

WE MAKE A BETTER LIVING



แบบ 56-1 (One Report) ประจำปี 2567

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)



ที่ตั้ง 31 ก.ประชาชื่น-นนทบุรี ต.บางเลน อ.เมืองนนทบุรี

จ.นนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 0 2832 1000

โทรสาร 0 2832 1234

เว็บไซต์ของบริษัทฯ www.homepro.co.th

ประเภทธุรกิจ จำหน่ายสินค้า และให้บริการ ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่ง ซ่อมแซม บ้านและที่อยู่อาศัย แบบครบวงจร

เลขทะเบียนบริษัท 0107544000043

จำนวนหุ้นจดทะเบียนสามัญ 13,151,198,025 หุ้น

มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

จำนวนหุ้นชำระแล้ว หุ้นสามัญ 13,151,198,025 หุ้น

ชื่อตลาดหลักทรัพย์ที่จดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ชื่อที่ใช้ในการซื้อขาย HMPRO

ผู้ลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ เพิ่มเติมได้จาก
แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี แบบ 56-1 (One Report) ของบริษัท
ที่แสดงไว้ใน www.sec.or.th หรือ www.homepro.co.th





สารบัญ

ส่วนที่ 1 ผลการดำเนินงานที่สำคัญ

014	สารจากประธานกรรมการ	016	สารจากกรรมการผู้จัดการ	018	สารจากคณะกรรมการบริหาร
019	สารจากคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	020	สารจากคณะกรรมการตรวจสอบ	022	สารจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
024	ประวัติคณะกรรมการบริษัท	039	ประวัติคณะผู้บริหาร	044	สรุปข้อมูลทางการเงิน
046	วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร	048	โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ	056	การบริหารจัดการความเสี่ยง
069	การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน)	239	การวิเคราะห์และคำอธิบายฝ่ายจัดการ	248	ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ

258	นโยบายการกำกับดูแลกิจการ	270	รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ	280	โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ และอื่นๆ
300	การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน				

ส่วนที่ 3 งบการเงิน

307	รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน	308	งบการเงิน
-----	---	-----	-----------



Synergized Omnichannel



Hybrid Store Expansion

เปิดสาขาโฮมโปรและเมกาโฮมบนพื้นที่เดียวกันในทำเลที่มีศักยภาพเพื่อตอบสนองลูกค้าเป้าหมายทั้งกลุ่มเจ้าของบ้านและกลุ่มช่างด้วยการเข้าถึงสินค้าและบริการที่หลากหลายสร้างความสะดวกสบายและครบวงจรมากยิ่งขึ้น



New Channel Platform

ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านการสร้างแพลตฟอร์มเฉพาะสำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ (B2B: Business to Business) แนะนำสินค้าที่ตอบสนองการใช้งานเฉพาะของแต่ละกลุ่มธุรกิจ ด้วยคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ตอบโจทย์ทุกความต้องการ สร้างโอกาสทางธุรกิจและการเติบโตที่ยั่งยืน



Fulfillment Optimization

ติดตั้งระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (ASRS) เพิ่มเติม เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจและการขยายสาขาในอนาคตยกระดับความแม่นยำในการจัดเก็บและเคลื่อนย้ายสินค้าได้อย่างรวดเร็วเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา



Superior Experience



FIT4
สั่งได้ตาม

1. เลือก

เลือกแบบ

การ

ตรวจ



Customer Lifetime Ecosystem

สร้างระบบนิเวศน์ที่แข็งแกร่งเพื่อดูแลลูกค้าตลอดอายุการใช้งานสินค้ามุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและมอบประสบการณ์ที่เหนือกว่าให้กับลูกค้าในทุกขั้นตอนตอบโจทย์ทุกความต้องการผลักดันให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



Instore Experience

เสริมสร้างประสบการณ์การซื้อสินค้าและบริการที่สาขาให้แก่ลูกค้า ผ่านการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อยกระดับการให้บริการได้รวดเร็วมากขึ้น รวมถึงมีที่ปรึกษามืออาชีพเกี่ยวกับเรื่องบ้านที่พร้อมให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและมั่นใจในทุกขั้นตอนของการซื้อสินค้าและบริการ

4 YOU

มใจคุณ

รูปแบบ

มที่คุณต้องก

จพื้นที่

ำงานพร้อม

แบบ/

รือ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

การ

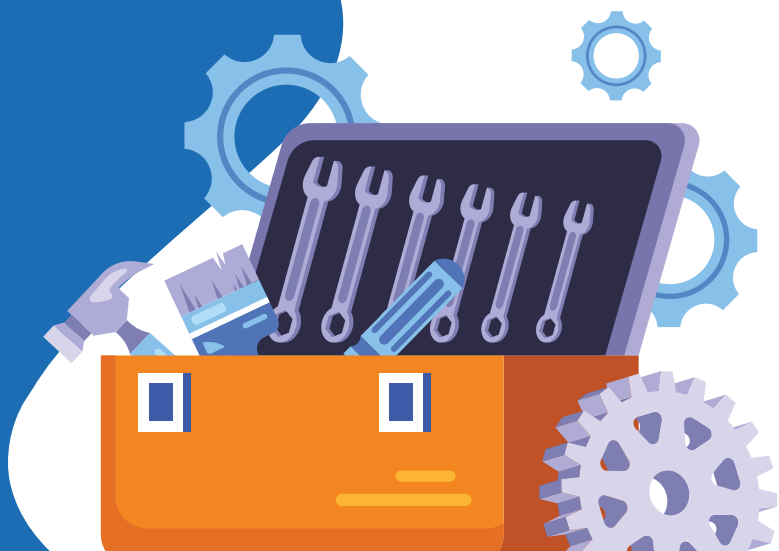
การ

การ



Home Service

พัฒนาแอปพลิเคชันHomeServiceอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ใช้งานได้รวดเร็ว สะดวก และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยมีการให้บริการเกี่ยวกับบ้านแบบครบวงจรตั้งแต่ ติดตั้ง ซ่อมแซม ต่อเติม บริการ ล้างทำความสะอาด และบริการอื่นๆ รวมมากกว่า 100 รายการ ครอบคลุมพื้นที่บริการมากที่สุดในประเทศไทย ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด อีกทั้งยังมีบริการ Emergency Services ที่พร้อมช่วยเหลือลูกค้าตลอด 24 ชม.



Sustainable Innovation



Closed Loop Circularity

สนับสนุนการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Consumption) ผ่านการสนับสนุนสินค้า ECO Product สินค้า ECO Choice และสินค้า Circular Product ซึ่งเป็นสินค้าที่ผ่านกระบวนการผลิตจากสินค้าเก่าที่ลูกค้านำมาเข้าร่วมโครงการ แลกเก่าเพื่อโลกใหม่ โดยไฮโปร ได้นำสินค้าเก่าไปคิดแยกและรีไซเคิลเพื่อเป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่ผ่านกระบวนการจัดการซากสินค้าเก่าอย่างถูกวิธี

Green Energy

เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์ (Solar Roof) โดยติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาศูนย์จำหน่ายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการผลิตหรือใช้พลังงานหมุนเวียนจากหลังคาโซลาร์เซลล์กว่า 90 โครงการ



Green Logistic

ปรับเปลี่ยนรถขนส่งสินค้าเป็น EV รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพ
การดำเนินงาน เพื่อบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและ
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกซึ่งเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้
เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

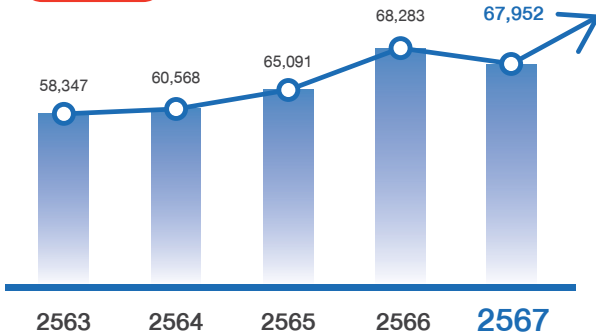




โฮมโปร คือ ผู้นำในธุรกิจค้าปลีก สินค้าเกี่ยวกับบ้านและที่อยู่อาศัย ในประเทศไทย

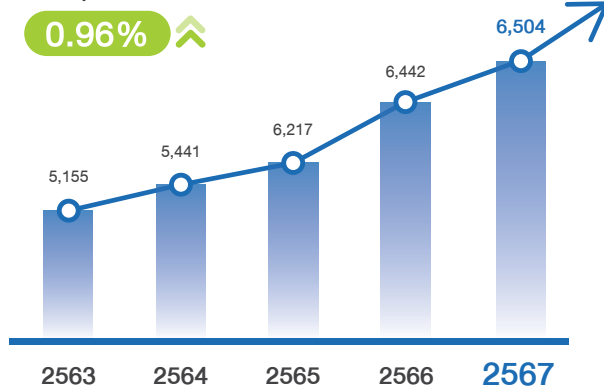
ยอดขาย (ล้านบาท)

-0.49% ▼

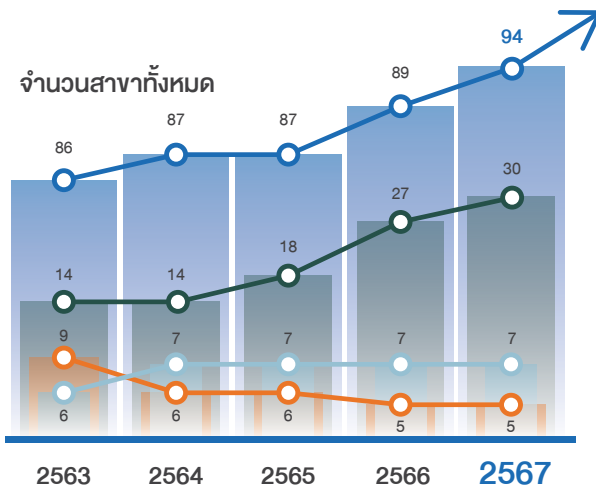


กำไรสุทธิ (ล้านบาท)

0.96% ▲

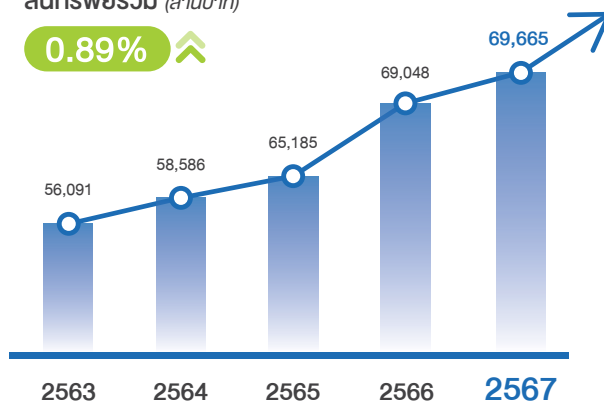


จำนวนสาขาทั้งหมด



สินทรัพย์รวม (ล้านบาท)

0.89% ▲



- HomePro
- Mega Home
- HomePro S
- HomePro Malaysia

HomePro



99 สาขา
ในประเทศไทย

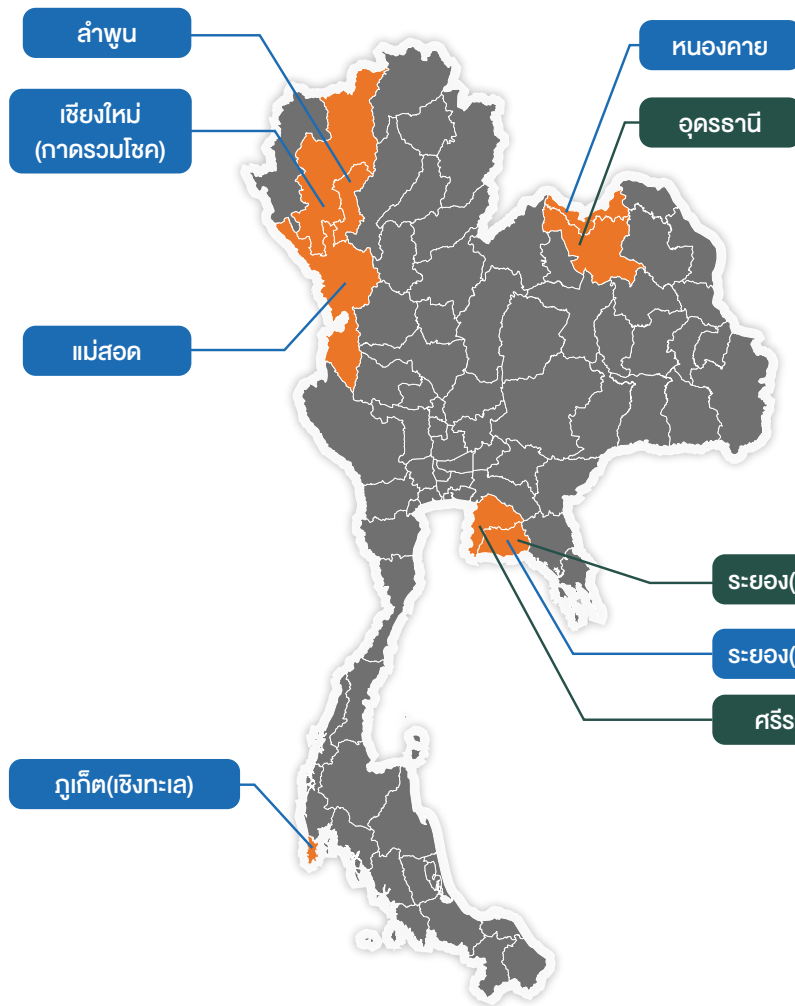


7 สาขา
ในมาเลเซีย

MEGA HOME



30 สาขา



จำนวน สาขาใหม่



6 สาขา



3 สาขา



จำนวนสินค้า

40,000-80,000
รายการ



วัตถุประสงค์หลักของการคิดสรรสินค้าอยู่ที่ความมุ่งมั่น
ในการมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ดังนั้นหัวใจสำคัญของ
สินค้าจึงอยู่ที่ความครบครัน คุณภาพและความคุ้มค่า

6.6
ล้านราย



บัตรอภิสักดิ์ เพื่อความคุ้มค่าแก่ลูกค้าคนสำคัญของเรา
โดยผู้ถือบัตรจะได้สิทธิรับส่วนลดในการซื้อสินค้า และ
การบริการต่างๆ ยอดซื้อผ่านบัตรจะถูกสะสมเป็นคะแนน
เพื่อนำมาแลกใช้แทนเงินสดหรือแลกรับสิทธิประโยชน์อื่นๆ
มากมาย

ทีมช่าง โฮม เซอร์วิส

2,667 ทีม



งานบริการที่โฮมโปรออกแบบขึ้นจากความเข้าใจ
ในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยลูกค้า
จะได้รับบริการจากทีมช่างผู้ชำนาญงานที่มีความรู้
ในงาน สามารถคุมงบประมาณและเวลาได้อย่างแน่นอน

เพื่อนพนักงาน

11,826 คน



สารจาก ประธานกรรมการ



บริษัทฯ ขอแสดงความขอบคุณท่านผู้มีส่วนได้เสีย ที่ให้การสนับสนุนกิจการของบริษัทฯ ในทุกๆ ด้าน และเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ถือเป็นพันธะสัญญาว่าจะดำเนินและพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า และ พนักงานทั่วประเทศกว่า 12,000 คน ของบริษัทฯ และบริษัทฯ ขอให้คำมั่นสัญญาว่าจะดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืนสืบต่อไป



เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ในปี 2567 ที่ผ่านมา เศรษฐกิจโลกยังคงเผชิญกับความท้าทายและความไม่แน่นอน จากปัจจัยหลายภาคส่วน อาทิ ปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศในหลายภูมิภาค ซึ่งส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานทั่วโลก ทำให้ต้นทุนการผลิตมีการปรับตัวสูงขึ้นและเกิดภาวะเงินเฟ้อในช่วงครึ่งปีแรก สำหรับในช่วงครึ่งปีหลัง สถานการณ์เงินเฟ้อเริ่มคลี่คลายลง ส่งผลให้ธนาคารกลางสหรัฐฯ เริ่มมีการปรับลดนโยบายดอกเบี้ย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและบรรเทาผลกระทบต่อภาคธุรกิจและผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนสูง ภาคธุรกิจยังคงต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการติดตามสถานการณ์ และปรับตัวในเรื่องของการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงคอยแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ และเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ เพื่อผลักดันธุรกิจให้เติบโตได้ในสภาวะการณ์ต่างๆ

สำหรับภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2567 นี้ มีการเติบโตในอัตราที่ไม่สูงมากนัก โดยแรงขับเคลื่อนหลักยังคงมาจากภาคการท่องเที่ยว ซึ่งมีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง จากตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทำให้เกิด

การจับจ่ายใช้สอยและเกิดเงินหมุนเวียนในระบบ ในภูมิภาคที่มีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหลัก อีกทั้งภาคการส่งออกสินค้ายังคงมีการขยายตัวได้ดีในส่วนของสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตร อย่างไรก็ตามยังคงมีความกดดันในเรื่องของหนี้ภาคครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีผลทำให้กำลังซื้อของประชาชนลดลง ส่งผลให้เกิดความระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น อีกทั้งในระหว่างปี 2567 นี้ ได้มีการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ขึ้น โดยเริ่มมีการเบิกจ่ายงบประมาณและออกนโยบาย “โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจปี 2567 แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและคนพิการ” มอบเงิน 10,000 บาทแก่ประชาชนผู้มีสิทธิ เพื่อกระตุ้นการบริโภคและเพิ่มเงินหมุนเวียนในระบบ ทั้งนี้โครงการยังคงมีการดำเนินการต่อเนื่องไปยังปีหน้า จึงคาดว่าจะเป็ผลดีต่อบริษัทฯ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้ารายย่อยฝั่งเมกาโฮม

บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ตามสภาพตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ซื้อสินค้าและบริการที่ไร้รอยต่อผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันมีสัดส่วน

รวมกันประมาณ 8% รวมถึงช่องทางออนไลน์ ที่มีการขยายสาขาในรูปแบบของ Hybrid Store มากขึ้น กล่าวคือมีการเปิดสาขาไฮโปและเมกาไฮโปในพื้นที่เดียวกัน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรให้ดียิ่งขึ้น สามารถรองรับความต้องการได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการพัฒนาทั้งในส่วนของการแพลตฟอร์ม เครื่องมือ และระบบต่างๆ รวมถึงพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันไฮโปให้ใช้งานสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าธุรกิจ (B2B) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต ในส่วนของการขยายสาขาสำหรับปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการขยายสาขาตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมทั้งสิ้น 9 สาขา โดยแบ่งเป็นสาขาไฮโป จำนวน 6 สาขา และเมกาไฮโป 3 สาขา

บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญในเรื่องของการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านการดำเนินงานต่างๆ อาทิ การตั้งเป้าหมายการลดการใช้พลังงาน การกำจัดขยะอย่างถูกวิธี การส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Products) อีกทั้งยังให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมที่ดีขึ้น มุ่งพัฒนาองค์ความรู้และทักษะใหม่ๆ ทั้งในด้านการทำงานและเทคโนโลยี เพื่อให้พนักงานสามารถปรับตัวและเติบโตไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงอย่างมั่นคงในระยะยาว

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง เพื่อพิจารณาและติดตามภาพรวมการดำเนินงาน แผนธุรกิจ กลยุทธ์องค์กร และเรื่องอื่นๆ ที่เป็นสาระสำคัญ โดยมีการรวมการเข้าร่วมประชุมคิดเป็นร้อยละ 96 จากจำนวนการประชุมทั้งหมด และมีการจัดประชุมคณะกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 24 ธันวาคม 2567

สุดท้ายนี้ บริษัทฯ ขอแสดงความขอบคุณท่านผู้มีส่วนได้เสียที่ให้การสนับสนุนกิจการของบริษัทฯ ในทุกๆ ด้าน และเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ถือเป็นพันธะสัญญาว่า จะดำเนินและพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น คู่ค้า ลูกค้า และพนักงานทั่วประเทศกว่า 12,000 คน ของบริษัทฯ และบริษัทฯ ขอให้คำมั่นสัญญาว่าจะดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืนสืบต่อไป



(นายอนันต์ อัครโกศล)

ประธานกรรมการ

สารจาก กรรมการผู้จัดการ



บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุม ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายของลูกค้าทุกกลุ่ม อีกทั้งบริษัทฯ มุ่งยกระดับการมอบประสบการณ์ในการซื้อสินค้าและบริการที่ดีให้แก่ลูกค้า ทั้งในส่วนการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสาขา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมอบความสะดวกสบายสูงสุดในการเข้าถึงสินค้าและบริการของลูกค้า



เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ในปี 2567 เศรษฐกิจประเทศไทยมีการเติบโตในอัตราที่ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ จากปัจจัยและความกดดันทางเศรษฐกิจต่าง ๆ อาทิ การชะลอตัวของการบริโภคในประเทศ สืบเนื่องมาจากปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ส่งผลต่อกำลังซื้อของประชาชนที่อ่อนแอลง และความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีปัจจัยในเรื่องของความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ซึ่งมีผลกระทบต่อการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้ เศรษฐกิจประเทศไทยยังคงถูกขับเคลื่อนโดยภาคการท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมถึงมาตรการอื่นๆ โดยในปีที่ผ่านมา รัฐบาลได้มีการออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ได้แก่ “โครงการ Easy E-Receipt 2567” ลดหย่อนภาษีได้สูงสุด 50,000 บาท จากการซื้อสินค้าและบริการ ในช่วงไตรมาส 1 และ “โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจปี 2567 แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและคนพิการ” มอบเงินสนับสนุน จำนวน 10,000 บาท แก่กลุ่มเปราะบาง ในช่วงไตรมาส 3 ส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายใช้สอยที่เพิ่มขึ้น

ในช่วงไตรมาส 3 ต่อไตรมาส 4 ปี 2567 ได้มีค่าเฉลี่ยปริมาณน้ำฝนสูงกว่าในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ส่งผลให้เกิดน้ำท่วมในบางพื้นที่ โดยเฉพาะฝั่งพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยส่งผลกระทบต่อ

ความไม่สะดวกสบายในการเข้ามาใช้บริการที่สาขาของลูกค้า ทั้งนี้ ภายหลังระดับน้ำลดลง ได้เกิดอุปสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อซ่อมแซมและทำความสะอาดที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ทำให้ยอดขายของสาขาที่ตั้งอยู่บริเวณน้ำท่วม มีการปรับตัวสูงขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว

สำหรับการขยายสาขาในปี 2567 บริษัทฯ ได้ทำการขยายสาขารวมทั้งสิ้น 9 สาขา โดยแบ่งเป็น โสมโปร จำนวน 6 สาขา ได้แก่ สาขาลำพูน สาขาหนองคาย สาขาระยอง (ทับมา) สาขาแม่สอด สาขาเชียงใหม่ (กาตรวมโชค) สาขาภูเก็ต (เชิงทะเล) และเมกาโสม จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาอุดรธานี สาขาระยอง (ทับมา) สาขาศรีราชา โดยบริษัทฯ ได้มีการขยายสาขาในรูปแบบ Hybrid Store เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ จากการเปิดสาขาโสมโปรและเมกาโสมในพื้นที่เดียวกัน ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านและช่างผู้รับเหมาในทำเลที่มีศักยภาพ อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนการก่อสร้างและบริหารจัดการได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ มีการปิดสาขาโสมโปรที่รัตนธิเบศร์ เนื่องจากสัญญาเช่าหมดอายุ และมีการย้ายไปเปิดทดแทนในบริเวณใกล้เคียงที่มีพื้นที่สาขาใหญ่ขึ้น โดย ณ สิ้นปี 2567 บริษัทฯ มีโสมโปร 94 สาขา โสมโปรเอส 5 สาขา เมกาโสม 30 สาขา และโสมโปรในประเทศมาเลเซียอีก 7 สาขา

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุม ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายของลูกค้าทุกกลุ่ม อีกทั้งบริษัทฯ มุ่งยกระดับการมอบประสบการณ์ในการซื้อสินค้าและบริการที่ดีให้แก่ลูกค้า ทั้งในส่วนการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสาขา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมอบความสะดวกสบายสูงสุดในการเข้าถึงสินค้าและบริการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการขยายช่องทางการขายไปยังแพลตฟอร์ม Marketplace ได้แก่ Shopee Lazada และ TikTok เพื่อตอบสนองผู้บริโภครุ่นใหม่ ซึ่งมีพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังมีการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังกลุ่มลูกค้าธุรกิจ อาทิ โรงแรม รีสอร์ท อาคารสำนักงาน และหน่วยงานราชการ โดยนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของแต่ละธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการเติบโตและความสำเร็จของลูกค้าทุกกลุ่ม

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมุ่งพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Products) เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งในปีนี้ บริษัทฯ ยังมีการพัฒนาสินค้าใหม่ ได้แก่ ‘สินค้ารักษ์โลก’ หรือ ‘Circular Products’ ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ โดยนำชิ้นส่วนสินค้าเก่าที่สามารถนำมารีไซเคิลได้ จากโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade-In) มาผลิตเป็นสินค้าใหม่ อาทิ ถุงช้อปปิ้ง กระเป๋า และกล่องพลาสติก เป็นต้น อีกทั้งยังมีการยกระดับการพัฒนาสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ตู้เย็น พัดลม และเครื่องทำน้ำอุ่น ร่วมกับพาร์ทเนอร์ต่างๆ โดยนวัตกรรมการผลิตนี้ เป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งมีแนวคิดในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก

United Nations Global Compact (UNGC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์และพันธกิจในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักการสำคัญ 10 ประการ ที่ครอบคลุม 4 ด้านหลัก ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต อีกทั้ง บริษัทฯ มีเป้าหมายในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการประกอบกิจการเป็นศูนย์ ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) ผ่านการเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยี และพลังงานสะอาด อาทิ การใช้รถ EV สำหรับขนส่งสินค้า การติดตั้งหลังคาโซลาร์เซลล์ที่สาขา เป็นต้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ ติดตั้งหลังคาโซลาร์เซลล์แล้วทั้งสิ้นจำนวน 97 สาขา

จากการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับความยั่งยืน ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกและได้รับรางวัลในด้านต่างๆ ทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ อาทิ การเป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืน Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 ดัชนี MSCI Global Sustainability Index ดัชนี FTSE4Good Emerging Index การได้รับการประเมิน Bloomberg ESG ดัชนี ESG100 ผลการประเมินการรายงานด้านบรรษัทภิบาล (Corporate Governance Report) อยู่ในระดับดีเยี่ยม รวมถึงติดอันดับรายชื่อหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings โดยได้รับการประเมินในระดับ AA พร้อมทั้งมีการต่ออายุการรับรองจากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริต (CAC Certification)

สุดท้ายนี้ ในนามของคณะกรรมการบริษัท ขอแสดงความขอบคุณต่อลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ที่ให้ความเชื่อมั่นและสนับสนุนด้วยดีเสมอมา บริษัทฯ เชื่อว่าทุกท่านจะเป็นพลังเพื่อผลักดันให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน สร้างคุณค่าให้ทุกภาคส่วนตลอดไป



(นายวิพนธ์ อังสุมาลี)

ตัวแทนคณะกรรมาการบริษัท

และกรรมาการผู้จัดการ

สารจาก คณะกรรมการบริหาร

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ในปี 2567 เศรษฐกิจไทยยังคงมีการขยายตัวในบางภาคส่วน ได้แก่ ภาคการท่องเที่ยว ที่ยังคงฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงภาคอุตสาหกรรม และการส่งออกสินค้า ที่ยังคงเติบโตได้ดี อย่างไรก็ตาม ปีที่ผ่านมา ถือเป็นปีที่ท้าทายสำหรับธุรกิจค้าปลีก จากความกดดันต่างๆ ในเรื่องของความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลต่อกำลังซื้อที่ลดลง การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยบริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์การดำเนินงานและมีการวางแผนอย่างรอบคอบ ให้สอดคล้องกับสภาวะในตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า มอบประสบการณ์ในการซื้อสินค้าและบริการที่สะดวกสบายยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีการขยายสาขาและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารมีบทบาทในการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจในเรื่องของทิศทางและเป้าหมายระยะยาวขององค์กร รวมไปถึงวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ กำกับดูแลการดำเนินงาน โดยมีการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานทุกเดือน พิจารณาการขยายสาขา การลงทุน รวมถึงการดำเนินงานต่างๆ ให้สอดคล้องกับทิศทางที่บริษัทฯ กำหนด และนำเสนอแก่คณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาต่อไป ขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน ปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และสร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ในปี 2567 คณะกรรมการบริหารมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง และได้รายงานสรุปผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบอย่างต่อเนื่อง โดยรายละเอียดการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการบริหารเป็นดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)
นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร	12/12
นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	กรรมการบริหาร	11/12
นายอาชวิน อัครโกสิน	กรรมการบริหาร	12/12

รายละเอียดการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 สามารถสรุปได้ดังนี้

- พิจารณาและติดตามผลการดำเนินงานรายเดือนของบริษัทฯ และบริษัทย่อย กำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยกลั่นกรองแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ และเรื่องที่ต้องตัดสินใจเบื้องต้น ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาในลำดับถัดไปอย่างรอบคอบและมีประสิทธิภาพ
- พิจารณาและกลั่นกรองการจัดสรรงบประมาณประจำปี การลงทุน และการขยายสาขา ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและประเมินความคุ้มค่าของโครงการลงทุนต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
- พิจารณาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน วิเคราะห์กระบวนการทำงานร่วมกับคณะผู้บริหาร รวมถึงให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาเพื่อสนับสนุนคณะผู้บริหารในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ
- คณะกรรมการบริหารได้พิจารณาและประเมินผลการปฏิบัติงานในปีที่ผ่านมา โดยได้มีการปฏิบัติหน้าที่อย่างครบถ้วนและถูกต้องตามอำนาจหน้าที่
- พิจารณาอนุมัติการดำเนินธุรกิจหรือธุรกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ ภายใต้อำนาจการอนุมัติที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
- ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

(นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล)

ประธานคณะกรรมการบริหาร

สารจาก คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ภายใต้หน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ในการกำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ทำงานที่ครอบคลุมหลากหลายอุตสาหกรรม และมีคุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ทั้งในส่วนของการบริหาร การจัดการ การรวมถึงการคัดเลือกบุคคลที่สมควรได้รับการเสนอรายชื่อเป็นกรรมการใหม่ นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทน รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดแก่คณะกรรมการบริษัท พิจารณาและปรับปรุงโครงสร้างค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหาร ให้สอดคล้องกับผลการดำเนินงานและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทั้งในด้านการเงินและความยั่งยืน โดยมีการนำตัวชี้วัดที่หลากหลาย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มาใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้ค่าตอบแทนสะท้อนถึงความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ อาทิ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ผลตอบแทนรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน พร้อมกันนี้ คณะกรรมการฯ ยังได้พิจารณาปรับปรุงสวัสดิการและผลประโยชน์อื่น ๆ ของพนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีอีกด้วย

ในปี 2567 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 3 ครั้ง โดยการเข้าประชุมของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)
นายพรพร สุทธิจิตต์เจริญ	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	3/3
นายพรภูมิ สารสิน	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	3/3
นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	3/3

รายละเอียดการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2567 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. พิจารณาการสรรหาและคัดเลือกบุคคลเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยแทนกรรมการที่ครบวาระ ซึ่งได้พิจารณาสรรหาจากบุคคลที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม ครบถ้วน ตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยพิจารณาความหลากหลายของโครงสร้างคณะกรรมการ (Board Diversity) ทั้งในส่วนของ เพศ อายุ เชื้อชาติ สัญชาติ ชชาติพันธุ์ พื้นเพทางวัฒนธรรม คุณวุฒิ ประสบการณ์และความรู้ความสามารถ (Board Skill Matrix) เช่น ประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก เทคโนโลยีสารสนเทศ การเงิน การตลาด หรืออสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น อีกทั้งบุคคลดังกล่าวจะต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายกำหนด ทั้งนี้บริษัทฯ ยังได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยสามารถเสนอรายชื่อบุคคลเพื่อเป็นกรรมการบริษัทได้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2567 ถึง 15 มกราคม 2568 เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 ทั้งนี้ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอชื่อบุคคลเพื่อพิจารณา
2. พิจารณากำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนของกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย
3. ประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการตามเป้าหมาย เพื่อพิจารณาค่าตอบแทนที่เหมาะสม
4. ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนในปีที่ผ่านมา โดยสรุปได้ว่าคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามขอบเขตหน้าที่ที่กำหนดไว้
5. พิจารณางบประมาณเกี่ยวกับการปรับขึ้นเงินเดือนและเงินรางวัลประจำปี สวัสดิการ ตลอดจนผลประโยชน์อื่นใดของพนักงานบริษัทและบริษัทในเครือ ในอัตราที่เหมาะสม สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯและค่าตอบแทนตามอัตราตลาดในธุรกิจค้าปลีก เพียงพอต่อการดำรงชีพของพนักงานและครอบครัว (Living Wage)
6. ให้คำปรึกษาด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลและการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ โดยมีการวางแผนการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีทักษะและความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร
7. พิจารณาแผนการพัฒนากรรมการ โดยสนับสนุนการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะและส่งเสริมศักยภาพ เพิ่มความรู้ความเชี่ยวชาญที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตามหลักแนวปฏิบัติที่ดีของสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
8. พิจารณาทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยในปี 2567 ไม่มีการปรับปรุงแก้ไข เนื่องจากกฎบัตรฉบับปัจจุบันยังมีความครบถ้วนและเหมาะสม

ทั้งนี้ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างรอบคอบและระมัดระวังตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเป็นสำคัญ


(นายพรพร สุทธิจิตต์เจริญ)
ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

สารจาก คณะกรรมการตรวจสอบ

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

คณะกรรมการตรวจสอบของ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการอิสระ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความสามารถ คุณสมบัติ และความเป็นอิสระ ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยปัจจุบันคณะกรรมการฯ ประกอบด้วย นายบุญสม เลิศทวีดวงศ์ เป็นประธานฯ นายระพีพร ศรีมงคล และ ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์ ทำหน้าที่เป็นกรรมการตรวจสอบ

ในรอบปี 2567 คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ตามขอบเขตความรับผิดชอบตามที่ได้กำหนดไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบและตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทฯ โดยมีการประชุมรวม 12 ครั้ง และนอกจากนี้ได้เชิญผู้สอบบัญชีเข้าประชุมด้วยในวาระที่เกี่ยวข้อง โดยรายละเอียดการเข้าร่วมประชุมของคณะกรรมการเป็นดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)
นายบุญสม เลิศทวีดวงศ์	ประธานกรรมการตรวจสอบ	12/12
นายระพีพร ศรีมงคล	กรรมการตรวจสอบ	12/12
ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการตรวจสอบ	10/12

คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่และความรับผิดชอบตามกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ และตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทฯ ซึ่งรวมถึงการสอบทานให้มีการรายงานทางการเงินของบริษัทฯ อย่างถูกต้องและเพียงพอ มีระบบควบคุมภายในและกระบวนการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ มีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการดูแลการทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ ตลอดจนมีหน้าที่ในการคัดเลือกและเสนอความเห็นแต่งตั้งผู้สอบบัญชี โดยการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบที่เป็นสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

สาระสำคัญของงานที่ได้ปฏิบัติในปี 2567

- พิจารณาสอบทานรายงานทางการเงินของบริษัทฯ รายไตรมาส และประจำปี ก่อนเปิดเผยไปยังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ในวาระพิจารณาสอบทานงบการเงินของบริษัทฯ
- พิจารณาคัดเลือกเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และกำหนดค่าตอบแทน เสนอให้คณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อขออนุมัติที่ประชุมผู้ถือหุ้น
- ประชุมหารือกับผู้สอบบัญชีรวม 4 ครั้ง ถึงแนวทางการปฏิบัติงานและขอบเขตการดำเนินงานสอบบัญชี ผลการตรวจสอบ และข้อเสนอแนะ เพื่อให้มั่นใจว่าตรวจสอบรายงานทางการเงินได้อย่างครบถ้วน ตามมาตรฐานการสอบบัญชี ครอบคลุมการดำเนินงานที่สำคัญและความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบกับการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งการประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีไม่มีฝ่ายบริหารเข้าร่วมประชุมด้วย
- ประชุมร่วมกับสำนักตรวจสอบภายในถึงแผนการตรวจสอบ ขอบเขตการปฏิบัติงาน และการปฏิบัติงาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการตรวจสอบภายในได้ดำเนินการไปอย่างครบถ้วน เหมาะสม ตามมาตรฐานการตรวจสอบภายใน โดยในปี 2567 นี้ ได้รับทราบผลการประเมินความเพียงพอและประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในภาพรวม รวมถึงรายงานผลการตรวจสอบและติดตามผลการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ เพื่อให้ระบบการควบคุมภายในมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น และให้บริษัทฯ สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันเวลา
- สอบทานให้บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการตามหลักการบริหารกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- สอบทานการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- สำหรับรายการที่เกี่ยวข้องกันและรายการที่อาจมีการขัดแย้งทางผลประโยชน์ ได้กำหนดให้สำนักตรวจสอบภายในตรวจสอบและรายงานผลให้คณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีการดำเนินการตามเงื่อนไขทางธุรกิจปกติอย่างสมเหตุสมผล รวมถึงได้ตรวจสอบว่าบริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวครบถ้วนถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

8. สอบทานความเพียงพอ ความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ของระบบการควบคุมภายในที่ครอบคลุมถึงองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินและบริหารความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุมการปฏิบัติงาน ระบบสารสนเทศและการสื่อสาร ข้อมูล กิจกรรมการกำกับติดตามและการประเมินผล เพื่อให้ความเชื่อมั่น หรือปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง ที่รวมถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามเป้าหมายขององค์กร โดยให้ความสำคัญต่อการนำองค์กรไปสู่การมีระบบธรรมาภิบาลที่ดี ตามแนวคิด Three Lines of Defense ซึ่งประกอบด้วย 1. เจ้าของความเสี่ยงในการดำเนินงาน (สายงานแรก) 2. การบริหารจัดการความเสี่ยงและการกำกับดูแลการปฏิบัติตาม (สายงานที่สอง) 3. หน่วยงานตรวจสอบภายในอิสระ (สายงานที่สาม)
9. สอบทานให้บริษัทฯ มีระบบการบริหารและจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และมีการสื่อสารกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้เข้าใจความเสี่ยงที่สำคัญ ทั้งความเสี่ยงที่เกิดจากภายในและภายนอกองค์กรอย่างสม่ำเสมอทุกไตรมาส
10. คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานและประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองประจำปี โดยได้เปรียบเทียบกับแนวทางปฏิบัติที่ดีและกฎบัตร ซึ่งผลของการประเมินคณะกรรมการตรวจสอบมีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามกฎบัตรที่กำหนดไว้
11. สนับสนุนให้บริษัทฯ เปิดช่องทางรายงานการทุจริตคอร์รัปชัน และการปฏิบัติงานที่อาจขัดต่อจรรยาบรรณ (Whistleblowing) ผ่านช่องทาง Website ถึงคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรง เพื่อให้สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
12. สำหรับการกำกับดูแลในเรื่องแนวทางปฏิบัติงานต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ได้มอบหมายให้สำนักตรวจสอบภายใน สอบทานมาตรการ และการกำหนดแนวทางเชิงป้องกันการทุจริตและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่จะเกิดขึ้นได้ในระบบงานต่าง ๆ รวมถึงขยายแนวทางการปฏิบัติไปยังคู่ค้า เช่น จัดทำหลักเกณฑ์การประเมินคู่ค้า จรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติของคู่ค้า (Code of Conduct for Suppliers) กรอบแนวทางปฏิบัติในการรับของขวัญในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบต่อการปฏิบัติงาน ในปี 2567

1. รายงานทางการเงินของบริษัทฯ จัดทำขึ้นถูกต้องและเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป รวมถึงมีการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญครบถ้วน เพียงพอ เชื่อถือได้ และเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด
2. บริษัทฯมีระบบควบคุมภายในเพื่อกำกับ ควบคุม และติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานที่เพียงพอ มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สอดคล้องกับหลักการบริหารกิจการที่ดี
3. บริษัทฯ มีระบบการบริหารและจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สอดคล้องกับเป้าหมายของธุรกิจ นโยบาย และแนวทางการดำเนินงานที่กำหนด รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร
4. บริษัทฯ ไม่มีการปฏิบัติอันใดเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ
5. การทำธุรกรรมกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์นั้น ได้มีการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้อง ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ มีความสมเหตุสมผล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ ไม่มีข้อบ่งชี้หรือข้อสังเกตอื่นใดที่สื่อถึงความผิดปกติ
6. ผู้สอบบัญชีที่ได้รับแต่งตั้งเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน มีความเป็นอิสระ มีความน่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์หรือรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าการตรวจสอบบัญชีเป็นไปอย่างครบถ้วนเหมาะสมตามมาตรฐานการสอบบัญชี มีประสิทธิภาพ และโปร่งใส
7. คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานความเป็นอิสระ แผนการตรวจสอบภายในประจำปี ขอบเขตงานของหน่วยงานตรวจสอบภายใน และพิจารณาผลการตรวจสอบภายใน รวมทั้งได้พิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน คณะกรรมการตรวจสอบเห็นว่า การตรวจสอบภายในของบริษัทฯ เป็นไปอย่างอิสระ เพียงพอและมีประสิทธิผล

คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความอิสระอย่างครบถ้วน และถูกต้องตามกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบที่ได้กำหนดไว้ โดยได้รับความร่วมมือสนับสนุนด้วยดีจากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย



(นายบุญสม เลิศศิริวงค์)
ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

สารจาก คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสมและทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Framework) ส่งเสริมการนำแนวทางการบริหารความเสี่ยงไปใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อควบคุมและจัดการความเสี่ยง รวมถึงติดตามและกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีหน้าที่พิจารณาความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงพิจารณาบทวนความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) และกำหนดระดับความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ (Risk Appetite) รวมถึงระดับความเบี่ยงเบนจากเกณฑ์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Risk Tolerance) เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปบริหารจัดการความเสี่ยงและให้คำแนะนำแก่ฝ่ายจัดการ เพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่เหมาะสมและไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ

สำหรับการรายงานผลการประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีหน้าที่นำเสนอรายงานผลการประเมินความเสี่ยงให้กับคณะกรรมการตรวจสอบรับทราบและพิจารณาความเหมาะสมหรือให้ความเห็นก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้พิจารณาเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ ทั้งในระดับองค์กรและระดับหน่วยงาน และผลักดันให้การบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร โดยกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators) เพื่อใช้ติดตามเหตุการณ์ความเสี่ยง และบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ในปี 2567 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 4 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง และมีผลการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

1. ทบทวนเหตุการณ์ความเสี่ยงและระดับความเสี่ยงในระดับองค์กร (Enterprise Risk) โดยพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและภายนอก รวมถึงความเสี่ยงในกลุ่มอุตสาหกรรม และการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม สภาพภูมิอากาศ และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อระบุเหตุการณ์ความเสี่ยง (Risk Universe) ให้ครอบคลุมความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานอย่างต่อเนื่องและแผนงานของบริษัทฯ โดยพิจารณาความเสี่ยงที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (2) ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (3) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย (4) ความเสี่ยงด้านการเงิน และ (5) ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและผู้บริหารระดับสูงร่วมกันประเมินโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงที่สำคัญและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ ในปี 2567 สรุปสาระสำคัญของงานที่ได้ปฏิบัติ ดังนี้

ทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร 5 องค์ประกอบ ดังนี้

- การกำกับดูแลและวัฒนธรรม (Governance and Culture) ทบทวนแนวทางการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง และการสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการบริหารความเสี่ยง
 - การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ (Strategy and Objective Setting) ประสานการบริหารความเสี่ยงกับเป้าหมายของกลยุทธ์และกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงทบทวนระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์
 - ผลการปฏิบัติงาน (Performance) ทบทวนการระบุ ประเมิน และวิธีการจัดการความเสี่ยง
 - การทบทวนและการปรับปรุง (Review and Revision) พิจารณาผลการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงระบบบริหารความเสี่ยง
 - ข้อมูล การสื่อสาร และการรายงาน (Information, Communication, and Reporting) สื่อสารข้อมูลด้านการบริหารความเสี่ยงให้กับเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner)
2. พิจารณาผลการประเมินความเสี่ยงและจัดลำดับความเสี่ยง (Risk Prioritization) ตามมูลค่าความเสี่ยง (Value at Risk) เพื่อเลือกความเสี่ยงสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ และระบุทางเลือกหรือแผนงานที่เหมาะสมเพื่อนำไปปฏิบัติ โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะประเมินการลดโอกาสหรือผลกระทบของความเสี่ยง รวมถึงต้นทุนและประโยชน์ที่ได้รับ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการตอบสนองต่อความเสี่ยง (Risk Mitigation Options) และดัชนีการควบคุมและบริหารความเสี่ยงตามแผนงาน (Key Management Indicators) เพื่อให้ความเสี่ยงที่เหลือ อยู่ภายในช่วงเบี่ยงเบนจากเป้าหมายที่ยอมรับได้ (Risk Tolerance)

3. รายงานความเสี่ยงสำคัญ สถานะของความเสี่ยง ตลอดจนความคืบหน้าหรือผลการบริหารจัดการความเสี่ยงให้คณะกรรมการบริษัททราบทุกไตรมาส
4. พิจารณาทบทวนความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่และอาจเกิดใหม่ (Emerging Risks) ที่อาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อเป้าหมายหรือการดำเนินงานของบริษัทฯ ในอนาคต โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้คำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตดังต่อไปนี้

4.1 **ความเสี่ยงด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Law Risk)** ปัจจุบันสังคมคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Society) ได้รับความสนใจและมีการนำไปปฏิบัติในวงกว้างทั่วโลก โดยมีการร่วมมือกันลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน และจากกระบวนการผลิตของภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรม อีกทั้งยังรวมถึงการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly Products) มากขึ้นของภาคครัวเรือน ทั้งนี้ จากแนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและสนับสนุนกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Products) ซึ่งบริษัทฯ มีสินค้าที่หลากหลายในหมวดต่าง ๆ อาทิ สินค้ากลุ่มประหยัดพลังงาน สินค้ากลุ่มประหยัดน้ำ สินค้ากลุ่มรักษาป่าไม้ สินค้ากลุ่มลดก๊าซเรือนกระจก สินค้ากลุ่มสุขภาพและความปลอดภัย นอกจากนี้บริษัทฯ สนับสนุนให้มีการยกระดับกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Products) คัดสรรเป็นกลุ่มสินค้า ECO Choice รวมทั้งส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Plastic Consumption) โดยร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจพัฒนาสินค้ารักษ์โลก (Circular Products) ที่มีส่วนประกอบของวัสดุรีไซเคิล และนำออกวางจำหน่ายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ต้องการเลือกซื้อสินค้าคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Products)

4.2 **ความเสี่ยงเรื่องข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและการบิดเบือนข้อมูลจากข้อเท็จจริง (Misinformation and Disinformation)** ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารสามารถส่งต่อกันได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การส่งต่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและการบิดเบือนข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่เทคโนโลยี AI สามารถสร้างเนื้อหาที่ไม่เป็นความจริง ทั้งภาพและเสียง ที่มีความสมจริงและน่าเชื่อถือ ทำให้การแยกแยะข้อเท็จจริงเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น ปัจจุบันการแพร่กระจายข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง (Viral) ส่งผลให้การควบคุมความเสียหายเป็นไปได้ยาก นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงจากการใช้เทคโนโลยีในการแอบอ้างชื่อบริษัทฯ ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต เช่น การสร้างเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันปลอม การโฆษณา การหลอกลวงทางการเงิน หรือการแอบอ้างเป็นพนักงานบริษัทเพื่อฉ้อโกงลูกค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบร้ายแรงต่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้บริษัทฯ มีระบบการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้พิจารณาประเด็นดังกล่าวในการประชุม เพื่อกำหนดกรอบการดำเนินงานและมาตรการป้องกันความเสี่ยง โดยทำงานร่วมกับคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีหน่วยงานนักกลุ่ณสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการสื่อสารและให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นปัจจุบันแก่นักกลุ่ณและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และให้ความสำคัญกับการรับเรื่องร้องเรียนและการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด เพื่อนำมาพัฒนากระบวนการทำงานและความปลอดภัยในการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทุกช่องทางการติดต่อของบริษัทฯ สำหรับการสร้างความตระหนักรู้ของพนักงาน บริษัทฯ มีการอบรมหลักสูตร Cybersecurity Awareness ให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องผ่านทางอีเมล ICT News ของบริษัทฯ

4.3 **ความเสี่ยงเรื่องสภาพอากาศสุดขั้ว (Extreme Weather Events)** ปัจจุบัน ธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับที่แตกต่างกันไป นับเป็นความท้าทายของทุกภาคส่วนในการปรับตัวและรับมือกับปัญหาเหล่านี้ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงและสุดขั้ว ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งมากขึ้น เช่น อุทกภัยฉับพลันจากฝนตกหนัก ภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตร อากาศร้อนผิดปกติเป็นระยะเวลานาน หรือการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเลที่อาจก่อให้เกิดอุทกภัยในบริเวณชายฝั่ง ซึ่งอาจสร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินหรือชีวิต รวมถึงอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว โดยมีมาตรการและการจัดทำแผนรับมือเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น เช่น การศึกษาข้อมูลสถิติเกี่ยวกับปริมาณน้ำฝนและอุทกภัยในบริเวณที่มีแผนงานขยายสาขา เพื่อออกแบบและวางมาตรการป้องกันผลกระทบ รวมถึงแผนปรับเปลี่ยนเส้นทางการขนส่งเพื่อเปลี่ยนจุดรับและกระจายสินค้าไปยังสาขาที่ไม่ได้รับผลกระทบ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนพัฒนาระบบบริหารสินค้าคงคลังให้มีเพียงพอต่อการขายตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่ามีปริมาณสินค้าสำรองเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า



(นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล)

ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ประวัติคณะกรรมการบริษัท



นายอนันต์ อัศวโภคิน

- ประธานกรรมการ



นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล

- ประธานคณะกรรมการบริหาร
- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- กรรมการ



นายบุญสม เลิศสิทธิ์วงค์

- ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ
- กรรมการอิสระ



นายนพพร สุนทรจิตต์เจริญ

- ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- กรรมการบริหาร
- กรรมการ



นายระเฑียร ศรีมงคล

- กรรมการตรวจสอบ
- กรรมการอิสระ



ผศ.ดร. เกษรา รัญลักษณ์ภาคย์

- กรรมการตรวจสอบ
- กรรมการอิสระ



นายพรต สารสิน

- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- กรรมการอิสระ



นายอาชวิน อัศวโกดิน

- กรรมการบริหาร
- กรรมการ



นางสุวรรณา พุทประสาท

- กรรมการ



นางสาววริกรณ์ อุดมคุณธรรม

- กรรมการ



นายวีรพันธ์ อังสุมาลี

- กรรมการผู้จัดการ
- กรรมการ



ประเภทของกรรมการ

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร

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. โสม โปรดักส์ เซ็นเตอร์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

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



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

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



ประเภทของกรรมการ

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยกลุ่มผลประโยชน์ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	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 ไฟแนนซ์เชียล 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 และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

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



ประเภทของกรรมการ

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี



คุณวุฒิทางการศึกษา

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



ประวัติการอบรม

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2565 หลักสูตร Advanced Audit Committee Program (AAP) 45/2565
- ปี 2562 หลักสูตร 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 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 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. ควอลิตี้เ็นส์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 2 แห่ง		
2557 - ปัจจุบัน	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	บมจ. โสม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2558 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และกรรมการอิสระ	บมจ. ควอลิตี้เ็นส์
2555 - 2557	กรรมการ และกรรมการตรวจสอบ	บมจ. ปตท.
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 1 แห่ง		
2553 - ปัจจุบัน	กรรมการและประธานกรรมการบริหารอาคารสถานที่และระบบสาธารณูปโภค	สภาภาคใต้
2558 - 2564	อธิการบดี	มหาวิทยาลัยชินวัตร
2558 - 2561	ประธานกรรมการ	สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

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

แบบ 56-1 (One Report) ประจำปี 2567



ประเภทของกรรมการ

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร

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



อาชีพหลัก

- ประธานกรรมการและกรรมการอิสระ บมจ. ควอลิตี้เฮ้าส์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 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	ประธานกรรมการ และประธานกรรมการบริหาร	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2535 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2556 - 2560	กรรมการผู้จัดการ	
2554 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. แอล เอช โฟแนนซ์เซียล กรุ๊ป
2554 - 2562	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	
2554 - 2560	กรรมการบริหาร	
2537 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. ควอลิตี้คอนสตรัคชันโปรดักส์
ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 14 แห่ง		
2556 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. หลักทรัพย์ แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2555 - ปัจจุบัน	กรรมการ	Land and Houses USA INC
2548 - ปัจจุบัน	กรรมการ กรรมการบริหาร	บมจ. ธนาकरแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
2548 - 2561	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	
2548 - 2560	กรรมการ	บจ. ภูเก็ต พิวเจอร์ แพลน
2548 - 2560	กรรมการ	บจ. ดับเบิลยูที
2547 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอล เอช แอสเซต
2546 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอล เอช เรียลเอสเตท
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 เรียลเอสเตท
2533 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. สยามธานี พร็อพเพอร์ตี้
2531 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอดแลนด์ เรียลเอสเตท
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. แอล เอช มอลล์ แอนด์ โฮเทล
2544 - 2559	กรรมการ	บจ. เมืองใหม่ กัททรี

ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

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



ประเภทของกรรมการ

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	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 สถาบันพัฒนากรรมการและผู้บริหารระดับสูงภาครัฐ 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
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 4 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	บมจ. โสม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2567 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ ประธานคณะกรรมการลงทุน ประธานคณะกรรมการสรรหา พิจารณาคำตอบแทนและกรรมการมีอำนาจ	บมจ. เอ็กซ์สปริง แคปิตอล
2564 - 2567	ประธานกรรมการ	
2555 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2555-2566	กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. บัตรกรุงไทย
2552 - ปัจจุบัน	รองประธานกรรมการบริษัท, ประธานกรรมการอิสระ, ประธานกรรมการตรวจสอบ และกรรมการด้านความยั่งยืนและการบริหารความเสี่ยง	บมจ. อินโดรามา เวนเจอร์ส
2561 - 2564	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ รองประธานคณะกรรมการบริษัท กรรมการ สรรหาและพิจารณาคำตอบแทน และกรรมการอิสระ	บมจ. ไรมอน แลนด์
2544 - 2554	รองกรรมการผู้จัดการ	ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 4 แห่ง		
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และกรรมการมีอำนาจ	บจ. เอ็กซ์สปริง ดิจิทัล
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และกรรมการมีอำนาจ	บจ. บริหารสินทรัพย์ เอ็กซ์สปริง เอ เอ็ม ซี
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการมีอำนาจ	บล. กรุงไทย เอ็กซ์สปริง
2564 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ และกรรมการมีอำนาจ	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 การควบคุมและ ตรวจสอบภายใน	กระทรวงการคลัง
2544 - 2555	อนุกรรมการจัดทำบันทึกข้อตกลง และประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ	



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

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



ประเภทของกรรมการ

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	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) / Thai Institute of Director, Bangkok
- ปี 2548 Director Accreditation Program (DAP) Thailand. / Thai Institute of Director, Bangkok

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 2538 Bangkok Bank Student Internship Program / Bangkok Bank, Bangkok, Thailand



อาชีพหลัก

- กรรมการผู้จัดการ บมจ. เสนาดีเวลลอปเม้นท์



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 4 แห่ง		
2557 - ปัจจุบัน	กรรมการบริหารความเสี่ยง	บมจ. เสนาดีเวลลอปเม้นท์
2563 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ	บมจ. โยม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
2567 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บมจ. เซ็น เอกซ์

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 8 แห่ง		
2567 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บจก. เสนา กรีน เอนเนอร์ยี
2567 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก. เสนา เอชเอชพี
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	สถาบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2567 - ปัจจุบัน	อุปนายกฝ่ายวิชาการ	สมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร
2565 - 2567	ประธานที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และงบประมาณ ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการจังหวัด	กรุงเทพมหานคร
	ที่ปรึกษาของคณะกรรมการทบทวนหลักเกณฑ์การจัดทำงบประมาณรายจ่าย	
	กรรมการในคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนของกรุงเทพมหานคร (กรอ.กทม.)	
	กรรมการในคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง เงินนอกงบประมาณ	
	กรรมการในคณะกรรมการวิสามัญศึกษาปัญหาการจัดเก็บภาษีและสิ่งปลูกสร้าง และแนวทางการเสียภาษีของผู้ถือครองที่ดิน	
	กรรมการในคณะกรรมการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	
	ประธานกรรมการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ การบริหารทรัพย์สินและการเร่งรัดหนี้ของกรุงเทพมหานคร	
	ที่ปรึกษาของศูนย์ปฏิบัติการติดตามการจัดระเบียบพื้นที่ทำการค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	
2564 - 2567	กรรมการสภาและกรรมการบริหาร	มูลนิธิสถาบันวิจัย เพื่อการพัฒนาประเทศ TDRI
2564 - 2566	กรรมการ	สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
2563 - ปัจจุบัน	กรรมการจัดการทรัพย์สินผู้ทรงคุณวุฒิ	สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	กรรมการกำกับและติดตามโครงการตามสัญญาให้สิทธิใช้ประโยชน์ศูนย์การค้า บริเวณสี่แยกปทุมวัน (อาคารเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์)	
	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะอนุกรรมการคัดเลือกเอกชนดำเนินโครงการพัฒนาอาคาร สยามกิตติ (Block L)	
2559 - ปัจจุบัน	อุปนายกฝ่ายการเงินและงบประมาณ	สมาคมอาคารชุดไทย
2558 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจก. เสนาโซลาร์ เอนเนอร์ยี
2558 - ปัจจุบัน	กรรมการบริษัท	บจก. แอสไพเรชั่น วัน



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านการกำกับดูแลกิจการ, ด้านการบริหารความเสี่ยง



ประเภทของกรรมการ

- กรรมการอิสระ
- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 พ.ค. 2566)
- กรรมการอิสระ (ได้รับการแต่งตั้งเมื่อ 1 ต.ค. 2558)

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างกรรมการและผู้บริหาร
0.02%	ไม่มี	ไม่มี



คุณวุฒิทางการศึกษา

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



ประวัติการอบรบ

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

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



อาชีพหลัก

- ประธานกรรมการ บจ. 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 กล๊าส
2558 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. ฝาจิ๊บ
2552 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. เอพี (ไทยแลนด์)
2537 - 2566	กรรมการ และประธานคณะกรรมการตรวจสอบ	บมจ. จรุงไทยไวร์แอนด์เคเบิล
2537 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 9 แห่ง		
2565 - ปัจจุบัน	ประธานกรรมการ	บจ. ไทยน้ำทิพย์ คอร์ปอเรชั่น
2557 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. บางกอกกล๊าส
2556 - 2567	ประธานกรรมการ	บจ. ไทยน้ำทิพย์
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. สอนต้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย)
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. เด็นโซ่ (ประเทศไทย)
2537 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ไทยเอเชีย แปซิฟิค บัรเวอรี่
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ไทย เอ็ม-ซี
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. อีซูซุ มอเตอร์ (ประเทศไทย)
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ตรีเพชรอีซูซุเซลส์
2529 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจ. ตรีเพชรอีซูซุเซลส์ซิ่ง



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

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



ประเภทของกรรมการ

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง	สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	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) หลักสูตร Director Certification Program (DCP) 193/2557

หลักสูตรอื่น

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



อาชีพหลัก

- รองกรรมการผู้จัดการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารการตลาด สายการตลาดและช่องทางการขาย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด



ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 3 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร	บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2557 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2560 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2566 - ปัจจุบัน	รองกรรมการผู้จัดการ, กรรมการบริหารความเสี่ยงและการพัฒนาอย่างยั่งยืน, ผู้บริหารสูงสุดด้านการเงิน	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์
2561 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 12 แห่ง		
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอดแลนติก 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 เฮาส์ นอร์ธ
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ 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 รีเทล แมเนจเม้นท์
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล แอนด์ เอช โฮเทล แมเนจเม้นท์
2567 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล เอช มอลล์ แอนด์ โฮเทล
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล เอช มอลล์*
2561 - 2566	รองกรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บลจ. ไทยพาณิชย์ จำกัด
2554 - 2561	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์และตราสารหนี้ต่างประเทศ	

* เดิมชื่อบริษัท แอล เอช รีเทลเอสเตท จำกัด

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



ประเภทของกรรมการ

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรสและ
บุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่าง
กรรมการและผู้บริหาร

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



อาชีพหลัก

- ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บจ. แอล เอช มอลล์ แอนด์ โฮเทล จำกัด

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลังโดยสังเขป

ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	บริษัท
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 4 แห่ง		
2546 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. โสม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
2561 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บมจ. แมนดาริน โฮเทล
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการบริษัทภิบาล และกรรมการบริหารความเสี่ยง	บมจ. ควอลิตี้เฮาส์
2543 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2554 - 2560	กรรมการ	บมจ. แอล เอช โฟแนนซ์เซียล กรุ๊ป
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 17 แห่ง		
2566 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บริษัท แอล เอช มอลล์ จำกัด
2566 - ปัจจุบัน	ที่ปรึกษา (สัญญา 1 ปี)	บลจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์
2564 - 2566	ประธานกรรมการบริหาร	
2560 - 2566	กรรมการ	บจก. แอล แอนด์ เอช พร็อพเพอร์ตี้
2560 - ปัจจุบัน	กรรมการ	
2559 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล เอช มอลล์ แอนด์ โฮเทล จำกัด
2559 - ปัจจุบัน	กรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บจก. กัสโต 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. เซ็นเตอร์ พอยต์ โฮสเทล
2555 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล แอนด์ เอช โฮเทล แมนเนจเม้นท์
2551 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. แอล แอนด์ เอช แมนเนจเม้นท์
2546 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คาซ่า วิลล์
2546 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คิว.เอช. แมนเนจเม้นท์
2543 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. คิว.เอช. อินเตอร์เนชั่นแนล
2543 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บจก. เดอะ คอนเฟอเรนซ์

➤ ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

ด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภคบริโภค), ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านบริการ, ด้านการบริหารความเสี่ยง

แบบ 56-1 (One Report) ประจำปี 2567



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 5 แห่ง		
2563 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท แร่ เบฟเวอเรจ จำกัด
2565 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บริษัท เทรดเด็ค ครีเอทีฟส์ จำกัด
2559 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท อีลิเซียนโฮเทล แมนเนจเม้นท์ จำกัด
2555 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท วาลันที กรุ๊ป จำกัด
2544 - ปัจจุบัน	กรรมการ	บริษัท แอคทีฟ เนชั่น จำกัด



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

ด้านบัญชี/การเงิน/เศรษฐศาสตร์, ด้านอสังหาริมทรัพย์, ด้านบริการ



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

Absolute Alliances

- ปี 2563 หลักสูตร Digital Business Solution Summit 2020

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

- ปี 2562 หลักสูตร Director Certification Program (DCP) 272/2562

สถาบันวิทยาการตลาดทุน (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



ความรู้ความชำนาญตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS และความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ

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

ประวัติคณะผู้บริหาร

1. นายชัยยุทธ กรณียโสภณ (66 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.ค. 2550
- รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจบริการและ Supply Chain Management
- กรรมการผู้จัดการ บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.02%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

0.001%

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี การเงิน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

- 2562 - ปัจจุบัน รองกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
- 2550 - 2562 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮมโปรดัคส์ เซ็นเตอร์

2. นาย วทัญญู วิสุทธโกศล (60 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.08%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย Georgia State ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

- 2562 - ปัจจุบัน รองกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
- 2545 - 2562 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์

3. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล (60 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 มี.ค. 2548
- รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
- เลขาธิการบริษัท

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.09%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาตรี การบัญชี พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2567 - หลักสูตร CFO Refresher Course หัวข้อ “ประเด็นด้าน Generative AI ที่ส่งผลกระทบต่อการเงินและการบัญชีของบริษัทจดทะเบียน” 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 จากศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2564 - โครงการพัฒนาวิชาชีพเลขานุการบริษัท โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย

- โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 2/2564 จากศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2563 - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้า และการพาณิชย์ (TEPCoT) รุ่นที่ 13

- Advance for Corporate Secretary Program โดยสถาบันส่งเสริมกรรมการไทย

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

2559 - หลักสูตรสถาบันวิทยาการตลาดรุ่นที่ 22

2558 - หลักสูตร Strategic CFO รุ่นที่ 1 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2551 - หลักสูตรกฎหมายและระเบียบปฏิบัติสำหรับเลขานุการบริษัทตามกฎหมายหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2548 - หลักสูตร Company Secretary Program โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2564 - ปัจจุบัน รองกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์

2551 - ปัจจุบัน เลขานุการบริษัท บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์

2548 - 2563 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์

4. นางอุไรวรรณ ตันติพิริยกิจ (55 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.004%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติครอบครัว

ปริญญาโท การเงิน มหาวิทยาลัย Kennesaw State
ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

7. *นางสาวจารุโสภา ธรรมกติกานนท์ (65 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 พ.ย. 2546
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ
Bedding & Home Living

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.08%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติครอบครัว

ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2546 - 2567 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
2532 - 2546 ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายจัดซื้อ
บมจ. สยามแม็คโคร

*หมายเหตุ: เกษียณอายุงานตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2567

5. นายวิเชียร เจียมวิจิตรกุล (60 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ส.ค. 2563
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการ Mega Home

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.001%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติครอบครัว

ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

8. นางสาวสมใจ มธุรส (64 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 ม.ค. 2544
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Home Electric

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.003%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติครอบครัว

ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2562 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์
2558 - 2562 ผู้จัดการทั่วไป
บมจ. โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์

6. นายวรพจน์ เตชะธาดากุล (48 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ส.ค. 2551
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ
Kitchen & Home Organize

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.001%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติครอบครัว

ปริญญาตรี ประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

9. นายธนวัฒน์ คลังสุนทรรังษี (57 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.01%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติครอบครัว

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

10. นายธีระพงศ์ สัมพันธ์ (51 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.001%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

0.0001%

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจและการตลาด NIDA

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจและการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

13. นางนงรัตน์ วัชรรัตนพงศ์ (57 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.0004%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ การเงินการธนาคาร มหาวิทยาลัยพายัพ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

11. นายแสงศักดิ์ สรกิจ (48 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.0003%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท การตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาตรี การตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

14. นางสาวเสาวณีย์ สิริวิทยกุล (47 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.ย. 2563
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มการตลาด

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.002%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท การจัดการนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

- 2563 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
- 2553 - 2562 ผู้อำนวยการ
บจก.ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์

12. นางสาวอัญญาพร ศรีสุขวัฒนา (53 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ก.ค. 2546
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - Door Garden & Outdoor Living

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.001%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

15. นางอภิรดี ทวีลาภ (53 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.002%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

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. เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม

16. นางสาวศุภานา ฉายประสาท (54 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.003%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี เทคโนโลยีการผลิตพืช

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

19. นางสาวสันนิภา สว่างพิน (55 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.003%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บัญชี Griffith University, Australia

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

17. นางสาวสุดาภา ษะมด (51 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.003%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

20. *นางพรสุพ คำรังศิริ (59 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 1 ม.ค. 2556
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Digital Transformation

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.003%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

MS-CIS มหาวิทยาลัย Colorado State ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

- 2556 - 2567 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์
- 2550 - 2556 ผู้จัดการอาวุโส
บจก. เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม

*หมายเหตุ: เกษียณอายุงานตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2567

18. นางสาวมณฑิรา พงษ์ปรีดาจิต (56 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.002%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณวุฒิทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

มัธยมปลาย ศิลป์ฝรั่งเศส โรงเรียนวัดนายโรง

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

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

21. นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์ (57 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.01%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณสมบัติทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาตรี บัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2567 - หลักสูตรแนวปฏิบัติการจัดทำบัญชีลูกหนี้อย่างมี

ประสิทธิภาพ โดยบริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด

- หลักสูตร ความรับผิดชอบของผู้ทำบัญชี และการจัดทำบัญชีให้สอดคล้องตามมาตรฐานการบัญชีที่สำคัญ โดยบริษัท

ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด

2566 - หลักสูตรเทคนิคการสอบทานงานทางบัญชีเพื่อจัดทำงบการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- หลักสูตร Case การบันทึกบัญชีของ TAS16 ,TAS2 และ TAS 23 ให้ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชี

2565 - หลักสูตรประเด็นปัญหาเอกสารรับ-จ่ายเงินทางบัญชี และการบันทึกบัญชีเกี่ยวกับผลกระทบที่กิจการได้รับจากภาวะเศรษฐกิจในปี 2565 โดยบริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2563 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

2549 - 2563 ผู้จัดการทั่วไป
บมจ. โฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์

23. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์ (59 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 มี.ค. 2540
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มทรัพยากรบุคคล และธุรกิจพลังงาน

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.04%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณสมบัติทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2553 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

2548 - 2553 ผู้จัดการทั่วไป สำนักตรวจสอบภายใน
บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

24. นายวรา ปัทมาลัย (47 ปี)

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

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

ไม่มี

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณสมบัติทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท Global Logistics & Transport, Victoria University (Australia)

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2567 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

2558 - 2567 รองผู้อำนวยการ ศูนย์กระจายสินค้า Lotus's บจก. เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม

22. นายรักพงศ์ อรุณวัฒนา (50 ปี)

- วันที่เริ่มงานกับโฮมโปร: 16 พ.ค. 2544
- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มนิตยภัณฑสัมพันธ์ กลยุทธ์ และความยั่งยืนองค์กร

สัดส่วนการถือหุ้นทางตรง

0.001%

สัดส่วนการถือหุ้นโดยคู่สมรส
และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ไม่มี

คุณสมบัติทางการศึกษาสูงสุด / ประวัติอบรม

ปริญญาโท MBA มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาตรี บัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประสบการณ์การทำงาน 5 ปีย้อนหลัง

2563 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

2557 - 2563 ผู้จัดการทั่วไป
บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์

สรุปข้อมูลทางการเงิน

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	งบการเงินรวม			งบการเงินเฉพาะกิจการ		
	2565	2566	2567	2565	2566	2567
สินทรัพย์รวม	65,184.74	69,047.89	69,664.87	63,616.96	66,839.83	67,373.14
หนี้สินรวม	40,938.86	43,489.10	42,862.43	40,903.58	43,080.28	41,954.99
ส่วนของผู้ถือหุ้น	24,245.88	25,558.78	26,802.44	22,713.38	23,759.55	25,418.16
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	65,090.88	68,283.31	67,952.02	60,042.43	67,042.95	66,734.10
รายได้รวม	69,389.43	72,821.77	72,576.52	64,730.36	71,734.23	72,004.23
กำไรสุทธิ	6,217.09	6,441.56	6,503.55	6,021.66	6,174.97	6,934.41
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.47	0.49	0.49	0.46	0.47	0.53
มูลค่าปันผลต่อหุ้น (บาท)*	0.38	0.40	0.43	0.38	0.40	0.43
หุ้นสามัญที่ออกชำระแล้ว (ล้านหุ้น)	13,151.20	13,151.20	13,151.20	13,151.20	13,151.20	13,151.20
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	9,951.98	9,792.49	10,153.21	8,520.38	9,689.42	9,917.47
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(5,509.17)	(5,244.55)	(3,691.31)	(3,911.25)	(5,017.49)	(2,967.70)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(3,567.59)	(3,535.84)	(7,339.30)	(3,721.13)	(3,959.18)	(7,664.24)
เงินสดและรายการเทียบเท่า เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	874.33	1,008.38	(874.95)	888.00	712.75	(714.47)

หมายเหตุ:

เงินปันผลประจำปี 2567 จำนวน 0.43 บาท/หุ้น จ่ายจากผลประกอบการงวด 6 เดือนแรก จำนวน 0.18 บาท/หุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2567 และจากผลประกอบการงวด 6 เดือนหลังอีกจำนวน 0.25 บาท/หุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2568 ได้มีมติให้เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2568

>> อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ณ วันที่			
	31 ธ.ค. 65	31 ธ.ค. 66	31 ธ.ค. 67	
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)				
อัตราส่วนสภาพคล่อง ¹	(เท่า)	0.88	0.96	0.87
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ²	(เท่า)	0.24	0.29	0.22
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด ³	(เท่า)	0.44	0.41	0.41
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า ⁴	(เท่า)	240.48	201.36	244.98
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย ⁵	(วัน)	1.00	1.00	1.00
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ ⁶	(เท่า)	3.67	3.63	3.45
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย ⁷	(วัน)	99.00	100.00	106.00
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ ⁸	(เท่า)	3.78	3.86	3.85
ระยะเวลาชำระหนี้ ⁹	(วัน)	96.00	94.00	95.00
Cash cycle ¹⁰	(วัน)	4.00	7.00	12.00
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratio)				
อัตรากำไรขั้นต้น ¹¹	(%)	25.83	26.14	26.60
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน ¹²	(%)	11.63	12.43	12.47

รายการ	ณ วันที่			
	31 ธ.ค. 65	31 ธ.ค. 66	31 ธ.ค. 67	
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)				
อัตรากำไรขั้นต้น ¹¹	(%)	26.14	26.60	26.82
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน ¹²	(%)	12.43	12.47	12.79
อัตรารายได้อื่นต่อรายได้รวม ¹³	(%)	6.19	6.23	6.37
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร ¹⁴	(%)	123.05	115.01	116.83
อัตรากำไรสุทธิต่อรายได้รวม ¹⁵	(%)	8.96	8.85	8.96
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น ¹⁶	(%)	26.38	25.87	24.84
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio)				
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ¹⁷	(%)	10.05	9.60	9.38
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร ¹⁸	(%)	22.47	21.90	21.51
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ ¹⁹	(เท่า)	1.12	1.09	1.05
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratio)				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ²⁰	(เท่า)	1.69	1.70	1.60
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย ²¹	(เท่า)	25.29	21.05	17.79
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ²²	(เท่า)	1.36	1.49	1.36
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน ²³	(เท่า)	1.80	1.97	1.52
อัตราการจ่ายเงินปันผล ²⁴	(%)	82.99	85.19	81.55

หมายเหตุ: อัตราการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2567 ขึ้นอยู่กับการลงมติในที่ประชุมผู้ถือหุ้นปี 2568

- อัตราส่วนสภาพคล่อง = สินทรัพย์, หมุนเวียนรวม / หนี้สินหมุนเวียนรวม
- อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว = (เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด + ลูกหนี้การค้า) / หนี้สินหมุนเวียนรวม
- อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด = เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน / หนี้สินหมุนเวียนถาวรเฉลี่ย
- อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า = รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า / ลูกหนี้การค้าถาวรเฉลี่ย
- ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า
- อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ = ต้นทุนขาย / สินค้าคงเหลือถาวรเฉลี่ย
- ระยะเวลายาวขึ้นสินค้าเฉลี่ย = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ
- อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้ = ต้นทุนขาย / เจ้าหนี้การค้าถาวรเฉลี่ย
- ระยะเวลาชำระหนี้ = 365 / อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้
- Cash Cycle = ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย + ระยะเวลายาวขึ้นสินค้าเฉลี่ย - ระยะเวลาชำระหนี้
- อัตรากำไรขั้นต้น = กำไรขั้นต้น / รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน = กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ / รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า
- อัตรารายได้อื่นต่อรายได้รวม = รายได้อื่น / รายได้รวม
- อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร = กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน / กำไรจากการดำเนินงาน
- อัตรากำไรสุทธิ = กำไรสุทธิ / รายได้รวม
- อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น = กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้นถาวรเฉลี่ย
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ = กำไรสุทธิ / สินทรัพย์รวมถาวรเฉลี่ย
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร = (กำไรสุทธิ + ค่าเสื่อมราคา) / สินทรัพย์ถาวรสุทธิถาวรเฉลี่ย
- อัตรากาการหมุนของสินทรัพย์ = รายได้รวม / สินทรัพย์รวมถาวรเฉลี่ย
- อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย = กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย / ดอกเบี้ยจ่าย
- อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายภาษีเงินได้ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย = หนี้สินทั้งหมดที่มีภาระดอกเบี้ย / กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย
- อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน = กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย / หนี้สินระยะสั้นที่มีภาระดอกเบี้ย + หนี้สินระยะยาวที่มีภาระดอกเบี้ยที่ครบกำหนดภายใน 1 ปี
- อัตรากาการจ่ายเงินปันผล = การจ่ายปันผล / กำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการ

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร



วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในธุรกิจ Home Solution and Living Experience
ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



พันธกิจ



เราจะเสนอสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ
สร้างความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้าได้อย่างคุ้มค่าและเพียงพอ



เราจะให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพและ
ประสิทธิภาพในการทำงาน ประพฤติปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร
รวมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความผูกพันต่อองค์กร



เราจะแสวงหาโอกาสใหม่ทางธุรกิจเพื่ออนาคต และการสร้างมูลค่าเพิ่ม
ที่เหมาะสมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



เราจะร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมของ
สินค้าและบริการ พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ
เพื่อสร้างความสำเร็จร่วมกัน



เราจะบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการ
รับผิดชอบต่อและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม



ค่านิยมองค์กร

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



**Stay Focus until Success**

มุ่งมั่นจนสำเร็จ
มุ่งมั่นลงลึกในงานอย่างเต็มที่และต่อเนื่องจนกระทั่งเป้าหมายสำเร็จ

**Embrace Speed & Agility**

ปรับตัวเร็ว สร้างโอกาสใหม่
ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างทันกึ่งทั้ง ด้วยการเรียนรู้พัฒนาและมองหาโอกาสร่วมงานกับพันธมิตรเพื่อความยั่งยืน

**Make Customer Success**

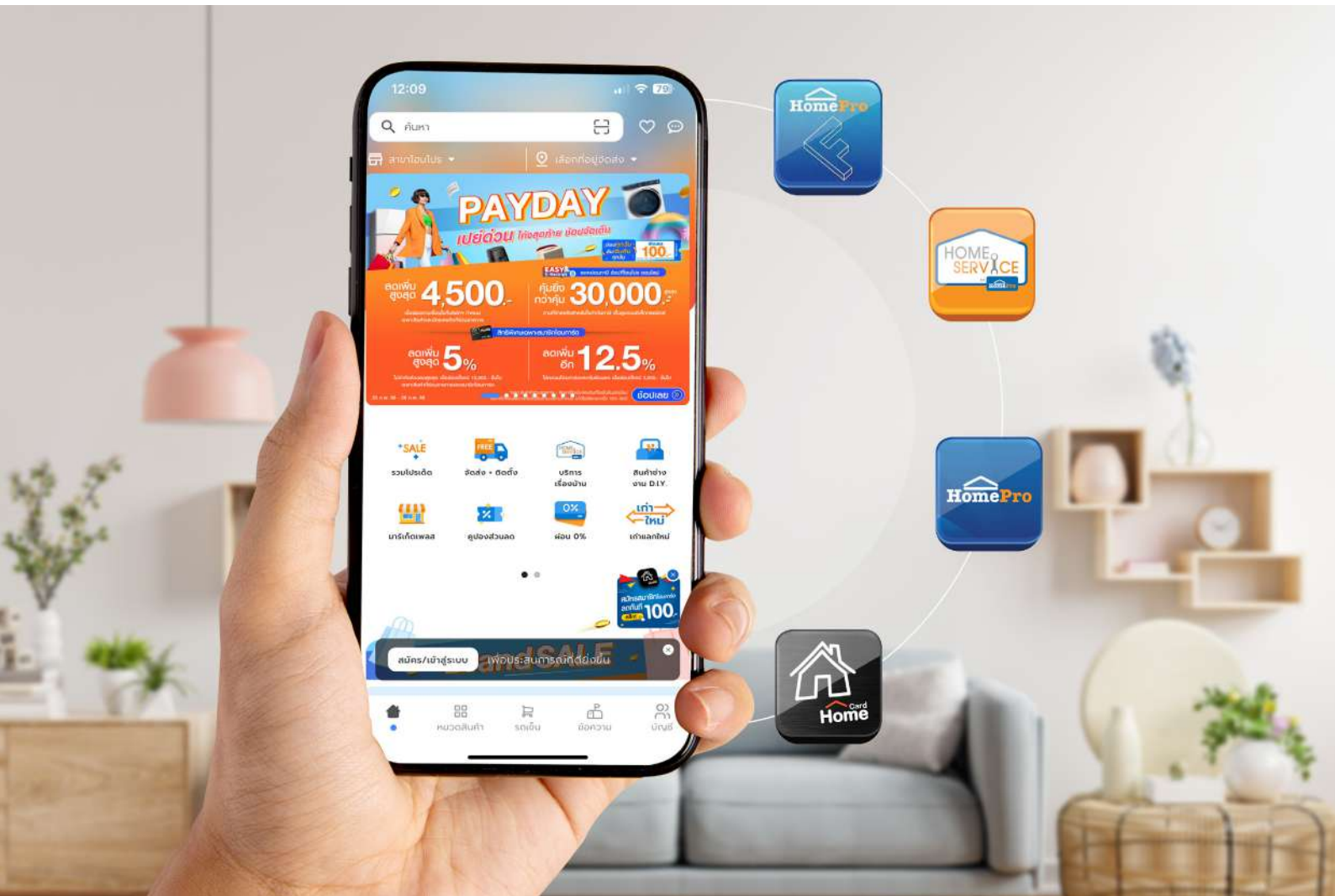
ส่งมอบความสำเร็จให้ลูกค้า
เข้าใจความต้องการของลูกค้า และนำเสนอสินค้าและบริการที่ช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จ

**Collaborate As One HomePro**

เป้าหมายเดียวกัน วันโฮมโปร
ประสานความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกทีม โดยยึดเป้าหมายของบริษัทร่วมกัน

โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ



บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาทั้งระบบห่วงโซ่อุปทาน เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์บนแนวคิด One Stop Shopping พร้อมทั้งมอบความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อม สังคม และกิจการไปพร้อมกัน โดยบริษัทฯ มีแผนที่จะขยายการลงทุนเพิ่มในสาขาใหม่ๆ บนพื้นที่ที่มีศักยภาพดี และจากวิถีการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนากลุ่มสินค้าให้หลากหลายและตอบสนองโจทย์ลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น รวมถึงพัฒนาต่อ ยอดระบบ E-Commerce ระบบ Omni Channel แพลตฟอร์ม Marketplace และช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าผู้มีอุปการคุณทุกท่าน โดย ณ สิ้นปี 2567 บริษัทฯ มีสาขาในรูปแบบโฮมโปรในประเทศไทยทั้งสิ้น 99 สาขากระจายทั่วประเทศ

