัญชีที่นักบัญชีต้องไม่พลาด โดย
บริษัทฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
- หลักสูตร Upgrade ความรู้และ Skill
ที่นักบัญชีต้องทราบ เพิ่มมูลค่าในงานบัญชี
สำหรับนักบัญชียุคใหม่ โดย บริษัทฝึกอบรม
และสัมมนาธรรมนิติ จำกัด

2567

- หลักสูตรแนวปฏิบัติการจัดทำบัญชีลูกหนี้
อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัท ฝึกอบรม
และสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
- หลักสูตรความรับผิดชอบของผู้ทำบัญชี และ
การจัดทำบัญชีให้สอดคล้องตามมาตรฐาน
การบัญชีที่สำคัญ โดยบริษัท ฝึกอบรมและ
สัมมนาธรรมนิติ จำกัด

2566

- หลักสูตรเทคนิคการสอบทานงานทางบัญชี เพื่อจัดทำงบการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- หลักสูตร Case การบันทึกบัญชีของ TAS16, TAS2 และ TAS23 ให้ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชี

2565

- หลักสูตรประเด็นปัญหาเอกสารรับ-จ่ายเงินทางบัญชี และการบันทึกบัญชีเกี่ยวกับผลกระทบที่กิจการได้รับจากสภาวะเศรษฐกิจ ในปี 2565 โดย บริษัท ฝึกอบรมและสัมมนา ธรรมนิติ จำกัด

2564

- Tax Consideration for Outbound Investment: ก้าวทัน เข้าใจ และปรับตัวต่อมาตรการภาษีอากรระหว่างประเทศไปกับ BEPS 2.0 เพื่อการวางแผนโครงสร้างการลงทุน ในต่างประเทศที่เหมาะสมโดย EY Thailand
- แนวโน้ม ทิศทางการทำ M&A ประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณา และกลยุทธ์ การทำ M&A ให้ประสบความสำเร็จ โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- สรุปสาระสำคัญ ประเด็นที่ควรทราบของ TFRS for PAEs ที่ต้องใช้และการเปลี่ยนแปลง ในปี 2564 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- วิเคราะห์ความเสี่ยงที่จะถูกตรวจสอบ เรื่องการกำหนดราคาโอน Transfer Pricing โดย EY Thailand
- Financial Reporting Trends 2021 โดย EY Thailand
- การเสวนา Robotic Process Automation (RPA) หนุนยนต์นักบัญชี อย่างก้าวสำคัญ ยกกระดานบัญชี สู่ยุค Digital Accounting โดย สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์
- การเสวนา การวางแผนเพื่อสร้างพลังบวก EP: 1 “การออกแบบและพัฒนาระบบแบบ คล่องตัว Adaptive System Design)” โดยสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์

2563

- ตามติด Disclosure Form พร้อมรับหลักเกณฑ์ กำหนดราคาโอน โดย บริษัท ฝึกอบรมและสัมมนา ธรรมนิติ จำกัด
- เจาะปัญหา Case study ด้านการบันทึกบัญชี ให้ถูกต้องตาม มาตรฐานการรายงานทางการเงิน โดย บริษัท ฝึกอบรมและสัมมนา ธรรมนิติ จำกัด

2562

- TFAC Conference 2019: Future of Finance
- Digital Disruption โดยสภาวิชาชีพบัญชี
- ประเด็นปัญหารายการข้อมูลทางบัญชีในการปิดงบการเงินก่อนนำเสนองบการเงิน ปี 2562 โดย บริษัท ฝึกอบรมและสัมมนา ธรรมนิติ จำกัด

2559

- หลักสูตร Strategic CFO รุ่นที่ 2 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

หมายเหตุ: คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาแล้วว่า ผู้ดำรงตำแหน่งดังกล่าวมีคุณสมบัติและประสบการณ์การทำงานที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งมีระยะเวลาการดำรงตำแหน่งและการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ประกาศกำหนด



รายการระหว่างกัน

ในปี 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายการธุรกิจที่สำคัญกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน (ซึ่งเกี่ยวข้องโดยการถือหุ้น หรือ มีผู้ถือหุ้น และ/หรือ มีกรรมกรร่วมกัน) โดยรายการดังกล่าวเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติและเกณฑ์ตามราคาตลาดที่ตกลงร่วมกัน ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีรายการในลักษณะที่เป็นการสนับสนุนทางการเงิน เช่น การให้กู้ยืมเงิน หรือการค้าประกันสินเชื่อ แก่บริษัทอื่นที่ไม่ใช่บริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทฯ มียอดคงค้างกับกิจการที่เกี่ยวข้องกันซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ชื่อบริษัท / ลักษณะ	รายการ	จำนวน (พันบาท)		ความเห็นของกรรมการตรวจสอบและผู้บริหาร
		31 ธ.ค. 67	31 ธ.ค. 68	
1. บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์				
– เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยถือหุ้นร้อยละ 30.23 ของทุนชำระแล้ว ณ 11 ก.ย. 2567	รายได้จากการขาย	38,827	28,797	มูลค่าดังกล่าวเกิดจากราคาขายที่เหมาะสม โดยเป็นราคาเดียวกับราคาตลาดที่บริษัทฯ ขายให้กับลูกค้ารายอื่น
	ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	4,123	838	
– กรรมการร่วม 2 ท่าน คือ				
1. นายณพร สุนทรจิตต์เจริญ				
2. นายอาชวิน อัครโกติน				
2. บมจ. ควอลิตี้เฮ้าส์				
– เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยถือหุ้นร้อยละ 19.87 ของทุนชำระแล้ว ณ 11 ก.ย. 2567	รายได้จากการขาย	35,321	23,516	มูลค่าดังกล่าวเกิดจากราคาขายที่เหมาะสม โดยเป็นราคาเดียวกับราคาตลาดที่บริษัทฯ ขายให้กับลูกค้ารายอื่น
	ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	422	32	
– กรรมการร่วม 4 ท่าน คือ				
1. นายบุญสม เลิศศิริวงษ์				
2. น.ส.สุวรรณา พุทธประสาท				
3. นายณพร สุนทรจิตต์เจริญ				
4. นายอาชวิน อัครโกติน				
3. บริษัทที่มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกัน บริษัทที่มีผู้ถือหุ้นร่วมกัน และบริษัทที่มีบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ	รายได้จากการขาย	5,391	7,420	– ตามราคาตลาด
	รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	8,809	7,892	– ตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
	รายได้อื่น	39,186	35,935	– ตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
	ดอกเบี้ยรับ	7,071	120	– ร้อยละ 0.15 - 0.40 ต่อปี (2567: ร้อยละ 0.50 - 1.90 ต่อปี)
	ค่าเช่าและค่าบริการ	45,271	48,349	– ร้อยละของรายได้ แต่ไม่น้อยกว่าอัตราขั้นต่ำ
	ซื้อสินค้าและสินทรัพย์	415,796	334,452	– ราคาตามที่ตกลงร่วมกัน ซึ่งเทียบเคียงกับราคาตลาด
	ซื้อสิทธิการเช่า	-	-	– ราคาตามสัญญา

ชื่อบริษัท / ลักษณะ	รายการ	จำนวน (พันบาท)		ความเห็นของกรรมการ ตรวจสอบและผู้บริหาร
		31 ธ.ค. 67	31 ธ.ค. 68	
	เงินฝากสถาบัน การเงิน	30,216	18,895	
	ลูกหนี้การค้าและ ลูกหนี้อื่น	15,532	12,204	
	เงินประกันการเช่า	7,436	7,436	
	เจ้าหนี้การค้าและ เจ้าหนี้อื่น	102,025	89,572	

ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนสามารถศึกษารายละเอียดข้อมูลรายการระหว่างกันย้อนหลังเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ www.homepro.co.th

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของรายการ

การทำรายการระหว่างกันเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ โดยมีความจำเป็นและความสมเหตุสมผลตามลักษณะการประกอบธุรกิจทั่วไป คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาและให้ความเห็นว่ารายการดังกล่าวมีความสมเหตุสมผลและมีการกำหนดราคาและเงื่อนไขต่าง ๆ อย่างเป็นธรรมในราคายุติธรรม

มาตรการและขั้นตอนการอนุมัติ การทำรายการระหว่างกัน

สำหรับรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและคาดว่าจะเกิดขึ้นต่อเนื่องในอนาคต ได้แก่ การขายสินค้าให้แก่ บมจ.แลนด์ แอนด์ เฮาส์ และ บมจ. ควอลิตี้เฮาส์ การเช่าพื้นที่ในอาคารเวฟเพลสจากกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ควอลิตี้เฮาส์ รวมถึงการให้เช่าพื้นที่และธุรกรรมด้านเงินฝากและการให้บริการกับ บมจ. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ รายการเหล่านี้ล้วนเป็นไปตามหลักการดำเนินธุรกิจตามปกติ โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

สำหรับรายการขายสินค้า บริษัทฯ กำหนดราคาตามราคาตลาด ซึ่งเป็นราคาที่ผู้ซื้อสามารถซื้อได้จากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่น โดยทั่วไปจะทำการกำหนดคุณสมบัติและราคาสินค้าก่อนล่วงหน้า เช่นเดียวกับรายการซื้อสินค้า บริษัทฯ สั่งซื้อสินค้าตามราคาตลาด ซึ่งสามารถสั่งซื้อได้จากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่น โดยรายการระหว่างกันนี้ คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาและให้ความเห็นว่า รายการดังกล่าวเป็นไปตามลักษณะของการประกอบธุรกิจโดยทั่วไป ซึ่งบริษัทฯ ได้รับและจ่ายค่าตอบแทนในราคายุติธรรม

นโยบายหรือแนวนโยบายการทำรายการระหว่างกัน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายให้การทำรายการระหว่างกันในอนาคตต้องเป็นไปตามลักษณะการดำเนินธุรกิจปกติ โดยเฉพาะการกำหนดราคาสินค้าต้องอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับผู้ขายรายอื่นในตลาดได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมุ่งมั่นปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับ ประกาศ และข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่สำคัญ

ในกรณีที่มีรายการระหว่างกันเกิดขึ้นกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทฯ จะเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบ เป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นและความเหมาะสมของรายการนั้น หากคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญเฉพาะด้านในรายการดังกล่าว บริษัทฯ จะจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญอิสระหรือผู้สอบบัญชี เป็นผู้ให้ความเห็นประกอบการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้นตามแต่กรณี เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเปิดเผยรายการระหว่างกันไว้อย่างครบถ้วนในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ

รายงานความรับผิดชอบของ คณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

งบการเงินรวมของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จัดขึ้นตามข้อกำหนดพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้าว่าวันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2544 รวมถึงปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในการสอบทานนโยบายการบัญชี คุณภาพของรายงานทางการเงิน ระบบการควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และระบบการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างครบถ้วนและเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน โดยความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบได้ปรากฏอยู่ใน “รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ” ซึ่งแสดงไว้ในรายงานประจำปีฉบับนี้แล้ว

คณะกรรมการบริษัทมีความเห็นว่า ระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับที่น่าพอใจและเพียงพอที่จะสร้างความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลในการรักษาทรัพย์สินและป้องกันการทุจริต คณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้รับผิดชอบต่อรายงานทางการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จึงได้ใช้ดุลยพินิจอย่างระมัดระวังในการเลือกใช้นโยบายการบัญชีที่เหมาะสมและถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่างบการเงินดังกล่าวได้แสดงฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นธรรม ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่รับรองทั่วไป



(นายอนันต์ อัครโกศล)

ประธานกรรมการ



(นายวิรัตน์ อังสุมาลี)

กรรมการผู้จัดการ

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอต่อผู้ถือหุ้นของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินรวมของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ซึ่งประกอบด้วยงบฐานะการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นรวมและงบกระแสเงินสดรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน และหมายเหตุประกอบงบการเงินรวม รวมถึงหมายเหตุข้อมูลนโยบายการบัญชีที่มีสาระสำคัญ และได้ตรวจสอบงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ด้วยเช่นกัน (รวมเรียกว่า “งบการเงิน”)

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และเฉพาะของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

เกณฑ์ในการแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าได้กล่าวไว้ในวรรค ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากกลุ่มบริษัทตามประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี รวมถึงมาตรฐานเรื่องความเป็นอิสระ ที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี (ประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงิน และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจริยบรรณอื่นๆตามประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบคือเรื่องต่างๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดตามดุลยพินิจของผู้ประกอบวิชาชีพของข้าพเจ้าในการตรวจสอบงบการเงินสำหรับงวดปัจจุบัน ข้าพเจ้าได้นำเรื่องเหล่านี้มาพิจารณาในบริบทของการตรวจสอบงบการเงินโดยรวมและในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ทั้งนี้ ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความเห็นแยกต่างหากสำหรับเรื่องเหล่านี้

ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบที่ได้กล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ซึ่งได้รวมความรับผิดชอบที่เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ด้วย การปฏิบัติงานของข้าพเจ้าได้รวมวิธีการตรวจสอบที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองต่อการประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ผลของวิธีการตรวจสอบของข้าพเจ้า ซึ่งได้รวมวิธีการตรวจสอบสำหรับเรื่องเหล่านี้ด้วย ได้ใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินโดยรวม

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ พร้อมวิธีการตรวจสอบสำหรับแต่ละเรื่องมีดังต่อไปนี้

การรับรู้รายได้จากการขาย

เนื่องจากรายได้จากการขายที่กลุ่มบริษัทรับรู้ในแต่ละงวดมีจำนวนเงินที่มีสาระสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวม รวมถึงลักษณะการประกอบธุรกิจค้าปลีกของกลุ่มบริษัทที่มีสาขาจำนวนมาก ดังนั้น ข้าพเจ้าจึงพิจารณาเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบในระยะเวลาในการรับรู้รายได้จากการขาย โดยนโยบายการบัญชีเรื่องการรับรู้รายได้จากการขายได้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 4.1

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบการรับรู้รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัท ซึ่งรวมถึง

- ประเมินและทดสอบการควบคุมทั่วไปของระบบสารสนเทศและระบบการควบคุมภายในของกลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องกับวงจรรายได้จากการขาย
- สุ่มตัวอย่างเอกสารประกอบรายการขายเพื่อตรวจสอบการรับรู้รายได้จากการขายว่าสอดคล้องกับนโยบายการรับรู้รายได้ของกลุ่มบริษัท และสุ่มตรวจสอบเอกสารประกอบรายการขายที่เกิดขึ้นในระหว่างปีและช่วงใกล้สิ้นรอบระยะเวลาบัญชี
- วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลบัญชีรายได้จากการขายแบบแยกย่อยสำหรับรายการขายตลอดรอบระยะเวลาบัญชี

ค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าน้ำค้างเหลือ

ในการประมาณค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าน้ำค้างเหลือตามที่เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 5 และข้อ 9 จำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจที่สำคัญของฝ่ายบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประมาณการค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าน้ำค้างเหลืออันเนื่องมาจากการสูญหาย เสื่อมสภาพ หรือล้าสมัย

ข้าพเจ้าได้ประเมินการพิจารณาค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าน้ำค้างเหลือ โดยทำการตรวจสอบซึ่งรวมถึง

- ทำความเข้าใจและประเมินวิธีการและสมมติฐานที่ฝ่ายบริหารใช้ในการพิจารณาค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าน้ำค้างเหลือ รวมถึงสอบทานความสม่ำเสมอของการใช้เกณฑ์ดังกล่าว
- วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลระยะเวลาการถือครองและการเคลื่อนไหวของสินค้าน้ำค้างเหลือเพื่อระบุถึงกลุ่มสินค้าที่มีข้อบ่งชี้ว่ามีการหมุนเวียนของสินค้าที่ช้ากว่าปกติ
- วิเคราะห์เปรียบเทียบในรายละเอียดสำหรับรายการขายภายหลังวันที่ในงบการเงินเปรียบเทียบกับราคาทุนของสินค้าน้ำค้างเหลือแต่ละกลุ่มสินค้า และสุ่มตรวจสอบกับเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ซึ่งรวมถึงข้อมูลที่รวมอยู่ในรายงานประจำปีของกลุ่มบริษัท (แต่ไม่รวมถึงงบการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่แสดงอยู่ในรายงานนั้น) ซึ่งคาดว่าจะถูกจัดเตรียมให้กับข้าพเจ้าภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ข้อสรุปในลักษณะการให้ความเชื่อมั่นในรูปแบบใดๆต่อข้อมูลอื่นนั้น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงินคือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นนั้นมี ความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้าหรือไม่ หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นแสดงขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปีของกลุ่มบริษัทตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว และหากสรุปได้ว่าการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าจะสื่อสารเรื่องดังกล่าวให้ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลทราบเพื่อให้มีการดำเนินการแก้ไขที่เหมาะสมต่อไป

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต้องการเงิน

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงิน ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง การเปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่อเนื่องในกรณีที่มีเรื่องดังกล่าว และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่องเว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกกลุ่มบริษัทหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องอีกต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการกำกับดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของกลุ่มบริษัท

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีสาระสำคัญเมื่อคาดการณ์อย่างสมเหตุสมผลได้ว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินจากการใช้งบการเงินเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ด้วย

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงผล การแสดงผลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริง หรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน

- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของกลุ่มบริษัท
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ผู้บริหารจัดทำ
- สรุปลักษณะความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหาร และสรุปจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับว่าความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ หากข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าจะต้องให้ข้อสังเกตไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าถึงการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องในงบการเงิน หรือหากเห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอ ข้าพเจ้าจะแสดงความเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้กลุ่มบริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่องได้
- ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องตลอดจนประเมินว่างบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่
- วางแผนและปฏิบัติงานตรวจสอบกลุ่มกิจการเพื่อให้ได้รับหลักฐานการสอบบัญชีที่เหมาะสมอย่างเพียงพอเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินของกิจการหรือหน่วยธุรกิจภายในกลุ่มกิจการเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นต่องบการเงินรวม ข้าพเจ้ารับผิดชอบต่อการกำหนดแนวทาง การควบคุมดูแล และการสอบทานงานตรวจสอบที่ทำเพื่อวัตถุประสงค์ของการตรวจสอบกลุ่มกิจการ ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อความเห็นของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้มีส่วนที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบ รวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้ให้คำรับรองแก่ผู้มีส่วนที่ในการกำกับดูแลว่าข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระและได้สื่อสารกับผู้มีส่วนที่ในการกำกับดูแลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดจนเรื่องอื่นซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระ และการดำเนินการเพื่อขจัดอุปสรรคหรือมาตรการป้องกันของข้าพเจ้า (ถ้ามี)

จากเรื่องทั้งหลายที่สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล ข้าพเจ้าได้พิจารณาเรื่องต่างๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดใน การตรวจสอบงบการเงินในงวดปัจจุบันและกำหนดเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ข้าพเจ้าได้อธิบายเรื่องเหล่านี้ ไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชี เว้นแต่กฎหมายหรือข้อบังคับห้ามไม่ให้เปิดเผยเรื่องดังกล่าวต่อสาธารณะ หรือ ในสถานการณ์ที่ยากที่จะเกิดขึ้น ข้าพเจ้าพิจารณาว่าไม่ควรสื่อสารเรื่องดังกล่าวในรายงานของข้าพเจ้าเพราะ การกระทำดังกล่าวสามารถคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่าจะมีผลกระทบในทางลบมากกว่าผลประโยชน์ ที่ผู้มีส่วนได้เสียสาธารณะจะได้จากการสื่อสารดังกล่าว

ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบงานสอบบัญชีและการนำเสนอรายงานฉบับนี้

วิไลพร เชาววิวัฒน์กุล

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 9309

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

กรุงเทพฯ: 24 กุมภาพันธ์ 2569

งบแสดงฐานะการเงิน

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
สินทรัพย์				
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	6, 7	4,487,990,432	5,553,723,127	4,012,393,971
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	6, 8	2,358,334,020	2,007,873,302	2,438,687,632
สินค้าคงเหลือ	9	15,190,380,387	14,899,728,957	14,790,044,652
ภาษีมูลค่าเพิ่มค้างรับ		24,906,182	842,426	24,146,283
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	10	145,957,580	187,409,300	123,253,171
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		22,207,568,601	22,649,577,112	21,388,525,709
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน				
เงินลงทุนในบริษัทย่อย	11	-	-	1,765,088,649
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	12	65,992,909	66,732,704	68,705,866
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	13	4,492,342,585	4,165,729,625	4,492,342,585
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	14	32,857,883,947	31,940,693,779	30,549,714,012
สินทรัพย์สิทธิการใช้	18	9,707,060,799	9,518,461,222	9,032,797,997
คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	15	430,868,817	436,269,123	429,359,061
อสังหาริมทรัพย์รอการขาย		10,706,335	10,706,335	10,706,335
เงินประกันการเช่า	6	65,875,877	60,175,925	56,761,312
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	27	643,586,390	639,843,988	628,534,407
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น		166,589,195	176,679,127	141,956,421
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		48,440,906,854	47,015,291,828	47,175,966,645
รวมสินทรัพย์		70,648,475,455	69,664,868,940	68,564,492,354