นอกเหนือจากธุรกิจโฮมโปรแล้ว บริษัทฯ ยังขยายธุรกิจ “เมกาโฮม” เพื่อรองรับตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้าง โดยเปิดศูนย์รวมสินค้าเกี่ยวกับบ้านและวัสดุก่อสร้างครบวงจร จำหน่ายสินค้าในรูปแบบค้าส่งและค้าปลีก โดยมีลูกค้าเป้าหมายเป็น กลุ่มช่าง ผู้รับเหมา และเจ้าของโครงการ โดย ณ สิ้นปี 2567 เมกาโฮม เปิดดำเนินการแล้วทั้งสิ้น 30 สาขา เพื่อก้าวสู่ความเป็นผู้นำทางธุรกิจในกลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง

สำหรับธุรกิจในประเทศ บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจในรูปแบบ “โฮมโปร” โดยเริ่มต้นที่มาเลเซียเป็นประเทศแรก โดย ณ สิ้นปี 2567 เปิดดำเนินการทั้งหมด 7 สาขา อีกทั้งบริษัทฯ ได้มีการขยายธุรกิจไปยังประเทศเวียดนามในปี 2563 ผ่านการทดสอบการขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ (E-marketplace) ในระยะเริ่มแรก ทั้งนี้ภายหลังการพิจารณาพบว่าการลงทุนในรูปแบบสาขายังคงไม่เหมาะสม บริษัทฯ จึงดำเนินการปิดบริษัทย่อยที่เวียดนาม โดยปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการยกเลิกกิจการและชำระบัญชี

▶ ปี 2565



บริษัทฯ เปิดสาขาโฮมโปรทั้งหมด 2 แห่ง ซึ่งเป็นการเปิดทดแทนสาขาเดิม ปิดสาขาโฮมโปร 1 แห่ง และเปิดสาขาเมกาโฮม ทั้งหมด 4 แห่ง อีกทั้งบริษัทฯ ได้รวมการบริหารงานของเมกาโฮมและโฮมโปรเข้าเป็นส่วนเดียวกัน บริษัทฯ เปิดสาขาโฮมโปรฟิวเจอร์พาร์ครังสิต ซึ่งเป็นการย้ายสถานที่จากสาขารังสิตเดิม และเปิดสาขาลาดกระบัง แทนโฮมโปรเอส สาขาเดอะพาซิโอ ลาดกระบัง โดยมาเปิดในพื้นที่ใหญ่ขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสบายต่อลูกค้า รวมถึงบริษัทฯ มีการปิดสาขาโฮมโปร 1 สาขา ที่เดอะมอลล์บางแค เนื่องจากสัญญาเช่าหมดอายุลง และบริษัทฯ มีแผนที่จะเปิดสาขาใหม่ในบริเวณใกล้เคียงกัน รวมถึงบริษัทฯ ยังมีการเปิดสาขาเมกาโฮม ที่ พัทยา ฉะเชิงเทรา สุราษฎร์ธานี และ ขอนแก่น โดย ณ

สิ้นปี 2565 บริษัทฯ มีสาขาโฮมโปร 87 สาขา โฮมโปรเอส 5 สาขา เมกาโฮม 18 สาขา และโฮมโปรประเทศมาเลเซีย 7 สาขา และมีการดำเนินธุรกิจในประเทศเวียดนาม ผ่านช่องทาง E-marketplace

ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2565 บริษัทฯ ได้รวมการบริหารงานระหว่างเมกาโฮมและโฮมโปรเข้าเป็นส่วนเดียวกันภายใต้ชื่อบริษัทโฮมโปรดิกส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) จากเดิมที่มีการแบ่งแยกการบริหารงานอย่างชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารในด้านต่าง ๆ อาทิ การบริหารบุคลากร การบริหารสินค้าคงคลัง และการควบคุมต้นทุนสินค้าให้เหมาะสมรวมถึงการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการได้ทั้งระหว่างสาขาโฮมโปรและเมกาโฮมที่รวดเร็วและหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

▶ ปี 2566

บริษัทฯ เปิดสาขาโฮมโปรทั้งหมด 3 แห่ง โดยเป็นการเปิดทดแทนสาขาเดิมจำนวน 1 แห่ง และเปิดสาขาเมกาโฮมทั้งหมด 9 แห่ง บริษัทฯ เปิดสาขาโฮมโปรชีคอน บางแค โดยเป็นการเปิดทดแทน สาขาโลตัส บางแค ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน อีกทั้งยังมีการเปิดสาขาโฮมโปรอีก 2 แห่ง ได้แก่ สาขาบางบัวทอง และสาขาภูเก็ต (เจ้าฟ้า) รวมถึงมีการเปิดสาขาเมกาโฮม ที่ รัตนาธิเบศร์ บางพลี ดิوانนท์ นครปฐม เชียงใหม่ บางแสน ปลูกแดง พังงา และ ภูเก็ต (เจ้าฟ้า) โดย ณ สิ้นปี 2566 บริษัทฯ มีสาขาโฮมโปร 89 สาขา โฮมโปรเอส 5 สาขาเมกาโฮม 27 สาขา โฮมโปรประเทศมาเลเซีย 7 สาขา และยังคงดำเนินธุรกิจในประเทศเวียดนาม ผ่านช่องทาง E-marketplace



▶ ปี 2567



บริษัทฯ เปิดสาขาโฮมโปรทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ สาขาลำพูน สาขาหนองคาย สาขาระยอง (ทับมา) สาขาแม่สอด สาขาเชียงใหม่ (กาดรวมโชค) และสาขาภูเก็ต (เชิงทะเล) และเปิดสาขาเมกาโฮมทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ สาขาอุดรธานี สาขาระยอง (ทับมา) และสาขาศรีราชา ทั้งนี้บริษัทฯ มีการปิดสาขาโฮมโปรที่รัตนธิเบศร์ เนื่องจากสัญญาเช่าหมดอายุ และได้ทำการเปิดสาขาใหม่ในบริเวณใกล้เคียงที่มีพื้นที่กว้างขึ้น โดย ณ สิ้นปี 2567 บริษัทฯ มีสาขาโฮมโปร 94 สาขา โฮมโปรเอส 5 สาขาเมกาโฮม 30 สาขา โฮมโปรประเทศมาเลเซีย 7 สาขา ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการยกเลิกกิจการและปิดบริษัทย่อยที่เวียดนาม ซึ่งมีการทดสอบการขายในรูปแบบออนไลน์ในระยะแรก เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม ทั้งนี้หลังจากการพิจารณาแล้วพบว่ายังไม่เหมาะสมกับ

การลงทุนขยายสาขา ทั้งนี้อยู่ในขั้นตอนการยกเลิกกิจการและชำระบัญชี

บริษัทฯ ได้ขยายสาขาในรูปแบบไฮบริด (Hybrid Store) เพิ่มขึ้น โดยเป็นรูปแบบสาขาที่มีการเปิดโฮมโปรและเมกาโฮมบนพื้นที่เดียวกัน บนทำเลที่มีศักยภาพ เพื่อครอบคลุมความต้องการสำหรับลูกค้าทั้งกลุ่มเจ้าของบ้านและกลุ่มช่างผู้รับเหมา เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายจากการที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้จากทั้งโฮมโปรและเมกาโฮม ครอบคลุมในทีเดียว รวมถึงสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สาขาจากการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย โดยในปี 2567 บริษัทฯ ดำเนินการขยายสาขาในรูปแบบ ไฮบริดแล้วสิ้น จำนวน 7 แห่ง รวม 14 สาขา

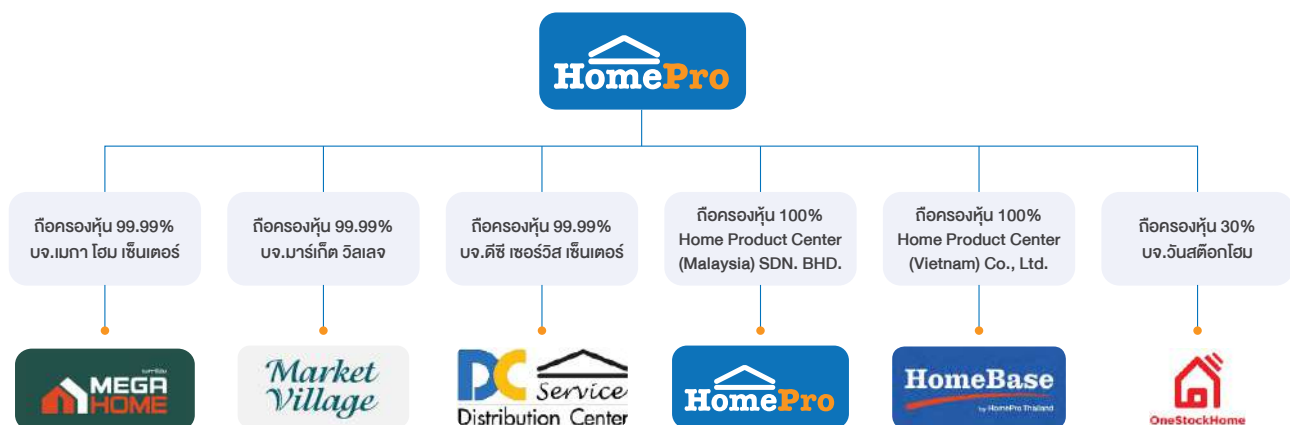
ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2538 โดยเป็นการร่วมลงทุนของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) ต่อมาได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนในวันที่ 29 พฤษภาคม 2544 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 150 ล้านบาท และได้เข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในวันที่ 30 ตุลาคม 2544



โครงสร้างบริษัท

ถึง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังนี้



หมายเหตุ:

Home Product Center (Vietnam) Co., Ltd. ได้ปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2567 ปัจจุบันอยู่ระหว่างการดำเนินการชำระบัญชี

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจค้าปลีก โดยจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่ง ซ่อมแซม ปรับปรุง อาคาร บ้าน และที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร (One Stop Shopping Home Center) โดยใช้ชื่อทางการค้าว่า “โฮมโปร” (HomePro) เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้าน และ “เมกาโฮม” (Mega Home) เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าช่างและผู้รับเหมา ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ โดยมีลักษณะการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1. ธุรกิจค้าปลีก

1.1 ประเภทของสินค้า

แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

Hard Line

สินค้าที่เกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง สี อุปกรณ์ปรับปรุงบ้าน ห้องน้ำและสุขภัณฑ์ เครื่องครัว อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

Soft Line

สินค้าประเภทเครื่องนอน พรม ผ้าผ่านเฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ สินค้าตกแต่ง และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน

1.2 บริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก

ด้วยแนวคิด One Stop Shopping บริษัทฯ ให้บริการงานช่างที่ครอบคลุมทั้งการซ่อมแซม และการปรับปรุงที่อยู่อาศัย ให้บริการนัดหมายผ่านทั้งช่องทางสาขา ช่องทางแอปพลิเคชัน Home Service และแอปพลิเคชัน Line official โดยให้บริการต่าง ๆ ดังนี้

1. งานปรับปรุง เปลี่ยนแปลงห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนั่งเล่น ด้วยระบบคอมพิวเตอร์สามมิติ (Home Improvement Service)
2. งานติดตั้ง ย้ายจุด แก้ปัญหา (Installation Service)
3. งานตรวจเช็ค ทำความสะอาด บำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ (Maintenance Service)
4. งานบริการล้าง ทำความสะอาด และฆ่าเชื้อโรค (Cleaning Service)
5. งานปรับปรุงบ้าน ปรับปรุงพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน (Home Makeover)
6. งานบริการตรวจรับบ้าน โดยเป็นการให้บริการตรวจสอบบ้านก่อนรับโอนกรรมสิทธิ์ หรือรับมอบงานจากผู้รับเหมา

พร้อมทั้งยังครอบคลุมถึงบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน (Emergency Service) อาทิ กรณีไฟดับ ไฟช็อต ปิมน้ำไม่ทำงาน ท่อน้ำแตก ผ่าน Call Center 1284 ตลอด 24 ชั่วโมง

2. ธุรกิจให้บริการพื้นที่เพื่อร้านค้าเช่า

บริษัทฯ มีการจัดสรรพื้นที่ในบางสาขาเพื่อให้บริการแก่ร้านค้าเช่า และมีการพัฒนารูปแบบสาขาที่เรียกว่า “มาร์เก็ต วิลเลจ” (Market Village) ซึ่งดำเนินธุรกิจในลักษณะของศูนย์การค้าเติมรูปแบบภายในโครงการ นอกจากจะมีสาขาของโฮมโปรแล้ว ยังมีพื้นที่ในส่วนของศูนย์การค้า โดยผู้เช่าส่วนใหญ่ ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร ธนาคาร ร้านหนังสือ ร้านสินค้าไอที เป็นต้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีสาขารูปแบบ “มาร์เก็ต วิลเลจ” ทั้งสิ้น 5 แห่ง ได้แก่ สุวรรณภูมิ หัวหิน ภูเก็ต (ฉลอง) ราชพฤกษ์ และรังสิตคลอง 4

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

1. บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2548 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบริหารพื้นที่ให้เช่า พร้อมกับให้บริการทางด้านสาธารณูปโภคแก่ผู้เช่า เริ่มต้นดำเนินการที่โครงการ “หัวหิน มาร์เก็ต วิลเลจ” (Hua-Hin Market Village) ซึ่งตั้งอยู่บริเวณ ถ.เพชรเกษม จ.ประจวบคีรีขันธ์ เปิดดำเนินการในไตรมาสแรกปี 2549 โดย ณ สิ้นปี 2567 เปิดดำเนินการทั้งสิ้น 5 แห่ง โดยปัจจุบัน ทรัพย์สินและการดำเนินการอยู่ภายใต้ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

2. Home Product Center (Malaysia) SDN. BHD.

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านที่ประเทศมาเลเซีย ณ สิ้นปี 2567 เปิดดำเนินการทั้งสิ้น 7 สาขา

3. บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2555 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้าง สินค้าโครงสร้าง และสินค้าเกี่ยวกับบ้าน ทั้งนี้ มีการควบรวมธุรกิจกับโฮมโปรเมื่อวันที่ 1 ก.ค. 2565 และในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ให้เข้าพื้นที่และที่ดินอาคาร ณ สิ้นปี 2567 มีสาขาที่เปิดดำเนินการในนาม เมกาโฮมทั้งสิ้น 30 สาขา

4. บริษัท คีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2556 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบริหารจัดการคลังสินค้าและให้บริการขนส่งสินค้า

5. Home Product Center Vietnam Company Limited

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านที่ประเทศเวียดนาม ณ สิ้นปี 2566 บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจบนช่องทาง E-Marketplace ปัจจุบัน (ปี 2567) บริษัทฯ ได้ปิดดำเนินการและอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

6. บริษัท วันสต็อกโฮม จำกัด

ตั้งแต่วันที่ 3 พ.ค. 2565 บริษัทฯ ได้เข้าถือหุ้นจำนวน 30% ของบริษัท วันสต็อกโฮม จำกัด (Onestockhome Co.,Ltd.) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการซื้อขายวัสดุก่อสร้างออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายและกระจายสินค้าของเมกาโฮม

โครงสร้างรายได้

รายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยประกอบด้วยรายได้จากการขาย และรายได้อื่นโดยโครงสร้างรายได้

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	2565		2566		2567	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าของโฮมโปร						
- สินค้ากลุ่ม Hard Line	44,269.3	63.8	45,214.8	62.1	45,004.2	62.0
- สินค้ากลุ่ม Soft Line	9,960.7	14.4	9,621.5	13.2	9,345.3	12.9
- รายได้จากบริการ Home Service	709.3	1.0	806.7	1.1	890.1	1.2
2. รายได้จากบริษัทย่อย	10,151.6	14.6	12,640.3	17.4	12,712.4	17.5
- รายได้จากในประเทศ	8,760.6	12.6	11,321.3	15.5	11,432.4	15.8
- รายได้จากประเทศกลุ่ม CLMV	1,391.0	2.0	1,319.1	1.8	1,280.0	1.9
รวมรายได้	65,090.9	93.8	68,283.3	93.8	67,952.0	93.6
3. รายได้อื่น ¹	4,298.5	6.2	4,538.5	6.2	4,624.5	6.4
รวม	69,389.4	100.0	72,821.8	100.0	72,576.5	100.0

หมายเหตุ:

1. รายได้อื่น ประกอบด้วย ค่าเช่าพื้นที่ ค่าสนับสนุนการขาย เป็นต้น
2. สัดส่วนยอดขายสินค้าออนไลน์ในปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 7.9 จากยอดขายทั้งหมด
3. สัดส่วนลูกค้าที่ใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ในปี 2567 คิดเป็นร้อยละ 3.8 จากจำนวนลูกค้าทั้งหมด

ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

>> บริษัท จัดหาสินค้าโดย

1. สั่งซื้อ

บริษัทฯ สั่งซื้อสินค้าโดยแบ่งตามสายผลิตภัณฑ์ แยกตามกลุ่มสินค้าจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นที่คุณภาพและความหลากหลายของสินค้าเป็นหลัก

2. ออกแบบ และสั่งผลิต

บริษัทฯ สั่งผลิตสินค้าประเภท Private Brand จากทั้งผู้ผลิตภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยในเบื้องต้นจะคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต และชื่อเสียง การให้บริการ อยู่ภายใต้เงื่อนไขหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตที่บริษัทฯ กำหนด รวมถึงรูปแบบการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการเข้าเยี่ยมชมโรงงานและการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ เพื่อพิจารณาคุณภาพโดยรวมอีกด้วย

ปัจจุบันบริษัทฯ จัดหาสินค้าจากผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่ายกว่า 1,274 ราย โดยเปิดโอกาสให้คู่ค้ามีช่องทางในการนำเสนอสินค้า และมีการคัดเลือกประเมินผลคู่ค้า (Vendor's Assessment Level) ใน 9 ด้าน คือ การสรรหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน ความสามารถในการผลิต ความสามารถในการควบคุมคุณภาพ การบริหารความเสี่ยง การตรวจสอบผลิตภัณฑ์และที่มาผลิตภัณฑ์ การจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ก่อนการส่งมอบ คุณภาพด้านการส่งมอบสินค้า คุณภาพด้านการให้บริการหลังการขาย และการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG



นโยบายการวิจัยและพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อการวิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป พร้อมทั้งรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการวิจัยและพัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงศึกษาโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ในระยะยาว โดยมีโครงการหลักในปี 2567 ดังนี้

1. โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ครอบคลุมในการดำเนินงานหลายประเภท อาทิ การใช้เทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์และพยากรณ์การสั่งซื้อสินค้า การใช้เทคโนโลยีในการเตรียมสินค้าและกำหนดราคาที่เหมาะสม การพัฒนาแอปพลิเคชัน Home Service การพัฒนาระบบติดตามสินค้า Trade-In เพื่อตรวจสอบขั้นตอนการดำเนินงานหลังรับสินค้าจากลูกค้า รวมไปถึงการพัฒนาแบบ Digital E-learning สำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเองของพนักงาน โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวนี้ประมาณ 28.87 ล้านบาท

2. โครงการพัฒนาระบบ E-commerce

บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบ E-Commerce เพิ่มเติมให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น รวมถึงสร้างแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (Marketplace) สำหรับการจำหน่ายสินค้าบางหมวดที่ไม่ได้มีวางขายที่หน้าร้าน เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการพัฒนาระบบการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มลูกค้าประเภท B2B (Business-to-Business) โดยนำเสนอสินค้าที่ครอบคลุมกับการดำเนินธุรกิจแต่ละประเภทด้วยราคาที่เหมาะสม โดยในปีที่ผ่านมา มีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวนี้ประมาณ 17.48 ล้านบาท

3. โครงการสร้างแพลตฟอร์มกลางสำหรับควบคุมการจัดการความสูญเสีย (Loss Management Cockpit: LMC)

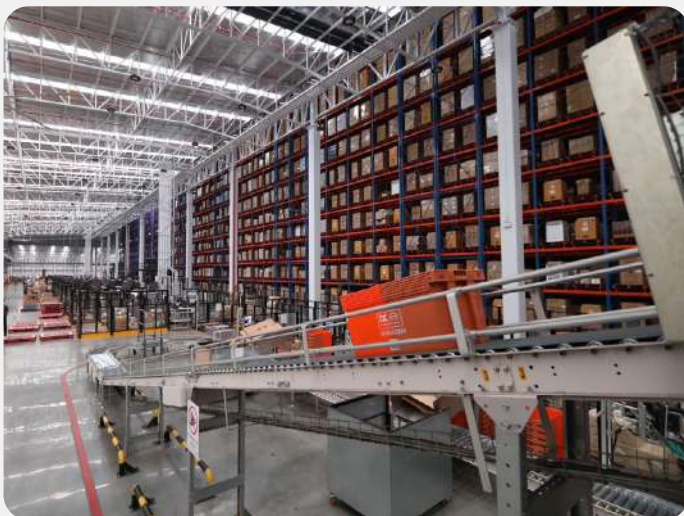
บริษัทฯ มีการติดตั้งแพลตฟอร์มกลางซึ่งเป็นศูนย์รวมเพื่อใช้ติดตาม วิเคราะห์ และจัดการความสูญเสียประเภทต่างๆ ซึ่งรวมถึงด้านความปลอดภัย การดำเนินงาน และการเงิน เป็นต้น โดยมีการติดตั้งเครื่องมือและกล้องซึ่งสามารถแสดงผลแบบเรียลไทม์ที่สาขา ซึ่งข้อมูลจะถูกส่งมายังการบริหารของฝ่ายควบคุมจัดการความสูญเสียที่ส่วนกลาง โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวนี้ ประมาณ 22.07 ล้านบาท

4. โครงการติดตั้งระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (ASRS) ที่ศูนย์กระจายสินค้า

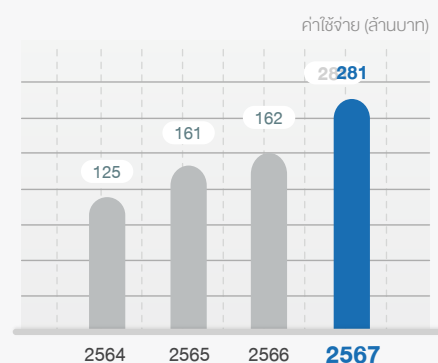
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพื่อการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพจากระบบการจัดเก็บและหยิบสินค้าที่ถูกต้องแม่นยำ โดยบริษัทฯ มีการติดตั้งระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) เพิ่มเติม ที่ศูนย์กระจายสินค้า อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา เพื่อรองรับการขยายสาขาและการเติบโตของธุรกิจในอนาคต โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวนี้ ประมาณ 146.64 ล้านบาท

5. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ Private Brand

บริษัทฯ มีทีมงานเพื่อมุ่งพัฒนา ออกแบบ และสั่งผลิตสินค้าต่างๆ ภายใต้การดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ อีกทั้งยังคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคมด้วยเช่นกัน โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการดังกล่าวนี้ ประมาณ 65.63 ล้านบาท



รายละเอียดด้านรายจ่าย สำหรับการวิจัยและพัฒนา





ตลาดและภาวะการแข่งขัน

ถึงแม้ว่าปี 2567 ธุรกิจค้าปลีกจะเผชิญกับความกดดันทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อที่ลดลงของผู้บริโภค อาทิ ปัญหาหนี้ครัวเรือนเงินเฟ้อ ฯลฯ บริษัทฯ มองว่าธุรกิจจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับบ้านและวัสดุก่อสร้างยังสามารถเติบโตได้ในอนาคต จากโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของรัฐบาลที่ยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการปรับปรุงและขยายเส้นทางรถไฟในพื้นที่ต่างๆ โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง ซึ่งส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมือง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่มีการพัฒนาและขยายตัวแบบชุมชนเมือง (Urbanization) เป็นต้น

โดยบริษัทฯ ได้มีการเตรียมพร้อมในเรื่องของการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อรับมือกับการแข่งขันในอนาคต นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน พัฒนาระบบการซื้อขายแบบไร้รอยต่อ (Omni Channel) ให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงมีการคัดสรรสินค้าเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมและวิถีการใช้ชีวิตของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพและความปลอดภัย กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง กลุ่มสินค้าเพื่อการประหยัดพลังงาน เป็นต้น เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการให้บริการที่ครบวงจร รวมถึงมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านระบบ E-Commerce และสาขา รวมถึงช่องทางอื่นๆ ที่เป็นระบบ Omni Channel มากขึ้น การลงทุนในระบบต่างๆ เช่น คลังสินค้าอัตโนมัติ การเพิ่มประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการของลูกค้า และสมาชิก (Loyalty Program) ถือเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการค้าปลีกแต่ละราย ซึ่งไม่เพียงเน้นเฉพาะตัวสินค้าเท่านั้น แต่รวมถึงการให้บริการที่ครบวงจร ตั้งแต่ออกแบบ ติดตั้ง จนถึงซ่อมแซมและบำรุงรักษา บริษัทฯ จึงเน้นความสำคัญของบริการ Home Service ให้มากขึ้น ซึ่งครอบคลุมบริการตรวจเช็ค ทำความสะอาด เปลี่ยนสุขภัณฑ์ ไปจนถึงทาสี ปรับปรุงบ้าน โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้จะคิดเป็นสัดส่วนรายได้ที่ไม่สูงนัก แต่ถือเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความพอใจและดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและใช้บริการได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ บริษัทฯ จำแนกผู้ประกอบการรายอื่นที่จำหน่ายสินค้าในลักษณะเดียวกัน ดังนี้

1. ผู้ประกอบธุรกิจโฮมเซ็นเตอร์

- บ้านแอนด์บียอนด์ (Baan & Beyond) เป็นหน่วยธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านในกลุ่มบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น ซึ่งได้ควบรวมและรีแบรนด์จาก โฮมเวิร์ค เป็นบ้านแอนด์บียอนด์ ณ สิ้นปี 2567 มีสาขาเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 16 แห่ง
- ไทวัสดุ (Thai Watsadu) เป็นหน่วยธุรกิจค้าปลีกสินค้าวัสดุก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่งที่อยู่อาศัย ในรูปแบบแวร์เฮาส์สไตล์ ในเครือกลุ่มบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น ณ สิ้นปี 2567 มีสาขาเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 86 แห่ง

- โกลบอลเฮ้าส์ (Global House) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง ตกแต่ง เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในงานก่อสร้าง ต่อเติม ตกแต่งบ้านและสวน ในรูปแบบแวร์เฮาส์สไตล์ ดำเนินธุรกิจโดย บมจ. สยามโกลบอลเฮ้าส์ ณ สิ้นปี 2567 มีสาขาเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 90 แห่ง
- ดูโฮม (Do Home) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในงานก่อสร้าง ต่อเติมบ้าน ในรูปแบบแวร์เฮาส์สไตล์ ดำเนินธุรกิจโดย บมจ. ดูโฮม ณ สิ้นปี 2567 มีสาขาเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 39 แห่ง ประกอบด้วยสาขาดูโฮม 24 สาขา และสาขาดูโฮม ทูโก (Dohome ToGo) 15 สาขา
- ฮาร์ดแวร์เฮาส์ (Hardware House) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในงานก่อสร้าง ต่อเติมบ้าน ในรูปแบบแวร์เฮาส์สไตล์ ดำเนินธุรกิจโดย บริษัท ฮาร์ดแวร์เฮาส์ จำกัด ณ สิ้นปี 2567 มีสาขาเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 11 สาขา
- โฮมฮับ (Home Hub) ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในงานก่อสร้าง ต่อเติมบ้าน ในรูปแบบแวร์เฮาส์สไตล์ ดำเนินธุรกิจโดย บริษัท โฮมฮับ จำกัด ณ สิ้นปี 2567 มีสาขาเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 2 สาขา ธุรกิจ ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. ผู้ประกอบธุรกิจร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)

ได้แก่ ร้านค้ารายย่อยที่เน้นการขายสินค้าเฉพาะอย่าง ซึ่งอาจมีการแข่งขันกับบริษัทฯ ในบางสายผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- ร้านสินค้าประเภทเซรามิก สุขภัณฑ์ และชุดครัว ได้แก่ บุญถาวร แกรนด์โฮมมาร์ท
- ร้านเฟอร์นิเจอร์ และสินค้าตกแต่งบ้าน ได้แก่ อินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์ อีเกีย
- ร้านค้ารายย่อยที่จำหน่ายเฉพาะวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ ชิเมนต์ไทยโฮมมาร์ท
- ร้านค้าปลีกอุปกรณ์และสินค้าเบ็ดเตล็ด ได้แก่ MR.DIY
- ร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างอื่นๆ

3. ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในกลุ่ม Hypermarket

โดยธุรกิจเหล่านี้มุ่งเน้นด้านการจำหน่ายสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภคเป็นหลัก ไม่เน้นสินค้าเกี่ยวกับบ้าน อาจมีสินค้าบางกลุ่มที่จำหน่ายทับซ้อนกันบ้าง แต่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักต่างกัน

4. ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีก

ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

- เว็บไซต์ในรูปแบบ Market Place เช่น ลาซาด้า (Lazada) ช้อปปี้ (Shopee) น็อคน็อค (NocNoc) เป็นต้น ซึ่งเปิดให้ผู้ค้ารายย่อยสามารถนำเสนอขายสินค้าที่หลากหลาย อย่งไรก็ตาม บนเว็บไซต์ดังกล่าวมีสินค้าเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ทับซ้อนกับของบริษัทฯ

- เว็บไซต์ของบริษัทฯ ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจโฮมเซ็นเตอร์อื่นตามข้อ 1 แต่ละรายล้วนมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง ในส่วนของบริษัทฯ นั้นมีเว็บไซต์ www.homepro.co.th HomePro Application ร้านค้า HomePro Living Official บนแพลตฟอร์ม Shopee และ Lazada บริการ SHOP4YOU ผ่านไลน์หรือเฟสบุ๊ก และช่องทาง Social Media อื่น ๆ

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ดังต่อไปนี้

รายการ	จำนวน (ล้านบาท)
1. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	7,363.64
2. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	63,013.01
3. สินทรัพย์สิทธิการใช้	12.28
4. คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	1,295.46
รวม	71,684.39
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	34,250.14
ค่าตัดจำหน่ายสะสม	859.19
ค่าเพื่อการด้อยค่า	22.85
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	36,552.21

ทั้งนี้สามารถแบ่งรายละเอียดตามลักษณะกรรมสิทธิ์ได้ ดังนี้

ลักษณะกรรมสิทธิ์	เนื้อที่โดยประมาณ	สิ้นสุดอายุสัญญาเช่า	สิทธิการต่อสัญญา
1. สิทธิการเช่าที่ดิน ประกอบด้วย สาขาของโฮมโปร ศูนย์กระจายสินค้า และสาขาของธุรกิจเมกาโฮม	1,154 ไร่ 37.3 ตรว.	2568 - 2602	มี*
2. สิทธิการเช่าพื้นที่ ประกอบด้วยสาขาของโฮมโปร สาขาของธุรกิจโฮมโปร มาเลเซีย และธุรกิจโฮมโปรเอส	190,667.17 ตรม.	2568 - 2596	มี*
3. ถือกรรมสิทธิ์ (บริษัทฯ เป็นเจ้าของ) ประกอบด้วยสาขาของโฮมโปร ศูนย์กระจายสินค้า สาขาที่อยู่ระหว่างรอเปิดดำเนินการ และสาขาของธุรกิจเมกาโฮม	1,080 ไร่ 1 งาน 37.7 ตรว.	-	-

หมายเหตุ: * รายละเอียดและเงื่อนไขในการต่อสัญญาจะมีการตกลงกับผู้ให้เช่าในอนาคต

การบริหารจัดการ ความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงที่มีหน้าที่กำหนดนโยบายกรอบการประเมินความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ และพิจารณาให้มีการควบคุมดูแลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับการวางกลยุทธ์ไปจนถึงระดับการปฏิบัติงาน รวมถึงเสริมสร้างความตระหนักรู้อย่างต่อเนื่องเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงให้แก่ทุกคนในบริษัทฯ ซึ่งเป็นการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (Enterprise Risk Management Framework) ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยกรอบการกำกับดูแลความเสี่ยงและกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงจะถูกตรวจสอบและรับรองโดยคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระทั้งหมด ก่อนเสนอต่อคณะกรรมการบริษัททุกไตรมาส ทั้งนี้ กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรได้ถูกรวมเข้ากับการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อระบุผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ โดยรายละเอียดของกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงมีดังต่อไปนี้

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบสอบทานให้บริษัทฯ มีระบบการบริหารและจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีสำนักงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยงานมีระบบการควบคุมภายในและระบบการบริหารความเสี่ยงที่เพียงพอเหมาะสม และรายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบ นอกจากนี้สำนักงานตรวจสอบภายในยังให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานผู้รับการตรวจสอบ และมีการสื่อสารความคิดเห็นเพื่อให้มีการปรับปรุงระบบการควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงให้มีความเหมาะสมต่อไป

การกำหนดระดับความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจตามเป้าหมาย

บริษัทฯ กำหนดวัตถุประสงค์และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ซึ่งถูกแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ สูงมาก สูง ปานกลาง และ ต่ำ ที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

ประกอบไปด้วยประธานคณะกรรมการบริหาร ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง กรรมการผู้จัดการ ซึ่งเป็นตัวแทนคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละหน่วยงานที่เป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) โดยมีหน้าที่กำหนดนโยบายกำกับดูแล และกำหนดโครงสร้างรวมถึงผู้รับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง อีกทั้งยังพิจารณาและอนุมัตินโยบายกลยุทธ์กรอบการบริหารความเสี่ยงและแผนการจัดการความเสี่ยง ตลอดจนทบทวนความเสี่ยง (Risk Profile) และติดตามการบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร

กระบวนการบริหารความเสี่ยงและเครื่องมือที่ใช้

บริษัทฯ นำกรอบการบริหารความเสี่ยงมาใช้ในการดำเนินงาน โดยแบ่งตามกระบวนการหลัก 4 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุความเสี่ยงหรือโอกาสในการดำเนินธุรกิจ การประเมินความเสี่ยง การกำหนดมาตรการควบคุมและการแก้ไข และการรายงานความเสี่ยงต่อคณะกรรมการตรวจสอบไตรมาสละครั้ง ก่อนนำเสนอเพื่อขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้นำเครื่องมือต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงต่างๆ ในรูปแบบแผนที่ความเสี่ยง (Risk Map) และการจัดลำดับความเสี่ยง (Risk Prioritization) ซึ่งถูกแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ สูงมาก สูง ปานกลาง และ ต่ำ ดัชนีชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicator: KRIs) และดัชนีการควบคุมและบริหารความเสี่ยง (Key Management Indicators) รวมถึงนำเทคนิคอื่นๆ มาใช้ในการบ่งชี้ผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในรูปแบบมูลค่าความเสี่ยง (Value at Risk: VAR) และยังได้ติดตามปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สามารถเตรียมมาตรการจัดการความเสี่ยงในเชิงรุก สำหรับความเสี่ยงเกิดใหม่ (Emerging Risk) ได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา

การสร้างค่านิยมองค์กรในการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าค่านิยมองค์กร (Core Value) เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จของการบริหารความเสี่ยง จึงมุ่งเน้นและส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการจัดการความเสี่ยง พร้อมทั้งปลูกฝังค่านิยมในการบริหารความเสี่ยงโดยเน้นย้ำความสำคัญตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงต่อไปยังพนักงานทุกระดับ (Tone Of The Top) ให้นำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง เพื่อป้องกันและบรรเทา

ผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาแผนงานให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงเพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงาน ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบทุกคน และเผยแพร่ลงบนเว็บไซต์ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนให้พนักงานทุกคนมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการระบุและประเมินความเสี่ยงของหน่วยงานที่ตนเองรับผิดชอบ (Risk Owner) และกำหนดมาตรการรับมือและป้องกันโดยให้มีการทบทวนและรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ

สำหรับในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงดำเนินการตามนโยบายบริหารความเสี่ยงขององค์กรที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับทิศทางในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานสากล โดยมีปัจจัยความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้พิจารณาในเรื่องของความเป็นไปได้ และขนาดของผลกระทบสำหรับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบริษัท (Company-Specific Risk) โดยระบุไว้ในหน้า 57-68

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการดำเนินงานของบริษัทฯ เศรษฐกิจ การลงทุน และการแข่งขัน

1.1 ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ

ในปี 2567 เศรษฐกิจประเทศไทยเติบโตในอัตราที่ไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า จากแรงกดดันทางเศรษฐกิจต่าง ๆ เช่น ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ทำให้เกิดความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น อย่างไรก็ตามภาคการท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ที่การบริโภคปรับตัวดีขึ้นกว่าภูมิภาคอื่น ๆ อีกทั้งมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลทั้งโครงการ Easy E-Receipt 2567 และโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจปี 2567 แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและคนพิการ เพื่อมอบเงินสนับสนุนจำนวน 10,000 บาท แก่กลุ่มเปราะบาง มีส่วนช่วยกระตุ้นการบริโภคที่เพิ่มขึ้น

บริษัทฯ กำหนดมาตรการบริหารความเสี่ยงโดยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งด้านคุณภาพสินค้าและบริการ ความคุ้มค่า การสรรหาและคัดเลือกสินค้า และการให้บริการที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้บริโภค พร้อมบริหารต้นทุนเพื่อให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีสภาพคล่องทางการเงินที่เพียงพอ

บริษัทฯ ยังคงมองเห็นโอกาสในการลงทุนขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง พร้อมติดตามผลการดำเนินงานและพัฒนาแผนการตลาด จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับพันธมิตรต่าง ๆ เช่น ธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต องค์กรภาครัฐ และบริษัทคู่ค้า รวมถึงจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาจับจ่ายใช้สอยกับบริษัทฯ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังควบคุมค่าใช้จ่ายและต้นทุน โดยมีมาตรการลดความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยผันผวนผ่านการออกหุ้นกู้ระยะยาวที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ เพื่อนำไปชำระคืนเงินกู้ยืมเดิมบางส่วนที่คิดเป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว และมีต้นทุนดอกเบี้ยที่สูงกว่า เพื่อควบคุมต้นทุนอัตราดอกเบี้ยให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมในช่วงภาวะดอกเบี้ยขาขึ้น

1.2 การลงทุนในประเทศ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ เปิดดำเนินการภายใต้ชื่อ “โฮมโปร” และ “โฮมโปร เอส” ทั้งสิ้น 99 สาขาทั่วประเทศ โดยเป็นสาขาที่เปิดใหม่ระหว่างปี 2567 ในรูปแบบโฮมโปร จำนวน 6 สาขา ได้แก่ สาขาลำพูน สาขาหนองคาย สาขาระยอง (ทับมา) สาขาแม่สอด สาขาเชียงใหม่ (กาดรวมโชค) และสาขาภูเก็ต (เชิงทะเล) รวมถึงได้มีการปิดโฮมโปรสาขารัตนาธิเบศร์ เนื่องจากสัญญาเช่าหมดอายุ และมีการย้ายไปเปิดสาขาในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีบริเวณใหญ่ขึ้น

สำหรับธุรกิจ “เมกาโฮม” มีการเปิดใหม่ 3 สาขา ได้แก่ สาขาอุดรธานี สาขาระยอง (ทับมา) และสาขาศรีราชา รวมสาขาที่เปิดดำเนินการทั้งสิ้น 30 สาขา ทั้งนี้ การขยายธุรกิจของบริษัทฯ ในส่วนของสาขาใหม่ อาจเผชิญกับความเสี่ยงที่ผลการดำเนินงานและผลตอบแทนจากการลงทุนอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ อีกทั้งยังอาจเผชิญความเสี่ยงด้านการตลาดและการแข่งขันที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม เพื่อบรรเทาความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีกระบวนการวิเคราะห์และศึกษาผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุนทุกครั้ง พร้อมทั้งจัดทำแผนงบประมาณรายปีเพื่อควบคุมการดำเนินงานของสาขา อีกทั้งยังมีการติดตามผลการดำเนินงานของสาขาอย่างใกล้ชิดทุกเดือน และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานให้สอดคล้องกับแต่ละสถานการณ์ เพื่อให้สามารถบริหารความเสี่ยงได้มีประสิทธิภาพ รับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และแก้ไขปัญหาด้านต่าง ๆ

1.3 การลงทุนในต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจในประเทศต่าง ๆ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีสาขาโฮมโปรที่ประเทศมาเลเซีย ทั้งสิ้น 7 สาขา และในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีการขยายธุรกิจไปยังประเทศเวียดนาม โดยจัดตั้งบริษัท Home Product Center Vietnam Company

Limited เพื่อประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านที่ประเทศเวียดนาม โดยมีการทดสอบการขายบนแพลตฟอร์ม E-commerce ในระยะหนึ่ง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม ควบคู่ไปกับการหาพื้นที่สำหรับเปิดสาขา อย่างไรก็ตาม หลังจากพิจารณาแล้วพบว่า การขยายธุรกิจในรูปแบบสาขายังคงไม่เหมาะสมกับการลงทุนในสภาวะปัจจุบัน ทั้งนี้อยู่ในขั้นตอนการจดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชี และการสิ้นสภาพของบริษัทย่อยนั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานที่เป็นสาระสำคัญของบริษัท

สำหรับการลงทุนในต่างประเทศนั้น บริษัท บริหารความเสี่ยงโดยได้ศึกษาและวิเคราะห์รายละเอียดด้านการตลาด กฎหมาย ภาษี กฎเกณฑ์ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเมือง นโยบายของรัฐ และปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ เพื่อประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้นมาประกอบการพิจารณากำหนดแผนการลงทุน รวมทั้งได้มีการจัดระบบและหน่วยงานภายใน เพื่อติดตามประมวลผลการประกอบการ รวมถึงเร่งพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรและศักยภาพของบุคลากร

1.4 การแข่งขัน

ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและสินค้าเกี่ยวกับบ้านยังคงมีศักยภาพเติบโตสูงในอนาคต จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของรัฐบาล อาทิ โครงการปรับปรุงและขยายเส้นทางรถไฟในพื้นที่ต่างๆ โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมือง รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่มีการพัฒนาและขยายตัวแบบชุมชนเมือง (Urbanization) อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและสินค้าเกี่ยวกับบ้าน มีผู้ประกอบการหลายรายที่ยังมีการขยายสาขาเพื่อครอบคลุมตลาดมากขึ้น ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นเจ้าของบ้านที่มีกำลังซื้อ ซึ่งรองรับโดยธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านภายใต้โฮมโปร และกลุ่มลูกค้าช่างหรือผู้รับเหมา ซึ่งรองรับโดยธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านภายใต้เมกาโฮม

บริษัท บริหารความเสี่ยงโดยการสร้างความแตกต่าง มุ่งเน้นในเรื่องความหลากหลายของสินค้าและการให้บริการที่ครบวงจรในธุรกิจ “โฮม เซอร์วิส (Home Service)” ซึ่งครอบคลุม บริการตรวจเช็ค ซ่อมบำรุง ทำความสะอาด ติดตั้ง และปรับปรุงบ้าน (Home Makeover) โดยมีจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้จะคิดเป็นสัดส่วนรายได้ที่ยังไม่สูงนัก แต่ถือเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความพอใจและดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและใช้บริการได้เป็นอย่างดี

ซึ่งบริษัท ได้เพิ่มความสะดวกสบายแก่ลูกค้าในการใช้บริการ “โฮม เซอร์วิส (Home Service)” ผ่านหลายช่องทาง ทั้งทางแอปพลิเคชันมือถือ เว็บไซต์ ผ่านทาง Call Center มีระบบ “แทรคกิ้ง เซอร์วิส (Tracking Service)” งานบริการติดตามรถขนส่งสินค้า และ การตรวจสอบงานติดตั้งของทีมช่างด้วยระบบ GPS ตลอดจนการสำรวจความพึงพอใจหลังให้บริการ นอกเหนือจากนั้น บริษัท ยังมีบริการ Same Day Delivery and Installation เพื่อยกระดับความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าด่วนถึงที่อยู่อาศัยของลูกค้า รวมถึงมอบบริการติดตั้งภายในวันเดียวกันกับที่มีการสั่งซื้อสินค้าทั่วพื้นที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด อีกทั้งมีบริการช่วยเหลือฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง (Emergency Service) ด้วยทีมช่างมืออาชีพ นอกจากนี้ บริษัท ยังได้มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารภายใน สร้างการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) และเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

บริษัท มีการนำเสนอโครงการ “แลกเก่าเพื่อโลกใหม่” หรือ Trade In ซึ่งเป็นหนึ่งในบริการ ECO system รูปแบบใหม่ โดยลูกค้าสามารถนำสินค้าเก่ามาแลกเปลี่ยนเป็นสินค้าใหม่ พร้อมรับส่วนลดและรับประกันงานซ่อม กลุ่มสินค้าใหม่ที่เข้าร่วมรายการ ได้แก่ หมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า หมวดประปา เช่น ปัมป์น้ำ เครื่องกรองน้ำ เครื่องทำน้ำอุ่น หมวดเฟอร์นิเจอร์ หมวดสุขภัณฑ์ ฯลฯ โดยโครงการ “แลกเก่าเพื่อโลกใหม่” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการสินค้าเก่าอย่างถูกวิธี และนำมาแยกส่วนที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตเป็นสินค้าใหม่ รวมถึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในการจำหน่ายสินค้า ซึ่งรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในการคำนึงถึงการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยกัน อีกทั้งในปี 2567 ที่ผ่านมานี้ บริษัท มีการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาสินค้ารักษ์โลก หรือ สินค้า Circular Product ซึ่งเป็นสินค้าที่มีส่วนประกอบเป็นชิ้นส่วนรีไซเคิลของสินค้าที่ลูกค้านำมาเข้าโครงการ Trade In โดยในปัจจุบัน มีการพัฒนาสินค้ากลุ่มนี้ในหมวดของเครื่องใช้ไฟฟ้า กระเบื้อง กระจกปิ้ง กล้องเก็บของ และยังคงมีการพัฒนาสินค้าในหมวดอื่นๆ ต่อไปในอนาคต เพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้น

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การแข่งขันในตลาดออนไลน์จึงสูงขึ้น บริษัท ให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ (Online Shopping) โดยพัฒนาระบบสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ให้มีความทันสมัย ใช้งานง่าย และ

เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น พร้อมทั้งมีมาตรการติดตามการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบซื้อขายออนไลน์แบบไร้รอยต่อ (Seamless Omni Channel) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานระหว่างการซื้อขายออนไลน์และออฟไลน์ผ่านสาขา และมอบประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ดีแก่ลูกค้า ทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ HomePro แอปพลิเคชัน HomePro และมีการขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังแพลตฟอร์ม Marketplace ใน Shopee Lazada และ TikTok Shop เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งยังมีการสร้างแพลตฟอร์มเฉพาะสำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ (Business to Business: B2B) เพื่อรองรับการสั่งซื้อสินค้าปริมาณมาก ในราคาที่เหมาะสม

จากการควบรวมธุรกิจโฮมโปรและเมกาโฮมภายใต้การบริหารบนแพลตฟอร์มเดียวกัน (Single Platform) บริษัทฯ สามารถบริหารสินค้าคงคลังและควบคุมต้นทุนสินค้าได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น รวมถึงอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการระหว่างสาขาโฮมโปรและเมกาโฮมที่รวดเร็วและหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

1.5 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้น

บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่อันดับที่ 1 ของบริษัทฯ และเป็นรายเดียวที่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 25 โดย ณ วันที่ 11 กันยายน 2567 ได้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 3,975,878,432 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 30.23 ของทุนชำระแล้ว จึงทำให้ บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ มีโอกาสที่จะควบคุมคะแนนเสียงที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีข้อกำหนดในการปฏิบัติงานตามจริยธรรมธุรกิจและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงข้อกำหนดของกฎหมายที่จะช่วยปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และควบคุมให้การดำเนินงานด้านต่างๆ ของบริษัทฯ ให้มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับระบบการปฏิบัติงาน ความพร้อมของระบบสารสนเทศ และบุคลากร

2.1 การสูญเสียบุคลากร

“บุคลากร” ถือเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตั้งแต่การสรรหาพนักงานเพื่อให้ความเข้าใจในลักษณะธุรกิจและรายละเอียดของงาน ขอบเขตหน้าที่ และความรับผิดชอบ

ของพนักงานในทุกระดับ พนักงานระดับปฏิบัติการทุกคน จะได้รับการฝึกอบรมพื้นฐานด้านการค้าปลีก ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า ความรู้ในการใช้งานระบบสารสนเทศ รวมถึงขั้นตอนปฏิบัติงานต่างๆ ก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติงาน ตลอดจนเข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาศักยภาพเพิ่มเติมต่างๆ สำหรับพนักงานระดับจัดการและบริหาร จะมีการอบรมหลักสูตรบริหารงาน การพัฒนาการเป็นผู้นำ และขีดความสามารถต่างๆ ตามโปรแกรมที่เหมาะสม

ในสถานะที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูง บริษัทฯ มีความเสี่ยงในการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้กับคู่แข่ง หรือธุรกิจค้าปลีกอื่น ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีความพยายามที่จะลดโอกาสการสูญเสียลง โดยการพัฒนาความสามารถ และทักษะของพนักงานให้สูงขึ้น การนำเทคโนโลยีและการจัดการสมัยใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้แรงงานมนุษย์ พร้อมกับการพิจารณาปรับเลื่อนตำแหน่งงาน ในทุกๆ ระดับ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรักษาคนที่เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่ายเป็นอย่างดี รวมถึงได้มีการดูแลมอบสวัสดิการและจัดตั้งโครงการต่างๆ 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 สาเหตุหลักมาจากการทุจริตโดยกลุ่มมิชฉาชีพที่ปะปนมากับลูกค้าและพนักงาน การสูญหายระหว่างการขนส่ง รวมถึงความผิดพลาดจากระบบจัดการภายใน ซึ่งส่งผลต่อการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัท

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

2.3 การจัดการสินค้าคงคลัง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2567, ปี 2566 และปี 2565 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 14,899.73 ล้านบาท, 13,965.27 ล้านบาท และ 13,630.08 ล้านบาท ตามลำดับ โดยเป็นผลมาจากการขยายสาขาเมกาโฮมที่เพิ่มขึ้นในระยะหลัง ซึ่งเมกาโฮมมีระยะเวลาในการหมุนเวียนสินค้ามากกว่าโฮมโปร สำหรับระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ 106 วัน, 100 วัน และ 99 วัน ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการหมุนเวียนสินค้าคงคลังให้เหมาะสม โดยมีการเพิ่มช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงปรับปรุงกระบวนการทำงานต่าง ๆ เพื่อมอบประสบการณ์ในการซื้อสินค้าที่ดีให้กับลูกค้า ทั้งในส่วนของการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานขาย การปรับปรุงรูปแบบการจัดเรียงสินค้าและรูปลักษณ์ภายในสาขา การนำเสนอสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลาย และการจัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมและจัดรายการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

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

2.4 การจัดหาสินค้า

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

บริษัทฯ มีนโยบายกระจายการจัดหาและสั่งซื้อสินค้าไปยังผู้ผลิตและตัวแทนที่ผ่านการคัดเลือกแล้วหลายรายเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ขายรายเดียว สร้างความสมดุลด้านปริมาณและการสร้างอำนาจในการต่อรองด้านราคาในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนให้เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน รวมถึงการตรวจสอบคู่ค้าให้เป็นไปตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

2.5 การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ยึดถือจริยธรรมและคุณธรรมเป็นหลักสำคัญในการประกอบธุรกิจและจะไม่เพิกเฉยต่อการกระทำใดๆ ที่อาจนำไปสู่การทุจริตและคอร์รัปชัน แม้ว่าการกระทำนั้นเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อบริษัทฯ โดยคำนึงของการทุจริตของบริษัทฯ หมายถึงการติดสินบนไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ ในที่นี้ หมายถึงการทุจริต การเรียกรับหรือการเสนอให้/สัญญาว่าจะให้สินบน การกรรโชก การมีผลประโยชน์ทับซ้อนซึ่งเงิน ทรัพย์สิน หรือ ประโยชน์อื่นใด ซึ่งไม่เหมาะสมให้แก่เจ้าหน้าที่รัฐหรือเอกชน หรือผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้บุคคลดังกล่าวกระทำ หรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่อันเป็นการให้ได้มาหรือรักษาไว้ซึ่งธุรกิจหรือผลประโยชน์อื่นใดที่ไม่เหมาะสมในทางธุรกิจ อาทิเช่น การยกยอกทรัพย์สิน การปรับปรุงแก้ไขรายงานต่างๆ ทั้งรายงานทางการเงิน และรายงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน การแสวงหาหรือเรียกรับหรือรับของที่มีมูลค่าจากผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจ เป็นต้น

บริษัทฯ มีมาตรการป้องกันการทุจริตที่สามารถช่วยลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตในองค์กรได้ เริ่มตั้งแต่การจัดทำนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชันและนโยบายการงดรับของขวัญ รวมถึงแจ้งนโยบายดังกล่าวแก่ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ การประเมินความเสี่ยงด้านทุจริต การออกแบบ และปฏิบัติงานตามกรอบ การควบคุมภายในที่เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยง ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตให้แก่บุคลากรของบริษัทฯ ผ่านวัฒนธรรมองค์กรเรื่อง Integrity ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยป้องกันการทุจริตในองค์กร รวมทั้งการเปิดช่องทางในการร้องเรียนกรณีพบเบาะแสหรือเป็นที่ต้องสงสัยในเรื่องทุจริต นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายและได้รับการรับรองจากแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Collective Action Coalition Against Corruption หรือ CAC) และยังได้ส่งเสริมให้คู่ค้าร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยสนับสนุนให้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย CAC ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ในหน้า 202-203

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทฯ ใช้นโยบายทางการเงินอย่างระมัดระวัง เพื่อให้บริษัทฯ คงศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ และได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม ภายใต้ระดับความเสี่ยงที่พึงรับได้ โดยพิจารณาจากการหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ผ่านการจัดการบริหารความเสี่ยงทางการเงินในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 ลูกหนี้

บริษัทฯ แบ่งลูกค้านออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มลูกค้ารายย่อย และกลุ่มผู้รับเหมาและเจ้าของโครงการ โดยกลุ่มลูกค้ารายย่อยคือ ลูกค้าหน้าร้านที่ส่วนใหญ่ขายสินค้าเป็นเงินสด ส่วนกลุ่มผู้รับเหมาและเจ้าของโครงการ คือกลุ่มลูกค้าที่ขายในปริมาณมาก ซึ่งอาจมีการพิจารณาให้เครดิต อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายส่วนใหญ่ของบริษัทฯ มาจากกลุ่มลูกค้ารายย่อย ทั้งนี้ สำหรับการขายที่ให้เครดิต บริษัทฯ จะพิจารณาเฉพาะผู้รับเหมาและเจ้าของโครงการที่มีฐานะการเงินที่เชื่อถือได้ โดยได้ตรวจสอบผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินแล้ว หรือเป็นผู้รับเหมาที่มีหนังสือค้ำประกันเป็นหลักประกันการชำระหนี้ เป็นต้น

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม ปี 2567 ปี 2566 และปี 2565 มีลูกหนี้ค้างชำระจำนวน 251.03 ล้านบาท 303.72 ล้านบาท และ 374.49 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้การค้าจากการขายโครงการ ซึ่งผู้บริหรได้ประเมินระยะการชำระหนี้และสถานะทางการเงินของลูกหนี้แต่ละรายแล้ว บริษัทฯ เห็นว่าค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญที่ตั้งไว้เพียงพอและเหมาะสมแล้ว

สำหรับลูกหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้จากการสนับสนุนการขายจากทางคู่ค้าและการให้เข้าพื้นที่และบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมียอดคงค้างจำนวน 1,748.03 ล้านบาท และมีค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 4.83 ล้านบาท

3.2 เงื่อนไขสัญญาเงินกู้ / การออกหุ้นกู้

การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อภาระการดำเนินงานของธุรกิจต่างๆ ที่ต้องอาศัยเงินทุนจากภายนอก ซึ่งบริษัทฯ มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยอย่างใกล้ชิด และออกหุ้นกู้ในอัตราดอกเบี้ยคงที่ เพื่อลดความเสี่ยงด้านต้นทุนทางการเงินที่มีโอกาสสูงขึ้นตามอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวเพิ่ม นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัทฯ มีกลไกกำกับดูแลการบริหารการเงินโดยมีการวิเคราะห์และพิจารณาต้นทุนจากการลงทุนผ่านเครื่องมือต่างๆ ทั้งการใช้เงินจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน การกู้เงินจากธนาคาร การออกหุ้นกู้ เพื่อบริหารต้นทุนให้สมดุลกับโครงสร้างการลงทุนในสินทรัพย์แต่ละประเภท และสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ รวมถึงการบริหารสภาพคล่องให้เหมาะสม โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมระยะยาวคงค้าง จำนวน 103.03 ล้านบาทและมีหุ้นกู้คงค้าง 13,519.37 ล้านบาท ซึ่งมีกำหนดไถ่ถอนระหว่างปี 2568 ถึง 2570 ทั้งนี้ บริษัทฯ มีข้อตกลงกับเจ้าหนี้หุ้นกู้ว่าจะต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินทางการเงินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อทุน (D/E) ไว้ไม่ให้เกิน 2.50 เท่า โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินทางการเงินต่อทุน (D/E) เท่ากับ 0.88 เท่า

3.3 อัตราแลกเปลี่ยน

บริษัท และบริษัทย่อยอาจมีความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนจากการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ และการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศสำหรับการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศนั้นจะก่อให้เกิดผลกระทบเกี่ยวกับการแปลงค่าทางการเงินและเงินลงทุนในสกุลเงินต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามสำหรับการสั่งซื้อสินค้า บริษัท และบริษัทย่อยได้มีการดำเนินการป้องกันความเสี่ยง (Hedging) โดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงไว้แล้ว

4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ

พิจารณาความเสี่ยงจากข้อจำกัดทางกฎหมายทั้งในและต่างประเทศที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

4.1 พระราชบัญญัติผังเมืองรวม

พระราชบัญญัติผังเมืองรวม มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศและรองรับการขยายตัวเมืองในอนาคต หากในอนาคตมีการปรับปรุงผังเมืองรวมดังกล่าว บริษัท จะไม่ได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดนั้นแต่อย่างใด เนื่องจากที่ผ่านมา บริษัท ได้ลงทุนครอบคลุมพื้นที่ในเขตหัวเมืองหลักเกือบทุกจังหวัดแล้ว สำหรับการลงทุนสาขาใหม่ของบริษัททุกครั้งจะมีการตรวจสอบให้การลงทุนเป็นไปตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขของพระราชบัญญัติผังเมืองรวม

4.2 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า

ในปี 2562 ได้มีประกาศคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า ออกโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 โดยกำหนดแนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ดังนี้

1. การกำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรม โดยการกำหนดราคารับซื้อหรือราคารับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ต่ำกว่าราคารับซื้อปกติ หรือบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ลดราคาสินค้าที่ส่งมอบและรับมอบแล้วโดยไม่มีเหตุผล
2. การเรียกรับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรม โดยผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ให้จ่ายผลประโยชน์ และให้หมายรวมถึงเงิน ทรัพย์สิน หรือบริการบางอย่าง ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายไม่จำเป็นต้องจ่ายหรือจ่ายสูงกว่าที่กำหนดอย่างไม่มีเหตุผล เมื่อคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจะได้รับตอบแทน เช่น

(ก) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Entrance Fee/Listing Fee) ที่ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกเรียกเก็บเพิ่มเติม จากที่ระบุไว้ในสัญญาหรือตามที่ตกลงกันไว้ หรือเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากสินค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ได้ทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง บรรจุภัณฑ์ (Minor Change) หลังจากที่ได้วางจำหน่ายแล้ว โดยคุณภาพและปริมาณของสินค้านั้นไม่เปลี่ยนแปลงโดยไม่เป็นธรรม

(ข) ค่าธรรมเนียมการวางสินค้าพิเศษ เช่น ค่าหัวชั้น ค่าวางสินค้าในตำแหน่งพิเศษเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกเรียกเก็บสูงเกินสมควรอย่างไม่เป็นธรรม

(ค) ค่าธรรมเนียมส่วนเพิ่มหรือการขอส่วนลดในวาระพิเศษ เช่น การเปิดสาขาใหม่ การปรับปรุงสาขา การฉลองครบรอบปีเฉพาะสาขา โดยผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ต้องจ่ายหรือจ่ายสูงกว่าที่กำหนดอย่างไม่เป็นธรรม และต้องรับภาระครอบคลุมสาขาอื่นด้วยโดยที่ไม่เกี่ยวข้อง

(ง) ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรมอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าได้ตามเป้า (Rebate) ส่วนลดชดเชยสินค้าสูญหาย หลังจากรับมอบสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายแล้ว

3. การคืนสินค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีก คืนสินค้าทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย โดยไม่มีเหตุผลอันมิใช่ความผิดหรือเหตุบกพร่องของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย หรือมิได้มีข้อตกลงกันไว้ล่วงหน้า หรือมิได้เป็นความยินยอมของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย โดยการคืนสินค้าที่ไม่เป็นธรรมหมายถึงการกระทำในลักษณะที่เทียบเท่ากับการคืนสินค้า เช่น การเปลี่ยนสัญญาจากสัญญาซื้อขายเป็นสัญญาฝากขาย หรือการขอเปลี่ยนสินค้าจากรายการหนึ่งกับสินค้าอีกรายการหนึ่ง หรือการปฏิบัติทางการค้าอื่น ซึ่งเสมือนหนึ่งเป็นการคืนสินค้าสำหรับกรณีการคืนสินค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น

(ก) การคืนสินค้าในกรณีที่ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายในปริมาณมาก เพื่อหวังประโยชน์ส่วนลดทางการค้า แต่เมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งที่คาดว่าจะจำหน่ายไม่หมด จึงขอคืนสินค้าในภายหลังและไม่อยู่ในเงื่อนไขการคืนสินค้าตามประเพณีการค้าปกติ

- (ข) การคืนสินค้าในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกต้องการปรับปรุงร้านค้า หรือคลังสินค้าที่จำเป็นต้องนำสินค้าที่มีอยู่ออกไป แล้วส่งคืนให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายอย่างไม่เป็นธรรม
- (ค) การคืนสินค้าในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกไม่ยอมรับภาระความเสียหายอันเกิดจากการคืนสินค้านั้นให้แก่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย
4. การใช้สัญญาฝากขายที่ไม่เป็นธรรม โดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายยอมรับสัญญาการฝากขายสินค้าซึ่งกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม อันทำให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเสียเปรียบอย่างมากจากประเพณีการค้าปกติทั่วไปในการฝากขายสินค้า หรือบังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเฉพาะรายทำสัญญาฝากขายสินค้าแทนการทำสัญญาซื้อขายตามปกติ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกได้รับผลตอบแทนจากสัญญาฝากขายสินค้าเหมือนกับสัญญาซื้อขาย ซึ่งโดยทั่วไปผลตอบแทนของสัญญาฝากขายและสัญญาซื้อขายไม่เท่ากัน
5. การบังคับให้ซื้อหรือให้จ่ายค่าบริการ (Coercion to Purchase) อย่างไม่เป็นธรรม โดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก บังคับให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องซื้อสินค้า หรือต้องจ่ายค่าบริการตามที่กำหนด เพื่อประโยชน์ของการประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีก อันเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนแก่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร
6. การมอบหมายให้พนักงานของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายปฏิบัติงานอย่างไม่เป็นธรรม โดยผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายไม่ได้ยินยอมหรือไม่ได้เป็นข้อตกลงกันไว้ล่วงหน้า
7. การปฏิเสธการรับสินค้าที่สั่งซื้อหรือผลิตพิเศษเป็นการเฉพาะของผู้สั่งผลิต (Private Brand) หรือเป็นตราเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีก (House Brand) อย่างไม่เป็นธรรม โดยหลังจากการทำข้อตกลงที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกได้สั่งผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายผลิตสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะเกี่ยวกับมาตรฐานรูปแบบและประเภทตามที่กำหนด และเมื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายนำส่งสินค้าที่สั่งผลิตนั้นผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกปฏิเสธการรับสินค้าทั้งหมดหรือบางส่วนโดยไม่มีเหตุผล หรือไม่ให้ความรับผิดชอบของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย หรือมิได้มีการแจ้งล่วงหน้า ยกเว้นกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ให้ความยินยอมในการปฏิเสธการรับสินค้านี้ดังกล่าว และผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจากการปฏิเสธการรับสินค้า

8. การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมอื่น ๆ โดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งค้าปลีกปฏิบัติทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรม ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย เช่น การประวิงเวลาการจ่ายค่าสินค้า การถอดสินค้าออกจากชั้นวางสินค้าอย่างไม่มีเหตุผลอันสมควร เป็นต้น

ในปี 2564 คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าได้ออกประกาศเรื่องแนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมเกี่ยวกับระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) กรณีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นผู้ขายสินค้าหรือบริการ โดยประกาศดังกล่าวกำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งเป็นคู่ค้ากับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องคำนึงถึงการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นกีดกันใช้อำนาจต่อรองที่เหนือกว่า ไม่เป็นการเลือกปฏิบัติ ไม่เป็นการกีดกัน มีบรรทัดฐานชัดเจน มีหลักฐานเป็นหนังสือ และเป็นการดำเนินการตามธุรกิจปกติ อันมีเหตุผลที่สามารถอธิบายได้หรืออีกนัยหนึ่ง คือ จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Business Ethics) หรือข้อพึงปฏิบัติต่อคู่ค้าตามธุรกิจปกติที่ต้องตระหนักถึงความเป็นธรรม ความเสมอภาค โปร่งใส ความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจโดยไม่เลือกปฏิบัติระหว่างคู่ค้าในการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้านั้น บริษัทฯ ได้ยึดหลักการประกอบธุรกิจที่เสรีและเป็นธรรมโดยไม่เป็นการบังคับ ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกัน และมีมาตรฐานชัดเจน ประกอบกับการทำข้อตกลงล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษร และเป็นการดำเนินการตามธุรกิจปกติที่มีเหตุผลอธิบายได้ นอกจากนี้บริษัทฯ มีการประกาศงดการให้ของขวัญทุกเทศกาล ทั้งนี้เพื่อมิให้มีการเรียกรับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรม

4.3 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

การเปิดตลาดเสรีการค้าจากการจัดตั้งประชาคมอาเซียนจะส่งผลให้การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น รัฐบาลไทยจึงต้องกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันอันตรายจากสินค้านำเข้าที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภค หนึ่งในมาตรการนั้นคือการออกพระราชกฤษฎีกากำหนดมาตรฐานสินค้านำเข้าสำหรับสินค้าบางรายการที่จากเดิมสามารถนำเข้าได้โดยไม่ต้องขออนุญาตมาตรฐานอุตสาหกรรม แต่ในอนาคตการนำเข้าสินค้านั้น ๆ จะต้องผ่านการขออนุญาตก่อน ซึ่งอาจทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบเรื่องความสะดวกในการนำเข้าสินค้าที่อาจถูกควบคุมมากขึ้น บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของสินค้าที่ได้มาตรฐาน โดยบริษัทฯ มีการอบรมทั้งพนักงานและคู่ค้าเพื่อให้รับทราบข้อกำหนดและปฏิบัติให้ถูกต้อง

รวมถึงมีข้อกำหนดที่เป็นระบบอย่างชัดเจนให้พนักงานที่รับผิดชอบได้มีความรู้ความเข้าใจในสินค้านั้น ๆ และปฏิบัติให้ถูกต้อง นอกจากนี้มีพนักงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบสินค้าที่ผลิตในประเทศและสินค้านำเข้า ให้มีมาตรฐานถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด และมีการติดตามและตรวจสอบสินค้าที่นำมาขายเป็นระยะ ด้วยความตระหนักในการให้ความสำคัญต่อคุณภาพสินค้าและบริการ เพื่อสนับสนุนการขายสินค้าที่มีมาตรฐานและความปลอดภัยให้กับลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการเลือกซื้อสินค้าของบริษัทฯ

4.4 พระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

เป็นกฎหมายที่กำหนดในเรื่องการขายสินค้าผ่านระบบ Online โดยกฎหมายดังกล่าวมีข้อกำหนดในเรื่องที่สำคัญเกี่ยวกับการแจ้งสิทธิให้กับผู้บริโภคเรื่องการขายสินค้า การเลิกสัญญาซื้อขาย การคืนสินค้า ซึ่งไม่มีผลกระทบกับบริษัทฯ เพราะบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนดครบถ้วนแล้ว

4.5 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

เป็นกฎหมายที่กำหนดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์หรือมาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า และพนักงาน มิให้ถูกละเมิดสิทธิ เพื่อให้การดำเนินการของบริษัทเป็นไปโดยถูกต้อง ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร เพื่อให้มีหน้าที่ดูแลและจัดเตรียมแผนงานต่าง ๆ โดยวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน กำหนดนโยบาย และวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงควบคุมดูแลอย่างเข้มงวดรัดกุมเพื่อรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า และพนักงาน ให้ปลอดภัยและโปร่งใสเพื่อรองรับการบังคับใช้ของ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ เงื่อนไข การแจ้งการขอความยินยอม การเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้ข้อมูล และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้บริษัทฯ ใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูง ทั้งในด้านเทคโนโลยีและกระบวนการ เพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่สำคัญตามที่กฎหมายกำหนด และพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกฎหมายข้างต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีการรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลที่ได้มาตรฐานด้วยมาตรการต่าง ๆ เช่น การติดตั้ง Firewall และซอฟต์แวร์ตรวจสอบการบุกรุก การใช้เทคโนโลยีเข้ารหัสข้อมูล (Data

Encryption) การติดตั้งซอฟต์แวร์ Scan Virus เพื่อป้องกันไวรัสอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดสิทธิการใช้งานตามระดับ (Level of Authorization) และกระบวนการทำงานที่สอดคล้องกับข้อกำหนด ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ <https://www.homepro.co.th/privacy-policy> และเอกสารแจ้งการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลที่ <https://www.homepro.co.th/privacy-notice>

4.6 พระราชบัญญัติว่าด้วยวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535

เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับชีวิตและสุขภาพของบุคคลจากการใช้หรือสัมผัสวัตถุอันตราย และเพื่อป้องกันการปนเปื้อนและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม จึงได้มีการตรากฎหมายมาเพื่อควบคุมสินค้าบางประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น ผลิตภัณฑ์ล้างจานและผลิตภัณฑ์ซักผ้า ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้มีการขออนุญาตและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการนำเข้าและการขายอย่างถูกต้อง

4.7 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ และป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการใช้ข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด จึงได้มีการตรากฎหมายมาเพื่อควบคุม โดยบริษัทฯ ได้มีการกำหนดแนวปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงมีการตรวจสอบการดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น ตรวจสอบฉลากสินค้าให้ครบถ้วนถูกต้อง จัดทำสัญญาที่ควบคุมให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น

4.8 พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565

มีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2566 โดยในปี 2567 บริษัทฯ เริ่มประกอบธุรกิจในรูปแบบแพลตฟอร์มที่เป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (E-Marketplace Platform) ซึ่งเข้าเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนดว่าเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเป็นนิติบุคคลที่มีรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายเกิน 50 ล้านบาทต่อปี และมีจำนวนผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเกิน 5,000 คนต่อเดือน บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการแจ้งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

5. ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk)

5.1 ความเสี่ยงด้านกฎหมายและนโยบายภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงส่งผลให้เกิดความร่วมมือระดับโลก โดยมีการผลักดันจากการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (COP) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเร่งด่วน สำหรับประเทศไทย รัฐบาลได้แสดงเจตจำนงร่วมกับประชาคมโลกในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยตั้งเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) ภายในปี พ.ศ. 2593 และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี พ.ศ. 2608 อีกทั้งยังมีการผลักดันกฎหมายต่าง ๆ เพื่อควบคุมและลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน โดยอยู่ในขั้นตอนการร่างพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านการลดก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้ สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติ จะครอบคลุมถึงการจัดทำแผนลดก๊าซเรือนกระจกระดับชาติ การพัฒนาระบบรายงานและตรวจสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคอุตสาหกรรม มาตรการส่งเสริมธุรกิจที่ยั่งยืน และการสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด เป็นต้น ในขณะเดียวกัน อีกหนึ่งร่างพระราชบัญญัติที่อยู่ระหว่างการยกร่าง ได้แก่ ร่างพระราชบัญญัติการจัดการซากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์และซากผลิตภัณฑ์อื่น (WEEE) ซึ่งเป็นหนึ่งในกลไกที่สำคัญในการควบคุมและจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยที่ยังไม่มีกฎหมายบังคับใช้อย่างจริงจัง ส่งผลให้บริษัท ซึ่งอยู่ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตและธุรกิจค้าปลีกที่มีการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำเป็นต้องติดตามสถานการณ์และเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้จากการยกระดับการกำกับดูแลของภาครัฐอย่างต่อเนื่องดังกล่าว ถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่งต่อภาคธุรกิจของไทย โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการปล่อยคาร์บอนสูง หากไม่มีการปรับตัว อาจต้องเผชิญต้นทุนที่สูงขึ้นและเสียเปรียบในการแข่งขัน

สำหรับบริษัท การปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎหมายในประเทศและนโยบายระหว่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็น โดยบริษัท ได้มีการปรับตัวและผลักดันองค์กรสู่ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสีเขียว ปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน และ

จัดทำรายงานผลด้านความยั่งยืนอย่างโปร่งใส ภายใต้กรอบและแนวทางตามที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด โดยบริษัท มอบหมายให้ฝ่ายกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ติดตามการประกาศและบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้อง และสอดคล้องกับกฎหมายของประเทศและสากลได้ ทั้งนี้ บริษัท ได้ตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืน เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขา การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในอาคารของบริษัท การใช้รถขนส่งไฟฟ้า (EV Truck) แทนรถขนส่งที่ใช้น้ำมัน การมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านกระบวนการรีไซเคิลผลิตภัณฑ์เก่าและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Circular Product) ซึ่งการจัดการความเสี่ยงและการดำเนินงานในแนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมสนับสนุนเป้าหมายความยั่งยืนในระยะยาว

5.2 ความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน

การดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จร่วมกันได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยทั้งผู้ถือหุ้น พนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ ลูกค้า ชุมชน และสังคมโดยรวม อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของบริษัท อาจส่งผลกระทบและก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน การละเมิดสิทธิแรงงาน การละเมิดสิทธิชุมชนและสิ่งแวดล้อม หรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ซึ่งการละเมิดเหล่านี้อาจสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท นำไปสู่การสูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสีย เกิดคดีความที่ต้องชดเชยเยียวยา และกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและรายได้ในท้ายที่สุด

ดังนั้น การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนจึงเป็นเรื่องสำคัญที่บริษัท ต้องประเมินความเสี่ยงและจัดทำมาตรการรับมืออย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมตั้งแต่การระบุความเสี่ยง การประเมินผลกระทบ การกำหนดมาตรการป้องกันและแก้ไข ตลอดจนการติดตามและรายงานผล นอกจากนี้ บริษัท ยังต้องสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชนให้แก่พนักงานและคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อให้การเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร โดยไม่เพียงปกป้องสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมายเท่านั้น แต่ยังมุ่งเน้นการดูแลและให้ความเคารพในฐานะมนุษย์ที่มีศักดิ์ศรี และคุณค่าเท่าเทียมกัน โดยมีแนวทางดังนี้

- ดำเนินธุรกิจตามหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights - UNGP) ซึ่งครอบคลุมการคุ้มครอง การเคารพ และการเยียวยาสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ
- กำหนดและประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน (Human Rights Policy) บนเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับบุคลากรภายในและสื่อสารต่อสาธารณชน
- จัดให้มีการตรวจสอบประเด็นสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินความเสี่ยง กำหนดแนวทางจัดการผลกระทบอย่างเหมาะสม และจัดทำกระบวนการเยียวยาหากเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- บูรณาการมาตรการเคารพสิทธิมนุษยชนในทุกขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งติดตามและรายงานผลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงจัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแส (Whistleblowing Channel) สำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบ

5.3 ความเสี่ยงจากการปรับตัวสู่ความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมค้าปลีกและมีการจัดจำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้นมากกว่า 100,000 รายการ ซึ่งจัดจำหน่ายทั้งที่สาขาและผ่านช่องทางออนไลน์ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพจึงเป็นเรื่องที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รวมถึงกำหนดให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักขององค์กร โดยกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ภายในห่วงโซ่อุปทานนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพในการส่งมอบสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค หากคู่ค้ามีการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน มีการละเมิดจริยธรรม (Ethical Sourcing) และกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตอันส่งผลให้คุณภาพของสินค้าลดลง มีการใช้แรงงานผิดกฎหมาย หรือมีการละเมิดสิทธิที่สร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้ โดยเฉพาะในยุคที่ความต้องการสินค้าบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการผลักดันกฎหมายต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมจากทางภาครัฐ ซึ่งสร้างความท้าทายให้คู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจในการปรับตัวและยกระดับกระบวนการดำเนินธุรกิจ โดยการดำเนินธุรกิจและปฏิบัติงานของคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่ไม่มีมาตรฐาน ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และขาดจริยธรรม อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และอาจมีผลต่อความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ได้

เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการและแนวปฏิบัติต่างๆ อ้างอิงตามกฎระเบียบและข้อบังคับระดับประเทศและสากล เพื่อใช้เป็นกรอบในการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างเหมาะสม รวมถึงจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติต่างๆ ด้านคู่ค้า อาทิ นโยบายจัดซื้อจัดจ้าง แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Sustainable Supplier Code of Conduct) แนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน (Supplier ESG Program) ตลอดจนการคัดเลือก ประเมินความเสี่ยง และพัฒนาคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นคงในห่วงโซ่อุปทานและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน โดยบริษัทฯ สนับสนุนให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส จัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรม (Ethical Sourcing) คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงจัดให้มีสวัสดิการของพนักงานอย่างเหมาะสม โดยไม่ละเมิดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงาน

6. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในอนาคต (Emerging Risk)

ปัจจุบัน องค์กรธุรกิจต่างๆ เผชิญกับความเสี่ยงรูปแบบใหม่ที่ซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค รายงาน Global Risks Report โดย World Economic Forum (WEF) ชี้ให้เห็นถึงความเสี่ยงสำคัญที่องค์กรต่างๆ ควรให้ความสนใจ การระบุและจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและรับมือกับความท้าทายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ องค์กรจำเป็นต้องมีการประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจ พร้อมกำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบที่เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงและแปลงความท้าทายให้เป็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

โดยในปี 2567 บริษัทมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานดังนี้

6.1 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคจากกระแสนิยมในการเลือกซื้อสินค้าคาร์บอนต่ำ (Shifting Consumer Preferences Toward Low-Carbon Products)

ปัจจุบัน สังคมคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Society) เป็นหลักการที่ถูกนำมาใช้และเริ่มมีการนำไปปฏิบัติอย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยผู้คนส่วนใหญ่มาร่วมมือกันลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากกระบวนการผลิตของภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรม รวมถึงการเลือกซื้อสินค้าและ

บริการ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO-Friendly Products) มากขึ้น เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยความตระหนักถึงคุณภาพชีวิตที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่มีปริมาณคาร์บอนต่ำ และการเลือกใช้หรือพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจในยุคปัจจุบัน อีกทั้งความสามารถในการปรับตัว (Adaptive Capacity) ตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกเป็นสิ่งจำเป็น แม้การแข่งขันในตลาดจะเข้มข้นขึ้น ความเสี่ยงนี้จะเป็นตัวกระตุ้นการพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ บริษัทฯ เล็งเห็นว่าเป็นโอกาสในการนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม

ผลกระทบต่อธุรกิจ

เนื่องจากแนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบของการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งผลให้คู่แข่งในตลาดต้องมีการเร่งพัฒนาสินค้าดังกล่าวเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด บริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากยอดขายที่ลดลง หากไม่เตรียมการวางแผนต่อขยายการพัฒนาสินค้าคาร์บอนต่ำหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

การสูญเสียโอกาส

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ จึงเตรียมแผนรองรับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสความนิยมในการเลือกซื้อสินค้าคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Products) โดยมุ่งรักษาลูกค้าและเพิ่มยอดขายกลุ่มสินค้าดังกล่าวผ่านการพัฒนาและสนับสนุนกลุ่มสินค้า ECO Product ซึ่งประกอบด้วย สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าประหยัดพลังงาน สินค้าประหยัดน้ำ สินค้ารักษาป่าไม้ สินค้าลดก๊าซเรือนกระจก และสินค้าเพื่อสุขภาพและความปลอดภัย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ยกระดับกลุ่มสินค้า ECO Product บางส่วนเป็นสินค้า ECO Choice พร้อมส่งเสริมการใช้พลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Plastic Consumption) และร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาสินค้า Circular Product ที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Products) และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งบริษัทฯ ยังมอบบริการที่สะดวกสบาย ตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์แบบไร้รอยต่อ (Seamless Omni-channel Platform) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าที่ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น

6.2 ความเสี่ยงเรื่องข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและการบิดเบือนข้อมูลจากข้อเท็จจริง (Misinformation and Disinformation)

ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารส่งต่อกันได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การส่งต่อข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียง โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยี AI 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

การสูญเสียโอกาส

- 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 โดยเฉพาะข้อมูลทางการเงิน และการลงทุน ซึ่งมีความละเอียดอ่อนและอาจถูกนำไปบิดเบือนจนเกิดความเสียหาย บริษัทฯ ได้จัดตั้งหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เป็นศูนย์กลางในการสื่อสารและให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นปัจจุบันแก่นักลงทุน ผู้ถือหุ้น และนักวิเคราะห์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงาน
- บริษัทฯ กำหนดช่องทางที่ชัดเจนในการรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสการกระทำผิด เพื่อตรวจสอบการกระทำใด ๆ ที่ต้องสงสัยว่าเป็นการละเมิด บิดเบือน ให้ข้อมูลเท็จ หรือกระทำผิด และสามารถตอบสนองดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม
- บริษัทฯ กำหนดมาตรการรับมือความเสี่ยงจากข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูล โดยกำชับฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานออนไลน์ เช่น หน่วยงานอีคอมเมิร์ซ การตลาด และประชาสัมพันธ์ ให้ระมัดระวังในการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทฯ ให้มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ พร้อมทั้งตรวจสอบ ติดตาม การโต้ตอบ และรายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบ กรณีที่เกิดการเผยแพร่ข้อมูลเท็จและการบิดเบือนข้อมูล บริษัทฯ ในทางมิชอบ
- บริษัทฯ เสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่พนักงาน โดยให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านอีเมล ICT News ของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งจัดทำโครงการทดสอบความปลอดภัยด้านไซเบอร์ (Cyber Drill & Phishing Test) และจัดอบรมหลักสูตร Cybersecurity Awareness เพื่อให้พนักงานเข้าใจความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงภัยคุกคามทางไซเบอร์

6.3 ความเสี่ยงเรื่องสภาพอากาศสุดขั้ว (Extreme Weather Events)

ปัจจุบัน ธุรกิจต่าง ๆ กำลังได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับที่แตกต่างกันไป นับเป็นความท้าทายของทุกภาคส่วนในการปรับตัวและรับมือกับปัญหาเหล่านี้ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงสุดขั้วบ่อยครั้งขึ้น เช่น อุทกภัยฉับพลันจากฝนตกหนัก ภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตร อากาศร้อนผิดปกติยาวนาน หรือระดับน้ำทะเลที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในประเทศไทยและมาเลเซีย จึงได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยเช่นกัน

ผลกระทบต่อธุรกิจ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจทำให้เกิดฝนตกหนัก พายุมรสุม และอุทกภัยฉับพลัน ซึ่งอาจสร้างความเสียหายต่อสาขา และเป็นอุปสรรคในการให้บริการของลูกค้า รวมถึงส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานทั้งในด้านการขนส่ง การกระจายสินค้า การนำเข้าสินค้า และการให้บริการลูกค้าของทีมช่าง นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงด้านกำลังซื้อซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากปัญหาภัยพิบัติ ที่ผู้บริโภคลดการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อสำรองเงินไว้ในช่วงวิกฤต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายในบางพื้นที่ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมองเห็นโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อปรับปรุงที่อยู่อาศัยหลังภัยพิบัติ

การบรรเทาผลกระทบ

บริษัทฯ มีมาตรการที่ครอบคลุม และได้จัดทำแผนรับมือที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศอย่างฉับพลัน โดยมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

- การจัดการอาคารสาขาและศูนย์กระจายสินค้า: บริษัทฯ ศึกษาข้อมูลสถิติ ปริมาณน้ำฝน และอุทกภัยที่เคยเกิดขึ้นก่อนการก่อสร้าง เพื่อนำมาออกแบบและป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เช่น การก่อสร้างอาคารสาขาให้สูงกว่าค่าเฉลี่ยอุทกภัย หรือเพิ่มโครงสร้างให้แข็งแรงเพื่อรองรับการเกิดลมกระโชกแรงจากพายุมรสุมที่รุนแรงมากขึ้น ในขณะที่ศูนย์กระจายสินค้า บริษัทฯ ได้มีการสร้างกำแพงกันน้ำเพื่อรองรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากอุทกภัย รวมถึงติดตามปริมาณน้ำในแม่น้ำต่าง ๆ ในช่วงฤดูฝน
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานและระบบขนส่ง: เพื่อบรรเทาผลกระทบจากภัยพิบัติอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ ได้จัดทำแผนรับมือกรณีการจัดการห่วงโซ่อุปทานและระบบขนส่งหยุดชะงัก โดยใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ ปรับเปลี่ยนจุดรับและกระจายสินค้าไปยังสาขาที่ไม่ได้รับผลกระทบ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้เทคโนโลยีในการปรับเปลี่ยนเส้นทางการขนส่งเพื่อหลีกเลี่ยงพื้นที่ประสบภัย เพื่อบรรเทาปัญหาการขาดแคลนสินค้า โดยบริษัทฯ มีการบริหารสินค้าคงคลังให้เพียงพอต่อการขายตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งศูนย์กระจายสินค้าและสาขา เพื่อให้มั่นใจว่ามีสินค้าสำรองเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

SUSTAINABLE LIVING

ESG



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน **2567**
บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

สารจาก คณะกรรมการกลยุทธ์และ การพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

เรียน ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

ในปี 2567 ที่ผ่านมา โลกยังต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างต่อเนื่องที่ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ความผันผวนจากการขึ้นลงอัตราดอกเบี้ย ปัญหาหนี้ครัวเรือนและกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมไปถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ภัยแล้ง น้ำท่วมฉับพลัน และการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นความท้าทายอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้เท่าทันสถานการณ์ในการแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ และต่อยอดการดำเนินงานเพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจ ให้มีความสมดุลและมั่นคง ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าร่วมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นผู้นำธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การเติบโตและการพัฒนาองค์กร

บริษัทฯ มีการวางกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นสร้างการเติบโตจากภายใน ผ่านการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีความก้าวหน้าทางอาชีพ และขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายได้อย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ วางยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการสรรหาลินค้า โดยร่วมมือกับคู่ค้าและพัฒนาาร่วมกันเพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานและคลังสินค้าให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลังงาน ลดขยะจากการดำเนินงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนในการบริหารจัดการได้ในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลยุทธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) โดยนำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการลูกค้า รวมถึงใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานของแต่ละหน่วยงานให้มีความรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร

การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังเดินหน้าดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามหลัก ESG ในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดูแลสังคม และดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมและชุมชน ตอบสนองวัตถุประสงค์ We make a better living และได้ผนวกแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้าเป็น

ส่วนหนึ่งในกลยุทธ์หลักขององค์กร เพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ให้เกิดขึ้นจริงในสังคมผ่านการร่วมมือกับคู่ค้าในโครงการแลกเปลี่ยนเพื่อโลกใหม่ โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้านำสินค้าเก่ามารีไซเคิลเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตสินค้าใหม่ ซึ่งช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มทางเลือกให้แก่กลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจและอยากสนับสนุนสินค้าที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม ซึ่งโครงการนี้มีลูกค้าให้ความสนใจเข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนมาก และในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ต่อยอดโครงการไปยังผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่น ๆ เช่น กระเบื้อง สุขภัณฑ์ อีกด้วย ถือเป็นการต่อยอดทางธุรกิจของบริษัทฯ ที่ส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืน และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังตั้งเป้าหมายในการเพิ่มสัดส่วนรายได้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Product) กว่าร้อยละ 50 และยังคงสนับสนุนให้มีการใช้พลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ และการจัดการขยะอย่างถูกวิธีอีกด้วย

การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ได้กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อควบคุมระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ มีแบบแผน มีการตรวจสอบการทำงานอย่างสม่ำเสมอ โดยมีคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดนโยบายเป้าหมาย และกำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ พร้อมทั้งบูรณาการความร่วมมือจากทุกฝ่าย เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจ ในด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินงานด้านคู่ค้าซึ่งถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้สามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามวัตถุประสงค์ บริษัทฯ ได้จัดให้มีแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Sustainable Supplier Code of Conduct) และกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกคู่ค้า พร้อมทั้งกำกับดูแลและติดตามประเมินความเสี่ยงคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คู่ค้าส่งมอบสินค้าและบริการได้ตรงมาตรฐานและคุณภาพที่กำหนด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมให้มีการดำเนินงานที่โปร่งใส เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล โดยเข้าร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับสังคมและภาคธุรกิจไทยในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

การดูแลพนักงาน ชุมชน และสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งถือเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่สำคัญของบริษัทฯ ในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้เป็นผลสำเร็จ โดยจัดให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางอาชีพและการเติบโตจากภายในเป็นสำคัญ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานของบริษัทฯ ได้รับโอกาสในการเลื่อนขั้นก่อนเปิดรับบุคคลจากภายนอกเข้าทำงาน ซึ่งในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีพนักงานในระดับบังคับบัญชาของบริษัทฯ ที่ได้รับการเลื่อนขั้นรวมแล้วมากกว่าร้อยละ 48.8 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน และสร้างองค์กรที่มีความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการเปิดรับความแตกต่าง (Diversity, Equity, and Inclusion - DEI) รวมถึงส่งเสริมการประกอบอาชีพของคู่ค้า ผู้รับเหมา และช่างท้องถิ่นให้เป็นช่างที่มีมาตรฐานและมีรายได้ที่มั่นคง รวมทั้งสามารถให้ความช่วยเหลือลูกค้าในเรื่องบ้านได้อย่างครบวงจร โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาทีมช่างผ่านโครงการเก้าแก่น้อย ให้สามารถประกอบอาชีพได้แล้วกว่า 2,667 ทีม

การดูแลสิ่งแวดล้อม

ในด้านการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายขับเคลื่อนสู่การเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2593 โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการใช้ทรัพยากรพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการยกระดับแนวทางการใช้ไฟฟ้าและพลังงานในองค์กร โดยกว่า 97 สาขาของบริษัทฯ มีการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าไว้ใช้เองในการดำเนินธุรกิจ และตั้งเป้าผลิตหรือใช้พลังงานหมุนเวียนร้อยละ 100 ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ ภายในปี 2573 รวมถึงการติดตั้งระบบการจัดการพลังงานในอาคาร

(BCMS) และระบบการจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ (ASRS) เพื่อบริหารจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในกระบวนการขนส่งสินค้า บริษัทฯ ได้เปลี่ยนมาใช้รถบรรทุกไฟฟ้า EV ในการขนส่งสินค้า เพื่อลดมลพิษบนท้องถนนและลดการใช้น้ำมันได้อีกด้วย

จากความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี 2567 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับการประเมินจาก S&P Global Corporate Sustainability Assessment ให้อยู่ในดัชนี Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI และมีผลประเมินติดกลุ่ม Top 5% ของโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมค้าปลีกที่มีผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนได้รับรางวัลและการยอมรับจากสถาบันต่างๆ ในระดับสากล อาทิ ดัชนี MSCI Global Sustainability Index ดัชนี FTSE4Good Index ผลการประเมิน ESG Risk Rating ระดับ Low Risk โดย Sustainalytics รวมถึงได้รับการจัดอันดับเป็นองค์กรที่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ ประจำปี 2567 จาก Equileap และรางวัลในระดับประเทศ อาทิ ได้รับผลการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CGR) ระดับ “ดีเลิศ” หรือ 5 ดาว เป็นปีที่ 10 ติดต่อกัน และได้รับผลการประเมินหุ้นยั่งยืน (SET ESG Rating) ระดับ AA โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในนามของคณะกรรมการ ขอขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา บริษัทฯ จะยังคงยึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดของการเป็นผู้นำธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล และสร้างคุณค่าร่วมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน



(นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล)
ประธานคณะกรรมการกลยุทธ์
และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

รางวัล

แห่งความภาคภูมิใจ



รางวัล ระดับสากล

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA

ได้รับคัดเลือกให้อยู่ในดัชนีความยั่งยืน
ของดาวโจนส์ (DJSI) โดยมีคะแนนติดกลุ่ม
Top 5% ของโลก ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก
ประเภทตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market)
ประจำปี 2567 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 และ
ได้รับคัดเลือกให้มีรายชื่ออยู่ใน “The
Sustainability Yearbook 2024”

MSCI
ESG RATINGS



CCC B BB BBB A **AA** AAA

ได้รับการประเมินความยั่งยืน MSCI ESG
Ratings ในระดับ AA และได้รับการจัดให้อยู่
ในดัชนี MSCI Global Sustainability Index
และ MSCI ESG Ratings Index



บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกให้อยู่ในดัชนี
FTSE4Good Index ซึ่งเป็นการยกย่อง
องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี
พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน
ทั่วโลก ซึ่งจัดทำโดย FTSE Russell

SET **AA**
ESG Ratings 2024

ได้รับการจัดอันดับ SET ESG Rating ประจำปี
2567 ในระดับ AA จากตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทยและได้รับการคัดเลือกให้อยู่ใน
ดัชนี SETESG index ซึ่งเป็นดัชนีที่สะท้อน
ความเคลื่อนไหวของราคากลุ่มหลักทรัพย์ของ
บริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่าง
ยั่งยืน โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม
และบรรษัทภิบาล



ได้รับรางวัล ASEAN Asset Class Publicly
Listed Companies ที่มอบให้แก่บริษัท
ที่ค่าคะแนนได้ตั้งแต่ 97.50 คะแนนขึ้นไป
จากการประเมินการกำกับดูแลกิจการ
บริษัทจดทะเบียนในระดับอาเซียน หรือ
ASEAN Corporate Governance
Scorecard (ACGS)

ESG100 2024
Environmental • Social • Governance

ได้รับการคัดเลือกโดยสถาบันไทยพัฒน์
ให้เป็น 1 ใน 100 บริษัทจดทะเบียน ที่มี
ผลการดำเนินงานโดดเด่น ด้านสิ่งแวดล้อม
สังคม และธรรมาภิบาล เป็นปีที่ 10
ติดต่อกัน



ได้รับการจัดอันดับ ESG Risk Rating ในระดับ Low Risk และ Regional Top-Rated จากการประเมินของ Sustainalytics

Bloomberg

ได้รับการประเมินความยั่งยืน Bloomberg ESG Scores ให้อยู่ในระดับ Leading ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ในกลุ่มธุรกิจ Consumer Discretionary Retail & Wholesale



ได้รับการจัดอันดับการเป็นองค์กรที่มีความโดดเด่นด้านการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศประจำปี 2567 จาก Equileap โดยถูกจัดให้อยู่ในกลุ่ม Top 20 ของโลก ในกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) จากการสำรวจบริษัทชั้นนำกว่า 1,500 แห่งทั่วโลก



รางวัลระดับประเทศ



ได้รับการประเมินระดับ ดีเลิศ หรือ 5 ดาว จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2567 ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โดยเป็นการได้รับการประเมินในระดับ ดีเลิศ ติดต่อกันเป็นปีที่ 10

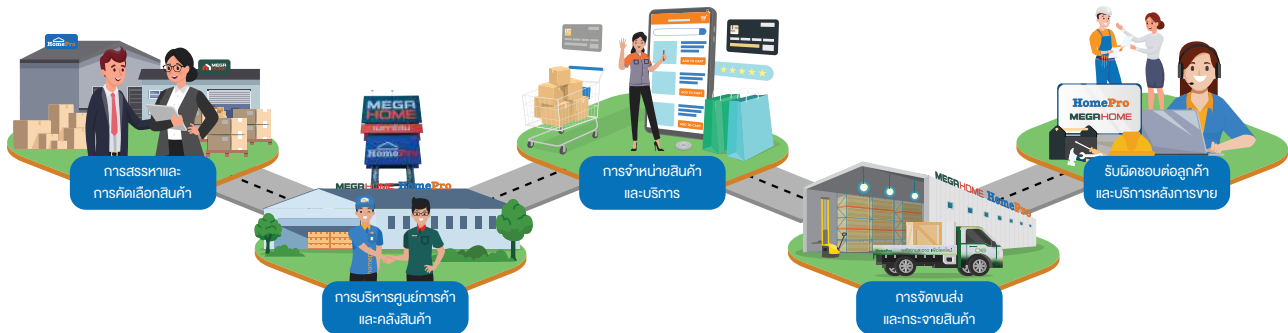







ได้รับการรับรองสถานะการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10



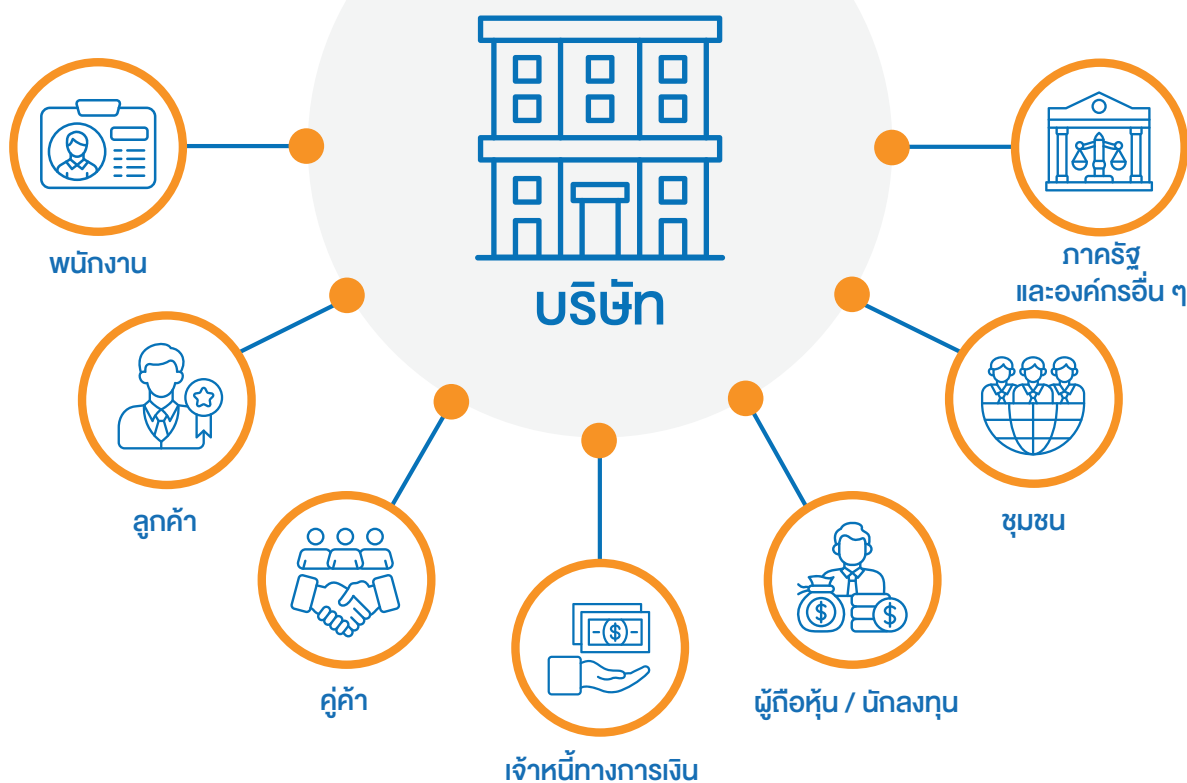
ได้รับรางวัล Sustainability Disclosure Award ประจำปี 2567 โดยสถาบันไทยพัฒน์ ซึ่งมอบให้กับบริษัทที่มีการเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนด้านต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนและโปร่งใส

ห่วงโซ่คุณค่า



ต้นน้ำ	กลางน้ำ	ปลายน้ำ
 <ul style="list-style-type: none"> สรรหาสินค้าที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และคัดเลือกสินค้าที่มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ของคู่ค้า และส่งเสริมคู่ค้าเพื่อยกระดับการดำเนินงานอย่างยั่งยืน 	 <ul style="list-style-type: none"> นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารคลังสินค้า รวมถึงพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ ปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานเพื่อลดการใช้พลังงาน และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก  <ul style="list-style-type: none"> กำหนดมาตรฐานการขายสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยการกำหนดราคาที่เหมาะสม เข้าถึงได้ง่าย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการ และสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า  <ul style="list-style-type: none"> จัดการด้านโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงเวลา ครบถ้วนตามมาตรฐาน 	 <ul style="list-style-type: none"> บริการให้ความช่วยเหลือ จัดการข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะผ่านช่องทางต่าง ๆ ดูแลการซื้อสินค้าทุกช่วงอายุ และสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการ บริการ Home Service ครบวงจร เรื่องบ้าน อาทิ การขนส่ง การติดตั้ง การรับประกัน การซ่อมแซม และการบำรุงรักษา

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย



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

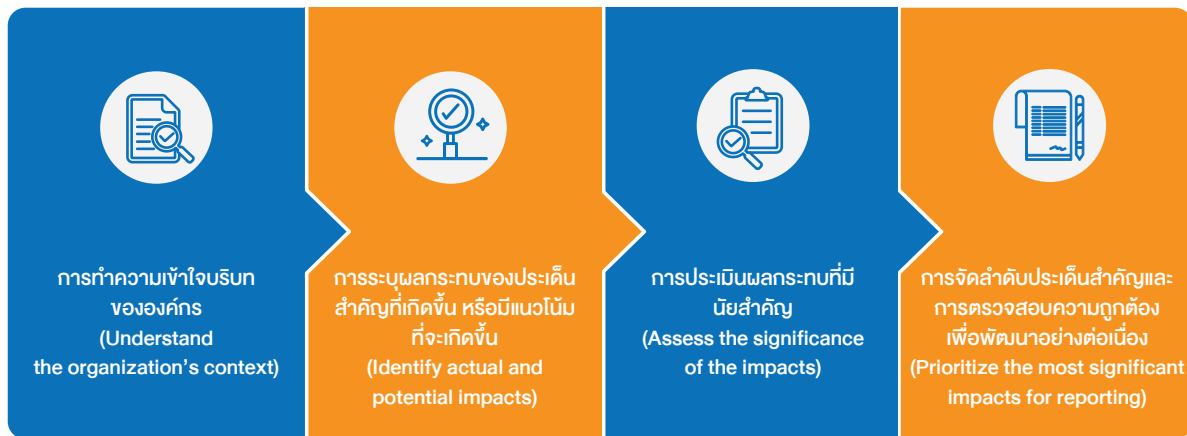
การระบุผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Identification)	การจัดลำดับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Prioritization)	การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)
การระบุผู้มีส่วนได้เสียจะพิจารณาจากผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มนั้น ๆ ได้รับ หรือมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของบริษัท โดยพิจารณาลักษณะการมีส่วนร่วมต่อบริษัท ในขอบเขตที่เกี่ยวข้อง เช่น การพึ่งพาอาศัยบริษัท ความรับผิดชอบของบริษัท ความช่วยเหลือของบริษัท การมีอิทธิพลต่อบริษัท และการมีความเห็นต่อบริษัท	การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย เป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์และพิจารณาความเกี่ยวข้อง อิทธิพล หรือความสนใจของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้สามารถนำผลการวิเคราะห์ ไปกำหนดเป็นมาตรการในการสร้างการมีส่วนร่วมได้อย่างเหมาะสม	การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียตามความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม และตอบสนองผ่านโครงการกิจกรรม หรือการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ พร้อมทั้งติดตาม และพัฒนากระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในประเด็นที่สำคัญของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้สร้างการมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และมีกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย 7 อันดับแรก ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ช่องทางการติดต่อสื่อสาร
พนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อพนักงานโดยยึดหลักสิทธิมนุษยชนโดยไม่เลือกปฏิบัติ ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ปฏิบัติตามจริยธรรมด้านแรงงาน ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การพัฒนาความรู้ โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานของพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความผูกพันกับองค์กร ส่งเสริมให้มีโอกาสเติบโตและมั่นคงในหน้าที่การงาน ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม จัดให้มีสวัสดิการต่าง ๆ ในระดับที่ดี และสามารถแข่งขันกับตลาดแรงงานได้ ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในที่ทำงานให้น่าอยู่และมีความปลอดภัย จัดให้มีการฝึกอบรมในทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ 	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรม Townhall และการประชุมประจำสัปดาห์ แบบสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน หน่วยรับเรื่องร้องเรียนฝ่ายทรัพยากรบุคคล ติดต่อกรรมการผู้จัดการทางอีเมล md@homepro.co.th สายด่วน Hotline HR Clinic
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 การส่งเสริมการขายและโปรโมชั่นอย่างมีจริยธรรม และคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จำหน่ายสินค้าที่มีมาตรฐานและเป็นไปตามที่ประชาสัมพันธ์ ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม ทั้งก่อนและหลังการขาย รับฟังและตอบสนองต่อข้อร้องเรียน พัฒนาระบบบริหารข้อมูลลูกค้าเพื่อเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้มีความปลอดภัย 	<ul style="list-style-type: none"> แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า กล่องรับความคิดเห็นทุกสาขา Call Center โทร. 1284 ศูนย์บริการลูกค้าทุกสาขา ช่องทางร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ www.homepro.co.th โครงการ Happy or Not
คู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> การค้าที่เป็นธรรม การเติบโตร่วมกันทางธุรกิจ การร่วมกันพัฒนาสินค้านวัตกรรม ความเสมอภาคเท่าเทียมในการดำเนินธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเท่าเทียม มีกระบวนการจัดซื้อที่ชัดเจน แบ่งปันความรู้ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ ปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขทางการค้า 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) ติดต่อฝ่ายตรวจสอบภายใน หรือคณะกรรมการตรวจสอบ ผ่านทางเว็บไซต์ https://hmpro-th.listedcompany.com/contact_audit.html

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ช่องทางการติดต่อสื่อสาร
เจ้าหนี้ทางการเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> การค้ำที่เป็นธรรม การเติบโตร่วมกันทางธุรกิจ การร่วมกันพัฒนาสินค้านวัตกรรม ความเสมอภาคเท่าเทียมในการดำเนินธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> จ่ายชำระหนี้ตามระยะเวลา ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด รับผิดชอบในการรักษาอัตราส่วนหนี้สินทางการเงินที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้ไม่เกินข้อกำหนดในการออกหุ้นกู้และเงินกู้ธนาคาร 	<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"> การปรับปรุงผลดำเนินงานทางธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการที่ดี ความโปร่งใสของข้อมูล การดูแลสิทธิและความเท่าเทียมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> เผยแพร่รายงานและเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล มุ่งสร้างผลตอบแทนต่อระยะยาว สร้างประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นโดยรวม 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน การประชุมผู้ถือหุ้น ติดต่อฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ โทร. 0 2832 1494 หรือ 0 2832 1416 อีเมล: ir@homepro.co.th เว็บไซต์: https://hmpro-th.listedcompany.com/ir_contact.html กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ เช่น การประชุมนักวิเคราะห์ (Analyst Meeting) บริษัทจดทะเบียนพบผู้ลงทุน (Opportunity Day) และ Listed Company Snapshot การเผยแพร่ข่าวผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ชุมชน 	<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 ร้องเรียนผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท: https://hmpro-th.listed-company.com/whistle_blowing.html
ภาครัฐและองค์กรอื่น ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย การเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ การกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างครบถ้วน ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรมตรวจสอบได้ และไม่ขัดต่อกฎหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> ติดต่อผ่านทางผู้บริหารและส่วนติดต่อราชการ เว็บไซต์: www.homepro.co.th

กระบวนการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Analysis)

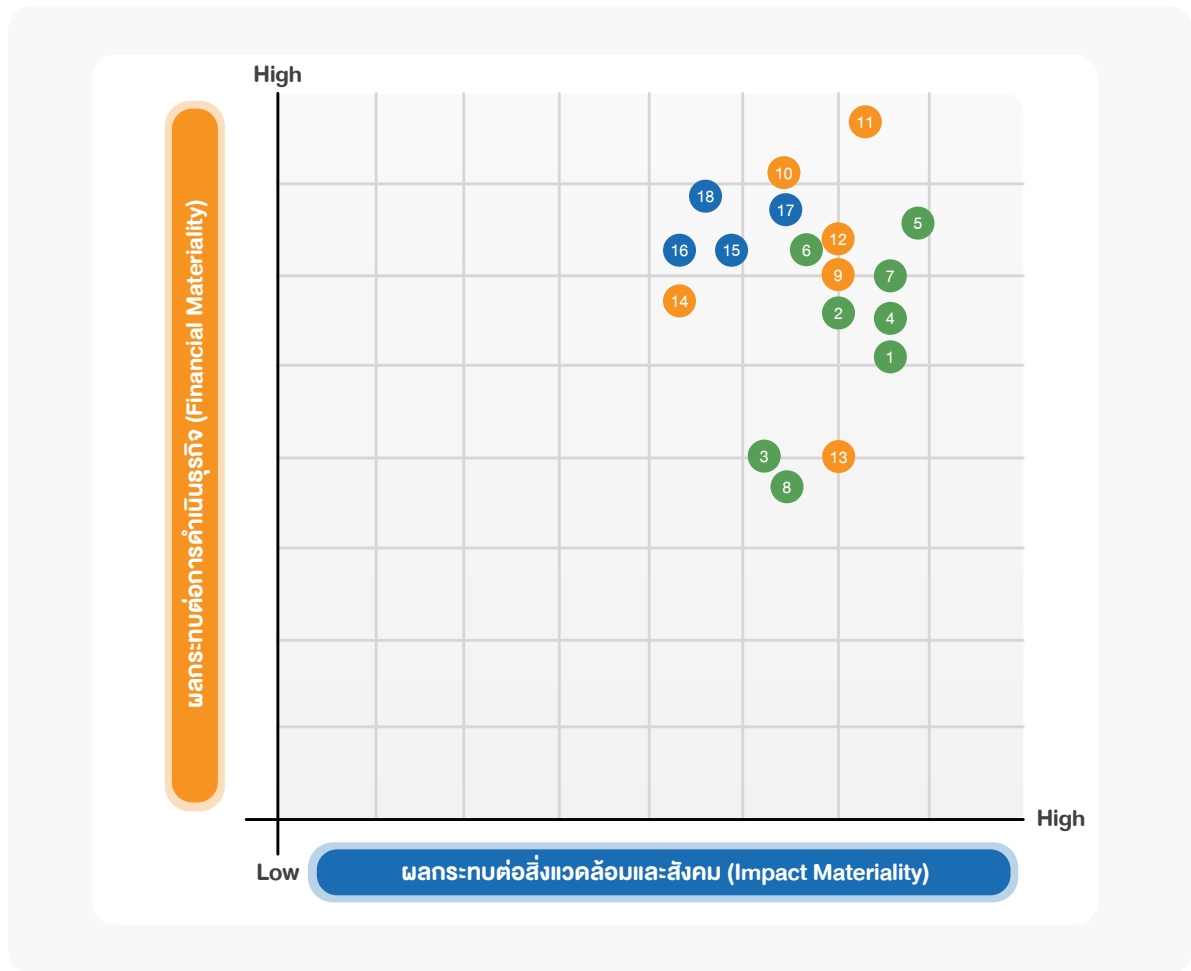


บริษัทฯ ประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นประจำทุกปี ครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงประเด็นที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ โดยพิจารณาถึงผลกระทบใน 2 มิติ (Double Materiality) ได้แก่ Financial Materiality คือ สาระสำคัญทางการเงินที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ (Impact to Business) และ Impact Materiality คือ สาระสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (Impact to Environmental and Social) ซึ่งมีกระบวนการและขั้นตอนการประเมินตามมาตรฐาน Global Reporting Initiative Standards (GRI) การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญในรูปแบบ Double Materiality จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถเชื่อมโยงและประเมินผลกระทบทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ผลกระทบที่เป็นความเสี่ยงและโอกาส และผลกระทบที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคตได้ สำหรับประเด็นสำคัญที่ได้จากการประเมิน บริษัทฯ จะนำเสนอต่อคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป

กระบวนการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

- 1 การทำความเข้าใจบริบทขององค์กร (Understand the organization's context)**
ทบทวนและทำความเข้าใจบริบทขององค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทาน กิจกรรมการดำเนินธุรกิจ และความเชื่อมโยงของประเด็นสำคัญต่อประเด็นด้านความยั่งยืน รวมทั้งศึกษามาตรฐาน กรอบการรายงาน และแนวโน้มด้านความยั่งยืนต่างๆ ในระดับประเทศและระดับสากล เพื่อกำหนดประเด็นสำคัญของบริษัทฯ
- 2 การระบุผลกระทบของประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Identify actual and potential impacts)**
ระบุประเด็นและวิเคราะห์ผลกระทบด้านความยั่งยืนที่เกิดขึ้น หรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ครอบคลุมผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ
- 3 การประเมินความสำคัญของผลกระทบ (Assess the significance of the impacts)**
ประเมินผลกระทบของประเด็นที่มีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากมุมมองของบริษัทฯ ตามกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ซึ่งมีการประเมินระดับโอกาส (Likelihood) และผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นสำคัญ รวมถึงระบุขอบเขตและความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่สำคัญกับประเด็นด้านความยั่งยืนที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ
- 4 การจัดลำดับประเด็นสำคัญและการตรวจสอบความถูกต้องเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Prioritize the most significant impacts for reporting)**
จัดลำดับประเด็นที่สำคัญทั้งในมิติที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อพิจารณาคัดเลือกประเด็นสำคัญที่มีระดับผลกระทบสูงสุด เพื่อกำหนดกรอบการบรรเทาผลกระทบ ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ โดยบริษัทฯ ได้จัดให้มีการทบทวนการประเมินประเด็นสำคัญขององค์กรเป็นประจำทุกปี พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องเพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลและผลการวิเคราะห์ในรายงานประจำปีและรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ตารางการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Matrix)



ปกป้องสิ่งแวดล้อม (Better Environment)

1. การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
2. สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน
4. เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการของเสีย
5. การบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
6. การขนส่งและการกระจายสินค้า
7. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
8. ความหลากหลายทางชีวภาพ

ดูแลสังคม (Better Society)

9. สิทธิมนุษยชน
10. การดูแลพนักงาน
11. การดูแลลูกค้า
12. การสร้างโอกาสและอาชีพกับพันธมิตรทางธุรกิจ
13. การดูแลชุมชนและสังคม
14. นวัตกรรมทางธุรกิจ

ดำเนินธุรกิจ (Better Business)

15. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
16. การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
17. การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการบริหารดำเนินงานด้านลูกค้า
18. ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ ผู้มีส่วนได้เสีย

กลยุทธ์ ความยั่งยืน	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Material Topics)	ความเกี่ยวข้องของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ						
		พนักงาน	ลูกค้า	คู่ค้า	ชุมชน	เจ้าหนี้ ทางการเงิน	ผู้ถือหุ้น/ นักลงทุน	ภาครัฐและ องค์กรอื่นๆ
ปกป้องสิ่งแวดล้อมดี (Better Environment)	การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	●	●	●	●	●		●
	สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		●	●		●		
	การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน	●	●	●			●	●
	เศรษฐกิจหมุนเวียนและ การจัดการของเสีย	●	●	●	●		●	●
	การบริหารจัดการพลังงานและ ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	●		●	●	●	●	●
	การขนส่งและกระจายสินค้า	●	●	●	●	●	●	●
	การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	●			●	●	●	●
	ความหลากหลายทางชีวภาพ			●	●			●
ดูแลสังคมดี (Better Society)	สิทธิมนุษยชน	●	●	●	●		●	●
	การดูแลพนักงาน	●		●				●
	การดูแลลูกค้า	●	●	●	●	●	●	●
	การสร้างโอกาสและอาชีพกับ พันธมิตรทางธุรกิจ	●	●	●	●	●	●	●
	การดูแลชุมชนและสังคม	●	●	●	●		●	●
	นวัตกรรมทางธุรกิจ	●	●	●			●	
ดำเนินธุรกิจดี (Better Business)	การกำกับดูแลกิจการที่ดี	●	●	●	●	●	●	●
	การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	●	●	●		●	●	●
	การจัดการห่วงโซ่อุปทานและ การดำเนินงานด้านคู่ค้า	●	●	●				●
	ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	●	●	●		●	●	●



2. **สำรวจพื้นที่**
สำรวจหน้างานพร้อมวัดพื้นที่
3. **ออกแบบ/เสนอราคา**
ออกแบบพร้อมเสนอราคา
ตามงบประมาณ
4. **ชำระเงิน**
ยืนยันแบบพร้อมชำระค่าบริการ

กลยุทธ์และแนวทางในการ ขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคมผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ We make a better living ที่มุ่งมั่นสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งตอกย้ำความเป็นผู้นำในธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยบริษัทฯ ได้นำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนและกลยุทธ์ทางธุรกิจมาบูรณาการเป็นแนวทางในกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างสมดุลครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม (Better Environment) สังคม (Better Society) และบรรษัทภิบาล (Better Business)





ตารางสรุปผลการดำเนินงาน



ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

รายละเอียด	หน่วย	2563	2564	2565	2566	2567	เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย
สัดส่วนรายได้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	%	40.3	43.2	46.9	47.6	51.4	50	2568
สัดส่วนรายได้สินค้าที่ส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ	%	63.4	65.1	63.4	60.0	67.8	100	2568
สัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product	%	-	-	-	0.0001	0.28	20	2573
การจำหน่ายสินค้า ECO CHOICE	ชิ้น	1,325,065	1,763,565	1,556,576	1,581,003	1,910,713	-	-
การจำหน่ายสินค้าเพื่อผู้สูงอายุ	ชิ้น	671,827	730,106	743,293	786,391	728,629	-	-
ปริมาณขยะที่ส่งไปฝังกลบ	ตัน	307	237	323	335	948	0	2573
ปริมาณขยะรีไซเคิล	ตัน	1,273	1,525	1,893	1,926	3,073	-	-
Circular Economy สินค้าเก่าแลกใหม่	ชิ้น	1,408	1,210	474	122,743	173,224	-	-
การผลิตหรือใช้ไฟฟ้าจากพลังงานทดแทน (Renewable Energy) ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ	%	22.7	24.2	25.6	27.5	32.1	100	2573
ปริมาณการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ	MWh	37,659	42,359	52,382	73,642	92,038	30,000	รักษาระดับการผลิต
- ปริมาณการผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ	MWh	37,659	42,359	52,382	60,478	78,894	-	-
- ปริมาณการผลิตไฟฟ้าเข้าสายส่ง	MWh	-	-	-	13,164	13,144	-	-
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า	MWh	112,250	136,116	145,875	144,264	147,772	-	-
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่	kWh/Sq.m	227	213	227	217	211	-	-
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ลดลงจากปีฐาน	%	-39	-42	-39	-41	-43	-40% จาก 370 kWh/Sq.m. ในปีฐาน (ปี 2557)	2568
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้ารวมบริษัทย่อยและศูนย์กระจายสินค้า	MWh	-	-	-	-	215,089	-	-
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่รวมบริษัทย่อยและศูนย์กระจายสินค้า	kWh/Sq.m	-	-	-	-	158	-	-
ปริมาณการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิง	GJ	-	-	14,767	14,742	16,500	-	-
ปริมาณการดื่มน้ำ	ลบ.ม.	840,249	1,258,667	1,231,060	1,050,085	1,786,207	-	-
- น้ำจากการประปา	ลบ.ม.	711,527	840,189	898,261	972,047	1,688,729	-	-
- น้ำจากบาดาล	ลบ.ม.	128,722	418,478	332,799	78,038	97,478	-	-
ปริมาณการใช้น้ำทิ้ง	ลบ.ม.	672,199	1,006,934	984,848	840,068	1,428,966	-	-
- น้ำจากการประปา	ลบ.ม.	569,222	672,151	718,609	777,638	1,350,983	-	-
- น้ำจากบาดาล	ลบ.ม.	102,978	334,782	266,239	62,430	77,982	-	-
ปริมาณการใช้น้ำ	ลบ.ม.	168,050	251,733	246,212	210,017	357,241	-	-
- น้ำจากการประปา	ลบ.ม.	142,305	168,038	179,652	194,409	337,746	-	-
- น้ำจากบาดาล	ลบ.ม.	25,744	83,696	66,560	15,608	19,496	-	-
ปริมาณการใช้น้ำต่อสาขา	ลบ.ม.	2,025	2,893	2,830	2,308	2,534	-	-
น้ำทิ้งได้รับการบำบัดตามเกณฑ์มาตรฐาน	%	100	100	100	100	100	100	2567
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของโฮมโปร (ขอบเขตที่ 1 2 และ 3)	tCO ₂ e	89,761	90,908	97,208	92,372	90,781	-	-
- ขอบเขตที่ 1	tCO ₂ e	18	17	198	215	176	-	-
- ขอบเขตที่ 2	tCO ₂ e	62,997	64,491	71,263	68,359	69,949	-	-
- ขอบเขตที่ 3	tCO ₂ e	26,746	26,400	25,747	23,798	20,657	-	-
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขา (ขอบเขตที่ 1 และ ขอบเขตที่ 2)	tCO ₂ e	759	741	821	754	701	-	-
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขาลดลงจากปีฐาน (ขอบเขตที่ 1 และ ขอบเขตที่ 2)	%	-41	-39	-36	-41	-45	-50% จาก 1,287 tCO ₂ e/สาขา ในปีฐาน (ปี 2558)	2573
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ (ขอบเขตที่ 1 2 และ 3)	tCO ₂ e	-	-	221,819	233,782	221,723	-	-
- ขอบเขตที่ 1	tCO ₂ e	-	-	12,963	14,184	15,738	-	-
- ขอบเขตที่ 2	tCO ₂ e	-	-	89,377	95,255	92,727	-	-
- ขอบเขตที่ 3	tCO ₂ e	-	-	119,479	124,343	113,258	-	-

➤ ผลการดำเนินงานด้านสังคม

รายละเอียด	หน่วย	2563	2564	2565	2566	2567	เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย
การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า	%	79.6	80.7	84.5	84.9	87.7	85.0	2568
จำนวนช่างในโครงการแก้ไขภายนอก (Service Outside store)	ทีม	1,899	1,922	2,159	2,650	2,667	1,800	2568
จำนวนผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเรื่องบ้าน Room Consultant Team (Service Instore)	คน	140	149	149	144	140	-	-
บริการช่วยเหลือฉุกเฉิน	งาน	173	873	1,612	5,128	4,881	-	-
จำนวนทีมเลดี้เซอร์วิส	ทีม	255	309	388	413	478	-	-
ความผูกพันองค์กร	%	83.8	86.5	86.6	87.0	91.4	88.0	2568
การพัฒนาพนักงาน (% ความรู้ของพนักงาน)	%	94.2	92.9	91.6	91.4	95.2	96.0	2568
อัตราการเกิดอุบัติเหตุต่อสาขา		0.33	0.31	0.16	0.18	0.51	0	2568
ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน: LTIFR		0.64	0.67	0.31	0.33	0.79	0	2568
ความรุนแรงของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน: LTISR		9.48	131.27	3.34	3.76	3.90	0	2568
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน: LTIR		0.13	0.13	0.06	0.07	0.16	0	2568
โครงการทุนทวีภาคี	ทุน	428	246	283	207	386	-	-
- ระดับ ปวส.	ทุน	412	246	275	204	381	-	-
- ระดับ ป.ตรี	ทุน	16	0	8	3	5	-	-
โครงการสุขใจใกล้บ้าน	คน	1,463	1,523	1,592	1,659	1,726	-	-
การจ้างงานผู้สูงอายุ	คน	50	55	50	50	50	-	-
การจ้างงานคนพิการ	คน	92	89	94	113	114	-	-
อัตราการลาออกของพนักงานต่อปี	%	19.56	17.33	20.37	19.44	20.74	-	-
จำนวนห้องน้ำในโครงการห้องน้ำเพื่อสังคม	ห้อง	26	60	10	56	43	-	-
กิจกรรมบำรุงศาสนา ทอดกฐิน	บาท	2,956,933	2,841,168	1,100,000	3,245,517	1,850,680	-	-
จำนวนพนักงานที่ร่วมบริจาคโลหิต	คน	222	81	317	1,020	926	-	-
การส่งเสริมเชิงพาณิชย์	%	74.8	50.6	0.6	0.2	1.0	-	-
การบริจาค	%	16.5	41.1	17.0	58.6	59.4	-	-
การพัฒนาร่วมกับชุมชนและสังคม	%	8.7	8.3	82.4	41.2	39.6	-	-

➤ ผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

รายละเอียด	หน่วย	2563	2564	2565	2566	2567	เป้าหมาย	ปีเป้าหมาย
อัตราการตอบแบบประเมินด้าน ESG ของลูกค้า	%	83	87	79	78	77	100	2568
ลูกค้าได้รับการสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของลูกค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct)	%	100	100	100	100	100	100	2568
เพิ่มปริมาณการจัดหาวัตถุดิบหรือการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตภายในประเทศ (Local Procurement)	%	93.9	90.8	93.8	94.6	94.2	90.0	2568



Better Environment

ปกป้องสิ่งแวดล้อมดี

ในปัจจุบันโลกกำลังเผชิญกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ การดูแลสิ่งแวดล้อมจึงเป็นประเด็นที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน จัดให้มีการตรวจประเมินภายในองค์กร เพื่อปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีความยั่งยืน และลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงจัดทำแผนประเมินความเสี่ยงและโอกาสเพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำพลังงานหมุนเวียนเข้ามาใช้กระบวนการดำเนินงานและพัฒนารูปแบบการขนส่งให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน และการนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้เพื่อลดปริมาณขยะและเพิ่มประสิทธิภาพ ในการใช้ทรัพยากรอีกด้วย

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม



สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน



เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการของเสีย



การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ



การขนส่งและกระจายสินค้า



การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ





Circular Products

สินค้ารักษ์โลก เพื่อชีวิตที่ยั่งยืน



บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสีงแวดล้อมและการดำเนินงานอย่างยั่งยืน จึงได้ดำเนินการปรับปรุงการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสีงแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานไว้ในนโยบายสีงแวดล้อมของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างการกำกับดูแลด้านสีงแวดล้อม เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายด้านสีงแวดล้อมต่างๆ ขององค์กร และสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จ พร้อมทั้งจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบในการติดตามและตรวจประเมินสีงแวดล้อม เพื่อนำผลที่ได้จากการดำเนินงาน และผลกระทบที่เกิดขึ้น มาวิเคราะห์ ปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นโยบายสีงแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนครอบคลุมทุกกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทาน และตั้งเป้าหมายในการจัดการประเด็นด้านสีงแวดล้อมที่บริษัทฯ เกี่ยวข้อง รวมถึงการบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 โดยบริษัทฯ พัฒนาแนวทางการดำเนินงานด้านสีงแวดล้อมผ่านกลยุทธ์ต่างๆ อาทิ การปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐานสีงแวดล้อมทั้งในระดับชาติและสากล เช่น มาตรฐาน ISO 9001, ISO 14001 การจัดการพลังงานและเชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในการบริหารจัดการของเสีย การส่งเสริมขนส่งที่เป็นมิตรกับสีงแวดล้อม นอกจากนี้ยังส่งเสริมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ป่าไม้และความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการอบรมและปลูกฝังจิตสำนึกด้านสีงแวดล้อมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน



นโยบายสีงแวดล้อม

โครงสร้างการกำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนรับผิดชอบในการกำหนดและทบทวนนโยบาย กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายและทิศทางกลยุทธ์ขององค์กร พร้อมทั้งกำกับดูแลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ผู้บริหารจะขับเคลื่อนการดำเนินงานและพัฒนาระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม รวมถึงติดตามและรายงานผลการดำเนินงานให้กับคณะกรรมการ และพนักงานจะเป็นผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่กำหนด พร้อมรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บังคับบัญชา

การตรวจสอบภายในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System - EMS) เป็นหนึ่งในกลไกที่สำคัญขององค์กรในการควบคุมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เนื่องจากระบบการตรวจสอบที่มีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้บริษัทสามารถระบุและแก้ไขปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ลดปริมาณขยะและของเสีย และลดต้นทุนการดำเนินงาน อีกทั้งยังส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินธุรกิจและลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียได้อีกด้วย

บริษัทฯ จึงได้กำหนดกระบวนการตรวจสอบภายในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (Internal Audit Program of Environmental Management System) โดยนำกรอบและระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม หรือ ISO 14001 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลมาปรับใช้ในองค์กร ประกอบด้วยขั้นตอนการตรวจสอบและวางแผน การดำเนินงาน การติดตามผลและแก้ไข การประเมินผล และการรายงานผลพร้อมทั้งแผนการปรับปรุงปัญหาที่พบ โดยได้จัดให้มีตรวจสอบอย่างต่อเนื่องในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ระบบการจัดการพลังงานไฟฟ้า การจัดการน้ำและน้ำเสีย การจัดการคุณภาพอากาศและมลพิษ การจัดการขยะและของเสีย การจัดการระบบนิเวศและพื้นที่สีเขียว รวมถึงการตรวจสอบอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย

กระบวนการตรวจสอบภายในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม



รายละเอียดการตรวจสอบภายในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในทุกมิติ ตั้งแต่การคัดสรรสินค้า การพัฒนาสินค้า และให้บริการแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการสร้างมาตรฐานความปลอดภัย และควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการใช้งานสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาสินค้า ในกลุ่มสินค้า ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สินค้า ECO Product, สินค้า ECO Choice และสินค้า Circular Product เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และรับมือต่อภาวะการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เช่น ภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) การขาดแคลนทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร การรับมือต่อโรคระบาด รวมถึงตอบโจทย์ต่อกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในปัจจุบัน และเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Economy)



ผลการดำเนินงาน

- สัดส่วนรายได้สินค้า ECO Product คิดเป็นร้อยละ 51.4 ของรายได้จากการขายทั้งหมด
- สัดส่วนรายได้สินค้าที่ส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบร้อยละ 67.8
- สัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product คิดเป็นร้อยละ 0.28 ของรายได้จากการขายทั้งหมด



เป้าหมาย

- เพิ่มสัดส่วนสินค้า ECO Product เป็นร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายภายในปี 2568
- กำหนดเป้าหมายส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบเป็นร้อยละ 100 ภายในปี 2568
- สัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product เป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2573



นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน



มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของมาตรฐานความปลอดภัยในสินค้าที่จำหน่ายแก่ลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าของบริษัทฯ มีความปลอดภัยต่อการใช้งาน โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านการประสานงานระหว่างหน่วยงานจัดซื้อและผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิต รวมถึงการผ่านการรับรองความปลอดภัยของสินค้าจากหน่วยงานราชการ และส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ในระดับปฏิบัติการ บริษัทฯ ได้มีการจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น มาตรฐานความปลอดภัย การจัดทำฉลากสินค้าประเภทต่างๆ ที่ถูกต้องตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นต้น เพื่อให้สามารถคัดสรรสินค้าที่มีมาตรฐานและส่งมอบให้แก่ลูกค้า และแนะนำข้อมูลของสินค้าให้แก่ลูกค้าได้รับทราบอย่างละเอียดและครบถ้วนซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง โดยในปี 2567 บริษัทฯ ไม่พบสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย หรือข้อร้องเรียนด้านมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า จากลูกค้าและส่วนงานราชการที่เกี่ยวข้อง

บริษัท จำหน่ายสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามที่กฎหมายกำหนด และไม่เป็นสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร รวมทั้งผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย อาทิ

กรณีที่มีกฎหมายบังคับให้สินค้าประเภทนั้นต้องผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย	
	มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) - รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
	เครื่องหมาย อย. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา - รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

กรณีที่ไม่บังคับกฎหมายบังคับ แต่เป็นสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย หรือมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม	
	ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 - รับรองประสิทธิภาพการประหยัดพลังงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าออกโดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
	ฉลากประสิทธิภาพสูง - รับรองค่าประสิทธิภาพการใช้พลังงานของผลิตภัณฑ์ออกโดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน
	ฉลากประหยัดพลังงานของ EU (EU Energy Label) - รับรองประสิทธิภาพการประหยัดพลังงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าตามมาตรฐานของสหภาพยุโรป
	มาตรฐาน IEC (International Electrotechnical Commission) - รับรองเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานที่กำหนดโดยคณะกรรมการมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐานสาขาอิเล็กทรอนิกส์ (IEC)
	ฉลาก CIT - รับรองกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อผู้สูงอายุและคนพิการโดยสถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (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 - รับรองผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าผืนและเครื่องนอนที่ผ่านการทดสอบมาตรฐานระดับสากลจากสถาบันทดสอบสิ่งทอ (OEKO)
	ฉลาก Smart Fabric - รับรองคุณภาพของสิ่งทอที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ป้องกันรังสียูวีและแบคทีเรีย
	ฉลาก French VOC Label - รับรองระดับความปลอดภัยจากการปล่อยสารระเหยที่เป็นพิษของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานของประเทศฝรั่งเศส
	ฉลาก CE (European Conformity) - รับรองความปลอดภัยและคุณภาพตามกฎหมายและมาตรฐานที่กำหนดโดยสหภาพยุโรป (EU)
	มาตรฐาน IP จาก International Protection Standard - รับรองความสามารถในการกันน้ำและกันฝุ่นตามมาตรฐานที่กำหนดโดยคณะกรรมการมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐานสาขาอิเล็กทรอนิกส์ (IEC)

กรณีที่ไม่บังคับกฎหมายบังคับ แต่เป็นสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย หรือมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

	ฉลาก FSC (Forest Stewardship Council) - รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยไม้จากป่าไม้ที่ได้รับการจัดการอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน
	ฉลาก RoHS (Restriction of Hazardous Substances) - รับรองเครื่องใช้ไฟฟ้าหรืออิเล็กทรอนิกส์ที่ปลอดสารอันตราย 6 ชนิดที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
	ฉลากเขียว Green Label - รับรองผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำตามมาตรฐานของประเทศไทย
	ฉลากสิ่งแวดล้อมของสิงคโปร์ (Singapore Green Label Scheme : SGLS) - รับรองผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำในประเทศสิงคโปร์
	ฉลากอุตสาหกรรมสีเขียว - รับรองผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้กระบวนการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชน
	ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์ - รับรองปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน ออกโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
	ฉลากรับรองการลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์ - รับรองการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ออกโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
	ฉลากลดคาร์บอน - รับรองการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์หรือบริการ ออกโดยสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย
	ฉลาก Carbon Neutral - รับรองผลิตภัณฑ์ที่มีการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นศูนย์ ออกโดย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
	ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจหมุนเวียน (CE-CFP) - รับรองปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน
	ฉลาก SCG Eco Value - รับรองผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานของ SCG

ทั้งนี้ในกรณีที่เกิดปัญหาเกี่ยวกับสินค้า บริษัทฯ รับเปลี่ยนคืนภายใน 14 วัน โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้รับข้อร้องเรียนด้านความพึงพอใจต่อสินค้า จำนวน 31 ข้อร้องเรียน โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขครบถ้วนทุกข้อร้องเรียน และไม่มีการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) จากลูกค้า

สินค้า ECO Product

ด้วยความมุ่งมั่นในการมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า และการเป็นส่วนหนึ่งของการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงได้ร่วมมือกับบริษัทคู่ค้าในการคัดสรรสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Product) พร้อมทั้งสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าว ที่มีมาตรฐานและความปลอดภัยรับรอง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประหยัดพลังงาน รักษาทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และส่งเสริมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Consumption) ให้กับลูกค้า โดยประกอบด้วยสินค้าทั้งหมด 6 กลุ่ม ดังนี้



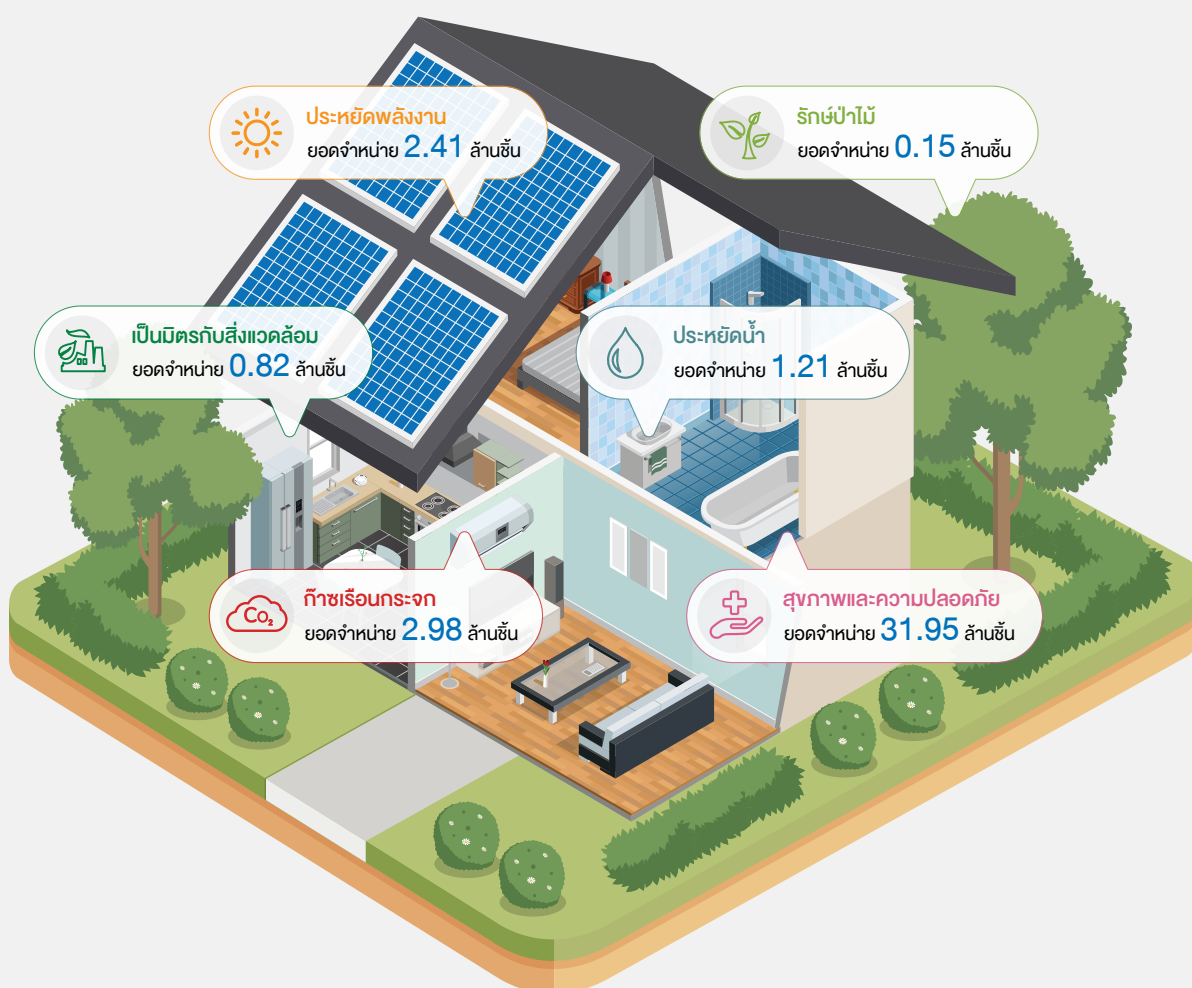
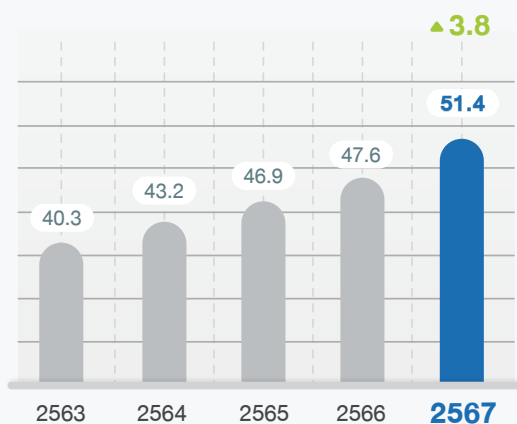
ECO Product	ความหมาย
1. สิ้นค้ากลุ่มประหยัดพลังงาน  ประหยัดพลังงาน	สินค้าประหยัดพลังงาน หรือสินค้าที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสินค้าเหล่านี้ต้องผ่านการทดสอบประสิทธิภาพการประหยัดพลังงาน หรือมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดพลังงาน เช่น ฉลากประหยัดเบอร์ 5 จากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.)
2. สิ้นค้ากลุ่มสุขภาพและความปลอดภัย  สุขภาพและความปลอดภัย	สินค้าที่ผ่านการผลิตตามมาตรฐานความปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคหรือมีคุณสมบัติเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี
3. สิ้นค้ากลุ่มรักษาป่าไม้  รักษาป่าไม้	สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากไม้จากป่าปลูก ที่มีการจัดการป่าอย่างถูกต้องตามหลักการที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล คือ มีการปลูกไม้แบบยั่งยืน อาทิ มาตรฐาน FSC
4. สิ้นค้ากลุ่มเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม  เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งวัฏจักรชีวิต โดยตระหนักถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและป้องกันมลพิษที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงกลุ่มสินค้า Circular Product เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่มีการจัดเก็บจากโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ และนำมาด ล้าง หลอม เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าชิ้นใหม่ ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า
5. สิ้นค้ากลุ่มประหยัดน้ำ  ประหยัดน้ำ	สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบและรองรับมาตรฐานว่ามีประสิทธิภาพในการประหยัดน้ำหรือใช้น้ำ
6. สิ้นค้ากลุ่มลดก๊าซเรือนกระจก  ก๊าซเรือนกระจก	สินค้าที่มีการผลิตภายใต้มาตรฐานการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือได้รับรองการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy Product)

โดยในปี 2567 มีสัดส่วนรายได้สินค้า ECO Product คิดเป็นร้อยละ 51.4 ของรายได้จากการขายทั้งหมด และมีจำนวนการจำหน่ายของสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในแต่ละกลุ่ม ดังนี้



ผลการดำเนินงาน

สัดส่วนรายได้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (%)



สินค้า

ประหยัดไฟฟ้า



ลดปริมาณการใช้ไฟฟ้า
120,164 MWh



ลดการปล่อยก๊าซ
คาร์บอนไดออกไซด์
71,930 TonCO₂e



ลดค่าไฟฟ้า
499 ล้านบาท



เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้
252,387 ต้น



สินค้า

ประหยัดน้ำ



ลดปริมาณการใช้น้ำ
21,155,204 m³



ลดการปล่อยก๊าซ
คาร์บอนไดออกไซด์
11,445 TonCO₂e



ลดค่าน้ำ
215 ล้านบาท



เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้
40,158 ต้น



สินค้ากลุ่ม ECO Choice เป็นสินค้าที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยบริษัทฯ ได้ร่วมคิดค้น พัฒนาและคัดสรรสินค้าเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในสุขภาพและสิ่งแวดล้อม สินค้ากลุ่ม ECO Choice แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มสินค้าลดการใช้สารเคมีหรือใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ (Reduce Chemical / Organic Product)



เป็นกลุ่มสินค้าที่มีส่วนประกอบของวัตถุดิบจากธรรมชาติ (Organic) และสินค้าที่ปลอดสารเคมีอันตราย หรือลดใช้สารเคมี (Reduce chemical) ในกระบวนการผลิตสินค้า เช่น สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ ซึ่งบริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อภายใต้ตราสินค้า PORRIN โดยมุ่งเน้นให้เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย สามารถใช้ได้ทุกวัน เหมาะกับทุกวัย เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม ที่มีส่วนประกอบที่มาจากธรรมชาติมากกว่า 70% และ

ปราศจากฟาราเบน ซึ่งส่งผลให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่อ่อนโยนต่อผู้ใช้งานและดีต่อสุขอนามัย กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดมือกระดาษเช็ดหน้า ที่มีส่วนผสมมาจากเยื่อกระดาษบริสุทธิ์ 100% และสารสกัดบำรุงผิวจากธรรมชาติ ไม่มีส่วนผสมของสารอันตราย เช่น สารเรืองแสงหรือสารฟอกสี ทำให้สามารถใช้งานได้อย่างปลอดภัยและอ่อนโยนต่อผิว พร้อมเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ



2. กลุ่มสินค้าที่มาจากวัสดุรีไซเคิลหรือเป็นสินค้าที่สามารถย่อยสลายได้ (Recycled / Biodegradable Product)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงส่งเสริมแนวคิดแบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยได้พัฒนาเป็นกลุ่มสินค้าที่มีส่วนประกอบมาจากวัสดุรีไซเคิล การนำทรัพยากรที่ใช้แล้วกลับมาแปรรูปในกระบวนการผลิตใหม่ หรือเป็นกลุ่มสินค้าที่สามารถย่อยสลายได้ เช่น

- **กลุ่มหมอนอิง ผ้า่าน และพรม** ภายใต้ตราสินค้า Home Living Style ซึ่งเป็นสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐานของสินค้าระดับสากลจากสถาบันทดสอบสิ่งทอ OEKO-TEX Standard 100 มีคุณสมบัติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยกระบวนการผลิตหมอนอิง ผ้า่าน และพรม บริษัทฯ เลือกใช้เม็ดพลาสติกที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลมาแปรรูปเป็นเส้นใยในการผลิตพรมและผ้า่าน และใช้เป็นไส้หมอนอิงเพื่อเป็นการลดปริมาณของขยะพลาสติก และส่งเสริมการใช้พลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ
- **อุปกรณ์จัดเก็บของ** ลดการใช้พลาสติก ภายใต้ตราสินค้า STACKO ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลจากเปลือกหอยทะเลเป็นส่วนผสมในการผลิต สามารถช่วยลดการใช้พลาสติกได้กว่าร้อยละ 20 รวมถึงการออกแบบให้มีลักษณะที่เหมาะสมกับการใช้งาน มีการเพิ่มรูระบายอากาศเพื่อป้องกันการอับชื้น และออกแบบมาให้วางซ้อนกันได้เพื่อประหยัดพื้นที่การใช้งานภายในบ้านได้อีกด้วย
- **กระถางต้นไม้ย่อยสลายได้** ภายใต้ตราสินค้า SPRING ซึ่งเป็นตัวช่วยในการปลูกต้นไม้ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยนวัตกรรมการผลิตจากส่วนผสมของใยมะพร้าวและยางพารา มีความแข็งแรง ไม่แตกง่าย น้ำหนักเบา และสะดวกต่อการใช้งาน เมื่อต้องการปลูกต้นไม้ลงดิน สามารถนำต้นไม้ลงดินพร้อมกระถางได้โดยไม่ต้องถอดกระถางออกจากต้นไม้ ตัวกระถางจะย่อยสลายได้เอง และเป็นปุ๋ยหล่อเลี้ยงต้นไม้ เนื่องจากตัวกระถางมีความยืดหยุ่น ช่วยอุ้มน้ำ และระบายอากาศได้ดี อีกทั้งยังช่วยทำหน้าที่ปรับดินให้ดินมีความโปร่ง เหมาะกับการขยายรากต้นไม้ ทำให้ต้นไม้เติบโตได้เร็ว

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 ลดแรงกดทับของเส้นประสาทและอาการปวดต้นคอหรือไหล่เนื่องจากการนอนหลับ

3.2 สินค้าส่งเสริมความปลอดภัย (Safety Product)

เป็นกลุ่มสินค้าที่มีส่วนช่วยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุในการใช้ชีวิตภายในบ้านและกลุ่มสินค้าเพื่อผู้สูงอายุ โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าที่ช่วยเสริมสร้างความปลอดภัยและลดการเกิดอุบัติเหตุ ภายใต้ Private Brand ของบริษัทฯ อาทิ สินค้ากลุ่มสุขภัณฑ์ สุขภัณฑ์เคลื่อนที่ ราวจับ แก้วอาบน้ำ และกระจก โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบ 3D Design จากผู้ชำนาญตามมาตรฐาน Universal Design เพื่อให้มีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยเหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุและคนพิการ โดยได้รับมาตรฐาน CIT ซึ่งเป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองว่าเหมาะกับการใช้งานของผู้สูงอายุและคนพิการที่มีข้อกำหนดสอดคล้องกับร่างมอก. เพื่อผู้สูงอายุและคนพิการ ให้การรับรองโดยสถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (Construction Institute of Thailand: CIT) กระทรวงอุตสาหกรรม โดยในปี 2567 บริษัทฯ มียอดจำหน่ายสินค้าผู้สูงอายุจำนวน 728,629 ชิ้น

การจำหน่ายสินค้าผู้สูงอายุ
ปี 2567

จำนวน
728,629 ชิ้น



นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ให้บริการที่สนับสนุนการใช้งานกลุ่มสินค้าเพื่อผู้สูงอายุโดยมีบริการให้คำปรึกษาและออกแบบห้องผู้สูงอายุจากผู้เชี่ยวชาญบริการติดตั้ง และให้คำแนะนำสินค้า ครบคลุมทั้งห้องน้ำ ห้องนอน ห้องครัว และห้องพักผ่อนสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งบริษัทฯ มีการออกแบบห้องตัวอย่างต่างๆ ในการใช้ชีวิตประจำวันในบ้านสำหรับผู้สูงอายุ โดยการรวบรวมสินค้าที่มีคุณสมบัติส่งเสริมความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการมาจัดแสดงเป็นห้องตัวอย่างในสาขา พร้อมทั้งร่วมกับคณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดตั้งศูนย์ออกแบบสภาพแวดล้อมเพื่อทุกคน (Universal Design Center) ณ คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อจัดแสดงห้องตัวอย่างทั้ง ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว ที่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ พร้อมทั้งมีผู้เชี่ยวชาญบริการให้คำปรึกษาและออกแบบห้องผู้สูงอายุ



สินค้า Circular product

บริษัทฯ ร่วมบริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ SCGC และพันธมิตรทางธุรกิจ ในการแปรสภาพซากเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าจากโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ นำมารีไซเคิลเพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่ โดยนำชิ้นส่วนพลาสติกที่ผ่านการใช้งานแล้วมารีไซเคิลเป็นเม็ดพลาสติกใหม่ชนิด PCR Plastic (Post-consumer Recycled Plastic) เพื่อใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวถือเป็นส่วนสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการจัดการของเสีย ช่วยส่งเสริมการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนด้วยความร่วมมือกับคู่ค้าโดยนำเม็ดพลาสติกชนิด PCR มาเป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่ โดยในปี 2567 มีสินค้า Circular product กว่า 132 รายการ และมีสัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product คิดเป็นร้อยละ 0.28 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ตัวอย่างสินค้าที่มีส่วนผสมของพลาสติกรีไซเคิล เช่น

สินค้า Circular Product



เครื่องทำน้ำอุ่น ภายใต้ตราสินค้า Stiebel Eltron ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) ถึงร้อยละ 45 มีคุณสมบัติทนทานต่อการใช้งาน ปลอดภัย และได้รับรองมาตรฐาน IP25 เรื่องความปลอดภัย



ตู้เย็น ภายใต้ตราสินค้า Haier ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) ถึงร้อยละ 28 ช่วยลดการใช้เม็ดพลาสติก Virgin ในการผลิต มีคุณสมบัติที่เหนียว ทนทานต่อการใช้งาน และได้รับรองจากฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5



พัดลม ภายใต้ตราสินค้า Venez ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) ถึงร้อยละ 87 มีความสวยงาม แข็งแรง และได้รับรางวัล Reddot แสดงถึงความโดดเด่นในการออกแบบผลิตภัณฑ์



กล่องเก็บของ ภายใต้ตราสินค้า Stacko ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) ถึงร้อยละ 30 ช่วยลดปริมาณการผลิตเม็ดพลาสติกใหม่ และยังสามารถคงคุณสมบัติความแข็งแรง ความทนทานในการใช้งาน



กระเป๋า Shopping bag ภายใต้ตราสินค้า PLIM ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) ถึงร้อยละ 30 จากสายรัดพลาสติก ช่วยลดการใช้ถุงพลาสติกแบบใช้แล้วทิ้ง เนื่องจากกระเป๋า Shopping Bag มีคุณสมบัติที่แข็งแรง ทนทาน สามารถใช้ซ้ำได้



ถุงขยะ ภายใต้ตราสินค้า ACCO ที่มีส่วนผสมของเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (PCR Plastic) ถึงร้อยละ 30 จากฟิล์มยืดพลาสติก ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหนียว ไม่มีกลิ่นฉุน สามารถบรรจุได้ทั้งขยะแห้งและเปียก มาพร้อมเชือกรัดปากถุง ทำให้ใช้งานได้อย่างสะดวก

🏠 สิ้นค้าตอบโจทย์การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน

🔍 สิ้นค้าพลังงานหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์

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

แผงโซลาร์เซลล์

เป็นสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันที่มุ่งเน้นการใช้พลังงานหมุนเวียนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานในระยะยาว พร้อมทั้งบริการ Home Solar ซึ่งให้บริการตั้งแต่สำรวจหน้างาน ออกแบบ และติดตั้งตามมาตรฐานจากทีมงานผู้เชี่ยวชาญ และยังมีบริการหลังการขายและรับประกันตลอดอายุการใช้งานเพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้งานอีกด้วย



อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์

เป็นสินค้าที่ลดการพึ่งพาแหล่งพลังงานไฟฟ้าจากสายส่ง โดยใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ นอกจากช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานแล้ว ยังเป็นอุปกรณ์ที่ส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความยั่งยืนอีกด้วย ตัวอย่างกลุ่มสินค้าอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์จากแผงโซลาร์เซลล์ที่บริษัทฯ คัดสรรมาเพื่อลูกค้า เช่น ไฟติดผนัง ไฟสปอร์ตไลท์ ไฟจัดสวน ไฟสนาม ไฟทางเดิน ไฟถนน กล้องวงจรปิด ปั๊มน้ำใช้ในการเกษตร เป็นต้น

🔍 ผ้า màn ประหยัดพลังงาน เบอร์ 5

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับทางไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (THTI) พัฒนานวัตกรรม “ผ้า màn เบอร์ 5” หรือ “ผ้า màn ประหยัดพลังงาน” ภายใต้ตราสินค้า Home Living Style (HLS) มากกว่า 106 รายการ ทั้งผ้า màn BLACKOUT และผ้า màn DIM-OUT ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความร้อนจากแสงแดด ทำให้ช่วยลดความร้อนภายในบ้านและช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าได้อีกด้วย โดยผ้า màn เบอร์ 5 ได้ผ่านการทดสอบจากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (THTI) พบว่ามีค่าการลดความร้อนได้มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 17 ผ่านการรับรองด้วยมาตรฐาน SMART FABRIC UV ในการกรองรังสี UVA และ UVB ได้มากกว่าร้อยละ 90 และผ่านรับรองด้วยสัญลักษณ์เบอร์ 5 จาก กฟผ. โดยในปี 2567 มียอดการจำหน่ายผ้า màn เบอร์ 5 จำนวน 122,136 ชิ้น

🏠 กิจกรรมส่งเสริมการใช้สินค้าประหยัดพลังงาน

บริษัทฯ ส่งเสริมให้ลูกค้าเลือกใช้สินค้าที่ประหยัดพลังงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน บริษัทฯ จึงได้ลงนามความร่วมมือกับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) จัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เบอร์ 5 อย่างต่อเนื่อง ด้วยการมอบส่วนลดสำหรับซื้อผลิตภัณฑ์เบอร์ 5 ที่โฮมโปรและเมกาโฮมทุกสาขาทั่วประเทศ โดยในปี 2567 ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เบอร์ 5 “ส่งความสุขต้อนรับปีใหม่” ด้วยการมอบสิทธิ์ประโยชน์ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าสูงสุดกว่า 1,000 บาท รวมจำนวน 15,555 สิทธิ์ตลอดรายการระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2567 - 15 กุมภาพันธ์ 2567 พร้อมทั้งจัดกิจกรรม “ร่วมรักษ์โลก ร่วมรักษ์พลังงาน ร่วมใช้ตู้เย็น

ฉลากเบอร์ 5 แบบใหม่” ด้วยการมอบสิทธิ์ประโยชน์ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าสูงสุดกว่า 3,500 บาท รวมจำนวน 5,555 สิทธิ์ตลอดรายการ มูลค่ารวมกว่า 9.9 ล้านบาท ระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม 2567 - 30 กันยายน 2567 เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้ประชาชนใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ และภาพรวมปริมาณไฟฟ้าในครัวเรือนทุกภาคส่วนลดลงอีกด้วย



การลงนามความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เบอร์ 5

กิจกรรมส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ

ลูกค้า

ร่วมกับลูกค้าในการคัดเลือกวัตถุดิบที่คำนึงถึงการใช้พลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ

- ตั้งเป้าหมายยกเลิกการจำหน่ายสินค้าพลาสติกแบบใช้ (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

ปัจจุบันปัญหาขยะพลาสติกเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสนใจ เนื่องจากส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตอย่างมาก บริษัทฯ ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น จึงมีนโยบายส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง และบริษัทฯ ได้มีเป้าหมายยกเลิกการจำหน่ายสินค้าพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single Use Plastic) ลงให้ได้ร้อยละ 100 ภายในปี 2568

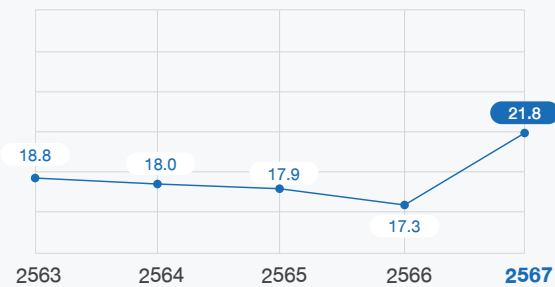
โดยบริษัทฯ ร่วมมือกับลูกค้าในการคัดเลือกสินค้าที่ส่งเสริมการใช้พลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ ได้แก่ มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทาน อายุการใช้งานยาวนาน (Durable Plastic)

สามารถใช้ซ้ำหรือนำไปรีไซเคิลได้ (Recyclable Plastic) สินค้าพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ (Bio-degradable Plastic) รวมถึงสินค้าที่ผลิตมาจากพลาสติกรีไซเคิลที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล (Recycled Plastic) เช่น กระเป๋า Shopping bag ภายใต้ตราสินค้า PLIM ที่มีส่วนผสมของพลาสติกชนิด PCR ที่เก็บมาจากสายรัดพลาสติก ตลอดจนได้ร่วมกับลูกค้าพัฒนาสินค้าที่ลดพลาสติกในกระบวนการผลิตโดยใช้วัสดุชีวภาพมาทดแทน เช่น หลอดกระดาษ ถุงพลาสติกย่อยสลายได้ กล่องและตะกร้าพลาสติกที่มีส่วนผสมของเปลือกหอย

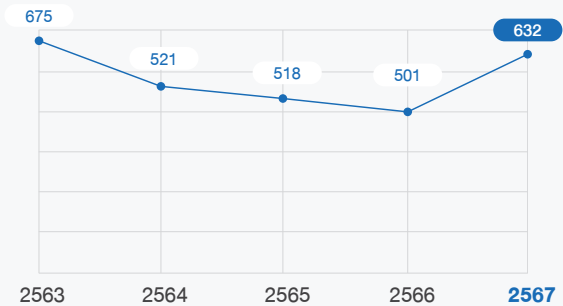


นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนกิจกรรมการลดขยะจากพลาสติกและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่คุณค่า ผ่านการรณรงค์ให้พนักงานลดการใช้ถุงพลาสติกแบบใช้แล้วทิ้ง สนับสนุนการใช้ถุงผ้า และสนับสนุนการงดใช้หลอดพลาสติก เพื่อเป็นการช่วยสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาขยะพลาสติก รวมถึงได้จัดกิจกรรม No Bag ช้อปรักษ์โลกเพื่อเป็นการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก (Packaging Reduction) รณรงค์ให้ลูกค้านำถุงผ้ามาใส่สินค้าแทน และยกเลิกแจกถุงพลาสติกอย่างถาวร ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในปี 2567 บริษัทฯ สามารถลดถุงพลาสติกได้ถึง 21.8 ล้านใบ ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 632 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และเทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ 70,331 ต้น

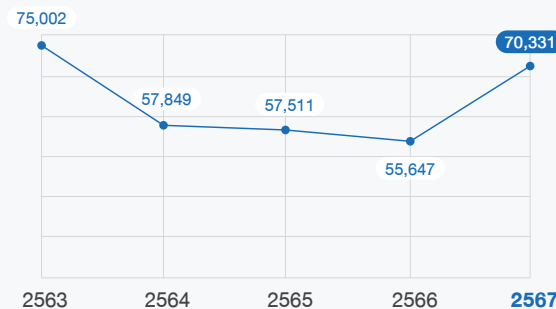
ลดถุงพลาสติก (ล้านใบ)



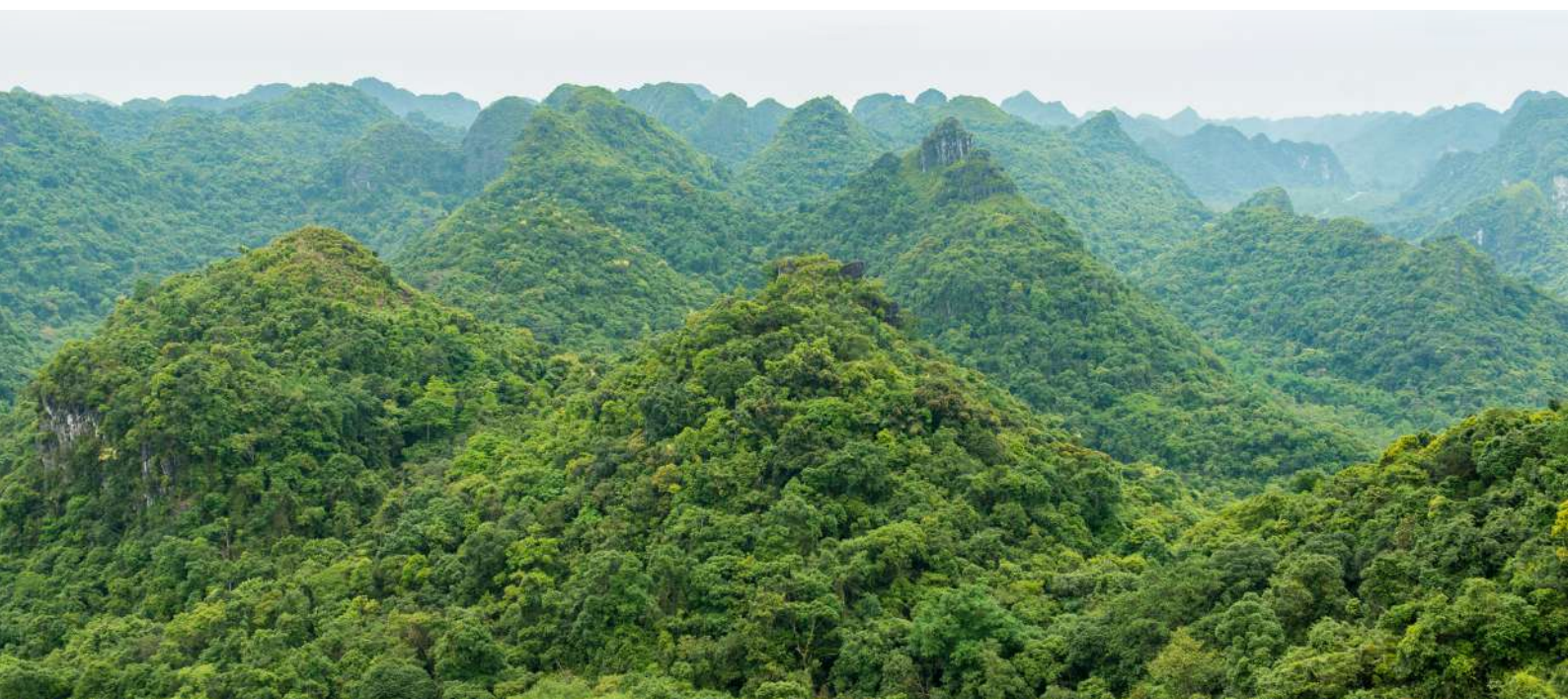
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO₂e/year)



เทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ (ต้น)



หมายเหตุ : ในปี 2567 ปริมาณการลดถุงพลาสติกเพิ่มขึ้น เนื่องจากการรวมบริษัทย่อย



E

การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงผลกระทบของปริมาณขยะที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ จึงได้มีการวางกลยุทธ์ด้านการจัดการทั้งบรรจุภัณฑ์ของสินค้า และบรรจุภัณฑ์ในกระบวนการขนส่ง ตามแนวทางการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน (Packaging Commitment) แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และส่งเสริมโมเดลเศรษฐกิจใหม่ของประเทศไทย (BCG Model) เพื่อลดผลกระทบดังกล่าวและสนับสนุนการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของสินค้าที่สั่งผลิตภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ (Private Brand) ให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ยกเลิกกระบวนการใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุสินค้าแบบซ้ำซ้อน (Double Pack) รวมถึงรีไซเคิลขยะที่เกิดจากการขนส่งสินค้าเพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าใหม่ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้นั้นก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อลูกค้า สังคม และชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องถือเป็นการส่งเสริมการบริโภคและใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบ และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้อีกด้วย