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

(หน่วย: บาท)					
		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	หมายเหตุ	2568	2567	2568	2567
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	16	6,005,438,510	3,012,905,550	6,000,000,000	3,000,000,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	6, 17	15,312,702,048	15,458,716,900	15,145,263,803	15,285,706,957
หนี้สินตามสัญญาเช่าส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	18	229,264,912	249,623,651	191,602,990	191,415,053
เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	19	24,395,602	25,557,901	-	-
หุ้นกู้ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	20	6,700,000,000	5,000,000,000	6,700,000,000	5,000,000,000
ภาษีเงินได้คืนบุคคลค้างจ่าย		491,659,305	546,796,030	467,358,768	523,364,576
เงินรับล่วงหน้าจากลูกค้า		1,073,940,248	1,139,565,085	1,057,425,681	1,116,862,349
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		446,413,648	515,926,346	428,286,195	494,472,328
รวมหนี้สินหมุนเวียน		30,283,814,273	25,949,091,463	29,989,937,437	25,611,821,263
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	18	6,867,779,564	6,704,403,877	6,499,773,746	6,299,649,771
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	19	54,890,104	77,471,257	-	-
หุ้นกู้ - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	20	5,703,127,640	8,519,372,668	5,703,127,640	8,519,372,668
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	21	684,910,905	653,531,752	641,054,919	610,251,502
ค่าเช่ารับล่วงหน้า - สุทธิจากส่วนที่รอรับรู้รายได้ภายในหนึ่งปี		158,171,644	176,788,672	158,171,644	176,788,672
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		798,556,484	781,772,078	755,097,050	737,104,929
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		14,267,436,341	16,913,340,304	13,757,224,999	16,343,167,542
รวมหนี้สิน		44,551,250,614	42,862,431,767	43,747,162,436	41,954,988,805

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ส่วนของผู้ถือหุ้น				
ทุนเรือนหุ้น				
ทุนจดทะเบียน				
หุ้นสามัญ 13,151,198,025 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท	13,151,198,025	13,151,198,025	13,151,198,025	13,151,198,025
ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว				
หุ้นสามัญ 13,151,198,025 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท	13,151,198,025	13,151,198,025	13,151,198,025	13,151,198,025
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	646,323,076	646,323,076	646,323,076	646,323,076
กำไรสะสม				
จัดสรรแล้ว				
สำรองตามกฎหมาย	23	1,315,120,000	1,315,120,000	1,315,120,000
สำรองหุ้นที่ซื้อคืน	28	1,355,138,779	-	-
ยังไม่ได้จัดสรร		11,007,678,237	9,704,688,817	10,305,515,027
หุ้นที่ซื้อคืน - หุ้นสามัญ	28	(1,355,138,779)	(1,355,138,779)	-
องค์ประกอบอื่นของผู้ถือหุ้น		(23,096,042)	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ		26,097,223,296	24,817,329,918	25,418,156,128
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย		1,545	-	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		26,097,224,841	24,817,329,918	25,418,156,128
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		70,648,475,455	68,564,492,354	67,373,144,933
		-	-	-

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

บริษัท โอม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
กำไรหรือขาดทุน:				
รายได้				
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	24	65,955,183,706	67,952,021,048	64,835,259,910
รายได้ค่าเช่า		1,932,411,565	1,854,365,115	1,913,607,915
รายได้เงินปันผล	6, 11	-	-	390,098,096
รายได้อื่น		2,682,179,354	2,770,130,815	2,623,964,821
รวมรายได้		70,569,774,625	72,576,516,978	69,762,930,742
ค่าใช้จ่าย				
ต้นทุนขายและบริการ		48,336,945,782	49,728,453,127	47,546,280,034
ต้นทุนค่าเช่า		814,714,230	816,446,879	807,290,238
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ		11,023,523,745	10,980,338,505	11,051,275,454
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		2,285,233,379	2,359,826,950	2,203,124,079
ค่าใช้จ่ายอื่น		9,639,032	764,074	8,402,621
รวมค่าใช้จ่าย		62,470,056,168	63,885,829,535	61,616,372,426
กำไรจากการดำเนินงาน		8,099,718,457	8,690,687,443	8,146,558,316
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม		(739,795)	838,629	-
รายได้ทางการเงิน		39,752,945	61,950,925	37,145,728
ต้นทุนทางการเงิน	26	(710,952,930)	(687,529,460)	(708,299,794)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้		7,427,778,677	8,065,947,537	7,475,404,250
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	27	(1,416,387,806)	(1,562,400,276)	(1,358,051,669)
กำไรสำหรับปี		6,011,390,871	6,503,547,261	6,117,352,581
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:				
รายการที่จะถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง				
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่า				
งบการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ		1,575,992	(16,109)	-
		1,575,992	(16,109)	-
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง				
ผลกำไร (ขาดทุน) จากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย				
- สุทธิจากภาษีเงินได้	21, 27	-	168,641	-
		-	168,641	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี		1,575,992	152,532	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี		6,012,966,863	6,503,699,793	6,117,352,581

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (ต่อ)

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
การแบ่งปันกำไร				
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	6,011,390,871	6,503,547,261	6,117,352,581	6,934,414,154
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม				
ของบริษัทย่อย	-	-		
	<u>6,011,390,871</u>	<u>6,503,547,261</u>		
การแบ่งปันกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม				
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	6,012,966,863	6,503,699,793	6,117,352,581	6,918,653,327
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม				
ของบริษัทย่อย	-	-		
	<u>6,012,966,863</u>	<u>6,503,699,793</u>		
กำไรต่อหุ้น	29			
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน				
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (บาทต่อหุ้น)	<u>0.46</u>	<u>0.49</u>	<u>0.47</u>	<u>0.53</u>

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบกระแสเงินสด

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไรก่อนภาษี	7,427,778,677	8,065,947,537	7,475,404,250	8,436,032,871
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็น				
เงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมดำเนินงาน:				
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,583,216,317	3,542,621,634	3,749,489,174	3,697,839,295
การปรับลดสินค้าคงเหลือเป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (โอนกลับ)	(51,175,381)	56,974,177	(57,027,726)	50,676,381
ขาดทุนจากการยกเลิกสัญญาเช่า	17,992,700	-	17,992,700	-
ขาดทุน (กำไร) จากการจำหน่ายและตัดจำหน่ายสินทรัพย์	9,750,548	268,457	8,508,997	(312,768)
โอนกลับค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(1,318,010)	(6,603,867)	(1,258,011)	(3,098,928)
ค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์	3,700,000	-	3,700,000	-
ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน	-	-	12,000,000	21,000,000
ส่วนแบ่งขาดทุน (กำไร) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	739,795	(838,629)	-	-
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับ				
ผลประโยชน์พนักงาน	68,592,977	59,705,813	63,899,999	53,605,845
โอนดอกเบี้ยรอดำจ่ายเป็นต้นทุนทางการเงิน	105,080,762	63,328,129	105,080,762	63,328,129
ขาดทุน (กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้น	(270,659)	(4,160,723)	2,152,579	(203,742)
กำไรจากการปรับมูลค่าชุดกรรมตราสารอนุพันธ์	(9,331,562)	(9,445,796)	(9,331,562)	(9,445,796)
เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย	-	-	(390,098,096)	(724,999,710)
ดอกเบี้ยรับ	(39,752,945)	(61,950,925)	(37,145,728)	(55,565,178)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	599,215,978	617,743,399	596,902,102	601,870,335
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลง				
ในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	11,714,219,197	12,323,589,206	11,540,269,440	12,130,726,734
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง				
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	(349,142,708)	113,416,102	(340,357,321)	107,713,644
สินค้าคงเหลือ	(239,476,049)	(991,428,690)	(227,046,020)	(1,015,998,951)
ภาษีมูลค่าเพิ่มค้างรับ	(24,063,756)	625,135	(24,146,283)	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	41,451,720	(38,563,375)	38,889,139	(37,744,491)
เงินประกันการเช่า	(5,699,952)	2,284,926	(5,480,737)	2,269,911
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	10,089,932	40,128,828	1,410,706	1,866,115
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	(173,861,136)	156,958,847	(170,747,086)	131,038,749
ภาษีมูลค่าเพิ่มค้างจ่าย	(84,954,776)	63,558,860	(84,904,614)	62,197,074
เงินรับล่วงหน้าจากลูกค้า	(65,624,837)	52,202,331	(59,436,668)	51,585,800
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	24,580,684	(15,444,588)	27,857,087	(13,148,117)
ค่าเช่ารับล่วงหน้า	(18,617,028)	(19,558,763)	(18,617,028)	(19,558,763)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	20,629,678	36,536,840	20,097,418	35,618,131
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	10,849,530,969	11,724,305,659	10,697,788,033	11,436,565,836
จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน	(37,213,824)	(34,012,013)	(33,096,582)	(33,219,161)
จ่ายภาษีเงินได้	(1,475,266,933)	(1,537,083,529)	(1,417,311,117)	(1,485,877,711)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	9,337,050,212	10,153,210,117	9,247,380,334	9,917,468,964

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย	-	-	390,098,096	724,999,710
ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	(316,938,052)	(57,748,581)	(316,938,052)	(57,748,581)
ซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(3,631,934,439)	(3,345,031,608)	(3,628,639,992)	(3,340,922,314)
จ่ายค่าสินทรัพย์สิทธิการใช้	(333,956,575)	(315,326,394)	(298,320,637)	(315,326,394)
ซื้อคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	(95,567,665)	(50,575,876)	(95,145,364)	(50,575,876)
เงินค้ำประกันการก่อสร้างเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(3,845,272)	13,506,456	(2,105,297)	14,884,434
เงินสลับจากการขายอุปกรณ์ของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	421,403	18,265	421,403	18,265
เงินสลับจากการขายอุปกรณ์	11,437,320	1,894,350	10,389,707	1,403,979
เงินสลับจากดอกเบี้ย	39,752,945	61,950,925	37,145,728	55,565,178
เงินสดสุทธิที่ใช้ในกิจกรรมลงทุน	(4,330,630,335)	(3,691,312,463)	(3,903,094,408)	(2,967,701,599)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
เงินสลับจากเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	15,740,000,000	5,100,000,000	15,740,000,000	5,100,000,000
จ่ายเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	(12,747,809,100)	(4,128,547,690)	(12,740,000,000)	(4,100,000,000)
จ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า	(779,231,613)	(497,843,530)	(1,178,452,115)	(898,320,554)
จ่ายเงินกู้ระยะยาว	(26,245,492)	(39,862,286)	-	-
เงินสลับจากการออกหุ้นกู้ - สุทธิจากดอกเบี้ยรอตัดจ่าย	3,778,674,210	1,831,569,360	3,778,674,210	1,831,569,360
เงินสดจ่ายเพื่อไถ่ถอนหุ้นกู้	(5,000,000,000)	(4,000,000,000)	(5,000,000,000)	(4,000,000,000)
ดอกเบี้ยจ่าย	(321,451,839)	(344,893,347)	(316,803,207)	(337,768,016)
หุ้นทุนซื้อคืน	(1,355,138,779)	-	(1,355,138,779)	-
เงินปันผลจ่าย	(5,362,847,460)	(5,259,718,569)	(5,362,847,056)	(5,259,718,279)
เงินสดสุทธิที่ใช้ในกิจกรรมจัดหาเงิน	(6,074,050,073)	(7,339,296,062)	(6,434,566,947)	(7,664,237,489)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	1,897,501	2,447,589	-	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลงสุทธิ	(1,065,732,695)	(874,950,819)	(1,090,281,021)	(714,470,124)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	5,553,723,127	6,428,673,946	5,102,674,992	5,817,145,116
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี (หมายเหตุ 7)	4,487,990,432	5,553,723,127	4,012,393,971	5,102,674,992
	-	-	-	-
ข้อมูลกระแสเงินสดเปิดเผยเพิ่มเติม				
รายการที่มีใช้เงินสดประกอบด้วย				
รายการซื้ออุปกรณ์ที่ยังไม่ได้ชำระ	805,473,779	777,362,018	805,473,779	777,322,428
โอนสินทรัพย์สิทธิการใช้ไปเป็นยานพาหนะ	197,780	-	197,780	-
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเพิ่มขึ้นจากหนี้สินตามสัญญาเช่า	215,310,156	-	215,310,156	-
เงินปันผลค้างจ่าย	2,977,586	2,784,630	2,977,586	2,784,630

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัท โอ โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

งบการเงินรวม											(หน่วย: บาท)
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ											
หมายเหตุ	กำไรสะสม					องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น					รวม
	จัดสรรแล้ว					กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น					
	ทุนเรือนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว	ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	สำรองตามกฎหมาย	สำรองหุ้นทุนซื้อคืน	สำรอง	หุ้นทุนซื้อคืน - หุ้นสามัญ	ผลต่างจากการแปลงค่า	งบการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ	รวมส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	13,151,198,025	646,323,076	1,315,120,000	-	10,470,799,317	-	(24,655,925)	25,558,784,493	2,239	25,558,786,732	
	-	-	-	-	6,503,547,261	-	-	6,503,547,261	-	6,503,547,261	
	-	-	-	-	168,641	-	(16,109)	152,532	-	152,532	
	-	-	-	-	6,503,715,902	-	(16,109)	6,503,699,793	-	6,503,699,793	
32	-	-	-	-	(5,260,049,062)	-	-	(5,260,049,062)	-	(5,260,049,062)	
งบปีนั้นผลขาดทุนเกินกว่ากำไรสุทธิ											
บริษัทขอจ่ายเงินปันผลให้ผู้ถือหุ้นส่วนได้เสียที่ไม่เกินกว่าจำนวนของบริษัทฯ											
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											
-											

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น (ต่อ)

บริษัท โอ โปรดัคส์ เซเมนต์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

(หน่วย: บาท)

งบการเงินเฉพาะกิจการ						
หมายเหตุ	ส่วนเกิน	กำไรสะสม				
		จัดสรรแล้ว			หุ้นทุนซื้อคืน - หักสามัญ	รวม
		ส่วนเกิน	ส่วนเกิน	ยังไม่ได้จัดสรร		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	มูลค่าหุ้นสามัญ	ตามกฎหมาย	หุ้นทุนซื้อคืน			
กำไรสำหรับปี	13,151,198,025	1,315,120,000	-	8,646,910,762	-	23,759,551,863
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	-	-	6,934,414,154	-	6,934,414,154
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	(15,760,827)	-	(15,760,827)
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	6,918,653,327	-	6,918,653,327
32	-	-	-	(5,260,049,062)	-	(5,260,049,062)
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	13,151,198,025	1,315,120,000	-	10,305,515,027	-	25,418,156,128
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2568	13,151,198,025	1,315,120,000	-	10,305,515,027	-	25,418,156,128
กำไรสำหรับปี	-	-	-	6,117,352,581	-	6,117,352,581
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	-	-	-	-	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	6,117,352,581	-	6,117,352,581
หุ้นทุนซื้อคืน - หักสามัญ	-	-	1,355,138,779	(1,355,138,779)	(1,355,138,779)	(1,355,138,779)
28	-	-	-	(5,363,040,012)	-	(5,363,040,012)
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	9,704,688,817	-	9,704,688,817
32	-	-	-	-	-	-
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	13,151,198,025	1,315,120,000	1,355,138,779	-	(1,355,138,779)	24,817,329,918

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

1. ข้อมูลทั่วไป

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เป็นบริษัทมหาชนซึ่งจัดตั้งและมีภูมิลำเนาในประเทศไทย โดยมีบริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ควอลิตี้ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ธุรกิจหลักของบริษัทฯคือการจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่ง ก่อสร้าง ต่อเติมและซ่อมแซมอาคาร บ้านและที่อยู่อาศัยแบบครบวงจรและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก รวมถึงการให้เช่าพื้นที่ และให้บริการที่เกี่ยวข้อง ที่อยู่ตามที่ตั้งทะเบียนของบริษัทฯอยู่ที่ 31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ตำบลบางเขน อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีสาขารวม 134 สาขา (2567: 136 สาขา) (เฉพาะบริษัทฯ: 127 สาขา 2567: 129 สาขา)

2. เกณฑ์ในการจัดทำงบการเงิน

2.1 งบการเงินนี้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่กำหนดในพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 โดยแสดงรายการในงบการเงินตามข้อกำหนดในประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่องกำหนดรายการย่อที่ต้องมีในงบการเงิน พ.ศ. 2566 ออกตามความในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543

งบการเงินฉบับภาษาไทยเป็นงบการเงินฉบับที่บริษัทฯใช้เป็นทางการตามกฎหมาย งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษแปลจากงบการเงินฉบับภาษาไทย

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมเว้นแต่จะได้เปิดเผยเป็นอย่างอื่นในนโยบายการบัญชี

2.2 เกณฑ์ในการจัดทำงบการเงินรวม

ก) งบการเงินรวมนี้ได้จัดทำขึ้นโดยรวมงบการเงินของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย (ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “บริษัทย่อย”) (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) ดังต่อไปนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้นใน ประเทศ	อัตราร้อยละ ของการถือหุ้น	
			2568 ร้อยละ	2567 ร้อยละ
บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด	บริหารพื้นที่ให้เช่าและให้บริการด้าน สาธารณูปโภค	ไทย	100.00	100.00
Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd.	ค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านและ ให้บริการที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร	มาเลเซีย	100.00	100.00
บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด	ค้าปลีก ค้าส่ง วัสดุก่อสร้างและสินค้า เกี่ยวกับบ้าน ให้เช่าและให้บริการด้าน สาธารณูปโภค	ไทย	99.99	99.99
บริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด	บริหารจัดการคลังสินค้า และขนส่ง สินค้า	ไทย	99.99	99.99
Home Product Center Viet Nam Company Limited*	ค้าปลีก สินค้าเกี่ยวกับบ้าน	เวียดนาม	100.00	100.00

* อยู่ระหว่างการชำระบัญชีเลิกกิจการ

- ข) บริษัทฯจะถือว่ามีการควบคุมกิจการที่เข้าไปลงทุนหรือบริษัทย่อยได้ หากบริษัทฯมีสิทธิได้รับหรือมีส่วนได้เสียในผลตอบแทนของกิจการที่เข้าไปลงทุน และสามารถใช้อำนาจในการสั่งการกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนเงินผลตอบแทนนั้นได้
- ค) บริษัทฯนำงบการเงินของบริษัทย่อยมารวมในการจัดทำงบการเงินรวมตั้งแต่วันที่บริษัทฯมีอำนาจในการควบคุมบริษัทย่อยจนถึงวันที่บริษัทฯสิ้นสุดการควบคุมบริษัทย่อยนั้น
- ง) งบการเงินของบริษัทย่อยได้จัดทำขึ้นโดยใช้นโยบายการบัญชีที่สำคัญเช่นเดียวกันกับของบริษัทฯ
- จ) สินทรัพย์และหนี้สินตามงบการเงินของบริษัทย่อยซึ่งจัดตั้งในต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน ส่วนรายได้และค่าใช้จ่ายแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนตัวเฉลี่ยรายเดือน ผลต่างซึ่งเกิดขึ้นจากการแปลงค่าดังกล่าวได้แสดงไว้เป็นรายการ “ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ” ในงบการเงินเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น
- ฉ) ยอดคงค้างระหว่างกลุ่มบริษัท รายการค้าระหว่างกันที่มีสาระสำคัญได้ถูกตัดออกจากงบการเงินรวมนี้แล้ว
- ช) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม คือ จำนวนกำไรหรือขาดทุนและสินทรัพย์สุทธิของบริษัทย่อยส่วนที่ไม่ได้เป็นของบริษัทฯ และแสดงเป็นรายการแยกต่างหากในส่วนของกำไรหรือขาดทุนรวมและส่วนของผู้ถือหุ้นในงบฐานะการเงินรวม

2.3 บริษัทฯจัดทำงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยแสดงเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมตามวิธีราคาทุน

3. มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

3.1 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปีปัจจุบัน

ในระหว่างปี กลุ่มบริษัทได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2568 มาถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน

การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท

3.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2569

สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2569 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน

ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานนี้จะไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท

4. นโยบายการบัญชี

4.1 การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

รายได้จากการขายสินค้า

รายได้จากการขายสินค้ารับรู้เมื่อกลุ่มบริษัทได้โอนอำนาจควบคุมในสินค้าให้แก่ลูกค้าแล้ว กล่าวคือเมื่อมีการส่งมอบสินค้า รายได้จากการขายแสดงตามมูลค่าที่ได้รับหรือคาดว่าจะได้รับสำหรับสินค้าที่ได้ส่งมอบหลังจากหักส่วนลด โดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