ผลการดำเนินงาน

- จำนวนบรรจุภัณฑ์ที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งหมด 1,638 SKU
- บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ร้อยละ 6.1
- บรรจุภัณฑ์ประเภทไม้หรือกระดาษจากวัสดุรีไซเคิล ร้อยละ 95.8



เป้าหมาย

- เกิดการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนจากการดำเนินการของบริษัทฯ ทั้งในส่วนของการบรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์จากการขนส่งสินค้า
- เพิ่มสัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดำเนินการตามหลัก 3R ได้แก่ การลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำวัสดุที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)



แนวทางการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน



การจัดการบรรจุภัณฑ์ของสินค้า

บริษัทฯ ได้วางกลยุทธ์ด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ให้มีความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ไปจนถึงบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งจนถึงมือลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ของสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Private Brand) ซึ่งมีการพัฒนาและออกแบบให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือนำไปรีไซเคิลได้ โดยบริษัทฯ จะให้ความสำคัญตั้งแต่การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของวัสดุรีไซเคิล ลดจำนวนชิ้นส่วนหรือขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม รวมไปถึงการลดปริมาณการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ของสินค้าของบริษัท มีส่วนช่วยในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดรูปแบบและประเภทของบรรจุภัณฑ์ของบริษัท เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. กลุ่มบรรจุภัณฑ์สินค้าลดการใช้สารเคมีหรือลดกระดาษ (Reduce Packaging)

- ลดการใช้กระดาษในการผลิตบรรจุภัณฑ์ (Reduce Paper Packaging) โดยใช้กระดาษในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีเฉพาะส่วนที่จำเป็นและลดขนาดของป้ายบอกรายละเอียดสินค้าเล็กน้อย
- ลดการใช้สารเคมีในบรรจุภัณฑ์ (Reduce Chemicals Packaging) โดยใช้หมึก Soy Ink ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์แทนโลหะหนัก เพื่อให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และสามารถนำไปรีไซเคิลได้
- ลดการใช้พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวในบรรจุภัณฑ์ Reduce Single-Use Plastics Packaging

2. กลุ่มบรรจุภัณฑ์สินค้าที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reusable Packaging)

- บริษัทฯ พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยพิจารณาถึงการลดการใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียวในบรรจุภัณฑ์ (Reduce Single-Use Plastics Packaging) ซึ่งต้องมีคุณสมบัติเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ เช่น การนำผ้ามาทำเป็นบรรจุภัณฑ์แทนพลาสติกในกลุ่มสินค้าผ้าผืน เป็นต้น

3. กลุ่มบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ผลิตมาจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Packaging)

- บริษัทฯ พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยพิจารณาถึงวัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ โดยบริษัทฯ เลือกใช้วัสดุที่มาจากคาร์บอนรีไซเคิล เช่น ใช้กระดาษรีไซเคิลแทนการใช้กระดาษใหม่ในการผลิตบรรจุภัณฑ์

ในปี 2567 มีจำนวนบรรจุภัณฑ์ที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งหมด 1,638 SKU โดยครอบคลุมกลุ่มสินค้าหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสินค้ากระเบื้อง สุขภัณฑ์ หลอดไฟ เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน อุปกรณ์จัดเก็บ อุปกรณ์ทำความสะอาด กระดาษทิชชู ผ้าผืน พรหม อุปกรณ์ออกกำลังกาย เครื่องมือช่าง และเครื่องมือจัดสวน

ข้อมูลการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกของผลิตภัณฑ์ Private Brand ของบริษัทฯ ในปี 2567

วัสดุบรรจุภัณฑ์พลาสติก	2563	2564	2565	2566	2567
ปริมาณน้ำหนักทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์พลาสติก (ตัน)	127.8	102.0	101.9	94.9	87.6
ร้อยละของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้	6.3%	7.5%	6.9%	6.5%	6.1%
การครอบคลุมของข้อมูล (ร้อยละของต้นทุนสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัทฯ)	19.5%	19.5%	20.8%	20.9%	21.1%

วัสดุบรรจุภัณฑ์อื่นๆ	การครอบคลุมของข้อมูล (ร้อยละของต้นทุนสินค้า)	น้ำหนักรวม (ตัน)	วัสดุรีไซเคิล (ร้อยละของน้ำหนักรวม)
ประเภทไม้หรือกระดาษ	21.1%	4,795.5	95.8%
ประเภทโลหะ เช่น อะลูมิเนียม หรือเหล็ก	21.1%	13.8	—
ประเภทแก้ว	21.1%	26.9	—

หมายเหตุ: เฉพาะต้นทุนสินค้าที่อยู่ในการควบคุมของบริษัท (Private Brand)



ในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มหันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว ส่งผลให้ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ในกระบวนการขนส่งเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มปริมาณขยะที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ในการขนส่ง บริษัทฯ ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จึงนำแนวทางการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน (Sustainable Packaging Commitment) มาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดดังนี้

- ยกเลิกการใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสินค้าที่ซ้ำซ้อน ในกระบวนการขนส่งสินค้าที่มีขนาดเล็ก เช่น ลดการใช้บรรจุภัณฑ์หลายชั้นลดการใช้บรรจุภัณฑ์มากเกินไปจนรวมถึงการปรับเปลี่ยนเป็นการจัดส่งสินค้าแบบไร้บรรจุภัณฑ์และบรรจุสินค้าในกล่องพลาสติก ตะกร้า หรือถาด ที่ออกแบบให้สะดวกต่อการขนส่งและสามารถนำกลับไปใช้ซ้ำได้แทน ทั้งนี้ในปี 2567 มีการจัดส่งสินค้าโดยใช้รถขนส่งของบริษัทฯ จำนวน 10,767 เที่ยว เทียบเท่ากับการลดใช้กระดาษในการผลิตกล่องพัสดุได้ถึง 289 ตัน
- นำขยะที่เกิดจากกระบวนการขนส่งไปรีไซเคิลเพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่ ทั้งขยะจากฟิล์มยืด (LLDPE) ที่ใช้ห่อหุ้มสินค้าเพื่อกันกระแทกที่ถูกนำไปผลิตเป็นถุงขยะ รวมถึงสายรัดพลาสติกที่ถูกนำไปรีไซเคิลและผลิตเป็นถุง Shopping Bag และนำกลับมาวางจำหน่ายใหม่อีกครั้ง



แนวทางการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการจัดการขยะและของเสียที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากปัญหาการจัดการของเสียอย่างไม่เหมาะสม สามารถส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ (Climate Change) ในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงจัดทำนโยบายสิ่งแวดล้อม รวมถึงนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาปรับใช้ให้เข้ากับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อลดปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งขยะที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้แล้วบริษัทฯ ยังปลูกฝังจิตสำนึกด้านการคัดแยกและการจัดการของเสียอย่างถูกต้อง เพื่อส่งเสริมการจัดการของเสียภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนส่งเสริมการจัดกิจกรรมในเชิงธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาการจัดการขยะและของเสียให้มีความยั่งยืน



ผลการดำเนินงาน

- ปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบ 948 ตัน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ของขยะทั้งหมด



เป้าหมาย

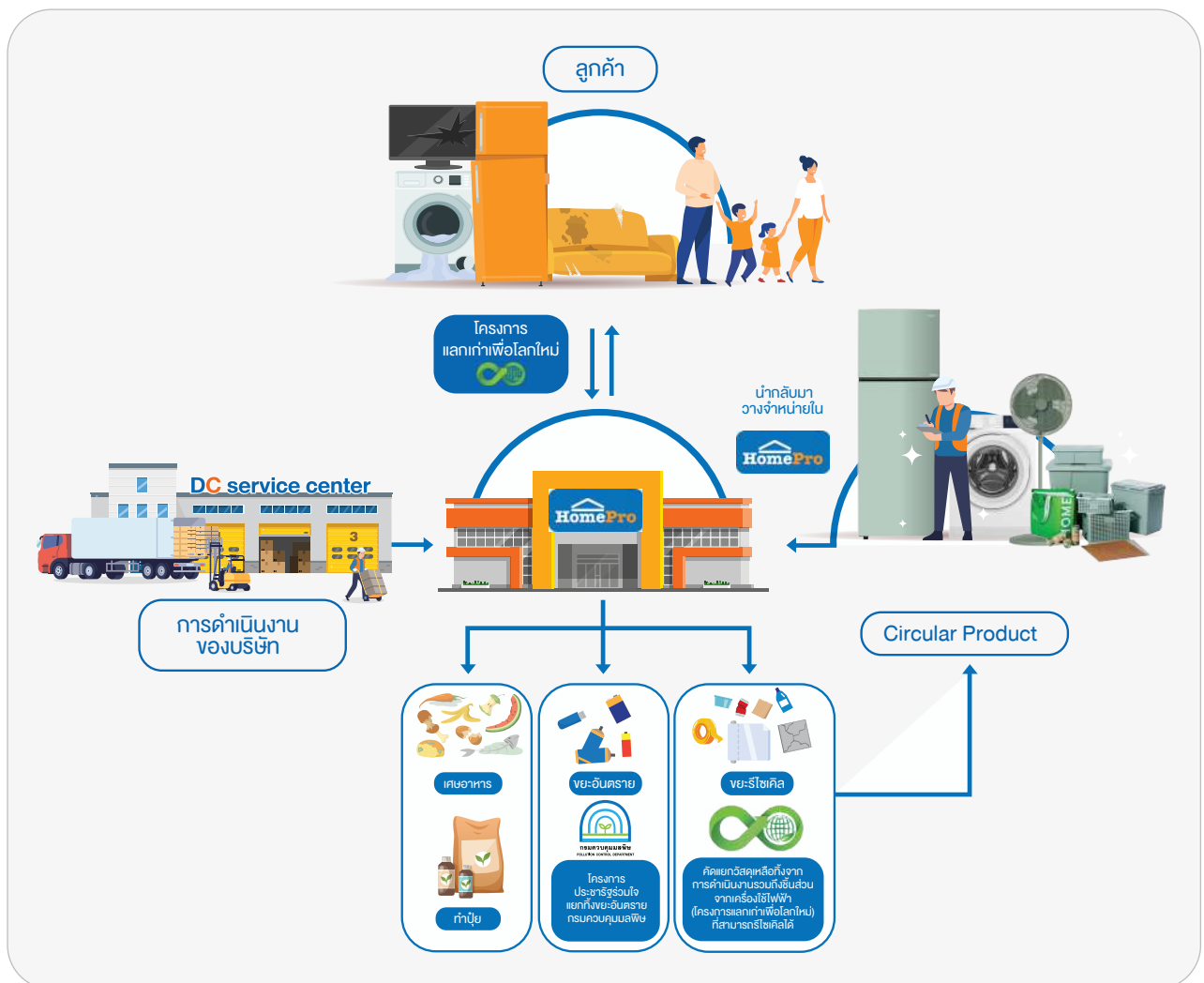
- ปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์ (Zero Waste) ภายในปี 2573



นโยบายสิ่งแวดล้อม



ด้วยความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการขยะทั้งภายในองค์กร ซึ่งเกิดจากกิจกรรมของพนักงาน ลูกค้า และการดำเนินธุรกิจ โดยการคัดแยกและส่งต่อไปให้บริษัทพันธมิตรจัดการอย่างถูกวิธี ช่วยลดปริมาณขยะที่ไปยังหลุมฝังกลบ รวมถึงการรับจัดการขยะจากภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นสินค้าชำรุดจากลูกค้าจากโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและสุขภัณฑ์ จะถูกนำมาคัดแยกและส่งต่อไปให้บริษัทพันธมิตรนำไปรีไซเคิลและผลิตใหม่เป็นสินค้าเพื่อนำกลับมาจำหน่าย การดำเนินการดังกล่าวช่วยลดปริมาณขยะ เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร และสนับสนุนการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืน





การจัดการขยะภายในองค์กร

บริษัทฯ มีการบริหารจัดการขยะและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการคัดแยกขยะแบ่งขยะออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ขยะรีไซเคิล ขยะเปียก ขยะอันตราย และส่งให้บริษัทคู่ค้าหรือคู่สัญญาไปจัดการอย่างถูกวิธีโดยไม่มีการใช้วิธีเผาทำลายขยะโดยไม่เกิดประโยชน์ ภายใต้แนวคิดของระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ตั้งแต่ภาคการผลิต การบริโภค ไปจนถึงการจัดการของเสีย ด้วยกระบวนการใช้ซ้ำ (Reuse) หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และการผลิตใหม่ (Upcycle) นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดกิจกรรมรณรงค์และอบรมพนักงานเรื่องการลดขยะและคัดแยกขยะเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพการคัดแยกขยะ

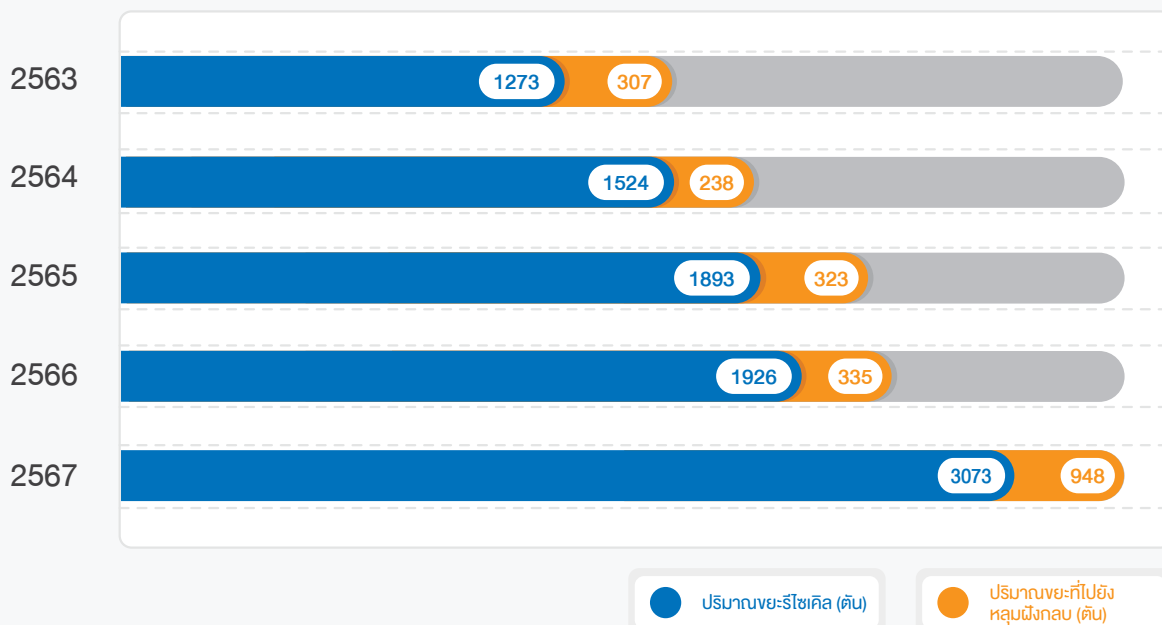


การพัฒนาสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลเพื่อลดขยะ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการคัดแยกและรวบรวมขยะจากกระบวนการดำเนินงานที่สามารถรีไซเคิลได้ เพื่อส่งให้คู่ค้านำไปพัฒนาเป็นสินค้าและบรรจุภัณฑ์จากวัสดุรีไซเคิล ภายใต้แนวคิดส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และการรีไซเคิลแบบครบวงจร (Close-loop Recycle) โดยแบ่งประเภทขยะรีไซเคิลได้ดังนี้ ขยะประเภทพลาสติก ได้แก่ พลาสติกฟิล์มยืดพลาสติก (ชนิด LLDPE) สายรัดพลาเทท (ชนิด PP) จะถูกส่งให้บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ เอสซีจีซี (SCGC) และขยะประเภทกระดาษ จะส่งให้บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ เอสซีจีพี (SCGP) เพื่อทำการรีไซเคิล นอกจากนี้ยังมีการจัดการขยะรีไซเคิลประเภทอื่นๆ ได้แก่ โฟมและกระเบื้อง โดยจะส่งให้คู่ค้าที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการจัดการอย่างถูกวิธี โดยในปี 2567 มีปริมาณขยะจากกระบวนการดำเนินงานที่นำไปรีไซเคิล จำนวน 3,073 ตัน

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

ผลการดำเนินงาน



หมายเหตุ : ในปี 2567 ปริมาณขยะรีไซเคิล และปริมาณขยะที่ไปยังหลุมฝังกลบเพิ่มขึ้น เนื่องจากการรวมบริษัทย่อยและศูนย์กระจายสินค้า

♻️ สื่อประชาสัมพันธ์รักษ์โลก

บริษัทฯ ในฐานะผู้นำในธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม แคมเปญ หรือโปรโมชันทางตลาด เพื่อให้ลูกค้าทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง จึงมีความจำเป็นต้องติดตั้งสื่อ ณ จุดขายสาขาเพื่อให้ลูกค้ารับรู้ข้อมูลได้เห็นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะสื่อโฆษณาประเภท Standee และ Hanging Banner ซึ่งถือเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่บริษัทฯ มีการผลิตเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ ตระหนักถึงปัญหาลิ่งแวดล้อมและมีความมุ่งมั่นในการลดใช้พลาสติก จึงได้มีการปรับเปลี่ยนวัสดุในการผลิต Standee และ Hanging Banner พิวเจอร์บอร์ด ซึ่งผลิตมาจากพลาสติกชนิดโพลีโพรพิลีน (Polypropylene) เป็น Standee และ Hanging Banner ที่ผลิตจากกระดาษและวัสดุรีไซเคิล ซึ่งมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยังมีความแข็งแรง สามารถใช้งานซ้ำได้หลายครั้ง ถือเป็น การสนับสนุนการลดใช้พลาสติก ลดใช้วัตถุดิบการผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติ และช่วยปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานในการส่งเสริมการใช้งานวัสดุรีไซเคิลอีกด้วย ทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทฯ สามารถใช้สื่อโฆษณาประเภท Standee และ Hanging Banner ที่ผลิตจากกระดาษรีไซเคิล 100% คิดเป็นปริมาณลดการใช้พลาสติกพิวเจอร์บอร์ด จำนวน 6.67 ตัน ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 37 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และเทียบเท่ากับการปลูกต้นไม้ 4,206 ต้น



➡️ โครงการ “E-Expense สะดวก ปลอดภัย ไม่ต้องถือเงินสด ลดใช้กระดาษ”

บริษัทฯ ได้ปรับปรุงขั้นตอนการเบิกเงินสดย่อย (Petty Cash) โดยใช้ระบบลงทะเบียนขออนุมัติการเบิกผ่านแบบฟอร์มออนไลน์ (E-Expense) แทนการใช้กระดาษ และปรับปรุงขั้นตอนในรูปแบบการโอนเงินแทนการใช้เงินสด ถือเป็นการเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ลดขั้นตอนการดำเนินการที่ซับซ้อน และสร้างความปลอดภัยและโปร่งใสในการตรวจสอบและติดตามผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสนับสนุนการลดใช้กระดาษ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย โดยบริษัทฯ ได้เริ่มโครงการตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2567 เป็นต้นมา ซึ่งในปี 2567 สามารถลดการใช้กระดาษขนาด A4 ได้ จำนวน 7,918 แผ่น ช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 0.19 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และเทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 22 ต้น

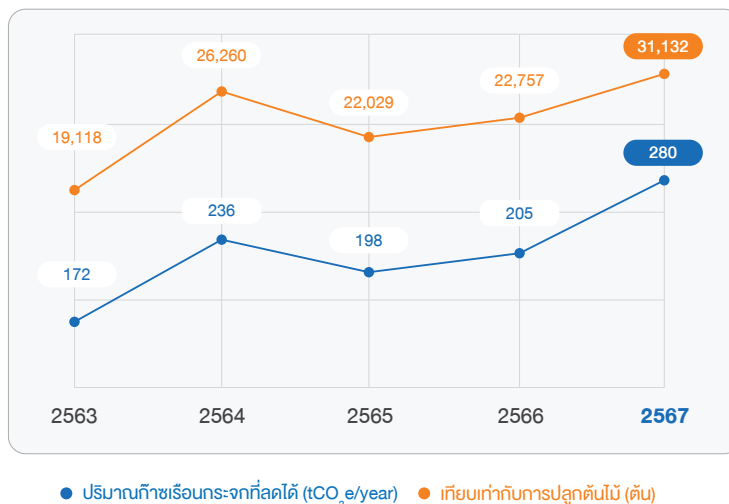


➡️ โครงการ “คัดแยกขยะอันตรายก่อนทิ้ง”

บริษัทฯ มีแนวทางส่งเสริมการคัดแยกขยะอันตรายออกจากขยะประเภทอื่นๆ ก่อนทิ้ง เพื่อเก็บรวบรวมขยะอันตราย เช่น หลอดไฟ ถ่านไฟฉาย ภาชนะบรรจุสารเคมี ซากโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ต่อพ่วง ก่อนจะนำไปกำจัดอย่างถูกวิธี โดยได้ตั้งจุดทิ้งสำหรับขยะอันตรายโดยเฉพาะ พร้อมทั้งเข้าร่วมโครงการ “ประชารัฐร่วมใจ แยกทิ้งขยะอันตราย” ตั้งแต่ปี 2560 ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร และภาคเอกชน เพื่อป้องกันการปนเปื้อนต่อสิ่งแวดล้อมและป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่อสุขภาพอนามัยของมนุษย์

➤ โครงการ “Care the Bear: Change the Climate Change by Eco Event”

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในโครงการ “Care the Bear: Change the Climate Change by Eco Event” เพื่อร่วมลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศจากก๊าซเรือนกระจกผ่านการจัดกิจกรรมหรืออีเว้นท์ (Eco Event) ที่สอดคล้องกับ Sustainable Development Goals (SDGs) ข้อที่ 13 “Climate Action” บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน จึงได้จัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ในรูปแบบออนไลน์ (E-AGM) พร้อมทั้งเผยแพร่เอกสารการประชุมและข้อมูลที่เกี่ยวข้องบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อเป็นการลดการใช้พลังงานจากการเดินทาง รวมถึงงดการแจกเอกสาร โดยใช้การส่งรายละเอียดการประชุมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แทน เพื่อช่วยลดการใช้กระดาษและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



🏠 การจัดการขยะภายนอกองค์กร

บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามหลักการของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยพัฒนาและจัดการผลิตภัณฑ์แบบครอบคลุมทั้งวงจรตลอดทุกช่วงอายุของผลิตภัณฑ์ให้เกิดเป็น Closed-loop Circular ตั้งแต่การคัดสรรสินค้าเพื่อวางจำหน่าย การดูแลให้บริการทุกช่วงอายุของสินค้า เพื่อเป็นการยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้งานได้นานและคุ้มค่ามากที่สุด รวมถึงการจัดการสินค้าที่ชำรุดและไม่สามารถซ่อมได้ อย่างถูกวิธีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมารีไซเคิลผลิตเป็นสินค้าใหม่



➤ การคิดสรรและจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท มุ่งมั่นคัดสรรและจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยเลือกสินค้าที่มีความมาตรฐานความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน เช่น เลือกสินค้าที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล หรือสินค้าที่มีอายุการใช้งานยาวนาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการลดขยะและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

➤ บริการขยายระยะเวลาประกันต่อจากผู้ผลิต (Extended Warranty)

ลูกค้าสามารถเลือกที่จะซื้อบริการเสริมอย่างการขยายระยะเวลาประกันต่อจากผู้ผลิตเพิ่มเติม ซึ่งจะนับระยะเวลาเพิ่มขึ้นอีก 2 ปี หลังจากที่ทำกรซื้อสินค้า เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้งานสินค้า การขยายระยะเวลาประกันนี้ช่วยลดความจำเป็นในการซื้อสินค้าทดแทนและสามารถช่วยลดการทิ้งของขยะได้

➤ บริการซ่อมและทำความสะอาดเครื่องใช้ไฟฟ้า (Home Services)

บริการซ่อมและทำความสะอาดเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นบริการที่ช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องใช้ไฟฟ้า ลดค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าทดแทนใหม่ นอกจากนี้ยังช่วยลดปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดจากการทิ้งเครื่องใช้ไฟฟ้าที่หมดอายุการใช้งาน และช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย

➤ ศูนย์ซ่อม (Repair Center)

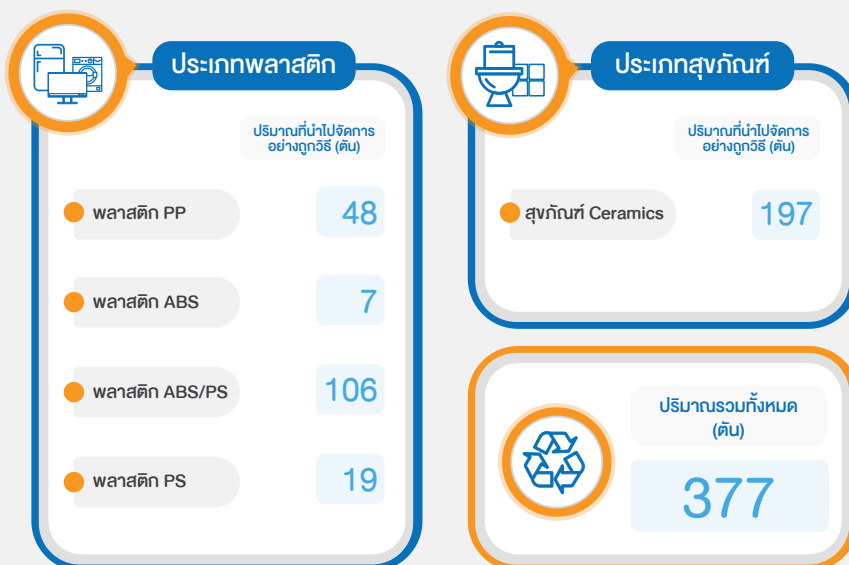
หากสินค้าได้มีการชำรุดทางบริษัท มีศูนย์ซ่อมที่พร้อมด้วยช่างคุณภาพที่ได้มาตรฐานรับรองจากแบรนด์ผู้ผลิตชั้นนำเพื่อลดเวลาในการซ่อมเมื่อเทียบกับการซ่อมโดยทางผู้ผลิต ลูกค้าสามารถนำสินค้าที่ชำรุดมาที่โฮมโปรสาขาใดก็ได้เพื่อใช้บริการนี้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด หากเกินระยะเวลาที่กำหนดบริษัท สามารถดำเนินการซ่อมแซมได้ โดยมีค่าใช้จ่ายในอัตรามาตรฐาน โดยในปี 2567 มีสินค้าที่ใช้บริการจากศูนย์ซ่อมทั้งหมด 22,821 รายการ

➤ โครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade In)

ลูกค้าสามารถนำเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าที่ชำรุดแล้ว มาแลกเปลี่ยนส่วนลดเพื่อซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ผ่านโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade In) ซึ่งถูกริเริ่มในปี 2566 โดยบริษัท จะรวบรวมเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่า เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า เตารีด ไมโครเวฟ จอคอมพิวเตอร์ พัดลม ส้วม เครื่องตัดหญ้ารวมถึงสุขภัณฑ์เก่า มาบริหารจัดการ คัดแยก เพื่อนำวัสดุเหล่านั้นเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและนำกลับมาผลิตเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าหรือสินค้าอีกครั้ง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากขยะอันตราย

โดยในปี 2567 มีสินค้าเก่าที่ลูกค้านำมาเข้าร่วมโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่มีทั้งหมด 173,224 ชิ้น และได้ถูกนำไปคัดแยกและจัดการอย่างถูกวิธีทั้งหมดปริมาณ 377 ตัน ซึ่งสามารถลดปัญหาการกำจัดขยะผิดวิธีที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตได้ โดยเฉพาะการลดสารพิษที่อาจเกิดจากการทิ้งเครื่องใช้ไฟฟ้าไม่ถูกวิธี นอกจากนี้ยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรในการผลิตสินค้าใหม่ได้อีกด้วย

ประเภทวัสดุที่ถูกคัดแยกและนำไปจัดการอย่างถูกวิธี



➤ การจัดการซากผลิตภัณฑ์ (Waste Management)

สำหรับซากผลิตภัณฑ์ที่ชำรุดและไม่สามารถซ่อมได้จากโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade In) ทางบริษัทฯ จะดำเนินการจัดการซากผลิตภัณฑ์เหล่านี้ตามกระบวนการที่ได้มาตรฐานและถูกวิธี ทั้งซากผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า (Waste Electrical and Electronic Equipment: WEEE) ซึ่งเป็นขยะอันตราย รวมถึงซากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ เช่น สุขภัณฑ์ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ในกระบวนการคัดแยกชิ้นส่วนซากผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับ บริษัท เอเชีย กรีน รีสเครป จำกัด (AGES) ซึ่งได้รับใบอนุญาตการประกอบกิจการโรงงานลำดับที่ 105 และ 106* รวมทั้งได้รับรองมาตรฐาน ISO14001:2015 โดย AGES มีบทบาทในการคัดแยกชิ้นส่วนจากซากผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างถูกวิธีเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล ชิ้นส่วนที่สามารถนำไปรีไซเคิลจะถูกนำไปผลิตเป็นสินค้าใหม่ต่อไป ซึ่งเป็นการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้โครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ยังครอบคลุมถึงสินค้าประเภทฟูกที่นอน โซฟา และสุขภัณฑ์ โดยทางบริษัทฯ ยังคงยึดมั่นในหลักการของเศรษฐกิจหมุนเวียน และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชนเป็นหลัก หากพบวัสดุที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ บริษัทฯ จะดำเนินการย่อยสลายชิ้นๆ และแปรรูปเป็นเชื้อเพลิงขยะมูลฝอย (Refuse Derived Fuel: RDF) เพื่อหลีกเลี่ยงการทิ้งที่หลุมฝังกลบ หรือการเผาไหม้ที่ไม่เกิดประโยชน์ โดยการดำเนินการนี้จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

➤ การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Reproduce to New Product)

ต่อเนื่องจากการจัดการซากผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ นำวัสดุที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ เข้าสู่กระบวนการแปรรูปและเปลี่ยนเศษวัสดุเป็นวัตถุดิบใหม่ โดยร่วมมือกับคู่ค้าผู้แปรรูปเพื่อวางแผน ออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และกำหนดชนิดวัตถุดิบรีไซเคิลที่ต้องการ จากนั้นจะส่งต่อไปให้คู่ค้าผู้ผลิตนำไปใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่ ตัวอย่างเช่น การร่วมมือกันระหว่างบริษัทฯ และบริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ SCGC ในการนำชิ้นส่วนพลาสติกที่ได้จากเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าเหลือทิ้งผ่านกระบวนการแปรรูปให้เป็นพลาสติกคุณภาพสูงที่เรียกว่า Post-Consumer Recycled Plastic หรือ PCR ก่อนจะใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตฝาหน้าของตู้เย็น รวมทั้งนำไปเป็นส่วนผสมในสินค้าชนิดอื่นๆ อาทิ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม ตะกร้า โดยกำหนดสินค้ากลุ่มนี้เป็นผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (Circular Product)



นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนากระบวนการรีไซเคิลซากผลิตภัณฑ์ไปยังสินค้าประเภทอื่นๆ ด้วย อาทิ กลุ่มสินค้าประเภทสุขภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำมารีไซเคิลและใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตกระเบื้องได้อีกด้วย ทั้งนี้บริษัทฯ มีการตั้งเป้าหมายสัดส่วนรายได้สินค้า Circular Product เป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2573

หมายเหตุ: ตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 โรงงานลำดับที่ 105 หมายถึง โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการคัดแยกหรือฝังกลบ สิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วที่มีลักษณะและคุณสมบัติตามที่กำหนด และโรงงานลำดับที่ 106 หมายถึง โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการนำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ไม่ใช้แล้วหรือของเสียจากโรงงานมาผลิตเป็นวัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตทางอุตสาหกรรม

E

การจัดการพลังงานและทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนในธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากความต้องการพลังงานและทรัพยากรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับปัญหาขาดแคลนทรัพยากรที่อาจเกิดในอนาคต บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการบริหารจัดการทรัพยากรทั้งพลังงานไฟฟ้า เชื้อเพลิง และน้ำให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยคำนึงถึงการลดผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรที่มาจากแหล่งฟอสซิล และการสนับสนุนการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อรักษาสິงแวดล้อม และรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต ทั้งนี้บริษัทฯ ได้พัฒนาและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรและส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจในทิศทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ผลการดำเนินงาน

- ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่ลดลงร้อยละ 43 จากปีฐาน
- ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตจากโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ 92,038,340 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh/year) คิดเป็นร้อยละ 32.1 ของสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ
- ปริมาณการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิง 16,500 กิกะจูล
- น้ำทิ้งได้รับการบำบัดตามเกณฑ์มาตรฐานร้อยละ 100



เป้าหมาย

- ภายในปี 2568 การใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่ลดลงร้อยละ 40 จากปีฐาน
- รักษาปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตจากโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ ไม่น้อยกว่า 30,000,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อปี (kWh/year)
- ภายในปี 2573 ผลิตหรือใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) ร้อยละ 100 ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ
- ลดปริมาณการใช้เชื้อเพลิงจากปีก่อนหน้า
- ลดปริมาณการใช้น้ำจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- เพิ่มการใช้ประโยชน์จากน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสีย
- น้ำทิ้งได้รับการบำบัดตามเกณฑ์มาตรฐานร้อยละ 100



นโยบายการจัดการพลังงาน



นโยบายอนุรักษ์พลังงาน



นโยบายพลังงานทดแทน



การบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้า

การเติบโตทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของธุรกิจส่งผลให้ความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการขาดแคลนพลังงานในอนาคต และผลกระทบที่เกิดจากแหล่งพลังงานไฟฟ้าที่มาจากเชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง เนื่องจากเชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นทรัพยากรที่มีจำกัดและก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ จึงดำเนินการวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร พร้อมทั้งเลือกใช้พลังงานหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์ควบคู่ไปกับลงทุนใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อลดการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งเชื้อเพลิงฟอสซิล ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ

การดำเนินงานเพื่อลดการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่งขององค์กร

➤ การใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy)

พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) เป็นพลังงานที่ใช้แล้วเกิดขึ้นใหม่ได้ตามธรรมชาติ เป็นพลังงานสะอาด ปราศจากมลพิษ ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเป็นพลังงานที่มีศักยภาพสูง บริษัทฯ มีการกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือใช้พลังงานหมุนเวียน ร้อยละ 100 ในสาขาที่มีอาคารเป็นของบริษัทฯ ภายในปี 2573 โดยบริษัทฯ ได้เลือกใช้พลังงานหมุนเวียนจากพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ทดแทนพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล โดยบริษัทฯ ได้เริ่มติดตั้งโซลาร์เซลล์ (Solar Cell) บนหลังคา ศูนย์จำหน่ายสินค้าโฮมโปร ศูนย์จำหน่ายสินค้าเมกาโฮม ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ และศูนย์กระจายสินค้า มาตั้งแต่ปี 2558 และดำเนินการติดตั้งอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ในปี 2567 บริษัทฯ ทำการติดตั้งโซลาร์เซลล์แล้วกว่า 97 สาขา เพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ทดแทนการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่ง ซึ่งโซลาร์เซลล์สามารถเปลี่ยนพลังงานแสงอาทิตย์ให้เป็นพลังงานไฟฟ้า และกระแสไฟฟ้าที่ผลิตได้จากโซลาร์เซลล์จะเป็นไฟฟ้ากระแสตรง (Direct Current) ทำให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทันที

ทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทฯ ผลิตไฟฟ้าจากหลังคาโซลาร์เซลล์ได้ถึง 92,038,340 กิโลวัตต์ชั่วโมง ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 47,568 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี และสามารถคิดเป็นอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Return on Investment: EROI) เท่ากับร้อยละ 24.6



EROI

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

$$= 24.6\%$$

ปี	จำนวนสาขาที่มีการผลิตไฟฟ้า	ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้ (kWh)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO ₂ e/year)
2560	12	13,675,324	7,760
2561	30	31,464,766	17,910
2562	30	32,376,668	18,429
2563	48	37,659,040	21,435
2564	48	42,359,424	23,166
2565	65	52,382,640	28,095
2566	80	73,642,243	38,503
2567	97	92,038,340	47,568

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

➤ ระบบ Building Control Monitoring System (BCMS)

บริษัทฯ ได้นำเทคนิคในการประหยัดไฟมาปรับใช้ในหลายสาขาและได้ติดตั้งระบบ Building Control Monitoring System for Energy (BCMS) เพื่อบริหารจัดการและควบคุมอาคารอัตโนมัติ โดยเน้นการเชื่อมต่อแบบเต็มรูปแบบของทุกๆ ระบบภายในอาคาร ซึ่งสามารถติดตามตรวจสอบ และควบคุมระบบหลักๆ ภายในอาคารได้แบบอัตโนมัติ ทั้งระบบไฟฟ้าภายในอาคาร ระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการการใช้ไฟฟ้า และควบคุมปริมาณการใช้ไฟในภาพรวมให้ลดลงได้อย่างมีนัยสำคัญ

โดยในปี 2567 มีจำนวนสาขาที่ติดตั้งระบบ Building Control Monitoring System for Energy (BCMS) สะสม 67 สาขา สามารถลดปริมาณการใช้พลังงานได้ถึง 5,040,995 กิโลวัตต์ชั่วโมง และช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 2,519 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

ปี	จำนวนสาขาที่ติดตั้งสะสม	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ลดลง (kWh)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO ₂ e/year)
2563	17	1,497,275	634
2564	32	6,322,104	3,016
2565	47	4,835,680	2,417
2566	67	4,026,031	2,012
2567	67	5,040,995	2,519

➤ การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้า

ภายใต้การขยายตัวของธุรกิจของบริษัทฯ ควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงในปัจจุบัน การลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2567 บริษัทฯ มีกิจกรรมปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าดังนี้

การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้า	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าที่ลดลง (kWh/year)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้ (tCO ₂ e/year)
ควบคุมและปรับเวลาการเปิด-ปิดไฟฟ้าในอาคารและรอบอาคาร	13,747	6.9
ปรับลดเวลาการเปิด-ปิดระบบปรับอากาศ ระบบระบายอากาศ และอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า	206,670	103.3
ปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร <ul style="list-style-type: none"> ปรับความเร็วรอบของมอเตอร์เครื่องจักร ปรับโหมดการทำงานให้เหมาะสมกับฤดูกาล บำรุงรักษาและประเมินประสิทธิภาพการทำงาน เลือกใช้ขนาดและประเภทเครื่องจักรให้เหมาะสมกับพื้นที่และวัตถุประสงค์การใช้งาน 	823,477	411.7

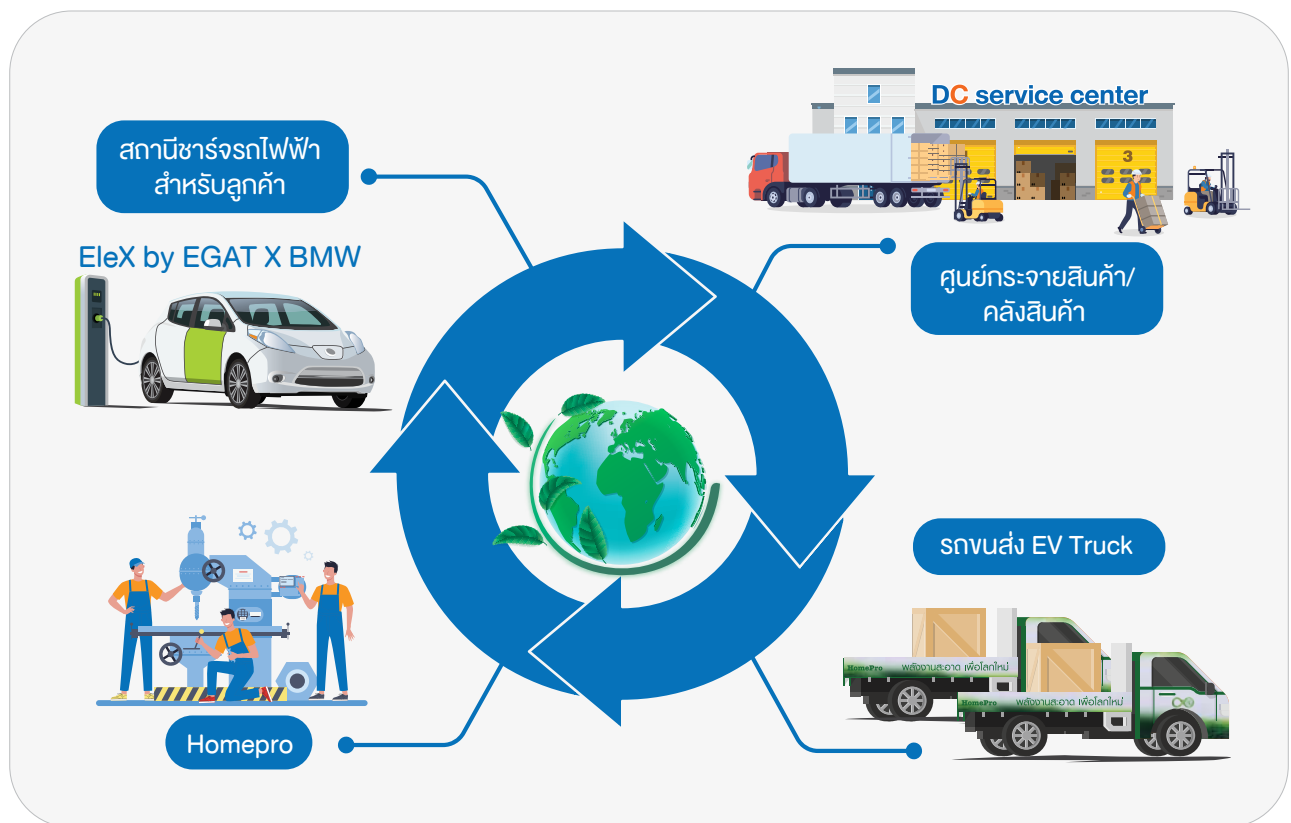
การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้า	ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า ที่ลดลง (kWh/year)	ปริมาณก๊าซเรือนกระจก ที่ลดได้ (tCO ₂ e/year)
ปรับปรุงระบบไฟฟ้าแสงสว่าง <ul style="list-style-type: none"> • ปรับเปลี่ยนชนิดหลอดไฟเป็นชนิดประหยัดพลังงาน • ติดตั้ง Motion Sensor เพื่อควบคุมการเปิดไฟฟ้าแสงสว่าง • ลดระยะห่างการติดตั้งหลอดไฟบนพื้นที่ 	174,825	87.4

➤ ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้พิจารณาผลการดำเนินงานการลดการใช้ไฟฟ้าจากระบบสายส่งขององค์กร โดยเปรียบเทียบจากดัชนีการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ (Specific Energy Consumption หรือ SEC)

ปี	จำนวนสาขา	ปริมาณการใช้ พลังงานไฟฟ้า (GWh)	ปริมาณการใช้ไฟฟ้า ต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ (kWh/Sq.m.)
2557	63	155	370
2558	72	159	307
2559	76	158	293
2560	80	158	276
2561	80	144	252
2562	81	147	256
2563	83	112	227
2564	87	136	213
2565	87	146	227
2566	91	144	217
2567	141	215	158

หมายเหตุ: ในปี 2567 ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น และปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ลดลง เนื่องจากการรวมบริษัทย่อย และศูนย์กระจายสินค้า



การบริหารจัดการเชื้อเพลิงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการลดการใช้เชื้อเพลิงประเภทน้ำมันและก๊าซหุงต้ม ซึ่งเป็นสาเหตุของมลพิษทางอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เครื่องยนต์ โดยนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเข้ามาใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การขนส่ง การจัดการคลังสินค้า รวมถึงการใช้น้ำมันของเครื่องจักร เพื่อช่วยลดการปล่อยมลพิษทางอากาศและลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เครื่องยนต์ ตลอดจนสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการลดใช้เชื้อเพลิงประเภทน้ำมัน

การดำเนินงานด้านการจัดการเชื้อเพลิง

การจัดการเชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่จะช่วยลดต้นทุนการผลิต แต่ยังเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่โลกกำลังเผชิญกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ จึงนำเทคโนโลยีพลังงานสะอาดและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้

รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck)

บริษัทฯ นำรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) มาใช้แทนรถขนส่งแบบน้ำมัน โดยเริ่มทดลองใช้งานในปี 2566 ปัจจุบันมีรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) จำนวน 13 คัน สามารถลดการใช้น้ำมันได้ 96,123 ลิตรต่อปี และลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 309 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

รถยกไฟฟ้า (Electric Forklift)

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เปลี่ยนมาใช้รถยกไฟฟ้า (Electric Forklift) แทนการใช้รถยกประเภทน้ำมันและแก๊สหุงต้ม จำนวนทั้งสิ้น 232 คัน โดยเป็นรถยกไฟฟ้าที่ใช้แบตเตอรี่ประเภทตะกั่วกรด (Lead Acid Battery) จำนวน 184 คัน และแบตเตอรี่ประเภทลิเทียม (Lithium Battery) 48 คัน ทั้งนี้ทาง บริษัทฯ มีแผนปรับเปลี่ยนประเภทแบตเตอรี่ของรถยกไฟฟ้าจากประเภทตะกั่วกรด ให้เป็นรถที่ใช้แบตเตอรี่ประเภทลิเทียม ซึ่งเป็นประเภทของแบตเตอรี่ที่มีประสิทธิภาพในการใช้งานสูงกว่า มีชั่วโมงการชาร์จของแบตเตอรี่น้อยกว่า และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าแบตเตอรี่แบบตะกั่วกรด เนื่องจากผลิตมาจากวัสดุที่ไม่ก่อให้เกิดองค์ประกอบที่เป็นสารโลหะหนักที่เป็นอันตราย เช่น ตะกั่ว ปรอท และแคดเมียม นอกจากนี้ แบตเตอรี่ประเภทลิเทียมมีอายุการใช้งานได้ยาวนาน จำนวน Life Cycle มากกว่าแบตเตอรี่ตะกั่วกรด 2-3 เท่า สามารถลดจำนวนแบตเตอรี่ที่ใช้งาน ซึ่งจะลดปริมาณขยะมูลฝอยมลพิษที่เป็นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

➤ การบริหารจัดการน้ำมันของเครื่องจักร

บริษัทฯ บริหารจัดการน้ำมันของเครื่องจักร ผ่านมาตรการตรวจสอบการชำรุดและบำรุงรักษาเครื่องจักรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เครื่องจักรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียพลังงาน และป้องกันการใช้เชื้อเพลิงเกินความจำเป็น รวมถึงติดตั้งระบบ Building Control Monitoring System (BCMS) เพื่อควบคุมและ Monitor การเปิด-ปิดให้เครื่องจักรใช้ปริมาณน้ำมันอย่างเหมาะสม



➤ สถานีชาร์จรถไฟฟ้า Charge and Shop

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและสนับสนุนการใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อผลักดันประเทศสู่การเป็น Carbon Neutrality ในฐานะผู้นำ Home Solution และ Living Experience ได้เปิดประสบการณ์ใหม่ให้แก่ลูกค้า เพื่อสนับสนุนให้เกิดไลฟ์สไตล์วิถีใหม่ Charge and Shop ตอบสนองการเปลี่ยนแปลง การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ของผู้เดินทางและนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางด้วยรถยนต์ไฟฟ้า โดยบริษัทฯ ได้ร่วมมือกับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) และบีเอ็มดับเบิลยู กรุ๊ป ประเทศไทย เปิดให้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า EleX by EGAT X BMW ทั้งหมด 22 สถานี ซึ่งอยู่ในพื้นที่ของศูนย์การค้าไฮมโปร 19 สาขา ได้แก่ ไฮมโปรสาขาชัยพฤกษ์ ราชพฤกษ์ จรัญสนิทวงศ์ พระราม 9 พระราม 3 พระราม 2 เอกมัย-รามอินทรา กัลปพฤกษ์ สุขสวัสดิ์ บางนา กม.1 ราชบุรี ระยอง สกลนคร ภูเก็ต (กลาง) ภูเก็ต (ฉลอง) พัทยา ร้อยเอ็ด สุรินทร์ เลย และศูนย์การค้า มาร์เก็ต วิลเลจ 3 สาขา ได้แก่ ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ รังสิตคลอง 4 และศูนย์การค้ามาร์เก็ต วิลเลจ หัวหิน ซึ่งติดตั้งเครื่องอัดประจุไฟฟ้าแบบ Fast Charger และ Normal Charger ขนาด 120 kW และขนาด 22 kW 1 เครื่อง 3 หัวจ่าย สามารถรองรับการชาร์จรถได้พร้อมกัน 2 คัน เป็นการยกระดับความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการไฮมโปรและมาร์เก็ตวิลเลจ รวมถึงเปิดให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป โดยสามารถจองชาร์จ จ่าย ได้ง่ายๆ ผ่านแอปพลิเคชัน “EleXA”



บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการรักษาทรัพยากรน้ำซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ และบริหารจัดการให้มีการใช้น้ำอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ โดยได้ดำเนินการติดตามและประเมินความเสี่ยงด้านการใช้น้ำด้วยเครื่องมือ Aqueduct Water Risk Atlas ที่พัฒนาโดย World Resources Institute (WRI) ในการวิเคราะห์สัดส่วนปริมาณการดึงน้ำและการใช้น้ำของบริษัทฯ ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ (Water Stress) เพื่อพัฒนามาตรการป้องกันความเสี่ยงและลดผลกระทบจากการขาดแคลนทรัพยากรน้ำที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต โดยแหล่งน้ำหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ คือน้ำประปา และจากแหล่งน้ำบาดาลในบางสาขา

การดำเนินงานด้านการจัดการน้ำ

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

ด้านการจัดการน้ำทั้งที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย และควบคุมคุณภาพน้ำที่ผ่านกระบวนการบำบัดให้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกองค์กร เพื่อเป็นการป้องกันการปนเปื้อนของแหล่งน้ำชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมบริเวณโดยรอบบริษัทฯ และมีการตรวจสอบโดยหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้นำบางส่วนที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ซ้ำในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น รดน้ำต้นไม้ หรือล้างพื้นลานจอดรถ เป็นต้น



▶ ผลการดำเนินงานด้านการจัดการน้ำ

ในปี 2567 บริษัทฯ มีปริมาณการดึงน้ำทั้งหมดจำนวน 1,786,207 ลูกบาศก์เมตร (ลบ.ม.) แบ่งเป็นน้ำจากการประปาจำนวน 1,688,729 ลูกบาศก์เมตร (ลบ.ม.) และน้ำจากบาดาลจำนวน 97,478 ลูกบาศก์เมตร (ลบ.ม.) โดยบริษัทฯ มีปริมาณการใช้น้ำจำนวน 357,241 ลูกบาศก์เมตร (ลบ.ม.) คิดเป็นปริมาณการใช้น้ำสุทธิต่อสาขาจำนวน 2,534 ลูกบาศก์เมตร (ลบ.ม.) และคิดเป็นปริมาณการใช้น้ำสุทธิต่อผู้ใช้บริการจำนวน 0.016 ลบ.ม. ต่อคน ทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายการใช้น้ำภายในองค์กรไม่เกิน 400,000 ลูกบาศก์เมตร

ในส่วนของการจัดการน้ำทั้งจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้ผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสียและผ่านการตรวจสอบคุณภาพเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดโดยกรมควบคุมมลพิษก่อนปล่อยออกสู่ภายนอกองค์กร คิดเป็นปริมาณ 1,428,966 ลูกบาศก์เมตร (ลบ.ม.) หรือร้อยละ 100 ของปริมาณน้ำทั้งหมด

สถิติการใช้น้ำ	2563	2564	2565	2566	2567
ปริมาณการดึงน้ำ (ลบ.ม.)⁴	840,249	1,258,667	1,231,060	1,050,085	1,786,207
- น้ำจากการประปา (ลบ.ม.)	711,527	840,189	898,261	972,047	1,688,729
- น้ำจากบาดาล (ลบ.ม.)	128,722	418,478	332,799	78,038	97,478
ปริมาณน้ำทิ้ง (ลบ.ม.)¹	672,199	1,006,934	984,848	840,068	1,428,966
- น้ำจากการประปา (ลบ.ม.)	569,222	672,151	718,609	777,638	1,350,983
- น้ำจากบาดาล (ลบ.ม.)	102,978	334,782	266,239	62,430	77,982
ปริมาณการใช้น้ำ (ลบ.ม.)²	168,050	251,733	246,212	210,017	357,241
- น้ำจากการประปา (ลบ.ม.)	142,305	168,038	179,652	194,409	337,746
- น้ำจากบาดาล (ลบ.ม.)	25,744	83,696	66,560	15,608	19,496
รวมจำนวนสาขา ³	83	87	87	91	141
ปริมาณการใช้น้ำต่อสาขา (ลบ.ม.)	2,025	2,893	2,830	2,308	2,534
ปริมาณการใช้น้ำต่อคน (ลบ.ม.)	0.009	0.014	0.014	0.012	0.016

หมายเหตุ:

1. ปริมาณน้ำทิ้ง (Water Discharge) คิดเป็นร้อยละ 80 ของปริมาณการดึงน้ำ (Water Withdrawal) อ้างอิงตามคู่มือระบบบำบัดน้ำเสียชุมชน ฉบับ พ.ศ. 2560 ของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. ปริมาณการใช้น้ำ (Water Consumption) = ปริมาณการดึงน้ำ (Water Withdrawal) – ปริมาณน้ำทิ้ง (Water Discharge)
3. รวมจำนวนสาขา หมายถึงสาขาทั้งหมดที่มีการใช้น้ำ (รวมน้ำจากการประปาและน้ำจากบาดาล)
4. ปริมาณการดึงน้ำทั้งหมดของบริษัทฯ มาจากแหล่งน้ำจืด (Freshwater) ทั้งหมด โดยแบ่งเป็นน้ำจากการประปา (Third-party Water) และน้ำจากบาดาล (Groundwater)
5. ในปี 2567 สถิติการใช้น้ำเพิ่มขึ้นเนื่องจากการรวมบริษัทย่อยและศูนย์กระจายสินค้า

▶ การประเมินความเครียดน้ำ (Water Stress Assessment)

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดึงทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ โดยเฉพาะทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญ บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการประเมินความเครียดน้ำ (Water Stress Assessment) ในพื้นที่ที่มีการก่อตั้งสาขา เพื่อประเมินสถานะของแหล่งน้ำและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อระบบนิเวศ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทฯ ได้นำผลการประเมินความเครียดน้ำ มาวางแผนบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ ป้องกันผลกระทบ และลดความเสี่ยงที่จะเกิดการขาดแคลนน้ำในอนาคต

จากการประเมินความเครียดน้ำเพื่อวิเคราะห์สัดส่วนปริมาณการดึงน้ำ (Water Withdrawal) และการใช้น้ำ (Water Consumption) ของบริษัทฯ ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำ (Water Stress) พบว่าร้อยละ 37 ของปริมาณการดึงน้ำทั้งหมดที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ อยู่ในพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำระดับสูงมากจำนวน 56 สาขา จาก 141 สาขา



ข้อมูลสถิติการดื่มน้ำและใช้น้ำสำหรับพื้นที่ที่มีความเครียดน้ำระดับสูงมาก	2567
ปริมาณการดื่มน้ำ (ลบ.ม.) ¹	674,312
- น้ำจากการประปา (ลบ.ม.)	647,252
- น้ำจากบาดาล (ลบ.ม.)	27,060
ปริมาณน้ำทิ้ง (ลบ.ม.)	539,450
- น้ำจากการประปา (ลบ.ม.)	517,802
- น้ำจากบาดาล (ลบ.ม.)	21,648
ปริมาณการใช้น้ำ (ลบ.ม.)	134,862
- น้ำจากการประปา (ลบ.ม.)	129,450
- น้ำจากบาดาล (ลบ.ม.)	5,412

หมายเหตุ:

1. ปริมาณการดื่มน้ำทั้งหมดของบริษัท มาจากแหล่งน้ำจืด (Freshwater) ทั้งหมด โดยแบ่งเป็นน้ำจากการประปา (Third-party Water) และน้ำจากบาดาล (Groundwater)

กิจกรรมส่งเสริมพนักงานให้มีส่วนร่วมในการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

- ให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์วิธีการลดใช้พลังงานในสำนักงานผ่านสื่อภายในองค์กร เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ อินทราเน็ต โครงการ HomePro Go Green เป็นต้น
- การปิดเครื่องปรับอากาศและปิดไฟในช่วงที่พนักงานหรือผู้บริหารไม่ได้อยู่ในห้องทำงานเป็นเวลานาน
- การเปลี่ยนสวิตช์เปิด-ปิดไฟเป็นสวิตช์กระตุก โดยให้พนักงานรับผิดชอบบริเวณโต๊ะทำงานของตนเอง
- จัดกิจกรรมรณรงค์ให้พนักงานร่วมกันลดใช้พลังงาน เช่น กิจกรรม “HomePro Fun Walk” ให้พนักงานใช้บันไดแทนการใช้ลิฟต์
- การปรับอุณหภูมิภายในสำนักงานไม่ให้ต่ำกว่า 25 องศาเซลเซียส
- อบรมหลักสูตรการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และสามารถนำไปกำหนดแผนกลยุทธ์ในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด 26 คน
- ให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน และสร้างความตระหนักแก่พนักงานในเรื่องการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมพฤติกรรมการใช้น้ำและพลังงานอย่างประหยัด ผ่านกิจกรรมภายในบริษัท เช่น กิจกรรมตอบคำถามนโยบายอนุรักษ์พลังงาน กิจกรรมประกวดคำขวัญอนุรักษ์พลังงาน และกิจกรรมเสี่ยงตามสายเกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดและใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น ได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านบอร์ดประชาสัมพันธ์ของบริษัท รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอีเมลถึงพนักงานทุกคนทั่วทั้งองค์กร

การทำโครงการดังกล่าวแม้จะไม่ส่งผลชัดเจนในเชิงตัวเลขค่าพลังงานหรือตัวเลขค่าใช้จ่ายที่ลดลง แต่ช่วยในการปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกให้เป็นนิสัยส่วนตัว และนำกลับไปใช้ในชีวิตประจำวันของครอบครัว เพื่อเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม



บริษัทฯ ได้พัฒนาการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น รวมถึงนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามามาปรับใช้ ภายใต้แนวคิด Green Transport and Supply Chain เพื่อช่วยลดผลกระทบจากการใช้เชื้อเพลิงน้ำมันในการขนส่งและกระจายสินค้าของบริษัทฯ เนื่องจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงน้ำมันส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษทางอากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการขนส่งและกระจายสินค้าช่วยให้บริษัทฯ สามารถรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดระยะเวลาในการขนส่ง และเพิ่มความแม่นยำในการจัดส่งสินค้าให้ตรงเวลา ซึ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการใช้รถขนส่งพลังงานไฟฟ้า (EV Trucks) แทนการใช้เชื้อเพลิงน้ำมัน เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ



ผลการดำเนินงาน

- การใช้งานของรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า จำนวน 13 คัน ในปี 2567



เป้าหมาย

- เพิ่มสัดส่วนการใช้งานของรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้าให้มากขึ้น
- เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงของรถขนส่งสินค้า
- ส่งเสริมให้คู่ค้ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน



นโยบายสิ่งแวดล้อม

การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์

การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ ช่วยให้บริษัท สามารถจัดการคลังสินค้าและวางแผนเส้นทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดระยะเวลาในการขนส่ง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งช่วยสนับสนุนไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยบริษัท ได้ปรับปรุง การดำเนินงานด้านการขนส่งที่ครอบคลุมทั้งการขนส่งระหว่างศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขา และบริการ Home Service ซึ่งเป็นการขนส่งจากสาขาไปยังบ้านลูกค้า ผ่านกลยุทธ์ดังนี้

การขนส่งสินค้าแบบบรรทุกเต็มคัน (Full Truck Load)

เป็นการติดตั้งแท่นขนถ่ายน้ำหนักรถ และการควบคุมการบรรจุสินค้าต่อเที่ยวขนส่งให้ได้ปริมาณที่เหมาะสม โดยจะมีการติดตั้งแท่นขนถ่ายน้ำหนักรถ เพื่อให้มั่นใจว่าไม่บรรทุกเกินตามที่กฎหมายกำหนด

การรวมสินค้าส่งพร้อมกัน (Multi Store into 1 truck)

โดยการวางแผนเส้นทางการเดินทาง พร้อมกับจัดตารางเวลาขนส่งให้เหมาะสม เพื่อให้สามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าหลายรายได้ในเส้นทางเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน

การลดเที่ยวเปล่า (Back Haul)

เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งด้วยการลดการวิ่งเที่ยวเปล่าด้วยการวางแผนเส้นทางให้รถขนส่งไปรับสินค้าจากผู้ผลิต กลับมายังคลังสินค้าหรือสาขา แทนการวิ่งกลับมายังคลังสินค้าแบบเที่ยวเปล่า

การเพิ่มขนาดตู้คอนเทนเนอร์ขนส่งสินค้า

เพิ่มปริมาณการขนส่งสินค้าต่อเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้การบรรจุสินค้าได้มากขึ้น เพื่อลดเที่ยวขนส่งสินค้าและลดการใช้เชื้อเพลิงในการจัดส่ง

ใช้ Transportation Management System (TMS)

ในการจัดเส้นทางการเดินทาง ซึ่งเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการรถและลดก๊าซเรือนกระจกที่ปลดปล่อยจากกิจกรรมทางโลจิสติกส์ ได้จากระยะทางวิ่งที่ลดลง



การใช้รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck)

บริษัทฯ มีแผนที่จะปรับเปลี่ยนแนวทางการขนส่ง โดยใช้รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) ซึ่งเป็นพลังงานไฟฟ้าแทนน้ำมัน เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเผาไหม้เชื้อเพลิง ลดมลพิษทางอากาศ ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อม โดยมีการพัฒนาทั้งในส่วนของบริษัทขนส่งสินค้าจากบริการ Home Service ที่ขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า และส่วนของรถขนส่งจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขาต่างๆ



1. การขนส่งสินค้าจากบริการ Home Service

ในส่วนของการจัดส่งสินค้าจากสาขาไปยังบ้านลูกค้าภายใต้การบริการ Home Service ทางบริษัทฯ มีแผนการปรับใช้รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้าในการขนส่งแทนการใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิง โดยได้เริ่มใช้งานในปี 2567 จำนวน 10 คัน สามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ 162 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

2. การขนส่งสินค้าของศูนย์กระจายสินค้า

บริษัทฯ มีแผนการปรับใช้รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) แทนรถขนส่งแบบน้ำมัน สำหรับการขนส่งจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังโฮมโปร และเมกาโฮมในแต่ละสาขา ประกอบด้วยรถขนส่งทั้งหมด 2 ประเภท ได้แก่ ประเภท 6 ล้อ และ 18 ล้อ โดยได้ทดลองใช้งานในปี 2566 ปัจจุบันมีรถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) จำนวน 3 คัน คาดว่าจะสามารถลดการใช้น้ำมันได้ 37,073 ลิตรต่อปี และลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ร้อยละ 33

E

การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ ได้แสดงเจตนารมณ์ในการมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) สอดคล้องกับเป้าหมายการรักษาระดับอุณหภูมิพื้นผิวโลกไม่ให้เพิ่มขึ้นเกิน 1.5 องศาเซลเซียส และการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามที่ได้กำหนดไว้ในกรอบการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (COP) รวมถึงข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) โดยได้ดำเนินการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ตามแนวทางขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) เพื่อประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรและปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดทำแผนประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางการเงิน (Scenario Analysis) ตามแนวทางของ Task Force on Climate-Related Financial Disclosure (TCFD) และ IFRS S2 เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ



ผลการดำเนินงาน

- ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขาร้อยละ 45 จากปีฐาน (ปี 2558) (ขอบเขตที่ 1 และ 2)

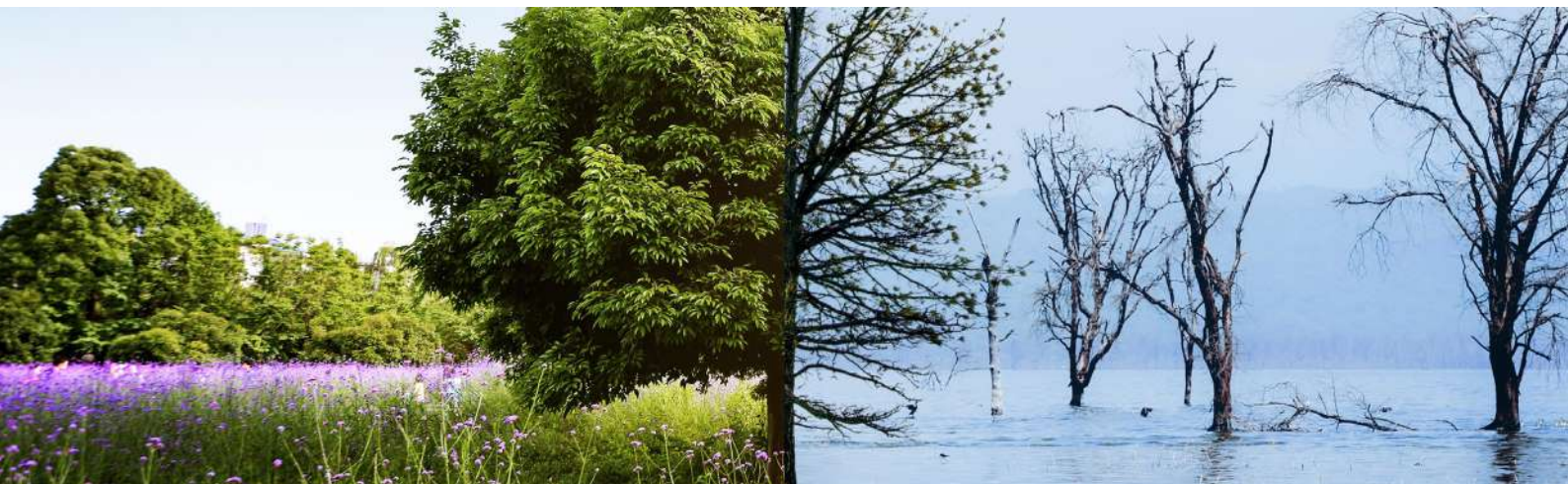


เป้าหมาย

- ภายในปี 2573 ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขาร้อยละ 50 จากปีฐาน (ปี 2558) (ขอบเขตที่ 1 และ 2)
- ภายในปี 2593 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ทั้งขอบเขตที่ 1, 2 และ 3



กลยุทธ์และการกำกับดูแลด้านการ
เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ





มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IFRS S2)

บริษัทฯ ได้จัดทำรายงานมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตามแนวทางของ International Financial Reporting Standards S2 (IFRS S2) ครอบคลุม 4 หัวข้อหลัก ได้แก่ 1) การกำกับดูแล 2) กลยุทธ์ 3) การบริหารความเสี่ยง และ 4) ตัวชี้วัดและเป้าหมาย และเปิดเผยไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศที่เป็นสาระสำคัญ อันส่งผลกระทบต่อรายงานทางการเงินและการดำเนินงานของกิจการ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผ่านการหารือร่วมกับหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมความเสี่ยงการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risks) และความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risks) ทั้งระยะสั้น (1-3 ปี) ระยะกลาง (3-10 ปี) และระยะยาว (10-20 ปี) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ความเสี่ยงการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risks)

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-Related Risks)	คาดการณ์ผลกระทบด้านการเงิน (Potential Financial Impact)	แผนปฏิบัติการ (Action Plan)
นโยบาย และกฎหมาย (Policy and Legal) ระยะกลาง (3-10 ปี)		
<ul style="list-style-type: none"> - ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย และกฎหมายของหน่วยงานภาครัฐ เช่น (ร่าง) พระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการจัดเก็บภาษีคาร์บอน - การเพิ่มมาตรฐานสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนสินค้า และบริการเพิ่มขึ้น - ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการตรวจสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจก - เกิดการตัดจำหน่ายหรือด้อยค่าสินค้าที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษากฎระเบียบ ข้อบังคับ และประเมินผลกระทบ โอกาสจากนโยบายหรือกฎหมาย ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งระยะสั้น และระยะยาว พร้อมทั้งทบทวนกลยุทธ์ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องตามนโยบาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง
เทคโนโลยี (Technology) ระยะกลาง (3-10 ปี)		
<ul style="list-style-type: none"> - การลงทุนในเทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ไม่ประสบผลสำเร็จ หรือมีต้นทุนสูง - ค่าคว้า และวิจัย สินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการลงทุนที่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่เพิ่มขึ้น - ผลตอบแทนจากการลงทุนในโครงการลดลงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ - ต้นทุนวัตถุดิบสินค้าเพิ่มขึ้น ส่งผลต่ออัตราการทำกำไร รวมถึงแหล่งที่มาของรายได้ที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น การติดตั้ง Solar Rooftop - ศึกษาและแสวงหาโอกาสการลงทุนในเทคโนโลยี โดยมุ่งเน้นในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การลงทุนในเทคโนโลยีดักจับและกักเก็บคาร์บอน (Carbon Capture Utilization and Storage: CCUS)
การตลาด (Market) ระยะกลาง (3-10 ปี)		
<ul style="list-style-type: none"> - แนวโน้มผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าที่คำนึงถึงการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่มีการรับรองการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับต่ำ อาจส่งผลให้การจัดหาสินค้าและความพร้อมใช้ของวัตถุดิบที่ยั่งยืนมีความยากลำบากมากขึ้น - การลดลงของความต้องการซื้อเพลิงฟอสซิลและความกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานในอนาคต เช่น การดำเนินงานด้านการขนส่ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลกระทบต่อยอดขายหากบริษัทฯ ไม่ปรับเปลี่ยนสินค้าให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงหากบริษัทฯ ไม่ปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า อาทิ ECO Product หรือ Circular Product

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง ด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-Related Risks)	คาดการณ์ผลกระทบด้านการเงิน (Potential Financial Impact)	แผนปฏิบัติการ (Action Plan)
ชื่อเสียง (Reputation) ระยะสั้นถึงยาว (1-20 ปี)		
<ul style="list-style-type: none"> - หากบริษัท ดำเนินงานโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> - ความต้องการสินค้าและบริการลดลง ส่งผลกระทบต่อยอดขาย หากผู้บริโภคมองภาพลักษณ์ของบริษัท ในแง่ลบ - ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย อาจช่วยให้บริษัทเข้าถึงแหล่งทุนและโอกาสทางธุรกิจได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อสารประชาสัมพันธ์ แผนงานโครงการต่าง ๆ ที่ครอบคลุมด้าน ESG เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์องค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical)

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง ด้านสภาพภูมิอากาศ (Climate-Related Risks)	คาดการณ์ผลกระทบด้านการเงิน (Potential Financial Impact)	แผนปฏิบัติการ (Action Plan)
เฉียบพลัน		
น้ำท่วม	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจากการหยุดชะงักทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ	<ul style="list-style-type: none"> - ทำความสะอาดสิ่งปลูกสร้างเพื่อขจัดสิ่งกีดขวางทางน้ำพร้อมทั้งสร้างคันกันน้ำ รอบศูนย์กระจายสินค้า - สาขาสถาปัตยกรรมให้มีความสูงอย่างน้อย 2 เมตรจากระดับพื้นถนน
พายุ		<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินสภาพอากาศความแข็งแรงและสมบูรณ์ของโครงสร้างร้านค้าเพื่อป้องกันการรั่วไหลหรือความเสียหาย
พายุลูกเห็บ		
เรื้อรัง (Chronic) ระยะสั้นถึงยาว (1-20 ปี)		
การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลที่ผิดปกติ เช่น ฤดูฝนหรือร้อนที่ยาวนานมากขึ้น เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าปรับปรุงสาขาที่เสียหาย - ค่าปรับปรุงสำหรับการก่อสร้างร้านใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อชดเชยผลกระทบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ตรวจสอบและบำรุงรักษาการทำงานของเครื่องกำเนิดไฟฟ้า ความสะอาด และความพร้อมของถัง/ภาชนะสำรองน้ำ
ระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - เบี่ยงประกันภัยสูงขึ้นในขณะที่ความคุ้มครอง ประกันภัยอาจถูกจำกัดในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - รักษาการติดต่อกับหน่วยงานท้องถิ่น และ ระดับชาติในขณะที่ตรวจสอบระดับน้ำทะเล เป็นประจำ
อุณหภูมิเฉลี่ยที่สูงขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพื่อใช้ในการป้องกันที่สูงขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มความพร้อมของพนักงานและความรู้ทางการแพทย์กรณีเกิดฮีทสโตรกหรืออาการที่เกี่ยวข้อง

คาดการณ์ผลกระทบด้านการเงินจากอุณหภูมิเฉลี่ยโลกที่ 4 องศาเซลเซียส
จากระดับอุณหภูมิช่วงก่อนยุคอุตสาหกรรม (Potential Financial Impact) หากไม่มีแผนรองรับ (Physical Risk)

ต้นทุนการย้ายที่ตั้งสาขาที่เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ

คาดการณ์ค่าใช้จ่ายการย้ายสาขาราว 700-800 ล้านบาท /สาขา เช่น สาขาที่ได้รับผลกระทบจากระดับน้ำทะเลที่เพิ่มขึ้น

คาดการณ์ผลกระทบด้านการเงินจากอุณหภูมิเฉลี่ยโลกที่ 1.5 องศาเซลเซียส
จากระดับอุณหภูมิช่วงก่อนยุคอุตสาหกรรม (Potential Financial Impact) หากไม่มีแผนรองรับ (Transition Risk)

ค่าใช้จ่ายด้านภาษีคาร์บอน

คาดการณ์ค่าใช้จ่ายราว 40.5 ล้านบาทกับสาขาทั้งหมดที่ไม่สามารถใช้เวลาพลังงานแสงอาทิตย์ได้นออัตราราคาคาร์บอนในประเทศที่ราว 200 บาท/ตันคาร์บอน

การประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

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

บริษัทฯ เริ่มดำเนินโครงการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) สาขาแรกคือ โฮมโปรลำลูกกา ในปี 2558 พร้อมทั้งได้รับการรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์และฉลากคาร์บอนจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. และได้มีการชดเชยคาร์บอนไดออกไซด์เท่ากับศูนย์ (Carbon Neutral) ถือเป็นศูนย์ค่าปัสลิสสินค้าเกี่ยวกับบ้านและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านรายแรกของไทยที่ได้รับการรับรองดังกล่าว ในปี 2566 ทางบริษัทฯ ได้ปรับวิธีการคำนวณอ้างอิงตามแนวทางการทวนสอบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. โดยคัดเลือกสาขาทันแบบเพิ่มทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ โฮมโปรสาขาประชาชื่น ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ และศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสุวรรณภูมิ และได้รับการทวนสอบจากศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านกลยุทธ์ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (V-GREEN) และได้รับการรับรองการขึ้นทะเบียนคาร์บอนฟุตพริ้นท์และฉลากคาร์บอนจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก.