รายได้จากการขายสินค้า - โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า

กลุ่มบริษัทได้จัดให้มีโปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า โดยจะให้คะแนนสะสมแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากกลุ่มบริษัท ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าในอนาคต กลุ่มบริษัทปันส่วนมูลค่าจากรายการขายให้กับคะแนนสะสมด้วยมูลค่ายุติธรรมของคะแนนสะสมดังกล่าว และทยอยรับรู้เป็นรายได้เมื่อลูกค้ามาใช้สิทธิ และกลุ่มบริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาภาระผูกพันนั้น

รายได้จากลูกค้า

กลุ่มบริษัทมีข้อตกลงทางการค้ากับลูกค้าซึ่งเป็นข้อตกลงทางธุรกิจทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับผลตอบแทนจากปริมาณการสั่งซื้อสินค้า และค่าสนับสนุนทางการตลาด กลุ่มบริษัทรับรู้รายได้จากลูกค้าเมื่อเข้าใจตามสัญญาและสามารถวัดมูลค่าได้อย่างน่าเชื่อถือ รายได้จากลูกค้าบางส่วนรับรู้เป็นส่วนหักจากต้นทุนสินค้าที่ขายและสินค้าคงเหลือ ส่วนที่ยังไม่ได้รับชำระแสดงเป็น “ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น” หรือแสดงเป็นยอดสุทธิหักจาก “เจ้าหนี้การค้า” ในงบฐานะการเงิน ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในข้อตกลงกับลูกค้า

รายได้ค่าบริการ

รายได้ค่าบริการรับรู้เมื่อกลุ่มบริษัทได้ให้บริการแล้ว

รายได้ค่าบริการรับรู้ตามจำนวนเงินซึ่งกลุ่มบริษัทมีสิทธิออกใบแจ้งหนี้ เนื่องจากจำนวนดังกล่าวสอดคล้องโดยตรงกับมูลค่าของบริการที่ให้กับลูกค้า

เงินปันผลรับ

เงินปันผลรับถือเป็นรายได้เมื่อกลุ่มบริษัทมีสิทธิในการรับเงินปันผล

รายได้ทางการเงิน

รายได้ทางการเงินเป็นรายได้ดอกเบี้ยจากตราสารหนี้ที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย ซึ่งรับรู้ตามเกณฑ์คงค้างด้วยวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริง โดยจะนำมูลค่าตามบัญชีขึ้นต้นของสินทรัพย์ทางการเงินมาคูณกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง ยกเว้นสินทรัพย์ทางการเงินที่เกิดการด้อยค่าด้านเครดิตในภายหลัง ที่จะนำมูลค่าตามบัญชีสุทธิของสินทรัพย์ทางการเงิน (สุทธิจากค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น) มาคูณกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง

ต้นทุนทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจากหนี้สินทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายคำนวณโดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงและรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

4.2 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หมายถึง เงินสดและเงินฝากธนาคาร และเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูง ซึ่งถึงกำหนดจ่ายคืนภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือนนับจากวันที่ได้มาและไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

4.3 สินค้ำคงเหลือ

สินค้ำคงเหลือแสดงมูลค่าตามราคาทุน (ตามวิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

ส่วนลดรับจากปริมาณการซื้อซึ่งกลุ่มบริษัทได้รับจากผู้ขายจะบันทึกลดมูลค่าของสินค้ำที่เกี่ยวข้องและรับรู้ในส่วนของการกำไรหรือขาดทุนเมื่อสินค้ำนั้นขายได้

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เงินลงทุนในบริษัทร่วมที่แสดงอยู่ในงบการเงินรวมแสดงมูลค่าตามวิธีส่วนได้เสีย

เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่แสดงอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงมูลค่าตามวิธีราคาทุนสุทธิจากค่าเพื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

4.5 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

กลุ่มบริษัทบันทึกมูลค่าเริ่มแรกของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในราคาทุนซึ่งรวมต้นทุนการทำรายการ หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทจะบันทึกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเพื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนคำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจโดยประมาณ 3 - 48 ปี โดยไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง ค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนรวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

กลุ่มบริษัทรับรู้ผลต่างระหว่างจำนวนเงินที่ได้รับสุทธิจากการจำหน่ายกับมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ในส่วนของการกำไรหรือขาดทุนในปีที่ตัดรายการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนออกจากบัญชี

4.6 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และค่าเสื่อมราคา

ที่ดินแสดงมูลค่าตามราคาทุน อาคารและอุปกรณ์แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์คำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้ประโยชน์โดยประมาณดังนี้

อาคาร	-	20 - 30 ปี
อาคารบนที่ดินเช่าและส่วนปรับปรุงอาคาร	-	ตามอายุการใช้งานแต่ไม่เกินอายุสัญญาเช่า
อุปกรณ์และเครื่องจักร	-	1 - 10 ปี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	-	3 - 10 ปี
ยานพาหนะ	-	5 ปี

ค่าเสื่อมราคารวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

ไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง

กลุ่มบริษัทคัดรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ออกจากบัญชี เมื่อจำหน่ายสินทรัพย์หรือคาดว่าจะไม่ได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากการใช้หรือการจำหน่ายสินทรัพย์ รายการผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์จะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนเมื่อกกลุ่มบริษัทคัดรายการสินทรัพย์นั้นออกจากบัญชี

4.7 ต้นทุนการกู้ยืม

ต้นทุนการกู้ยืมของเงินกู้ที่ใช้ในการได้มาหรือการก่อสร้างสินทรัพย์ที่ต้องใช้ระยะเวลานานในการแปลงสภาพให้พร้อมใช้หรือขาย ได้ถูกนำไปรวมเป็นราคาทุนของสินทรัพย์จนกว่าสินทรัพย์นั้นจะอยู่ในสภาพพร้อมที่จะใช้ได้ตามที่มุ่งประสงค์ ส่วนต้นทุนการกู้ยืมอื่นถือเป็นค่าใช้จ่ายในงวดที่เกิดรายการ ต้นทุนการกู้ยืมประกอบด้วยดอกเบี้ยและต้นทุนอื่นที่เกิดขึ้นจากการกู้ยืม

4.8 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

กลุ่มบริษัทบันทึกต้นทุนเริ่มแรกของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนตามราคาทุน ภายหลังการรับรู้รายการเริ่มแรกสินทรัพย์ไม่มีตัวตนแสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี) ของสินทรัพย์นั้น

กลุ่มบริษัทตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์) ที่มีอายุการใช้ประโยชน์จำกัดโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น (10 ปี) และจะประเมินการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวเมื่อมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์นั้นเกิดการด้อยค่า กลุ่มบริษัทจะทบทวนระยะเวลาการตัดจำหน่ายและวิธีการตัดจำหน่ายของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนดังกล่าวทุกสิ้นปีเป็นอย่างน้อย ค่าตัดจำหน่ายรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

4.9 สัญญาเช่า

ณ วันเริ่มต้นของสัญญาเช่า กลุ่มบริษัทจะประเมินว่าสัญญาเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่าหรือไม่ โดยสัญญาจะเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่า ก็ต่อเมื่อสัญญานั้นมีการให้สิทธิในการควบคุมการใช้สินทรัพย์ที่ระบุได้สำหรับช่วงเวลาหนึ่งเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนกับสิ่งตอบแทน

กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

กลุ่มบริษัทใช้วิธีการบัญชีเดียวสำหรับการรับรู้รายการและการวัดมูลค่าสัญญาเช่าทุกสัญญา เว้นแต่สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าที่สินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล (วันที่สินทรัพย์อ้างอิงพร้อมใช้งาน) กลุ่มบริษัทบันทึกสินทรัพย์สิทธิการใช้ซึ่งแสดงสิทธิในการใช้สินทรัพย์อ้างอิงและหนี้สินตามสัญญาเช่าตามการจ่ายชำระตามสัญญาเช่า

สินทรัพย์สิทธิการใช้

สินทรัพย์สิทธิการใช้วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม ผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสม และปรับปรุงด้วยการวัดมูลค่าของหนี้สินตามสัญญาเช่าใหม่ ราคาทุนของสินทรัพย์สิทธิการใช้ประกอบด้วยจำนวนเงินของหนี้สินตามสัญญาเช่าจากการรับรู้เริ่มแรก ต้นทุนทางตรงเริ่มแรกที่เกิดขึ้น จำนวนเงินที่จ่ายชำระตามสัญญาเช่า ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลหรือก่อนวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล และหักด้วยสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่าที่ได้รับ

ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้คำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุสัญญาเช่าหรืออายุการใช้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์สิทธิการใช้แล้วแต่ระยะเวลาใดจะสั้นกว่า ดังนี้

ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	-	3 - 32 ปี
อาคาร	-	1 - 30 ปี
ยานพาหนะ	-	4 - 5 ปี

หากความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิงได้โอนให้กับกลุ่มบริษัทเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่าหรือราคาทุนของสินทรัพย์ดังกล่าวได้รวมถึงการใช้สิทธิเลือกซื้อ ค่าเสื่อมราคาจะคำนวณจากอายุการใช้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์

สินทรัพย์สิทธิการใช้ที่จัดประเภทเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแสดงรวมเป็นส่วนหนึ่งของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในงบฐานะทางการเงิน

หนี้สินตามสัญญาเช่า

หนี้สินตามสัญญาเช่าวัดมูลค่าด้วยมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าตลอดอายุสัญญาเช่า จำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าประกอบด้วยค่าเช่าคงที่หักด้วยสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่า ค่าเช่าผันแปรที่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตรา จำนวนเงินที่คาดว่าจะจ่ายภายใต้การรับประกันมูลค่าคงเหลือ รวมถึงราคาใช้สิทธิของสิทธิเลือกซื้อซึ่งมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลที่กลุ่มบริษัทจะใช้สิทธินั้น และการจ่ายค่าปรับเพื่อการยกเลิกสัญญาเช่า หากข้อกำหนดของสัญญาเช่าแสดงให้เห็นว่ากลุ่มบริษัทจะใช้สิทธิในการยกเลิกสัญญาเช่า กลุ่มบริษัทบันทึกค่าเช่าผันแปรที่ไม่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตราเป็นค่าใช้จ่ายในงวดที่เหตุการณ์หรือเงื่อนไขซึ่งเกี่ยวข้องกับการจ่ายชำระนั้นได้เกิดขึ้น

กลุ่มบริษัทคิดลดมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าด้วยอัตราดอกเบี้ยตามนัยของสัญญาเช่าหรืออัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของกลุ่มบริษัท หลังจากวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินตามสัญญาเช่าจะเพิ่มขึ้นจากดอกเบี้ยของหนี้สินตามสัญญาเช่าและลดลงจากการจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า นอกจากนี้ มูลค่าตามบัญชีของหนี้สินตามสัญญาเช่าจะถูกวัดมูลค่าใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอายุสัญญาเช่า การเปลี่ยนแปลงการจ่ายชำระตามสัญญาเช่า หรือการเปลี่ยนแปลงในการประเมินสิทธิเลือกซื้อสินทรัพย์อ้างอิง

สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ

สัญญาเช่าที่มีอายุสัญญาเช่า 12 เดือนหรือน้อยกว่านับตั้งแต่วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล หรือสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ จะถูกรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายตามวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า

กลุ่มบริษัทในฐานะผู้ให้เช่า

สัญญาเช่าที่ความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ไม่ได้โอนไปให้กับผู้เช่าถือเป็นสัญญาเช่าดำเนินงาน กลุ่มบริษัทบันทึกจำนวนเงินที่ได้รับตามสัญญาเช่าดำเนินงานเป็นรายได้ในส่วนของการกำไรหรือขาดทุนตามวิธีเส้นตรงตลอดอายุของสัญญาเช่า ต้นทุนทางตรงเริ่มแรกที่เกิดขึ้นจากการได้มาซึ่งสัญญาเช่าดำเนินงานรวมในมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์อ้างอิงและรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายตลอดอายุสัญญาเช่าโดยใช้เกณฑ์เดียวกันกับรายได้จากสัญญาเช่า

4.10 รายการธุรกิจกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัทฯ หมายถึง บุคคลหรือกิจการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทฯ หรือถูกบริษัทฯ ควบคุมไม่ว่าจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อม หรืออยู่ภายใต้การควบคุมเดียวกันกับบริษัทฯ

นอกจากนี้บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันยังหมายรวมถึงบริษัทร่วมและบุคคลหรือกิจการที่มีสิทธิออกเสียงโดยทางตรงหรือทางอ้อมซึ่งทำให้มีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญต่อบริษัทฯ ผู้บริหารสำคัญ กรรมการหรือพนักงานของบริษัทฯ ที่มีอำนาจในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ

4.11 เงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ แสดงงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการเป็นสกุลเงินบาท ซึ่งเป็นสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ รายการต่างๆของแต่ละกิจการที่รวมอยู่ในงบการเงินรวมวัดมูลค่าด้วยสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของแต่ละกิจการนั้น

รายการที่เป็นเงินตราต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ สินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินซึ่งอยู่ในสกุลเงินตราต่างประเทศได้แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

กำไรและขาดทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนได้รวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

4.12 การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กลุ่มบริษัทจะทำการประเมินการด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์สินทรัพย์สิทธิการใช้ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน หรือ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นของกลุ่มบริษัทหากมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์ดังกล่าวอาจด้อยค่า กลุ่มบริษัทรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าเมื่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์มีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ทั้งนี้มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายของสินทรัพย์หรือมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์แล้วแต่ราคาจะสูงกว่า ในการประเมินมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ กลุ่มบริษัทประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการคาดว่าจะได้รับจากสินทรัพย์และคำนวณคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลดก่อนภาษีที่สะท้อนถึงการประเมินความเสี่ยงในสภาพตลาดปัจจุบันของเงินสดตามระยะเวลาและความเสี่ยงซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของสินทรัพย์ที่กำลังพิจารณาอยู่ ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขาย กลุ่มบริษัทใช้แบบจำลองการประเมินมูลค่าที่ดีที่สุดซึ่งเหมาะสมกับสินทรัพย์ ซึ่งสะท้อนถึงจำนวนเงินที่กิจการสามารถ จะได้มาจากการจำหน่ายสินทรัพย์หักด้วยต้นทุนในการจำหน่าย โดยการจำหน่ายนั้นผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้และเต็มใจในการแลกเปลี่ยนและสามารถต่อรองราคากันได้อย่างเป็นอิสระในลักษณะของผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน

กลุ่มบริษัทจะรับรู้รายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

หากในการประเมินการด้อยค่าของสินทรัพย์ มีข้อบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นว่าผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่รับรู้ในงวดก่อนได้หมดไปหรือลดลง กลุ่มบริษัทจะประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์นั้น และจะกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าที่รับรู้ในงวดก่อนก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประมาณการที่ใช้กำหนดมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนภายหลังจากการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าครั้งล่าสุดโดยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นจากการกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าต้องไม่สูงกว่ามูลค่าตามบัญชีที่ควรจะเป็นหากกิจการไม่เคยรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ในงวดก่อนๆ กลุ่มบริษัทจะบันทึกกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์โดยรับรู้ไปยังส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันที

4.13 ผลประโยชน์ของพนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน

กลุ่มบริษัทรับรู้ เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส และเงินสมทบกองทุนประกันสังคมเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program หรือ EJIP)

กลุ่มบริษัทได้จัดตั้งโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ซึ่งประกอบด้วยเงินที่พนักงานที่เข้าร่วมโครงการจ่ายสะสมและเงินที่กลุ่มบริษัทจ่ายสมทบให้พนักงานที่เข้าร่วมโครงการเป็นรายเดือน โดยมีรายละเอียดโครงการตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุ 22 กลุ่มบริษัทจะบันทึกเงินสมทบโครงการเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

ผลประโยชน์หลังออกจากราชการของพนักงาน

โครงการสมทบเงิน

กลุ่มบริษัทและพนักงานของกลุ่มบริษัทได้ร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งประกอบด้วยเงินที่พนักงานจ่ายสะสมและเงินที่กลุ่มบริษัทจ่ายสมทบให้เป็นรายเดือน สิทธิประโยชน์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้แยกออกจากสิทธิประโยชน์ของกลุ่มบริษัท เงินที่กลุ่มบริษัทจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในปีที่เกิดรายการ

โครงการผลประโยชน์หลังออกจากราชการ

กลุ่มบริษัทมีการะสำหรับเงินชดเชยที่ต้องจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อออกจากราชการตามกฎหมายแรงงาน ซึ่งกลุ่มบริษัทถือว่าเงินชดเชยดังกล่าวเป็นโครงการผลประโยชน์หลังออกจากราชการสำหรับพนักงาน

กลุ่มบริษัทคำนวณหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากราชการของพนักงาน โดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ (Projected Unit Credit Method) โดยผู้เชี่ยวชาญอิสระได้ทำการประเมินภาระผูกพันดังกล่าวตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย

ผลกำไรหรือขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย สำหรับโครงการผลประโยชน์หลังออกจากราชการของพนักงานจะรับรู้ทันทีในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

ต้นทุนบริการในอดีตจะรับรู้ทั้งจำนวนในส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันทีที่มีการแก้ไขโครงการหรือลดขนาดโครงการ หรือเมื่อมีการรับรู้ต้นทุนการปรับโครงสร้างที่เกี่ยวข้อง แล้วแต่เหตุการณ์ใดจะเกิดขึ้นก่อน

4.14 ประเมินการหนี้สิน

กลุ่มบริษัทจะบันทึกประมาณการหนี้สินไว้ในบัญชีเมื่อภาระผูกพันซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ในอดีตได้เกิดขึ้นแล้ว และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่ากลุ่มบริษัทจะเสียทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจไปเพื่อปลดปล่อยภาระผูกพันนั้น และกลุ่มบริษัทสามารถประมาณมูลค่าภาระผูกพันนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ

4.15 หักหนี้ซื้อคืน

กลุ่มบริษัทรับรู้ตราสารทุนของกิจการซึ่งกิจการได้ซื้อคืน (หุ้นทุนซื้อคืน) ด้วยราคาทุน และนำมาหักออกจากส่วนของผู้อถือหุ้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทไม่รับรู้ผลกำไรหรือขาดทุนจากการซื้อ ขาย ออก หรือยกเลิกตราสารทุนของกิจการเอง และรับรู้ผลต่างที่เกิดขึ้นระหว่างมูลค่าตามบัญชีและสิ่งตอบแทนที่ได้รับในบัญชีส่วนเกินมูลค่าหุ้น หากมีการออกตราสารทุนดังกล่าว

4.16 ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้ประกอบด้วยภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้ปัจจุบัน

กลุ่มบริษัทบันทึกภาษีเงินได้ปัจจุบันตามจำนวนที่คาดว่าจะจ่ายให้กับหน่วยงานจัดเก็บภาษีของรัฐ โดยคำนวณจากกำไรทางภาษีตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎหมายภาษีอากร

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

กลุ่มบริษัทบันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวระหว่างราคาตามบัญชีของสินทรัพย์และหนี้สิน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานกับฐานภาษีของสินทรัพย์และหนี้สินที่เกี่ยวข้องนั้น โดยใช้อัตราภาษีที่มีผลบังคับใช้ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

กลุ่มบริษัทรับรู้หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวที่ต้องเสียภาษีทุกรายการ แต่รับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษี รวมทั้งผลขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้ในจำนวนเท่าที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่กลุ่มบริษัทจะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีและผลขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้นั้น

กลุ่มบริษัทจะทบทวนมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีทุกสิ้นรอบระยะเวลารายงาน และจะทำการปรับลดมูลค่าตามบัญชีดังกล่าว หากมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ว่ากลุ่มบริษัทจะไม่มีกำไรทางภาษีเพียงพอต่อการนำสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีทั้งหมดหรือบางส่วนมาใช้ประโยชน์

กลุ่มบริษัทจะบันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้นหากภาษีที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับรายการที่ได้บันทึกโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้น

4.17 เครื่องมือทางการเงิน

กลุ่มบริษัทรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกของสินทรัพย์ทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม และบวกด้วยต้นทุนการทำรายการเฉพาะในกรณีที่สินทรัพย์ทางการเงินที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน อย่างไรก็ตาม สำหรับลูกหนี้การค้าที่ไม่มีองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญ กลุ่มบริษัทจะรับรู้สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าวด้วยราคาของรายการ ตามที่กล่าวไว้ในนโยบายการบัญชีเรื่องการรับรู้รายได้

การจัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

กลุ่มบริษัทจัดประเภทสินทรัพย์ทางการเงิน ณ วันที่รับรู้รายการเริ่มแรก เป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย และสินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน โดยพิจารณาจากแผนธุรกิจของกิจการในการจัดการสินทรัพย์ทางการเงิน และลักษณะของกระแสเงินสดตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทวัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย เมื่อกลุ่มบริษัทถือครองสินทรัพย์ทางการเงินนั้นเพื่อรับกระแสเงินสดตามสัญญา และเงื่อนไขตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงินก่อให้เกิดกระแสเงินสดที่เป็นการรับชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ยจากยอดคงเหลือของเงินต้นในวันที่ระบุไว้เท่านั้น

สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าววัดมูลค่าในภายหลังโดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงและต้องมีการประเมินการด้อยค่า ทั้งนี้ ผลกำไรและขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการ การเปลี่ยนแปลง หรือการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน

สินทรัพย์ทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน จะแสดงในงบฐานะการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม โดยรับรู้การเปลี่ยนแปลงสุทธิของมูลค่ายุติธรรมในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

ทั้งนี้ สินทรัพย์ทางการเงินดังกล่าว หมายความว่ารวมถึง ตราสารอนุพันธ์ และสินทรัพย์ทางการเงินที่มีกระแสเงินสดที่ไม่ได้รับชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ย

การจัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าของหนี้สินทางการเงิน

ยกเว้นหนี้สินตราสารอนุพันธ์ กลุ่มบริษัทรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกสำหรับหนี้สินทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนการทำรายการ และจัดประเภทหนี้สินทางการเงินเป็นหนี้สินทางการเงินที่วัดมูลค่าในภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย โดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริง ทั้งนี้ ผลกำไรและขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดรายการหนี้สินทางการเงินและการตัดจำหน่ายตามวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงจะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุน โดยการคำนวณมูลค่าราคาทุนตัดจำหน่ายคำนึงถึงส่วนลดหรือส่วนเกินมูลค่า รวมถึงค่าธรรมเนียมหรือต้นทุนที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงนั้นด้วย ทั้งนี้ ค่าตัดจำหน่ายตามวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงแสดงเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนทางการเงินในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การตัดรายการของเครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดรายการออกจากบัญชี เมื่อสิทธิที่จะได้รับกระแสเงินสดของสินทรัพย์นั้นได้สิ้นสุดลง หรือได้มีการโอนสิทธิที่จะได้รับกระแสเงินสดของสินทรัพย์นั้น รวมถึงได้มีการโอนความเสี่ยงและผลตอบแทนเกือบทั้งหมดของสินทรัพย์นั้น หรือมีการโอนการควบคุมในสินทรัพย์นั้น

กลุ่มบริษัทตัดรายการหนี้สินทางการเงินก็ต่อเมื่อได้มีการปฏิบัติตามภาระผูกพันของหนี้สินนั้นแล้ว มีการยกเลิกภาระผูกพันนั้น หรือมีการสิ้นสุดลงของภาระผูกพันนั้น ในกรณีที่มีการเปลี่ยนหนี้สินทางการเงินที่มีอยู่ให้เป็นหนี้สินใหม่จากผู้ให้กู้รายเดียวกันซึ่งมีข้อกำหนดที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างหนี้สินเดิมหรือมีการแก้ไขข้อกำหนดของหนี้สินที่มีอยู่อย่างเป็นสาระสำคัญ จะถือว่าเป็นการตัดรายการหนี้สินเดิมและรับรู้หนี้สินใหม่ โดยรับรู้ผลแตกต่างของมูลค่าตามบัญชีดังกล่าวในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การด้อยค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

กลุ่มบริษัทรับรู้ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของตราสารหนี้ทั้งหมดที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนวณจากผลต่างของกระแสเงินสดที่จะครบกำหนดชำระตามสัญญากับกระแสเงินสดทั้งหมดที่กลุ่มบริษัทคาดว่าจะได้รับชำระ และคิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงโดยประมาณของสินทรัพย์ทางการเงิน ณ วันที่ได้มา โดยกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับ รวมถึงกระแสเงินสดที่ได้มาจากขายหลักประกันที่ถือไว้ หรือส่วนปรับปรุงด้านเครดิตอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของเงินโอนไปตามสัญญา

ในกรณีที่ความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์ไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเริ่มแรก กลุ่มบริษัทวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยพิจารณาจากการผิดสัญญาที่อาจจะเกิดขึ้นใน 12 เดือนข้างหน้า ในขณะที่หากความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับตั้งแต่การรับรู้รายการเริ่มแรก กลุ่มบริษัทวัดมูลค่าผลขาดทุนด้วยจำนวนเงินที่เท่ากับผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุที่เหลืออยู่ของเครื่องมือทางการเงิน

กลุ่มบริษัทพิจารณาว่าความเสี่ยงด้านเครดิตจะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อมีการค้างชำระการจ่ายเงินตามสัญญาเกินกว่า 30 วัน และพิจารณาว่าสินทรัพย์ทางการเงินนั้นมีการด้อยค่าด้านเครดิตหรือมีการผิดสัญญา เมื่อมีการค้างชำระการจ่ายเงินตามสัญญาเกินกว่า 90 วัน อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี กลุ่มบริษัทอาจพิจารณาว่าสินทรัพย์ทางการเงินนั้นมีการเพิ่มขึ้นของความเสี่ยงด้านเครดิตอย่างมีนัยสำคัญและมีการผิดสัญญา โดยพิจารณาจากข้อมูลภายในหรือข้อมูลภายนอกอื่น เช่น อันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตของผู้ออกตราสาร

กลุ่มบริษัทใช้วิธีการอย่างง่ายในการคำนวณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสำหรับลูกหนี้การค้า ดังนั้น ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กลุ่มบริษัทจึงไม่มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของความเสี่ยงทางด้านเครดิต แต่จะรับรู้ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุของลูกหนี้การค้า

การคำนวณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นข้างต้นอ้างอิงจากข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีต ปรับปรุงด้วยข้อมูลการคาดการณ์ไปในอนาคตเกี่ยวกับลูกหนี้และสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ

สินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดจำหน่ายออกจากบัญชี เมื่อกิจการคาดว่าจะไม่ได้รับคืนกระแสเงินสดตามสัญญาอีกต่อไป

การหักกลบของเครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินจะนำมาหักกลบกันและแสดงด้วยยอดสุทธิในงบฐานะการเงิน ก็ต่อเมื่อกิจการมีสิทธิบังคับใช้ได้ตามกฎหมายอยู่แล้วในการหักกลบจำนวนเงินที่รับรู้ และกิจการมีความตั้งใจที่จะชำระด้วยยอดสุทธิ หรือตั้งใจที่จะรับสินทรัพย์และชำระหนี้สินพร้อมกัน

4.18 ตราสารอนุพันธ์

กลุ่มบริษัทใช้ตราสารอนุพันธ์ เช่น สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มบริษัทรับรู้มูลค่าเริ่มแรกของตราสารอนุพันธ์ด้วยมูลค่ายุติธรรม ณ วันที่ทำสัญญา และวัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรม โดยรับรู้การเปลี่ยนแปลงของมูลค่ายุติธรรมในภายหลังในส่วนของการกำไรหรือขาดทุน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทแสดงตราสารอนุพันธ์เป็นสินทรัพย์ทางการเงินเมื่อมีมูลค่ายุติธรรมมากกว่าศูนย์ และแสดงเป็นหนี้สินทางการเงินเมื่อมีมูลค่ายุติธรรมน้อยกว่าศูนย์

กลุ่มบริษัทแสดงตราสารอนุพันธ์ที่มีอายุสัญญาคงเหลือมากกว่า 12 เดือนและยังไม่ถึงกำหนดชำระภายใน 12 เดือน เป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น หรือหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น และแสดงตราสารอนุพันธ์อื่นเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน หรือหนี้สินหมุนเวียน

4.19 การวัดมูลค่ายุติธรรม

มูลค่ายุติธรรม หมายถึง ราคาที่คาดว่าจะได้รับจากการขายสินทรัพย์หรือเป็นราคาที่จะต้องจ่ายเพื่อโอนหนี้สินให้ผู้อื่น โดยรายการดังกล่าวเป็นรายการที่เกิดขึ้นในสภาพปกติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (ผู้ร่วมในตลาด) ณ วันที่วัดมูลค่า กลุ่มบริษัทใช้ราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องในการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินซึ่งมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องกำหนดให้ต้องวัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม ยกเว้นในกรณีที่ไม่มีตลาดที่มีสภาพคล่องสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่มีลักษณะเดียวกันหรือไม่สามารถหาราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องได้ กลุ่มบริษัทจะประมาณมูลค่ายุติธรรมโดยใช้เทคนิคการประเมินมูลค่าที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ และพยายามใช้ข้อมูลที่สามารถสังเกตได้ที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่จะวัดมูลค่ายุติธรรมนั้นให้มากที่สุด

ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมที่ใช้วัดมูลค่าและเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงินแบ่งออกเป็นสามระดับตามประเภทของข้อมูลที่นำมาใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

- ระดับ 1 ใช้ข้อมูลราคาเสนอซื้อขายของสินทรัพย์หรือหนี้สินอย่างเดียวกันในตลาดที่มีสภาพคล่อง
- ระดับ 2 ใช้ข้อมูลอื่นที่สามารถสังเกตได้ของสินทรัพย์หรือหนี้สิน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางตรงหรือทางอ้อม
- ระดับ 3 ใช้ข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตได้ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับกระแสเงินในอนาคตที่กิจการประมาณขึ้น

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กลุ่มบริษัทจะประเมินความจำเป็นในการโอนรายการระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินที่ถืออยู่ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานที่มีการวัดมูลค่ายุติธรรมแบบเกิดขึ้นประจำ

5. การใช้ดุลยพินิจและประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ

ในการจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจและการประมาณการในเรื่องที่มีความไม่แน่นอนเสมอ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงินและต่อข้อมูลที่แสดงในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ผลที่เกิดขึ้นจริงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการที่สำคัญมีดังนี้

ค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้างเหลื่อ

ในการประมาณค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้างเหลื่ออันเนื่องมาจากการสูญหาย เสื่อมสภาพ หรือล้าสมัย ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากสินค้างเหลื่อนั้น ซึ่งพิจารณาจากการวิเคราะห์ในรายละเอียดเกี่ยวกับวงจรอายุของสินค้าง สภาพของสินค้างและระยะเวลาในการเก็บสินค้าง ตลอดจนการแข่งขันทางการตลาด สภาพเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

สัญญาเช่า

การกำหนดอายุสัญญาเช่าที่มีสิทธิการเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่า - กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

ในการกำหนดอายุสัญญาเช่า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินว่ากลุ่มบริษัทมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลหรือไม่ที่จะใช้สิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่า โดยคำนึงถึงข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ทำให้เกิดสิ่งจูงใจทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มบริษัทในการใช้หรือไม่ใช้สิทธิเลือกนั้น

การกำหนดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่ม - กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

กลุ่มบริษัทไม่สามารถกำหนดอัตราดอกเบี้ยตาม نرخของสัญญาเช่า ดังนั้น ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของกลุ่มบริษัทในการคิดลดหนี้สินตามสัญญาเช่า โดยอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มเป็นอัตราดอกเบี้ยที่กลุ่มบริษัทจะต้องจ่ายในการกู้ยืมเงินที่จำเป็นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่มีมูลค่าใกล้เคียงกับสินทรัพย์สิทธิการใช้ในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่คล้ายคลึง โดยมีระยะเวลาการกู้ยืมและหลักประกันที่คล้ายคลึง

การจัดประเภทของสัญญาเช่า - กลุ่มบริษัทในฐานะผู้ให้เช่า

ในการพิจารณาประเภทของสัญญาเช่าว่าเป็นสัญญาเช่าดำเนินงานหรือสัญญาเช่าเงินทุน ฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประเมินเงื่อนไขและรายละเอียดของสัญญาเพื่อพิจารณาว่ากลุ่มบริษัทได้โอนความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์ที่เช่าดังกล่าวแล้วหรือไม่

ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้า

ในการประมาณค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากลูกหนี้แต่ละราย โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพการเก็บเงินในอดีต อายุของหนี้ที่ค้างและสถานะเศรษฐกิจที่คาดการณ์ไว้ของกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงด้านเครดิตที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ทั้งนี้ ข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีตและการคาดการณ์สถานะเศรษฐกิจของกลุ่มบริษัทอาจไม่ได้บ่งบอกถึงการผิดสัญญาของลูกค้าที่เกิดขึ้นจริงในอนาคต

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้/ค่าเสื่อมราคา/การด้อยค่า

ในการคำนวณค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องทำการประมาณอายุการใช้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือเมื่อเลิกใช้งานของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้ และต้องทบทวนอายุการใช้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือใหม่หากมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องสอบทานการด้อยค่าของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้ในแต่ละช่วงเวลาและบันทึกขาดทุนจากการด้อยค่าหากคาดว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์รายได้และค่าใช้จ่ายในอนาคตซึ่งเกี่ยวข้องกับสินทรัพย์นั้น

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

กลุ่มบริษัทจะรับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีและขาดทุนทางภาษีที่ไม่ได้ใช้เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่กลุ่มบริษัทจะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวและขาดทุนนั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการว่ากลุ่มบริษัทควรรับรู้จำนวนสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเป็นจำนวนเท่าใด โดยพิจารณาถึงจำนวนกำไรทางภาษีที่คาดว่าจะเกิดในอนาคตในแต่ละช่วงเวลา

ค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ในการประเมินค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ฝ่ายบริหารต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์ดังกล่าว มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ กลุ่มบริษัทใช้แบบจำลองการคิดลดกระแสเงินสด ซึ่งใช้ข้อมูลงบประมาณในช่วง 5 ปีข้างหน้าและไม่รวมถึงการปรับโครงสร้างใด ๆ ที่กิจการยังไม่ได้มีผลผูกพันหรือการลงทุนในอนาคตที่สำคัญซึ่งจะทำให้สินทรัพย์นั้นดีขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนคือ อัตราคิดลดที่ใช้ในแบบจำลองดังกล่าวตลอดจนกระแสเงินสดรับในอนาคตที่คาดการณ์และอัตราการเติบโตที่ใช้เพื่อการคาดการณ์

ผลประโยชน์หลังออกจากรายงานของพนักงานตามโครงการผลประโยชน์

หนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากรายงานของพนักงานประมาณขึ้นตามหลักคณิตศาสตร์ ประกันภัย ซึ่งต้องอาศัยข้อสมมติฐานต่างๆ ในการประมาณการนั้น เช่น อัตราคิดลด อัตราการขึ้นเงินเดือน ในอนาคต อัตราภาระ และอัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน เป็นต้น

คดีฟ้องร้อง

กลุ่มบริษัทมีประมาณการหนี้สินและ/หรือหนี้สินที่อาจจะเกิดขึ้นจากการถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหาย ซึ่งฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประเมินผลของคดีที่ถูกฟ้องร้องแล้วและเชื่อว่าจำนวนประมาณการหนี้สิน (หากมี) ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานมีความเหมาะสมแล้ว การเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ประกอบการประเมินของผู้บริหารและสถานการณ์ต่างๆ ที่ไม่คาดว่าจะเกิดขึ้นอาจส่งผลให้ผลที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างไปจากที่ได้มีการประมาณการไว้

6. รายการธุรกิจกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

ในระหว่างปี กลุ่มบริษัทมีรายการธุรกิจที่สำคัญกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน รายการธุรกิจดังกล่าว เป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าและเกณฑ์ตามที่ตกลงกันระหว่างกลุ่มบริษัทและบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันเหล่านั้น ซึ่งเป็นไปตามปกติธุรกิจโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ		(หน่วย: พันบาท)
	2568	2567	2568	2567	นโยบายการกำหนดราคา
รายการธุรกิจกับบริษัทย่อย					
(ตัดออกจากงบการเงินรวมแล้ว)					
รายได้จากการขาย	-	-	73,120	60,060	ต้นทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม
ค่าบริการรับ	-	-	-	7	ตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง และตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
เงินปันผลรับ	-	-	390,098	725,000	ตามที่ประกาศจ่าย
ค่าเช่าและค่าบริการจ่าย	-	-	623,203	578,503	ตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง และตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
ค่าบริการจัดการจ่าย	-	-	442,460	505,080	ตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง และตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
รายการธุรกิจกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน					
รายได้จากการขาย	59,733	79,539	59,733	79,539	ราคาตลาด
รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	7,892	8,809	7,892	8,809	ตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
รายได้อื่น	35,935	39,186	35,935	39,186	ตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
ดอกเบี้ยรับ	120	7,071	108	7,057	ร้อยละ 0.15 - 0.40 ต่อปี (2567: ร้อยละ 0.15 - 1.90 ต่อปี)
ค่าเช่าและค่าบริการจ่าย	48,349	45,271	44,573	42,356	ร้อยละของรายได้ แต่ไม่น้อยกว่าอัตราขั้นต่ำ
ซื้อสินค้าและสินทรัพย์	334,452	415,796	334,452	415,796	ราคาตามที่ตกลงร่วมกันซึ่งเทียบเคียงกับราคาตลาด

ทั้งนี้ ค่าเช่าและค่าบริการจ่าย และค่าบริหารจัดการจ่ายกับบริษัทย่อยเป็นไปตามหมายเหตุข้อ 33.3

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 กลุ่มบริษัทมียอดคงค้างกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งแสดงในงบฐานะการเงินอยู่ในรายการดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
เงินฝากสถาบันการเงิน				
(แสดงรวมในเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด)				
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽²⁾	18,895	30,216	13,751	23,065
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น				
บริษัทย่อย	-	-	118,137	120,509
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽¹⁾	870	4,545	870	4,545
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽²⁾	4,168	6,037	4,168	6,037
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽³⁾	437	515	437	515
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽⁴⁾	7,599	8,980	7,599	8,980
รวม	13,074	20,077	131,211	140,586
เงินประกันการเช่า				
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽²⁾	5,921	5,921	5,921	5,921
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽³⁾	1,515	1,515	1,515	1,515
รวม	7,436	7,436	7,436	7,436
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น				
บริษัทย่อย	-	-	94,506	91,308
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽²⁾	2,414	2,196	2,414	2,196
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽³⁾	2,090	15,431	2,090	15,431
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽⁴⁾	85,068	84,398	85,068	84,398
รวม	89,572	102,025	184,078	193,333
ลักษณะความสัมพันธ์กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน				
⁽¹⁾ เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่				
⁽²⁾ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกัน				
⁽³⁾ มีผู้ถือหุ้นร่วมกัน				
⁽⁴⁾ มีผู้ถือหุ้นเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ				

ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

ในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานที่ให้แก่กรรมการและผู้บริหาร ดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ผลประโยชน์ระยะสั้น	253,009	235,698	239,036	215,490
ผลประโยชน์หลังออกจากงาน	13,625	2,718	13,155	2,632
รวม	266,634	238,416	252,191	218,122

7. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
เงินสด	113,897	84,304	110,167	79,933
เงินฝากธนาคาร	4,371,570	5,466,617	3,902,227	5,022,742
เงินฝากประจำ	2,523	2,802	-	-
รวม	4,487,990	5,553,723	4,012,394	5,102,675

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำมีอัตราดอกเบี้ยระหว่างร้อยละ 0.15 - 0.40 ต่อปี (2567: ร้อยละ 0.05 - 2.00 ต่อปี) (เฉพาะบริษัทฯ: ร้อยละ 0.15 - 0.40 ต่อปี 2567: ร้อยละ 0.15 - 0.40 ต่อปี)

8. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ลูกหนี้การค้า	233,995	251,034	346,645	366,169
ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	2,113,668	1,748,031	2,082,213	1,722,620
รายได้ค้างรับ	10,671	8,808	9,830	8,283
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	2,358,334	2,007,873	2,438,688	2,097,072

ลูกหนี้การค้า

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ลูกหนี้การค้า	138,268	157,339	255,377	276,590
ลูกหนี้บัตรเครดิตและคูปอง	98,359	96,387	93,848	92,159
รวม	236,627	253,726	349,225	368,749
หัก: ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(2,632)	(2,692)	(2,580)	(2,580)
รวมลูกหนี้การค้า - สุทธิ	233,995	251,034	346,645	366,169

ยอดคงค้างของลูกหนี้การค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 แยกตามอายุหนี้ที่คงค้างได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
<u>อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ</u>				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	194,876	206,219	196,702	205,632
ค้างชำระ				
ไม่เกิน 3 เดือน	35,675	39,213	51,772	54,122
3 - 6 เดือน	2,271	4,703	18,821	17,309
6 - 12 เดือน	1,164	190	38,759	5,386
มากกว่า 12 เดือน	2,641	3,401	43,171	86,300
รวม	236,627	253,726	349,225	368,749
หัก: ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(2,632)	(2,692)	(2,580)	(2,580)
รวมลูกหนี้การค้า - สุทธิ	233,995	251,034	346,645	366,169

ระยะเวลาการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้การค้าโดยปกติมีระยะเวลา 30 ถึง 90 วัน

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้ามีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ยอดคงเหลือต้นปี	2,692	3,590	2,580	-
สำรองผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	-	2,580	-	2,580
ตัดจำหน่าย	(60)	(3,478)	-	-
ยอดคงเหลือปลายปี	2,632	2,692	2,580	2,580

ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น

ลูกหนี้หมุนเวียนอื่นส่วนใหญ่ประกอบด้วยลูกหนี้ที่เกิดจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการสนับสนุนการขายและลูกหนี้จากการให้เช่าพื้นที่และบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง

ยอดคงเหลือของลูกหนี้หมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 แยกตามอายุหนี้ที่ค้างได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
<u>อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ</u>				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	1,080,018	904,356	1,063,068	891,822
ค้างชำระ				
ไม่เกิน 3 เดือน	1,021,436	840,616	1,007,112	828,194
3 - 6 เดือน	7,439	1,573	7,362	1,385
6 - 12 เดือน	6,405	760	6,385	686
มากกว่า 12 เดือน	1,942	5,556	1,444	4,949
รวม	2,117,240	1,752,861	2,085,371	1,727,036
หัก: ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(3,572)	(4,830)	(3,158)	(4,416)
รวมลูกหนี้หมุนเวียนอื่น - สุทธิ	2,113,668	1,748,031	2,082,213	1,722,620

ระยะเวลาการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้หมุนเวียนอื่นโดยปกติมีระยะเวลา 30 ถึง 60 วัน

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้หมุนเวียนอื่นมีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ยอดคงเหลือต้นปี	4,830	10,536	4,416	10,095
กลับรายการสำรองผลขาดทุนด้านเครดิต ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	-	(5,000)	-	(5,000)
ตัดจำหน่าย	(1,258)	(706)	(1,258)	(679)
ยอดคงเหลือปลายปี	3,572	4,830	3,158	4,416

9. สินค้ำคงเหลือ

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
สินค้ำคงเหลือ	17,869,298	17,688,588	17,444,697	17,272,262
หัก: รายการปรับลดราคาทุน ให้เป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ	(386,328)	(530,478)	(362,062)	(507,910)
สุทธิ	17,482,970	17,158,110	17,082,635	16,764,352
หัก: สินค้ำที่จ่ายชำระค่าสินค้ำเมื่อขาย ส่วนลดจากการซื้อสินค้ำ	(1,534,408)	(1,560,199)	(1,534,408)	(1,560,199)
	(758,182)	(698,182)	(758,182)	(698,182)
สินค้ำคงเหลือ - สุทธิ	15,190,380	14,899,729	14,790,045	14,505,971

ในระหว่างปี 2568 กลุ่มบริษัทบันทึกการกลับรายการปรับลดราคาทุนของสินค้ำคงเหลือให้เป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับเป็นจำนวน 51 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 57 ล้านบาท) โดยแสดงเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการบริหาร และมีการกลับรายการปรับลดมูลค่าสินค้ำคงเหลือเป็นจำนวน 93 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 89 ล้านบาท) โดยนำไปหักจากมูลค่าของสินค้ำคงเหลือในระหว่างปี

ในระหว่างปี 2567 กลุ่มบริษัทบันทึกการปรับลดราคาทุนของสินค้ำคงเหลือให้เป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับเป็นจำนวน 57 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 51 ล้านบาท) โดยแสดงเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการบริหาร และมีการกลับรายการปรับลดมูลค่าสินค้ำคงเหลือเป็นจำนวน 117 ล้านบาท (เฉพาะบริษัทฯ: 114 ล้านบาท) โดยนำไปหักจากมูลค่าของสินค้ำคงเหลือในระหว่างปี

10. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	85,223	98,307	64,827	77,307
ภาษีซื้อรอใบกำกับภาษี	42,850	78,915	38,950	74,861
อื่นๆ	17,885	10,187	19,476	9,974
รวมสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	145,958	187,409	123,253	162,142

11. เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อยตามที่แสดงในงบการเงินเฉพาะกิจการมีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

ชื่อบริษัท	ทุนเรียกชำระแล้ว		สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน		เงินปันผลที่บริษัทฯ รับระหว่างปี	
	2568	2567	2568 (ร้อยละ)	2567 (ร้อยละ)	2568	2567	2568	2567
บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด	5,000	5,000	100.00	100.00	5,000	5,000	98	-
Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd.	538,448	538,448	100.00	100.00	538,448	538,448	-	-
บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด	1,500,000	1,500,000	99.99	99.99	1,500,000	1,500,000	300,000	675,000
บริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด	2,500	2,500	99.99	99.99	2,500	2,500	90,000	50,000
Home Product Center Viet Nam Company Limited	32,340	32,340	100.00	100.00	32,340	32,340	-	-
รวม					2,078,288	2,078,288	390,098	725,000
หัก: ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน					(313,199)	(301,199)		
เงินลงทุนในบริษัทย่อย - สุทธิ					1,765,089	1,777,089		

ในเดือนพฤษภาคม 2567 Home Product Center Viet Nam Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้ยื่นเอกสารขอยุติการลงทุนกับกระทรวงวางแผนและการลงทุนของประเทศเวียดนาม และได้รับอนุมัติการลงทุนแล้ว ปัจจุบันบริษัทย่อยดังกล่าวอยู่ระหว่างการชำระบัญชีเลิกกิจการ ซึ่งในปี 2567 ได้บันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทดังกล่าวจำนวน 21 ล้านบาท ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ ได้พิจารณาการด้อยค่าเงินลงทุนใน Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd. เนื่องจากบริษัทย่อยดังกล่าวมีมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชี โดยบริษัทฯ บันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อยเป็นจำนวน 12 ล้านบาท (2567: ไม่มี) ซึ่งรวมอยู่ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

12. เงินลงทุนในบริษัทร่วม

		(หน่วย: พันบาท)							
บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	งบการเงินรวม						งบการเงินเฉพาะกิจการ	
		สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน		มูลค่าตามบัญชีตามวิธีส่วนได้เสีย		มูลค่าตามบัญชีตามวิธีราคาทุน - สุทธิ	
		2568 (ร้อยละ)	2567 (ร้อยละ)	2568	2567	2568	2567	2568	2567
บริษัท วันสต็อก	ขายสินค้าหรือบริการ								
โสม จำกัด	โดยผ่านระบบ เครือข่าย อินเทอร์เน็ต	30.00	30.00	68,706	68,706	65,993	66,733	68,706	68,706

13. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

มูลค่าตามบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ				
	ที่ดินและส่วน ปรับปรุงที่ดิน	อาคารและ อุปกรณ์	สินทรัพย์สิทธิ การใช้ที่ดินให้เช่า	สินทรัพย์ ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง	รวม
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568					
ราคาทุน	974,686	5,271,999	1,427,094	191,399	7,865,178
หัก: ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(3,065,227)	(307,608)	-	(3,372,835)
มูลค่าสุทธิตามบัญชี	974,686	2,206,772	1,119,486	191,399	4,492,343
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567					
ราคาทุน	974,686	5,158,320	1,211,784	18,845	7,363,635
หัก: ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(2,927,109)	(270,796)	-	(3,197,905)
มูลค่าสุทธิตามบัญชี	974,686	2,231,211	940,988	18,845	4,165,730

การกระทบยอดมูลค่าสุทธิตามบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนสำหรับปี 2568 และ 2567 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
มูลค่าสุทธิตามบัญชีต้นปี	4,165,730	4,346,002
ซื้อเพิ่ม - ราคาทุน	532,248	57,749
จำหน่ายและตัดจำหน่าย - มูลค่าสุทธิตามบัญชี	(399)	(181)
ค่าเสื่อมราคา (รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)	(205,236)	(237,840)
มูลค่าสุทธิตามบัญชีปลายปี	4,492,343	4,165,730

ข้อมูลเพิ่มเติมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
มูลค่ายุติธรรม	9,910	9,797

มูลค่ายุติธรรมส่วนใหญ่ประเมินโดยผู้ประเมินราคาอิสระโดยใช้เกณฑ์ราคาตลาดสำหรับที่ดินและใช้เกณฑ์วิธีพิจารณาจากรายได้ (Income Approach) สำหรับอาคารและสินทรัพย์สิทธิการใช้ให้เช่า ข้อสมมติฐานหลักที่ใช้ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมของอาคารและสินทรัพย์สิทธิการใช้ให้เช่าประกอบด้วย อัตราผลตอบแทน อัตราเงินเฟ้อ อัตราการเช่าพื้นที่ และอัตราการเติบโตระยะยาวของค่าเช่า

14. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม						
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุง ที่ดิน	อาคาร และ สิ่งปลูกสร้าง	อุปกรณ์ และ เครื่องจักร	เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้ สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง	รวม
ราคาทุน							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	8,945,240	38,612,278	1,916,609	9,861,998	5,724	380,354	59,722,203
ซื้อเพิ่ม	6,367	158,334	73,358	409,849	-	2,778,341	3,426,249
จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(25,138)	(20,193)	(104,210)	-	-	(149,541)
โอนเข้า (ออก)	6,847	1,966,327	6,647	224,098	-	(2,203,919)	-
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	7,033	540	6,529	-	-	14,102
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	8,958,454	40,718,834	1,976,961	10,398,264	5,724	954,776	63,013,013
ซื้อเพิ่ม	73,645	150,278	43,894	359,313	1,552	3,031,364	3,660,046
รับ โอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ (หมายเหตุ 18)	-	-	-	-	3,874	-	3,874
จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(401,641)	(44,044)	(184,073)	(3,874)	-	(633,632)
โอนเข้า (ออก)	10,150	2,567,860	815,641	412,532	-	(3,806,183)	-
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	6,509	505	6,068	-	-	13,082
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	9,042,249	43,041,840	2,792,957	10,992,104	7,276	179,957	66,056,383
ค่าเสื่อมราคาสะสม							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	-	18,907,607	1,289,804	8,318,017	5,596	-	28,521,024
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	1,869,181	204,594	592,703	72	-	2,666,550
ค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนที่จำหน่าย และตัดจำหน่าย	-	(24,536)	(20,166)	(102,839)	-	-	(147,541)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	2,915	498	6,024	-	-	9,437
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	20,755,167	1,474,730	8,813,905	5,668	-	31,049,470
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	1,882,919	187,458	650,194	219	-	2,720,790
รับ โอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ (หมายเหตุ 18)	-	-	-	-	3,677	-	3,677
ค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนที่จำหน่าย และตัดจำหน่าย	-	(392,885)	(43,990)	(171,870)	(3,677)	-	(612,422)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	3,571	475	5,854	-	-	9,900
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	-	22,248,772	1,618,673	9,298,083	5,887	-	33,171,415

(หน่วย: พันบาท)

งบการเงินรวม							
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุง ที่ดิน	อาคาร และ สิ่งปลูกสร้าง	อุปกรณ์ และ เครื่องจักร	เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้ สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง	รวม
ค่าเผื่อการด้อยค่า							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	-	22,265	-	-	-	-	22,265
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	584	-	-	-	-	584
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	22,849	-	-	-	-	22,849
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-	-	3,700	-	-	3,700
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	535	-	-	-	-	535
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	-	23,384	-	3,700	-	-	27,084
มูลค่าสุทธิตามบัญชี							
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	8,958,454	19,940,818	502,231	1,584,359	56	954,776	31,940,694
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	9,042,249	20,769,684	1,174,284	1,690,321	1,389	179,957	32,857,884
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี							
2567 (จำนวน 2,389 ล้านบาท รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)							2,666,550
2568 (จำนวน 2,222 ล้านบาท รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)							2,720,790

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ						
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุง ที่ดิน	อาคาร และ สิ่งปลูกสร้าง	อุปกรณ์ และ เครื่องจักร	เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้ สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง	รวม
ราคาทุน							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	8,795,740	33,798,614	1,854,436	8,711,656	4,845	380,354	53,545,645
ซื้อเพิ่ม	6,367	156,740	72,686	408,038	-	2,778,341	3,422,172
จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(25,132)	(19,636)	(102,445)	-	-	(147,213)
โอนเข้า (ออก)	6,847	1,966,390	6,647	224,035	-	(2,203,919)	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	8,808,954	35,896,612	1,914,133	9,241,284	4,845	954,776	56,820,604
ซื้อเพิ่ม	73,645	149,752	42,943	357,534	1,552	3,031,364	3,656,790
รับโอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ (หมายเหตุ 18)	-	-	-	-	3,874	-	3,874
จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(294,396)	(43,607)	(183,574)	(3,874)	-	(525,451)
โอนเข้า (ออก)	10,150	2,567,860	815,641	412,532	-	(3,806,183)	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	8,892,749	38,319,828	2,729,110	9,827,776	6,397	179,957	59,955,817
ค่าเสื่อมราคาสะสม							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	-	16,674,695	1,229,073	7,185,475	4,717	-	25,093,960
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	1,657,412	203,682	585,616	72	-	2,446,782
ค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนที่ จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(24,535)	(19,610)	(102,140)	-	-	(146,285)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	18,307,572	1,413,145	7,668,951	4,789	-	27,394,457
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	1,680,926	186,589	643,068	219	-	2,510,802
รับโอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ (หมายเหตุ 18)	-	-	-	-	3,677	-	3,677
ค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนที่ จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(287,867)	(43,553)	(171,434)	(3,677)	-	(506,531)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	-	19,700,631	1,556,181	8,140,585	5,008	-	29,402,405

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ					
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุง ที่ดิน	อาคาร และ สิ่งปลูกสร้าง	อุปกรณ์ และ เครื่องจักร	เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้ สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง รวม
ค่าเผื่อการด้อยค่า						
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	-	-	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	-	-	-	-	-
เพิ่มขึ้นระหว่างปี	-	-	-	3,700	-	3,700
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	-	-	-	3,700	-	3,700
มูลค่าสุทธิตามบัญชี						
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	8,808,954	17,589,040	500,988	1,572,333	56	29,426,147
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	8,892,749	18,619,197	1,172,929	1,683,491	1,389	30,549,712
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี						
2567 (จำนวน 2,364 ล้านบาท รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)						2,446,782
2568 (จำนวน 2,197 ล้านบาท รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)						2,510,802

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีอาคารและอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวมีจำนวนเงินประมาณ 16,696 ล้านบาท (2567: 16,437 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 16,027 ล้านบาท 2567: 15,824 ล้านบาท)

15. คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม			งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์	คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ระหว่างติดตั้ง	รวม	คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์	คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ระหว่างติดตั้ง	รวม
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568:						
ราคาทุน	1,351,398	39,522	1,390,920	1,303,796	39,522	1,343,318
หัก: ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(960,051)	-	(960,051)	(913,959)	-	(913,959)
มูลค่าสุทธิตามบัญชี	391,347	39,522	430,869	389,837	39,522	429,359
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567:						
ราคาทุน	1,177,331	118,131	1,295,462	1,130,041	118,131	1,248,172
หัก: ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(859,193)	-	(859,193)	(813,155)	-	(813,155)
มูลค่าสุทธิตามบัญชี	318,138	118,131	436,269	316,886	118,131	435,017

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
มูลค่าสุทธิตามบัญชีต้นปี	436,269	484,256	435,017	482,771
ซื้อเพิ่ม	95,568	50,576	95,145	50,576
ค่าตัดจำหน่ายสำหรับปี	(100,871)	(98,470)	(100,803)	(98,330)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	(97)	(93)	-	-
มูลค่าสุทธิตามบัญชีปลายปี	430,869	436,269	429,359	435,017

16. เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567	2568	2567
ตัวแลกเปลี่ยน - สกุลเงินบาท	1.34 - 1.38	2.38 - 2.45	6,000,000	3,000,000	6,000,000	3,000,000
ตัวแลกเปลี่ยน - สกุลเงินต่างประเทศ	COF* + 0.75	COF* + 0.75	5,439	12,906	-	-
รวมเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน			6,005,439	3,012,906	6,000,000	3,000,000

* อัตราร้อยละ the Bank's Cost of Fund ("COF") ของธนาคารผู้ให้กู้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีวงเงินเบิกเกินบัญชีธนาคารหลายแห่ง ที่ยังมิได้เบิกใช้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 340 ล้านบาท และ 2.5 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต (2567: 340 ล้านบาท และ 2.5 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต) (เฉพาะบริษัทฯ: 310 ล้านบาท 2567: 310 ล้านบาท) และมีวงเงินสินเชื่ออื่นๆ จำนวน 7,256 ล้านบาท 38 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา และ 111 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต (2567: 10,785 ล้านบาท 26 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา และ 113 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต) (เฉพาะบริษัทฯ: 7,005 ล้านบาท และ 38 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา 2567: 10,535 ล้านบาท และ 26 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา)

17. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
เจ้าหนี้การค้า	13,024,452	13,052,050	12,842,570	12,873,162
เจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	608,553	598,620	585,918	577,219
เจ้าหนี้ค่าซื้อทรัพย์สิน	805,474	777,362	805,474	777,322
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	874,223	1,030,685	911,302	1,058,004
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	15,312,702	15,458,717	15,145,264	15,285,707

18. สัญญาเช่า

18.1 กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

กลุ่มบริษัททำสัญญาเช่าสินทรัพย์เพื่อใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท โดยมีอายุสัญญาระหว่าง 1 - 32 ปี

ก) สินทรัพย์สิทธิการใช้

รายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม			
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคาร	ยานพาหนะ	รวม
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	6,523,139	2,815,684	14,422	9,353,245
เพิ่มขึ้น	561,659	144,657	-	706,316
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	(299,663)	(237,802)	(2,298)	(539,763)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	(1,337)	-	(1,337)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	6,785,135	2,721,202	12,124	9,518,461
เพิ่มขึ้น	754,874	816	6,030	761,720
โอนไปเป็นที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ -				
มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 14)	-	-	(197)	(197)
ตัดจำหน่าย	-	(17,993)	-	(17,993)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	(310,702)	(243,056)	(2,561)	(556,319)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	1,389	-	1,389
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	7,229,307	2,462,358	15,396	9,707,061

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคาร	ยานพาหนะ	รวม
ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	5,878,672	3,257,415	14,422	9,150,509
เพิ่มขึ้น	561,659	4,682	-	566,341
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	(272,102)	(640,489)	(2,298)	(914,889)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	6,168,229	2,621,608	12,124	8,801,961
เพิ่มขึ้น	724,605	451,040	6,030	1,181,675
โอนไปเป็นที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ -				
มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 14)	-	-	(197)	(197)
ตัดจำหน่าย	-	(17,993)	-	(17,993)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	(290,311)	(639,776)	(2,561)	(932,648)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	6,602,523	2,414,879	15,396	9,032,798

ข้อมูลรายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้ดังกล่าว ไม่รวมสินทรัพย์สิทธิการใช้ที่จัดประเภทเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนซึ่งแสดงรายละเอียดในหมายเหตุ 13

ข) หนี้สินตามสัญญาเช่า

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่า	11,306,451	11,136,579	10,714,003	10,474,423
หัก: ดอกเบี้ยรอการตัดจำหน่าย	(4,209,406)	(4,182,551)	(4,022,626)	(3,983,358)
รวม	7,097,045	6,954,028	6,691,377	6,491,065
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(229,265)	(249,624)	(191,603)	(191,415)
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	6,867,780	6,704,404	6,499,774	6,299,650

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีหนี้สินตามสัญญาเช่าสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ยอดคงเหลือต้นปี	6,954,028	6,789,379	6,491,065	6,874,269
เพิ่มขึ้น	977,030	706,316	1,396,986	566,341
เพิ่มขึ้นจากการตัดจำหน่ายดอกเบี้ย				
รอตัดจำหน่ายในระหว่างปี	277,764	272,850	280,099	264,102
จ่ายค่าเช่า	(1,113,188)	(813,170)	(1,476,773)	(1,213,647)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	1,411	(1,347)	-	-
ยอดคงเหลือปลายปี	7,097,045	6,954,028	6,691,377	6,491,065

การวิเคราะห์การครบกำหนดของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าเปิดเผยข้อมูลอยู่ในหมายเหตุ 35.2 ภายใต้หัวข้อความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ค) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัญญาเช่าที่รับรู้ในส่วนของการก่อหนี้หรือขาดทุน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้				
รวมถึงที่อยู่ในส่วนของอสังหาริมทรัพย์				
เพื่อการลงทุน	593,131	576,622	969,460	951,748
ดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่า	277,764	272,850	280,099	264,102
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัญญาเช่าระยะสั้น	-	362	-	-
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์				
อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ	40,919	38,955	39,459	37,209
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจ่ายชำระค่าเช่าผันแปร				
ที่ไม่อิงดัชนีหรืออัตรา	126,217	111,943	107,615	96,896