▶ ผลการประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของไฮโปส

ในปี 2567 ทางบริษัทฯ ได้มีการประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกทั้งองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยใช้วิธีการคำนวณอ้างอิงตามแนวทางการทวนสอบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. และบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขาไฮโปสในขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 ให้ได้ร้อยละ 50 จากปีฐาน (ปี 2558) โดยมีขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจกดังนี้

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของไฮโปส		
ขอบเขตที่ 1	ขอบเขตที่ 2	ขอบเขตที่ 3
<ul style="list-style-type: none"> การใช้เชื้อเพลิงในเครื่องจักรและยานพาหนะ การใช้สารดับเพลิง ประเภท CO₂ ก๊าซมีเทนจาก Septic tank การเติมสารทำความเย็นในอุปกรณ์ต่างๆ เช่น Chiller เครื่องปรับอากาศ ตู้กดน้ำ 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้พลังงานไฟฟ้า 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้น้ำประปา การขนส่งสินค้าจากคลังสินค้ามายังสาขา การใช้แก๊สหุงต้มของห้องอาหารพนักงาน

จากการประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของไฮโปสในปี 2567 พบว่าผลรวมปริมาณก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 เท่ากับ 70,125 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งลดลงจากปีฐาน (ปี 2558) ร้อยละ 45

ปี	จำนวนสาขาที่ใช้คำนวณ	รายละเอียดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (tCO ₂ e/year)		
		Scope 1	Scope 2	Scope 3
2563	83	18	62,997	26,746
2564	87	17	64,491	26,400
2565	87	198	71,263	25,747
2566	91	215	68,359	23,796
2567	100	176	69,949	20,657

หมายเหตุ:

- ในปี 2565 บริษัทฯ มีการใช้รถขนส่งของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น จึงทำให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน Scope 1 เพิ่มขึ้นจากปี 2564
- ในปี 2566 บริษัทฯ มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน Scope 2 น้อยกว่าปี 2565 เนื่องจากการมีการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการใช้ไฟฟ้าจากสายส่งลดลง



ผลการประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ

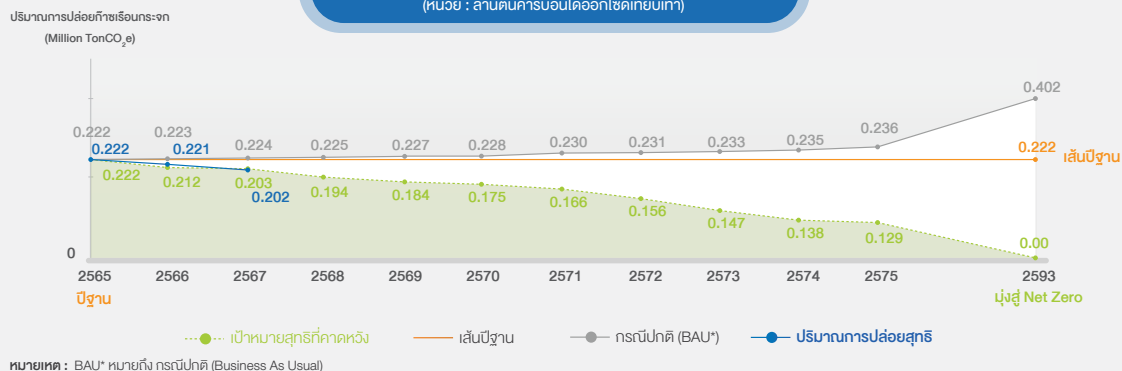
บริษัทฯ ได้มีการตั้งเป้าหมายปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 ครอบคลุมทั้งบริษัทฯ และบริษัทในเครือ โดยในปี 2565 (ปีฐาน) มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิคิดเป็น 0.222 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

จากการประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ และบริษัทในเครือ ในปี 2567 พบว่ามีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิคิดเป็น 0.202 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งลดลงจากปีฐาน (ปี 2565) ร้อยละ 8.6

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ

ขอบเขตที่ 1	ขอบเขตที่ 2	ขอบเขตที่ 3
<ul style="list-style-type: none"> การใช้เชื้อเพลิงในเครื่องจักร ยานพาหนะ รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ 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 ฟิล์มยัดพาเลทไม้ ลังกระดาษ การใช้เชื้อเพลิงและพลังงาน การจัดการของเสีย การเดินทางเพื่อธุรกิจ การเดินทางของพนักงาน การขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าไปยังสาขา และจากสาขาไปยังลูกค้า การขนส่งสินค้าจากลูกค้าไปยังสาขา จากลูกค้าไปศูนย์กระจายสินค้า การใช้พลังงานไฟฟ้าและแก๊สหุงต้มของห้องอาหารพนักงานและร้านค้าเช่า

ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมายระยะสั้นและยาว (หน่วย : ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า)



กิจกรรมส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

จากการวิเคราะห์ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ และบริษัทในเครือชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกส่วนมาก เกิดจากการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงการใช้เชื้อเพลิงน้ำมันของรถขนส่ง รถยกและเครื่องจักร จึงนำไปสู่การวางกลยุทธ์การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อส่งเสริมการลดก๊าซเรือนกระจกที่สอดคล้องกับเป้าหมายของข้อตกลงปารีส และเพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) โดยบริษัทฯ มีกลยุทธ์ ดังนี้

1. เพิ่มสัดส่วนการใช้ไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์ เพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล
2. สนับสนุนการใช้รถพลังงานไฟฟ้า (EV) ทั้งในส่วนของรถขนส่งสินค้า และรถของพนักงานในบริษัทฯ
3. ปรับเปลี่ยนชนิดสารทำความเย็นโดยใช้ชนิดที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณต่ำ
4. เพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักรและระบบที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดการสูญเสียพลังงานและลดการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายคาร์บอนนิวทรัลประเทศไทย (Thailand Carbon Neutral Network: TCNN) และเข้าร่วมเป็นสมาชิก United Nations Global Compact (UNGC) พร้อมทั้งมีการกำหนดเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์ (Science Based Target: SBT) ในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์อีกด้วย

E

การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศ รวมถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงพัฒนากระบวนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับพันธสัญญาด้านความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Commitment) และการไม่ตัดไม้ทำลายป่า (No Deforestation Commitment) เพื่อลดผลกระทบเชิงลบ (No Net Loss: NNL) และสร้างผลกระทบเชิงบวก (Net Positive Impact: NPI) ด้านความหลากหลายทางชีวภาพในกระบวนการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายภายในปี 2593 ตามนโยบายสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) พร้อมทั้งประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งก่อนและหลัง การก่อสร้างสาขา เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ผลการดำเนินงาน

- ปลูกป่าชายเลน จำนวน 40,000 ต้น
- จำหน่ายสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน FSC กว่า 153,000 ชิ้น



เป้าหมาย

- ส่งเสริมการปลูกป่าและดูแลรักษาป่าไม้หรือเพิ่มพื้นที่สีเขียว
- ส่งเสริมการจัดซื้อจัดหากลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมาจากแหล่งการผลิตที่ยั่งยืน



รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Biodiversity Commitment และ No deforestation Commitment





การประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ การดำเนินงานภายในองค์กร ไปจนถึงกิจกรรมปลายน้ำ โดยใช้เครื่องมือ WWF Biodiversity Risk Filter ขององค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (World Wide Fund for Nature - WWF) ซึ่งการประเมินนี้ช่วยให้บริษัทฯ สามารถระบุพื้นที่ที่มีความเสี่ยงและโอกาสในการพัฒนาแผนป้องกันและบรรเทาผลกระทบ และผนวกประเด็นดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประเมินความเสี่ยงขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถลดผลกระทบจากความหลากหลายทางชีวภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

กระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ



นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีเกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ก่อสร้างตามนโยบายสิ่งแวดล้อม โดยพื้นที่ก่อสร้างต้องไม่เป็นพื้นที่ป่าสงวน ไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติการผังเมืองหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ไม่เป็นพื้นที่ที่ขวางลำรางทางน้ำสาธารณะ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตและความหลากหลายทางชีวภาพ และไม่เป็นพื้นที่อนุรักษ์ตามที่ IUCN กำหนด รวมถึงมีขั้นตอนประเมินผลกระทบและกำหนดแนวทางป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในช่วงการก่อสร้างและหลังการก่อสร้างอีกด้วย

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 โดยฝ่ายออกแบบจะศึกษาร่วมกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการล้อมต้นไม้และนำต้นไม้ไปพักไว้ในบริเวณที่เหมาะสม ก่อนจะนำกลับมาปลูกในบริเวณพื้นที่โดยรอบของอาคารที่ปลูกสร้างอีกครั้ง นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ผังเมืองและศึกษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของพื้นที่ก่อนการออกแบบอาคาร เช่น ทางระบายน้ำ โดยจะออกแบบการก่อสร้างไม่ให้เกิดขวางช่องทางระบายน้ำ เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชน



รายละเอียดการประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ

ต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่าและอนุรักษ์ป่าไม้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีความรับผิดชอบโดยเฉพาะทรัพยากรป่าไม้ที่เป็นแหล่งสำคัญในการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จึงมุ่งมั่นในการต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า (No Deforestation) ผ่านการดำเนินการตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ดังนี้

การส่งเสริมการจัดซื้อจัดหากลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยมาจากแหล่งการผลิตที่ยั่งยืน มีจริยธรรม และได้รับการตรวจรับรองจากมาตรฐาน FSC (Forest Stewardship Council) โดยดำเนินการคัดเลือกคู่ค้าด้วยการพิจารณาถึงประเด็นด้านความยั่งยืนและความโปร่งใสในการตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้า นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้คู่ค้ายกเลิกหรือลดการตัดไม้ทำลายป่าธรรมชาติเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า และเลือกใช้ไม้จากป่าปลูกเพื่อเศรษฐกิจที่มีการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน

การดำเนินการปลูกป่าและดูแลรักษาป่าไม้หรือเพิ่มพื้นที่สีเขียว (Reforestation)

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





Better Society

ดูแลสังคมดี

บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคม (Social) ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน ผ่านการจ้างงานท้องถิ่น พร้อมทั้งพัฒนาคู่ค้า ผู้รับเหมา หรือช่างโครงการเก่าแก่หน่อย ให้เป็นช่างที่มีมาตรฐาน มีความเชี่ยวชาญ และมีรายได้ที่มั่นคง สามารถให้บริการเรื่องบ้าน เป็นช่างประจำบ้านที่ช่วยแก้ปัญหาเรื่องบ้านให้กับลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ ตลอดจนสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนและสังคมผ่านโครงการต่างๆ ทั้งด้านการประกอบอาชีพพองชุมชนโดยการเปิดพื้นที่ให้ชุมชนมาออกร้านจำหน่ายสินค้า อีกทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงาน และปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม ตามหลักสิทธิมนุษยชน

สิทธิมนุษยชน



การดูแลพนักงาน



การดูแลลูกค้า



การสร้างโอกาสและอาชีพกับพันธมิตรทางธุรกิจ



การดูแลชุมชนและสังคม



นวัตกรรมทางธุรกิจ





สิทธิมนุษยชน (Human Rights) เป็นประเด็นสำคัญที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจค้าปลีกมีความเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน เช่น พนักงาน ลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย และผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทาน การละเมิดสิทธิมนุษยชนในธุรกิจค้าปลีกสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายลักษณะ เช่น การกดขี่แรงงาน การละเมิดสิทธิของลูกค้า หรือการขาดการคุ้มครองสิทธิในห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า บริษัทฯ มีการจัดการด้านสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้องและเหมาะสมตามหลักสิทธิมนุษยชน โดยประกาศนโยบายสิทธิมนุษยชน เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นในการปกป้องและเคารพสิทธิของบุคคล ทั้งในเรื่องของการคุ้มครองสิทธิของพนักงาน ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งมีการตรวจสอบสิทธิมนุษยชน (Human Rights Due Diligence: HRDD) เพื่อประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการละเมิดสิทธิในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ ทั้งในกิจกรรมภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน กระบวนการนี้จะช่วยให้บริษัทสามารถป้องกันและลดความเสี่ยงจากการละเมิดสิทธิที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และดำเนินการแก้ไขปัญหากหากมีการละเมิดเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังมีช่องทางการร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนที่ปลอดภัยและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกคน ช่องทางนี้สามารถเป็นทั้งระบบออนไลน์ หรือช่องทางอื่น ๆ ที่รองรับการแจ้งปัญหาหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น การเลือกปฏิบัติ การใช้แรงงานที่ไม่เป็นธรรม หรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ช่องทางนี้จะต้องได้รับการพิจารณาอย่างรวดเร็วและเป็นธรรม โดยมีการปกป้องข้อมูลของผู้ร้องเรียนเพื่อป้องกันการตอบโต้หรือการคุกคาม



การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ปฏิบัติตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งถูกบรรจุไว้ในคู่มือจริยธรรมการดำเนินงานของบริษัทฯ และมีการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence: HRDD) ตลอดจนจัดการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนจาก 2 ปัจจัยหลัก คือผลกระทบของความเสี่ยง และโอกาสเกิดความเสี่ยง โดยกำหนดผลการประเมินความเสี่ยงเป็น 3 ระดับ คือ ต่ำ ปานกลาง และสูง ซึ่งเมื่อได้ระบุประเด็นที่เป็นความเสี่ยงแล้วจะวางแผนและดำเนินการแก้ไข และป้องกันปัญหา รวมถึงดำเนินการตรวจสอบและติดตามผลต่อไป ซึ่งรวมถึงการคัดเลือกคู่ค้าที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่มีความเท่าเทียมและเป็นธรรม คำนึงถึงด้านสิทธิมนุษยชนของพนักงานในบริษัทฯ และตระหนักถึงความเป็นมืออาชีพ และประเด็นด้านสังคม และสิ่งแวดล้อมและบริษัทฯ ได้มีแผนงานพร้อมทั้งมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งจัดทำคู่มือเพื่อให้ความรู้กับคู่ค้าและพันธมิตรทางการค้า ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนผ่านคู่มือการปฏิบัติที่ดีสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และมีการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าด้านสิทธิมนุษยชน โดยกำหนดกลุ่มหรือบุคคลที่ได้รับผลกระทบ เช่น เด็ก คนพิการ แรงงานบังคับ และแรงงานผิดกฎหมาย โดยในปี 2567 ผลการประเมินความเสี่ยงยังอยู่ในระดับต่ำ และไม่มีการละเมิดด้านการค้ามนุษย์ แรงงานบังคับ แรงงานเด็ก การเลือกปฏิบัติและการคุกคามหรือล่วงละเมิดทางเพศทุกรูปแบบ ความเท่าเทียมด้านค่าตอบแทน และด้านสิทธิมนุษยชนอื่น ๆ เกิดขึ้นให้ความเคารพในสิทธิของพนักงาน 100% ในการรวมกลุ่มโดยเสรีภาพ ไม่ปิดกั้นการก่อตั้งสหภาพหรือร่วมในสหภาพแรงงานอื่น นอกจากนั้นยังเปิดกว้างให้คำปรึกษาแก่พนักงานในทุก ๆ ด้าน ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว ไม่ปิดกั้นการหาหรือแบบรายคน หรือรวมตัวรายกลุ่ม โดยสามารถหาหรือผ่านเจ้าหน้าที่ด้านการดูแลบุคลากรโดยตรงผ่านผู้บังคับบัญชา ผ่านตัวแทนคณะกรรมการที่ได้มีการปรึกษาหารือเพื่อกำหนดข้อตกลงต่าง ๆ ระหว่างบริษัทฯ และตัวแทนพนักงานอย่างสม่ำเสมอ หรือส่งเรื่องผ่านช่องทางร้องเรียนเพื่อรวบรวมส่งพิจารณาแก้ไข และปรับปรุงพัฒนาโดยฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อให้พนักงาน ได้รับแนวทางในการแก้ไขปัญหาและร่วมเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ได้ครอบคลุมมากขึ้น ทั้งนี้แม้บริษัทฯ ไม่ปิดกั้นการก่อตั้งสหภาพ และไม่มีสหภาพแรงงาน แต่บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนทั้งนายจ้างและลูกจ้างในการดูแล จัดการ และเจรจาต่อรองสวัสดิการและผลประโยชน์ภายในองค์กร โดยในปี 2567 มีจำนวนของพนักงานที่เป็นตัวแทนในการร่วมข้อตกลงในการเจรจาต่อรอง 1,020 คน คิดเป็นร้อยละ 8.58

การดำเนินงานของคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ ในปี 2567

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

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



นโยบายสิทธิมนุษยชน



นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติและ
ต่อต้านการล่วงละเมิด



การตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



ช่องทางาร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชน และรับฟังข้อคิดเห็นและข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีความรับผิดชอบและสอดคล้องกับหลักการสิทธิมนุษยชนสากล โดยผู้มีส่วนได้เสียสามารถเสนอข้อคิดเห็นและแจ้งข้อร้องเรียนถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

เว็บไซต์ของบริษัทฯ



การแจ้งเบาะแส (Whistleblowing)

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



ถึง คณะกรรมการตรวจสอบ

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



ถึง คณะกรรมการบริษัท

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

ไปรษณีย์



หน่วยรับเรื่องร้องเรียน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือ ฝ่ายตรวจสอบภายใน

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเลน อ.เมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 02-832-1000

อีเมลกรรมการผู้จัดการ md@homepro.co.th





ผลการดำเนินงาน

- คะแนนความผูกพันขององค์กรมากกว่าร้อยละ 91.4
- ความรู้ของพนักงานร้อยละ 95.2
- อัตราการเกิดอุบัติเหตุต่อสาขาร้อยละ 0.51
- สัดส่วนของพนักงานหญิงในระดับจัดการ (Management) ร้อยละ 55.8
- สัดส่วนของพนักงานหญิงในหน่วยงาน STEM ร้อยละ 37.0



เป้าหมาย

- เพิ่มคะแนนความผูกพันขององค์กรมากกว่าร้อยละ 88 ภายในปี 2568
- รักษาความรู้และทักษะการทำงานตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงานไม่ต่ำกว่าร้อยละ 96 ภายในปี 2568
- ลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุต่อสาขาให้เหลือ 0
- เพิ่มและรักษาสัดส่วนของพนักงานหญิงในระดับจัดการ (Management) มากกว่าร้อยละ 50 ของพนักงานในระดับจัดการทั้งหมด ภายในปี 2568
- สัดส่วนของพนักงานหญิงในหน่วยงาน STEM ให้อยู่ในระดับร้อยละ 30 ของพนักงานทั้งหมดที่เกี่ยวกับ STEM ภายในปี 2568

หมายเหตุ: STEM หมายถึง บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และคณิตศาสตร์



แนวทางในการดูแลและรักษาพนักงาน

บริษัท ได้วางแผนกลยุทธ์ในการดึงดูดและรักษาพนักงานฝีมือเยี่ยมให้อยู่กับองค์กร (Employee Attraction and Retention Talent Strategies) เพื่อส่งเสริมคุณค่าขององค์กรให้เป็นองค์กรที่ทุกคนอยากร่วมงานด้วย โดยมอบสวัสดิการและค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ สามารถสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่พนักงานได้ พร้อมทั้งออกแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในแต่ละช่วงวัย มีนโยบายสรรหาบุคลากรคุณภาพเข้าร่วมงานจากการแนะนำของพนักงานภายในองค์กร นอกจากนี้ ทางบริษัท ยังมีการดูแลพนักงานอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยติดตามประสิทธิภาพจากตัวชี้วัดของผลสำรวจความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาระบบการบริหาร พร้อมทั้งได้มีการใช้ระบบในการวิเคราะห์เกี่ยวกับพนักงานในด้านต่าง ๆ (People Analytics) โดยเป็นระบบที่ใช้ข้อมูลทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ โดยระบบสามารถวัดและประเมินผลการดำเนินงาน ช่วยในการวางแผนด้านพนักงาน วิเคราะห์ทักษะที่ยังต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม ช่วยในขั้นตอนการสรรหาและจ้างพนักงานและวิเคราะห์งานด้านอื่น ๆ เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ของพนักงานต่อองค์กร

บริษัทฯ ยังคงเน้นย้ำและสื่อสารกับพนักงานทุกคน ในการนำ HomePro's Core Values ทั้ง 4 ข้อ ได้แก่ 1. มุ่งมั่นจนสำเร็จ 2. ปรับตัวเร็วสร้างโอกาสใหม่ 3. ส่งมอบความสำเร็จให้ลูกค้า 4. เป้าหมายเดียวกันวันโฮมโปร และนำ 15 Key Behaviors มาใช้ในการทำงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

HomePro's Core Values เราจะไม่เพียงแต่ท่องจำ แต่ต้องประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานและชีวิตประจำวัน อย่างเป็นรูปธรรม ตัวอย่างเช่น การกิจปิดยอดขายทะเลปูเป่า ซึ่งเป็นกิจกรรมที่พนักงานขาย ประจำสาขาร่วมแชร์ประสบการณ์ มุ่งมั่นจนสำเร็จปิดยอดขายได้อย่างไร?

มีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมกว่า 1,000 คน ซึ่งสามารถเชื่อมโยงเทคนิคการปิดยอดขายทะเลปูเป่าจากตัวอย่างดี ๆ หลายกรณี สะท้อนให้เห็นถึงการทำงานที่มีการตั้งเป้าหมายอย่างชัดเจน ยอดขายแผนรายเดือน รายสัปดาห์ รายวัน ต้องอีกเท่าไรถึงจะทำได้ถึงเป้าหมาย มีการประชุมทีมงานเพื่อหารือและ Commitment ร่วมกัน มีการติดตามผลงานรายวัน และวิเคราะห์จุดอ่อน เพื่อแก้ไขให้ถึงเป้าหมาย



Customer Success คือ ความสำเร็จสำคัญของเทคนิคการปิดยอดขายทะเลปูเป่า ที่พนักงานขายต้องสอบถาม ฟัง สังเกต พูดคุยกับลูกค้าถึงความต้องการที่แท้จริง เพื่อให้เราสามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้อย่างเห็นอกเห็นใจความคาดหวัง

กิจกรรมครั้งนี้ นอกจากสะท้อนพฤติกรรมที่สอดคล้องตาม Core Values ทั้ง 4 ข้อแล้ว ยังเป็นพื้นที่ Knowledge Sharing เทคนิคดี ๆ เพื่อร่วมกันสร้างวัฒนธรรมองค์กรโฮมโปรอย่างยั่งยืนไปพร้อม ๆ กัน

โครงการ DEEMORE

บริษัทฯ จัดโครงการ DEEMORE โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้เห็นความสำคัญและมีทัศนคติต่อการประพฤติตนเป็นคนดี อันเป็นพื้นฐานของการดูแลตนเอง การปฏิบัติตนร่วมกับครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และสังคม เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร รวมถึง นำมาเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้าง HomePro Core Values ในการปลูกฝังพฤติกรรมตาม 15 Key Behaviors อีกทั้ง เป็นการให้พนักงานได้พัฒนาตนเอง และสร้างความผูกพันในองค์กร (Engagement) โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่ออกแบบมาให้ตรงตามวัตถุประสงค์ข้างต้น ซึ่งพนักงานสามารถเข้าร่วมโครงการ DEEMORE ที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ ดังนี้

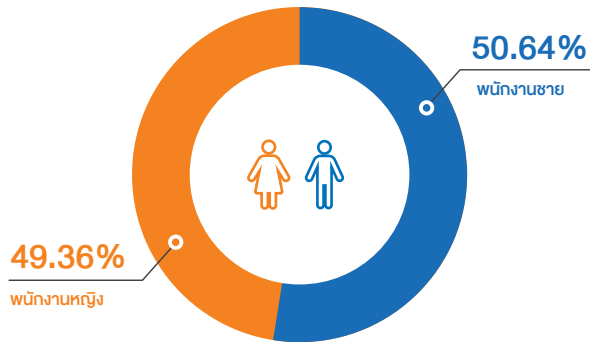
1. ดีต่อตนเอง
2. ดีต่อลูกค้า
3. ดีต่อเพื่อนร่วมงานและบริษัทฯ
4. ดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



เมื่อพนักงาน เข้าร่วมการทำความดีตามข้อที่กำหนด พนักงานจะได้รับ Coin และสะสม Coin มา Redeem เพื่อแลกของรางวัล และของรางวัลอื่นๆ ทั้งนี้ในปี 2567 มีพนักงานเข้าร่วมจำนวน 2,000 คน/โครงการ และมีจำนวน Coin ที่จ่ายให้พนักงาน จำนวน 1,394,800 Coin คิดเป็นเงิน 139,480 บาท

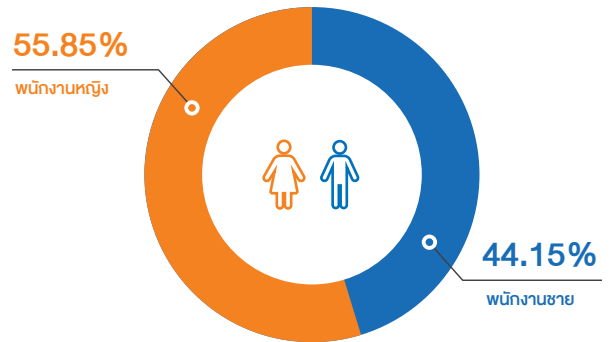
สถิติด้านพนักงาน ปี 2567

สัดส่วนพนักงานแยกตามเพศ



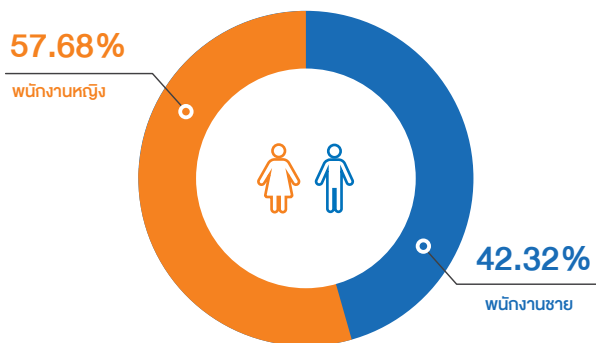
ร้อยละของพนักงานทั้งหมด

สัดส่วนพนักงานในระดับจัดการ (Management)



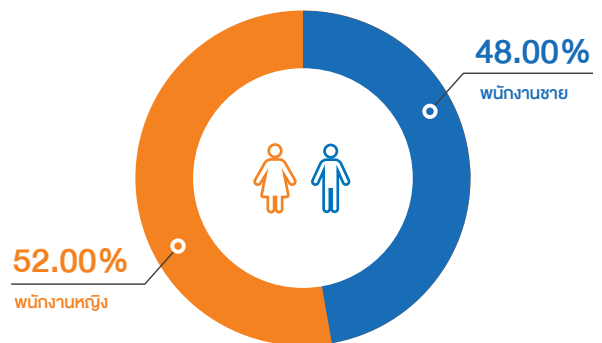
ร้อยละของพนักงานในระดับจัดการทั้งหมด

สัดส่วนพนักงานในระดับจัดการระดับต้น (Junior Management)



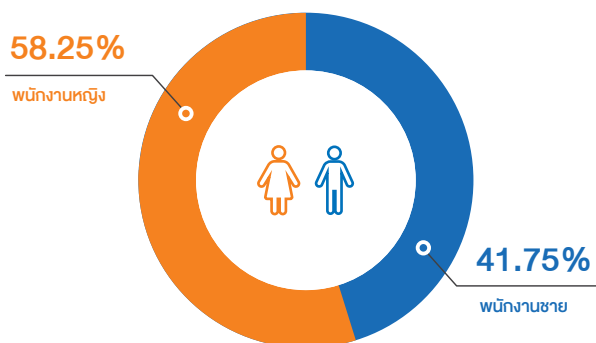
ร้อยละของพนักงานในระดับจัดการระดับต้นทั้งหมด

สัดส่วนพนักงานในระดับจัดการระดับสูง (Top Management)



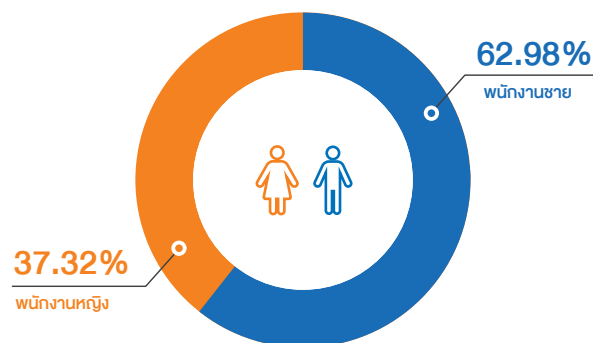
ร้อยละของพนักงานในระดับจัดการระดับสูงทั้งหมด

สัดส่วนพนักงานในระดับจัดการในหน่วยงานที่สร้างรายได้



ร้อยละของพนักงานในระดับจัดการในหน่วยงานที่สร้างรายได้ทั้งหมด

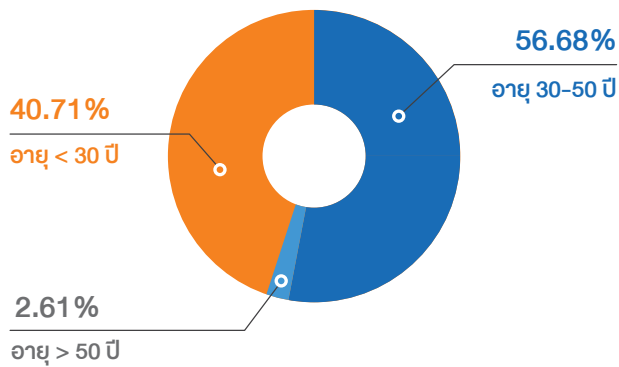
สัดส่วนพนักงานในหน่วยงาน STEM



ร้อยละของพนักงานในหน่วยงาน STEM ทั้งหมด

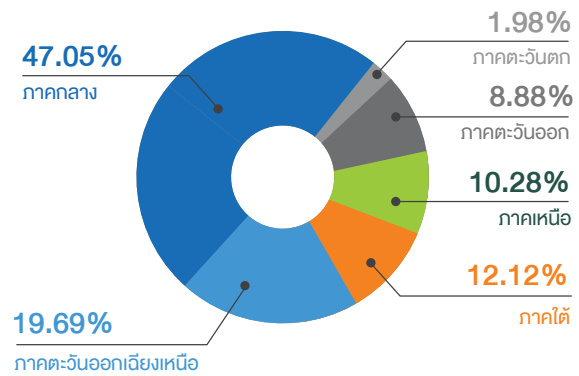
หมายเหตุ : STEM หมายถึง บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรม และคณิตศาสตร์

สัดส่วนพนักงานแยกตามอายุ



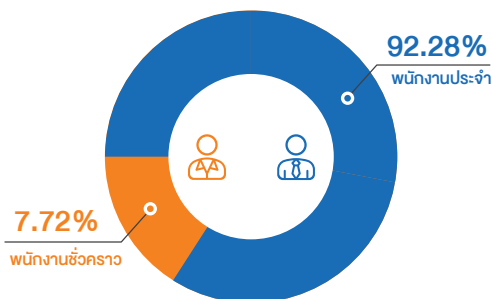
ร้อยละ

สัดส่วนพนักงานแยกตามภูมิภาค



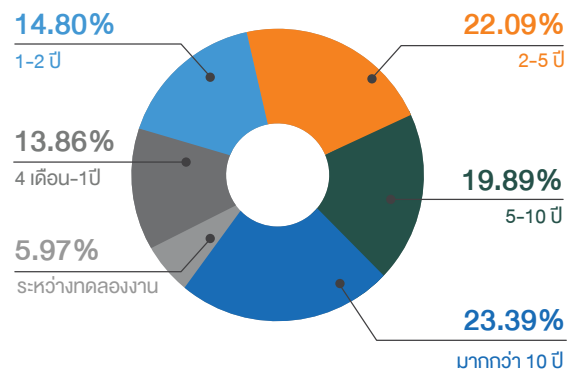
ร้อยละ

สัดส่วนแยกตามประเภทการจ้างงาน



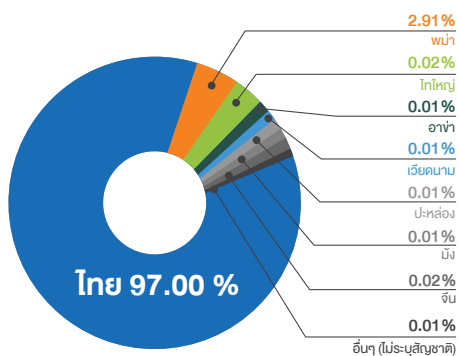
ร้อยละ

สัดส่วนแยกตามอายุงาน



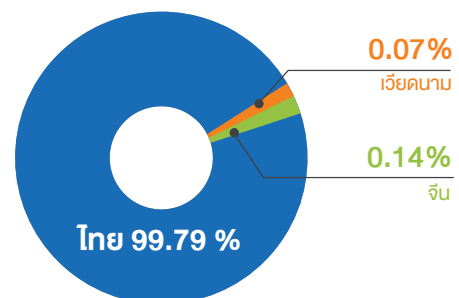
ร้อยละ

สัดส่วนพนักงานทั้งหมดแยกตามสัญชาติ



ร้อยละ

สัดส่วนพนักงานระดับจัดการแยกตามสัญชาติ



ร้อยละ

หมายเหตุ: ข้อมูลเฉพาะประเทศไทย ไม่รวมบริษัทย่อยในต่างประเทศ ซึ่งประเทศมาเลเซียมีพนักงานจำนวน 415 คน

การสนับสนุนความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงาน (Diversity, Equity, and Inclusion: DEI)

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



การจ้างคนพิการ

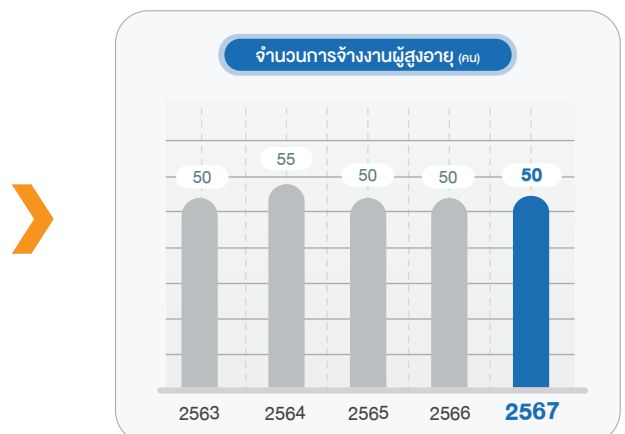
บริษัทฯ มีนโยบายไม่เลือกปฏิบัติและให้โอกาสที่เท่าเทียมกันในการจ้างงาน โดยมีการจ้างงานคนพิการตามกฎหมายการจ้างงานคนพิการ รวมถึงสนับสนุนและส่งเสริมให้คนพิการได้ทำงานเท่าเทียมกับคนปกติในตำแหน่งที่สามารถทำได้ เช่น งานฝ่ายขาย งานซ่อมบำรุง งานบริการให้ข้อมูลลูกค้า (Call Center) งานบริการส่งสินค้า งานฝ่ายธุรการ เป็นต้น ข้อมูลจำนวนพนักงาน ผู้พิการของบริษัทฯ ในปี 2567 มีทั้งสิ้น 114 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.1 ของพนักงานประจำทั้งหมด 10,262 คน (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม 2567) ซึ่งบริษัทฯ มีการจ้างงานคนพิการเกินกว่าที่พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ที่กำหนดไว้ร้อยละ 1.0

การจ้างงานกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA2S+)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องสิทธิมนุษยชน ด้านการส่งเสริมการยอมรับความแตกต่างและอยู่ร่วมกันอย่างเท่าเทียม สร้างวัฒนธรรมที่ไม่แบ่งแยก เห็นคุณค่า และยอมรับความแตกต่างซึ่งกันและกัน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA2S+) เข้าร่วมทำงานเพื่อสนับสนุนให้พนักงานเหล่านี้สามารถแสดงศักยภาพในการทำงานออกมาได้อย่างเต็มที่ที่มีความมั่นใจ และภาคภูมิใจในตนเอง

การจ้างงานผู้สูงอายุ Young Smart (ยังสามารถ)

บริษัทฯ เข้าร่วมเป็นเครือข่ายธุรกิจที่ดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับกลุ่มผู้สูงวัย เพื่อพัฒนาธุรกิจที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ (Age-Friendly Business) ร่วมกับสถาบันไทยพัฒนาและกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ บริษัทฯ ได้รับรางวัลองค์กรเอกชนที่สนับสนุนการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุจากคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการ Young Smart (ยังสามารถ) เพื่อจ้างงานผู้สูงอายุเข้าทำงานในตำแหน่งพนักงานบริการในสาขา โดยสามารถจัดวันเวลาในการทำงานให้น้อยกว่าชั่วโมงทำงานเต็มเวลาได้ (Part-time Working Options) ทั้งนี้ในปี 2567 มีพนักงานผู้สูงอายุ จำนวน 50 คน



สถิติการรับพนักงานเข้าทำงาน

ข้อมูลพนักงานที่รับเข้ามาใหม่	2563	2564	2565	2566	2567
จำนวนพนักงานที่รับเข้ามาใหม่ (คน)	2,280	2,943	3,046	5,279	3,633
สัดส่วนการจ้างพนักงานภายในต่อตำแหน่งงานที่เปิดรับทั้งหมด (ร้อยละ)	6.14%	4.23%	7.92%	9.89%	12.33%
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการสรรหาพนักงานใหม่* (บาท)	3,580	3,474	3,035	2,051	3,403

*ตัวอย่างเช่น เงินเดือนเจ้าหน้าที่สรรหาพนักงาน ค่าโฆษณา ค่าเดินทาง ค่าตัวแทนหาพนักงาน

จำนวนพนักงานที่รับเข้ามาใหม่ (คน)	2563	2564	2565	2566	2567
รวม	2,280	2,943	3,046	5,279	3,633
แยกตามอายุ					
อายุต่ำกว่า 30 ปี	1,743	2,040	2,014	3,394	2,404
อายุ 30 - 50 ปี	524	889	1,020	1,846	1,210
อายุมากกว่า 50 ปี	13	14	12	39	19
แยกตามเพศ					
ชาย	1,127	1,483	1,559	2,588	2,066
หญิง	1,153	1,460	1,487	2,691	1,567
แยกตามชาติพันธุ์					
อาข่า	1	0	0	0	0
พม่า	3	0	218	98	145
จีน	1	0	0	0	0
ลื้อ / ไทลื้อ	1	0	1	0	0
ปะหล่อง	0	0	0	0	0
ไทใหญ่	6	0	0	4	0
ม้ง	0	0	0	1	0
ไม่มีสัญชาติ	0	0	0	3	0
ไทย	2,268	2,942	2,827	5,173	3,488
แยกตามระดับพนักงาน					
ระดับจัดการระดับสูง (Top Management)	2	3	0	2	1
ระดับจัดการระดับกลาง (Middle Management)	7	23	29	37	34
ระดับจัดการระดับต้น (Junior Management)	78	113	95	157	117
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	2,193	2,804	2,922	5,083	3,481

➤ การสรรหาพนักงานเชิงรุก ผ่านโครงการต่าง ๆ

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

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

➤ โครงการทุนทวีภาคี

บริษัทฯ คัดเลือกและมอบทุนการศึกษาให้ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรีผ่านโครงการทุนการศึกษาทวีภาคี โดยได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา (สอศ.) เพื่อสร้างความร่วมมือด้านการจัดการอาชีวศึกษาและฝึกอบรมวิชาชีพประเภทพาณิชยกรรม สาขารัฐกิจค้าปลีก ในปี 2567 บริษัทฯ ได้มอบ ทุนการศึกษาในระดับ ปวส. และระดับปริญญาตรี จำนวน 388 ทุน มูลค่าทุนรวม 1,976,385 บาท มีผู้รับทุนที่ได้บรรจุเป็นพนักงานโฮมโปรรวม 115 คน รายละเอียดการมอบทุนการศึกษาในปีที่ผ่านมาดังนี้



ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

ปี	รุ่นที่	จำนวนสถานศึกษาที่เข้าร่วม (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
รวม			3,596	76,271,677

ระดับปริญญาตรี

ปี	รุ่นที่	จำนวนสถานศึกษาที่ เข้าร่วม (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
รวม			117	9,050,740

➤ โครงการสุขใจใกล้บ้าน

บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสในการโอนย้ายกลับไปทำงานยังภูมิลำเนาของตน ภายใต้โครงการสุขใจใกล้บ้าน เพื่อเสริมสร้างให้พนักงานเกิดความสุขในการทำงาน โดยในปี 2567 มีพนักงานที่สมัครเข้าโครงการ 67 คน



ปี	จำนวนพนักงานเข้าร่วม (คน)	จำนวนพนักงานเข้าร่วมสะสม (คน)
2563	116	1,463
2564	60	1,523
2565	69	1,592
2566	67	1,659
2567	67	1,726

➤ โครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน

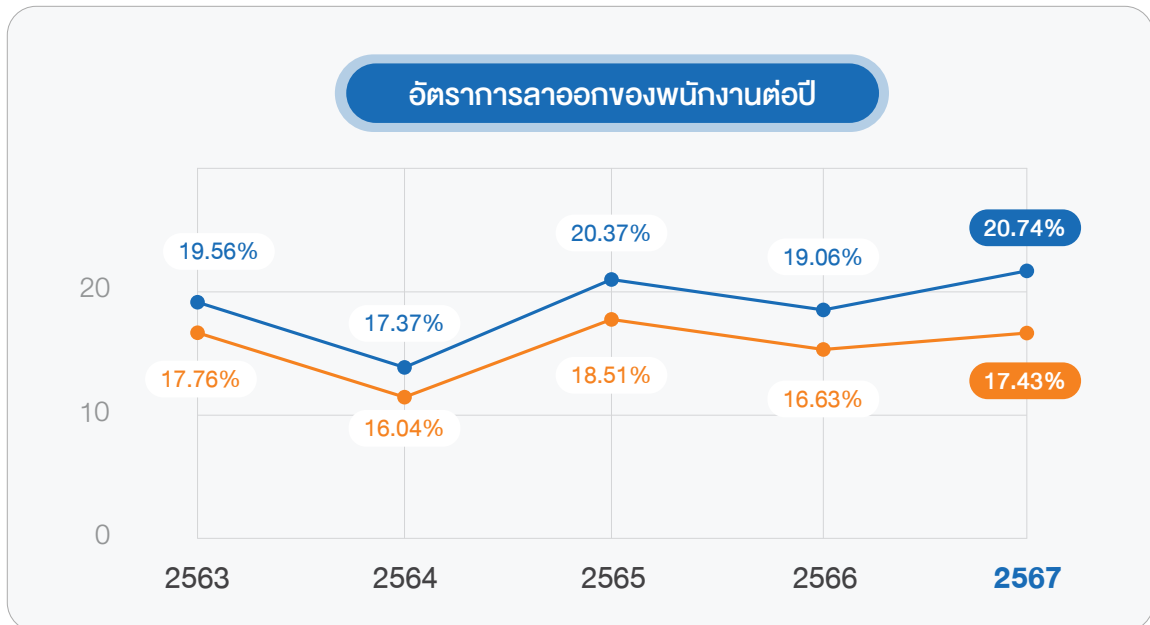
บริษัทฯ จัดทำโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน เพื่อสรรหาพนักงานที่มีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งงานและเหมาะสมกับวัฒนธรรมของบริษัทฯ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มช่องทางและโอกาสในการหาผู้สมัครที่เหมาะสมกับบางตำแหน่งที่มีการแข่งขันสูง โดยบริษัทฯ ได้มอบรางวัลตอบแทนให้กับพนักงานที่แนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาสมัครผ่านโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน



ความผูกพันของพนักงาน



อัตราการลาออกของพนักงานต่อปี



● อัตราการลาออกรวม

● อัตราการลาออกโดยสมัครใจ

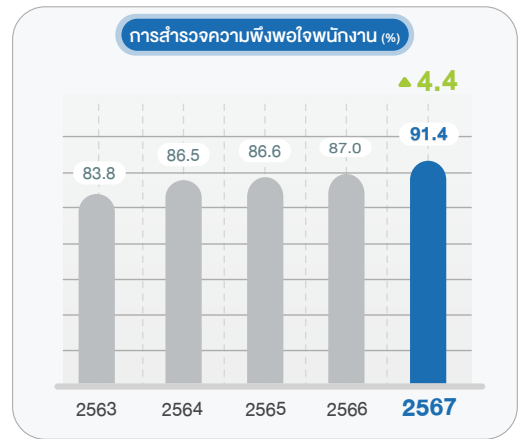
อัตราการลาออกรวม (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	2563	2564	2565	2566	2567
แยกตามอายุ	19.56%	17.37%	20.37%	19.06%	20.74%
อายุต่ำกว่า 30 ปี	12.06%	9.09%	9.90%	9.07%	11.19%
อายุ 30 - 50 ปี	7.26%	8.13%	10.17%	9.84%	9.31%
อายุมากกว่า 50 ปี	0.24%	0.15%	0.31%	0.15%	0.25%
แยกตามเพศ					
ชาย	10.86%	9.31%	10.09%	10.07%	10.05%
หญิง	8.70%	8.06%	10.28%	8.99%	10.69%
แยกตามสัญชาติ					
สัญชาติไทย	19.56%	17.36%	20.33%	19.06%	20.65%
สัญชาติอื่น	0.00%	0.01%	0.04%	0.00%	0.09%
แยกตามระดับระดับพนักงาน					
ระดับจัดการระดับสูง (Top Management)	0.00%	0.00%	0.02%	0.02%	0.01%
ระดับจัดการระดับกลาง (Middle Management)	0.12%	0.24%	0.29%	0.27%	0.27%
ระดับจัดการระดับต้น (Junior Management)	0.70%	1.13%	1.29%	1.14%	1.13%
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	18.74%	16.00%	18.78%	17.63%	19.33%

อัตราการลาออกโดยสมัครใจ (ร้อยละของพนักงานทั้งหมด)	2563	2564	2565	2566	2567
	17.76%	16.04%	18.51%	16.63%	17.43%
แยกตามอายุ					
อายุต่ำกว่า 30 ปี	10.96%	8.38%	8.93%	7.84%	9.40%
อายุ 30 - 50 ปี	6.53%	7.62%	9.37%	8.71%	7.90%
อายุมากกว่า 50 ปี	0.27%	0.03%	0.20%	0.08%	0.13%
แยกตามเพศ					
ชาย	9.16%	8.41%	8.91%	8.57%	8.11%
หญิง	8.60%	7.62%	9.60%	8.06%	9.31%
แยกตามสัญชาติ					
สัญชาติไทย	17.76%	16.04%	18.49%	16.63%	17.38%
สัญชาติอื่น	0.00%	0.00%	0.02%	0.00%	0.05%
แยกตามระดับระดับพนักงาน					
ระดับจัดการระดับสูง (Top Management)	0.00%	0.00%	0.01%	0.02%	0.00%
ระดับจัดการระดับกลาง (Middle Management)	0.15%	0.20%	0.24%	0.20%	0.23%
ระดับจัดการระดับต้น (Junior Management)	0.84%	1.00%	1.22%	1.08%	1.05%
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	16.78%	14.83%	17.04%	15.33%	16.15%



➤ การประเมินความพึงพอใจของพนักงาน

บริษัทฯ มีการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานเป็นประจำทุกปี พร้อมทั้งนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และปรับปรุงทุกด้าน เช่น สวัสดิการ อาชีวอนามัย ความปลอดภัย สภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการบังคับบัญชา เพื่อสร้างความผูกพันของพนักงานต่อบริษัทฯ ทำให้อัตราการลาออกของพนักงานต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน



ผลการดำเนินงานการสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน (%)	2563	2564	2565	2566	2567
เพศ					
ชาย	84.2%	87.2%	87.0%	88.4%	91.6%
หญิง	83.3%	85.8%	86.1%	86.8%	90.8%
แยกตามอายุ					
อายุ 18 - 22 ปี	83.3%	84.9%	84.9%	87.0%	90.2%
อายุ 23 - 40 ปี	83.7%	86.5%	86.5%	87.4%	91.4%
อายุ 41 - 55 ปี	83.9%	86.9%	87.0%	88.6%	92.0%
อายุมากกว่า 56 ปี	84.8%	85.8%	85.4%	80.2%	90.6%
แยกตามระดับระดับพนักงาน					
ผู้จัดการทั่วไป ขึ้นไป	85.7%	84.6%	84.6%	86.2%	87.4%
ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	84.4%	86.3%	86.3%	90.2%	92.6%
เจ้าหน้าที่อาวุโส / ผู้จัดการฝ่าย	82.0%	84.6%	84.6%	85.4%	89.2%
เจ้าหน้าที่	84.3%	87.5%	87.5%	88.4%	92.0%
พนักงาน	83.6%	86.1%	86.1%	87.4%	91.0%

หมายเหตุ :

ปี 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)

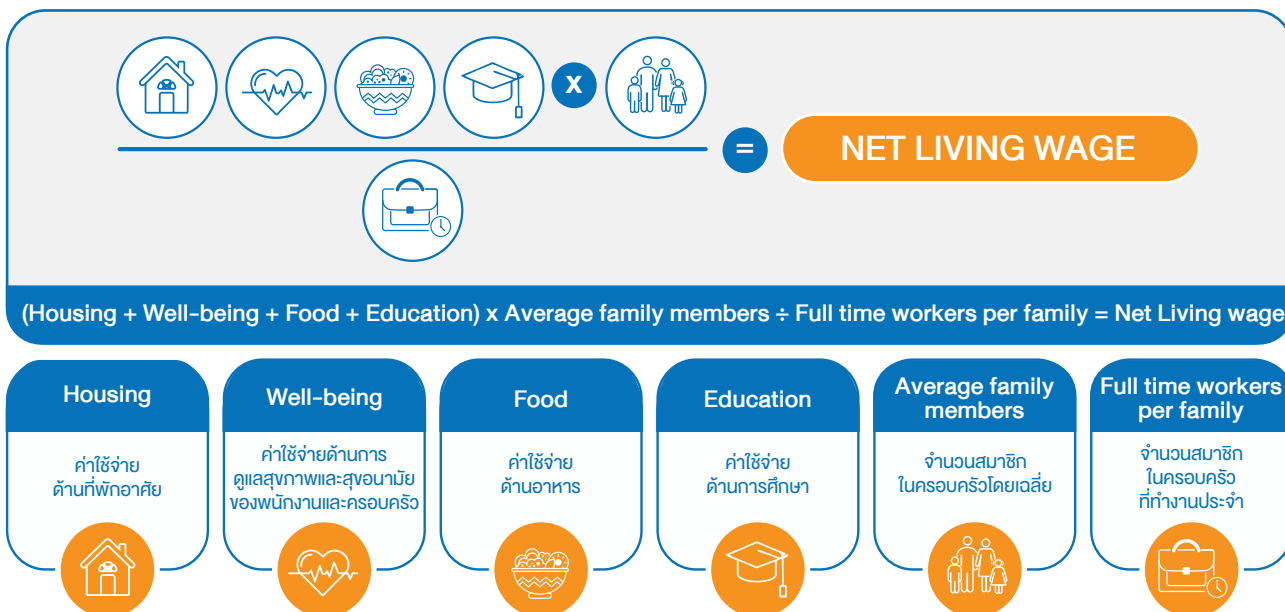
บริษัทฯ คำนึงถึงชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนค่าจ้างและสวัสดิการที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการดำรงชีวิตของพนักงานและครอบครัว (Living Wage) และการเติมเต็มความต้องการขั้นพื้นฐาน ทั้งอาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า บริการด้านสุขภาพ การออม ตลอดจนกิจกรรมสันทนาการสำหรับพนักงานและครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและโภชนาการท้องถิ่น บริษัทฯ มีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพยากรบุคคลเป็นที่ปรึกษาในการศึกษาและกำหนดนโยบายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรมและมอบค่าตอบแทนตลอดจนสวัสดิการที่เหนือกว่าตลาดแรงงานโดยทั่วไป โดยอ้างอิงข้อมูลค่าเฉลี่ยของสมาคมผู้ค้าปลีกไทย (Thai Retailers Association) ซึ่งสูงกว่าค่าจ้างขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด และประเมินค่าตอบแทนของพนักงาน เพื่อให้เพียงพอต่อค่าดำรงชีพของตนเองและครอบครัวโดยอ้างอิงแนวทางของ Anker Methodology นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมอบค่าครองชีพซึ่งสอดคล้องกับท้องที่ปฏิบัติงานของพนักงาน ค่าตำแหน่ง ค่าเดินทาง ค่าความรู้ด้านภาษา กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าประกันสุขภาพทั้งแบบผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก ประกันอุบัติเหตุ เครื่องแบบ

พนักงาน ผ่าตัดชุดคลุมท้องวงเงินซื้อสินค้าในราคาพนักงาน เงินช่วยเหลือฉุกเฉิน เงินกู้ฉุกเฉินโดยไม่มีดอกเบี้ย ของเยี่ยม ยามเจ็บป่วย เงินช่วยงานสมรส เงินช่วยเหลือค่างานศพพนักงานและบุคคลในครอบครัว ฯลฯ รวมถึงมีโครงการให้ทุนการศึกษา แก่บุตรพนักงานอีกด้วย



นโยบายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ของพนักงาน

> Anker Methodology



หลักการสำคัญในการคำนวณค่าตอบแทนของพนักงาน	ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง
การไม่เลือกปฏิบัติ	<ul style="list-style-type: none"> บริษัท จ่ายค่าตอบแทนโดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา เพศสภาพ ภาษา อายุ สีผิว การศึกษา สถานะทางสังคม ผู้พิการ และผู้สูงอายุ
ศักยภาพของพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> บริษัท จ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับความสามารถ ประสบการณ์ และการศึกษาของพนักงาน พนักงานสามารถที่จะได้ค่าตอบแทนที่เต็มที่ตามเวลางาน โดยที่ไม่ต้องทำงานล่วงเวลา หากมีสาเหตุที่พนักงานจำเป็นต้องทำงานล่วงเวลา บริษัท มีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนล่วงเวลาที่เหมาะสม
ผลประโยชน์ของบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> บริษัท อาจมีการจ่ายค่าตอบแทนเพิ่มเติมในรูปแบบของเงินโบนัสประจำปี ตามผลประโยชน์โดยรวมของบริษัท
ค่าตอบแทนที่โปร่งใส	<ul style="list-style-type: none"> บริษัท จ่ายค่าตอบแทนตามความเป็นจริงและสามารถชี้แจงให้กับพนักงานได้อย่างโปร่งใส



การรักษาพนักงาน

บุคลากรถือเป็นรากฐานและหัวใจสำคัญของการสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันและการเจริญเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน การให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างองค์กรแห่งความสุขที่บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยสภาพแวดล้อมที่เอื้อและกระตุ้นต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างอิสระ นอกจากนี้การบริหารจัดการความแตกต่างของบุคลากรในแต่ละช่วงวัยให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างราบรื่นและสร้างความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรยังคงเป็นความท้าทายในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

- นำเทคโนโลยี Advanced Analytics มาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรผ่าน ระบบ HRMS (Human Resource Management System) โดยพนักงานสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง (ESS: Employee Self Service) ทั้งเรื่องการตรวจสอบประวัติการทำงานการดำเนินการเรื่องการลา รวมถึงการเบิกจ่ายสวัสดิการ การประเมินผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพื่อลดขั้นตอนการอนุมัติต่างๆ ทำให้พนักงานบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประมวลผลค่าจ้างและเงินเดือนที่มีความรวดเร็วและแม่นยำ ซึ่งเป็นหนึ่งในผลจากการเปิดกว้างให้พนักงานส่งความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงระบบที่ดี บริษัทฯ ได้มีการพัฒนา HRMS Application ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าใช้งานระบบ HRMS (Human Resource Management System) บนมือถือส่วนตัวและสามารถดำเนินการด้วยตนเองได้อย่างสะดวกรวดเร็ว 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
- จากสถานการณ์ COVID-19 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานของพนักงาน จากที่เคยทำงานร่วมกันภายในสำนักงาน กลายเป็นการทำงานจากที่บ้าน และมีการประชุมแบบออนไลน์ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจไม่มีสะดุด ทำให้บริษัททั่วโลกต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเพื่อตอบโจทย์ในยุค Next Normal ซึ่งเป็นการทำงานแบบผสมผสานทั้งการทำงานที่และสำนักงานและการทำงานจากทุกที่ บริษัทฯ จัดทำโครงการเพื่อรองรับการทำงานยุคใหม่ (Hybrid Workplace) โดยพนักงานสามารถทำงานนอกสถานที่ (Work from Anywhere) ทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) และเพิ่มรูปแบบการทำงานใหม่ที่เรียกว่า Remote office อยู่ที่สาขาโฮมโปร บริเวณรอบเขตกรุงเทพฯ โดยบริษัทฯ สนับสนุนอุปกรณ์และระบบการทำงาน พร้อมทั้งช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้พนักงานสามารถบริหารจัดการการใช้ชีวิตอย่างเหมาะสม พนักงานที่ทำงานประจำในสำนักงานใหญ่

สามารถใช้พื้นที่ทำงานในสาขาที่ใกล้บ้านพนักงาน ได้แทนการเข้าสำนักงานใหญ่ ช่วยประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาทำงาน นอกจากนี้ การทำงานแบบ Hybrid Workplace ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในสำนักงาน เช่น ลดความจำเป็นในการใช้พื้นที่สำนักงาน ลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาอาคาร ลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคตลอดจนเครื่องพิมพ์และเครื่องเขียน 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. เฉพาะในช่วงปิดภาคเรียน และในช่วงเปิดภาคเรียนเปิดรับดูแลบุตรหลานของพนักงานหลังเลิกเรียนในวันทำงาน ตั้งแต่เวลา 16:00 - 18:00 น. โดยในปี 2567 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 30 คน
- จัดให้มีห้องให้นม (Breastfeeding Room) สำหรับพนักงานหญิงที่เป็นแม่ให้นมบุตร โดยบริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญและสุขอนามัยที่ดีของพนักงานหญิงที่เป็นแม่ให้นม จึงได้จัดพื้นที่ที่สะอาด เหมาะสม พร้อมด้วยอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการให้นมหรือปั๊มนมเพื่อช่วยให้พนักงานหญิงที่เป็นแม่ให้นมสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแบ่งเวลาปั๊มนมจัดเก็บเป็นอาหารสำหรับการเลี้ยงดูทารกด้วยนมแม่ซึ่งเป็นนมที่คุณค่าและสารอาหารครบถ้วน
- กำหนดสิทธิในการลาของมารดาเนื่องจากการมีบุตร (Paid Parental Leave For Primary Caregiver) โดยให้มารดาสามารถลาก่อนและหลังคลอด รวมถึงเพื่อการตรวจครรภ์ โดยได้รับค่าจ้าง 98 วัน หรือคิดเป็น 14 สัปดาห์ ซึ่งเป็นการลาที่นอกเหนือจากการลาหยุดพักผ่อนประจำปีและการลาอื่นๆ

- ให้ความรู้ด้านการออมและการวางแผนทางการเงิน รวมถึงการแก้ไขปัญหาหนี้สิน ให้กับพนักงาน เช่น การลงทุนผ่านระบบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การวางแผนการลดหย่อนภาษีการดูแลช่วยเหลือพนักงานที่มีปัญหาภาระหนี้สินกลุ่มบัตรเครดิตกดเงินสดและสินเชื่อบุคคลที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงให้มีความรู้ทางเลือกในการจัดการต่อภาระหนี้ ในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมและเป็นธรรม ผ่านโครงการสินเชื่อสวัสดิการพนักงานการประชาสัมพันธ์ สื่อความรู้ ข้อมูลข่าวสารเพื่อการส่งเสริมวินัยและข้อควรระวังภัยร้ายต่างๆ ทางด้านการเงิน เป็นต้น โดยบริษัทฯ เปิดช่องทางให้พนักงานสามารถศึกษาหาความรู้และปรึกษาปัญหาผ่านช่องทาง Facebook มั่งคั่ง มั่นคง แบบโฮมโปร หรือติดต่อขอคำแนะนำจากฝ่ายบริหารค่าตอบแทนของบริษัทฯ ซึ่งในปี 2567 มีสถาบันการเงินให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาหนี้สินให้กับพนักงานจำนวน 2 หน่วยงาน ได้แก่ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย และบริษัท เอสจี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)

จัดการหนี้ให้เบาลง ใจให้คุณได้

มีปัญหานี้สิน อย่าปล่อยให้บานปลาย
เปลี่ยนหนี้สิน ก่อนเป็นหนี้เสีย!

ปรึกษา **คลินิกแก้หนี้**
By HomePro Wealth Club

Scan QR Code
เพื่อไปเจ้าหน้าที่ติดต่อกับ

จัดการเรื่องหนี้มาแล้วมากกว่า 1,700 Case!!!

HomePro DC MEGA The Power



การพัฒนาพนักงาน

การจัดการด้านการฝึกอบรม

ในปี 2567 เศรษฐกิจในประเทศไทยมีการเติบโตไม่สูงมาก รวมถึงมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อีกทั้งความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้องค์กรต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติงาน บริษัทฯ เล็งเห็นปัจจัยที่มีผลกระทบและจะทำการอะไรให้ธุรกิจดำเนินไปได้จากสภาวะดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับจะทำการอะไรให้องค์กรเหนือกว่าคู่แข่ง บริษัทฯ มองว่าสิ่งนั้นก็คือบุคลากรภายในองค์กรนั่นเอง

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน พัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นกับการปฏิบัติงาน ในปัจจุบัน รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมในเรื่องของความรู้ และทักษะที่จำเป็นในอนาคตอย่างเต็มความสามารถ เพื่อนำพาให้องค์กร บรรลุวัตถุประสงค์ ในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเป็นโอกาสในการเจริญเติบโตให้กับพนักงานของโฮมโปรอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2567 บริษัทฯ มีโครงการสำคัญหลากหลายโครงการ เพื่อการพัฒนาพนักงาน โดยเป็นการพัฒนาแบบองค์รวม และให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาอย่างเหมาะสม มีการผสมผสานการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ ทั้งในรูปแบบการเรียนรู้แบบ Classroom ซึ่งออกแบบให้เหมาะสมกับพนักงานแต่ละกลุ่ม ภายในแนวคิด Content ที่เชื่อมโยงและตอบโจทย์ แนวทางการปฏิบัติงานและความต้องการในแต่ละตำแหน่งงาน การแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างกัน การประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนรู้ ตลอดจนการวัดผลอย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจได้ว่าพนักงานทุกคนที่เข้ารับการฝึกอบรมจะนำสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์การปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง มีการติดตามผลเก็บข้อมูลต่างๆ ค้นหา “Gap” เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุง Content และวิธีการพัฒนาเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจ โดยมีโครงการสำคัญดังต่อไปนี้

โครงการ High Potential

เป็นโครงการพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพ ซึ่งต้องผ่านการสอบคัดเลือกจากคณะกรรมการ มีผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 26 คน แบ่งเป็นระดับผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป (AVP) 3 คน ผู้จัดการสาขา (GM) 3 คน และผู้จัดการฝ่าย 20 คน วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาให้มีทักษะที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร ส่งผลให้เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเน้นการพัฒนาผ่าน Project Based ที่มุ่งเน้นเรื่องการเพิ่มยอดขาย ลดต้นทุน และการบริการ เช่น Project เพิ่มยอดขายสินค้า B2B เพิ่มผู้สมัครบัตร HomePro Visa ฯลฯ โดย Focus ทักษะจำเป็น 4 ทักษะคือ 1. Customer Success & Business Acumen 2. Data Analysis 3. Sales & Marketing 4. People Skill โดยในปี 2567 ผู้เข้าร่วมโครงการผ่านการสอบเพื่อเลื่อนตำแหน่งและปรับระดับ ร้อยละ 7.7

ผลการพัฒนาระดับ Competency	ผลประเมินความสามารถผ่าน Project
<ul style="list-style-type: none"> กลุ่ม AVP/GM เฉลี่ยร้อยละ 86.9 กลุ่มผู้จัดการฝ่าย เฉลี่ยร้อยละ 85.2 	<ul style="list-style-type: none"> กลุ่ม AVP/GM เฉลี่ยร้อยละ 73.8 กลุ่มผู้จัดการฝ่าย เฉลี่ยร้อยละ 75.2

ผลการดำเนินงานในหลักสูตรนี้สร้างผลกระทบในเชิงบวกและประโยชน์ต่อธุรกิจ โดยสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าเป็นร้อยละ 87.7



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

- ระดับผู้จัดการแผนก ผ่านการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ 187 คน จากทั้งหมด 2,022 คน ผลการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมินจัดเป็นกลุ่มดาวเด่น 58 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ของผู้ผ่านการคัดเลือก
- ระดับผู้จัดการฝ่าย ผ่านการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ 131 คน จากทั้งหมด 408 คน ผลการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมินจัดเป็นกลุ่มดาวเด่น 52 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ของผู้ผ่านการคัดเลือก
- ระดับผู้จัดการสาขา ผ่านการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ 49 คน จากทั้งหมด 115 คน ผลการพัฒนาผ่านเกณฑ์การประเมินจัดเป็นกลุ่มดาวเด่น 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 ของผู้ผ่านการคัดเลือก
- ผลการดำเนินงานในหลักสูตรนี้สร้างผลกระทบและประโยชน์ต่อธุรกิจ โดยสามารถช่วยเพิ่มกำไรสุทธิร้อยละ 0.96 และเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานเป็นร้อยละ 91.4



โครงการ Competency Development Program

เป็นโครงการพัฒนาพนักงานที่ผลประเมิน Competency ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่บริษัทฯ กำหนด วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาพนักงานให้มีทักษะที่จำเป็นในระดับที่พร้อมสำหรับการปฏิบัติงาน ผ่านเครื่องมือการพัฒนา IDP โดยมีแบบแผนที่ชัดเจนและมีวิทยากรที่เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาทั้งหัวหน้างานที่เป็น Coach และตัวพนักงานที่เข้าโครงการ ในปี 2567 มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 220 คน ผลประเมินผ่าน ระดับผู้จัดการสาขา (GM) 30 คน จาก 39 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 ระดับผู้จัดการฝ่าย 97 คน จาก 181 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6

การพัฒนาพนักงานตาม Roadmap และ UpSkill เป็นแผนการพัฒนาพนักงานตามตำแหน่งงาน ที่มุ่งเน้นไปยังความรู้และทักษะที่จำเป็นและสำคัญในการปฏิบัติงานส่งเสริมที่จะทำให้พนักงานมีความรู้ความสามารถด้านบริหาร “งาน” และ “คน” ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ในปี 2567 มีผู้ผ่านการพัฒนาทั้งกลุ่มสำนักงานใหญ่และผู้บริหารของสาขา ที่อบรมครบตาม Roadmap จำนวน 990 คน จากจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ต้องเข้าอบรมในปี 2567 จำนวน 1,155 คน คิดเป็นร้อยละ 86 และอบรมหลักสูตร Up Skill จำนวน 1,911 จากจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ต้องเข้าอบรมในปี 2567 จำนวน 2,000 คน คิดเป็นร้อยละ 96



Competency Development Support CDP Project



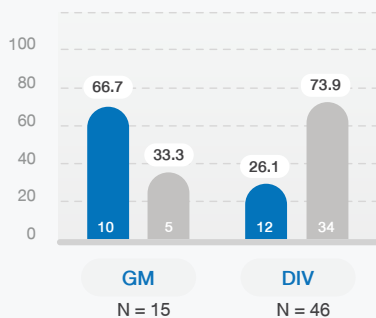
Target
จำนวนคนผ่าน 80%

Actual

GM = 76.9%
DIV = 53.6%

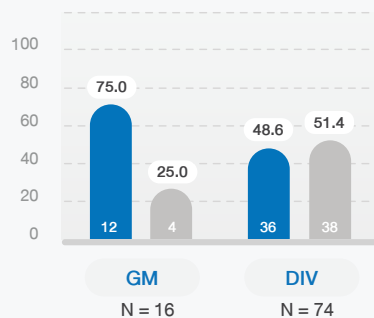
Q2 - Job Knowledge (จำนวนคนผ่าน)

● ผ่าน ● ไม่ผ่าน



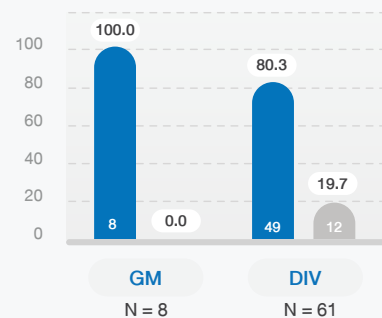
Q3 - Driving Result / Execution (จำนวนคนผ่าน)

● ผ่าน ● ไม่ผ่าน



Q4 - Coaching (จำนวนคนผ่าน)

● ผ่าน ● ไม่ผ่าน



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



1. Learning

ระบบรองรับเนื้อหาการเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น คอร์สออนไลน์, Micro Learning เนื้อหาแบบสั้นกระชับ เข้าใจง่าย, Flash Card, บทความ, ไฟล์เสียง รวมถึงการสร้างเป็นเส้นทางการเรียนรู้แบบเป็นขั้นตอน (Learning Pathway) ที่กำหนดเนื้อหาจากจุดเริ่มต้น ผ่านเนื้อหาความรู้แบบเป็นขั้นเป็นตอน และสามารถสร้างแบบทดสอบเพื่อผ่านด่านการวัดความรู้ ความเข้าใจก่อนไปสู่บทเรียนต่อไป ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด

อีกทั้งการจัดการเนื้อหาการเรียนรู้ จะถูกแบ่งเป็นหมวด (Category) ต่างๆ เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและเรียนรู้ เช่น Functional, Fundamental, Business, People, Data & IT หรือ HR System เป็นต้น

นอกจากนี้พนักงานสามารถติดตามสถานะการเรียนรู้และผลการเรียนได้ด้วยตัวเอง รวมถึงหัวหน้างานก็ยังสามารถตรวจสอบสถานะหรือผลการเรียนของลูกน้องภายใต้บังคับบัญชาได้อีกด้วย



2. Development

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

3. Engagement

ระบบสามารถสร้างภารกิจที่ท้าทายให้กับผู้เรียน โดยระบบสามารถจัดการแต้มคะแนน จัดอันดับผู้ที่เข้าเรียนหรือสอบได้คะแนนสูงสุดตามลำดับได้ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเข้าระบบบ่อยครั้งขึ้น เมื่อเกิดการแข่งขัน การเรียนก็สนุกและท้าทาย ทำให้การเรียนรู้ไม่เป็นเรื่องที่น่าเบื่ออีกต่อไป

4. Community

ระบบรองรับการสร้างเพลย์ลิสตามเนื้อหาที่ผู้เรียนสนใจ สามารถแลกเปลี่ยนเนื้อหาการเรียนรู้ร่วมกันได้ ถือเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดีเช่นห้องความรู้ด้านการบริหารเงิน ห้องความรู้ด้าน AI ซึ่งผู้เรียนสามารถเข้ามาเรียนรู้หรือพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน

ระบบ iROBRU+ สามารถรองรับพนักงานไฮมโปร PC และบริษัทในเครือมากถึง 28,450 คน โดยมีเนื้อหาหลักสูตรแบ่งเป็นหลักสูตรบังคับ และ Self Learning ที่สามารถเลือกเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง รวมทั้งสิ้น 105 หลักสูตร จากวันเปิดตัวระบบ (Go Live) วันที่ 24 กรกฎาคม 2567 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567 มีจำนวนการเข้าใช้งานรวมทั้งสิ้น 19,100 ครั้ง โดยมีช่วงเวลาเข้าใช้งานในเวลาเดียวกันสูงสุดมากถึง 1,095 คน

จากกระแสตอบรับไปในทิศทางที่ดีจากพนักงานในการเข้าใช้งานระบบใหม่ (ตลอดระยะเวลาประมาณ 5 เดือนที่ผ่านมา) เกิดจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ

1. ผู้บริหารให้ความสำคัญและเน้นย้ำถึงพนักงานทุกคนที่ต้องปรับตัวและเรียนรู้ในการนำ iROBRU+ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงานอย่างต่อเนื่อง
2. การสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีการจัดกิจกรรมเปิดตัวระบบวันพีทีมีเดีย, กิจกรรม Roadshow แนะนำการใช้งานที่เข้าใช้งานได้ง่าย สะดวก เพียงเข้าผ่าน ME App ซึ่งเป็นแพลตฟอร์ม HR ที่พนักงานทุกคนเข้าเป็นประจำอยู่แล้วในการตรวจสอบเวลาการทำงาน การบันทึกคำร้องการลา การเปลี่ยนกะ หรือดู Slip เงินเดือน เป็นต้น รวมทั้งมีทีมงานที่พร้อมให้คำแนะนำอย่างทันทั่วทั้งที่หากเกิดปัญหาในการเข้าใช้งาน
3. เนื้อหาด้านความรู้ ตอบสนองความต้องการของพนักงานและมีประโยชน์ในการปฏิบัติงานโดยสามารถค้นคว้าหาข้อมูลที่สนใจได้อย่างง่ายดาย เปรียบเสมือนมีที่ปรึกษาส่วนตัว ซึ่งแบ่งหมวดเนื้อหาได้อย่างชัดเจน เหมาะสมสอดคล้องกับตำแหน่งงานและหน้าที่งานต่าง ๆ ทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานได้เป็นอย่างดี





การสร้างความก้าวหน้าทางอาชีพ

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

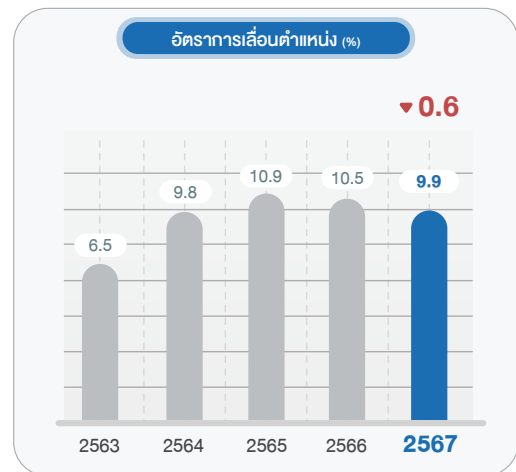
นอกเหนือจากการพัฒนาศักยภาพพนักงานผ่านการอบรมแล้วบริษัท ได้กำหนดแผนการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Path) เพื่อเตรียมกำลังคนและทีมงานให้พร้อมเสมอสำหรับการเติบโตในสายอาชีพเฉพาะบุคคล สอดคล้องกับการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ โดยแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานแต่ละคนนั้น ดำเนินการโดยผู้บังคับบัญชาเป็นผู้กำหนดแผนการพัฒนาความก้าวหน้าทางอาชีพ (Individual Career Development Plan) ซึ่งประกอบไปด้วยการวางแผนอาชีพ (Individual Advance Career Plan) ซึ่งเป็นการคาดการณ์ถึงเส้นทางหรือแนวโน้มในการเติบโตทางอาชีพของพนักงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยพิจารณาจากความสามารถ ณ ปัจจุบันของพนักงานเปรียบเทียบกับความคาด

หวังขององค์กรในตำแหน่งที่สูงขึ้นแผนการพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan หรือ IDP) ที่ระบุถึงศักยภาพที่พนักงานควรได้รับการพัฒนาและวิธีการที่สอดคล้องกันตามที่ระบุไว้ในคู่มือสำหรับการจัดทำแผนความก้าวหน้าในอาชีพรายบุคคล เช่น การฝึกอบรมในหลักสูตรการฝึกปฏิบัติในงาน (On-the-Job Training) การสอนงาน (Coaching) การมอบหมายโครงการ (Project Assignment) เป็นต้น พนักงานจะได้รับการติดตามความคืบหน้าของแผน IDP และรับข้อมูลย้อนกลับจากผู้บังคับบัญชาในทุกๆ 6 เดือน โดยจะเป็นการประเมินความคืบหน้าในการพัฒนาตนเองและพูดคุยหารือกันในหน่วยงานระหว่างตัวพนักงานและผู้บังคับบัญชา ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาศักยภาพเป็นไปอย่างต่อเนื่องสะสมเป็นพื้นฐานในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตในอาชีพของพนักงานต่อไป โดยกรอบการประเมินศักยภาพของบุคลากรของบริษัท นั้นจะใช้กรอบเดียวกันในทุกระดับตำแหน่งและสายงานเพื่อเปิดกว้างในการโอนย้ายข้ามสายงานกันได้ในอนาคต แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงาน สมรรถนะด้านการบริหารและค่านิยมองค์กร ผลของการประเมินศักยภาพที่ได้จะใช้ในการพิจารณาควบคู่กับผลการประเมินการปฏิบัติงานประจำปีเพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารตามลำดับขั้น เพื่อนำไปประมวลผลสำหรับการปรับเลื่อนตำแหน่งและผลตอบแทนสำหรับกลุ่มคนเก่ง (Talent Group) และพิจารณาสร้างผู้สืบทอดตำแหน่งสำหรับตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง (Successor) นับเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานการพัฒนาผู้นำให้พร้อมเติบโตไปกับการขยายตัวขององค์กร

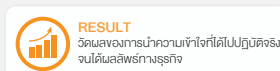
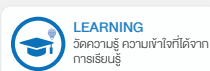


การประเมินผลการฝึกอบรมของพนักงาน

บริษัทฯ ได้มีการประยุกต์ใช้การประเมินผลการฝึกอบรมของพนักงานตามแนวทางของเคิร์กแพทริก (Kirkpatrick Model) เพื่อวิเคราะห์และประเมินผลตอบแทนของการลงทุนด้านการฝึกอบรมของพนักงาน ซึ่งมีการประเมินผลการฝึกอบรม 4 ลำดับ ประกอบด้วย



Kirkpatrick Model



ติดตามผลโดยดูจากยอดขายหรือความพึงพอใจในการให้บริการที่เพิ่มขึ้นหลังจากอบรม เช่น การเพิ่มขึ้นของยอดขาย ความพึงพอใจของลูกค้า ค่าขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้น จีอาร์เรียนลดลง รวมถึงอัตราส่วนความคุ้มค่าจากการลงทุนด้านการฝึกอบรม (ROI)

Level 4: Result
(ผลลัพธ์)



สำหรับหลักสูตรด้าน Soft Skill ดำเนินการติดตามผลการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่าน Model STAR

Level 3: Behavior
(พฤติกรรม)



เช่น การประเมินความรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน การทดสอบความรู้ประจำปี โดยดำเนินการทดสอบ ความรู้ (Knowledge Survey Check) ของแต่ละสาขา อย่างน้อย 2 ครั้ง / ปี

Level 2: Learning
(การเรียนรู้)



เพื่อวัดผลในเชิงประสิทธิภาพ เช่น ความพึงพอใจในการฝึกอบรม ความสามารถของวิทยากร

Level 1: Reaction
(การตอบสนอง)

ผลการดำเนินงาน

สรุปผลการฝึกอบรม	2563	2564	2565	2566	2567
Classroom (คน)	6,826	7,395	11,333	19,433	33,818
OJT (คน)	750	847	1,332	3,703	3,925
Digital Learning (คน)	7,887	5,889	13,711	11,230	17,853
Classroom (ชั่วโมง)	48,417	42,496	59,490	126,697	190,213
OJT (ชั่วโมง)	135,000	152,460	239,760	222,180	235,500
Digital Learning (นาที / คน)	8.55	25.20	262.20	112.98	69.8
Mandatory (ชั่วโมง)	20,962	28,957	27,567	79,126	221,452
Non-mandatory (ชั่วโมง)	221,868	167,342	271,683	269,752	516,174
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมโดยเฉลี่ยต่อคน	22.32	23.72	31.9	28.5	35.8
ความรู้ของพนักงาน	94.20	92.90	91.6	91.4	95.2
การลงทุนด้านการฝึกอบรม (ล้านบาท)	11.93	7.60	14.7	19.9	16.9
- Mandatory (บาท)	1,069,307	1,236,883	1,318,328	1,832,765	2,364,334
- Non - Mandatory (บาท)	10,870,527	6,365,025	12,432,006	18,039,598	14,566,508
การลงทุนด้านการฝึกอบรมต่อคนต่อปี	1,589	925	1,576	1,644	1,424
ผลตอบแทนการลงทุน (ร้อยละ)	433	608	452	324	384
สัดส่วนกำไรต่อจำนวนพนักงาน (ล้านบาทต่อคน)	0.49	0.51	0.55	0.55	0.55

หมายเหตุ :

- ตั้งแต่ปี 2566 บริษัทฯ มีการรายงานผลการดำเนินงาน ครอบคลุมข้อมูลของบริษัทย่อย
- *ผลตอบแทนการลงทุนมาจากสัดส่วนกำไรสุทธิต่อค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม

การลงทุนด้านการฝึกอบรมต่อคนต่อปี	บาท / คน / ปี			
	2564	2565	2566	2567
แยกตามอายุ				
อายุต่ำกว่า 20 ปี	-	1.47	6	20
อายุ 20-29 ปี	133	154	183	146
อายุ 30-39 ปี	553	631	549	334
อายุ 40-49 ปี	1,852	1,161	1,332	485
อายุมากกว่า 50 ปี	3,186	1,989	2,813	693
แยกตามเพศ				
ชาย	428	455	530	288
หญิง	672	591	630	321
แยกตามสัญชาติ				
สัญชาติไทย	538	521	578	304
สัญชาติอื่น ๆ	707	1,005	16	1,539
แยกตามระดับพนักงาน				
รองกรรมการผู้จัดการ	2,700	3,072	10,950	722
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	8,354	3,341	7,756	2,211
ผู้จัดการทั่วไป	2,429	1,555	11,188	1,888
ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	2,763	1,687	3,252	1,067
ผู้จัดการฝ่าย	2,689	1,818	2,105	1,149
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับจัดการ	182	222	242	194
แยกตามประเภท				
Mandatory (บาท / คน / ปี)	116	71	76	129
Non - Mandatory (บาท / คน / ปี)	1,847	1,611	1,752	391

**จำนวนผู้เข้าอบรมเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 62%



การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน



นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และสุขภาพอนามัยของพนักงานทุกคน รวมทั้งประสิทธิภาพในการทำงาน และมุ่งเน้นการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายคือ อุบัติเหตุเป็นศูนย์ โดยถือเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ยึดมั่นควบคู่ไปกับการมุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจ Home Solution and Living Experience ที่ได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสินค้าเพื่อการก่อสร้าง ตกแต่ง ซ่อมแซมบ้านและที่อยู่อาศัยครบวงจร

บริษัทฯ จึงมีการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ควบคู่ไปกับหน้าที่ประจำของพนักงาน โดยกำหนดนโยบายไว้ดังนี้

1. บริษัทฯ จะคุ้มครองดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน พร้อมทั้งกำหนดมาตรการควบคุมและป้องกันที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานทั้งหมดมีความปลอดภัยและมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี
2. บริษัทฯ จะถือปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงกฎหมายและมาตรฐานอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
3. บริษัทฯ จะรณรงค์ส่งเสริมกิจกรรมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน และเป็นหน้าที่รับผิดชอบของพนักงานทุกคน
4. บริษัทฯ จะให้การสนับสนุนทั้งในเรื่องบุคลากร เวลา งบประมาณ และการฝึกอบรมอย่างเหมาะสมและเพียงพอ
5. บริษัทฯ จะสนับสนุนให้มีการปรับปรุงสภาพการทำงานและสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดและป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ อุบัติการณ์ การบาดเจ็บ และการเจ็บป่วยจากการทำงาน
6. บริษัทฯ จะจัดให้มีการทบทวนติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีการปฏิบัติอย่างจริงจังและเกิดประโยชน์สูงสุด
7. ผู้บังคับบัญชาทุกระดับจะต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เป็นผู้นำ อบรม ฝึกสอน จูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยวิธีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัย
8. ผู้บังคับบัญชาในแต่ละสาขาจะต้องบริหารจัดการ สั่งการ กำกับดูแล และดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดในกฎกระทรวง
9. พนักงานทุกคนต้องดูแลความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ปฏิบัติงาน รวมถึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของตนเอง เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนทรัพย์สินของบริษัทฯ เป็นสำคัญตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน



นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

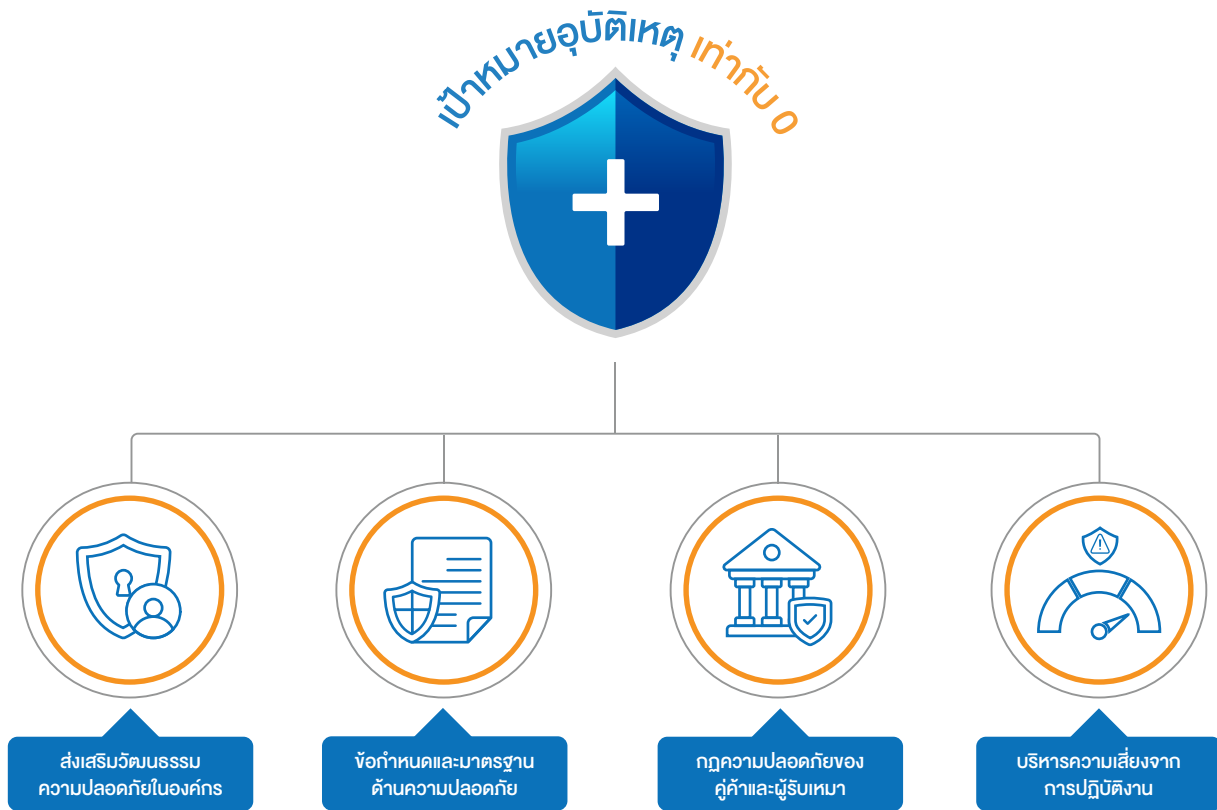
สถิติด้านความปลอดภัย (OHS Performance Metrics)

อัตราการเกิดอุบัติเหตุ	2563	2564	2565	2566	2567
การตรวจสอบครอบคลุมที่เปอร์เซ็นต์ของพนักงานทั้งหมด (%)	100	100	100	100	100
อัตราการเกิดอุบัติเหตุต่อสาขา ¹	0.33	0.31	0.16	0.20	0.51
ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate: LTIFR) ³	0.64	0.67	0.31	0.36	0.79
• พนักงาน	0.79	0.47	0.58	0.85	1.07
• Contractor	0.51	0.24	0.17	0.11	0.53
อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Rate: LTIR) ⁶	0.13	0.13	0.06	0.07	0.16
• พนักงาน	0.16	0.09	0.12	0.17	0.21
• Contractor	0.10	0.05	0.03	0.02	0.11
อัตราวันทำงานที่สูญหาย (Lost Workday Rate: LWD) ⁵	0.19	0.59	0.06	0.55	0.78
• พนักงาน	0.22	1.38	0.10	0.17	1.41
• Contractor	0.15	0.16	0.03	0.74	0.18
ความรุนแรงของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (Lost time Injury Severity Rate: LTISR) ³	9.48	131.27	3.34	5.87	3.9
การเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต (ครั้ง)	0	1 ⁴	0	0	0
• พนักงาน	0	1 ⁴	0	0	0
• Contractor	0	0	0	0	0
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิต (คน)	0	1 ⁴	0	0	0
• พนักงาน	0	1 ⁴	0	0	0
• Contractor	0	0	0	0	0

หมายเหตุ:

- อัตราการเกิดอุบัติเหตุต่อสาขา = จำนวนการเกิดอุบัติเหตุ / จำนวนสาขา
- ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน = (ความถี่ของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน x 1,000,000 ชั่วโมง) / ชั่วโมงการทำงานรวม
- ความรุนแรงของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน = (ความรุนแรงของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน x 1,000,000 ชั่วโมง) / ชั่วโมงการทำงานรวม
- เนื่องจากเป็นเหตุสุดวิสัย
- อัตราวันทำงานที่สูญหาย = (จำนวนวันที่หยุดงานจากอุบัติเหตุ x 200,000 ชั่วโมง) / ชั่วโมงการทำงานรวม
- อัตราการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน = (จำนวนการเกิดอุบัติเหตุ x 200,000 ชั่วโมง) / ชั่วโมงการทำงานรวม

มาตรการดำเนินการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ



ความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญและจัดให้มีนโยบายความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่กำหนดให้เป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนรับผิดชอบทั้งต่อตนเอง เพื่อนร่วมงาน โดยมีเป้าหมายคือ อุบัติเหตุเป็นศูนย์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและจัดสภาพแวดล้อมในที่ทำงานให้มีความเหมาะสม มีการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่ การตรวจวัดแสงสว่างในการทำงาน การตรวจวัดระดับเสียงของพนักงานที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการทำงาน โดยกำหนดให้หน่วยงานป้องกัน การสูญเสียที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในด้านความปลอดภัยโดยเฉพาะทำหน้าที่ฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานทุกกลุ่ม ครอบคลุมทุกลักษณะงานที่มีความเสี่ยง ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน จัดลำดับ ความสำคัญและแผนการดำเนินการ ตรวจสอบและให้คำแนะนำสภาพแวดล้อม ในการทำงาน ประเมินความเสี่ยงอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงมีการรณรงค์และจัดกิจกรรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน พร้อมตรวจติดตามผลทางบริษัทฯ ได้คงอยู่ซึ่งความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับพนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียผ่านทางการประชุมและปรึกษาหารือเกี่ยวกับสวัสดิภาพ สุขภาพและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน

บริษัทฯ พร้อมกับหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายมีความรับผิดชอบไปถึงการประเมินความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัยของพนักงาน และอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในสถานที่ ทำงานเพื่อจัดระดับความสำคัญพร้อมสร้างแผนการดำเนินงานรองรับเพื่อที่จะให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความปลอดภัยในปี พ.ศ. 2568 เนื่องด้วย บริษัทฯ มีกิจกรรมที่มีความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัย ของพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่ในสาขา บริษัทฯ จึงได้ให้ความรู้และอบรมพนักงานให้มีการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ถูกต้อง และปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง อาทิ การใช้รถเข็นบันได การใช้ รถลาก (Hand Jack)

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตนโยบายด้านสุขภาพและความปลอดภัยสู่คู่ค้าที่สำคัญในห่วงโซ่อุปทาน อาทิ ผู้รับเหมาก่อสร้างซึ่งมีบทบาทสำคัญในช่วงการก่อสร้างโครงการต่าง ๆ ของบริษัทฯ โดยเฉพาะในขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง บริษัทฯ ได้กำหนดเป็นข้อบังคับด้านสุขภาพและความปลอดภัยในสัญญาว่าจ้าง สำหรับผู้รับเหมาก่อสร้างที่ร่วมงานกับบริษัทฯ จะต้องดำเนินการและปฏิบัติตาม Safety Checklist อย่างเคร่งครัด มีการกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยประจำอยู่ ณ พื้นที่ก่อสร้าง และมีการว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกด้านความปลอดภัยที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 ในการตรวจประเมินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประเมินรายสัปดาห์ โดยผู้จัดการโครงการของบริษัทฯ นอกจากนั้นยัง

มีการดูแลด้านความปลอดภัยให้กับแรงงานสัญญาเหมาช่วงที่ผ่านการว่าจ้างโดยผู้รับเหมาอีกทอดหนึ่ง ทั้งคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานและ International Labor Standards (ILO) เช่น ห้ามจ้างแรงงานเด็ก หากจ้างแรงงานต่างด้าวต้องมีใบอนุญาตทำงานทุกคน และไม่เอารัดเอาเปรียบในเรื่องค่าแรง มีการอำนวยความสะดวกกับแรงงานอย่างเหมาะสม เช่น การสร้างห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ที่ซักล้าง โรงอาหาร ร้านค้าสวัสดิการ ห้องรับเลี้ยงดูเด็ก ที่พักอาศัย รวมไปถึงการอบรมความปลอดภัยให้กับแรงงานที่ว่าจ้าง และบริษัทฯ ได้กำหนดให้ผู้รับเหมาทุกรายต้องทำประกันชีวิตแรงงานหากเกิดการ

เสียชีวิตระหว่างปฏิบัติงาน ซึ่งเพิ่มเติมจากที่กฎหมายไทยกำหนดจากการณรงค์และเห็นความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย ในปี 2567 ทางบริษัทฯ ได้รับรางวัลเกี่ยวกับด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ รางวัลจากโครงการรณรงค์ลดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ จากสถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน) ทั้งสิ้น 95 สาขา แบ่งเป็นรางวัลระดับทอง 2 สาขา ระดับเงิน 27 สาขา รางวัลระดับทองแดง 31 สาขา และรางวัลระดับต้น 35 สาขา



พิธีมอบรางวัลโครงการรณรงค์ลดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ โดยสถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน)

เหตุการณ์	ลักษณะการเกิดเหตุ	วิธีการป้องกัน	เป้าหมาย
การลื่น/สะดุดล้ม	<ul style="list-style-type: none"> พื้นลื่นหรือเปียก พื้นลื่นหรือเปียก 	<ul style="list-style-type: none"> ดูแลความสะอาดและสภาพของพื้นอย่างสม่ำเสมอ ติดป้ายแจ้งเตือน พื้นต่างระดับ 	การเกิดอุบัติเหตุเป็น 0
ของตกใส่	<ul style="list-style-type: none"> การจัดวางสินค้าที่ไม่มั่นคง ไม่กั้นพื้นที่ ขณะจัดเรียงสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตั้งราวป้องกันในที่จัดวางสินค้าที่อยู่สูงเพื่อไม่ให้สินค้าร่วงหล่นลงมาได้ พัน/ซีล สินค้า ก่อนจัดเก็บ ขณะจัดเก็บ/จัดเรียงสินค้า ต้องทำการกั้นพื้นที่ กฏข้อบังคับในการจัดวางของบนที่สูงเพื่อสร้างความมั่นคง 	
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"> จัดหาและบังคับให้พนักงานสวมใส่ชุดอุปกรณ์ป้องกัน การตกในแนวดิ่งก่อนที่จะขึ้นบันไดทุกครั้ง จัดให้มีราวกันกั้นตกในอุปกรณ์ที่ทำงานบนที่สูง กรณีใช้งานรถเข็นบันได ต้องทำการล็อคล้อทุกครั้งก่อนขึ้นปฏิบัติงาน ติดป้ายสื่อสารวิธีการใช้งานอุปกรณ์อย่างปลอดภัย การสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันอันตรายฯ ก่อนขึ้นปฏิบัติงาน 	

เหตุการณ์	ลักษณะ-การเกิดเหตุ	วิธีการป้องกัน	เป้าหมาย
ชน/กระแทก	<ul style="list-style-type: none"> ชน/กระแทกขณะเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ทำงาน ชน/กระแทก ขณะเคลื่อนย้ายสินค้า ชน/กระแทก บริเวณพื้นที่ที่มีเหลี่ยม หรือมุม 	<ul style="list-style-type: none"> กรณีเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ทำงาน ต้องจัดให้มีพนักงานอย่างน้อย 2 คน ขณะทำการเคลื่อนย้าย กรณีปฏิบัติงานกับรถยก ผู้ขับจะต้องให้สัญญาณทุกครั้งเพื่อแจ้งเตือนให้คนอื่นทราบ กรณีปฏิบัติงานกับเครน พนักงานที่ปฏิบัติงานจะต้องผ่านการอบรม และจัดให้มีผู้ให้ สัญญาณขณะเคลื่อนย้ายสินค้า ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องห้ามเข้าใกล้ ขณะรถยก หรือเครนทำงาน ติดป้ายเตือน หรือจัดให้มีกั้นกระแทกบริเวณพื้นที่ที่เป็นเหลี่ยมหรือมุม 	การเกิดอุบัติเหตุ เป็น 0



มาตรการและแผนดำเนินงานป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ

1. กำกับ ดูแล และเน้นย้ำการปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน อย่างเคร่งครัด และสร้างเครื่องมือช่วยเน้นย้ำความปลอดภัยในการทำงานให้กับพนักงาน โดยการจัดให้มีป้ายเตือนการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัยบนอุปกรณ์ทำงานที่มีความเสี่ยงทุกอุปกรณ์ และมีการรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท ทุกไตรมาส ซึ่งคณะกรรมการบริษัทมีความรับผิดชอบโดยตรงในการกำกับดูแลในเรื่องของอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

คณะกรรมการได้จัดให้มีการทบทวนและประกาศนโยบายด้านความปลอดภัย เพื่อเป็นแนวทางกำกับ ดูแล และเน้นย้ำการปฏิบัติงานตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานรวมถึงปฏิบัติให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด

2. บริษัทฯ มีเป้าหมายในการคุ้มครอง ดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน จึงกำหนดมาตรการควบคุมพฤติกรรมความปลอดภัย เพื่อเป็นเครื่องมือบริหารจัดการงานด้านความปลอดภัย พร้อมทั้งเป็นแนวทางการปฏิบัติงานให้กับพนักงาน

มาตรการ มีผลบังคับใช้ทั้งกับพนักงาน พนักงานช่วยขาย พนักงาน Outsource โดยกำหนดให้พนักงานมีคะแนนความปลอดภัย กรณีพนักงานกระทำพฤติกรรมเสี่ยงที่อาจนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุ (Near Miss) หรือกระทำให้เกิดอุบัติเหตุถึงขนาดเจ็บทั้งตนเองและผู้อื่น หรือกระทำให้ทรัพย์สิน/สินค้าทั้งบริษัท และบุคคลอื่นได้รับความเสียหายจะดำเนินการตัดคะแนนความปลอดภัย และรับบทลงโทษตามเงื่อนไขกำหนด

3. สำรวจข้อมูลสภาพแวดล้อมที่อาจก่อให้เกิดอันตราย หรืออุบัติเหตุจากการทำงาน เพื่อกำหนดมาตรการป้องกันและสื่อสารไม่ให้เกิดอุบัติเหตุซ้ำ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย จึงมีการสำรวจข้อมูลสภาพแวดล้อมที่อาจก่อให้เกิดอันตราย หรืออุบัติเหตุจากการทำงาน เพื่อกำหนดมาตรการป้องกันและสื่อสารไม่ให้เกิดอุบัติเหตุซ้ำ เช่น การจัดทำป้ายเตือนทางต่างระดับ ป้ายเตือนการใช้รถเข็นสินค้าขึ้นทางลาดเลื่อน

4. ในปี 2567 ได้มีการทบทวนและประเมินความสอดคล้องกฎหมาย บริษัทฯ จึงจัดทำแผนงานทั้งการส่งพนักงานเข้ารับการอบรมงานตามความเสี่ยงที่กฎหมายกำหนด การตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน และกำหนดแนวทางการตรวจสอบอุปกรณ์ เครื่องจักรที่ใช้ในการทำงานเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย
5. ประเมินการดำเนินงานที่มีความเสี่ยงเพิ่มเติม และจัดให้มีวิธีปฏิบัติงานรวมถึงกำหนดอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล (PPE) ให้ครอบคลุมตามความเสี่ยงของงาน เพื่อป้องกันความเสี่ยงหรืออันตรายจากการทำงาน
6. บริษัทฯ ได้สนับสนุนการจัดให้มีเครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator: AED) ในสาขาที่เปิดใหม่ รวมถึงได้วางแผนระยะยาวที่จะดำเนินการจัดให้มีครบทุกสาขา ตั้งแต่ปี 2566 ถึง 2567 เป็นจำนวนทั้งหมด 63 เครื่อง โดยในปี 2568 - 2569 วางแผนจัดให้มีประมาณ 50 เครื่อง ซึ่งครบทุกสาขา พร้อมทั้งได้จัดให้มีการฝึกซ้อมวิธีการใช้ AED และขั้นตอนปฏิบัติในการกู้ชีพ
7. บริษัทฯ วางแผนการฝึกซ้อมเพื่อเตรียมรับมือสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น
 - กรณีเกิดเหตุคนหมดสติ จึงจัดการฝึกอบรมการปฐมพยาบาลและกู้ชีพเพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ให้กับพนักงาน โดยจัดให้มีการฝึกซ้อมกับหุ่น CPR กำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ พนักงานแผนกป้องกันการสูญเสีย พนักงานรักษาความปลอดภัย ผ่านการอบรม 100% และ พนักงานแผนกบริการลูกค้า (CS) พนักงานแผนกรับ-ส่งสินค้า (GR) รวมถึงพนักงานขาย และพนักงานช่วยขาย ผ่านการอบรมร้อยละ 40 ของแต่ละแผนก
 - ฝึกซ้อมเหตุฉุกเฉินต่างๆ เช่น การชักซ้อมอพยพหนีไฟประจำปี พนักงานต้องเข้าร่วมฝึกซ้อมตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละบุคคล เพื่อให้เกิดความพร้อมในการรับมือต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน ทุกสาขาปฏิบัติได้ครบถ้วน 100%
8. ปัจจุบันบริษัทฯ มีศูนย์กลางการแจ้งเตือนและเฝ้าระวังเหตุวิกฤต (Management Cockpit) มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานตลอด 24 ชั่วโมง โดยในงานด้านความปลอดภัยได้มีการวางแผนตรวจสอบเกี่ยวกับพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงานของกิจกรรมที่มีการทำงานในเวลากลางคืน เพื่อเฝ้าระวังและยับยั้งเหตุการณ์ที่ไม่ปลอดภัย



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

- บริษัทฯ ดำเนินโครงการ HR Clinic เพื่อให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่พนักงานในการแก้ปัญหาต่างๆ อาทิ ความท้อใจ ความตึงเครียด ปัญหาในการทำงาน และปัญหาครอบครัว เป็นต้น โดยพนักงานจะได้รับการดูแลทางด้านสุขภาพทางจิตใจจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านการให้คำปรึกษาจากหน่วยงานทรัพยากรบุคคล ผ่านทางโทรศัพท์หรือการนัดหมายล่วงหน้าเพื่อเข้าพบเป็นการส่วนตัว รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปี เพื่อสร้างความตระหนักรู้สภาวะจิตใจของตนเอง อาทิ การนั่งสมาธิ และวิ่งป่าสน
- บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการป้องกันในการดูแลสุขภาพและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานในกรณีที่เกิดโรคระบาด ได้แก่ ปฏิบัติตามมาตรการและคำสั่งของหน่วยงานภาครัฐและสื่อสารให้พนักงานทราบอย่างทั่วถึง แต่งตั้งคณะกรรมการในการดูแลและควบคุมโรคระบาดของบริษัทฯ บริหารจัดการรูปแบบการทำงานให้มีความยืดหยุ่น เช่น จัดให้มีการทำงานจากที่พักอาศัย (Work From Home) และสนับสนุนให้มีการฉีดวัคซีนป้องกัน ยารักษาโรค และอุปกรณ์ที่จำเป็นแก่พนักงานและครอบครัว
- บริษัทฯ จัดให้มีบริการ Telemedicine ซึ่งเป็นบริการให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางให้พนักงานสามารถพบแพทย์ได้เสมือนจริง โดยใช้โทรศัพท์มือถือส่วนตัว สแกน QR Code เข้าแอปพลิเคชันไลน์ VDO Call ปรึกษาอาการเจ็บป่วยกับแพทย์หรือพยาบาลได้ทุกวัน พร้อมทั้งมีบริการจัดส่งยาให้กับพนักงาน ทำให้พนักงานสามารถเข้าถึงการรักษาอาการเจ็บป่วยได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีแพทย์ เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยและให้คำปรึกษาแก่พนักงานในโรงพยาบาลที่อาคารสำนักงานใหญ่ทุกวันจันทร์และวันพฤหัสบดี พร้อมทั้งมีพยาบาลประจำห้องพยาบาลเพื่อรักษาพนักงานทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์
- บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงด้านการยศาสตร์ของพนักงาน (Ergonomics) เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมของพื้นที่ปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสม และลดอาการเจ็บป่วยด้านการยศาสตร์ของพนักงาน ซึ่งพบว่าพนักงานที่ได้รับการประเมินความเสี่ยงมีท่าทางการปฏิบัติและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นบริษัทฯ จึงจัดอบรมด้านการยศาสตร์ให้แก่พนักงานเพื่อแนะนำท่าทางการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง พร้อมทั้งปรับสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญ และติดตามผลด้านสุขภาพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอจากการตรวจสุขภาพประจำปี รวมถึงข้อมูลการเข้ารับการรักษาพยาบาลของพนักงาน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีปัญหาสุขภาพเกี่ยวกับโรค Office Syndrome โรคทางเดินหายใจ และโรคไขมันในเลือดสูง บริษัทฯ จึงจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพทั้งในเชิงป้องกันและสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเกิดโรค โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับพนักงานกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. โครงการ HomePro Fun Walk เดินสนุกสุขภาพดี เพื่อกระตุ้นให้พนักงานออกกำลังกายหรือเคลื่อนไหวร่างกายให้มากขึ้นในชีวิตประจำวันด้วยการเดินหรือการวิ่ง โดยใช้ Mobile Application ผ่าน Virtual Application เก็บข้อมูลจำนวนก้าวของผู้เข้าร่วมโครงการ ผู้ที่สะสมจำนวนก้าวครบตามหลักเกณฑ์ก่อนเป็นผู้มีสิทธิรับของรางวัลตาม Step ที่กำหนด พร้อมทั้งจัดกิจกรรม HomePro Fun Walk 2024 Walk To Give...Give For Life ณ สวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ) โดยมีคู่ค้าและพนักงานโฮมโปรทั่วประเทศ เข้าร่วมกิจกรรม กว่า 8,700 คน ซึ่งทุกก้าวเดินของทุกคนได้ถูกเปลี่ยนเป็นเงินบริจาค จำนวน 2,000,000 บาท และนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ผ่านโครงการ “ศูนย์สิริกิติ์บรมราชินีนาถเพื่อโรคมะเร็งเต้านม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย”

2. จัดให้มีการอบรมด้านสุขภาพจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญผ่านช่องทางออนไลน์ และในห้องประชุม ให้แก่พนักงานของบริษัท และบริษัทในเครือได้เข้าร่วมอบรม ชักถามปัญหาด้านสุขภาพ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถรับมือกับโรคต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปี 2567 มีการจัดอบรมด้านสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์และในห้องประชุม จำนวน 2 ครั้ง ดังนี้

2.1 อบรมหัวข้อ “ปฏิบัติการช่วยฟื้นคืนชีพ (CPR) และ การใช้เครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้า (AED)” โดยทีมแพทย์และพยาบาลจากโรงพยาบาลเวสต์ เมดิคอล เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจการช่วยชีวิต รวมถึงสามารถใช้อุปกรณ์เครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้า ในการกระตุ้นหัวใจผู้ที่หัวใจหยุดเต้นให้กลับมาเต้นเป็นปกติ ซึ่งเป็นการช่วยชีวิตผู้ป่วยในภาวะฉุกเฉิน ซึ่งสอดคล้องกับโครงการ ที่บริษัทฯ มีแผนติดตั้งเครื่อง AED ให้ครบทุกสาขาทั่วประเทศ



2.2 อบรมหัวข้อ “เบาหวาน น้ำตาลในเลือดสูง ภัยร้ายที่ไม่ควรมองข้าม” โดย ร.ศ.(พิเศษ) นายแพทย์สถิตย์ นิรมิตรมหาปัญญา ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและประเมินเทคโนโลยีทางการแพทย์ เพื่อให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับโรคเบาหวานอย่างถูกต้อง มีแนวทางป้องกันและดูแลรักษาได้อย่างเหมาะสม รวมถึงมีความรู้เรื่องยาหรืออาหารเสริม ที่ช่วยลดน้ำตาลในเลือด และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี

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



การติดตามผลการฟื้นฟูด้านสุขภาพ

บริษัทฯ ได้มีการติดตามผลพนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ จากผลการตรวจสุขภาพของพนักงาน ประจำปี 2567 พบว่าพนักงานมีสุขภาพดังนี้

สรุปผลการตรวจสุขภาพของพนักงาน	2563	2564	2565	2566	2567
พนักงานมีค่าไขมันในเลือด (Cholesterol) อยู่ในเกณฑ์ปกติคือต่ำกว่า 200 mg/dL (%)	40	42	49	45	39
จำนวนการรักษาพนักงานที่มีปัญหาสุขภาพเกี่ยวกับโรค Office Syndrome (ครั้ง)	1,488	599	1,479	1,101	960



ผลการดำเนินงาน

- ความพึงพอใจของลูกค้า Customer Experience เป็นร้อยละ 87.7



เป้าหมาย

- เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า Customer Experience เป็นร้อยละ 85 ภายในปี 2568



แนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

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



ระบบซื้อขายสินค้าและบริการเชื่อมโยงทุกช่องทางไร้รอยต่อ (Seamless Omni-Channel Platform)



บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาแพลตฟอร์ม Omni-Channel ที่เชื่อมโยงทุกช่องทางการซื้อสินค้าและบริการทั้งออนไลน์และออฟไลน์อย่างไร้รอยต่อ เพื่อให้ลูกค้าและคู่ค้าสามารถเข้าถึงโฮมโปรได้ง่ายยิ่งขึ้น สะดวก ทุกที่ ทุกเวลา ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล ผ่านการขยายช่องทางหน้าร้านเพิ่มขึ้นอีก 10 สาขา ทั้งในรูปแบบโฮมโปร และรูปแบบไฮบริดโฮมโปร เมกาโฮม ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้าบ้านและลูกค้าช่าง อีกทั้งขยายช่องทางออนไลน์ โดยเปิด Market Place ให้คู่ค้านำเสนอสินค้ากว่า 5,000 รายการ ผ่านเว็บไซต์โฮมโปร พร้อมขยายช่องทางจำหน่ายไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ภายนอกอย่าง Shopee, Lazada, TikTok Shop รวมถึง

ยังตอบโจทย์พฤติกรรมที่ต้องการซื้อสินค้าที่รวดเร็ว ด้วย Quick Commerce ผ่าน Grab Mart, Line Man และ Food Panda พร้อมบริการจัดส่งถึงบ้าน (On Demand Delivery) เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็วทันใจ นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ และเลือกรับสินค้าที่สาขา ผ่านระบบ Click and Collect หรือจะใช้บริการผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น HomePro Application, Home Service Application และ HomeCard Application รวมไปถึงการติดต่อผ่านศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Call Center) เพื่อให้ทุก ๆ การซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าสะดวกสบายที่สุด และครบวงจร



➤ Mobile Application

ปัจจุบันพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของผู้บริโภค ยังมี การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการใช้บริการ Delivery ต่อเนื่อง อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามา มีบทบาทส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น บริษัทฯ ได้พัฒนา Mobile Application 3 แอปพลิเคชัน ได้แก่ HomePro Application, Home Service Application, HomeCard Application โดยทั้ง 3 แอปพลิเคชัน สามารถเชื่อมโยงกันได้ เพื่อเพิ่มช่องทางในการ เลือกซื้อสินค้าและใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ทั้งระบบ IOS และ Android พร้อมมอบความสะดวกสบาย และรวดเร็ว ตอบโจทย์ลูกค้ายุคดิจิทัลที่มีความต้องการ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นตามรายละเอียดดังนี้

HomePro
We Make a Better Living

ชีวิตสะดวกขึ้นได้ง่ายๆ แค่ปลายนิ้ว ด้วย 3 แอป จากโฮมโปร

CLICK & COLLECT

ซื้อวันนี้ ส่งวันนี้
SAMEDAY DELIVERY

24 hr Emergency Service

HomePro

HOME SERVICE

HomeCard



HomePro
Application

บริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุง HomePro Application เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า ด้วยการแบ่งหมวดหมู่สินค้าเกี่ยวกับบ้าน เช่น ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว และห้องนั่งเล่น เป็นต้น พร้อมด้วยการชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัย เช่น การจ่ายผ่านบัตรเครดิต QR Code อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง หรือเลือกผ่อนชำระสินค้ารายเดือนได้ตามความต้องการมาพร้อมกับบริการจัดส่งสินค้าแบบมาตรฐานพร้อมติดตั้งจากทีมงานช่างคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีบริการ Same Day Delivery ที่จัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ภายในวันอย่างรวดเร็ว หรือหากลูกค้าสะดวกรับสินค้าที่สาขา ก็สามารถใช้บริการ Click and Collect สั่งซื้อและรับสินค้าได้ที่หน้าร้านภายในวันและเวลาที่กำหนด



Home Service
Application

บริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุง Home Service Application เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดี โดยทีมช่างคุณภาพจากโฮมโปรกว่า 2,000 ทีม ครอบคลุมพื้นที่บริการมากที่สุดในประเทศไทย ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ที่ให้บริการเรื่องบ้านแบบครบวงจรมากกว่า 200 บริการ ทั้งสำรวจ ออกแบบ ติดตั้ง ซ่อมแซมและปรับปรุง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเรียกใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชม. มั่นใจ ช่างไม่ทิ้งงาน พร้อมการรับประกันงานนานสูงสุด 365 วัน



HomeCard
Application

บริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุง HomeCard Application เพื่อเป็นช่องทางอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิก โฮมโปรการ์ด เข้าถึงสิทธิประโยชน์และโปรโมชั่นได้ง่ายกว่าเดิม ลูกค้าสามารถตรวจสอบคะแนน การใช้คะแนนแลกส่วนลดและสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนบุคคลได้ด้วยตัวเอง



FIT TILE
Application

นอกจาก “3 แอปฯ จบครบเรื่องบ้าน” บริษัทฯ ยังได้พัฒนาแอปพลิเคชันอัจฉริยะที่ช่วยอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าที่ต้องการเลือกซื้อกระเบื้อง โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน

ให้สามารถใช้งานด้วยฟีเจอร์ AR (Augmented Reality) ที่สามารถจำลองพื้นที่เสมือนจริงในการกำหนดขอบเขตปูกระเบื้องและลายกระเบื้องที่ต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถคำนวณจำนวนกระเบื้องที่ต้องใช้และสำรองกระเบื้องหน้าร้านไว้ได้ ทำให้ช่วยประหยัดเวลา ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาไปหน้าร้านหากระเบื้องลายที่ต้องการ

➤ บริการ Shop4you

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

➤ บริการ FIT4You

บริษัทฯ พัฒนาศักยภาพ FIT4You ดูแลจัดการทุกขั้นตอนปรับบ้านอย่างมืออาชีพ เพื่อเป็นช่องทางอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการจัดการปรับปรุงบ้านในขนาดที่ต้องการ และส่วนที่ต้องวัดพื้นที่เฉพาะ เช่น ฉากกั้นห้อง ฝ้ามา่น มู่ลี่ Wallpaper ปูหญ้าเทียม บริการออกแบบทาสี หรือบริการสั่งตัดเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงมีบริการสั่งตัดแผนกวัสดุก่อสร้าง เช่น กระจกอลูมิเนียม ประตู มุ้งลวด โดยลูกค้า สามารถกำหนดพื้นที่ฟังก์ชันการใช้งาน งบประมาณได้เอง เพื่อให้ลูกค้าสามารถปรับปรุงบ้านได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เพียง 4 ขั้นตอนง่าย ๆ

1. ติดต่อสอบถาม และเลือกแบบสินค้า
2. สำรวจพื้นที่ วัดหน้างาน
3. สรุปรูปแบบและทำใบเสนอราคา (เพื่อให้ลูกค้าคอนเฟิร์มแบบและราคา)
4. ชำระเงินและนัดติดตั้งพร้อมดูแลจัดการทุกขั้นตอนด้วยช่างมืออาชีพจาก Home service

➤ 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 นอกจากนี้ ยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และเพิ่มยอดขายได้อีกด้วย



➤ BYOD (Bring Your Own Device)

BYOD หรือ Bring Your Own Device โดยบริษัทฯ พัฒนาระบบการเข้าถึงข้อมูล เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลในการให้บริการลูกค้า โดยนำอุปกรณ์ส่วนตัวมาช่วยในการให้บริการลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้น เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือแล็ปท็อป มาใช้อำนวยความสะดวกในการทำงานได้ เพิ่มความคล่องตัวในการทำงานได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา เลือกใช้แอปพลิเคชัน และเครื่องมือที่ตนเองถนัดผ่านอุปกรณ์ที่คุ้นเคย และสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

➤ บริการ Click and Collect

บริการ Click and Collect คือ บริการที่ช่วยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อสินค้า โดยลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ HomePro หรือแอปพลิเคชัน HomePro แล้วสามารถรับสินค้าด้วยตัวเองได้ที่สาขา HomePro ใกล้บ้าน ภายในเวลาเพียง 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 ที่แสดงในอีเมลยืนยันคำสั่งซื้อ

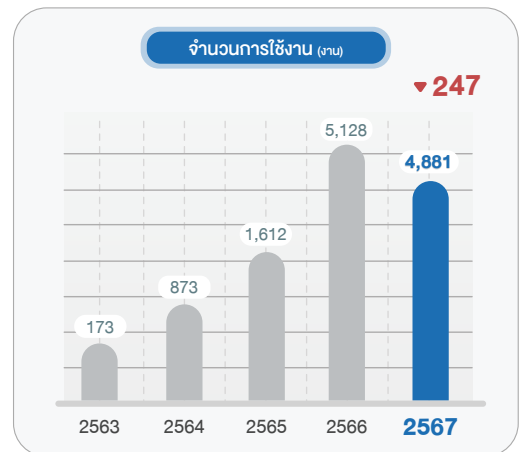
Home Service บริการเรื่องบ้านครบวงจร

บริการจัดส่งติดตั้งด่วนภายในวันเดียวกัน (Same Day Delivery & Installation)

บริษัทฯ พัฒนาระบบการจัดส่งสินค้าและติดตั้งด่วนภายในวันเดียวกัน (Same Day Delivery & Installation) ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ความต้องการให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้าซื้อสินค้ากลุ่มเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น - น้ำร้อน เครื่องกรองน้ำ เครื่องซักผ้า - อบผ้า ปั่น - แห้ง เครื่องดูดควัน - เตาฝ่าง รวมถึงสินค้าอื่น ๆ ที่ต้องใช้บริการติดตั้ง พร้อมทั้งมีบริการ Home Service อาทิ บริการล้างทำความสะอาด บริการตรวจเช็คซ่อมแซมบ้าน บริการติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าและบริการอื่น ๆ เมื่อซื้อสินค้าหรือบริการก่อนเวลา 16.00 น. บริษัทฯ จะดำเนินการจัดส่งสินค้า พร้อมทั้งติดตั้งสินค้าภายในเวลาไม่เกิน 20.30 น. ในวันเดียวกัน

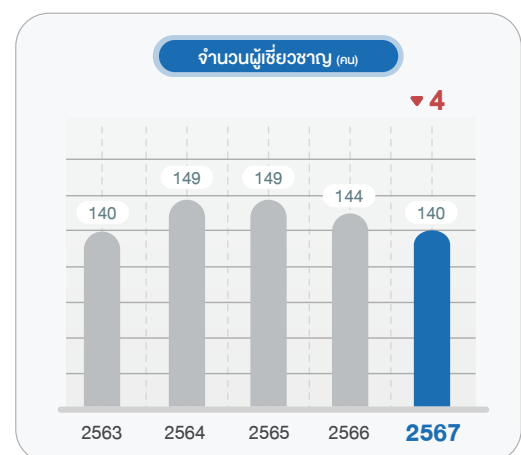
บริการช่วยเหลือฉุกเฉิน (Emergency Service)

บริษัทฯ ได้มีการพัฒนารูปแบบการบริการและปรับปรุงบ้านเพื่อช่วยแก้ปัญหาเรื่องบ้านให้กับลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งลูกค้าสามารถเรียกช่างเพื่อให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉินได้ตลอดเวลา อาทิ ไฟดับ ไฟช็อต ปิมน้ำไม่ทำงาน ท่อน้ำแตก โดยให้บริการครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และมีการขยายบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน ในพื้นที่ให้บริการต่างจังหวัด จำนวน 43 จังหวัด ซึ่งในปี 2567 มีลูกค้าใช้บริการ Emergency Service จำนวน 4,881 งาน



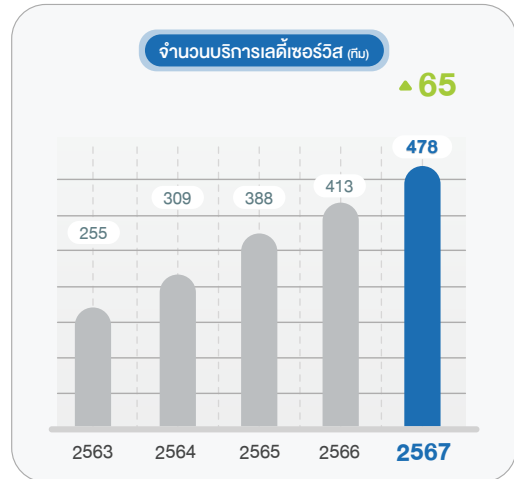
บริการผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเรื่องบ้าน (Room Consultant Team)

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะช่วยแก้ปัญหาเรื่องบ้านให้กับลูกค้าโดยได้มีทีมผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการฝึกอบรมตามมาตรฐานของบริษัทฯ ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญ ทั้งทางด้านห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนอนและห้องพักผ่อน ลูกค้าสามารถขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญเพียงหนึ่งคนก็สามารถออกแบบและเลือกสินค้าได้ครบในหนึ่งห้อง โดยในปี 2567 มีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเรื่องบ้าน (Room Consultant Team) รวมทั้งสิ้น 140 คน โดยแบ่งเป็นที่ปรึกษาด้านห้องน้ำ 55 คน ห้องนอน / ห้องนั่งเล่น 49 คน และห้องครัว 36 คน



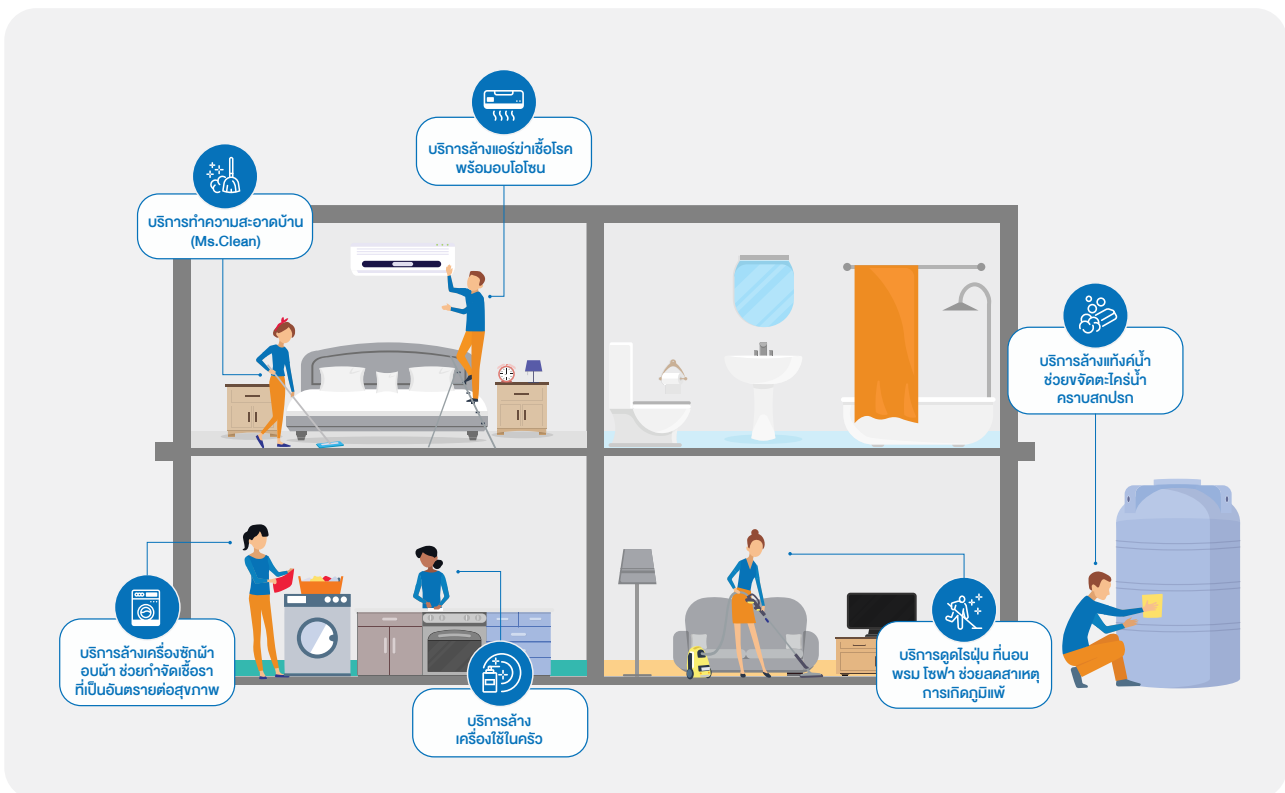
➤ บริการเลดี้เซอร์วิส (Lady Service)

ปัจจุบันมีผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุและสุภาพสตรี ใช้ชีวิตอยู่โดยลำพังเป็นจำนวนมาก ความปลอดภัยในการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญและบริษัทให้ความสำคัญ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้จึงได้พัฒนาบริการ Lady Service โดยการคัดเลือกช่างที่เป็นสุภาพสตรีมาฝึกอบรมงานบริการที่มีมาตรฐาน เพื่อให้บริการติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าและบริการบำรุงรักษาเครื่องใช้ไฟฟ้า ในปี 2567 มีจำนวนช่าง Lady Service ทั้งหมด 478 ทีม



➤ บริการทำความสะอาด (Cleaning Solutions)

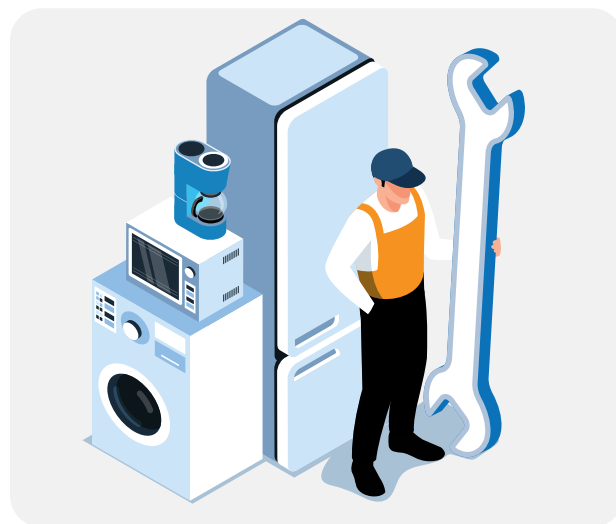
บริษัทฯ ได้พัฒนางานบริการทำความสะอาด Cleaning Solutions ผ่าน Home Service Mobile Application โดยมีทีมงานจาก Home Service ที่ผ่านการอบรมและมีความเชี่ยวชาญ ให้บริการทำความสะอาดแบบครบวงจร เพื่อเป็นตัวช่วยให้กับลูกค้าที่ไม่มีเวลา หรือเหนื่อยล้ากับการทำความสะอาดบ้านด้วยตนเอง ซึ่งลูกค้าสามารถรับบริการทำความสะอาดจาก Home Service ได้อย่างง่ายดาย ทุกที่ ทุกเวลา เหมือนมีช่างประจำบ้านจากโฮมโปรมาดูแล อาทิ



บริษัท ขยายงานบริการล้างแอร์รูปแบบใหม่ที่ทำให้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น “มอเตอร์ไซค์ล้างแอร์” บริการล้างแอร์ โดยมีช่างมืออาชีพจาก Home Service by HomePro เข้าบริการ ล้างแอร์ให้กับลูกค้า โดยใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ พร้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ครบครัน ให้บริการอย่างมีมาตรฐาน ด้วยขั้นตอนการล้างแอร์มาตรฐาน 23 ขั้นตอน พร้อมทั้ง รับประกันคุณภาพงาน 30 วัน หากมีปัญหา น้ำหยด น้ำรั่ว บริษัทฯ จะส่งช่างล้างแอร์ให้ใหม่ พร้อมมอบโอโซนฟรี ซึ่ง บริการมอเตอร์ไซค์ล้างแอร์สามารถเข้าให้บริการล้างแอร์ได้ อย่างรวดเร็วทันใจ ช่วยลดระยะเวลาการเดินทาง แม้ในสถานที่ ที่เข้าถึงยากหรือรถติดและตอบโจทยทุกพื้นที่ ตอบโจทย ด้านการบริการเรื่องแอร์ สร้างความสะอาดสบาย สะอาด ปลอดภัยไร้กังวล สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

➤ Home Makeover

บริษัท มุ่งมั่นมอบความคุ้มค่าทั้งทางด้านสินค้าและบริการ อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้เรียนรู้จากความต้องการของ ลูกค้าและนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า ทั้งนี้จากข้อมูลสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีบ้านอยู่อาศัย กว่า 6 ล้านหลังซึ่งบ้านที่อยู่อาศัยเหล่านั้นอาจไม่ตอบโจทย์ วิถีชีวิตของคนในบ้านที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ซึ่งการปรับปรุง บ้านให้เหมาะสมกับการใช้งานเป็นเรื่องที่สร้างปัญหาให้กับ เจ้าของบ้านเป็นอย่างมาก บริษัทฯ ในฐานะที่เป็นผู้นำธุรกิจ ค่าปลั๊กเกี่ยวกับเรื่องบ้านอย่างครบวงจร ตระหนักถึงปัญหา ที่เกิดกับบ้าน จึงได้พัฒนาการบริการปรับปรุงบ้าน โครงการ “Home Makeover ปรับบ้าน เปลี่ยนชีวิต” โดยช่างเทคนิค จาก Home Service ที่ผ่านการฝึกอบรมอย่างมืออาชีพ และ มีความสามารถในการงานตั้งแต่งานทาสีขนาดเล็กหรือการติดตั้ง เล็กน้อย ไปจนถึงการปรับปรุงบ้านครั้งใหญ่ ซึ่งเป็นบริการ สามารถ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อยกระดับ คุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนไทยให้มีชีวิตความเป็นอยู่ ที่ดีขึ้นในปี 2567 บริษัทฯ ได้ให้บริการ “Home Makeover ปรับบ้าน เปลี่ยนชีวิต” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 โดยมีทีมงาน มืออาชีพจาก Home Service บริการให้คำปรึกษา ออกแบบ และปรับปรุงบ้าน ซึ่งตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการ ปี 2559 - 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับปรุงบ้าน จำนวน 1,340 หลัง



➤ ศูนย์บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า (Repair Center)

เนื่องจากปัจจุบันลูกค้าประสบปัญหาเรื่องการหาศูนย์บริการ รับซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้มาตรฐาน อีกทั้งขั้นตอนในการ ส่งซ่อมมีระยะเวลายาวนาน บริษัทฯ ในฐานะผู้นำในธุรกิจ Home Solution and Living Experience ที่มีความมุ่งมั่นใน การช่วยแก้ปัญหาเรื่องบ้านให้กับลูกค้าเพื่อให้ได้รับบริการที่ รวดเร็วยิ่งขึ้น บริษัทฯ ได้ริเริ่มจัดตั้งศูนย์บริการซ่อมเครื่องใช้ ไฟฟ้า ณ รังสิต เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้บริการซ่อมเครื่อง ปรับอากาศ เครื่องซักผ้า ปัมป์น้ำ เครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องทำ น้ำร้อน ทีวี เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมีทีมช่างมืออาชีพที่ได้รับการ รับรองมาตรฐานจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ให้บริการซ่อมเครื่อง ใช้ไฟฟ้าให้กับลูกค้า วันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ (ทุกวัน) เวลา 09.00-18.00 น. โดยมีจำนวนงานบริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นการช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องใช้ไฟฟ้าและ ลดขยะอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

ปี	จำนวนงานบริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า (งาน)
2566	11,882
2567	22,821

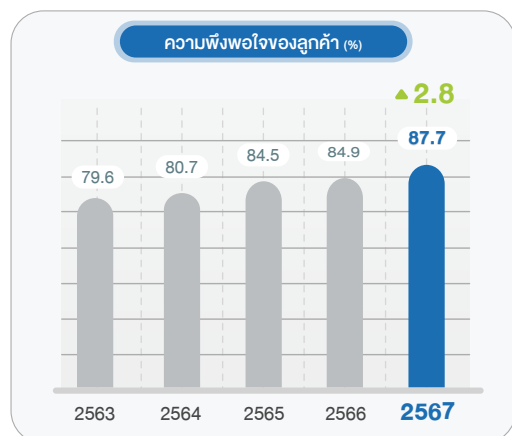


การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทฯ มีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท โดยมีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทฯ ได้ทำการว่าจ้างเพื่อทำการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าในทุกสาขาเป็นรายเดือน โดยแต่ละสาขามีจำนวนลูกค้าที่เก็บข้อมูลได้ประมาณอยู่ที่ 500 คน โดยรวมแล้วมีลูกค้าทั้งหมด 45,000 คนที่ถูกเก็บข้อมูล และนำผลการประเมินไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ ตลอดจนพัฒนาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

โดยในปี 2567 ทางบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายความพึงพอใจของลูกค้าเป็นร้อยละ 84.5 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 85 ภายในปี 2568



S

การสร้างโอกาสและอาชีพ กับพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะทีมช่างซึ่งเป็นลูกค้า หรือ บริษัท Outsource ที่มีความสำคัญ โดยบริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมทีมช่าง เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในการให้บริการลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ และมีมาตรฐาน พร้อมทั้งมีการกระจายงานให้ช่างอย่างสม่ำเสมอ และมีรายได้อย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 8 Decent Work and Economic Growth ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีประสิทธิภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน



ผลการดำเนินงาน

- จำนวนทีมช่างเป็น 2,667 ทีม



เป้าหมาย

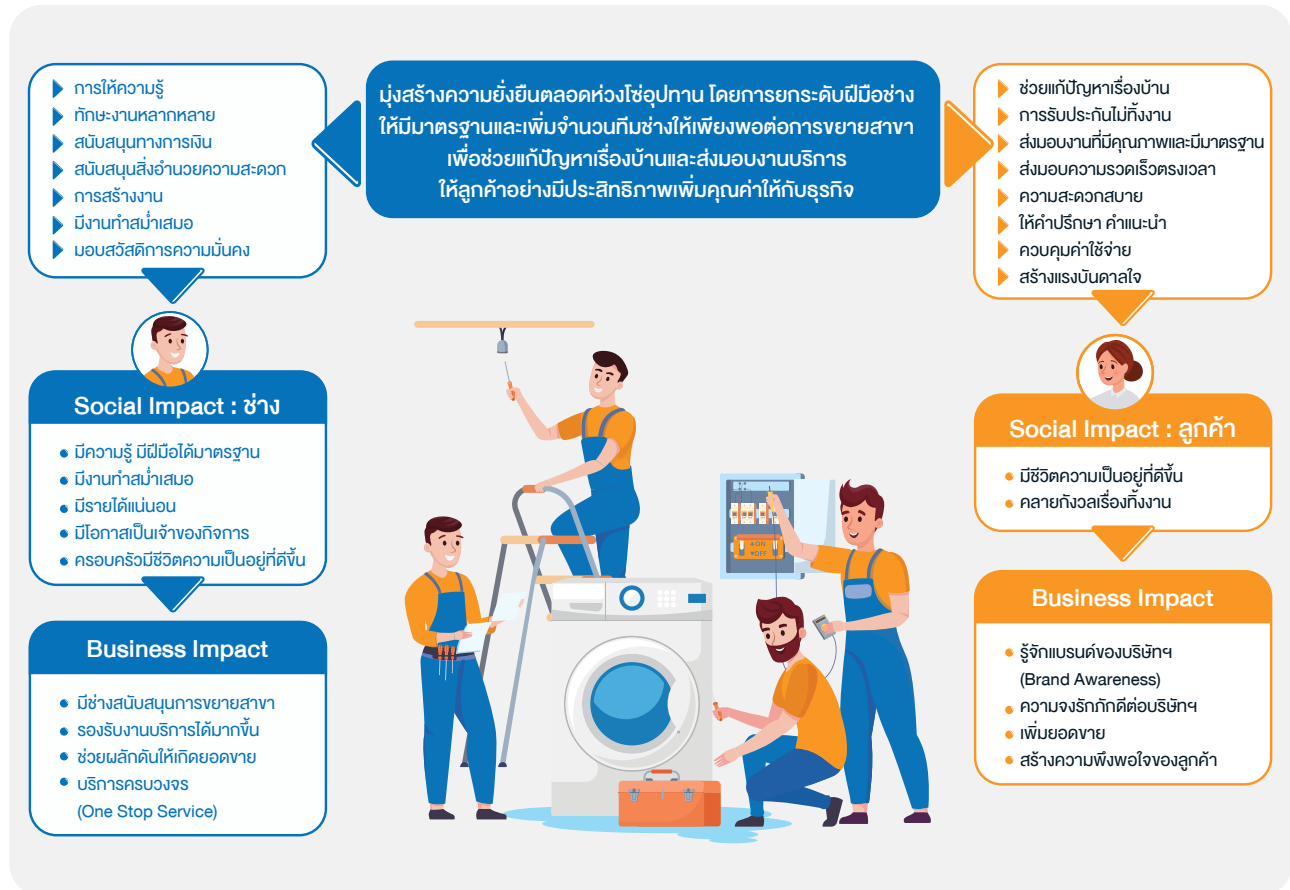
- เพิ่มจำนวนทีมช่างเป็น 1,800 ทีม ภายในปี 2568





โครงการเก้าแก่น้อย

บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคม เพื่อให้ชุมชนได้รับค่าจ้างที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต (Living Wage) พร้อมทั้งส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผ่านการฝึกพัฒนาช่างในโครงการเก้าแก่น้อย เพื่อให้มีมาตรฐานสามารถให้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ เนื่องจากปัจจุบันมีลูกค้าจำนวนมากที่มีความต้องการหาช่างคอยดูแล ซ่อมแซม และปรับปรุงบ้าน อย่างไรก็ตาม ลูกค้าประสบปัญหาในการหาช่างที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการ ทั้งนี้ในมุมมองของบริษัทฯ ได้มีการขยายงานบริการอย่างต่อเนื่องและต้องการช่างเป็นจำนวนมาก เนื่องจากช่างที่รับงานจากบริษัทฯ มีทั้งในรูปแบบบริษัท และช่างทั่วไป บริษัทฯ พบว่ามีช่างเป็นจำนวนมากที่มีความรู้ความสามารถและอยากเป็นเจ้าของกิจการ มีบริษัทเป็นของตนเอง แต่ขาดทุนทรัพย์ บริษัทฯ จึงให้การสนับสนุนและช่วยเหลือช่างกลุ่มนี้ให้มีโอกาสเติบโตเป็นเจ้าของกิจการ มีความพร้อมรับการกระจายงานของบริษัทฯ และเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ



บริษัทฯ ได้ร่วมกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน สนับสนุนการแข่งขันฝีมือแรงงานนานาชาติ World Skills ตั้งแต่ปี 2561 จนถึงปัจจุบัน โดยร่วมเป็นอนุกรรมการในการแข่งขันมาตรฐานฝีมือแรงงานสาขาระบบทำความเย็น และสนับสนุนรางวัล เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกซ้อมสำหรับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และร่วมเป็นวิทยากรอบรมให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันอีกด้วย โดยผู้ชนะการ

คัดเลือกจะเป็นตัวแทนระดับประเทศไทยสู่เวทีการแข่งขันรายการ World Skills ในระดับอาเซียนและระดับโลก บริษัทฯ ยังได้รับโล่จากกระทรวงแรงงานในฐานะองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการยกระดับฝีมือแรงงานให้ได้มาตรฐานสู่ระดับสากล โดยการส่งช่างเข้าทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน (กพร.)



พิธีมอบรางวัล “เครือข่ายพัฒนาฝีมือแรงงาน”

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับรางวัล “เครือข่ายพัฒนาฝีมือแรงงาน” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ในฐานะองค์กรที่มีส่วนในการสนับสนุนการพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมถึงร่วมดำเนินการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน และประเมินความรู้ความสามารถ ให้แก่ช่างฝีมือ และประชาชนทั่วไป ตลอดจนสนับสนุนการจัดการแข่งขันฝีมือแรงงานในทุกระดับ ซึ่งมีส่วนสำคัญทำให้ภารกิจบรรลุตามเป้าหมาย เพื่อผลิตกำลังแรงงานที่มีคุณภาพป้อนอุตสาหกรรมของประเทศ สร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคแรงงาน และเศรษฐกิจ ของประเทศ

🏠 โครงการอบรมช่าง

บริษัทฯ ได้ขยายการดำเนินโครงการพัฒนาช่าง เพื่อสร้างช่างมืออาชีพที่มีมาตรฐานสู่ตลาดแรงงาน พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตของช่างไทยอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมช่าง Home Service Academy ณ รังสิต ซึ่งเป็นศูนย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน และได้รับอนุญาตจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน เพื่อฝึกอบรมช่าง 2 หลักสูตร ได้แก่ ช่างติดตั้งเครื่องปรับอากาศในบ้านและการพาณิชย์ขนาดเล็ก ระดับ 1 และหลักสูตรช่างติดตั้งระบบไฟฟ้าภายในอาคาร ระดับ 1 ทั้งภาคทฤษฎีและฝึกปฏิบัติงานในสถานที่จริง พร้อมทั้งได้รับการทดสอบมาตรฐาน ปัจจุบัน มีช่างที่จบหลักสูตรจำนวน 82 คน พร้อมทั้งได้บรรจุเข้าเป็นพนักงานของบริษัทฯ เพื่อรองรับงานบริการด้าน Home Service ซึ่งเป็นการช่วยลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานช่าง

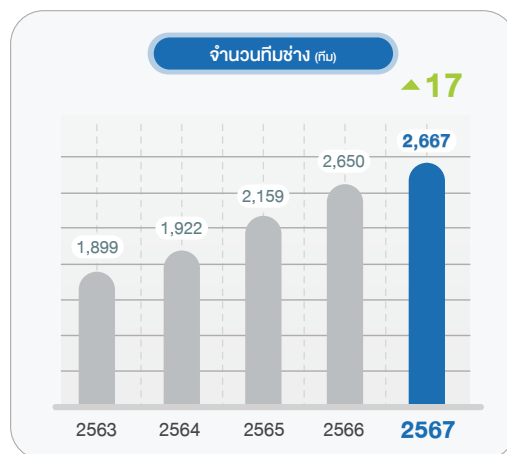
🏆 รางวัล Technician and Delivery Service Award

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาทีมช่างให้มีคุณภาพ มีมาตรฐาน เพื่อรองรับงานบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งบริษัทฯ มีการฝึกอบรมช่าง และมีการติดตามประเมินผลการทำงานของทีมงานอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้ง จัดพิธีมอบรางวัล Technician and Delivery Service Award โดยรางวัลนี้บริษัทฯ ได้ทำการประเมินผลการทำงานของทีมและคัดเลือกทีมช่างทั่วประเทศ ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาหลายด้าน ทั้งทางความสำเร็จของงาน ด้านความพึงพอใจลูกค้า ด้านคำชมเชยจากลูกค้า ด้านความสามารถในการดำเนินงาน ได้ตรงตามกำหนดเวลาและไม่มีการร้องเรียนจากลูกค้า ทั้งนี้ ในปี 2567 มีทีมช่างที่ผ่านเกณฑ์และได้รับรางวัล Technician and Delivery Service Award ประจำเดือน ประเภทงานจัดส่งสินค้า ประเภทงานติดตั้งเครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ประเภทงานบริการล้างเครื่องใช้ไฟฟ้า ทั้งหมด 309 รางวัลโดยทีมที่ผ่านการการคัดเลือกจำนวน 194 ทีม และรางวัล Technician and Delivery Service Award Off The Year 2024 จำนวน 10 รางวัล นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการมอบรางวัลนักป็นยอดเยี่ยมให้กับเจ้าของกิจการจำนวน 4 บริษัท ที่มีส่วนสนับสนุน และร่วมพัฒนาทีมช่างขนส่งและช่างติดตั้งให้มีมาตรฐาน



พิธีมอบรางวัล Technician and Delivery Service Award

ทั้งนี้ในปี 2567 มีจำนวนทีมช่างทั้งหมด 2,667 ทีม ซึ่งนับเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่ช่างได้มากกว่า 5,000 ตำแหน่ง และสามารถสร้างรายได้ให้กับทีมช่าง 1,335 ล้านบาท



S

การดูแลชุมชนและสังคม

บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะทีมช่างซึ่งเป็นคู่ค้า หรือ บริษัท Outsource ที่มีความสำคัญ โดยบริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมทีมช่าง เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในการให้บริการลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ และมีมาตรฐาน พร้อมทั้งมีการกระจายงานให้ช่างอย่างสม่ำเสมอ และมีรายได้อย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ เป้าหมายที่ 8 Decent Work and Economic Growth ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่มีประสิทธิภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน



ผลการดำเนินงาน

- จำนวนห้องน้ำในโครงการห้องน้ำเพื่อสังคม 43 ห้อง
- บริจาคช่วยเหลือชุมชน 4.4 ล้านบาท



เป้าหมาย

- สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคมผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ
- ขยายการดำเนินงานโครงการห้องน้ำ เพื่อสังคมให้ครอบคลุมทุกจังหวัดที่มีการเปิดสาขา



ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนและสังคม สร้างงานสร้างอาชีพ พร้อมทั้งสนับสนุนและสร้างการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนโดยนำหลักการของ Business for Societal Impact (B4SI) มาจัดทำเป็นกลยุทธ์การดำเนินงาน การทำกิจกรรมเพื่อสังคมแบบรวมของบริษัทฯ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้นผ่านนโยบายและกิจกรรมด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อแก้ไขปัญหาของสังคมอย่างเป็นรูปธรรม และยกระดับความสามารถของชุมชนเพื่อให้สามารถก้าวหน้าไปพร้อมกับธุรกิจและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนผ่านโครงการและกิจกรรมดังนี้

- การศึกษาแนวปฏิบัติของการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมตามหลักเกณฑ์สากล Business for Societal Impact Framework (B4SI)
- ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)
- การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) และธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)
- ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจ (CSR in process) มาพิจารณาร่วมกับการจัดทำกรอบการดำเนินงานฯ ของบริษัทฯ



โครงการ HomePro Fun Walk 2024 ส่งต่อสุขภาพดีให้สังคม

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรและบุคลากรคู่ค้า ดูแลรักษาสุขภาพ ด้วยการวิ่ง เดิน ขยับร่างกายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างร่างกายแข็งแรงเกิดความพร้อมในการทำงาน เป็นจุดเริ่มของการดูแลครอบครัวและต่อยอดไปสู่การเป็นต้นแบบให้ทุกคนสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ตอบแทนกลับคืนสังคม โดยรณรงค์ให้พนักงานโฮมโปรทั่วประเทศ กว่า 8,700 คน เข้าร่วมโครงการ “One HomePro Fun Walk” เพื่อให้พนักงานได้ออกกำลังกายผ่านการวิ่ง ซึ่งสามารถเดินหรือวิ่งได้ทุกที่ ทุกเวลา พร้อมทั้งมีแอปพลิเคชัน Wirtual เป็นเครื่องมือในการนับก้าว เริ่มตั้งแต่วันที่ 20 ธันวาคม 2566 ถึง 20 เมษายน 2567 รวมถึงการนับจำนวนก้าวในกิจกรรมใหญ่ HomePro Fun Walk 2024 Walk To Give...Give For Life ซึ่งสามารถสะสมจำนวนก้าว

ได้ทั้งสิ้น 2,515,029,644 ก้าว ซึ่งทุกก้าวเดินของทุกคนได้ถูกเปลี่ยนเป็นเงินบริจาคจำนวน 2,000,000 บาท และนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ผ่านโครงการ “ศูนย์สิริกิติ์บรมราชินีนาถเพื่อโรคมะเร็งเต้านม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย” เพื่อนำไปซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์และยาเวชภัณฑ์ให้กับผู้ป่วยโรคมะเร็งเต้านม เป็นการมอบโอกาสให้ผู้ป่วยเข้าถึงการรักษาที่ทันสมัย รวมถึงมอบโอกาสเข้าถึงการรักษาโรคมะเร็งเต้านมของคนไทยที่ดียิ่งขึ้น ทั้งหมดเป็นความมุ่งมั่นที่บริษัทฯ ตั้งใจพัฒนาคุณภาพคนในสังคม ครอบคลุมเรื่องการอยู่อาศัยและมีสุขภาพที่ดี พร้อมปลูกฝังให้พนักงานโฮมโปรเห็นความสำคัญในการดูแลสุขภาพ และส่งต่อสุขภาพที่ดีให้กับสังคมอย่างยั่งยืน



รูปภาพกิจกรรม HomePro Fun Walk 2024 Walk To Give...Give For Life ณ สวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ)



การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนในสถานการณ์ภัยน้ำท่วม

ปี 2567 เกิดสถานการณ์น้ำท่วมรุนแรงหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคเหนือ ของประเทศไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสร้างความเสียหายต่อบ้านและที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ เล็งเห็นเป็นเรื่องที่จำเป็นเร่งด่วน ที่ต้องให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัย จึงเดินทางดำเนินโครงการ “โฮมโปร เมกาโฮม ห่วงใย ร่วมใจ

ฟื้นฟูบ้าน” ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรหลายหลายภาคส่วน ในจังหวัดลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และสุโขทัย นำถุงยังชีพ สินค้ากลุ่มทำความสะอาด อุปกรณ์ทำความสะอาด และสิ่งของที่จำเป็น โดยมีผู้บริหารและพนักงานจิตอาสา ลงพื้นที่ให้ความช่วยเหลือชุมชน ดังนี้



ตรวจเช็คระบบใช้ไฟฟ้า และซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าฟรี

บริษัทฯ ส่งทีมช่างประจำบ้าน Home Service และรถบริการ เพื่อตรวจเช็คระบบใช้ไฟฟ้า และซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้าเบื้องต้น โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อาทิ ตรวจเช็คเครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า ตู้เย็น โทรทัศน์ ปิคนิค ตู้หม้อต้มอัตโนมัติ เครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก และตรวจเช็คไฟฟ้ารอบบ้าน พร้อมทั้งแจกเงินมูลค่า 300 บาท เข้าโฮมโปรวอลเล็ต ผ่าน HomeCard Application สำหรับใช้ซื้อสินค้าและบริการในโฮมโปรและเมกาโฮม รวมถึงมอบส่วนลด “เก่าแลกใหม่” สูงสุด 10,000 บาท ในแคมเปญ “แลกเก่าเพื่อโลกใหม่” เพียงนำเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติอุทกภัย มาแลกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ เพื่อเติมเต็มการใช้งานที่ปลอดภัยให้กับทุกคนในครอบครัว



➤ ความร่วมมือกับกระทรวงแรงงาน

บริษัทฯ ร่วมกับ กระทรวงแรงงาน ดำเนินการให้บริการซ่อมแซมระบบไฟฟ้าภายในอาคารบ้านเรือนผู้ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมในจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นการช่วยเหลือฟื้นฟูและบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่พี่น้องประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์อุทกภัย ณ บ้านเกาะทราย ตำบลแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการดำเนินการในแผนฟื้นฟูช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่จังหวัดเชียงราย โดยได้มีทีมช่าง Home service ให้บริการซ่อมแซมระบบไฟฟ้าให้แก่ประชาชน กว่า 100 หลังคาเรือน เพื่อเป็นการช่วยเหลือฟื้นฟูและบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ประสบอุทกภัย

โครงการนี้ถือเป็นอีกหนึ่งความตั้งใจของโฮมโปร เมกาโฮม ที่มุ่งเน้นการตอบสนองสังคมและชุมชนในพื้นที่ประสบภัย

โดยมองเห็นถึงความสำคัญของการช่วยฟื้นฟูความเป็นอยู่และความปลอดภัยของผู้ประสบภัย รวมถึงเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้กลับมามีสภาพความเป็นอยู่ที่ปกติโดยเร็วที่สุด

โฮมโปร และ เมกาโฮม ยังพร้อมที่จะยื่นเคียงข้างประชาชนและสนับสนุนการทำงานของภาครัฐอย่างเต็มที่ เพื่อให้การฟื้นฟูและบรรเทาภัยธรรมชาติมีประสิทธิภาพและสร้างผลดีต่อชุมชนในระยะยาว การร่วมมือในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจของโฮมโปร เมกาโฮมและกระทรวงแรงงานในการช่วยเหลือและสนับสนุนประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติอย่างเต็มที่



➤ ความร่วมมือกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่

บริษัทฯ ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่ นำสินค้ากลุ่มอุปกรณ์ทำความสะอาด และสิ่งของที่จำเป็นไปบริจาคให้กับผู้ประสบภัยน้ำท่วม พร้อมทั้งมีการออกบูธจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด เพื่อบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายให้กับประชาชนในจังหวัดแพร่



➤ ความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม

บริษัทฯ จัดการรวมนบริจาคสิ่งของ อุปกรณ์และน้ำยาทำความสะอาด ไปมอบให้กับผู้ประสบภัยผ่านหน่วยงานต่างๆ ในชุมชน อาทิ สมาคมกุฎีสงฆ์สงฆ์นครลำปาง และองค์การบริหารส่วนตำบลนาแสง เช่นเดียวกับในจังหวัดลำพูน ที่บริษัทฯ ได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรมากมายในพื้นที่ จังหวัดลำพูน อาทิ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานประชาสัมพันธ์ ศูนย์คุ้มครองคนไร้ที่พึ่ง ศูนย์พัฒนาราชภูมบนพื้นที่สูง บ้านพักเด็กและครอบครัว ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาสตรีและครอบครัวเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา รวมถึงเทศบาลตำบลเสาธงและเทศบาลตำบลอุโมงค์ ในการนำอุปกรณ์และน้ำยาทำความสะอาดมูลค่ารวมกว่า 27,900 บาท ไปมอบให้ผู้ประสบภัย และยังได้นำทีมผู้บริหารพร้อมพนักงานไปร่วมกันทำกิจกรรมอาสา กับโรงครัว วัดมหาวัน จ.ลำพูน เมื่อมอบข้าวกล่องและถุงยังชีพให้พี่น้องประชาชนผู้ได้รับผลกระทบ สำหรับในจังหวัดเชียงใหม่ โฮมโปรและเมกาโฮม ได้ร่วมมือกับพันธมิตร Spa Clean และแบรนด์ SWASH พร้อมด้วยหน่วยงานต่างๆ ในชุมชน อาทิ สถานีตำรวจภูธรภาค 5, เทศบาลตำบลป่าแดด, เทศบาลตำบลท่าวังตาล, เทศบาลนครเชียงใหม่, เทศบาลตำบลสันกำแพง และเชียงใหม่ CM108 ในการจัดการรวมนำสิ่งของ อุปกรณ์และน้ำยาทำความสะอาด ไปมอบให้กับ

ผู้ประสบภัย นอกจากนี้ ที่เมกาโฮม สาขาเชียงใหม่ ยังได้มีการจัดแคมเปญลดราคาสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้คนที่ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอุปกรณ์เครื่องใช้, น้ำยาฆ่าเชื้อทำความสะอาด, อุปกรณ์ซ่อมแซมบ้าน, เครื่องสูบน้ำและอื่นๆ รวมถึงการเปิดพื้นที่หน้าสตอร์ เพื่อใช้เป็นจุดให้บริการอาหารและน้ำดื่ม แจกจ่ายแก่พี่น้องในชุมชนโดยรอบอีกด้วย อีกทั้งยังมีทีมช่างประจำบ้านหรือช่างโฮมเซอร์วิส (Home Service) ออกให้บริการตรวจเช็ค และซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ฟรี! ค่าแรง รวมถึงการรวมนำทีมช่างประจำบ้านหรือช่างโฮมเซอร์วิส (Home Service) ลงพื้นที่ในชุมชนจุดต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย เพื่ออำนวยความสะดวกและช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้กับผู้ประสบอุทกภัยน้ำท่วมอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ส่งพนักงานลงพื้นที่ทางภาคใต้ของประเทศไทย เพื่อสำรวจชุมชนและช่วยเหลือชุมชนในจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากภัยน้ำท่วม อาทิ จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดภูเก็ต ฯลฯ โดยบริษัทฯ ได้บริจาคน้ำดื่ม อาหาร และสิ่งของที่จำเป็นในการดำรงชีวิต รวมถึงเปิดพื้นที่โฮมโปร สาขานครศรีธรรมราช เพื่อให้บริการพื้นที่จอดรถฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย สำหรับผู้ประสบอุทกภัยน้ำท่วม



🏠 โครงการห้องน้ำเพื่อสังคม

ด้วยปณิธานที่ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี และส่งเสริมเรื่องสุขอนามัยในการใช้ห้องน้ำให้กับเด็กนักเรียนในพื้นที่ห่างไกล ผู้พิการ และผู้สูงอายุในสังคม บริษัทฯ จึงเดินทางมอบห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย ในโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการทั่วประเทศผ่านโครงการ “ห้องน้ำของหนู” และมอบห้องน้ำมาตรฐาน Universal Design หรือ UD ผ่านโครงการ “ห้องน้ำเพื่อสังคมและผู้สูงวัย” ในสวนสาธารณะ โดยร่วมกับสำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานครในการคัดเลือสวนสาธารณะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อเข้าดำเนินการปรับปรุงห้องน้ำตามมาตรฐาน Universal Design และผ่าน

การรับรองจากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ตามเกณฑ์มาตรฐานสวนสาธารณะระดับประเทศหรือ HAS (Health Accessibility and Safety) คือ สะอาด พอเพียง และปลอดภัย และตั้งแต่ปี 2560 บริษัทฯ ได้ขยายการดำเนินโครงการจากโครงการห้องน้ำเพื่อสังคมและผู้สูงวัยสู่การดำเนินโครงการ “ห้องน้ำเพื่อผู้พิการ” โดยบริษัทฯ ได้ลงพื้นที่สำรวจพฤติกรรม การใช้ห้องน้ำของผู้พิการในสถานสงเคราะห์คนพิการ การุณยเวศม์ จังหวัดชลบุรี ซึ่งดูแลผู้พิการกว่า 400 รายและได้ทำการออกแบบพร้อมทั้งร่วมปรับปรุงห้องน้ำที่เอื้ออำนวยความสะดวกการใช้ห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะ สะดวกสบาย และปลอดภัย

เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับผู้พิการ ในปี 2567 บริษัทฯ ได้สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์สำหรับดำเนินการปรับปรุงห้องน้ำและอาคารเรียนผ่านโครงการค่ายครูภาษาไทยพัฒนาท้องถิ่น (ค่าย ก.ไก่) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยมีนักศึกษาเข้าดำเนินการปรับปรุงห้องน้ำและอาคารเรียนในจังหวัดเลย 2 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนบ้านปวนพูน ตำบลปวนพูน อำเภอนongหิน จังหวัดเลย จำนวน 18 ห้อง และโรงเรียนบ้านกกโพธิ์วังเก่า ตำบลโพธิ์สูง อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จำนวน 6 ห้อง



รูปภาพพิธีมอบวัสดุอุปกรณ์ปรับปรุงห้องน้ำ โรงเรียนบ้านปวนพูน และโรงเรียนบ้านกกโพธิ์วังเก่า จังหวัดเลย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ส่งเจ้าหน้าที่เข้าสำรวจห้องน้ำ ณ วัดถ้ำตะโกหรือวัดถ้ำตะโกพุทธโสภิตตำบลเขาสมคอน อำเภอนงนง จังหวัดลพบุรี ซึ่งเป็นสถานสงเคราะห์เด็กด้อยโอกาสและเด็กกำพร้ากว่า 400 ชีวิต ที่พักอาศัยกินนอนและเรียนอยู่ในวัด พบว่าทางวัดมีปัญหาห้องน้ำไม่เพียงพอ และสภาพชำรุดไม่พร้อมใช้งาน บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการปรับปรุงห้องน้ำพระ ห้องน้ำสามเณร ห้องน้ำแม่ชี จำนวน 16 ห้อง



รูปภาพพิธีมอบวัสดุอุปกรณ์ปรับปรุงห้องน้ำ วัดถ้ำตะโกพุทธโสภิตตำบลเขาสมคอน อำเภอนงนง จังหวัดลพบุรี

อีกทั้ง บริษัทฯ ได้ร่วมกับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) โดยกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (พก.) และคณะทันตแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปรับปรุงห้องน้ำในอาคารโครงการทันตกรรมปากเกร็ด ณ ศูนย์สุขภาพสงเคราะห์ จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 ห้อง เพื่ออำนวยความสะดวกผู้ป่วยที่อยู่ในความดูแลของสถานสงเคราะห์ รองรับการรักษาถึง และใช้ประโยชน์ของผู้ใช้บริการทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้พิการและผู้ด้อยโอกาสทางสังคม



ห้องน้ำในอาคารโครงการทันตกรรมปากเกร็ด ณ ศูนย์สุขภาพสงเคราะห์ จังหวัดนนทบุรี

ผลการดำเนินงาน

รายละเอียด	2563	2564	2565	2566	2567	จำนวนสะสมตั้งแต่เริ่มโครงการ
- โครงการห้องน้ำของหนู (จำนวนห้อง)	10	21	10	56	40	2,559
- โครงการห้องน้ำเพื่อสังคมและผู้สูงอายุ (จำนวนห้อง)	16	-	-	-	-	62
- โครงการห้องน้ำเพื่อผู้พิการ (จำนวนห้อง)	-	39	-	-	3	91
มูลค่าที่บริจาค (ล้านบาท)	1.6	3.6	0.6	3.3	2.6	162.7
จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม (คน)	20	36	20	30	30	1,566

กิจกรรมสนับสนุนการประกอบอาชีพของชุมชน

ในการขยายสาขาทุกครั้ง บริษัทฯ คำนึงถึงคนในชุมชนในพื้นที่ที่เข้าไปก่อสร้างสาขาเป็นสำคัญ โดยจะไม่ดำเนินการใดๆ ที่จะกระทบต่อการประกอบอาชีพของคนในชุมชนเหล่านั้น พร้อมทั้งมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและให้การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการสร้างงานสร้างรายได้จากการจ้างแรงงานท้องถิ่น การจัดซื้อจัดจ้างทรัพยากรจากท้องถิ่น รวมถึงการสนับสนุนอาชีพของคนในชุมชน โดยการเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนเข้ามาจำหน่ายสินค้าในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน ได้แก่

➤ เทศกาลทุเรียนป่าละอู DURIAN FEST. 2024 ครั้งที่ 9 ปี 2567

ชาวเกษตรกรออกจำหน่ายทุเรียนป่าละอู ซึ่งมีลักษณะพิเศษไม่เหมือนใครทั้งเนื้อเนียน หอม หวาน กรอบ มัน การันตีคุณภาพ ได้รับการขึ้นทะเบียน GI จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ทำให้คุณภาพของสินค้ามีคุณลักษณะที่พิเศษ พร้อมทั้งยังมีผลไม้พื้นเมืองอื่นๆ ตามฤดูกาลอีกมากมาย อาทิ เงาะ มังคุด กล้วย ฯลฯ โดยเป็นการรวมตัวกันของชาวเกษตรกรกว่า 11 สวน อาทิ 1. บุธสหกรณ์การเกษตร ต.ห้วยสัตว์ใหญ่ 2. บุธหนึ่ง ป่าละอู 3. บุธสวนลุงลอย 4. บุธสวนศรีทุเรียนป่าละอู 5. บุธสวนน้องเล็ก 6. บุธสวนน้องดรีม 7. สวนพี่บอย ป่าละอู 8. สวนหม่อมแมว 9. สวนครูหนา ป่าละอู 10. บ้านศรีหมอนทองป่าละอู 11. สวนดีเลิศฟาร์ม เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้ภาคเกษตรกร โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ณ บริเวณลานหน้า Seaside Court หน้าศูนย์การค้า



➤ Phetchaburi Soft Power & Food Festival @ HuaHin 2024

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



➤ นิทรรศการและแสดงสินค้าพืชอัตลักษณ์พื้นถิ่นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปี 2567

นิทรรศการเกี่ยวกับพืชอัตลักษณ์พื้นถิ่นจังหวัดประจวบฯ การเสวนาหัวข้อ “คุณค่าสินค้าพืชอัตลักษณ์พื้นถิ่นจังหวัดประจวบฯ” จำหน่ายสินค้าพืชอัตลักษณ์พื้นถิ่นแต่ละอำเภอ มากกว่า 30 ร้านค้า ให้เลือกซื้อเลือกชม เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคและบุคคลทั่วไปได้รู้จักสินค้าพืชอัตลักษณ์พื้นถิ่นของจังหวัดประจวบฯ และเป็นการเปิดตลาดให้กับเครือข่ายเกษตรกรผู้ผลิต ในการนำสินค้าพืชอัตลักษณ์พื้นถิ่นคุณภาพดีและสินค้าแปรรูปมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ตลอดจนนักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป อีกทั้งยังเป็นการสร้างเครือข่ายทางการตลาด เพิ่มช่องทางการจำหน่าย ส่งผลด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าในจังหวัด โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ณ บริเวณลานหน้าด้านหน้าศูนย์การค้า



➤ บทกรรมวิชาการ “ส่งเสริมการมีรายได้ระหว่างเรียน จบแล้วมีงานทำ LEARN TO EARN”

สำนักงานส่งเสริมการเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ จัดงานมหกรรมวิชาการเปิดโอกาสและ สาธิตอาชีพ เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่และเพิ่ง จบการศึกษาได้มีอาชีพหรือรายได้ โดยภายในงานมีกิจกรรม Work Shop สร้างรายได้ หนุนอาชีพจากทุกอำเภอในจังหวัด ประจวบฯ กว่า 30 บูธ ได้รับความสนใจจากนักศึกษาจำนวนมาก โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ณ บริเวณลานหน้า Seaside Court หน้าศูนย์การค้า



➤ Green Market

ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ร่วมกับเครือข่ายตลาดเกษตรสีเขียว จัดงานตลาดกรีนในทุกๆ เดือนตลอดปี 2567 รวมสินค้าและร้านค้าจากชาวเกษตรกรในพื้นที่หัวหิน โดยจำหน่ายสินค้าที่ผลิตและปลูกจากสวนของเกษตรกรเอง มาจำหน่ายในราคาถูกและยังคงคุณภาพที่ดี เป็นการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นและโอกาสให้กับเกษตรกรในพื้นที่หัวหิน โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ หัวหิน ณ บริเวณลานหน้า Seaside Court หน้าศูนย์การค้า



➤ เทศกาลอาหารอร่อยนิวรัวักกิศ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรปราการ

ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรปราการร่วมผลักดันนโยบายส่วนจังหวัดในการสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการ โดยเชิญผู้ประกอบการภายในจังหวัดสมุทรปราการ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน GI จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา นำสินค้าร่วมจำหน่ายกว่า 40 บูธ อาทิ ปลาสลิด จังหวัดสมุทรปราการ, มะม่วงน้ำดอกไม้คั่งบางกะเจ้า, สินค้าปลาสลิดแปรรูป แม้จิ๋ว, และอื่นๆ โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ณ บริเวณ Street Food Market ชั้น 2



➤ มหกรรมแพทย์แผนไทย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ ผลักดันนโยบายการให้ประชาชนในเขตพื้นที่เข้าถึงสมุนไพรและแพทย์แผนไทยเพิ่มขึ้น ภายในงานมีบูธจำหน่ายยาแผนไทย, นวดแผนไทย, การฝังเข็ม, การแปะเมล็ดผักกาด, Work Shop สมุนไพร รวมถึงรณรงค์ในเรื่องของการออกกำลังกาย โดยการสนับสนุนพื้นที่จากศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ สุวรรณภูมิ ณ บริเวณลานหน้า Street Food Market ชั้น 2



กิจกรรมบำรุงศาสนา

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมทางด้านศาสนาอยู่เสมอ โดยการส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานเข้าร่วมโครงการทอดผ้าป่ากฐินสามัคคี และการทำบุญเนื่องในวันสำคัญต่าง ๆ ในปี 2567 บริษัทฯ เป็นเจ้าภาพทำบุญทอดกฐินสามัคคี ดังนี้

วัด (จังหวัด)	กิจกรรม	จำนวนเงินที่บริจาค (บาท)	จำนวนพนักงานที่เข้าร่วม (คน)
วัดไตรรัตนาราม จังหวัด นครพนม	ทอดกฐิน	829,369	120
วัดสิทธิสามัคคี จังหวัด ระยอง	ทอดกฐิน	279,999	110
วัดทุ่งหินผุด จังหวัด ตัง	ทอดกฐิน	192,343	130
วัดทุ่งหก จังหวัด ลำปาง	ทอดกฐิน	147,100	100
วัดดาวเรืองศรีมงคล จังหวัด กาญจนบุรี	ทอดกฐิน	401,869	200



กิจกรรมบริจาคโลหิต

ปัจจุบันปริมาณโลหิตสำรองที่สภากาชาดไทยได้รับบริจาค มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ป่วย บริษัทฯ ได้ตระหนัก และมีความต้องการจะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมกิจกรรม เพื่อสังคม จึงได้จัดทำโครงการบริจาคโลหิตขึ้น เพื่อรับ บริจาคโลหิตจากพนักงานที่มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงให้กับ สภากาชาดไทยทุกปี ปีละ 4 ครั้ง เพื่อสำรองไว้ช่วยเหลือผู้ป่วย ที่มีความต้องการโลหิตต่อไป



ปี	ปริมาณโลหิตที่บริจาค (มิลลิลิตร)	จำนวนพนักงานที่บริจาค
2563	99,900	222
2564	36,450	81
2565	142,650	317
2566	740,250	1,645
2567	416,700	926

หมายเหตุ : ปี 2567 การบริจาคโลหิตลดลง เนื่องจากจำนวนการจัดกิจกรรมตามสาขาลดน้อยลง และพนักงาน ไปบริจาค ที่โรงพยาบาล มากกว่า บริจาคที่สาขา



ตารางสรุปการลงทุนและบริจาค



สรุปโครงการและกิจกรรมเพื่อสังคมปี 2567

รูปแบบการลงทุนและบริจาคเพื่อสังคม	มูลค่า (บาท)
ตัวเงิน	4,452,713
ไม่ใช่ตัวเงิน	1,199,305
เวลา (มูลค่าชั่วโมงการทำงาน)	518,400
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	50,000

การลงทุนและบริจาค	ร้อยละ
การส่งเสริมเชิงพาณิชย์	1.0
การบริจาค	59.4
การพัฒนา ร่วมกับ ชุมชนและสังคม	39.6



บริษัทฯ จ่ายค่าสมาชิกรายปีให้กับองค์กรดังต่อไปนี้

องค์กร	มูลค่า (บาท)				
	2563	2564	2565	2566	2567
การวิ่งเต้น (Lobbying) หรือการกระทำที่มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวการตัดสินใจของรัฐบาล	-	-	-	-	-
การรณรงค์การหาเสียงทางการเมือง/ทางองค์กร/ผู้สมัครหาเสียง	-	-	-	-	-
อื่น ๆ เช่น การจ่ายเงินเพื่อการลงคะแนนหรือประชามติ (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
TCFD Supporter	-	-	-	-	-
Thailand Carbon Neutral Network	-	-	-	-	-
รวม (บาท)	83,300	83,300	372,050	608,300	608,300

หมายเหตุ: *ค่าสมาชิกจ่ายทุก ๆ 3 ปี โดยอัตราดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยต่อปี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ทางธุรกิจอยู่เสมอ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีในการเลือกซื้อสินค้าและบริการและสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าในระยะยาว ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติมาใช้ เช่น ระบบบริหารจัดการคลังสินค้าอัจฉริยะ การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดเชิงลึก เพื่อเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ อาทิ การจำหน่ายสินค้าอัจฉริยะ (Smart Product) ที่ผสานเทคโนโลยีและฟังก์ชันการใช้งานที่ล้ำสมัย การพัฒนาสินค้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล (Circular Product) เพื่อตอบโจทย์ความยั่งยืน รวมถึงสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Product) บริษัทฯ มุ่งมั่นขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมสินค้าและบริการ โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผ่านการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตยุคใหม่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ “We make a better living” ที่มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคนให้ดียิ่งขึ้นทั้งในวันนี้และอนาคต





การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมสินค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน พร้อมทั้งศึกษาแนวโน้มการบริโภคในอนาคต อันจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจที่สามารถปรับตัวและนำนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีโอกาสอยู่รอดและเติบโตเหนือคู่แข่ง โดยบริษัทฯ มีหน่วยงานด้านการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ค้นหาและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ โดยเฉพาะสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ (Private Brand) และมุ่งเน้นการสรรหาสินค้าที่มีความทันสมัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าที่ใช้วัสดุรีไซเคิล สินค้าที่ใช้พลังงานต่ำ สินค้าที่มีความทนทานและอายุการใช้งานยาวนาน รวมถึงสินค้าที่มีการออกแบบที่ตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคยุคใหม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการพัฒนาและสรรหาสินค้าที่รองรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น สินค้าที่มีการควบคุมการทำงานผ่านแอปพลิเคชัน อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ทั้งนี้บริษัทฯ มุ่งมั่น

ในการพัฒนาและสรรหาสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยมีแนวทางดังนี้

1. ศึกษาแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

วิเคราะห์ทิศทางทางเลือกซื้อสินค้า เพื่อประเมินความเสี่ยงและโอกาสในการนำสินค้าใหม่เข้ามาจำหน่าย

2. พัฒนาแนวคิดและนวัตกรรมสินค้า

ค้นหาและพัฒนาสินค้าที่มีความโดดเด่น โดยเน้นที่ฟังก์ชันการใช้งานเป็นสำคัญ

3. ร่วมมือกับคู่ค้าที่มีศักยภาพ

ทำงานร่วมกับคู่ค้าที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนด พร้อมปรับปรุงและตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการจำหน่าย

4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะสำหรับสินค้าแต่ละชนิด โดยเน้นการลดการใช้วัสดุหรือเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



สินค้ารักษ์โลก (Circular Products)

สินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า กระเบื้อง ที่ผลิตจากสินค้าเก่าในโครงการ แลกเก่าเพื่อโลกใหม่ ซึ่งบริษัทฯ ได้นำสินค้าเก่าจากบ้านลูกค้า มาคัดแยก บด ล้าง หลอม และจัดการซากเก่าอย่างถูกวิธี ภายใต้งานที่ได้มาตรฐาน เพื่อนำเม็ดพลาสติก รีไซเคิลคุณภาพสูงไปผลิตเป็นสินค้าใหม่ร่วมกับ คู่ค้า และนำกลับมาจำหน่ายอีกครั้งในรูปแบบ สินค้ารักษ์โลก (Circular Products)



ร่มสนาม SOLAR LED

ร่มสนามที่มีระบบ Solar LED เป็นร่มที่มีไฟ LED จำนวน 8 เส้น พร้อมโคมไฟตรงกลาง สามารถชาร์จพลังงานได้ด้วยระบบโซลาร์เซลล์ และควบคุมการเปิดปิดไฟ ด้วยรีโมทคอนโทรล ช่วยลดการใช้ไฟฟ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ผลิตภัณฑ์กักฝุ่นจากพืช

ผลิตภัณฑ์ที่มีต้นกำเนิดจากพืช สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ มีประสิทธิภาพในการทำความสะอาด ขจัดคราบสกปรก และฝุ่น โดยไม่ทิ้งคราบน้ำ และไม่เหนียวเหนอะ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขจัดคราบสกปรกด้วยเอนไซม์ผลไม้ มีส่วนผสมของ Organic Avocado Oil และ Organic Coconut Water มีพอลิเมอร์ช่วยป้องกันการเกิดคราบฝังแน่น ทำความสะอาดพื้นผิวได้หลากหลาย เช่น กระเบื้อง เซรามิก ปูน หินขัด กระเบื้องยาง พื้นไม้ที่ไม่มีรูพรุน เป็นต้น



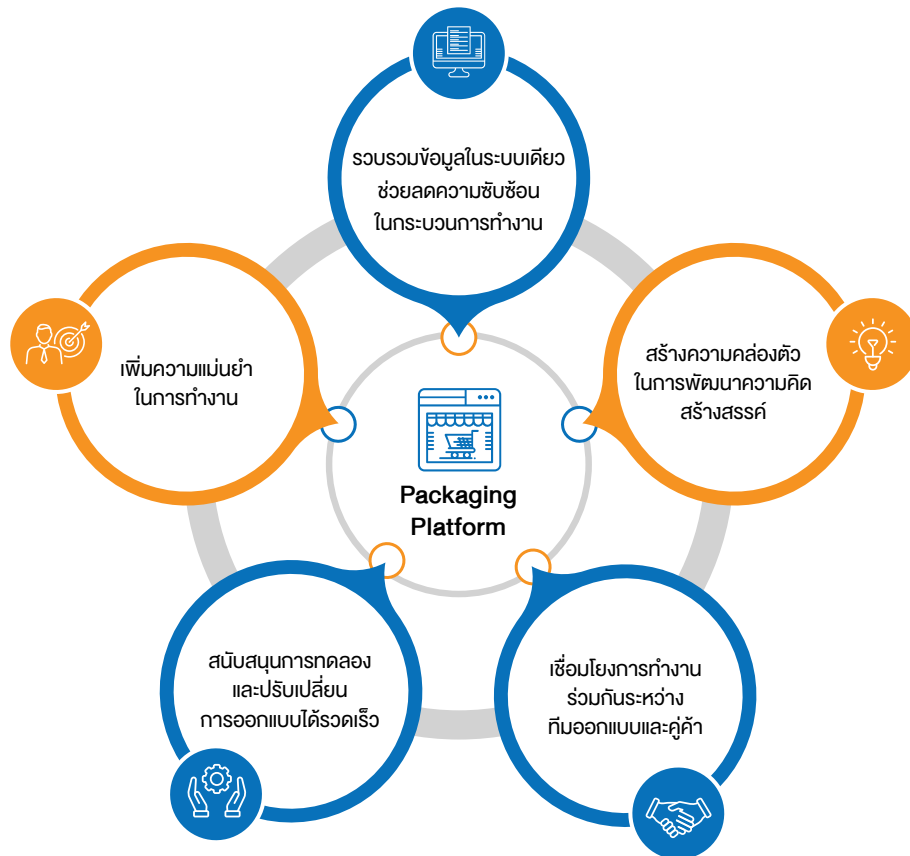
ซิงค์อ่างล้างจานไบโอเทคโนโลยี

ซิงค์เคลือบผิวด้วยนวัตกรรมนาโนเทคโนโลยี 4 ชั้น สามารถช่วยลดคราบ และป้องกันรอยขีดข่วนได้เป็นอย่างดี มีแผ่นซับเสียงด้านล่างตัวอ่าง เพื่อลดเสียงสะท้อนของน้ำ และลดเสียงรบกวนขณะใช้งาน โดดเด่นด้วยฟังก์ชันปุ่มปรับเปลี่ยนสายน้ำ เพื่อให้เหมาะสมสำหรับการล้างได้อย่างหลากหลาย



ระบบ Packaging Platform: ยุกระดับกระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

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



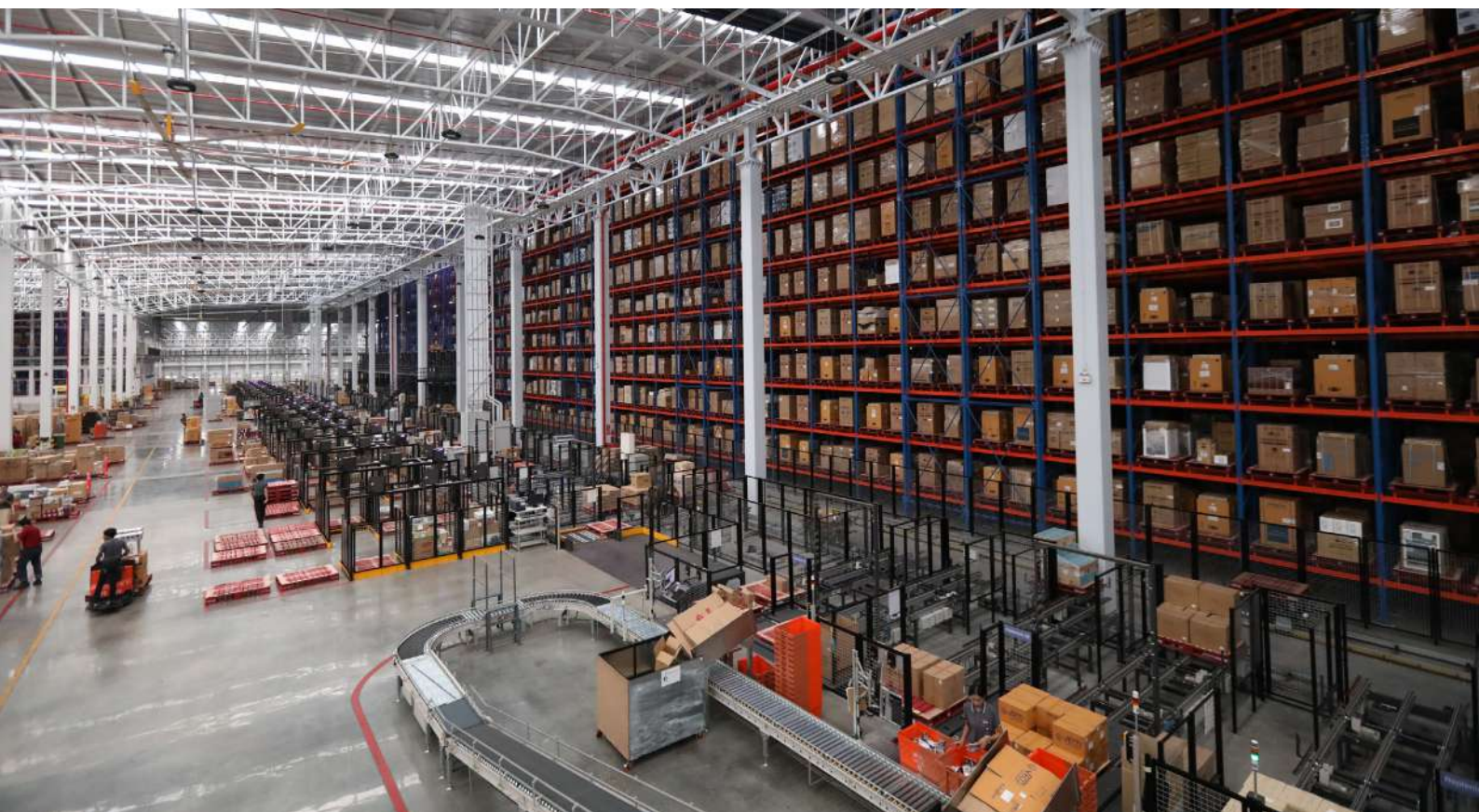
การพัฒนาระบบ Packaging Platform นั้น ข้อมูลสินค้าทั้งหมดจะถูกรวบรวมไว้ในระบบเดียว ช่วยให้ข้อมูลมีความครบถ้วนและจัดเก็บเป็นระเบียบ ทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ทันที ลดความเสี่ยงของข้อมูลที่สูญหาย และเพิ่มความเร็วในการค้นหาและติดตามสถานะการดำเนินงานแบบเรียลไทม์ ระบบนี้ยังช่วยให้การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ง่ายขึ้น ลดเวลาในการประสานงาน และเพิ่มความแม่นยำในกระบวนการทำงาน นอกจากนี้ ระบบยังสนับสนุนการสื่อสารกับคู่ค้าให้ครบถ้วนและเป็นระบบมากขึ้น โดยใช้ข้อมูลในระบบเป็นศูนย์กลาง ช่วยลดความผิดพลาดและเพิ่มความเร็วในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์



การบริหารจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ

บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติที่เรียกว่า Automated Storage and Retrieval System หรือ ASRS เข้ามาใช้ในองค์กร ซึ่งเป็นนวัตกรรมด้านการจัดการระบบการจัดเก็บและเรียกคืนสินค้าอัตโนมัติที่ช่วยให้สามารถจัดเก็บและเรียกคืนสินค้าได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ โดยระบบจะประกอบด้วยอุปกรณ์จัดเก็บ SRM (Storage and Retrieval Machine) ที่ควบคุมการทำงานด้วยคอมพิวเตอร์ทั้งระบบ สามารถช่วยบริหารจัดการคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้น้ำมันจากรถยกภายในคลังสินค้า ทำให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง และยังช่วยประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าและแสงสว่างในพื้นที่จัดเก็บสินค้าอีกด้วย โดย ASRS มีคุณสมบัติดังนี้

- รับสินค้าได้รวดเร็วด้วยระบบอัตโนมัติ มีรถส่งสินค้าอัตโนมัติและเครนเพิ่มความเร็วในการจัดเก็บและเบิกสินค้า เพื่อจัดส่งไปยังสาขาโฮมโปรและเมกาโฮมทั่วประเทศ
- ลดเวลาการจัดเก็บลงร้อยละ 55 และลดเวลาการเบิกสินค้าลงร้อยละ 65
- ร่นเวลาการขนส่งในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจาก 2 วัน เหลือ 1-1.5 วัน ส่วนต่างจังหวัดลดลงจาก 3 วัน เหลือ 2 วัน
- ลดอัตราการเสียหายที่เกิดจากการจัดเก็บเหลือร้อยละ 0.001 หรือแทบไม่เกิดความเสียหายเลย
- ระบบตรวจสอบสินค้าอัตโนมัติช่วยป้องกันความเสียหายและตรวจสอบขนาดสินค้าก่อนจัดเก็บและเบิกจ่าย
- รองรับการเบิกจ่ายสินค้าแบบ First in, First out
- ลดการใช้ไฟฟ้าแสงสว่างในพื้นที่คลังสินค้า เพราะประหยัดพลังงานได้ 28,000 หน่วยต่อเดือน
- ลดการพึ่งพาแรงงานคนและจำนวนรถยกในพื้นที่ ประหยัดพลังงานจากการชาร์จแบตเตอรี่
- เพิ่มความเร็วและแม่นยำในการทำงาน ลดความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน
- ตรวจสอบสินค้าคงคลังได้แม่นยำ ลดปัญหาสินค้าสูญหายหรือการโจรกรรม
- การใช้พื้นที่และการจัดการมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 2.5 เท่า เมื่อเทียบกับระบบเดิม
- เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าไปสาขาได้ตรงตามเวลาที่กำหนด





ยกระดับธุรกิจด้วยเทคโนโลยีจาก AI

ปัจจุบันเทคโนโลยี AI มีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยบริษัท ได้เริ่มศึกษา และนำโปรแกรมและซอฟต์แวร์ต่างๆ ด้าน AI ประเภทต่างๆ มาพัฒนากระบวนการทำงานของบริษัท ซึ่งการนำนวัตกรรมด้าน AI มาใช้นั้น ช่วยให้บริษัท สามารถปรับปรุงการดำเนินงานและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัท ได้อย่างมีนัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Process Innovation) การพัฒนาสินค้าและบริการ (Product & Service Innovation) หรือการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับลูกค้า (Customer Experience Innovation)

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ นำเทคโนโลยี AI เข้ามาพัฒนาระบบในขั้นตอนการออกแบบและการสร้างภาพจำลองของสินค้าตามรายละเอียดที่กำหนด รวมถึงการผลิตวิดีโอแนะนำสินค้า เพื่อการนำเสนอข้อมูลของสินค้า ซึ่งช่วยลดเวลา เพิ่มความแม่นยำ และทำให้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงระบบการสร้างภาพกระเบื้องจำลอง ช่วยให้ลูกค้าที่เลือกซื้อกระเบื้องสามารถเห็นภาพของกระเบื้องภายในห้องจำลองต่างๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเลือกซื้อกระเบื้องให้แก่ลูกค้า โดยตัวโปรแกรมสามารถสร้างภาพจำลองในระยะเวลาอันสั้น และมีความสวยงามมากกว่าหรือเทียบเท่าการทำงานแบบเดิมที่ใช้โปรแกรม 3 มิติ ซึ่งค่อนข้างยุ่งยากและใช้เวลาค่อนข้างนาน ในกรณีที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การที่บริษัทฯ สร้างภาพจำลองสินค้าขึ้นมาแล้ว อาจให้ข้อมูลของสินค้าได้ไม่หมด บริษัทฯ จึงนำเทคโนโลยี AI มาสร้างเป็นภาพพนักงานขายจำลองที่สามารถอธิบายข้อมูลคุณสมบัติของสินค้า ให้ได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

บริษัทฯ ได้จัดให้มีการรวมกลุ่ม AI Community ขึ้น เพื่อเป็นเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญและผู้สนใจในเทคโนโลยี AI โดยมุ่งเน้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ พัฒนานวัตกรรม และส่งเสริมการประยุกต์ใช้ AI เพื่อแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการยกระดับประสบการณ์ลูกค้า นอกจากนี้ AI Community ยังเป็นพื้นที่ที่สมาชิกสามารถนำเสนอไอเดียร่วมมือในโครงการวิจัย หรือทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร นำไปสู่การพัฒนาโซลูชันที่ตอบโจทย์ความต้องการ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับทั้งองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว



การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม

โลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา กฎเกณฑ์ต่างๆ ของการดำเนินธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน เพื่อให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจที่ทุกองค์กรต่างต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาทั้งพนักงาน กระบวนการทำงาน สินค้าและบริการ เพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนภายใต้ค่านิยมโฮมโปร หรือ HomePro's Core Values เพื่อเป็นวิถีแนวทางการทำงานหลักของบริษัทฯ ที่พนักงานยึดถือและปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

Embrace Speed & Agility ถือเป็นหนึ่งในค่านิยมโฮมโปรที่บริษัทฯ ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้มีพื้นที่ในการแสดงความคิดสร้างสรรค์ และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนมุมมองและทดลองหาแนวทางใหม่ๆ ที่จะทำให้เราสามารถทำงานได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการทำงาน เพื่อให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ส่งเสริมให้ความรู้ เพิ่มพูนทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative and Design Thinking) ให้กับพนักงานโดยมีการจัดอบรมทั้งรูปแบบคลาสรูม เวิร์กช็อป และออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้พนักงานสามารถนำแนวคิดไปสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับบริษัทฯ ในทุกๆ ด้าน บริษัทฯ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นในองค์กร โดยมีช่องทางที่พนักงานสามารถส่งไอเดียหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม มาได้หลายช่องทาง ได้แก่

- อีเมล โดยส่งมาที่ inno@homepro.co.th
- รายการ WPU Talk Live 2024



รายการ WPU Talk Live 2024 มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานจากทั่วประเทศ ได้พูดคุย ชักถาม และแสดงความคิดเห็นกันแบบ Real-Time ได้ทันที โดยมีผู้บริหารระดับสูงที่พร้อมรับฟังทุกเสียง และทุกไอเดียจากพนักงาน

ทุกระดับ เพื่อนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และพัฒนาองค์กร เพราะการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่เริ่มจากสิ่งเล็กๆ ที่สำคัญของพนักงานทุกคน โดยในปี 2567 ที่ผ่านมา รายการ WPU Talk Live 2024 จัดขึ้นทั้งหมด 4 ครั้ง ใน 4 สาขา ได้แก่ โฮมโปรสาขาพระราม 9 โฮมโปรสาขารังสิตพิวเจอร์เมกาโฮมสาขารังสิต และโฮมโปรสาขาราชพฤกษ์ ด้วยผู้บริหารมีความต้องการใกล้ชิดและลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารและพนักงาน จึงกำหนดถ่ายทอดแบบสตรีมมิง ออกอากาศสดที่สาขา เวลา 08.00-09.00 น. โดยพนักงานในสาขาที่ถ่ายทอดสามารถร่วมรับชมเบื้องหลังการถ่ายทำจริง และพูดคุยซักถามกันแบบ Real-time โดยออกอากาศพร้อมกันทั่วประเทศ ซึ่งพนักงานสาขาทั่วประเทศและสำนักงานใหญ่สามารถรับชมผ่านทาง Link Microsoft Teams ได้อย่างสะดวก ทั้งโทรศัพท์มือถือ เครื่องคอมพิวเตอร์หรือเปิด TV ที่สาขาเพื่อรับชมพร้อมกัน

ในปี 2567 มีพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเฉลี่ย 2,000-2,500 คนต่อการออกอากาศ 1 ตอน โดยพนักงานที่รับชมแบบ Live สดจะพิมพ์คำถามลงในช่องแชท ซึ่งมีคำถามหัวข้อหลักๆ เช่น แนวคิดในการทำงานและการใช้ชีวิต การพัฒนาตนเองและการฝึกทักษะต่างๆ รวมถึงทิศทางการดำเนินธุรกิจ Business Direction เป็นต้น ซึ่งทุกคำถามทั้งที่ส่งมาล่วงหน้าหรือถามภายในงาน ผู้บริหารจะเป็นผู้ตอบทุกคำถามในช่วงเวลาออกอากาศ หากไม่ได้ตอบในช่วงออกอากาศ ทางทีมงานจะส่งสรุปคำถามและส่งคำถามให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อไปดำเนินการและแก้ไขต่อไป โดยหลังจบรายการ ผู้เข้าชมรายการจะทำแบบสำรวจ เพื่อประเมินความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการ ระยะเวลาออกอากาศ เนื้อหารายการและช่องทางการออกอากาศ โดยได้รับคะแนนเฉลี่ย 4.8 คะแนน (เต็ม 5 คะแนน) นอกจากจะเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมแบบสดๆ แล้ว บริษัทฯ ยังเผยแพร่วิดีโอรับชมย้อนหลัง เพื่อสื่อสารให้แก่นักงานทุกคนผ่านทางช่องทางการสื่อสารภายในของ บริษัทฯ เพื่อไม่ให้พลาดเนื้อหาสำคัญๆ อีกด้วย



➤ โครงการเด็กสร้างบ้าน

บริษัทฯ ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมพัฒนาองค์กรผ่านการเสนอโครงการ หรือเสนอแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับได้รังสรรค์ความคิดใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม กระบวนการ เทคโนโลยี ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดคุณค่าต่อสังคมและองค์กร อีกทั้งยังช่วยทำให้องค์กรมีความยืดหยุ่น ปรับตัว เปลี่ยนแปลง ตามการพัฒนาของเทคโนโลยี และได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารให้เกิดการปฏิบัติได้จริง ส่งผลต่อพันธกิจ สวัสดิภาพขององค์กร ซึ่งพนักงานที่สนใจเข้าร่วมโครงการสามารถเสนอโครงการที่ตรงกับแนวคิดด้านใดด้านหนึ่งจาก 4 ด้าน ดังนี้



1. Income สร้างนวัตกรรม สร้างธุรกิจใหม่ หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มรายได้และผลกำไรกับองค์กรให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน
2. Customers สร้างนวัตกรรมหรือกระบวนการบริหาร ที่ส่งเสริม Customer Success เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้า บริการ ง่าย สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น
3. Society สร้างนวัตกรรมหรือกระบวนการที่เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะและสังคม
4. Productivity สร้างนวัตกรรมหรือสร้างระบบบริหารงาน หรือนำสิ่งที่มีอยู่มาพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ทั้งนี้ในปี 2567 มีพนักงานเข้าร่วมโครงการ จำนวน 88 คน มีโครงการที่พนักงานเสนอ จำนวน 22 โครงการ และผ่านการคัดเลือกเข้ารอบสุดท้าย จำนวน 4 โครงการ โดยโครงการที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการ จะได้รับรางวัลรวมมูลค่ากว่า 1,000,000 บาท พร้อมทั้งได้รับเลือกให้นำโครงการมาต่อยอดในการดำเนินงานจริงของบริษัทฯ





Better Business

ดำเนินธุรกิจดี

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันไม่เพียงแต่ต้องมุ่งเน้นการสร้างผลกำไรสูงสุด แต่ยังต้องคำนึงถึงความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญตามหลัก ESG ที่ช่วยควบคุมการดำเนินงาน ลดความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน การกำกับดูแลกิจการที่ดีช่วยสร้างระบบการบริหารจัดการที่โปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อ ยุติธรรม และลดความเสี่ยงจากการเกิดทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้บริษัทสามารถปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่กำหนด แต่ยังเสริมสร้างความไว้วางใจจากลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ในด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าที่มีจริยธรรมและยึดมั่นในมาตรฐานสากล เพื่อให้การจัดหาสินค้าและบริการเป็นไปอย่างยั่งยืนและไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสใหม่ ๆ ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีต่าง ๆ มีบทบาทในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและเสริมสร้างความไว้วางใจจากลูกค้า พร้อมทั้งสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสังคม

การกำกับดูแลกิจการที่ดี



การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน



การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินงานด้านคู่ค้า



ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



HomePro

ศูนย์รวมภาพและเสียง ครบวงจร
The Power

HomePro

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการและเชื่อมั่นว่าระบบและการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบการทำงานพร้อมทั้งจัดทำนโยบายต่าง ๆ ด้านการกำกับดูแลกิจการ รวมทั้งจัดให้มีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่เหมาะสม เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้ได้



ผลการดำเนินงาน

- ปี 2567 ผลการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการ ระดับ “ดีเลิศ” หรือ 5 ดาว จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย



เป้าหมาย

- ผลการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการ ระดับ “ดีเลิศ” หรือ 5 ดาว
- ผลการประเมิน Asian CG Scorecard ไม่น้อยกว่า 97.50 คะแนน



นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

เพื่อให้การบริหารจัดการธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มั่นคง และสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นธรรมกับทุกฝ่าย บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมหลักการสำคัญในเรื่อง สิทธิของผู้ถือหุ้นและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจบนแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน และยึดมั่นในความถูกต้องโปร่งใส รวมทั้งเป็นการปลูกฝังให้พนักงานทั้งองค์กรมีความตระหนักและมีจิตสำนึกในจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานการจัดการที่ดี และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บริษัทฯ ได้รับการยอมรับมากขึ้น



จริยธรรมธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งพัฒนาธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความมีจริยธรรมและคุณธรรมเป็นแนวทางเสมอมา คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดกรอบและแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและคุณธรรม และให้มีการจัดทำแนวทางเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจขึ้นเพื่อให้เกิดความชัดเจน พร้อมประกาศให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายรับทราบ ทำความเข้าใจ และปฏิบัติตามนโยบายและข้อปฏิบัติที่กำหนดไว้ในคู่มือจริยธรรมธุรกิจนี้อย่างเคร่งครัด

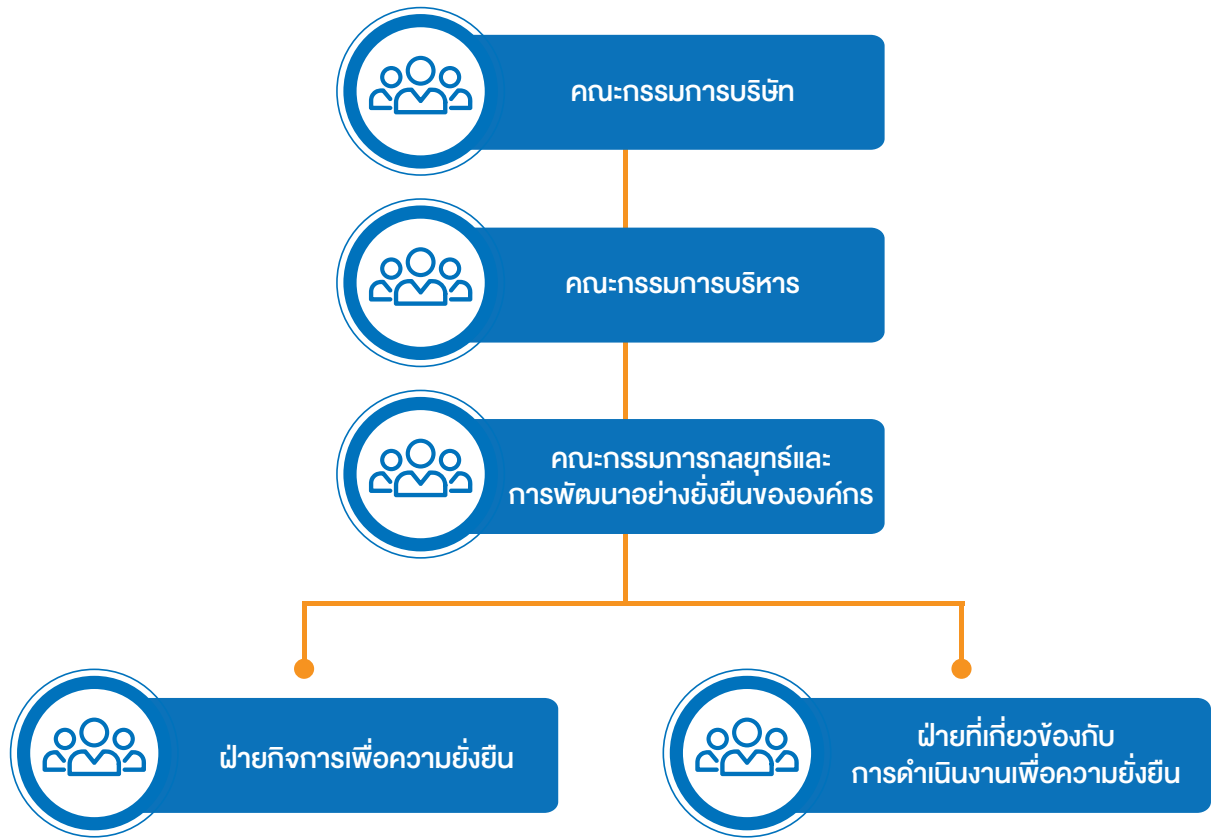


นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี



นโยบายจริยธรรมธุรกิจ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการด้านความยั่งยืน



บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดและทบทวนนโยบาย กลยุทธ์ แผนการดำเนินงานและเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งกำกับ ดูแล และส่งเสริมให้สามารถนำกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนไปใช้จริงในการปฏิบัติงานได้

จากแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเสมอมา ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies - CGR) ประจำปี 2567 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors - IOD) ซึ่งมีเกณฑ์การประเมิน 4 หมวด ได้แก่ 1) สิทธิและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน 2) บทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและความยั่งยืนทางธุรกิจ 3) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และ 4) ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ โดยบริษัทฯ ได้รับการประเมินอยู่ในระดับ “ดีเลิศ” (Excellent) หรือ 5 ดาว ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 และมีระดับคะแนนติดอยู่ในกลุ่ม Top Quartile (Q1) ของบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน (Service) บริษัทที่มีมูลค่าทางการตลาดมากกว่า 10,000 ล้านบาท และบริษัทจดทะเบียนทั้งหมดที่เข้ารับการประเมินอีกด้วย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน จึงมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) พร้อมทั้งแนวปฏิบัติและช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน (Whistle Blowing Channels) รวมถึงกำหนดนโยบายการรับของขวัญ (No Gift Policy) เพื่อสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้พนักงาน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องรับทราบและนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปอย่างเหมาะสม และปราศจากการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบตามเจตนารมณ์ของบริษัทฯ



ผลการดำเนินงาน

- ผ่านการรับรองให้เป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย หรือ CAC
- ประกาศนโยบายงดรับของขวัญ (No Gift Policy) ในระบบ Vendor Relationship Management (VRM) Email และ Website
- เปิดช่องทางการร้องเรียน (Whistle Blowing Channels) ได้หลายช่องทาง



เป้าหมาย

- คู่ค้าเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย



นิยามความหมายของ “การทุจริตคอร์รัปชัน”

ในบริบทของบริษัทฯ



การตัดสินใจแบบทุกรูปแบบ ซึ่งรวมถึงการตกลง ยินยอม หรือสัญญาว่าจะให้เงิน ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์ใดเป็นการตอบแทนแก่เจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานของรัฐ และเอกชน หรือผู้ที่ทำหน้าที่ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อให้บุคคลหรือหน่วยงานดังกล่าวปฏิบัติ หรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ อันเป็นการให้ได้มาหรือรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์อื่นใดที่ไม่เหมาะสมในทางธุรกิจ เว้นแต่เป็นกรณีที่กฎหมาย ระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ ประเพณี ท้องถิ่น หรือจารีตทางการค้า ให้กระทำได้

ลักษณะของการทุจริตคอร์รัปชัน



การทุจริต

การกระทำที่ไม่ซื่อสัตย์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การปลอมแปลงเอกสารและรายงาน การฉ้อโกง การยกยอทรัพย์สินของบริษัทฯ ทั้งที่อยู่ในรูปตัวเงิน สิ่งของ หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น เวลา ซึ่งสามารถเกิดได้ จากบุคคลทุกระดับในองค์กร โดยมีแรงจูงใจหลัก คือผลประโยชน์ทางการเงินและโอกาสจากช่องว่างในระบบ รวมถึงปัญหาทางการเงินส่วนตัว หรือความไม่พอใจในองค์กร



การคอร์รัปชัน

มักเกิดจากผู้มีอำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ มีลักษณะเป็นระบบเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย กระทำการร่วมกันและประกอบด้วยผู้เรียกร้องกับผู้เสนอว่าจะให้ เช่น การรับสินบน การเรียกรับผลประโยชน์ การใช้อำนาจในทางมิชอบด้วยกฎหมายแก่เจ้าหน้าที่รัฐ ในทุก ๆ กรณี โดยมีแรงจูงใจจากการแสวงหาประโยชน์ส่วนตัว จากตำแหน่งหน้าที่และระบบอุปถัมภ์

แนวทางป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน



การประเมินความเสี่ยง และแนวทางการลด ความเสี่ยงจาก การทุจริตคอร์รัปชัน



จัดทำนโยบาย และมาตรการที่ เกี่ยวข้องกับ การต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน



สื่อสาร และอบรม พนักงาน คู่ค้า และสร้าง ความตระหนักแก่ ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย



สอบทานประวัติ บุคลากร และผู้มีส่วนได้เสียทางธุรกิจ



พัฒนาและปรับปรุง ระบบควบคุมภายใน อย่างสม่ำเสมอ



นโยบายด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส มีคุณธรรม เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมและมีความเป็นมืออาชีพภายใต้ระบบการควบคุมภายในที่ชัดเจน โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และบุคลากรของบริษัทฯ ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด รวมถึงถ่ายทอดแนวปฏิบัติไปยังคู่ค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องด้วย

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันไว้ ดังนี้

1. ห้ามกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ เรียกร้อง ดำเนินการ หรือยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันในทุกประเภทและทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ที่ธุรกิจของบริษัทฯ เข้าไปเกี่ยวข้อง โดยร่วมกันส่งเสริมค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริต และความรับผิดชอบให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร
2. จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัทฯ และจัดทำมาตรการปฏิบัติที่สอดคล้องกับความเสี่ยงนั้นและเป็นไปตามระบบควบคุมภายใน
3. จัดให้มีการประเมินโทษและการฝึกอบรมให้แก่บุคลากร เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการ และขั้นตอนปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
4. จัดให้มีระบบควบคุมภายในเพื่อให้มั่นใจในประสิทธิภาพและประสิทธิผลของนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งครอบคลุมถึงกระบวนการเก็บบันทึกข้อมูลทางการเงิน การบัญชี กระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลและกระบวนการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้
5. จัดให้มีการรายงาน การติดตาม และการทบทวนเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจได้ว่านโยบายมีความครบถ้วน เพียงพอ และทันต่อสถานการณ์
6. จัดให้มีช่องทางในการสื่อสารที่ปลอดภัยให้บุคลากรของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายสามารถขอคำแนะนำ แจ้งเบาะแส ข้อเสนอแนะ หรือร้องเรียนกรณีเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีมาตรการคุ้มครองสิทธิให้แก่บุคคลดังกล่าว

7. จัดให้มีการสื่อสารนโยบายในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทั้งภายในและภายนอกบริษัท เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามในวงกว้าง ซึ่งรวมถึงการแจ้งให้บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทอื่นที่บริษัท มีอำนาจในการควบคุม และตัวแทนทางธุรกิจ นำนโยบายในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท ไปปฏิบัติ
8. ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างบริษัทอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันกับบริษัท รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อเป็นแนวร่วมปฏิบัติและเข้าร่วมในกิจกรรมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันซึ่งจัดขึ้นโดยบริษัท สมาคมหอการค้า หรือหน่วยงานกำกับดูแลอื่นๆ

9. บริษัทฯ จะไม่ยอมให้มีการดำเนินการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการฟอกเงิน และ/หรือการซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้ข้อมูลภายในจากพนักงานในทุกระดับ คู่ค้า หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใดๆ

เพื่อเป็นการส่งเสริมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายงดเว้นการให้-การรับของขวัญ รางวัล การเลี้ยงรับรอง รวมถึงผลประโยชน์ส่วนตัว ทุกๆ รูปแบบระหว่าง บริษัทคู่ค้า/คู่สัญญาจ้าง กับกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานของบริษัทฯ และบริษัทในเครือ (No Gift Policy) และขอความร่วมมือกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และบุคลากรทุกระดับ รวมถึงคู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายในการปฏิบัติตามนโยบายและสร้างบรรทัดฐานที่ดีในการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล



นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน



มาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน



1. การรับและให้ของขวัญ หรือประโยชน์อื่น ๆ

ห้ามมิให้มีการรับหรือให้ของขวัญหรือประโยชน์อื่นใด เว้นแต่ได้ดำเนินการอย่างถูกต้อง เปิดเผย และโปร่งใส โดยไม่ขัดต่อหลักศีลธรรม เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ รวมถึงการรับและให้ของขวัญ หรือประโยชน์อื่น ๆ ต่อหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ต้องมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ เทศกาล และขนบธรรมเนียมประเพณีในแต่ละท้องถิ่น ไม่ใช่เป็นข้ออ้างสำหรับการทุจริตคอร์รัปชัน ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนและผลประโยชน์ของบริษัท ห้ามรับหรือให้ของขวัญ หรือประโยชน์อื่น ๆ หากการกระทำเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ

2. การจ่ายค่าอำนวยความสะดวก

การจ่ายค่าอำนวยความสะดวกถือเป็นความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทฯ ไม่มีนโยบายจ่ายเงินค่าอำนวยความสะดวกในรูปแบบใด ๆ แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐอย่างไม่เป็นทางการ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อแลกกับการอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ หรือเพื่อให้เจ้าหน้าที่ของรัฐช่วยเร่งรัดขั้นตอนการขอรับบริการจากหน่วยงานรัฐ

3. การเสี่ยงรับรองและการบริการต้อนรับ

ห้ามมิให้มีการจัดเลี้ยงรับรอง หรือเข้าร่วมการเลี้ยงรับรอง ในขณะที่อยู่ในช่วงเวลาของการเสนอซื้อขายสินค้า ระหว่างการจัดซื้อจัดจ้าง ประกวตราค่า หรือประมวลงาน ยกเว้นเป็นการเลี้ยงรับรองที่เกิดขึ้นในโอกาสพิเศษต่างๆ ตามมารยาทที่ปฏิบัติกันในสังคม ตามธรรมเนียมหรือประเพณีนิยม เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีทางธุรกิจ และไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ หรือไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

4. การบริจาคเพื่อการกุศลหรือเงินสนับสนุน

ต้องดำเนินการอย่างถูกต้อง เปิดเผย และโปร่งใส โดยไม่ขัดต่อหลักศีลธรรม เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติของบริษัทฯ รวมถึงหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับนโยบายด้านสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม หรือกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสู่ความยั่งยืนของบริษัทฯ หรือเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ไม่ใช่เป็นข้ออ้างสำหรับการทุจริตคอร์รัปชัน ไม่มีวัตถุประสงค์แอบแฝงเพื่อสร้างความได้เปรียบหรือสร้างแรงจูงใจในการเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนและผลประโยชน์ของบริษัทฯ ต้องจัดทำบันทึกขออนุมัติโดยระบุวัตถุประสงค์และชื่อบุคคล / หน่วยงาน ผู้รับบริจาคหรือรับการสนับสนุนอย่างชัดเจน พร้อมแนบเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอผู้มีอำนาจของบริษัทฯ พิจารณาอนุมัติก่อนดำเนินการ

5. การตรวจสอบงานจัดซื้อและทำสัญญา

กำหนดแผนงานให้ชัดเจน กำหนดนโยบาย อำนาจดำเนินการ และมีมาตรการควบคุมที่ชัดเจนเพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตาม โดยหากมีการดำเนินงานเกินกว่าที่กำหนด จะต้องผ่านการอนุมัติตามระเบียบ รวมทั้งให้มีหน่วยงานกลางในการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ

6. การสนับสนุนทางการเมือง

บริษัท มีความเป็นกลางทางการเมือง ไม่มีนโยบายให้การสนับสนุนช่วยเหลือทางการเมืองหรือกระทำการอันเป็นการฝักใฝ่พรรคการเมืองหรือกลุ่มการเมืองใด ๆ บุคลากรของบริษัท มีสิทธิและเสรีภาพตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง บุคลากรของบริษัท ต้องไม่ใช้ทรัพย์สินของบริษัท หรือให้บริการในนามของบริษัท เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการเมือง หรือกระทำการใด ๆ อันก่อให้เกิดความเข้าใจว่าบริษัท มีส่วนเกี่ยวข้องหรือให้การสนับสนุนพรรคการเมืองหรือกลุ่มการเมืองใด ๆ

มาตรการอื่นๆ เพื่อลดความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน

1. กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานและคู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกคนรับทราบเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน นโยบายการงดรับของขวัญ (No Gift Policy) รวมถึงมีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับการดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมธุรกิจของบริษัท กำหนดขึ้นและส่งเสริมให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว โดยเผยแพร่เอกสารที่เกี่ยวข้องผ่านทางจดหมาย อินทราเน็ต เว็บไซต์ของบริษัท และประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ ภายในบริษัท ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน รวมทั้งมีการสื่อสารให้แก่คู่ค้าผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งระบบ VRM (Vendor Relationship Management) ป้ายประชาสัมพันธ์จดหมายถึงคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ

2. จัดให้ฝ่ายตรวจสอบภายในทำหน้าที่ตรวจสอบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลกิจการ และให้ข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการตรวจสอบตามแผนการตรวจสอบประจำปีที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจสอบ และรายงานผลการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญและข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการตรวจสอบทุกเดือน
3. กำหนดให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและฝ่ายตรวจสอบภายใน รับผิดชอบในการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนำเสนอผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
4. หากมีการกระทำซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงการฝ่าฝืนการกระทำผิดกฎหมายหรือจริยธรรมธุรกิจของบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบจะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อหาแนวทางในการป้องกันและบทลงโทษต่อบุคคลที่ฝ่าฝืนตามที่คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควร
5. ขยายแนวทางการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันสู่กระบวนการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption - CAC) พร้อมทั้งเชิญชวนคู่ค้าเข้าร่วมอบรมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงผลักดันผ่านช่องทางการประเมินด้านความยั่งยืนของคู่ค้า โดยเพิ่มหัวข้อเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน ในแบบประเมินคู่ค้า
6. เปิดช่องทางการแจ้งเบาะแสและร้องเรียนการทุจริตคอร์รัปชัน ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ อีเมล ไปรษณีย์ กล่องรับเรื่องร้องเรียน และสายด่วน Hotline



หนังสือแจ้งคู่ค้า

การสื่อสารและการเผยแพร่เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านคอร์รัปชัน

เพื่อให้มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันนำไปสู่การปฏิบัติอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร บริษัทฯ ได้จัดให้มีกระบวนการสนับสนุนเพื่อป้องกันการเกิดทุจริตคอร์รัปชันที่เพียงพอ ได้แก่ กระบวนการตรวจสอบงานขายและการตลาด การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารทรัพยากรบุคคล การเงินและการบัญชี รวมถึงช่องทางการร้องเรียนแจ้งเบาะแส เป็นต้น โดยกำหนดให้ระเบียบปฏิบัติภายในองค์กรต้องมีการควบคุมภายในที่ครอบคลุมการป้องกันการเกิดทุจริตคอร์รัปชันอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสื่อสารและเผยแพร่เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านคอร์รัปชันให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบ ประกอบด้วย กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทอื่นที่บริษัทฯ มีอำนาจในการควบคุม ตัวแทนทางธุรกิจ และคู่ค้า ผ่านช่องทาง การสื่อสารของบริษัทฯ อาทิ ป้ายต่าง ๆ ภายในบริษัทฯ เว็บไซต์ รายงานประจำปี จดหมายอิเล็กทรอนิกส์

บริษัทฯ มีการติดตามและปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจในการต่อต้านคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง และได้รับการต่ออายุสมาชิกรับรองการเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 10 เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตการดำเนินงานด้านการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันไปยังห่วงโซ่อุปทาน โดยจัดอบรมให้ความรู้ด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้กับคู่ค้าของบริษัทฯ พร้อมทั้งส่งเสริมให้คู่ค้าประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย โดยมีคู่ค้าจำนวน 28 ราย ผ่านการฝึกอบรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมในโครงการเสริมสร้างศักยภาพของบริษัทฯ ระยะยาว โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความรู้ของคู่ค้า และปรับปรุงแนวทางปฏิบัติและประสิทธิภาพของคู่ค้าในประเด็นด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ



รูปภาพอบรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้กับคู่ค้า โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน

เพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและโปร่งใสในการรับเรื่องร้องเรียน บริษัทฯ ได้กำหนดกลไกในการจัดการเรื่องร้องเรียน รวมถึงกระบวนการดำเนินการในกรณีที่มีการร้องเรียนเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนมาตรการคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ร้องเรียน โดยมุ่งเน้นการป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบหรือความเสียหายต่อบริษัทฯ พร้อมทั้งสร้างระบบที่เอื้อต่อการจัดการเรื่องร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ทั้งนี้ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของบริษัทฯ ไม่ได้จำกัดเพียงกรณีการทุจริตคอร์รัปชัน แต่ยังครอบคลุมถึงประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น

- การไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณหรือจริยธรรม
- การเลือกปฏิบัติหรือการคุกคามในที่ทำงาน

- การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า
- การขัดแย้งทางผลประโยชน์
- การฟอกเงินหรือการซื้อขายข้อมูลภายใน
- หรือกรณีอื่น ๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อบริษัทฯ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผู้ร้องเรียนสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน พร้อมแนบรายละเอียดและหลักฐานที่เกี่ยวข้องมายังบริษัทฯ ได้ตามช่องทางที่กำหนด โดยบริษัทฯ ได้จัดช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนดังกล่าวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ร้องเรียน พร้อมทั้งดำเนินการตรวจสอบและติดตามผลอย่างเหมาะสม โดยยึดหลักความเป็นธรรม ความโปร่งใส และการคุ้มครองข้อมูลของผู้ร้องเรียนเป็นสำคัญ

เว็บไซต์ของบริษัทฯ



ถึง คณะกรรมการบริษัท

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



ถึง คณะกรรมการตรวจสอบ

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



ผ่านช่องทางแจ้งเบาะแสการกระทำผิดและข้อร้องเรียน (ดูแลโดยฝ่ายตรวจสอบภายใน)

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

ไปรษณีย์



ส่งจดหมายปิดผนึกถึง ฝ่ายตรวจสอบภายใน หรือฝ่ายทรัพยากรบุคคล

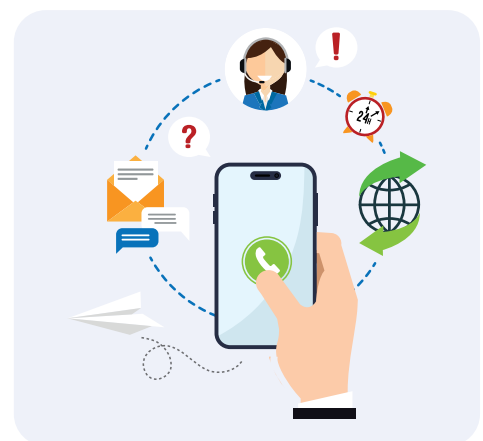
บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเขน อ.เมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

เพื่อให้บริษัทฯ สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อสื่อสาร และแจ้งผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียนได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น บริษัทฯ แนะนำรายละเอียดของข้อมูลสำหรับผู้ร้องเรียนควรแจ้งดังนี้

1. ข้อมูลผู้ร้องเรียน เช่น 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 จะสามารถนำไปพิจารณาสืบสวนต่อไป โดยบริษัทฯ อาจพิจารณาสืบสวนข้อเท็จจริงดังกล่าว หากพบว่าเรื่องร้องเรียนดังกล่าวมีมูลความจริง



กระบวนการดำเนินการเมื่อได้รับเรื่องร้องเรียน



หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับ
เรื่องร้องเรียน และพิจารณา
กลั่นกรองข้อมูลเบื้องต้น
หากมีมูลจะดำเนินการสืบสวนต่อไป



สืบสวนและรวบรวม
ข้อเท็จจริงจากผู้ที่เกี่ยวข้อง



รายงานผลการสืบสวน
พร้อมเสนอแนวทางและ
มาตรการแก้ไขปัญหา



ทบทวนกระบวนการดำเนินงาน
เพื่อและป้องกันผลกระทบ
ที่อาจเกิดขึ้น

การให้ความคุ้มครองผู้ร้องเรียน ผู้ถูกร้องเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้อง

- บริษัท จะเก็บเป็นความลับและจำกัดการเข้าถึงข้อมูล ผู้ร้องเรียน รายงานการร้องเรียน ข้อมูลผู้ถูกร้องเรียน และผลการสืบสวนข้อเท็จจริงทั้งหมดให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น และจะปกปิด ชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใดๆ ที่สามารถระบุถึงตัวผู้ร้องเรียน ผู้ถูกร้องเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้องได้ เว้นแต่กรณีที่มีความจำเป็นเพื่อต้องดำเนินการตามกฎหมาย
- บริษัท กำหนดมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน และบุคคลที่ให้ข้อมูลระหว่างการสืบสวนข้อเท็จจริง เพื่อให้ไม่ได้รับผลกระทบในการทำงาน และไม่ให้ได้รับความเดือดร้อน หรือความไม่ชอบธรรมอันเนื่องมาจากการร้องเรียน หรือการให้ข้อมูลดังกล่าว แม้ภายหลังบริษัท ได้ดำเนินการสืบสวนแล้ว พบว่าไม่มีการกระทำผิดตามที่ได้ร้องเรียน ผู้ร้องเรียนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องไม่ถูกลงโทษ ลดขั้น หรือตำแหน่ง หรือได้รับผลกระทบจากการกระทำดังกล่าว ผู้ที่กลั่นแกล้งผู้ร้องเรียน หรือเปิดเผยข้อมูลของผู้ร้องเรียนโดยมีเจตนาไม่สุจริต จะต้องได้รับการพิจารณาโทษทางวินัย หรือถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย
- บริษัท จะปกป้องผู้ร้องเรียน ผู้ถูกร้องเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้องที่ยังไม่ได้รับการพิสูจน์ว่ามีความผิด โดยถือเป็นหน้าที่ของผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้าหน่วยงาน

ในการใช้ดุลพินิจสั่งการที่สมควรเพื่อให้ความคุ้มครองบุคคลดังกล่าวมิให้ต้องรับความเดือดร้อน หรือความไม่ชอบธรรมอันเนื่องมาจากการร้องเรียน การเป็นพยาน หรือการให้ข้อมูล โดยกระบวนการสืบสวนจะดำเนินการอย่างเป็นธรรม และให้โอกาสผู้ถูกร้องเรียนในการชี้แจงข้อเท็จจริงก่อนพิจารณาตัดสินเรื่องร้องเรียนนั้น รวมทั้งให้ผู้ถูกร้องเรียนรับทราบผลการสืบสวนด้วย

การรักษาความลับ

- ผู้ที่เกี่ยวข้องในการรับเรื่องร้องเรียน ต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับมาเป็นความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามความจำเป็นในการปฏิบัติงาน หรือการปฏิบัติตามกฎหมายเท่านั้น
- ห้ามนำรายงานผลการสืบสวนไปเปิดเผยแก่บุคคลใด ทั้งนี้เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงการสร้างความเสี่ยงต่อชื่อเสียงของบุคคลผู้ถูกกล่าวหาหากภายหลังพบว่าเป็นผู้บริสุทธิ์ และเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท
- ในกรณีที่ถูกละเมิดจากบุคคลภายนอก ให้แจ้งว่า “ตนเองไม่อยู่ในสถานะที่จะสามารถหาหรือเปิดเผยเรื่องนี้ได้”

สรุปผลการรายงานการร้องเรียนและการละเมิดในปี 2567

ขอบเขตการรายงาน	จำนวนครั้งที่มีการละเมิด
การคอร์รัปชันหรือการติดสินบน	0
การเลือกปฏิบัติหรือการคุกคาม	0
การละเมิดข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า	0
การขัดแย้งทางผลประโยชน์	0
การฟอกเงินหรือการซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้ข้อมูลภายใน	0

G

การจัดการห่วงโซ่อุปทานและ การดำเนินงานด้านคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจอย่างเท่าเทียม โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมความร่วมมือที่ยั่งยืนและมีจริยธรรมระหว่างกัน บริษัทฯ สนับสนุนให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นมืออาชีพ โดยเฉพาะการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรม (Ethical Sourcing) และการบริหารความเสี่ยงที่คำนึงถึงประเด็นสังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงสวัสดิการของพนักงาน ตามมาตรฐานสากล โดยไม่มีการละเมิดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงาน ซึ่งได้รับการระบุไว้ในสัญญาจัดซื้อจัดจ้าง

บริษัทฯ ได้จัดทำคู่มือแนวทางการปฏิบัติของคู่ค้าเพื่อให้คู่ค้านำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยอ้างอิงแนวทางการปฏิบัติกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและสากล อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานมาตรฐาน International Labour Organization (ILO) หลักธรรมาภิบาล และการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นรูปธรรม โดยบูรณาการแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในทุกกระบวนการ ตั้งแต่ขั้นตอนการสรรหาคู่ค้าและคัดเลือกคู่ค้า การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า การจำแนกกลุ่มคู่ค้ารายสำคัญ และการกำกับดูแลและประเมินประสิทธิภาพคู่ค้า อีกทั้งยังจัดให้มีการพัฒนาคู่ค้าและการส่งเสริมคู่ค้าให้ดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล รับผิดชอบต่อสังคม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมๆ กับบริษัทฯ ทั้งนี้คู่ค้าสามารถตรวจสอบรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายและแนวทางปฏิบัติได้ที่ระบบ VRM (Vendor Relationship Management) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตาม พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 โดยได้ปรับปรุงข้อสัญญากับคู่ค้าให้มีความชัดเจนและละเอียด เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับกฎหมายและส่งเสริมการทำงานร่วมกันในฐานะหุ้นส่วนที่แท้จริง



ผลการดำเนินงาน

- อัตราการตอบแบบประเมินด้าน ESG ของคู่ค้าคิดเป็นร้อยละ 77
- คู่ค้าได้รับการสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าคิดเป็นร้อยละ 100
- เพิ่มปริมาณการจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 94.2



เป้าหมาย

- คู่ค้าตอบแบบประเมินด้าน ESG ร้อยละ 100 ภายในปี 2568
- คู่ค้าได้รับการสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้าคิดเป็นร้อยละ 100 ภายในปี 2568
- เพิ่มปริมาณการจัดหาวัตถุดิบจากภายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 90 ภายในปี 2568



นโยบายจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement Policy)

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้พนักงานใช้ประกอบเป็นแนวทางในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการในการดำเนินกิจการ โดยมีสาระสำคัญดังนี้

- กำหนดรูปแบบการดำเนินการที่เป็นมาตรฐานและชัดเจน รวมทั้งเปิดโอกาสให้คู่ค้าได้นำเสนอสินค้าและบริการ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของสินค้า คุณภาพ ราคา ปริมาณ ความรวดเร็วและการให้บริการของคู่ค้า และเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันราคาของคู่ค้าทุกรายอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และสามารถตรวจสอบได้
- ส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) และมีระบบการจัดการขยะและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
- สนับสนุนสินค้าและบริการของคู่ค้าที่มีการจ้างแรงงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เคารพสิทธิมนุษยชน และส่งเสริมการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม
- ปลูกฝังค่านิยมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ เพื่อไม่ให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้กำหนดนโยบายงดรับของขวัญ (No Gift Policy) เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยห้ามบุคลากรทุกระดับบังคับให้-รับของขวัญ ของกำนัล หรือผลประโยชน์ทางอ้อมอื่นใดในทุกช่วงเทศกาล ที่อาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในหน้าที่หรือก่อให้เกิดผลประโยชน์ทับซ้อน ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct)

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญของบริษัทฯ ในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยมุ่งเน้นยกระดับการดำเนินงานอย่างยั่งยืนไปสู่คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ และบูรณาการประเด็นด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทฯ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) เพื่อให้คู่ค้าทุกรายใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ครอบคลุมทั้งคู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier) และคู่ค้าลำดับถัดไป (Non-Tier 1 Supplier) พร้อมทั้งสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ ระบบ Vendor Relationship Management (VRM) เว็บไซต์บริษัทฯ และการสื่อสารผ่านเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้ออย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า ครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ อาทิ จริยธรรมธุรกิจ มาตรฐานแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การจัดการสิ่งแวดล้อม รวมถึงแนวทางการทำงานและดำเนินการทางธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

• จริยธรรมทางธุรกิจ

เป็นแนวปฏิบัติด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย การให้ความร่วมมือในการสนับสนุนโครงการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การขัดแย้งทางผลประโยชน์ การแข่งขันอย่างยุติธรรมและการต่อต้านการแข่งขัน ทรัพย์สินทางปัญญา และการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ

- **มาตรฐานแรงงาน**

เป็นแนวปฏิบัติที่ครอบคลุมเรื่องสิทธิมนุษยชน งดเว้นการใช้แรงงานโดยบังคับหรือไม่สมัครใจ งดเว้นการใช้แรงงานเด็ก กำหนดค่าจ้างและเวลาทำงานที่เหมาะสม การไม่เลือกปฏิบัติ การต่อต้านการล่วงละเมิด การจัดทำเอกสารการทำงาน รวมถึงการรวมกลุ่มโดยเสรีภาพและการเจรจาต่อรอง

- **ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย**

เป็นแนวปฏิบัติทั้งด้านความปลอดภัยของสินค้า และการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยให้แก่พนักงาน เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุและผลกระทบต่อสุขภาพที่อาจเกิดจากการปฏิบัติงาน

- **การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม**

เป็นแนวปฏิบัติด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม การกำหนดมาตรการป้องกันและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ งดการใช้สารเคมีอันตราย พร้อมทั้งจัดให้มีแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน (Suppliers ESG Program)

- **แนวทางการจัดการ**

ครอบคลุมตั้งแต่วิธีการที่เป็นระบบ มีกระบวนการควบคุมอย่างมีมาตรฐาน มีการบันทึกข้อมูลและมีการตรวจสอบติดตามการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีช่องทางการรายงานข้อกังวล (Whistle Blowing) ผ่านช่องทางต่าง ๆ

แนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน (Supplier ESG Program)

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน (Supplier ESG Program) สำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ อาทิ ฝ่ายจัดซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และช่วยให้บริษัทฯ สามารถบริหารงานด้านคู่ค้าแบบเชิงรุกได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวมุ่งเน้นที่การบูรณาการกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืนหรือไปสู่การบริหารจัดการคู่ค้า และส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบและมีจริยธรรม ช่วยให้บริษัทฯ สามารถระบุและประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้า พร้อมทั้งวางแผนและดำเนินมาตรการแก้ไข รวมถึงรับรองผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ รายละเอียดแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน มีดังต่อไปนี้

1. การกำกับดูแลการดำเนินงาน

บริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้กำกับดูแลให้มั่นใจว่าการดำเนินงานสอดคล้องตามแนวปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างยั่งยืน (Supplier ESG Program) โดยคณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้ผู้บริหารทุกระดับ มีหน้าที่บริหารจัดการให้การดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

2. การทบทวนแนวทางการจัดซื้อ

บริษัทฯ กำหนดให้มีการทบทวนแนวทางการจัดซื้ออย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการจัดซื้อหรือการกำหนดเกณฑ์พิจารณาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งครอบคลุมถึงต้นทุน คุณภาพของสินค้าและบริการ และระยะเวลาการส่งมอบ ให้มีความเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน และแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct)

3. มาตรการเพื่อดำเนินการต่อคู่ค้าในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ กำหนดข้อกำหนดขั้นต่ำที่คู่ค้าต้องปฏิบัติตาม พร้อมทั้งจัดเตรียมโปรแกรมพัฒนาและมาตรการเพื่อดำเนินการแก้ไข เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของคู่ค้า หากคู่ค้าไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดขั้นต่ำภายในระยะเวลาที่กำหนด บริษัทฯ จะหลีกเลี่ยงการทำธุรกิจร่วมกันและอาจพิจารณายุติสัญญากับคู่ค้านั้น และ บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับคู่ค้าที่มีคะแนนหรือผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่ดีเป็นหลัก โดยกำหนดน้ำหนักขั้นต่ำในการประเมินด้านความยั่งยืน ประกอบเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจดำเนินธุรกิจร่วมกัน

4. การฝึกอบรมกับจัดซื้อ

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมสำหรับผู้จัดซื้อและทีมงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในมาตรฐานความยั่งยืนและเสริมศักยภาพในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ



แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า
(Supplier Sustainable Code of Conduct)



การคัดเลือกคู่ค้า (Supplier Selection)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสรรหาคู่ค้าและคัดเลือกคู่ค้าอย่างยั่งยืน เพื่อการดำเนินงานที่โปร่งใส เป็นไปตามหลักจริยธรรม และเพิ่มทางเลือกให้แก่บริษัทฯ ในการคัดสรรสินค้าและบริการที่ดีจากคู่ค้าที่ดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล รวมถึงสร้างโอกาสในการร่วมมือกับคู่ค้าที่มีความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ หรือมีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของบริษัทฯ ในการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าได้ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า บริษัทฯ ได้มีการกำหนดเกณฑ์

ในการคัดเลือกคู่ค้า (Supplier Selection and Screening Criteria) ที่มีการพิจารณาคุณสมบัติของคู่ค้าครอบคลุมทั้งด้านความสามารถ ความเชี่ยวชาญ การควบคุมคุณภาพ รวมถึงการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายที่จะปฏิบัติตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา โดยจะไม่นำสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายทางการค้ามาจำหน่าย โดยบริษัทฯ จะทำการตรวจสอบก่อน และสำหรับสินค้า Private Brand ของบริษัทฯ หากไม่มีการละเมิดผู้ใด บริษัทฯ จะทำการจดทะเบียนให้ถูกต้อง

เกณฑ์ในการคัดเลือกคู่ค้า (Supplier Selection and Screening Criteria)



มีประวัติทางการเงินที่เชื่อถือได้ และมีศักยภาพที่จะเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ ได้ในระยะยาว



กระบวนการจัดหาและการผลิตอย่างมีจริยธรรม (ETHICAL SOURCING) และคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม (GREEN PROCUREMENT)



ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการ และสามารถตรวจสอบคุณภาพได้



ให้การสนับสนุนด้านการส่งมอบการจ่าย และการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า

บริษัทฯ มีกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าอย่างชัดเจน โดยคู่ค้ารายใหม่ทุกรายจะต้องมีคุณสมบัติเบื้องต้นได้แก่ ประสิทธิภาพ ประวัติทางการเงินที่เชื่อถือได้ มีมาตรฐานการผลิตตามกฎหมาย มีสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการและสามารถแข่งขันได้ มีกระบวนการติดตามและสนับสนุนหลังการขายให้แก่ลูกค้า และมีกระบวนการจัดหาหรือผลิตที่สอดคล้องกับหลักการ ESG และให้ความสำคัญกับความยั่งยืน นอกจากนี้คู่ค้าทุกรายต้องผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในประเด็นต่างๆ ตามหัวข้อ ดังนี้

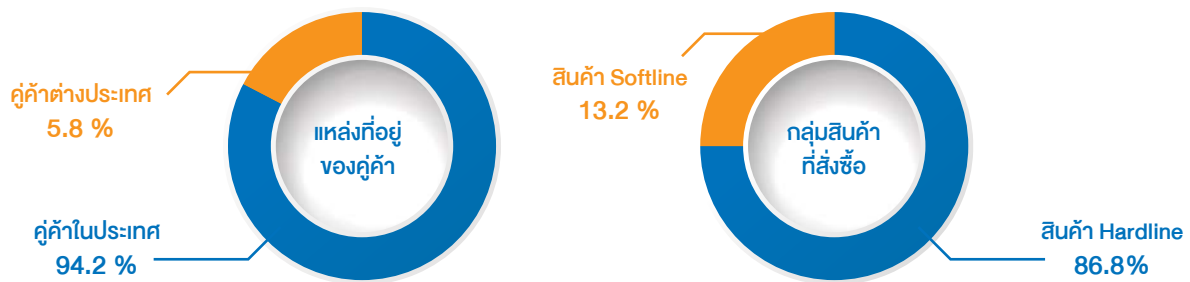
1. การสรรหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน (Sustainable Procurement of Raw Materials)
2. ความสามารถในการผลิต (Ability to Produce)

3. ความสามารถในการควบคุมคุณภาพ (Ability to Control Quality)
4. การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)
5. การตรวจสอบผลิตภัณฑ์และที่มาผลิตภัณฑ์ (Product Quality Audit and Traceability)
6. การจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ก่อนการส่งมอบ (Warehouse Management)
7. คุณภาพด้านการส่งมอบสินค้า (Quality of Delivery)
8. คุณภาพการให้บริการหลังการขาย (After Sale Service)
9. การดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Sustainability Performance)

การประเมินความเสี่ยงและจำแนกประเภทคู่ค้า

(Supplier Risk Assessment and Identification)

บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ ทั้งคู่ค้ารายเดิมและคู่ค้ารายใหม่ เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ เช่น ความล่าช้าในห่วงโซ่อุปทาน การขาดคุณภาพของสินค้าและบริหาร หรือการผิดสัญญาของคู่ค้า โดยการประเมินความเสี่ยงจะเป็นการช่วยให้บริษัทฯ รักษามาตรฐานการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ภายใต้มาตรฐานที่กำหนด ทั้งยังช่วยให้เกิดความมั่นคงทางการเงินและความสามารถของคู่ค้า เพื่อให้แน่ใจว่าคู่ค้าสามารถสนับสนุนธุรกิจของบริษัทฯ ในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน โดยกำหนดกรอบการประเมินความเสี่ยงและจำแนกประเภทคู่ค้าครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม มิติธรรมาภิบาล และความสอดคล้องกับธุรกิจของบริษัท รวมทั้งพิจารณาความเสี่ยงเฉพาะประเทศ (Country-specific risk) ความเสี่ยงเฉพาะภาคส่วน (Sector-specific risk) ความเสี่ยงเฉพาะสินค้า (Commodity-specific risk) ที่เกี่ยวข้องกับคู่ค้าด้วย โดยบริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายของคู่ค้า (Spending Analysis) โดยพิจารณาจากจำนวนคู่ค้า กลุ่มสินค้าที่สั่งซื้อ มูลค่าการสั่งซื้อและแหล่งที่อยู่ของคู่ค้า และประเภทของอุตสาหกรรมและประเภทของสินค้า จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายของคู่ค้าในปี 2567 ที่ผ่านมา พบว่าบริษัทฯ มีการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้าภายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 94.2 และต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 5.8 โดยกลุ่มสินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทฯ นำเข้ามาจำหน่ายร้อยละ 86.8 เป็นสินค้าในกลุ่ม Hardline เช่น สินค้าเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง สี อุปกรณ์ปรับปรุงบ้าน ห้องน้ำ และสุขภัณฑ์ เครื่องครัว อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า และร้อยละ 13.2 เป็นสินค้ากลุ่ม Softline เช่น สินค้าประเภทเครื่องนอน พรม ผ้าผืน เฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ สินค้าตกแต่ง และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน



บริษัทฯ ยังระบุประเภทและกำหนดหลักเกณฑ์การจัดกลุ่มคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Supplier) ซึ่งประกอบด้วยคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 (Significant Tier 1 Supplier) และคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับถัดไป (Significant Non-Tier 1 Supplier) รวมถึงมูลค่าการซื้อขายจากคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยง และกำหนดแผนบริหารจัดการคู่ค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มคู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Supplier) ต้องมีองค์ประกอบตรงตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. เป็นคู่ค้าที่มียอดการสั่งซื้อสูง (High-Volume Supplier) และ/หรือ
2. เป็นคู่ค้าที่ไม่สามารถหาคู่ค้าอื่นมาทดแทนได้ (Non-Substitutable Supplier)

ทั้งนี้จากหลักเกณฑ์การจัดกลุ่มคู่ค้าและการประเมินความเสี่ยงดังกล่าว กำหนดให้คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1) ต้องเป็นคู่ค้าที่มีการทำธุรกรรมร่วมกัน หรือมีการซื้อขายสินค้าและบริการโดยตรงกับบริษัทฯ เท่านั้น ส่วนคู่ค้าลำดับถัดไป (Non-Tier 1) คือ คู่ค้าลำดับรองที่ไม่ได้ทำธุรกรรมโดยตรงกับบริษัท โดยในปี 2567 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการทำธุรกรรมเฉพาะกับคู่ค้าลำดับที่ 1 เท่านั้น และไม่มีคู่ค้าลำดับถัดไปที่เข้าเกณฑ์การจัดกลุ่มดังกล่าว

นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์และประเมินคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Sustainable Development Risk - SD Risk) โดยกำหนดให้อยู่ในรูปแบบการประเมินตนเอง (Self-assessment) ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล หรือการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปวิเคราะห์กระบวนการทำงาน และบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ รวมถึงแผนการส่งเสริมคู่ค้าในการดำเนินงานอย่างยั่งยืนให้สอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์ความยั่งยืนของบริษัทฯ โดยแบบประเมินดังกล่าว ประกอบด้วยหัวข้อการประเมินที่ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ทั้งมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติธรรมาภิบาล สำหรับแบบประเมินด้านความยั่งยืน บริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้าที่มีนัยสำคัญ (Significant Supplier) ทำแบบประเมินเป็นประจำทุก 1 ปี และในคู่ค้าอื่น (Non-significant Supplier) บริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินทุก 3 ปี

ผลการจัดจำแนกคู่ค้าและมูลค่าการจัดซื้อของคู่ค้า

คู่ค้าลำดับที่ 1 (Tier 1 Supplier)	1,274 ราย
คู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 (Significant Tier 1 Supplier)	10 ราย
คู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (SD Risk)	1 ราย
รวมจำนวนคู่ค้าที่มีนัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อบริษัท	10 ราย
มูลค่าการจัดซื้อของคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 ต่อคู่ค้าทั้งหมด	ร้อยละ 29.3

ในกรณีที่คู่ค้ามีผลการประเมินที่เป็นความเสี่ยงด้านความยั่งยืน บริษัท จะทำการเจรจากับคู่ค้าเพื่อแจ้งให้ทราบถึงปัญหาดังกล่าว และร่วมกันหาแนวทางการแก้ไข อาทิ การสร้างความเข้าใจด้านความยั่งยืนตามกรอบ ESG หรือการอบรมให้ความรู้และยกระดับด้านความยั่งยืนให้กับคู่ค้า บริษัท ยังมีมาตรการเพื่อดำเนินการแก้ไข (Corrective action) และจัดประชุมร่วมกับคู่ค้าเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานในกรณีที่คู่ค้าไม่ปฏิบัติตามแนวทางของบริษัท โดยในปี 2567 ที่ผ่านมา บริษัท ไม่มีความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากคู่ค้าของบริษัท แต่มีคู่ค้าที่ได้รับการประเมินและจัดให้อยู่ในกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืนจำนวน 1 ราย ซึ่งคู่ค้าดังกล่าวได้รับการเจรจาและดำเนินการตามมาตรการแก้ไขของบริษัท แล้ว

นอกจากมาตรการดังกล่าว บริษัท ได้จัดตั้งโครงการเสริมสร้างศักยภาพคู่ค้า (Capacity Building Program) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ครอบคลุมหัวข้อด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าของบริษัทจะสามารถอยู่รอด ปรับตัว และเติบโตได้ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างยั่งยืน โครงการนี้มีคู่ค้าจำนวน 28 รายที่เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างศักยภาพของบริษัท

ผลการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนและจัดจำแนกคู่ค้าในปี 2567

อัตราการตอบแบบประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า (Self-Assessment)	ร้อยละ 77
จำนวนคู่ค้าที่ผ่านการตรวจประเมิน	976 จาก 1,274 ราย
จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการสื่อสารแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct)	ร้อยละ 100
จำนวนคู่ค้าที่มีนัยสำคัญลำดับที่ 1 (Significant Tier 1 Supplier) ที่ได้รับการประเมิน	ร้อยละ 100
จำนวนคู่ค้าที่มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ที่ได้รับการประเมิน	ร้อยละ 100

การประเมินประสิทธิภาพคู่ค้า (Supplier Performance Evaluation)

บริษัท มีการติดตามผลการดำเนินงานของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของคู่ค้า และยกระดับด้านความยั่งยืนให้กับคู่ค้า โดยจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีการเกณฑ์การประเมินครอบคลุมตัวชี้วัดการดำเนินงานต่าง ๆ ได้แก่ การเติบโตของยอดขาย กำไร การบริหารจัดการด้านการจัดส่งสินค้า การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง รวมถึงประเด็นด้านความยั่งยืนครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยใช้วิธีการประเมินแบบ Desk Assessment ตามมาตรฐานและวิธีการของภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับการยอมรับ หรือริเริ่มจากภาคส่วนต่าง ๆ และทำการสรุปผลการจัดกลุ่มคู่ค้า เพื่อนำส่งให้ฝ่ายจัดซื้อของบริษัท นำไปสื่อสารให้คู่ค้ารับทราบ

บริษัท กำหนดให้มีการตรวจสอบและประเมินคุณภาพของคู่ค้าก่อนการทำสัญญา (Pre-purchase Audit) และหลังการทำสัญญา (Post-purchase Audit) เพื่อให้การดำเนินงานของคู่ค้ามีมาตรฐานและมีคุณภาพโดยมีฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้รับผิดชอบและดำเนินการ โดยเฉพาะคู่ค้าในกลุ่มสินค้า Private Brand ของบริษัท นอกจากนั้นบริษัท ยังได้จัดให้มีการทำแบบประเมิน (Desk Assessment) พร้อมตรวจสอบหลักฐานการดำเนินงาน รวมถึงกำหนดให้มีการตรวจเยี่ยมคู่ค้า (On-site Assessment) และมีการประชุมร่วมกับคู่ค้าเป็นประจำทุกเดือน ในกรณีที่คู่ค้ารายใหม่ บริษัท จะมีการวัดผลการดำเนินงานอย่างเข้มงวด โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ยอดขาย ราคา ทุก ๆ 2 เดือน พร้อมทั้งมีการสุ่มตรวจคู่ค้า ทั้งด้านคุณภาพสินค้าและกระบวนการ

ผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังได้จ้างบริษัท TNT INTERNATIONAL LIMITED ซึ่งเป็นผู้ตรวจสอบภายนอก (Third-Party Audit) ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของสินค้าจากผู้ผลิต ทั้งนี้ในกรณีที่คู่ค้าไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของบริษัทฯ ภายในเวลาที่กำหนด บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการเพื่อดำเนินการแก้ไขและปรับปรุง (Corrective Action) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- เจรจาแก้ไขปัญหาโดยมีการกำหนดขอบเขตปัญหาและระยะเวลาที่ชัดเจน
- การตัดเตือนด้วยวาจาและลายลักษณ์อักษร
- การบอกเลิกสัญญาการค้า
- การเรียกร้องค่าเสียหาย

สำหรับการปรับปรุงแผนการดำเนินงานของคู่ค้า บริษัทฯ จะให้การสนับสนุนคู่ค้าผ่านการพัฒนาความรู้หรือให้คำแนะนำ ทั้งในรูปแบบการประชุมออนไลน์หรือประชุมที่สำนักงาน เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าจะสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ถูกต้องและสมบูรณ์ต่อไปได้

การพัฒนาคู่ค้า (Supplier Development)



เนื่องจากความต้องการในสินค้าของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การตระหนักถึงภาวะโลกร้อน พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อีกทั้งลูกค้าคำนึงถึงคุณค่าของสินค้ามากขึ้น รวมทั้งมีการให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น มีเอกลักษณ์ ทันสมัย และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เพื่อรักษาสถานะลูกค้ากลุ่มเดิม ควบคู่ไปกับการดำเนินงานเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยบริษัทฯ เชื่อว่ากระบวนการที่จะช่วยให้บริษัทฯ บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้ คือการสร้างความร่วมมือผ่านการแบ่งปันกันทางเศรษฐกิจ หรือ Sharing Economy ระหว่างบริษัทฯ คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งในส่วนของการใช้วัตถุดิบในการผลิตร่วมกัน และการพัฒนาสินค้าร่วมกัน เพื่อให้เกิดสินค้าใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยในปัจจุบันการผลิตสินค้าขึ้นมาหนึ่งชิ้นจะต้องได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ซึ่งคู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจส่วนใหญ่ดำเนินงานอยู่ในรูปแบบของ SME ขนาดเล็ก ที่มีเงินทุนหมุนเวียนจำกัด และมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าแตกต่างกัน แต่หากมีการประสานงานและร่วมมือซึ่งกันและกัน จะสามารถเอื้อประโยชน์ในการทำธุรกิจร่วมกันได้ เช่น การซื้ออุปกรณ์ที่ปลายผลผลิตสินค้าหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตร่วมกัน โดยการนำปริมาณที่จะซื้อไปต่อรองเพื่อให้ได้ต้นทุนถูกลง นอกจากนั้นการผลิตสินค้ามีการออกแบบร่วมกันระหว่างบริษัทฯ กับคู่ค้า บริษัทฯ จะมีความเชี่ยวชาญด้านงานออกแบบและรับทราบความต้องการของลูกค้า ส่วนคู่ค้าจะมีความเชี่ยวชาญเรื่องวัตถุดิบและกระบวนการผลิต เมื่อทั้ง 2 ฝ่ายร่วมมือกัน จะทำให้ผลลัพธ์ที่ได้เป็นสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้าทั้งด้านรูปแบบและคุณภาพ ดังนั้นการสร้างความร่วมมือผ่านการแบ่งปันกันทางเศรษฐกิจ จึงเป็นการลดค่าใช้จ่ายและการจัดสรรทรัพยากร โดยมีการแบ่งปันความรู้ร่วมกันของทั้ง 2 ฝ่าย ทำให้ต้นทุนลดลง และเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดการสนับสนุนด้านเทคนิค (Technical Support) ให้คู่ค้าสามารถพัฒนาผลการดำเนินงาน และลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงส่งเสริมคู่ค้าให้มีการดำเนินงานอย่างยั่งยืนด้วย

การสร้างความร่วมมือผ่านการแบ่งปันกันทางเศรษฐกิจ (Sharing Economy)

1. ชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบผลิตสินค้า

เป็นความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มลูกค้าหลาย ๆ ราย โดยบริษัท จะช่วยในการประสานงานในการสั่งซื้อหรือนำเข้าชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบผลิตสินค้า โดยรวบรวมจำนวนจากหลาย ๆ ลูกค้าเพื่อประโยชน์ในการต่อรองราคาต้นทุนสินค้าและค่าดำเนินการให้มีประสิทธิภาพและประหยัดต้นทุนได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยสนับสนุนให้ลูกค้าเลือกใช้วัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ผ่านกระบวนการ Recycle เช่น วัตถุดิบพลาสติกรีไซเคิล (Post-Consumer Recycled Plastic - PCR) กระดาษรีไซเคิล รวมถึงเศษกระเบื้องและสุขภัณฑ์ ที่ได้จากการโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ เพื่อนำไปเป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าใหม่

2. บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า

เป็นความร่วมมือกันระหว่างลูกค้าในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยมุ่งพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ลดการใช้สารเคมีลดปริมาณพลาสติก หรือลดปริมาณกระดาษ รวมถึงการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ในสินค้าบางชนิด (Reduce Packaging) เพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reuse Packaging) และเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตมาจากวัสดุรีไซเคิล (Recycled Packaging) รวมไปถึงร่วมกันจัดหาโรงงานในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อรวมจำนวนการผลิตร่วมกัน ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในเรื่องราคาและความสะดวกในขั้นตอนการผลิต รวมไปถึงประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพสีในงานพิมพ์

3. ประสานงานการผลิตร่วมกันระหว่างลูกค้า

เป็นการประสานงานและวางแผนผลิตระหว่างลูกค้าเพื่อช่วยกันผลิตร่วมกันในกรณีที่ลูกค้าบางรายประสบปัญหาในการผลิต เช่น เครื่องจักรการผลิตมีปัญหา เพื่อให้สามารถส่งสินค้าได้ทันเวลาตามกำหนดได้

การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Supplier Relationship Management)



เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความเชื่อมโยงและทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัท มุ่งหวังสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด รวมไปถึงการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัท ภาครัฐ และหน่วยงานกำกับดูแลต่าง ๆ ก่อให้เกิดเป็นระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem) ที่ทุกภาคส่วนให้การช่วยเหลือและส่งเสริมกันและกัน นอกจากนี้บริษัท ยังให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการของลูกค้าเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะงานด้านการจัดส่งสินค้า ซึ่งต้องมีระบบการบริหารจัดการการขนส่งสินค้าที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่กระบวนการเตรียมสินค้าก่อนการขนส่ง จนส่งสินค้าถึงลูกค้า โดยบริษัท มีการควบคุมมาตรฐานการขนส่งสินค้าของลูกค้าให้เป็นมาตรฐานเดียวกับบริษัท และในทุก ๆ ปี บริษัท ได้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและบริษัท ด้วยการจัดงาน Best Vendor Award เพื่อมอบรางวัลให้แก่ลูกค้าที่มีการปฏิบัติงานโดดเด่นและได้รับการชื่นชมจากลูกค้า ซึ่งในปี 2567 บริษัท จัดให้มีการมอบรางวัลให้กับลูกค้าทั้งสิ้น 4 ประเภท ได้แก่รางวัล 1. Best Vendor Award จำนวน 4 รางวัล 2. Best Vendor Ecommerce Award จำนวน 1 รางวัล 3. Compliment Award จำนวน 8 รางวัล 4. The Best Queue Award จำนวน 8 รางวัล รวมทั้งหมด 21 รางวัล จาก 318 บริษัท โดยคัดเลือกลูกค้าจากเกณฑ์ต่าง ๆ อาทิ ได้รับคำชมจากลูกค้าในการให้บริการสูงสุด มีการบริหารคิวผ่านระบบ VRM (Vendor Relationship Management) ยอดเยี่ยม มีผลงานด้าน Job Success สูงสุด มีจำนวนคำชมเชยสูงสุด และไม่มีข้อร้องเรียน เป็นต้น