กลุ่มบริษัทเข้าทำสัญญาเช่าพื้นที่ในอาคารมีการจ่ายชำระค่าเช่าที่ผันแปรตามยอดขาย อายุสัญญาเช่ามีระยะเวลา 1 - 30 ปี

ง) อื่น ๆ

กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดจ่ายทั้งหมดของสัญญาเช่าสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 จำนวน 1,280 ล้านบาท (2567: 964 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 1,624 ล้านบาท 2567: 1,348 ล้านบาท) ซึ่งรวมถึงกระแสเงินสดจ่ายของสัญญาเช่าระยะสั้น สัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำและค่าเช่าผันแปรที่ไม่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตรา

18.2 กลุ่มบริษัทในฐานะผู้ให้เช่า

กลุ่มบริษัทเข้าทำสัญญาเช่าดำเนินงานสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนซึ่งประกอบด้วยที่ดิน อาคาร และสินทรัพย์สิทธิการใช้ที่ดินให้เช่า (ดูหมายเหตุ 13) โดยมีอายุสัญญาเช่าระหว่าง 3 - 30 ปี

กลุ่มบริษัทมีจำนวนเงินขั้นต่ำที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตจากการให้เช่าพื้นที่ในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
ภายใน 1 ปี	18,617	18,617
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	74,468	74,468
มากกว่า 5 ปี	84,645	103,262
รวม	177,730	196,347

ในระหว่างปี 2568 และ 2567 บริษัทฯมีรายได้จากการให้เช่าช่วงเป็นจำนวนเงิน 19 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทฯมีสัญญาจำนวน 5 สัญญา กับบริษัทอื่น 4 แห่ง ในการให้เช่า และ/หรือให้เช่าช่วงพื้นที่บางส่วนในสาขาของบริษัทฯจำนวน 5 สาขา อายุสัญญาระหว่าง 18 - 30 ปี โดยมีค่าเช่ารับล่วงหน้ารวมจำนวน 543 ล้านบาท สัญญาครบกำหนดระหว่างปี 2576 - 2595 บริษัทฯรับรู้รายได้ตามเกณฑ์ที่เป็นระบบตลอดอายุการใช้ประโยชน์ของสิทธิการเช่าโดยวิธีเส้นตรงตามอายุสัญญาเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯมียอดคงค้างของค่าเช่ารับล่วงหน้า (สุทธิจากจำนวนที่รับรู้เป็นรายได้) ตามสัญญาให้เช่าพื้นที่ดังกล่าวจำนวน 178 ล้านบาท (2567: 196 ล้านบาท)

19. เงินกู้ยืมระยะยาว

			(หน่วย: พันบาท)	
วงเงินกู้	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)	การชำระคืน	งบการเงินรวม	
			2568	2567
1	COF* + 1.10	ชำระคืนเป็นงวดเดือน ตั้งแต่เมษายน 2562 ถึงกุมภาพันธ์ 2568	-	1,721
2	COF* + 0.80	ชำระคืนเป็นงวดเดือน ตั้งแต่เมษายน 2567 ถึงมีนาคม 2572	79,286	101,308
รวมเงินกู้ยืมระยะยาว			79,286	103,029
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			(24,396)	(25,558)
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			54,890	77,471

* อัตราร้อยละ the Bank's Cost of Fund ("COF") ของธนาคารผู้ให้กู้

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีเงินกู้ยืมระยะยาวสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีรายละเอียดดังนี้

			(หน่วย: พันบาท)	
			งบการเงินรวม	
			2568	2567
ยอดคงเหลือต้นปี			103,029	137,938
จ่ายคืนเงินกู้			(26,245)	(39,862)
ผลต่างจากการแปลงค่าทางการเงิน			2,502	4,953
ยอดคงเหลือปลายปี			79,286	103,029

เงินกู้ยืมระยะยาวเป็นเงินกู้ยืมสกุลเงินมาเลเซียริงกิตของ Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100 ซึ่งกู้ยืมจากสถาบันการเงินสองแห่งในต่างประเทศ เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันและค้ำประกันทั้งจำนวนโดยบริษัทฯ นอกจากนี้ ภายใต้สัญญาเงินกู้ บริษัทย่อยต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการเงินบางประการตามที่ระบุในสัญญา เช่น การดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัท เป็นต้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เงินกู้ยืมระยะยาววงเงินกู้ 1 จำนวน 2 ล้านบาท ได้รับหนังสือยินยอมให้ชะลอการชำระคืนเงินต้นและขยายการชำระคืนเงินต้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2563 โดยให้ชะลอการชำระคืนเงินต้นตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2563 ถึงตุลาคม 2563 และขยายการชำระคืนเงินต้นออกไปอีก 6 เดือน ต่อมาเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2564 ได้รับหนังสือยินยอมให้ชะลอการชำระคืนเงินต้นตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2564 ถึงเมษายน 2565 และขยายการชำระคืนเงินต้นออกไปอีก 6 เดือน ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2568 บริษัทย่อยได้ชำระเงินกู้ยืมระยะยาวดังกล่าวครบแล้วทั้งจำนวน

20. **หุ้นกู้**

					งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
ครั้งที่	อัตราดอกเบี้ย/ อัตราส่วนลดต่อปี	อายุ	คืนเงินต้น	ครบกำหนด	จำนวนหน่วย (หน่วย)		จำนวนเงิน (พันบาท)	
					2568	2567	2568	2567
หุ้นกู้ประเภทไม่มีหลักประกันและไม่ด้อยสิทธิ								
ครั้งที่ 1/2565	คงที่ร้อยละ 2.68	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	15 กรกฎาคม 2568	-	3,000,000	-	3,000,000
ครั้งที่ 2/2565	คงที่ร้อยละ 2.75	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	18 พฤศจิกายน 2568	-	2,000,000	-	2,000,000
ครั้งที่ 1/2566	คงที่ร้อยละ 2.39	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	30 มกราคม 2569	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
ครั้งที่ 2/2566	คงที่ร้อยละ 3.20	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	25 กันยายน 2569	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
ครั้งที่ 2/2566	ร้อยละ 3.20	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	25 กันยายน 2569	700,000	700,000	700,000*	700,000*
ครั้งที่ 3/2566	คงที่ร้อยละ 3.02	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	15 ธันวาคม 2569	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
ครั้งที่ 1/2567	ร้อยละ 2.95	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	26 กรกฎาคม 2570	2,000,000	2,000,000	2,000,000*	2,000,000*
ครั้งที่ 1/2568	ร้อยละ 2.00	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	11 กรกฎาคม 2571	3,000,000	-	3,000,000*	-
ครั้งที่ 2/2568	ร้อยละ 1.62	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	29 ธันวาคม 2571	1,000,000	-	1,000,000*	-
รวม					12,700,000	13,700,000	12,700,000	13,700,000
หัก: ดอกเบี้ยชรอตัดจ่าย							(296,872)	(180,627)
หุ้นกู้- สุทธิ							12,403,128	13,519,373
หัก: หุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี							(6,700,000)	(5,000,000)
หุ้นกู้- สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี							5,703,128	8,519,373
*หุ้นกู้ชนิด Zero Coupon Bond								

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีหุ้นกู้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 มีรายละเอียด ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567
ยอดคงเหลือต้นปี	13,519,373	15,624,475
บวก: ออกหุ้นกู้ระหว่างปี	4,000,000	2,000,000
ตัดจำหน่ายดอกเบี้ยรอตัดจ่าย	105,081	63,328
หัก: จ่ายคืนหุ้นกู้ระหว่างปี	(5,000,000)	(4,000,000)
ดอกเบี้ยรอตัดจ่าย	(221,326)	(168,430)
ยอดคงเหลือสิ้นปี	12,403,128	13,519,373

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 หุ้นกู้ของบริษัทฯเป็นหุ้นกู้ระบุชื่อผู้ถือประเภทไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกัน และมีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้โดยหุ้นกู้บางส่วนมีกำหนดจ่ายชำระดอกเบี้ยทุก 6 เดือนตลอดอายุหุ้นกู้ และหุ้นกู้บางส่วนไม่มีการชำระดอกเบี้ยตลอดอายุหุ้นกู้

หุ้นกู้ข้างต้นได้ระบุถึงข้อปฏิบัติและข้อจำกัดบางประการ เช่น การดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และข้อจำกัดการประกาศจ่ายเงินปันผล และการจำหน่าย จ่ายหรือโอนทรัพย์สิน เป็นต้น

21. ประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงาน

จำนวนเงินประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงานซึ่งเป็นเงินชดเชยพนักงานเมื่อออกจากงาน แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงานต้นปี	653,532	628,049	610,252	570,164
ส่วนที่รับรู้ในกำไรหรือขาดทุน:				
ต้นทุนบริการในปัจจุบัน	57,197	48,310	53,259	42,965
ต้นทุนดอกเบี้ย	11,396	11,396	10,641	10,641
ส่วนที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:				
กำไร (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่าใหม่				
ส่วนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง				
ข้อสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์	-	100,097	-	128,041
ส่วนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงข้อสมมติทางการเงิน	-	(81,818)	-	(91,439)
ส่วนที่เกิดจากการปรับปรุงจากประสบการณ์	-	(18,490)	-	(16,901)
ผลประโยชน์ที่จ่ายในระหว่างปี	(37,214)	(34,012)	(33,097)	(33,219)
ประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงานปลายปี	684,911	653,532	641,055	610,252

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทคาดว่าจะจ่ายชำระผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานภายใน 1 ปี ข้างหน้าเป็นจำนวนประมาณ 103 ล้านบาท (2567: 111 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 101 ล้านบาท 2567: 104 ล้านบาท)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ระยะเวลาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการจ่ายชำระผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานของกลุ่มบริษัทประมาณ 6 ปี (2567: 6 ปี) (เฉพาะบริษัทฯ: 6 ปี 2567: 6 ปี)

สมมติฐานที่สำคัญในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ร้อยละต่อปี)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
อัตราคิดลด	2.1%	2.1%	2.1%	2.1%
อัตราการขึ้นเงินเดือน	5.5% - 6.0%	5.5% - 6.0%	5.5% - 6.0%	5.5% - 6.0%
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน (ขึ้นกับช่วงอายุ)	0 - 45%	0 - 45%	0 - 45%	0 - 45%

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานที่สำคัญต่อมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	เพิ่มขึ้น 0.5%	ลดลง 0.5%	เพิ่มขึ้น 0.5%	ลดลง 0.5%
อัตราคิดลด				
31 ธันวาคม 2568	(21)	23	(11)	29
31 ธันวาคม 2567	(22)	23	(20)	21

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	เพิ่มขึ้น 1%	ลดลง 1%	เพิ่มขึ้น 1%	ลดลง 1%
อัตราการขึ้นเงินเดือน				
31 ธันวาคม 2568	50	(46)	55	(33)
31 ธันวาคม 2567	46	(42)	42	(38)

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	เพิ่มขึ้น 10%	ลดลง 10%	เพิ่มขึ้น 10%	ลดลง 10%
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน (ขึ้นกับช่วงอายุ)				
31 ธันวาคม 2568	(40)	46	(29)	52
31 ธันวาคม 2567	(35)	41	(33)	38

22. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน

เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2566 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ มีมติอนุมัติโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program หรือ EJIP) โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ	บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด และบริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด
ระยะเวลาโครงการ	ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2571 รวมระยะเวลา 5 ปี
พนักงานที่มีสิทธิเข้าร่วมโครงการ	ผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่าขึ้นไป ซึ่งผ่านทดลองงาน โดยเป็นไปตามความสมัครใจ ทั้งนี้ไม่รวมกรรมการบริษัทฯ และที่ปรึกษาบริษัทฯ
รูปแบบโครงการ	เงินส่วนที่พนักงานจ่ายเพื่อเข้าร่วมโครงการ: อัตราไม่เกินร้อยละ 5 ของเงินเดือน เงินส่วนที่บริษัทฯจ่ายสมทบให้พนักงานที่เข้าร่วมโครงการ: อัตราร้อยละ 5 ถึง 10 ของเงินเดือน
กำหนดการซื้อหุ้นเข้าโครงการ	ทุกเดือน
เงื่อนไขการถือครองหลักทรัพย์	ปีที่ 1 - 3 ไม่สามารถขายได้ทั้งจำนวน ครบ 3 ปี สามารถขายหุ้นได้ 25% ของจำนวนหุ้นสะสมที่มีอยู่ ครบ 4 ปี สามารถขายหุ้นได้ 50% ของจำนวนหุ้นสะสมที่มีอยู่ ครบ 5 ปี สามารถขายหุ้นได้ทั้งจำนวน
ตัวแทนดำเนินงาน	บริษัทหลักทรัพย์ ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ในระหว่างปี 2568 กลุ่มบริษัทได้จ่ายเงินสมทบโครงการเป็นจำนวนเงิน 55 ล้านบาท (2567: 55 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 54 ล้านบาท 2567: 53 ล้านบาท)

23. ดำรงตามกฎหมาย

ภายใต้บทบัญญัติของมาตรา 116 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 บริษัทฯต้องจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีส่วนหนึ่งไว้เป็นทุนสำรองไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิประจำปีหักด้วยยอดขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าทุนสำรองนี้จะมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน
สำรองตามกฎหมายดังกล่าวไม่สามารถนำไปจ่ายเงินปันผลได้ ในปัจจุบัน บริษัทฯได้จัดสรรสำรองตามกฎหมายไว้ครบถ้วนแล้ว

24. รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า

24.1 การจำแนกรายได้

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ประเภทของสินค้าหรือบริการ				
ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบ้านและที่อยู่อาศัย	64,982,966	67,061,911	63,885,780	65,863,091
บริการต่อเติมและปรับปรุง	311,006	279,724	309,226	279,724
บริการติดตั้ง บำรุงรักษา และอื่น ๆ	661,212	610,386	640,254	591,288
รวมรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	65,955,184	67,952,021	64,835,260	66,734,103
จังหวะเวลาในการรับรู้รายได้				
รับรู้รายได้ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง	65,644,178	67,672,297	64,526,034	66,454,379
รับรู้รายได้ตลอดช่วงเวลาหนึ่ง	311,006	279,724	309,226	279,724
รวมรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	65,955,184	67,952,021	64,835,260	66,734,103

การกระทบยอดระหว่างรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้ากับข้อมูลทางการเงินจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้ แสดงได้ดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
รายได้จากลูกค้าภายนอก	65,895,451	67,872,482	64,702,407	66,594,504
รายได้ระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	132,853	139,599	132,853	139,599
	66,028,304	68,012,081	64,835,260	66,734,103
ตัดรายการระหว่างกัน	(73,120)	(60,060)	-	-
รวมรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	65,955,184	67,952,021	64,835,260	66,734,103

24.2 รายได้ที่รับรู้ที่เกี่ยวข้องกับยอดคงเหลือตามสัญญา

ในระหว่างปีปัจจุบัน กลุ่มบริษัทมีรายได้ที่รับรู้ที่โดยรวมอยู่ในยอดคงมาของเงินรับล่วงหน้าจากลูกค้าจำนวน 1,113 ล้านบาท (2567: 1,041 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: จำนวน 1,091 ล้านบาท 2567: 1,021 ล้านบาท)

25. ค่าใช้จ่ายตามลักษณะ

รายการค่าใช้จ่ายแบ่งตามลักษณะประกอบด้วยรายการค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังต่อไปนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
เงินเดือนและค่าแรงและผลประโยชน์อื่น				
ของพนักงาน	5,293	5,307	5,168	5,179
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคารและสถานที่	1,420	1,462	1,468	1,512
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,583	3,543	3,749	3,698
ค่าสนับสนุนการขายและการดำเนินงาน	2,946	2,712	2,889	2,655
ค่าใช้จ่ายทางภาษีและค่าธรรมเนียม				
ราชการ	1,596	1,723	1,537	1,664
การเปลี่ยนแปลงในสินค้าสำเร็จรูป	(147)	(874)	(138)	(903)

26. ต้นทุนทางการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของเงินกู้ยืมและหุ้นกู้	433,189	414,679	428,201	407,172
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของหนี้สินตามสัญญาเช่า	277,764	272,850	280,099	264,102
รวม	710,953	687,529	708,300	671,274

27. ภาษีเงินได้

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ภาษีเงินได้ปัจจุบัน:				
ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับปี	1,422,874	1,534,061	1,365,035	1,476,692
รายการปรับปรุงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้				
นิติบุคคลของปีก่อน	(2,744)	(2,430)	(2,730)	(2,430)
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี:				
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิด				
ผลแตกต่างชั่วคราวและการกลับรายการ				
ผลแตกต่างชั่วคราว	(3,742)	30,769	(3,253)	27,357
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	1,416,388	1,562,400	1,358,052	1,501,619

จำนวนภาษีเงินได้ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบแต่ละส่วนของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สรุปได้ดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกี่ยวข้องกับ				
กำไร (ขาดทุน) จากการประมาณการตาม				
หลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	-	42	-	(3,940)

รายการกระทบยอดระหว่างกำไรทางบัญชีกับค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้มีดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	7,427,779	8,065,948	7,475,404	8,436,033
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	20% และ 24%	20% และ 24%	20%	20%
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลคูณ				
อัตราภาษี	1,485,571	1,615,249	1,495,081	1,687,207
รายการปรับปรุงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล				
ของปีก่อน	(2,744)	(2,430)	(2,729)	(2,430)
ผลกระทบทางภาษีสำหรับ:				
รายได้ที่ได้รับการยกเว้น	-	-	(78,020)	(145,000)
ค่าใช้จ่ายต้องห้าม	1,327	8,058	1,315	8,056
ค่าใช้จ่ายที่มีสิทธิหักได้เพิ่มขึ้น	(53,029)	(89,810)	(45,951)	(82,220)
อื่นๆ	(14,737)	31,333	(11,644)	36,006
รวม	(66,439)	(50,419)	(134,300)	(183,158)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	1,416,388	1,562,400	1,358,052	1,501,619

ส่วนประกอบของสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบฐานะการเงิน			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2568	2567	2568	2567
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี				
ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	1,241	1,504	1,148	1,399
ส่วนลดจากการซื้อสินค้า	151,636	139,636	151,636	139,636
ค่าเพื่อการด้อยค่าของทรัพย์สิน	740	-	740	-
ค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน	-	-	-	4,200
สัญญาเช่า	250,299	239,925	239,912	229,923
ประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์				
พนักงาน	136,982	130,706	128,211	122,050
ส่วนลดขดเชยสินค้านำเข้ารอตัดบัญชี	13,162	8,164	13,162	8,164
ประมาณการหนี้สิน	89,526	119,909	93,725	119,909
รวม	643,586	639,844	628,534	625,281

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีรายการผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีจำนวน 362 ล้านบาท (2567: 508 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัท: 362 ล้านบาท 2567: 508 ล้านบาท) ที่กลุ่มบริษัทไม่ได้บันทึกสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี เนื่องจากกลุ่มบริษัทพิจารณาแล้ว เห็นว่ากลุ่มบริษัทมีความไม่แน่นอนในจำนวนผลแตกต่างชั่วคราวที่อาจไม่ได้ใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวข้างต้น

กลุ่มบริษัทอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎการคำนวณภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง (Pillar Two model rule) ที่เผยแพร่โดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) กลุ่มบริษัทจึงได้ถือปฏิบัติตามข้อยกเว้นที่กำหนดให้กิจการต้องไม่รับรู้และไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์และหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกี่ยวข้องกับภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง (Pillar Two) โดยกลุ่มบริษัทมีการดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศที่ได้มีการออกกฎหมายดังกล่าวแล้ว และมีผลบังคับใช้แล้วในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี 2568 กลุ่มบริษัทยังไม่มีกรรับรู้ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง เนื่องจากกลุ่มบริษัทได้รับประโยชน์จากมาตรการผ่อนปรน “Transitional Safe Harbour” ภายใต้กฎหมายดังกล่าว

28. **หุ้นทุนซื้อคืน**

เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2568 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน ภายในวงเงินไม่เกิน 7,000 ล้านบาท จำนวนหุ้นที่จะซื้อคืนไม่เกิน 800 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท หรือคิดเป็นจำนวนไม่เกินร้อยละ 6 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด กำหนดระยะเวลาที่จะซื้อหุ้นคืนตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2568 ถึง 30 กันยายน 2568 ในระหว่างปีบริษัทฯ ซื้อหุ้นคืนจำนวน 180.2 ล้านหุ้น เป็นจำนวนเงิน 1,355.1 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีหุ้นสามัญที่ซื้อคืนจำนวน 180.2 ล้านหุ้น คิดเป็นจำนวนเงิน 1,355.1 ล้านบาท และบริษัทฯ ได้จัดสรรกำไรสะสมเป็นสำรองหุ้นทุนซื้อคืนแล้วทั้งจำนวน

29. **กำไรต่อหุ้น**

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณโดยหารกำไรสำหรับปีที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (ไม่รวมกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น) ด้วยจำนวนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญที่ออกอยู่ในระหว่างปี ปรับปรุงด้วยจำนวนหุ้นสามัญที่ซื้อคืน

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน แสดงการคำนวณได้ดังนี้

		งบการเงินรวม					
		กำไรสำหรับปี		จำนวนหุ้นสามัญ ถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก		กำไรต่อหุ้น	
		2568	2567	2568	2567	2568	2567
		(พันบาท)	(พันบาท)	(พันหุ้น)	(พันหุ้น)	(บาท)	(บาท)
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน							
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่		6,011,391	6,503,547	13,047,366	13,151,198	0.46	0.49

		งบการเงินเฉพาะกิจการ					
		กำไรสำหรับปี		จำนวนหุ้นสามัญ ถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก		กำไรต่อหุ้น	
		2568	2567	2568	2567	2568	2567
		(พันบาท)	(พันบาท)	(พันหุ้น)	(พันหุ้น)	(บาท)	(บาท)
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน							
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่		6,117,353	6,934,414	13,047,366	13,151,198	0.47	0.53

30. **ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน**

ข้อมูลส่วนงานดำเนินงานที่นำเสนอนี้สอดคล้องกับรายงานภายในของบริษัทฯ ที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานได้รับและสอบทานอย่างสม่ำเสมอเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรให้กับส่วนงานและประเมินผลการดำเนินงานของส่วนงาน ทั้งนี้ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานของบริษัทฯ คือคณะกรรมการบริษัทฯ

กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจหลักในส่วนงานดำเนินงานที่รายงานเพียงส่วนงานเดียว คือ ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งเป็นการจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่ง ก่อสร้าง ต่อเติม ซ่อมแซมอาคาร บ้านและที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร และให้บริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง รวมถึงธุรกิจให้เช่าพื้นที่และให้บริการสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้อง (ซึ่งมียอดรวมของรายได้และ/หรือกำไรและ/หรือสินทรัพย์ น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้รวมและ/หรือกำไรและ/หรือสินทรัพย์ของทุกส่วนงาน ซึ่งไม่เข้าเงื่อนไขที่ต้องแยกแสดงตามที่กำหนดในมาตรฐานการรายงานทางการเงิน)

กลุ่มบริษัทประเมินผลการปฏิบัติงานของส่วนงานโดยพิจารณาจากกำไรหรือขาดทุนจากการดำเนินงานซึ่งวัดมูลค่าโดยใช้เกณฑ์เดียวกับที่ใช้ในการวัดกำไรหรือขาดทุนจากการดำเนินงานและสินทรัพย์รวมในงบการเงิน ดังนั้น รายได้ กำไรจากการดำเนินงาน และสินทรัพย์ที่แสดงอยู่ในงบการเงิน จึงถือเป็นการรายงานตามส่วนงานดำเนินงานแล้ว

ข้อมูลเกี่ยวกับเขตภูมิศาสตร์

รายได้จากลูกค้าภายนอกกำหนดขึ้นตามสถานที่ตั้งของลูกค้าของกลุ่มบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	2568	2567
รายได้จากลูกค้าภายนอก		
ประเทศไทย	64,702	66,595
ประเทศมาเลเซีย	1,193	1,275
ประเทศเวียดนาม	-	3
รวม	65,895	67,873

(หน่วย: ล้านบาท)

	2568	2567
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (ไม่รวมสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี)		
ประเทศไทย	47,648	46,154
ประเทศมาเลเซีย	148	220
ประเทศเวียดนาม	1	1
รวม	47,797	46,375

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ารายใหญ่

ในปี 2568 และ 2567 กลุ่มบริษัทไม่มีรายได้จากลูกค้ารายใดที่มีมูลค่าเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ของกิจการ

31. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

กลุ่มบริษัทและพนักงานของกลุ่มบริษัทได้ร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 โดยกลุ่มบริษัทและพนักงานของกลุ่มบริษัทจะจ่ายสมทบเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราร้อยละ 3 - 5 ของเงินเดือน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพนี้นี้บริหารโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด และจะจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อพนักงานนั้นออกจากงานตามระเบียบว่าด้วยกองทุนของกลุ่มบริษัท

ในระหว่างปี 2568 กลุ่มบริษัทรับรู้เงินสมทบดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายจำนวน 119 ล้านบาท (2567: 119 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 112 ล้านบาท 2567: 111 ล้านบาท)

32. เงินปันผลจ่าย

เงินปันผล	อนุมัติโดย	เงินปันผลจ่าย (ล้านบาท)	เงินปันผล จ่ายต่อหุ้น (บาท)
เงินปันผลจากผลการดำเนินงาน ของเดือนกรกฎาคม 2566 ถึงธันวาคม 2566	ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2567	2,893	0.22
เงินปันผลระหว่างกาลจากผล การดำเนินงานของเดือน มกราคม 2567 ถึงมิถุนายน 2567	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2567	2,367	0.18
รวม		5,260	
เงินปันผลจากผลการดำเนินงาน ของเดือนกรกฎาคม 2567 ถึงธันวาคม 2567	ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2568	3,287	0.25
เงินปันผลระหว่างกาลจากผล การดำเนินงานของเดือน มกราคม 2568 ถึงมิถุนายน 2568	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2568	2,076	0.16
รวม		5,363	

33. ภาระผูกพันและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

33.1 ภาระผูกพันเกี่ยวกับรายจ่ายฝ่ายทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทฯมีภาระผูกพันเกี่ยวกับการก่อสร้างสาขาที่ต้องจ่ายให้แก่ผู้รับเหมาหลายราย จำนวนเงินค่าก่อสร้างที่จะต้องจ่ายเป็นไปตามแผนการขยายและก่อสร้างสาขาในแต่ละช่วงเวลาของฝ่ายบริหาร

33.2 ภาระผูกพันตามสัญญาให้บริการ/ให้บริการ/ให้เช่าที่ดินและอาคาร

- ก) บริษัทฯ ได้ทำสัญญาการรับความช่วยเหลือทางการเงินด้านการจัดการคลังสินค้ากับบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง ภายใต้เงื่อนไขของสัญญาดังกล่าวบริษัทฯ มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนรายเดือนในอัตราร้อยละของต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงของบริษัทย่อยดังกล่าว ภายใต้เงื่อนไขที่ระบุในสัญญา
- ข) บริษัทฯ ได้ทำสัญญาให้เช่าที่ดินกับบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง อายุสัญญามีระยะเวลา 3 ปี สิ้นสุดสัญญาวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และบริษัทฯ ได้ต่ออายุสัญญาเช่าออกไปอีก 1 ปี และต่อมาเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2569 บริษัทฯ ได้ต่อสัญญาออกไปอีก 1 ปี ภายใต้เงื่อนไขของสัญญาดังกล่าวบริษัทฯ จะได้รับค่าเช่าเป็นรายเดือนตามอัตราที่ระบุในสัญญา และสัญญาดังกล่าวเป็นสัญญาบอกเลิกไม่ได้เว้นแต่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะตกลงยินยอมร่วมกัน
- ค) บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าอาคารและบริการกับบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง อายุสัญญามีระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน สิ้นสุดสัญญาวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และบริษัทฯ ได้ต่ออายุสัญญาเช่าออกไปอีก 1 ปี และต่อมาเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2569 บริษัทฯ ได้ต่อสัญญาออกไปอีก 1 ปี ภายใต้เงื่อนไขของสัญญาดังกล่าวบริษัทฯ มีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายค่าเช่าและค่าบริการเป็นรายเดือนตามอัตราที่ระบุในสัญญา สัญญาดังกล่าวเป็นสัญญาบอกเลิกไม่ได้เว้นแต่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะตกลงยินยอมร่วมกัน

33.3 การค้ำประกัน

- ก) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารในนามของกลุ่มบริษัท ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับภาระผูกพันการเช่า การซื้อสินค้าหรือจ้างทำของ และค้ำประกันต่อหน่วยงานรัฐวิสาหกิจเป็นจำนวนเงินรวม 200 ล้านบาท และ 2 ล้านบาทเลเซียร์กิต (2567: 206 ล้านบาท และ 2 ล้านบาทเลเซียร์กิต) (เฉพาะบริษัทฯ: 188 ล้านบาท 2567: 193 ล้านบาท) หนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารในนามของบริษัทย่อยจำนวนเงิน 12 ล้านบาท และ 2 ล้านบาทเลเซียร์กิต (2567: 13 ล้านบาท และ 2 ล้านบาทเลเซียร์กิต) ค้ำประกันโดยบริษัทฯ
- ข) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ มีภาระผูกพันจากการเปิดวงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตกับธนาคารพาณิชย์วงเงิน 0.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และ 16 ล้านหยวน (2567: 0.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และ 10 ล้านหยวน)
- ค) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทฯ ค้ำประกันวงเงินสินเชื่อเป็นจำนวน 280 ล้านบาท และ 145 ล้านบาทเลเซียร์กิต (2567: 280 ล้านบาท และ 148 ล้านบาทเลเซียร์กิต) กับสถาบันการเงินให้กับบริษัทย่อยของบริษัทฯ

33.4 คดีฟ้องร้อง

- ก) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีคดีที่อยู่ระหว่างการพิจารณาคดีของศาล ซึ่งมีมูลค่าหนี้คงค้างรวมจำนวน 6.2 ล้านบาท (2567: 8.2 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 2.3 ล้านบาท 2567: 8.1 ล้านบาท) ซึ่งผลของคดีฟ้องร้องบางคดียังไม่มีข้อสรุป อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทได้ตั้งประมาณการหนี้สินบางส่วนสำหรับผลเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากคดีดังกล่าวแล้ว ฝ่ายกฎหมายของบริษัทฯเชื่อว่ากลุ่มบริษัทจะไม่ได้รับความเสียหายจากคดีดังกล่าวเกินกว่าประมาณการหนี้สินสำหรับผลเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นที่ได้บันทึกไว้แล้ว
- ข) ในเดือนกรกฎาคม 2565 ธนาคารแห่งหนึ่งที่รับโอนสิทธิเรียกร้องตามสัญญาแฟคตอริงกับลูกค้า เป็นโจทก์ยื่นฟ้องร้องขอให้บริษัทฯชำระหนี้ตามสัญญาดังกล่าว โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2567 ศาลชั้นต้นพิพากษายกฟ้องโจทก์ เนื่องจากหนี้ที่โอนสิทธิเรียกร้องเกิดจากการปลอมเอกสารของลูกค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯได้ชำระหนี้ที่ถูกต้องให้กับทางลูกค้าไปเรียบร้อยแล้วในเดือนพฤศจิกายน 2561 ถึงมีนาคม 2564 ต่อมาในเดือนกรกฎาคม 2568 ศาลอุทธรณ์พิพากษาให้บริษัทฯชำระหนี้ให้กับโจทก์ในจำนวนเงินที่บริษัทฯได้ชำระให้กับเจ้าหนี้ ปัจจุบันบริษัทฯได้ยื่นฎีกาต่อศาลเรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างรอคำสั่งศาลฎีกา อย่างไรก็ตาม จากคำพิพากษาของศาลอุทธรณ์ บริษัทฯจึงได้ตั้งประมาณการหนี้สินสำหรับผลเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากคดีดังกล่าวแล้ว ฝ่ายกฎหมายของบริษัทฯเชื่อว่าบริษัทฯจะไม่ได้รับความเสียหายจากคดีดังกล่าวเกินกว่าประมาณการหนี้สินสำหรับผลเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นที่ได้บันทึกไว้แล้ว

34. ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์และหนี้สินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมหรือเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมแยกแสดงตามลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568			
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	รวม
หนี้สินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม				
ตราสารอนุพันธ์				
สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า	-	9	-	9
สินทรัพย์ที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม				
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-	-	9,910	9,910
หนี้สินที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม				
หุ้นกู้	-	12,554	-	12,554

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

หนี้สินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม

ตราสารอนุพันธ์

สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	รวม
-	18	-	18

สินทรัพย์ที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

-	-	9,797	9,797
---	---	-------	-------

หนี้สินที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม

หุ้นกู้

-	13,586	-	13,586
---	--------	---	--------

35. เครื่องมือทางการเงิน

35.1 ตราสารอนุพันธ์

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินรวมและ

งบการเงินเฉพาะกิจการ

2568	2567
9	18
9	18

หนี้สินตราสารอนุพันธ์

หนี้สินตราสารอนุพันธ์ที่ไม่ได้กำหนดให้เป็นเครื่องมือ

ที่ใช้ป้องกันความเสี่ยง

สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า

9	18
---	----

รวมหนี้สินตราสารอนุพันธ์

9	18
---	----

ตราสารอนุพันธ์ที่ไม่ได้กำหนดให้เป็นเครื่องมือที่ใช้ป้องกันความเสี่ยง

กลุ่มบริษัทใช้สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อบริหารความเสี่ยงในการทำธุรกรรมบางส่วน โดยเข้าทำสัญญาดังกล่าวในช่วงเวลาที่สอดคล้องกับความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของรายการอ้างอิงซึ่งมีอายุสัญญาประมาณ 6 เดือน

35.2 วัตถุประสงค์และนโยบายการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

เครื่องมือทางการเงินที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้า เจ้าหนี้การค้า เงินกู้ยืมระยะสั้น เงินกู้ยืมระยะยาว หนี้สินตามสัญญาเช่า และหุ้นกู้ระยะยาว กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือทางการเงินดังกล่าว และมีนโยบายการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

ความเสี่ยงด้านเครดิต

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงด้านเครดิตที่เกี่ยวข้องกับ ลูกหนี้การค้า และเงินฝากกับธนาคารและสถาบันการเงิน และเครื่องมือทางการเงินอื่น ๆ โดยจำนวนเงินสูงสุดที่กลุ่มบริษัทอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีที่แสดงอยู่ในงบฐานะการเงิน ยกเว้นตราสารอนุพันธ์ซึ่งได้เปิดเผยจำนวนเงินสูงสุดที่กลุ่มบริษัทอาจต้องสูญเสียไว้ในหัวข้อความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ลูกหนี้การค้า

กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงโดยใช้นโยบายและขั้นตอนในการควบคุมการให้สินเชื่ออย่างเหมาะสม จึงไม่คาดว่าจะเกิดผลขาดทุนทางการเงินที่มีสาระสำคัญ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีการติดตามยอดคงค้างของลูกหนี้การค้าอย่างสม่ำเสมอ และการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้ารายใหญ่มักจะมีการขอหนังสือการประกันสินเชื่อแบบอื่น ๆ จากธนาคารและสถาบันการเงินอื่นที่มีชื่อเสียง

กลุ่มบริษัทพิจารณาการด้อยค่าทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน อัตราการตั้งสำรองของผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนวณโดยพิจารณาจากอายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรูปแบบของความเสี่ยงด้านเครดิตที่คล้ายคลึงกัน โดยจัดกลุ่มลูกค้าตามประเภทของลูกค้าและอันดับความน่าเชื่อถือของลูกค้า รวมถึงการมีการค้าประกันสินเชื่อแบบอื่น ๆ ทั้งนี้ การประกันสินเชื่อแบบอื่น ๆ ถือเป็นส่วนหนึ่งของลูกหนี้การค้าและนำมาใช้ในการคำนวณการด้อยค่าด้านเครดิต การคำนวณผลขาดทุนจากการด้อยค่าด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนึงถึงผลของความน่าจะเป็นถ่วงน้ำหนัก มูลค่าของเงินตามเวลาและข้อมูลที่มีความสมเหตุสมผลและสามารถสนับสนุนได้ที่มีอยู่ ณ วันที่รายงานเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอดีต สภาพการณ์ปัจจุบันและการคาดการณ์สถานะเศรษฐกิจในอนาคต

เครื่องมือทางการเงินและเงินฝากธนาคาร

กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงด้านเครดิตที่เกี่ยวข้องกับยอดคงเหลือกับธนาคารและสถาบันการเงิน โดยจะลงทุนกับคู่สัญญาที่ได้รับการอนุมัติแล้วเท่านั้นและอยู่ในวงเงินสินเชื่อที่กำหนดให้กับคู่สัญญาแต่ละราย โดยวงเงินสินเชื่อจะถูกสอบทานโดยคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปีและอาจมีการปรับปรุงในระหว่างปีขึ้นอยู่กับความเห็นชอบของคณะกรรมการบริหารของกลุ่มบริษัท การกำหนดวงเงินดังกล่าวเป็นการช่วยลดความเสี่ยงของการกระจุกตัวและบรรเทาผลขาดทุนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากผิดนัดชำระของคู่สัญญา

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงด้านเครดิตของตราสารหนี้และตราสารอนุพันธ์ไม่สูงมากนักเนื่องจากคู่สัญญาเป็นธนาคารที่มีอันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตที่อยู่ในระดับสูงซึ่งประเมินโดยสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตระหว่างประเทศ

ความเสี่ยงด้านตลาด

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงด้านตลาด ได้แก่ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน กลุ่มบริษัทได้เข้าทำตราสารอนุพันธ์สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นจากการนำเข้าสินค้า

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องจากการซื้อหรือขายสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ โดยกลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงส่วนใหญ่โดยการเข้าทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ซึ่งสัญญาโดยส่วนใหญ่มีอายุไม่เกินหนึ่งปี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทฯมียอดคงเหลือของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ดังนี้

งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ						
สกุลเงิน	สินทรัพย์ทางการเงิน		หนี้สินทางการเงิน		อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม		ณ วันที่ 31 ธันวาคม		ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	2568	2567	2568	2567	2568	2567
	(ล้าน)	(ล้าน)	(ล้าน)	(ล้าน)	(บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)	
เหรียญสหรัฐอเมริกา	-	-	1	1	31.77	34.19
หยวน	-	-	29	34	4.60	4.76

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 ยอดคงเหลือของสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ดังนี้

งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ					
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568					
สกุลเงิน	จำนวนที่ซื้อ	จำนวนที่ขาย	อัตราแลกเปลี่ยนตามสัญญาของ		วันครบกำหนดตามสัญญา
			จำนวนที่ซื้อ	จำนวนที่ขาย	
	(ล้าน)	(ล้าน)	(บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)		
เหรียญสหรัฐอเมริกา	12	-	30.91 - 32.20	-	ภายในมิถุนายน 2569
หยวน	158	-	4.47 - 4.58	-	ภายในมิถุนายน 2569

งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ					
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567					
สกุลเงิน	จำนวนที่ซื้อ	จำนวนที่ขาย	อัตราแลกเปลี่ยนตามสัญญาของ		วันครบกำหนดตามสัญญา
			จำนวนที่ซื้อ	จำนวนที่ขาย	
	(ล้าน)	(ล้าน)	(บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)		
เหรียญสหรัฐอเมริกา	8	-	32.17 - 34.17	-	ภายในกรกฎาคม 2568
หยวน	163	-	4.68 - 4.96	-	ภายในกรกฎาคม 2568

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินกู้ยืมระยะสั้น หนี้สินตามสัญญาเช่า หุนกู้และเงินกู้ยืมระยะยาว สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยโดยจัดหาเงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ในสัดส่วนที่มากกว่าอัตราดอกเบี้ยผันแปร ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีนโยบายที่จะรักษาสัดส่วนของเงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม						
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568						
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย		รวม	อัตราดอกเบี้ย
	ภายใน	มากกว่า 1	มากกว่า	ปรับขึ้นลงตาม	ไม่มี		
	1 ปี	ถึง 5 ปี	5 ปี	ราคาตลาด	อัตราดอกเบี้ย		
(ร้อยละต่อปี)							
สินทรัพย์ทางการเงิน							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3	-	-	4,086	399	4,488	0.15 - 0.40
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	2,358	2,358	-
หนี้สินทางการเงิน							
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	6,000	-	-	5	-	6,005	1.34 - 1.38 และ
							COF + 0.75
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	15,313	15,313	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	229	938	5,930	-	-	7,097	1.44 - 6.05
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	-	79	-	79	COF + 0.80
หุ้นกู้	6,700	5,703	-	-	-	12,403	1.62 - 3.20

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม						
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567						
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย		รวม	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)
	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ถึง 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	ปรับขึ้นลงตามราคาตลาด	ไม่มีอัตราดอกเบี้ย		
สินทรัพย์ทางการเงิน							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3	-	-	4,707	844	5,554	0.05 - 2.00
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	2,008	2,008	-
หนี้สินทางการเงิน							
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	3,000	-	-	13	-	3,013	2.38 - 2.45 และ COF + 0.75
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	15,459	15,459	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	250	918	5,786	-	-	6,954	1.44 - 5.81
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	-	103	-	103	COF + 0.80 และ COF + 1.10
หุ้นกู้	5,000	8,519	-	-	-	13,519	2.39 - 3.20

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ						
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568						
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย		รวม	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)
	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ถึง 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	ปรับขึ้นลงตามราคาตลาด	ไม่มีอัตราดอกเบี้ย		
สินทรัพย์ทางการเงิน							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	-	3,670	342	4,012	0.15 - 0.40
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	2,439	2,439	-
หนี้สินทางการเงิน							
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	6,000	-	-	-	-	6,000	1.34 - 1.38
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	15,145	15,145	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	192	906	5,593	-	-	6,691	1.44 - 6.05
หุ้นกู้	6,700	5,703	-	-	-	12,403	1.62 - 3.20

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ						
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567						
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย		รวม	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)
	ภายใน	มากกว่า 1	มากกว่า	ปรับขึ้นลงตาม	ไม่มี		
	1 ปี	ถึง 5 ปี	5 ปี	ราคาตลาด	อัตราดอกเบี้ย		
สินทรัพย์ทางการเงิน							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	-	4,541	562	5,103	0.15 - 0.40
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	2,097	2,097	-
หนี้สินทางการเงิน							
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	3,000	-	-	-	-	3,000	2.38 - 2.45
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	15,285	15,285	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	191	863	5,437	-	-	6,491	1.44 - 5.81
หุ้นกู้	5,000	8,519	-	-	-	13,519	2.39 - 3.20

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

กลุ่มบริษัทมีการติดตามความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องโดยการใช้เจ้าหนี้การค้า เงินกู้ยืมธนาคาร หุ้นกู้ และสัญญาเช่า ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินทางการเงินดังกล่าวประมาณร้อยละ 63 (2567: ร้อยละ 55) (เฉพาะบริษัทฯ: ร้อยละ 64 : 2567: ร้อยละ 56) ที่จะครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเมื่อเทียบกับมูลค่าตามบัญชีทั้งหมดของหนี้สินทางการเงินที่แสดงอยู่ในงบการเงิน กลุ่มบริษัทได้ประเมินการกระทบของความเสียหายที่เกี่ยวข้องกับการกู้ยืมเงินเพื่อนำไปชำระหนี้สินเดิมและได้ข้อสรุปว่ากลุ่มบริษัทมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งของเงินทุนที่หลากหลายอย่างเพียงพอ

รายละเอียดการครบกำหนดชำระของหนี้สินทางการเงินที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์และเครื่องมือทางการเงินที่เป็นตราสารอนุพันธ์ของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 ซึ่งพิจารณาจากกระแสเงินสดตามสัญญาที่ยังไม่คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน สามารถแสดงได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม				
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568				
	ไม่เกิน	มากกว่า			
เมื่อทวงถาม	1 ปี	1 - 5 ปี	5 ปี	รวม	
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์					
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	5	6,000	-	-	6,005
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	15,313	-	-	15,313
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	508	1,980	8,819	11,307
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	26	57	-	83
หุ้นกู้	-	6,733	6,000	-	12,733
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	5	28,580	8,037	8,819	45,441

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินรวม				
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568				
เมื่อทวงถาม	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
ตราสารอนุพันธ์				
หนี้สินตราสารอนุพันธ์: จ่ายชำระสุทธิ	-	9	-	9
รวมตราสารอนุพันธ์	-	9	-	9

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินรวม				
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567				
เมื่อทวงถาม	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์				
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	13	3,000	-	3,013
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	15,459	-	15,459
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	521	1,934	11,137
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	27	81	108
หุ้นกู้	-	5,044	8,733	13,777
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	13	24,051	10,748	43,494

ตราสารอนุพันธ์				
หนี้สินตราสารอนุพันธ์: จ่ายชำระสุทธิ	-	18	-	18
รวมตราสารอนุพันธ์	-	18	-	18

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินเฉพาะกิจการ				
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568				
เมื่อทวงถาม	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์				
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	-	6,000	-	6,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	15,145	-	15,145
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	458	1,903	10,714
หุ้นกู้	-	6,733	6,000	12,733
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	-	28,336	7,903	44,592

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ				
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568				
	เมื่อทวงถาม	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
ตราสารอนุพันธ์					
หนี้สินตราสารอนุพันธ์: จ่ายชำระสุทธิ	-	9	-	-	9
รวมตราสารอนุพันธ์	-	9	-	-	9

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ				
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567				
	เมื่อทวงถาม	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์					
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	-	3,000	-	-	3,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	-	15,285	-	-	15,285
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	449	1,828	8,197	10,474
หุ้นกู้	-	5,044	8,733	-	13,777
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	-	23,778	10,561	8,197	42,536
ตราสารอนุพันธ์					
หนี้สินตราสารอนุพันธ์: จ่ายชำระสุทธิ	-	18	-	-	18
รวมตราสารอนุพันธ์	-	18	-	-	18

35.3 มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทจัดอยู่ในประเภทระยะสั้นหรือมีอัตราดอกเบี้ยใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในตลาด กลุ่มบริษัทจึงประมาณมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงินส่วนใหญ่ใกล้เคียงกับมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบฐานะการเงิน ยกเว้นหุ้นกู้ซึ่งได้สรุปเปรียบเทียบมูลค่าตามบัญชีและมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
	2568		2567	
	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่ายุติธรรม	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่ายุติธรรม
หนี้สินทางการเงิน				
หุ้นกู้	12,403	12,554	13,519	13,586

กลุ่มบริษัทมีวิธีการและสมมติฐานที่ใช้ในการประมาณการมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน ดังนี้

- สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่จะครบกำหนดในระยะเวลาอันสั้น ได้แก่ เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน ลูกหนี้และเจ้าหนี้ แสดงมูลค่ายุติธรรมโดยประมาณตามมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบฐานะการเงิน
- เงินให้กู้ยืมและเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ยในอัตราใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในตลาดแสดงมูลค่ายุติธรรมโดยประมาณตามมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบฐานะการเงิน
- หุ้นกู้ที่จ่ายดอกเบี้ยในอัตรากที่แสดงมูลค่ายุติธรรมโดยการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายในอนาคต คัดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยโดยประมาณในตลาดปัจจุบันสำหรับเงินกู้ยืมที่มีเงื่อนไขใกล้เคียงกัน
- ตราสารอนุพันธ์ แสดงมูลค่ายุติธรรมซึ่งคำนวณโดยใช้เทคนิคการคิดลดกระแสเงินสดในอนาคตและแบบจำลองตามทฤษฎีในการประเมินมูลค่า ซึ่งข้อมูลที่น่ามาใช้ในการประเมินมูลค่าส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่สามารถสังเกตได้ในตลาดที่เกี่ยวข้อง เช่น อัตราแลกเปลี่ยนทันที และอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าของเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น กลุ่มบริษัทได้คำนึงถึงผลกระทบของความเสี่ยงด้านเครดิตของคู่สัญญาในการประมาณมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์

ในระหว่างปีปัจจุบัน ไม่มีการโอนรายการระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม

35.4 การหักกลบเครื่องมือทางการเงิน

รายละเอียดของเครื่องมือทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 ที่มีการรับรู้ในลักษณะของการหักกลบ แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

งบการเงินรวม					
ผลกระทบของการหักกลบ					
ในงบฐานะการเงิน					
มูลค่าเริ่มต้น	จำนวนที่นำมาหักกลบ	มูลค่าสุทธิที่รับรู้ในงบฐานะการเงิน	มูลค่าเริ่มต้นที่ไม่ได้หักกลบในงบฐานะการเงิน	มูลค่าสุทธิรวมในงบฐานะการเงิน	
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568					
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	2,358,334	2,358,334	
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	13,950,380	(925,927)	13,024,453	2,288,249	15,312,702
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567					
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	2,007,873	2,007,873	
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	13,963,156	(911,106)	13,052,050	2,406,667	15,458,717

(หน่วย: พันบาท)

งบการเงินเฉพาะกิจการ					
ผลกระทบของการหักกลบ					
ในงบฐานะการเงิน					
มูลค่าเริ่มต้น	จำนวนที่นำมาหักกลบ	มูลค่าสุทธิที่รับรู้ในงบฐานะการเงิน	มูลค่าเริ่มต้นที่ไม่ได้หักกลบในงบฐานะการเงิน	มูลค่าสุทธิรวมในงบฐานะการเงิน	
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568					
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	2,438,688	2,438,688	
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	13,750,388	(907,817)	12,842,571	2,302,693	15,145,264
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567					
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	-	-	2,097,072	2,097,072	
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	13,768,077	(894,915)	12,873,162	2,412,545	15,285,707

มูลค่าเริ่มต้นที่ไม่ได้หักกลบในงบฐานะการเงินนั้น สะท้อนถึงจำนวนที่ขึ้นอยู่กับข้อตกลงการหักกลบที่มีเงื่อนไข

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทมีลูกหนี้หมุนเวียนอื่นจากการให้เช่าพื้นที่และบริการที่เกี่ยวข้องจำนวน 259 ล้านบาท (2567: 256 ล้านบาท) ซึ่งมีเงินประกันการเช่าบางส่วนที่แสดงอยู่ในหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น รวมถึงเงินประกันสินเชื่อแบบอื่น ๆ ที่มีข้อตกลงให้หักกลับกับลูกหนี้การค้าได้ และกลุ่มบริษัทวางเงินประกันการเช่าจำนวน 27 ล้านบาท (2567: 15 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 27 ล้านบาท 2567: 15 ล้านบาท) รวมถึงหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารที่มีข้อตกลงให้หักกลับกับเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นได้

36. การบริหารจัดการทุน

วัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการทุนที่สำคัญของบริษัทฯ คือ การจัดให้มีซึ่งโครงสร้างทุนที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และเสริมสร้างมูลค่าการถือหุ้นให้กับผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ จัดการสถานะของทุนโดยใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt-to-Equity Ratio) เพื่อให้สอดคล้องกับเงื่อนไขในข้อกำหนดของเงินกู้ยืมระยะยาวและหุ้นกู้ ซึ่งต้องรักษาระดับของอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนให้ไม่เกิน 2.50 ต่อ 1

37. เหตุการณ์ภายหลังรอบระยะเวลารายงาน

- ก) เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2569 บริษัทฯ ได้ออกหุ้นกู้ประเภทไม่มีหลักประกันและไม่ค่อยสิทธิอายุ 3 ปี นับจากวันที่ออกหุ้นกู้จำนวน 1 ล้านหน่วย มูลค่าที่ตราไว้หน่วยละ 1,000 บาท คิดเป็นมูลค่าที่ตราไว้รวมเป็นเงิน 1,000 ล้านบาท อัตราส่วนลดร้อยละ 1.62 ต่อปี โดยไม่มีการชำระดอกเบี้ยตลอดอายุหุ้นกู้เสนอขายให้แก่ผู้ลงทุนสถาบัน เพื่อใช้ชำระคืนหนี้จากการออกตราสารหนี้และ/หรือเพื่อลงทุนในกิจการและ/หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ หุ้นกุดังกล่าวครบกำหนดไถ่ถอนวันที่ 5 มกราคม 2572
- ข) เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน ครั้งที่ 2 ภายในวงเงินไม่เกิน 2,959 ล้านบาท จำนวนหุ้นที่จะซื้อคืนไม่เกิน 394.5 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท หรือคิดเป็นจำนวนไม่เกินร้อยละ 3 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด กำหนดระยะเวลาที่จะซื้อหุ้นคืนตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2569 ถึง 31 สิงหาคม 2569
- ค) เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2569 บริษัทฯ ได้ออกหุ้นกู้ประเภทไม่มีหลักประกันและไม่ค่อยสิทธิอายุ 3 ปี นับจากวันที่ออกหุ้นกู้จำนวน 2 ล้านหน่วย มูลค่าที่ตราไว้หน่วยละ 1,000 บาท คิดเป็นมูลค่าที่ตราไว้รวมเป็นเงิน 2,000 ล้านบาท อัตราส่วนลดร้อยละ 1.60 ต่อปี โดยไม่มีการชำระดอกเบี้ยตลอดอายุหุ้นกู้เสนอขายให้แก่ผู้ลงทุนสถาบัน เพื่อใช้ชำระคืนหนี้จากการออกตราสารหนี้และ/หรือเพื่อลงทุนในกิจการและ/หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ หุ้นกุดังกล่าวครบกำหนดไถ่ถอนวันที่ 29 มกราคม 2572

- ง) เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติเพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติการจ่ายปันผลจากผลการดำเนินงานของเดือนกรกฎาคม 2568 ถึงธันวาคม 2568 โดยจ่ายปันผลเป็นเงินสดในอัตราหุ้นละ 0.22 บาท หรือคิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 2,893.27 ล้านบาท โดยมีกำหนดจ่ายเงินปันผลจำนวนดังกล่าวภายในวันที่ 7 พฤษภาคม 2569 เนื่องจากการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2568 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากผลการดำเนินงานของเดือนมกราคม 2568 ถึงมิถุนายน 2568 ให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นเงินสดในอัตราหุ้นละ 0.16 บาท ซึ่งได้จ่ายเงินปันผลไปเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2568 ดังนั้นรวมการจ่ายปันผลสำหรับ ปี 2568 คิดเป็น 0.38 บาทต่อหุ้น

38. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้รับอนุมัติให้ออกโดยคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2569

ใช้ชีวิตง่าย ได้ที่โฮมโปร

สะดวกทุกช่องทาง ด้วยบริการพิเศษให้คุณ



Better Living เพื่อชีวิตที่ดีกว่า





บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

31 ก.ประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเขน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 0 2832 1000 โทรสาร 0 2832 1066

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

กัลปพฤกษ์	0 2029 7660
เจริญสุขนิเวศน์	0 2079 7370
แจ้งวัฒนะ	0 2962 6955
ชัยพฤกษ์	0 2029 7230
ซีคอนบางแค	0 2455 0070
บางนา กม.1	0 2340 6599
บางบัวทอง	0 2481 5700
ประชาชื่น	0 2955 5888
พระราม 2	0 2895 6555
พระราม 3	0 2029 7500
พระราม 9	0 2029 7600
พาราไดซ์ พาร์ค	0 2047 0377
พุทธมณฑล สาย 5	0 2444 5566
เพชรเกษม	0 2029 7272
เพลินจิต	0 2655 3400
ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต	0 2030 0600
เมกาบางนา	0 2947 6365
รังสิตคลอง 4	0 2029 7799
รัชดาภิเษก	0 2641 2900
ราชพฤกษ์	0 2423 3222
รามคำแหง	0 2735 4999
ลาดกระบัง	0 2407 2699
ลาดพร้าว	0 2983 7444
ศรีนครินทร์	0 2029 7630
ศูนย์การค้าแฟชั่น ไอส์แลนด์	0 2947 6365

สุขสวัสดิ์	0 2976 9114
สุภาภิบาล 3	0 2976 9114
สุวรรณภูมิ	0 2325 1200
เอกมัย-รามอินทรา	0 2933 5000

ภาคกลาง

กาญจนบุรี	0 3460 2700
นครปฐม	0 3410 6070
ประจวบคีรีขันธ์	0 3265 2123
พระนครศรีอยุธยา	0 3595 8070
เพชรบุรี	0 3247 4599
มหาชัย	0 3446 9688
ราชบุรี	0 3232 0999
ลพบุรี	0 3668 2100
สมุทรสงคราม	0 3477 0900
สระบุรี	0 3622 4444
สุพรรณบุรี	0 3596 4199
หัวหิน	0 3252 6000

ภาคเหนือ

เชียงใหม่	0 5360 4444
เชียงใหม่	0 5200 5170
เชียงใหม่-รวมโชค	0 5209 0799
เชียงใหม่-สันทราย	0 5335 2456
เชียงใหม่-หางดง	0 5344 7939

นครสวรรค์	0 5637 1300
พิษณุโลก	0 5500 2100
เพชรบูรณ์	0 5671 9555
แพร่	0 5453 2222
ลำปาง	0 5481 1499
ลำพูน	0 5203 6610
สุโขทัย	0 5561 6600

ภาคตะวันออก

จันทบุรี	0 3960 2100
ฉะเชิงเทรา	0 3305 1100
ชลบุรี	0 3304 5050
ชลบุรี-อมตะ	0 3304 5800
บางแสน	0 3304 5100
ปราจีนบุรี	0 3748 2222
พิกุล	0 3314 1033
พิกุลเหนือ	0 3319 0300
ระยอง	0 3306 0100
แหลมฉบัง	0 3326 8640

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เว้าใหญ่	0 4400 3131
ชัยภูมิ	0 4405 1800
นครราชสีมา	0 4400 3570
นครราชสีมา (หัวทะเล)	0 4492 0500

บุรีรัมย์	0 4469 0755
บุรีรัมย์	0 4204 4011
ร้อยเอ็ด	0 4303 2170
เลย	0 4284 5800
สกลนคร	0 4209 1070
สุรินทร์	0 4451 9988
อุบลราชธานี	0 4534 4700

ภาคใต้

กระบี่	0 7581 0499
ชุมพร	0 7765 8900
ตรัง	0 7582 1100
นครศรีธรรมราช	0 7580 1070
พังงา	0 7482 2100
ภูเก็ต	0 7660 9570
ภูเก็ต-ฉลอง	0 7660 2933
ภูเก็ต-เชิงทะเล	0 7664 3240
ภูเก็ต (กลาง)	0 7639 0400
สนุ่ย	0 7795 6130
สุราษฎร์ธานี (สี่แยกเมือง)	0 7791 2474
หาดใหญ่	0 7480 3131
หาดใหญ่ (กาญจนวนิช)	0 7421 0999

โฮมโปร เอส

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

เกตเวย์ เอกมัย	0 2030 0002
เกตเวย์ แอวก บางซื่อ	0 2079 5450
สามย่าน มิตรทาวน์	0 2030 0022

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เทอร์มินอล 21-โคราช	0 4400 3737
---------------------	-------------

โฮมริคส์โตร

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

บางนาตราด	0 2029 7777
พุทธมณฑลสาย 4	0 3415 1335
ลำลูกกา	0 2997 4800

ภาคตะวันออก

บ่อวิน	0 3304 5999
ระยอง-กบินดา	0 3322 0464
ศรีราชา	0 3304 5999
อรัญประเทศ	0 3304 5999

ภาคเหนือ

เชียงใหม่	0 5360 4444
แม่สอด	0 5503 4111
แม่สาย	0 5202 4589

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หนองคาย	0 4202 8111
ขอนแก่น	0 4300 2100
อุดรธานี	0 4211 3100

ภาคใต้

ภูเก็ต-เจ้าฟ้า	0 7664 3050
----------------	-------------

Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd

Suite 17.01, 17.05-07, Level 17, Mena Summit, Persiaran Kewajipan, USJ 1, UEP Subang Jaya, 47600 Selangor.

Tel: +603 8063 5179 Fax: +603 8063 5525

IOI City Mail	+603 8800 8800	Summit USJ	+603 5650 08800
Ippoh	+605 238 0011	Melaka	+606 274 8888
Penang	+604 202 0030	Johor Bahru	+607 535 0010
Mutiara Damansara	+603 7890 3498		



บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด

49 หมู่ 5 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120

โทรศัพท์ 0 2516 0099

โทรสาร 0 2516 0098

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ติวานนท์	0 2483 6260
บางพลี	0 2481 6820
มีนบุรี	0 2029 0888
รังสิต	0 2029 7999
รัตนาริเบศร์	0 2481 7300

ภาคตะวันออก

กบินทร์บุรี	0 3748 0222
ฉะเชิงเทรา	0 3305 1525
บางแสน	0 3326 8730
บ้านฉาง	0 3306 0530
ปลวกแดง	0 3322 0410
พิกุล	0 3326 5050

ภาคกลาง

นครปฐม	0 3410 6159
โรจนะ	0 3595 8000

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นครราชสีมา	0 4400 3500
นครพนม	0 4206 4111

ภาคเหนือ

เชียงใหม่	0 5207 9669
เชียงใหม่	0 5202 4141

ภาคใต้

หาดใหญ่	0 7480 3888
สุราษฎร์ธานี	0 7794 7369
ทุ่งสง	0 7580 1529
เวียงสระ	0 7794 7367

สอบถามรายละเอียดสินค้าและสาขาได้ที่ Call Center

HomePro 1284

Megahome 1347

ช้อปออนไลน์ได้แล้ววันนี้



ติดตามข่าวสาร HomePro Thailand ได้ที่



HomePro
Thailand



HOMEPRO
THAILAND



HomePro
Thailand



HomePro
Official Account