G

ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกลายเป็นหัวใจสำคัญที่ทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า คู่ค้า และบุคลากร ด้วยมาตรการและนโยบายที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการปกป้องข้อมูลสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคลในทุกมิติ ไม่เพียงแต่ป้องกันความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ แต่ยังรวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสากลอย่างเคร่งครัด เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลจะได้รับการจัดเก็บ ใช้งาน และบริหารจัดการอย่างปลอดภัยและเหมาะสม เพื่อสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของเราในการสร้างความปลอดภัยและความไว้วางใจในทุกการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน



ผลการดำเนินงาน

- การละเมิดข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า 0 กรณี



เป้าหมาย

- การละเมิดข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า 0 กรณี



นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างระบบบริหารจัดการที่มั่นคงและปลอดภัย เพื่อให้การใช้งานข้อมูลต่างๆ เป็นไปอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ บริษัทฯ ได้จัดทำระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น ISO/IEC 27001 (Information Security) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับโลกสำหรับการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล (Information Security Management System: ISMS)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยขั้นสูง อาทิ การติดตั้ง Firewall เพื่อป้องกันการเข้าถึงระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต การใช้ซอฟต์แวร์ตรวจจับการบุกรุก (Intrusion Detection) และการเข้ารหัสข้อมูลสำคัญด้วยอัลกอริทึมที่มีความซับซ้อน (Data Encryption)

บริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการต่างๆ เช่น การกำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลตามระดับอำนาจหน้าที่ การสำรองข้อมูล การฝึกซ้อมรับมือภัยคุกคามไซเบอร์ (Cyber Security Drill) รวมถึงแผนจัดการกรณีฉุกเฉิน เช่น แผนกู้คืนระบบ (Disaster Recovery Plan - DRP) และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan - BCP) เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและสามารถรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น การหยุดทำงานของระบบ หรือภัยธรรมชาติ เช่น โรคระบาด อุทกภัย และอัคคีภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาการดำเนินธุรกิจให้เป็นปกติและต่อเนื่องในทุกสถานการณ์ โดยเฉพาะความปลอดภัยด้านสารสนเทศ (Cyber Security Risk) ซึ่งมีการทดสอบอย่างสม่ำเสมอ และทำการทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Testing) และการประเมินหาช่องโหว่ (Internal Vulnerability Assessment) โดยหน่วยงานภายนอก (Third-Party) เป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าระบบที่ใช้งานอยู่สามารถป้องกันภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ



นโยบายความปลอดภัยของข้อมูล
(Cyber Security Policy)

การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า และบุคลากรทุกคนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรสำคัญต่อการดำเนินงานและสะท้อนถึงความน่าเชื่อถือขององค์กร บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของความรับผิดชอบในการจัดการและปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม โดยปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

เพื่อให้ข้อมูลส่วนบุคคลของทุกฝ่ายได้รับการปกป้องในทุกช่องทาง บริษัทฯ ได้มอบหมายให้คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผน การดำเนินงาน และตั้งเป้าหมายที่สอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแก่คณะกรรมการผู้บริหาร และพนักงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการเผยแพร่นโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) และเอกสารการแจ้งข้อมูลประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Notice) ไว้บนเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญได้อย่างโปร่งใส สำหรับข้อสงสัยหรือการสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทฯ ตามรายละเอียดที่ระบุไว้อย่างชัดเจน

- **ทางไปรษณีย์**

เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเขน เมืองนนทบุรี
จังหวัดนนทบุรี 11000

- **ทางอีเมล**

data_privacy@homepro.co.th



การตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้กลายเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจัดเก็บข้อมูลและการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีก็ส่งผลให้ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลขององค์กรมีความเสี่ยงต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ เช่น การโจมตีแบบฟิชชิ่ง (Phishing) การแฮ็กข้อมูล (Hacking) และการแพร่กระจายของมัลแวร์ (Malware)

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่พนักงานในองค์กร เพื่อปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของระบบ Cyber Security โดยมีการจัดทำความรู้และความเข้าใจต่างๆ ผ่าน Email ICT News ของบริษัทฯ ให้แก่พนักงานทุกคนอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งจัดทำโครงการทดสอบความปลอดภัยด้านไซเบอร์ (Cyber Drill) เป็นประจำทุกปี เพื่อช่วยให้พนักงานเข้าใจถึงความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงการตกเป็นเหยื่อของภัยคุกคามทางไซเบอร์ และจัดการอบรมหลักสูตร Cyber Security Awareness ให้แก่พนักงาน เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการป้องกันภัยคุกคามและป้องกันความเสี่ยงจากเหตุการณ์ด้านไซเบอร์



นโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy)



เอกสารการแจ้งข้อมูลประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Notice)



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

ขอบเขตการรายงาน

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารกลยุทธ์และผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน โดยมีขอบเขตครอบคลุมการดำเนินงานทั้งในส่วนของบริษัทฯ และบริษัทในเครือภายในประเทศไทย (140 สาขา และ 1 ศูนย์กระจายสินค้า) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึง 31 ธันวาคม 2567 ทั้งนี้เนื้อหาของรายงานมุ่งเน้นประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญใน 3 มิติ ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในการเป็นผู้นำธุรกิจ Home Solution and Living Experience ในประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และวัตถุประสงค์ “We make a better living”. เพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเพื่อทุกคน

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้ จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021 รวมถึงมาตรฐานสากลอื่นๆ ได้แก่ มาตรฐานตามเกณฑ์การประเมินองค์กรด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ S&P Global Corporate Sustainability

Assessment (Dow Jones Sustainability Indices - DJSI) 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) มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน IFRS S1 และ S2 ที่ออกโดย International Sustainability Standards Board (ISSB) พร้อมทั้งนำความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียร่วมในการพิจารณาควบคู่กันไป

เพื่อให้การกำหนดแผนงานและกลยุทธ์ ตลอดจนตัวชี้วัดระดับองค์กร นำไปสู่การบริหารจัดการในประเด็นต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทฯ กำหนดให้คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ร่วมกันทบทวนและประเมินประเด็นสำคัญด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความเสี่ยงที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา อย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง



รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้สามารถอ่านในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงาน

ฝ่ายกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (สำนักงานใหญ่)

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

โทรศัพท์ 0 2832 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 2024 to 31 December 2024
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	248-253	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	51, 219			
	2-3	Reporting period, frequency and contact point	219			
	2-4	Restatements of information	219			
	2-5	External assurance	219			
	2-6	Activities, value chain, and other business	49, 74, 209-216			
	2-7	Employees	137-138, 295			
	2-8	Workers who are not employees	137-138, 295			
	2-9	Governance structure and composition	279-289			
	2-10	Nomination and selection of the highest governance body	271-283			
	2-11	Chair of the highest governance body	280-283			
	2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	199, 280-289			
	2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	199, 280-289			
	2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	199, 287-288			
	2-15	Conflicts of interest	268-269			
	2-16	Communication of critical concerns	76-77, 134, 206-208, 273			
	2-17	Collective knowledge of the highest governance body	26-38, 266, 296			
	2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	274			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
GRI 2: General Disclosures 2021	2-19	Remuneration policies	274-276			
	2-20	Process to determine remuneration	274-276			
	2-21	Annual total compensation ratio	294-295			
	2-22	Statement on sustainable development strategy	16-17, 70-71			
	2-23	Policy commitments	258-269, 132-134			
	2-24	Embedding policy commitments	258-269, 132-134			
	2-25	Processes to remediate negative impacts	132-134, 204-205			
	2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	134, 206-208, 279			
	2-27	Compliance with laws and regulations	208, 261			
	2-28	Membership associations	188			
	2-29	Approach to stakeholder engagement	75-77			
	2-30	Collective bargaining agreements	132-133			
Material Topics						
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	Process to determine material topics	78-79			
	3-2	List of material topics	78-79			
	3-3	Management of material topics	78-79, 81			

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	127-129			
GRI 101: Biodiversity 2024	101-1	Policies to halt and reverse biodiversity loss	127-129			
	101-2	Management of biodiversity impacts	127-129			
	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	127-129			
Economic						
Economic Performance						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	44-45			
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1	Direct economic value generated and distributed	44-45			
	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	122-124			
	201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	145-146, 155			
	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	153-161, 180-181, 186-188			
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1	Infrastructure investments and services supported	153-161, 180-181, 186-188, 196			
	203-2	Significant indirect economic impacts	234-235			
Procurement Practices						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	213-214			
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1	Proportion of spending on local suppliers	213-214			

GRI Standard/ Other Source	Disclosure		Location	Omission		
			Page/Website	Requirement(s) Omitted	Reason	Explanation
Anti-corruption						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	200-208			
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1	Operations assessed for risks related to corruption	200-208			
	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	206			
	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	208			
Anti-competitive Behavior						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	62-63, 212, 256, 261			
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	62-63, 212, 256, 261			
Tax						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	247			
GRI 207: Tax 2019	207-1	Approach to tax	247			
	207-2	Tax governance, control, and risk management	247			
	207-3	Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	247			
	207-4	Country-by-country reporting	247			

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	88-98, 99-101, 104-112			
GRI 301: Materials 2016	301-1	Materials used by weight or volume	92-102, 104-108			
	301-2	Recycled input materials used	104-108			
	301-3	Reclaimed products and their packaging materials	90, 99-101			
Energy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	113-117			
GRI 302: Energy 2016	302-1	Energy consumption within the organization	82, 113-117			
	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	82, 113-117			
	302-4	Reduction of energy consumption	82, 113-117			
	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	115-117			
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1	Interactions with water as a shared resource	115-117			
	303-2	Management of water discharge-related impacts	115-117			
	303-3	Water withdrawal	115-117			
	303-4	Water discharge	115-117			
	303-5	Water consumption	115-117			

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	121-126			
GRI 305: Emissions 2016	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	86, 121-126			
	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	86, 121-126			
	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	86, 121-126			
	305-4	GHG emissions intensity	86, 121-126			
	305-5	Reduction of GHG emissions	86, 121-126			
	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	104-108			
GRI 306: Waste 2020	306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	104-108			
	306-2	Management of significant waste-related impacts	104-108			
	306-3	Waste generated	86, 104-108			
	306-4	Waste diverted from disposal	86, 104-108			
	306-5	Waste directed to disposal	86, 104-108			
Supplier Environmental Assessment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	212-215			
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	212-215			
	308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	212-215			

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	135-142			
GRI 401: Employment 2016	401-1	New employee hires and employee turnover	143-145			
	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	145-148			
	401-3	Parental leave	-	All disclosure of parental leave	Information unavailable/incomplete	Information is unavailable
Occupational Health and Safety						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	158-165			
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1	Occupational health and safety management system	158-165			
	403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	158-165			
	403-3	Occupational health services	158-165			
	403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	158-165			
	403-5	Worker training on occupational health and safety	158-165			
	403-6	Promotion of worker health	158-165			
	403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	158-165			
	403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	158-165			
	403-9	Work-related injuries	159			
	403-10	Work-related ill health	159			

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	149-157			
GRI 404: Training and Education 2016	404-1	Average hours of training per year per employee	157			
	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	149-157			
	404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	157			
Diversity and Equal Opportunity						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	19, 139, 271, 294-295			
GRI 405: Diversity and Equal	405-1	Diversity of governance bodies and employees	19, 139, 271			
	405-2	Ratio of basic salary and remuneration	145-146, 267, 275, 294-295			
Non-Discrimination						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	132-134, 139, 265			
GRI 406: Non- discrimination	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	132			
Freedom of Association and Collective Bargaining						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	132-133			
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	132-133			
Child Labor						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	132-133, 211, 265			
GRI 408: Child Labor 2016	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	132-133, 211, 265			

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	132-133, 211, 265			
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	132-133, 211, 265			
Security Practices						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	132-134, 269			
GRI 410: Security Practices 2016	410-1	Security personnel trained in human rights policies or procedures	132-134, 269			
Rights of Indigenous Peoples						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	132-133, 211, 265			
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	132-133, 211, 265			
Local Communities						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	179-188			
GRI 413: Local Communities 2016	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	179-188			
	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	179-188			
Supplier Social Assessment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	209-214			
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	209-214			
	414-2	Negative social impacts in the supply chain	209-214			

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	188, 205			
GRI 415: Public Policy 2016	415-1	Political contributions	188, 205			
Customer Health and Safety						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	88-98			
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1	Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	88-98			
	416-2	Incidents of non-compliance concerning the health	90			
Marketing and Labelling						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	88-89, 206-207			
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1	Requirements for product and service information and labeling	88-89, 206-207			
	417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	88-89, 206-207			
	417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	88-89, 206-207			
Customer Privacy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	Management of material topics	217-218, 262-264			
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	217-218, 262-264			

ขอบเขตการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน

GRI Standard	Scope of this report	Disclosure
GRI 302-1 Energy consumption within the organization	<p>โสมโปรสาขารัตนาธิเบศร์, พาราไดซ์ฟาร์ค, รัชดาภิเษก, เพลินจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิชญโลก, ขอนแก่น, อุดรธานี, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, ลำลูกกา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราณบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เชียงราย, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ศรีราชา, ภูเก็ต (กลาง), พัทธยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสร่, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จรัญสินทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์ฟาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ชีคอน บางแค, บางบัวทอง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ลำพูน, หนองคาย, ระยอง (ทับมา), เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), แม่สลด, เกตเวย์ เอกมัย, เทอร์มินอล 21 โคราช, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เกาหลันตา, บางจาก-บางบัวทอง, ชัยบาดาล, บางจาก-กล้วยน้ำไท, กำแพงแสน, ชะอำ และขอนแก่น / เมกาโสมสาขารังสิต, แม่สลด, หนองคาย, บ่อวิน, กบินทร์บุรี, มินบุรี, อรัญประเทศ, ไร่จนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, บางนาตราด, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, ขอนแก่น, รัตนาธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง,ทุ่งสง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), อุดรธานี, ระยอง (ทับมา) และศรีราชา / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4 / ศูนย์กระจายสินค้าซีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์</p>	82
GRI 303-3 Water withdrawal GRI 303-4 Water discharge GRI 303-5 Water Consumption	<p>โสมโปรสาขารัตนาธิเบศร์, พาราไดซ์ฟาร์ค, รัชดาภิเษก, เพลินจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิชญโลก, ขอนแก่น, อุดรธานี, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, ลำลูกกา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราณบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เชียงราย, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ศรีราชา, ภูเก็ต (กลาง), พัทธยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสร่, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จรัญสินทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์ฟาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ชีคอน บางแค, บางบัวทอง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ลำพูน, หนองคาย, ระยอง (ทับมา), เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), แม่สลด, เกตเวย์เอกมัย, เทอร์มินอล 21 โคราช, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เกาหลันตา, บางจาก-บางบัวทอง, ชัยบาดาล, บางจาก-กล้วยน้ำไท, กำแพงแสน, ชะอำ และขอนแก่น / เมกาโสมสาขารังสิต, แม่สลด, หนองคาย, บ่อวิน, กบินทร์บุรี, มินบุรี, อรัญประเทศ, ไร่จนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, บางนาตราด, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, ขอนแก่น, รัตนาธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง,ทุ่งสง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), อุดรธานี, ระยอง (ทับมา) และศรีราชา / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4 / ศูนย์กระจายสินค้าซีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์</p>	82
GRI 305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	<p>โสมโปรสาขารัตนาธิเบศร์, พาราไดซ์ฟาร์ค, รัชดาภิเษก, เพลินจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พัทยา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิชญโลก, ขอนแก่น, อุดรธานี, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, ลำลูกกา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราณบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธมณฑลสาย 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เชียงราย, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ศรีราชา, ภูเก็ต (กลาง), พัทธยาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสร่, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จรัญสินทวงศ์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์ฟาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ชีคอน บางแค, บางบัวทอง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ลำพูน, หนองคาย, ระยอง (ทับมา), เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), แม่สลด, เกตเวย์เอกมัย, เทอร์มินอล 21 โคราช, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่าน มิตรทาวน์, เกาหลันตา, บางจาก-บางบัวทอง, ชัยบาดาล, บางจาก-กล้วยน้ำไท, กำแพงแสน, ชะอำ และขอนแก่น / เมกาโสมสาขารังสิต, แม่สลด, หนองคาย, บ่อวิน, กบินทร์บุรี, มินบุรี, อรัญประเทศ, ไร่จนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, บางนาตราด, พัทยา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, ขอนแก่น, รัตนาธิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง,ทุ่งสง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), อุดรธานี, ระยอง (ทับมา) และศรีราชา / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4 / ศูนย์กระจายสินค้าซีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์</p>	82

GRI Standard	Scope of this report	Disclosure
GRI 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	<p>โสมโปรสารรัตนนิเบศร์, พาราไดซ์ฟาร์ค, รัชดาภิเษก, เพลินจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พญา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิชณุโลก, ขอนแก่น, อุดรธานี, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, ลำลูกกา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราจีนบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธรักษา 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เชียงราย, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ศรีราชา, ภูเก็ต (กลาง), พญาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสา, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จัตุรัสทวงค์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์พาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ซีคอน บางแค, บางบัวทอง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ลำพูน, หนองคาย, ระยอง (ทับมา), เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), แม่สอด, เกตเวย์เอกมัย, เทอร์มินอล 21 ไคราช, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่านมิตรทาวน์, เกาะลันตา, บางจาก-บางบัวทอง, ชัยบาดาล, บางจาก-กล้วยน้ำไท, กำแพงแสน, ชะอำ และขอนแก่น / เมกาโสมสาขารังสิต, แม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, กบินทร์บุรี, มีนบุรี, อรัญประเทศ, ไร่จนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, บางนาตราด, พญา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, ขอนแก่น, รัตนนิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง, ห่งสง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), อุดรธานี, ระยอง (ทับมา) และศรีราชา / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4 / ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์</p>	82
GRI 405-2: Ratio of basic salary and remuneration of women to men	<p>โสมโปรสารรัตนนิเบศร์, พาราไดซ์ฟาร์ค, รัชดาภิเษก, เพลินจิต, ภูเก็ต, เชียงใหม่, รามคำแหง, พระราม 2, ประชาชื่น, ลาดพร้าว, เอกมัย - รามอินทรา, พญา, แจ้งวัฒนะ, หาดใหญ่, เพชรเกษม, ราชพฤกษ์, หัวหิน, สุวรรณภูมิ, สมุย, พิชณุโลก, ขอนแก่น, อุดรธานี, ชลบุรี, ระยอง, เชียงใหม่ (หางดง), พระนครศรีอยุธยา, กระบี่, ภูเก็ต (ฉลอง), เขาใหญ่, นครปฐม, นครราชสีมา, ลำลูกกา, สุขาภิบาล 3, นครศรีธรรมราช, ฉะเชิงเทรา, ร้อยเอ็ด, สุพรรณบุรี, ลพบุรี, สกลนคร, ตรัง, เมกาบางนา, บุรีรัมย์, หาดใหญ่ กาญจนบุรี, นครสวรรค์, มหาชัย, อุบลราชธานี, ราชบุรี, จันทบุรี, ชุมพร, ปราจีนบุรี, สุราษฎร์ธานี, กาญจนบุรี, แพร่, พุทธรักษา 5, สระบุรี, เพชรบูรณ์, ชัยภูมิ, เชียงราย, เลย, ลำปาง, ประจวบคีรีขันธ์, สุรินทร์, เชียงใหม่ (สันทราย), นครราชสีมา (หัวทะเล), ศรีราชา, ภูเก็ต (กลาง), พญาเหนือ, สุโขทัย, สมุทรสงคราม, เพชรบุรี, พัทลุง, ชลบุรี (อมตะ), ชัยพฤกษ์, พระราม 3, บางเสา, พระราม 9, ศรีนครินทร์, กัลปพฤกษ์, แฟชั่นไอส์แลนด์, จัตุรัสทวงค์, มุกดาหาร, รังสิตคลอง 4, สุขสวัสดิ์, บางนา กม.1, พิวเจอร์พาร์ค รังสิต, ลาดกระบัง, ซีคอน บางแค, บางบัวทอง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), ลำพูน, หนองคาย, ระยอง (ทับมา), เชียงใหม่ (รวมโชค), ภูเก็ต (เชิงทะเล), แม่สอด, เกตเวย์เอกมัย, เทอร์มินอล 21 ไคราช, มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่, เกตเวย์ บางซื่อ, สามย่านมิตรทาวน์, เกาะลันตา, บางจาก-บางบัวทอง, ชัยบาดาล, บางจาก-กล้วยน้ำไท, กำแพงแสน, ชะอำ และขอนแก่น / เมกาโสมสาขารังสิต, แม่สอด, หนองคาย, บ่อวิน, กบินทร์บุรี, มีนบุรี, อรัญประเทศ, ไร่จนะ, หาดใหญ่, นครราชสีมา, นครพนม, เชียงราย, บ้านฉาง, บางนาตราด, พญา, ฉะเชิงเทรา, สุราษฎร์ธานี, ขอนแก่น, รัตนนิเบศร์, บางพลี, ตีวานนท์, นครปฐม, เชียงใหม่, บางแสน, ปลวกแดง, ห่งสง, ภูเก็ต (เจ้าฟ้า), อุดรธานี, ระยอง (ทับมา) และศรีราชา / ศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจสาขาหัวหิน, สุวรรณภูมิ และรังสิตคลอง 4 / ศูนย์กระจายสินค้าดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์</p>	295

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, (2) Percentage grid electricity, (3) Percentage renewable energy	Quantitative	(1) Gigawatt-Hour (GWh) (2) Percentage (%) (3) Percentage (%)	CG-MR-130a.1	(1) 307 GWh (2) 70% (3) 30%	Form 56-1 One Report, p. 110-112
Data Security					
Discussion of management approach to identifying and addressing data security risks	Discussion and Analysis	n/a	CG-MR-230a.1	- Data Privacy Policy - Cyber Security Measures - Personal Data Protection Committee	Form 56-1 One Report, p. 262-264, 288-289
(1) Number of data security breaches, (2) Percentage involving customers' personally identifiable information (PII), (3) Number of customers affected	Quantitative	Number, Percentage (%)	CG-MR-230a.2	No data breach in 2024	Form 56-1 One Report, p. 262-264
Workforce Diversity & Inclusion					
Percentage of gender and racial / ethnic group representation for (1) Management and (2) All other employees	Quantitative	Percentage (%)	CG-MR-330a.1	(1) Management level: - 55.85% Female - 44.15% Male (2) All Associates - 49.36% Female - 50.64% Male	Form 56-1 One Report, p. 137
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. 133, 145-146

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	51.4%	Form 56-1 One Report, p. 92
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. 93, 104-108
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. 99-101

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) 140 retail locations (2) 1 distribution center	Form 56-1 One Report, p. 219
Total area of: (1) retail space and (2) distribution centers	Quantitative	Square meters (m ²)	CG-MR-000.B	(1) 1.18 million m ² of retail space (2) 0.20 million m ² of distribution center	Form 56-1 One Report, p. 55

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 2024 Form 56-1 One Report, Climate Change Framework, and other publicly available information.

IFRS S2 Recommendations		HomePro's Public Disclosures		Additional Sources
		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	121-124	Climate Change Framework, page 1-4
(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	121-124	Climate Change Framework, page 1-4
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	121-124	Climate Change Framework, page 4-7
(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	121-124	Climate Change Framework, page 4-7
(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	121-124	Climate Change Framework, page 4-10
(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	121-124	Climate Change Framework, page 4-10
(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	121-124	Climate Change Framework, page 8-12
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	56-57, 121-124	Climate Change Framework, page 2, 8-10
(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	56-57, 121-124	Climate Change Framework, page 2, 8-10
(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	56-57, 121-124	Climate Change Framework, page 2, 8-10
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	121-124	Climate Change Framework, page 10
(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	121-124	Climate Change Framework, page 10
(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	121-124	Climate Change Framework, page 10

Remark : To learn more about HomePro's Climate Change Framework, visit the link
<https://hmpro.listedcompany.com/misc/CG/20230710-hmpro-climate-change-strategy-and-governance-en.pdf>

Sustainable Development Goals (SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ผลการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนเป้าหมาย

หน้าอ้างอิง



ขจัดความยากจนทุกรูปแบบ ทุกสถานที่

การดูแลพนักงาน	
• ค่าครองชีพ (Living Wage)	145-146
• ให้ความรู้ด้านการออมและการวางแผนทางการเงิน รวมถึงการแก้ไขปัญหาหนี้สิน ให้กับพนักงาน	148
การสร้างโอกาสและอาชีพกับพันธมิตรทางธุรกิจ	
• โครงการเข้าแก๊สน้อย	176
การดูแลสังคมและชุมชน	
• การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนในสถานการณ์ภัยน้ำท่วม	180-182



ขจัดความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร
ส่งเสริมเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน

การดูแลพนักงาน	
• ค่าครองชีพ (Living Wage)	145-146
การดูแลสังคมและชุมชน	
• กิจกรรมสนับสนุนการประกอบอาชีพของชุมชน	184-186



รับรองการมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน
ในทุกช่วงอายุ

การดูแลพนักงาน	
• ค่าครองชีพ (Living Wage)	145-146
• การรักษาพนักงาน	147-148
• การจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	158-163
• การดูแลสุขภาพ	164-165
การดูแลลูกค้า	
• Home Service บริการเรื่องบ้านครบวงจร	171-173
การดูแลชุมชนและสังคม	
• โครงการ HomePro Fun Walk 2024 ส่งต่อสุขภาพดีให้สังคม	180
• การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนในสถานการณ์ภัยน้ำท่วม	180-182
• โครงการห้องน้ำเพื่อสังคม	182-184



รับรองการศึกษาที่เท่าเทียมและทั่วถึง
ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน

การดูแลพนักงาน	
• โครงการทุนทวีภาคี	141-142
• การพัฒนาพนักงาน	149-154



บรรลุความเท่าเทียมทางเพศ
และพัฒนาบทบาทสตรีและเด็กผู้หญิง

สิทธิมนุษยชน	
• การจัดการด้านสิทธิมนุษยชนการดูแลพนักงาน	132-134
การดูแลพนักงาน	
• การสนับสนุนความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงาน	139
การดูแลลูกค้า	
• บริการเลดี้เซอร์วิส (Lady Service)	172



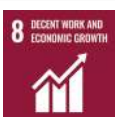
รับรองการมีน้ำใช้ การจัดการน้ำและสุขาภิบาลที่ยั่งยืน

สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
• มาตรฐานความปลอดภัย	89-90
• สินค้า ECO Product	90-92
การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	
• การบริหารจัดการน้ำ	115-117
• กิจกรรมส่งเสริมพนักงานให้มีส่วนร่วมในการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	117



รับรองการมีพลังงานที่ทุกคนเข้าถึงได้ เชื่อถือได้

การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	
• การบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้า	109-112
• การบริหารจัดการเชื้อเพลิง	113-114
• การบริหารจัดการน้ำ	115-117



ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องครอบคลุม
และยั่งยืน การจ้างงานที่มีคุณค่า

การสร้างโอกาสและอาชีพกับพันธมิตรทางธุรกิจ	
• โครงการเข้าแก๊สน้อย	176
• โครงการอบรมช่าง	177-178
การดูแลชุมชนและสังคม	
• กิจกรรมสนับสนุนการประกอบอาชีพของชุมชน	184-186



พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
ส่งเสริมการปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน
และทั่วถึง และสนับสนุนนวัตกรรม

เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการของเสีย	
• การจัดการขยะภายนอกองค์กร	106-108
การขนส่งและกระจายสินค้า	
• การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์	119
การดูแลลูกค้า	
• ระบบซื้อขายสินค้าและบริการเชื่อมโยงทุกช่องทางไร้รอยต่อ	167-170
นวัตกรรมทางธุรกิจ	
• การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมสินค้า	190

		<ul style="list-style-type: none"> ระบบ Packaging Platform: ยกระดับกระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 191 การบริหารจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ 192 ยกระดับธุรกิจด้วยเทคโนโลยีจาก AI 193 การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม 194-195 	
		การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินงานด้านลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> การสร้างความร่วมมือผ่านการแบ่งปันกันทางเศรษฐกิจ (Sharing Economy) 216 	
	ลดความเหลื่อมล้ำภายในและระหว่างประเทศ	สิทธิมนุษยชน <ul style="list-style-type: none"> การจัดการด้านสิทธิมนุษยชน 132-133 การดูแลพนักงาน <ul style="list-style-type: none"> การสนับสนุนความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงาน 139 	
	ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัย ทั่วถึง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างยั่งยืน	การดูแลชุมชนและสังคม <ul style="list-style-type: none"> โครงการท้องถิ่นน้ำเพื่อสังคม 182-184 	
	รับรองแผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน	สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> มาตรฐานความปลอดภัย 89-90 สินค้า ECO Product 90-92 สินค้า ECO Choice 93-94 สินค้า Circular Product 94-95 สินค้าตอบโจทยการใช้พลังงานอย่างยั่งยืน 96 กิจกรรมส่งเสริมการใช้สินค้าพลาสติกอย่างมีความรับผิดชอบ 97-98 การจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืน <ul style="list-style-type: none"> การจัดการบรรจุภัณฑ์ของสินค้า 100 การจัดการบรรจุภัณฑ์ในกระบวนการขนส่ง 101 เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการของเสีย <ul style="list-style-type: none"> การจัดการขยะภายนอกองค์กร 106-108 การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ <ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้า 110-112 การบริหารจัดการเชื้อเพลิง 113-114 นวัตกรรมทางธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ 192 	
	ดำเนินมาตรการเร่งด่วนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ	การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ <ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้า 110-112 การบริหารจัดการเชื้อเพลิง 113-114 การขนส่งและกระจายสินค้า <ul style="list-style-type: none"> การใช้รถขนส่งสินค้าพลังงานไฟฟ้า (EV Truck) 120 การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ <ul style="list-style-type: none"> มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IFRS S2) 122-124 การประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร 124-126 	
	อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเลเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	การจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ <ul style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการน้ำ 115-117 	
	ปกป้อง พื้นฟู และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบกอย่างยั่งยืน	เศรษฐกิจหมุนเวียนและการจัดการของเสีย <ul style="list-style-type: none"> การจัดการขยะภายในองค์กร 104-106 การจัดการขยะภายนอกองค์กร 106-108 การอนุรักษ์ความหลากหลาย ทางชีวภาพและระบบนิเวศ <ul style="list-style-type: none"> การประเมินความเสี่ยงด้านความหลากหลายทางชีวภาพ 128 ต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่าและอนุรักษ์ป่าไม้ 129 	
	ส่งเสริมสังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยกเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	การดูแลพนักงาน <ul style="list-style-type: none"> สิทธิมนุษยชน 132-134 การสนับสนุนความหลากหลายและความแตกต่างของพนักงาน 139 การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน <ul style="list-style-type: none"> มาตรการป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน 204-205 ช่องทางกรรับเรื่องร้องเรียน 206-208 	
	สร้างพลังแห่งการเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	การสร้างโอกาสและอาชีพกับพันธมิตรทางธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> โครงการเก้าแก้วน้อย 176-177 การจัดการห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินงานด้านลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> แนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของลูกค้า (Supplier Sustainable Code of Conduct) 210-211 แนวปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างยั่งยืน (Supplier ESG Program) 211 การสร้างความร่วมมือผ่านการแบ่งปันกันทางเศรษฐกิจ (Sharing Economy) 216 	



แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการรายงานความยั่งยืน ปี 2567

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 2566

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

5. ท่านคิดว่าประเด็นใดที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืนของบริษัทฯ

.....

.....

.....

.....

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

0 2832 1066



3. ไปรษณีย์

ฉีกแบบสำรวจติดแสตมป์
ส่งมาตามที่อยู่ปรากฏ

การวิเคราะห์ และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

1. ภาพรวมของผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

ในปี 2567 เศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายรอบด้าน ส่งผลให้มีการเติบโตในอัตราที่ไม่สูงมากนัก โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ ได้แก่ ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกจากปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของภาคธุรกิจมีการปรับตัวสูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยที่ยังคงอยู่ในระดับสูง รวมถึงปัญหาหนี้ครัวเรือน ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อโดยรวมที่อ่อนแอลง ทำให้ผู้บริโภคมีระดับการใช้จ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ ส่งผลต่อเงินหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นและการบริโภคที่ปรับตัวดีขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยว

ในช่วงครึ่งปีแรก

จากปัจจัยและความกดดันทางเศรษฐกิจต่าง ๆ รัฐบาลได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพื่อบรรเทาภาระค่าครองชีพและเสริมสร้างกำลังซื้อต่อประชาชน ได้แก่ “โครงการ Easy E-Receipt 2567” ลดหย่อนภาษีได้สูงสุด 50,000 บาทจากการซื้อสินค้าและบริการระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2567 อีกทั้งในช่วงไตรมาส 2 ซึ่งเป็นฤดูร้อนของประเทศไทย สินค้ากลุ่มเครื่องทำความเย็น อาทิ เครื่องปรับอากาศ พัดลม และพัดลมไอน้ำ มียอดขายเพิ่มสูงขึ้น

ในช่วงครึ่งปีหลัง

ยังคงมีปัจจัยจากกำลังซื้อที่ลดลง รวมถึงการเริ่มต้นฤดูฝนที่เร็วกว่าปกติ ทำให้เกิดฝนตกหนักและน้ำท่วมในบางพื้นที่ ส่งผลต่อความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการที่สาขาของลูกค้า โดยเฉพาะพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ที่ประสบปัญหาอุทกภัยอย่างหนัก ทั้งนี้บริษัทฯ มีการเฝ้าระวังสถานการณ์น้ำท่วมอย่างใกล้ชิด และเตรียมแผนรับมือหากเกิดกรณีฉุกเฉิน รวมถึงประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลายลง ได้มีอุปสงค์การซื้อสินค้าเพื่อทดแทนสินค้าที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม และสินค้าเพื่อซ่อมแซมและทำความสะอาด ทำให้อยอดขายสินค้าของสาขาที่อยู่ในพื้นที่น้ำท่วมปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ระหว่างไตรมาส 3 รัฐบาลได้มีการออก ‘โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจปี 2567 แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและคนพิการ’ มอบเงินสนับสนุนจำนวน 10,000 บาท แก่กลุ่มเปราะบาง ส่งผลให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น จากการใช้จ่ายใช้สอยที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว

สำหรับปี 2567 นี้ บริษัทฯ มีการกระตุ้นยอดขายผ่านการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ โดยในปีนี้เป็นบริษัทฯ ได้จัดงาน HomePro Expo และ HomePro Fair ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีการจัดที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม แต่ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบมาจัดเป็นงาน HomePro Super Expo ที่สาขาทั่วประเทศและช่องทางออนไลน์ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมและเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการจัดโปรโมชั่น และกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ อาทิ กิจกรรม Double Day ในทุกเดือน

และกิจกรรม HomePro 28th Anniversary 8 WONDERS จัดโปรโมชันราคาพิเศษตลอด 8 สัปดาห์เต็ม ส่งผลให้อยอดขายสินค้าออนไลน์รวมทุกแพลตฟอร์มมีการเติบโตขึ้น

ตลอดปี 2567 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการดำเนินงานที่สำคัญด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการสร้างรายได้ ด้านการสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนและความยั่งยืน และด้านการขยายสาขา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการสร้างรายได้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อการเติบโตที่แข็งแกร่งและยั่งยืนในสภาวะการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น โดยบริษัทฯ มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ประกอบการทำงาน ทั้งในส่วนของสาขาและระบบสนับสนุนงานจากส่วนกลาง เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์และนำเสนอสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อาทิ การพัฒนาเครื่องมือและระบบสำหรับการขายสินค้าหน้าร้าน การใช้เทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเตรียมสินค้าและกำหนดราคาที่เหมาะสม เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการพัฒนากลุ่มสินค้าและบริการเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้ชีวิตของลูกค้า รวมถึงไลฟ์สไตล์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยในปี 2567 นี้ บริษัทฯ มีการเพิ่มบริการโฮมเซอร์วิส (Home Service) ได้แก่ บริการตรวจรับบ้าน โดยทีมผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และความชำนาญ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของบ้าน อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านการสร้างแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (Marketplace) สำหรับการจำหน่ายสินค้าบางกลุ่มที่อาจไม่ได้มีวางขายที่หน้าสาขา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น อาทิ สินค้ากลุ่มผู้สูงอายุ สินค้ากลุ่มแม่และเด็ก สินค้ากลุ่มสุขภาพ และสินค้ากลุ่มอุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น รวมถึงบริษัทฯ มีการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังลูกค้าธุรกิจ (Business to Business: B2B) อาทิ โรงแรม ออฟฟิศ ร้านอาหาร เป็นต้น โดยมีการสร้างแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้โดยเฉพาะ เพื่อการนำเสนอสินค้าที่สนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจในการค้าที่เหมาะสม

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้และการแข่งขัน โดยการมีระบบการควบคุมคลังสินค้าที่ดี จะสามารถลดต้นทุนการจัดเก็บและการขนส่ง เพิ่มความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจากการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ บริษัทฯ จึงมีการขยายพื้นที่ศูนย์กระจายสินค้า เพื่อรองรับการขยายสาขาและการเติบโตของธุรกิจในอนาคต รวมถึงมีการติดตั้งระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) เพิ่มเติม

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บสินค้า และเพิ่มความเร็วและ
แม่นยำในการให้บริการ

ด้านการสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนและความยั่งยืน

บริษัท ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
และมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียน
(Circular Economy) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริม
การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม
โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่ครอบคลุมในหลายด้าน ตั้งแต่
การเริ่มโครงการแลกเปลี่ยนเพื่อโลกใหม่ (Trade-In) เพื่อให้ลูกค้า
นำสินค้าเก่ามารับแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าชิ้นใหม่ ทั้งนี้
บริษัท จะดำเนินการแยกชิ้นส่วนและกำจัดขยะอย่างถูกวิธีต่อไป
อีกทั้ง บริษัท ได้ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาสินค้า
รักษ์โลก (Circular Products) ซึ่งครอบคลุมสินค้าหลายกลุ่ม
เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า กระเบื้อง ดึงข้อปั๊ม และกล่องพลาสติก โดย
เป็นสินค้าที่มีส่วนประกอบจากวัสดุรีไซเคิลที่นำมาจากโครงการ
แลกเปลี่ยนเพื่อโลกใหม่ (Trade-In) ซึ่งเป็นการสนับสนุนการลด
การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการจัดการขยะอย่างถูกวิธี รวมถึง
เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์
ผู้บริโภคในตลาดยุคใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และสร้าง
ความแตกต่างเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า นอกจากนี้บริษัท
มีการตั้งศูนย์ซ่อมสินค้าเพื่อยืดอายุการใช้งาน รวมถึงมีการพัฒนา
สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Products) โดยมีการคัดสรร
เป็นกลุ่มสินค้า ECO Choice เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่
ต้องการเลือกซื้อสินค้าคาร์บอนต่ำ

บริษัท ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด โดยมีการติดตั้งแผง
โซลาร์เซลล์ที่สาขาต่างๆ เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากแหล่ง
พลังงานหลัก ซึ่งปัจจุบันมีการติดตั้งแล้วจำนวน 97 สาขา
และมีแผนการติดตั้งเพิ่มเติมในอนาคต นอกจากนี้ บริษัท ยังได้
นำรถ EV มาใช้ในการขนส่งสินค้า ซึ่งช่วยลดการปล่อยมลพิษและ
สามารถลดต้นทุนด้านพลังงานอีกด้วย

หนึ่งในพันธกิจที่สำคัญของบริษัท ในการดำเนินธุรกิจอย่าง
ยั่งยืน คือการสนับสนุนและส่งเสริมให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบ
ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยบริษัท ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
โครงการ United Nations Global Compact (UNGC) ต่อเนื่อง
เป็นปีที่ 3 และได้นำหลักการสำคัญ 10 ประการ ซึ่งครอบคลุมด้าน
สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต
มาปรับใช้ในการดำเนินงานอย่างเหมาะสม อีกทั้งบริษัท ได้ตั้ง
เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการประกอบกิจการ
เป็นศูนย์ ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) และมุ่งมั่นพัฒนา
กระบวนการทำงานภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับเป้า
หมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่กำหนดไว้

ด้านการขยายสาขาในปี 2567

ณ สิ้นปี 2567 บริษัท มีโฮมโปร 94 สาขา โฮมโปรเอส 5 สาขา เมกาโฮม
30 สาขา และโฮมโปรในประเทศมาเลเซียอีก 7 สาขา โดยมีการ
ดำเนินงานด้านขยายสาขาที่สำคัญระหว่างปีดังต่อไปนี้

บริษัท ยังคงมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้าน
อย่างครบวงจร โดยมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการ
เติบโตของตลาด ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในหลายพื้นที่

ทั้งนี้ มีการขยายสาขารวมทั้งสิ้น 9 สาขา โดยแบ่งเป็นสาขาโฮมโปร
จำนวน 6 สาขา ได้แก่ สาขาลำพูน สาขาหนองคาย สาขาระยอง (ทับมา)
สาขาแม่สอด สาขาเชียงใหม่ (กาเดววมโชค) สาขาภูเก็ต (เชิงทะเล)
และเมกาโฮม จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาอุดรธานี สาขาระยอง
(ทับมา) และสาขาศรีราชา อย่างไรก็ตาม บริษัท มีการปิดสาขาโฮม
โปร 1 สาขา ได้แก่ สาขารัตนาธิเบศร์ เนื่องจากสัญญาเช่าหมดอายุ
ทั้งนี้ได้มีการเปิดสาขาใหม่ทดแทนในบริเวณใกล้เคียงที่มีพื้นที่ใหญ่ขึ้น
เพื่อรองรับการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น

ในปี 2567 นี้ บริษัท ได้มีการขยายสาขาในรูปแบบของไฮบริดสโตร์
(Hybrid Store) เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการเปิดโฮมโปรและเมกาโฮม
ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าทั้งกลุ่มเจ้าของ
บ้านและกลุ่มช่างผู้รับเหมาในทำเลที่มีศักยภาพ โดยเป็นกลยุทธ์
ในการเพิ่มโอกาสในการขายจากการที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าจาก
โฮมโปรและเมกาโฮมได้ครบจบในที่เดียว เพิ่มความได้เปรียบทางการ
แข่งขัน และสามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการจากการใช้พื้นที่อย่าง
มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำหรับธุรกิจในต่างประเทศ บริษัท ได้ปิดบริษัทย่อย Home
Product Center Vietnam Company Limited ซึ่งดำเนินธุรกิจค้า
ปลีกสินค้าเกี่ยวกับบ้านในประเทศเวียดนาม โดยได้มีการทดสอบ
การขายบนแพลตฟอร์ม E-commerce มาระยะหนึ่ง อย่างไรก็ตาม
ภายหลังการพิจารณาอย่างรอบคอบ บริษัท เห็นว่าการขยายธุรกิจ
ในประเทศเวียดนามยังคงไม่เหมาะสมกับการลงทุนในปัจจุบัน ทั้งนี้
บริษัท กำลังอยู่ในขั้นตอนการยกเลิกกิจการตามกระบวนการทาง
กฎหมายและชำระบัญชีของบริษัทย่อยดังกล่าว ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จ
ภายในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยการสิ้นสภาพของบริษัทย่อยนั้น
ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานที่เป็นสาระสำคัญของบริษัท

2. มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

2.1 มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปี 2567

ในระหว่างปี กลุ่มบริษัทได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
ฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มี
รอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2567 มา
ถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการ
ปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการ
รายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบาย
ให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติ
ทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน

การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัติ
ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท

2.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผล บังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชี ที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2568

สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน
ฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงิน
ที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2568
มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุง
หรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงาน
ทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจน

เกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐาน

ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานนี้จะไม่มีผลกระทบต่อความเป็นสาระสำคัญต่อการเงินของกลุ่มบริษัท ยกเว้นมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังต่อไปนี้ที่มีการเปลี่ยนแปลงหลักการสำคัญซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลกระทบของการปฏิรูปภาษีระหว่างประเทศ - กฎการคำนวณภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง (Pillar Two)

กลุ่มบริษัทอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎการคำนวณภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง (Pillar Two model rule) ที่เผยแพร่โดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) กลุ่มบริษัทจึงได้ถือปฏิบัติตามข้อยกเว้นที่กำหนดให้กิจการต้องไม่รับรู้และไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์และหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกี่ยวข้องกับภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง (Pillar Two)

กลุ่มบริษัทมีการดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศที่ได้มีการออกกฎหมายดังกล่าวแล้ว และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี 2567 กลุ่มบริษัทไม่รับรู้ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ เสาหลักที่สอง เนื่องจากได้รับประโยชน์จากมาตรการผ่อนปรน “Transitional Safe Harbour” ภายใต้กฎหมายดังกล่าว และบางแห่งที่ได้มีการออกกฎหมายดังกล่าวแล้วและมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานนี้จะไม่มีผลกระทบต่อความเป็นสาระสำคัญต่อการเงินของกลุ่มบริษัท

3. ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร

ในปี 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวม 72,576.52 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 0.34% และมีกำไรสุทธิ 6,503.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 0.96% โดยในปีนี้ธุรกิจค้าปลีกยังคงได้รับความกดดันและปัจจัยทางเศรษฐกิจต่างๆ อาทิ ปัญหาหนี้ครัวเรือนซึ่งยังคงอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความ

ระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้รัฐบาลได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจสำหรับปี 2567 ได้แก่ Easy E-Receipt 2567 ในช่วงไตรมาส 1 และ โครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ มอบเงินสนับสนุนจำนวน 10,000 บาท แก่กลุ่มเปราะบาง ในช่วงไตรมาส 3 ซึ่งช่วยบรรเทาผลกระทบจากภาวะทางเศรษฐกิจและส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศได้บางส่วน

ในส่วนของการดำเนินงาน บริษัทฯ มีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายรวมถึงกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินงานด้านต่างๆ ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากยิ่งขึ้น การขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ การกระตุ้นยอดขายผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงบริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องของการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและนำเสนอสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง รวมถึงการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งมีการดำเนินงานที่สำคัญตลอดปี 2567 อาทิ การติดตั้งโซลาร์เซลล์ที่สาขา การนำรถ EV มาให้บริการจัดส่งสินค้า และการร่วมพัฒนานวัตกรรมโลก (Circular Products) กับพันธมิตรทางธุรกิจ

สำหรับการขยายสาขาในปี 2567 บริษัทฯ เปิดสาขาใหม่ไปรวมเพิ่มทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ สาขาลำพูน สาขานองคาย สาขาระยอง (ทับมา) สาขาแม่สอด สาขาเชียงใหม่ (กาตรวมโชค) สาขากู๊ด (เชิงทะเล) รวมถึงมีการปิดสาขาใหม่โปรตีนนาบีเบียร์เนื่องจากสัญญาเช่าหมดอายุ และได้เปิดสาขาใหม่ในบริเวณใกล้เคียงที่มีพื้นที่ขายกว้างขึ้นอีกทั้ง บริษัทฯ มีการเปิดสาขานิวเมกาใหม่เพิ่มทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ สาขาอุดรธานี สาขาระยอง (ทับมา) และสาขาศรีราชา

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงต้องเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด รวมถึงประเมินความเสี่ยงและวางแผนรับมือกับความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้สามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและมั่นคงในระยะยาว

3.1 รายได้จากสัญญาที่กำกับลูกค้า

รายการ	2565		2566		2567	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รายได้จากบริษัทหลัก						
สินค้ากลุ่ม Hard Line ¹	44,269.3	68.0	45,214.8	66.2	45,004.2	66.2
สินค้ากลุ่ม Soft Line ²	9,960.7	15.3	9,621.5	14.1	9,345.3	13.8
รายได้จากบริการ Home Service	709.3	1.1	806.7	1.2	890.1	1.3
2. รายได้จากบริษัทย่อย						
รายได้จากในประเทศ	10,151.6	15.6	12,640.3	18.5	12,712.4	18.7
รายได้จากในประเทศกลุ่ม CLMV	8,760.6	13.5	11,321.3	16.6	11,432.4	16.8
รายได้จากประเทศกลุ่ม CLMV	1,391.0	2.1	1,319.1	1.9	1,280.0	1.9
รวม รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	65,090.9	100.0	68,283.3	100.0	67,952.0	100.0

* หมายเหตุ: ¹ สินค้ากลุ่ม Hard Line ได้แก่ สินค้าเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง สื่ อุปกรณ์ปรับปรุงบ้าน ห้องน้ำและสุขภัณฑ์ เครื่องครัว อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

² สินค้ากลุ่ม Soft Line ได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องนอน พรม ผ้าผืน เฟอร์นิเจอร์ โคมไฟ สินค้าตกแต่ง และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน

ปี 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า รวม 67,952.02 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนจำนวน 331.29 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.49 โดยปี 2567 นับว่าเป็นปีที่ท้าทายสำหรับบริษัทฯ เนื่องจากภาพรวมเศรษฐกิจประเทศไทยยังคงเติบโตในอัตราที่ไม่สูงมากนัก รวมถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น ทำให้ยอดขายมีการชะลอตัวลง ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด และมีการพัฒนาในส่วนของการดำเนินงาน เพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนากลุ่มสินค้าและบริการให้ครอบคลุมและตอบโจทย์ทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งในส่วนของลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจ รวมถึงมีการสร้างแพลตฟอร์ม มาร์เก็ตเพลส (Marketplace) สำหรับการจำหน่ายสินค้าบางกลุ่มที่ไม่ได้มีวางขายที่หน้าร้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นและเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจในเรื่องของการขาย อีกทั้งยังมีการเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ อาทิ กลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่เกี่ยวข้องชาอยู่ในเรื่องการใช้เทคโนโลยี และมีการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ โดยยอดขายออนไลน์รวมทุกแพลตฟอร์ม และรายได้จากการให้บริการมีการเติบโตขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้รายได้ของบริษัทฯ สามารถแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) รายได้จากการขายปลีกของธุรกิจโฮมโปร ซึ่งแบ่งสินค้าออกเป็นกลุ่ม Hard Line และ Soft Line โดยในปี 2567 ยอดขายสินค้ากลุ่ม Hard Line ลดลงจากปีก่อนจำนวน 210.60 ล้านบาท สินค้ากลุ่ม Soft Line มียอดขายลดลงจากปีก่อนจำนวน 276.20 ล้านบาท 2) รายได้จากการให้บริการ Home Service เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 83.40 ล้านบาท 3) รายได้จากบริษัทย่อย ซึ่งเป็นยอดขายสินค้าของธุรกิจเมกาโฮม ธุรกิจโฮมโปรมาเลเซีย และธุรกิจโฮมโปรเวียดนาม เพิ่มขึ้น 72.10 ล้านบาท

3.2 รายได้อื่น

ปี 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงรายได้อื่นดังนี้

- รายได้ค่าเช่า จำนวน 1,854.37 ล้านบาท ลดลง 27.87 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.48 จากปีก่อน เป็นผลมาจากการงดจัดงาน HomePro Expo และ HomePro Fair ซึ่งโดยปกติจะมีการจัดที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม และมีบริษัทคู่ค้ามาร่วมนำเสนอสินค้าใหม่ โดยบริษัทฯ ได้เปลี่ยนมาเป็นการจัดงาน HomePro Super Expo ที่ช่องทางสาขาและออนไลน์แทน เพื่อสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมในหลายพื้นที่มากยิ่งขึ้นและสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานบางส่วน
- รายได้อื่น จำนวน 2,770.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 113.90 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.29 โดยเป็นผลมาจากการเพิ่มการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าทั้งในช่องทางสาขาและช่องทางออนไลน์ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

3.3 ต้นทุนขายและบริการ และกำไรขั้นต้น

ในปี 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายและบริการทั้งสิ้น 49,728.45 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 389.18 ล้านบาท หรือร้อยละ

0.78 โดยลดลงตามปริมาณยอดขายสินค้าและบริการที่ลดลง ทั้งนี้ สัดส่วนของต้นทุนขายและบริการคิดเป็นร้อยละ 73.18 ปรับตัวลงจากระดับร้อยละ 73.40 ในปีก่อนหน้าสะท้อนภาพการควบคุมต้นทุนสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อพิจารณาถึงกำไรขั้นต้น จากการขายสินค้าและบริการ รวมจำนวน 18,223.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 57.89 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.32 เมื่อเทียบกับปีก่อนรวมถึงอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายก็เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.60 ในปีก่อนมาอยู่ที่ร้อยละ 26.82 ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมของกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงรายได้จากการบริการ Home Service ที่เพิ่มขึ้น

3.4 ต้นทุนค่าเช่า

ต้นทุนค่าเช่า จำนวน 816.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30.06 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.82 โดยมาจากการให้พื้นที่เช่าเพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาโฮมโปรในปี 2567 ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาอาคารและศูนย์การค้า รวมถึงจากกิจกรรมในศูนย์การค้าที่เพิ่มขึ้น

3.5 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 13,340.93 ล้านบาท ลดลง 62.06 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.46 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงได้แก่ค่าสาธารณูปโภคค่าใช้จ่ายจากการจ้างแรงงานภายนอก และค่าใช้จ่ายในการเปิดสาขา ในส่วนของค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้แก่ ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต และค่าเสื่อมราคา ทั้งนี้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายอยู่ในระดับคงที่จากปีก่อนที่ร้อยละ 19.63 โดยรายละเอียดค่าใช้จ่ายในแต่ละกลุ่มสามารถจำแนกได้ดังนี้

- ค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวน 10,980.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.26 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.15 โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมาจากค่าใช้จ่ายทางการตลาดและค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวน 2,359.83 ล้านบาท ลดลง 77.35 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.17 โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงมาจากค่าใช้จ่ายกลุ่มเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายจากการจ้างแรงงานภายนอก
- ค่าใช้จ่ายอื่น จำนวน 0.76 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 0.97 ล้านบาท หรือร้อยละ 55.81

3.6 รายได้ทางการเงิน

รายได้ทางการเงิน จำนวน 61.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 34.22 ล้านบาท หรือร้อยละ 123.42 จากระยะก่อนดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น

3.7 ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 687.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 120.07 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.16 จากการออกหุ้นกู้ใหม่เพื่อชำระหนี้ที่ครบกำหนดบางส่วนตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2566 ต่อเนื่องจนถึงไตรมาส 3 ปี 2567 ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน การออกตั๋วแลกเงินระยะสั้น รวมถึงบริษัทฯ มีการทำสัญญาเช่าระยะยาวสำหรับสาขาใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ดอกเบี้ยจ่ายตามมาตรฐาน TFRS16 สูงขึ้น

3.8 กำไรสุทธิ

สำหรับผลการดำเนินงานในปี 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 6,503.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 61.99 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.96 โดยการเพิ่มประสิทธิภาพของอัตรากำไรขั้นต้นจากสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มขึ้นของสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง ทั้งในส่วนของโสมโปรและเมกาโสม รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อพิจารณาอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราเท่ากับร้อยละ 9.57 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ร้อยละ 9.43

3.9 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 อยู่ที่ร้อยละ 24.84 โดยปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ร้อยละ 25.87% จากมูลค่าเฉลี่ยในส่วนของผู้ถือหุ้นที่ปรับเพิ่มขึ้น

4. ความสามารถในการบริหารทรัพย์สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีสินทรัพย์รวมจำนวน 69,664.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 จำนวน 616.98 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.89 โดยการเปลี่ยนแปลงของรายการที่สำคัญมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลง 874.95 ล้านบาท จากการชำระหนี้ระยะยาวและการชำระคืนหุ้นกู้ที่ครบกำหนด
- ลูกหนี้การค้า ลดลง 52.69 ล้านบาท จากการรับชำระหนี้ตามกำหนด และลูกหนี้อื่นลดลง 53.59 ล้านบาท โดยลูกหนี้ส่วนใหญ่ประกอบด้วยลูกหนี้ที่เกิดจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการขาย และลูกหนี้จากการให้เข้าพื้นที่และบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีการวิเคราะห์ลูกหนี้โดยแยกตามอายุหนี้ที่คงค้าง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นคงค้างที่มีอายุมากกว่า 12 เดือน มีจำนวน 8.96 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้มีการตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้อย่างพอเพียงที่ 7.52 ล้านบาท
- สินค้าคงเหลือ-สุทธิ เพิ่มขึ้น 934.45 ล้านบาท โดยเป็นผลมาจากการเปิดสาขาใหม่ในปี 2567
- อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน / ที่ดิน อาคารและ อุปกรณ์ / สินทรัพย์สิทธิการใช้ / คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ / อสังหาริมทรัพย์รอการขาย รวมเพิ่มขึ้น 698.74 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.54 จากการลงทุนเพื่อเปิดสาขาใหม่ในปี 2567 และการเตรียมการเปิดสาขาในปี 2568 บางส่วน
- สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 38.56 ล้านบาท หรือร้อยละ 25.91

5. สภาพคล่องทางการเงินและความเพียงพอของเงินทุน

เปรียบเทียบกระแสเงินสด สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 กับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2566

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2566	2567	2566	2567
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	9,792.49	10,153.21	9,689.42	9,917.47
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน	(5,244.55)	(3,691.31)	(5,017.49)	(2,967.70)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(3,535.84)	(7,339.30)	(3,959.18)	(7,664.24)
ผลต่างจากการแปลงค่าทางการเงิน	(3.73)	2.45	-	-
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	1,008.38	(874.95)	712.75	(714.47)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 5,553.72 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 6,428.67 ล้านบาท

สุทธิลดลง จำนวน 874.95 ล้านบาท เนื่องจากกิจกรรมดังนี้

- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการดำเนินงาน 10,153.21 ล้านบาท ได้มาจากกำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในรายการสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 12,297.84 ล้านบาทและเงินทุนหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของรายการสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานที่สำคัญได้แก่รายการลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นลดลง 113.42 ล้านบาทรายการสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 965.68 ล้านบาทรายการสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 38.56 ล้านบาท รายการเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 156.96 ล้านบาท รายการหนี้สินหมุนเวียนอื่นลดลง 15.44 ล้านบาท รายการค่าเช่ารับล่วงหน้าลดลง 19.56 ล้านบาท และจ่ายภาษีเงินได้ 1,537.08 ล้านบาท

- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 3,691.31 ล้านบาท โดยปัจจัยหลักมาจากการลงทุนในที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ การซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน รวมเป็นจำนวน 3,345.03 ล้านบาท ชำระค่าสินทรัพย์สิทธิการใช้จำนวน 315.33 ล้านบาท และซื้อคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ จำนวน 50.58 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 7,339.30 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้เป็นเงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินสุทธิจำนวน 971.45 ล้านบาท ชำระคืนหุ้นกู้จำนวน 4,000 ล้านบาท และการจ่ายเงินปันผลจำนวน 5,259.72 ล้านบาท ทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการจัดหาแหล่งเงินเพิ่มเติมโดยการออกหุ้นกู้ทั้งสิ้น 1 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1/2567 จำนวน 2,000 ล้านบาท

5.1 อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์หมุนเวียนจำนวน 22,649.58 ล้านบาท มีหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 25,949.09 ล้านบาท ซึ่งเมื่อคิดเป็นอัตราส่วนสภาพคล่องจะอยู่ที่ 0.87 เท่า ลดลงจากปีก่อนที่มีอัตราส่วนสภาพคล่องอยู่ที่ 0.96 เท่า

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีแหล่งเงินทุนระยะสั้นเพื่อรักษาสภาพคล่องทั้งในรูปวงเงินเบิกเกินบัญชีและตัวเงินระยะสั้น รวมถึงมีวงเงินสินเชื่อการค้าระหว่างประเทศไว้อย่างเพียงพอ

5.2 โครงสร้างเงินทุน

ในปี 2567 บริษัทฯ จัดหาเงินทุนสำหรับขยายกิจการ จากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และการก่อหนี้ระยะยาว โดยออกหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิและไม่มีหลักประกัน ทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 42,862.43 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.60 เท่า ซึ่งลดลงจากปีก่อนซึ่งมีอัตราอยู่ที่ 1.70 เท่า โดยมีปัจจัยหลักจากการออกหุ้นกู้ในสัดส่วนที่ลดลง

ตามข้อกำหนดว่าด้วยสิทธิและหน้าที่ในการออกหุ้นกู้ กำหนดให้บริษัทฯ ต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินทางการเงินที่มีดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 2.50 เท่า ซึ่งบริษัทฯ ยังคงมีฐานะการเงินที่แข็งแกร่ง ยังสามารถดำรงอัตราส่วนดังกล่าวได้ต่ำกว่าเงื่อนไขการกู้ยืมทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทฯ มีหนี้สินที่รวมผลกระทบจากหนี้สินตามสัญญาเช่าตามมาตรฐานทางการเงินฉบับที่ 16 ทางการเงินจำนวน 23,589.33 ล้านบาท โดยมีอัตราหนี้สินทางการเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.88 เท่า อย่างไรก็ตามหากไม่รวมผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่าจากการการปรับปรุงรายการตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่าอัตราหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.62 เท่า ทั้งนี้อัตราส่วนดังกล่าวระหว่างปี 2565-2567 มีรายละเอียดดังนี้

	2565	2566	2567
อัตราหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.63	0.70	0.62

5.3 ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ส่วนของผู้ถือหุ้นมีจำนวนเท่ากับ 26,802.44 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1,243.65 ล้านบาท หรือคิดเป็น 4.87% โดยการเพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรรเพิ่มขึ้นจำนวน 1,243.67 ล้านบาท ทั้งนี้องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจำนวน 0.02 ล้านบาท

5.4 รายจ่ายการลงทุน

ในปี 2567 บริษัทฯ มีรายจ่ายเพื่อการลงทุนสุทธิ 3,691.31 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการ ซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ รวมถึงจ่ายค่าสินทรัพย์สิทธิการใช้ เพื่อการลงทุนสำหรับสาขาใหม่ ในปี 2567 และปีถัดไปในทุกธุรกิจที่บริษัทฯ ดำเนินการอยู่ รวมจำนวนทั้งสิ้น 3,660.36 ล้านบาท และเป็นการลงทุนในการซื้อคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์จำนวน 50.58 ล้านบาท โดยแหล่งเงินทุนมาจากเงินสดจากการดำเนินงาน เงินทุนจากสถาบันการเงิน และการออกตราสารหนี้หุ้นกู้

5.5 ความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน และความสามารถในการชำระหนี้

ในปัจจุบันบริษัทฯ จัดหาแหล่งเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว จากทั้งเงินกู้จากสถาบันการเงิน และการออกหุ้นกู้ โดยได้รับการจัดอันดับจาก TRIS rating เป็นรายปีและรายครึ่งที่ออกตราสารหนี้ โดยมีเงื่อนไขการกู้ยืม (Covenant) ดำรงสัดส่วนหนี้สินทางการเงินต่อทุนไม่เกิน 2.5 เท่า โดยในปี 2567 TRIS rating คงอันดับเครดิตองค์กรไว้ที่ระดับ AA- ด้วยแนวโน้มคงที่ (Stable) สะท้อนถึงความสามารถในการทำกำไรและความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดของบริษัทที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นและการควบคุมต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ

6. การะผูกพันด้านหนี้สิน

หนี้สินรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 มีจำนวน 42,862.43 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 626.67 ล้านบาท หรือ 1.44% ซึ่งมูลค่าที่ลดลงเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของรายการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 972.96 ล้านบาท จากการออกตั๋วแลกเงินระยะสั้นเพิ่มขึ้น
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เพิ่มขึ้น 234.02 ล้านบาท จากการซื้อสินค้าในการขายสำหรับปี 2567
- เงินกู้ยืมระยะยาวสุทธิลดลง 34.91 ล้านบาท ซึ่งเป็นการชำระคืนเงินต้นให้แก่สถาบันการเงิน อย่างไรก็ตามในส่วนของผู้ถือหุ้นยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี ในปี 2568 จำนวน 25.56 ล้านบาท บริษัทฯ มีแผนที่จะชำระคืนจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน
- หนี้สินตามสัญญาเช่า เพิ่มขึ้น 164.65 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการเข้าพื้นที่เพิ่มเพื่อรองรับการเปิดสาขา

- หุ้นกู้สุทธิลดลง 2,105.10 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินหุ้นกู้ในส่วนที่ครบกำหนดชำระในปี 2567 จำนวน 4,000 ล้านบาท และมีการออกหุ้นกู้ทั้งสิ้น 1 ครั้ง สำหรับการรีไฟแนนซ์หุ้นกู้ที่ครบกำหนดชำระ ได้แก่ ครั้งที่ 1/2567 จำนวน 2,000 ล้านบาท

7. ปัจจัยหรือเหตุการณ์ที่จะมีผลต่อฐานะการเงินหรือการดำเนินงานในอนาคต

บริษัท มองปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงิน หรือการดำเนินงานในอนาคต ได้แก่

1. การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในตลาดค้าปลีก โดยอาจมีการแข่งขันในด้านราคา สินค้า การให้บริการ และช่องทางการจำหน่าย เป็นต้น ซึ่งหากบริษัท ไม่ทำการประเมินความเสี่ยงและปรับตัว อาจได้รับผลกระทบ อาทิ การลดลงของยอดขายและกำไร การสูญเสียลูกค้า และการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับคู่แข่ง ทั้งนี้ บริษัท มีการประเมินความเสี่ยงในเรื่องของการแข่งขันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถรับมือกับความท้าทายและพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัท มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง นำเทคโนโลยีและระบบที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการลูกค้าได้สะดวกรวดเร็วขึ้นเพื่อความพึงพอใจสูงสุด รวมถึงพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น และสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งผ่านการมอบประสบการณ์การจำหน่ายสินค้าและบริการที่ดี เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของลูกค้า และสร้างความผูกพันที่มีต่อแบรนด์
2. ความกังวลในเรื่องของปัจจัยทางเศรษฐกิจต่างๆ อาทิ เศรษฐกิจโลกที่มีการชะลอตัว ปัญหาความขัดแย้งทางภูมิศาสตร์ นโยบายกำแพงภาษี รวมถึงหนี้ครัวเรือนยังอยู่ในระดับสูง ซึ่งบริษัท ยังคงต้องติดตามเฝ้าระวังและวางแผนการดำเนินธุรกิจรวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสม เตรียมพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน โดยบริษัท ได้มีการวางแผนการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี เพื่อการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น
3. ความเสี่ยงด้านกฎหมายและนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรง ส่งผลให้เกิดความร่วมมือระดับโลก โดยมีการผลักดันจากการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (COP) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเร่งด่วน ทั้งนี้ประเทศไทยได้มีการผลักดันกฎหมายต่างๆ เพื่อควบคุมและลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยอยู่ในขั้นตอนการร่างพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกรอบการดำเนินงานด้านการลดก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้บริษัท จำเป็นต้องติดตามสถานการณ์และเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างใกล้ชิด โดยบริษัท ได้มีการปรับตัวและผลักดันองค์กรสู่ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสีเขียว ปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน และจัดทำรายงานผลด้านความยั่งยืนอย่างโปร่งใส ภายใต้กรอบและแนวทางตามที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด และมีการตั้งเป้าหมายด้านความยั่งยืนต่างๆ อาทิ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อสาขา การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในอาคารของบริษัท การใช้รถขนส่งไฟฟ้า (EV Truck) แทนรถขนส่งที่ใช้น้ำมัน การมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านกระบวนการรีไซเคิลผลิตภัณฑ์เก่าและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Circular Product) เป็นต้น

8. บทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการและภาพรวมในอนาคต

บริษัท คาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2568 จะยังคงมีแนวโน้มเติบโตในระดับที่ไม่สูงมากนัก โดยแรงขับเคลื่อนหลักยังคงมาจากภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังมีความกดดันและความไม่แน่นอนต่างๆ ที่ต้องเฝ้าติดตามสถานการณ์ อาทิ ปัญหาหนี้ครัวเรือนและความเสี่ยงเรื่องสงครามการค้า เป็นต้น อย่างไรก็ตามบริษัท ยังคงมองเห็นโอกาสเติบโตของธุรกิจค้าปลีก จึงมีการปรับแผนการดำเนินงานและกลยุทธ์ให้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ รวมถึงมีการพัฒนากลุ่มสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์พฤติกรรมของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อีกทั้งยังมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการที่สาขาและออนไลน์ เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ ๆ นอกจากนี้บริษัท ยังคงมีการขยายสาขาทั้งในส่วนของโฮมโปรและเมกาโฮม โดยมีการนำเสนอรูปแบบสาขาใหม่ที่เป็นการเปิดสาขาโฮมโปรและเมกาโฮมในพื้นที่เดียวกัน (Hybrid Store) มากขึ้น เพื่อสามารถรองรับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเจ้าของบ้านและช่างผู้รับเหมาได้ดียิ่งขึ้น และเป็นโอกาสในการเพิ่มการขายสินค้า

นอกจากนี้ บริษัท มีการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่าง ๆ อาทิ

- การเพิ่มช่องทางซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน www.homepro.co.th และการกำหนดกลยุทธ์ด้าน Omni Channel เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์การซื้อสินค้าอย่างไร้รอยต่อ (Seamless Experience) ด้วยการรวมช่องทางแบบ O2O-Online to Offline โดยสาขาของโฮมโปร (Offline Stores) จะกลายเป็นส่วนเสริมให้ธุรกิจออนไลน์เติบโตได้มากขึ้น

- การพัฒนาแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์สมาร์ทโฟน HomePro Application เพื่อมอบความสะดวกสบาย และความรวดเร็วให้กับลูกค้า โดยเป็นอีกช่องทางให้ลูกค้าสัมผัสประสบการณ์การซื้อสินค้าอย่างไร้รอยต่อ
- การพัฒนา Smart Home Service Application ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคดิจิทัลเพื่อเป็นอีกทางเลือกให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทุกที่ตลอดเวลาตลอด 24 ชั่วโมง ครอบคลุมงานบริการกว่า 40 บริการ ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ
- การพัฒนา HomeCard Application เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกเก่า ในการจัดการข้อมูลและสิทธิประโยชน์
- การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน Marketplace ต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าใหม่ๆ เช่น ผ่าน Shopee, Lazada และ TikTok
- การขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยัง Quick Commerce บนแอปพลิเคชัน Grab ในช่องทาง GrabMart
- การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค อาทิ การใช้ระบบ QR code ในการนำเสนอข้อมูลสินค้า การใช้อุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Device) สำหรับพนักงานขาย เพื่อช่วยให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ง่าย และรวดเร็วขึ้น
- การนำเทคโนโลยี AR หรือภาพเสมือนจริง และโปรแกรมคำนวณต่างๆ (Product Calculator) มาช่วยประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า อาทิ โปรแกรมคำนวณกระเบื้อง การจำลองสินค้าในห้องเสมือนจริงต่างๆ
- การนำเสนอสินค้าให้ตรงความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นผ่านการทำการตลาดแบบส่วนบุคคล (Personalized Marketing) ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ
- การขยายศูนย์กระจายสินค้าเพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคต รวมถึงการใช้ระบบคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval System: ASRS) โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็วและแม่นยำในการกระจายสินค้าให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าของบริษัทฯ จะเพียงพอสำหรับความต้องการของลูกค้า
- การเพิ่มบริการใหม่ๆ ให้ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้า โดยปัจจุบันบริษัทฯ มีจำนวนบริการงานเกี่ยวกับบ้านมากกว่า 40 รายการ
- การเพิ่มการจัดส่งสินค้าภายในวันที่ซื้อสินค้า (Same day Delivery) ครอบคลุมทั้งในส่วนพื้นที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการรับสินค้าให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น
- การคัดเลือกและพัฒนาสินค้าทั้งในส่วนของ Private Brand และสินค้าทั่วไปให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และราคาที่ยอมรับได้
- การจัดตั้งศูนย์ซ่อมสินค้า (Repairment Service)
- การจัดตั้งโครงการแลกเก่าเพื่อโลกใหม่ (Trade-In) เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภค การบริหารจัดการขยะอย่างถูกวิธี และสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน
- การร่วมพัฒนาสินค้ารักษ์โลก (Circular Products) ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างยั่งยืน
- การนำเสนอกลุ่มสินค้าใหม่ ได้แก่ แผงโซลาร์เซลล์ 'Home Solar' ซึ่งครอบคลุมถึงบริการสำรวจ ติดตั้ง และรับประกันสินค้า เพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือก ตอบสนองเทรนด์การประหยัดพลังงาน
- การจัดตั้งแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส (Marketplace) เพื่อเปิดโอกาสให้คู่ค้าสามารถจำหน่ายสินค้าบางกลุ่มที่ไม่ได้มีวางขายหน้าร้าน
- การขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังกลุ่มลูกค้าธุรกิจ (Business-to-Business: B2B)

9. ค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชี

ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 ได้อนุมัติแต่งตั้งผู้สอบบัญชีจากบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และบริษัทย่อย โดยกำหนดค่าตอบแทนการสอบบัญชีสำหรับปี 2567 เป็นเงินไม่เกิน 4,175,000 บาท นอกเหนือจากค่าสอบบัญชีแล้ว บริษัทฯ มีจ่ายค่าตอบแทนอื่น ได้แก่ ค่าสังเกตการณ์ทำลายสินค้าประมาณ 150,000 บาท และในระหว่างปีอาจมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการสอบบัญชีหรือการจัดทำงบการเงินเพิ่มขึ้นได้เนื่องจากการขยายสาขาเพิ่มเติมขึ้น หรือการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่ หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งของบริษัทฯ และบริษัทในเครือ ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มเติมนี้ บริษัทฯ ขออนุมัติประมาณค่าใช้จ่ายไว้ไม่เกิน 1,500,000 บาท โดยมีรายละเอียดค่าสอบบัญชี ประจำปี 2567 ดังนี้

(หน่วย: บาท)

รายการ	2565	2566	2567
ค่าสอบบัญชี	3,715,000	4,000,000	4,175,000
ค่าบริการอื่น	60,000	75,065	150,000
รวม	3,775,000	4,075,065	4,325,000

10. นโยบายภาษีและอัตราภาษี

บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายภาษี ซึ่งครอบคลุมแนวปฏิบัติ ด้านต่าง ๆ ตั้งแต่การวางแผน การบริหารความเสี่ยง กำหนดราคาโอน การประสานงาน ตลอดจนแนวการพิจารณาคัดเลือกที่ปรึกษาด้านภาษีอากร โดยสอดคล้องกับกฎระเบียบ และข้อบังคับ ทางด้านภาษีของประเทศที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจอยู่ ทั้งใน ส่วนของประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม (http://hmpro-th.listedcompany.com/policy_document.html)

ซึ่งเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ ได้รับทราบ และถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

*หมายเหตุ ในระหว่างปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการยกเลิกกิจการ สำหรับธุรกิจในประเทศเวียดนาม โดยปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการชำระบัญชีตามกฎหมาย

ข้อมูลทางการเงินแบ่งแยกตามภูมิภาค (Geographic)

รายการ	ประเทศไทย	ต่างประเทศ
รายได้	66,595 ล้านบาท	1,278 ล้านบาท
กำไรก่อนภาษี	8,046 ล้านบาท	20 ล้านบาท
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1,562 ล้านบาท	-
ภาษีเงินได้ที่จ่ายจริง	1,537 ล้านบาท	-
อัตรภาษีนิติบุคคล	20%	20%, 24%
อัตรภาษีที่แท้จริง	19.10%	-
จำนวนพนักงาน	11,455 คน	371 คน

ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับอัตรภาษีนิติบุคคล (Corporate Income Tax) ของประเทศไทย (20%) มาเลเซีย (24%) และเวียดนาม (20%) ตามลำดับแล้ว อัตรภาษีที่แท้จริง (Effective Tax Rate) จากธุรกิจที่ดำเนินในทั้งสามประเทศยังมีอัตรต่ำกว่า เนื่องมาจากหลายปัจจัย อาทิ

- 1) การบวกกลับรายการที่ไม่เป็นต้นทุนต่าง ๆ เช่น การตั้งสำรอง ค่าใช้จ่ายตามนโยบายทางบัญชี ซึ่งมีผลกระทบกับการคำนวณ ภาษี (Deferred Tax Transaction)
- 2) การสนับสนุนจากมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุนใน ประเทศไทยของภาครัฐ ซึ่งให้สิทธิประโยชน์ในรูปแบบของการ ยกเว้นและลดหย่อนภาษีเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 3-20 ปี ตาม ประเภทของสินทรัพย์ที่ลงทุน ให้กับการลงทุนที่เกิดขึ้นภายใน ปี 2558-2560 ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการลงทุนเปิดสาขาใหม่ จัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักร ระบบคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ ตลอดจนติดตั้งหน่วยผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บน หลังคาในช่วงดังกล่าวด้วย

- 3) การสนับสนุนจากมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุนใน ประเทศไทยของภาครัฐ ซึ่งให้สิทธิประโยชน์ในรูปแบบของการ ยกเว้นและลดหย่อนภาษี ตามประเภทของสินทรัพย์ที่ลงทุน ให้กับการลงทุนที่เกิดขึ้นภายในปี 2562-2565 ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการลงทุนในเครื่องจักรและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตาม โครงการลงทุนในระบบอัตโนมัติ

- 4) ธุรกิจในประเทศมาเลเซีย เริ่มมีกำไรแต่ยังได้รับสิทธิในการ ยกเว้นการจ่ายภาษี เนื่องจากมีผลขาดทุนสะสมยกมาจากราย ก่อน (Loss Carried Forward) ในส่วนของธุรกิจในประเทศ เวียดนามของบริษัทฯ ยังไม่มีผลกำไร (จึงยังไม่ได้มีการจ่ายภาษี)

หมายเหตุ: สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อที่ 27 ในเรื่องของภาษีเงินได้ที่หน้า 361-363

11. นโยบายและระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อสภาพคล่องและการบริหารจัดการวงจรเงินสด โดยบริษัทฯ มีนโยบายเพื่อกำหนดระยะเวลา Credit Term ภายใน 7-180 วัน อย่างไรก็ตามระยะเวลา Credit term ขึ้นอยู่กับคู่ค้าของบริษัทฯ และการพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ อาทิ ระยะเวลา ที่ดำเนินธุรกิจร่วมกัน ชนิดสินค้า ยอดขายสินค้า รอบการหมุนของสินค้า (Inventory Turnover) คุณภาพมาตรฐานสินค้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดระยะเวลา Credit Term ให้เป็นไปตามหลักความเป็นธรรม (Fair Dealing) ระหว่างบริษัทฯ และคู่ค้าของบริษัทฯ

ทั้งนี้สำหรับข้อมูลระยะเวลาการให้ Credit Term ของธุรกิจไฮโดรโปตามงบการเงินมีรายละเอียด ดังนี้

รายการ	2565	2566	2567
ระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้าเฉลี่ย (AP Day)	96 วัน	94 วัน	95 วัน

ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้ง	31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเขน อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
โทรศัพท์	0 2832 1000
โทรสาร	0 2832 1234
เว็บไซต์	www.homepro.co.th
ประเภทธุรกิจ	จำหน่ายสินค้า และให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง 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

ข้อมูลบริษัท บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ถือครองตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

1. บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด

ที่ตั้ง	31 ถนนประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเขน อ.เมือง จ.นนทบุรี 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 59,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 รिंगกิต
จำนวนหุ้นที่ถือครอง	59,000,000 หุ้น (ร้อยละ 100)

ข้อมูลบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลบริษัทที่ บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ ถือครองตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

3. บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด

ที่ตั้ง	49 หมู่ที่ 5 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 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 ต.ลำไทร อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา 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	ค้าปลีกและค้าส่งวัสดุก่อสร้าง และสินค้าเกี่ยวกับบ้าน
จำนวนหุ้นจดทะเบียน	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
มูลค่าทุนจดทะเบียน	หุ้นสามัญ 125,940 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
สัดส่วนที่ถือครอง	37,792 หุ้น (ร้อยละ 30)

ข้อมูลสาขาไฮโป

1. แฟชั่น ไอส์แลนด์	589/10 ถ.รามอินทรา แขวงคันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพฯ 10230
2. พาราไดซ์ พาร์ค	61 ถ.ศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250
3. รัชดาภิเษก	125 ถ.รัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
4. เฟลินจิต	55 อาคารเวฟเพลส ถ.วิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
5. ภูเก็ต	104 หมู่ที่ 5 ถ.บายพาส ต.รัชฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
6. เชียงใหม่	94 หมู่ที่ 4 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.หนองป่าครั่ง อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
7. รามคำแหง	647/19 ถ.รามคำแหง (สุขาภิบาล 3) แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
8. พระราม 2	46 ซอยท่าข้าม 4 แยก 3-6 แขวงสามเฒ่า เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150
9. ประชาชื่น	31 ถ.ประชาชื่นนนทบุรี ต.บางเขน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000
10. ตลาดพร้าว	669 ถ.ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
11. เอกมัย-รามอินทรา	41 ถ.ประดิษฐ์มนูธรรม แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230
12. พญา	333 หมู่ที่ 9 ต.หนองปรือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150
13. แจ้งวัฒนะ	113 หมู่ที่ 5 ต.ปากเกร็ด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
14. หาดใหญ่	677 ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
15. เพชรเกษม	224 ถ.เพชรเกษม แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160
16. ราชพฤกษ์	82 หมู่ที่ 2 ต.บางขุนทอง อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130
17. หัวหิน	234/1 ถ.เพชรเกษม ต.หัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77110
18. สุวรรณภูมิ	99/28 หมู่ที่ 1 ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
19. สมุย	1/7 หมู่ที่ 6 ต.บ่อผุด อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี 84320
20. พิษณุโลก	959 หมู่ที่ 10 ต.อรัญญิก อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
21. ขอนแก่น	177/98 หมู่ที่ 17 ต.โนนเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
22. อุดรธานี	89/20 หมู่ที่ 9 ซ.บ้านหนองเหล็ก ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000
23. ชลบุรี	15/16 หมู่ที่ 3 ต.ห้วยกะปิ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
24. ระยอง	560 ถ.สุขุมวิท ต.เนินพระ อ.เมือง จ.ระยอง 21000
25. เชียงใหม่-หางดง	433/4-5 หมู่ที่ 7 ต.แม่เหียะ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100
26. พระนครศรีอยุธยา	80 หมู่ที่ 2 ต.บ้านกรด อ.บางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา 13160
27. กระบี่	349 หมู่ที่ 11 ต.กระบี่น้อย อ.เมือง จ.กระบี่ 81000
28. ภูเก็ต-ฉลอง	61/10 หมู่ที่ 10 ต.ฉลอง อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83130
29. เขาใหญ่	288 หมู่ที่ 11 ต.หนองน้ำแดง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา 30130
30. นครปฐม	752/3 ถ.เพชรเกษม ต.ห้วยจรเข้ม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000
31. นครราชสีมา	384 ซอยมิตรภาพ 8 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000
32. ลำลูกกา	99 หมู่ที่ 6 ต.บึงคำพร้อย อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12150
33. สุขาภิบาล 3	101 ถ.รามคำแหง แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510
34. นครศรีธรรมราช	89 ถ.นคร-ปากนัง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000
35. ฉะเชิงเทรา	187/9 ถ.ฉะเชิงเทรา-บางปะกง ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000
36. ร้อยเอ็ด	116 หมู่ที่ 3 ต.ดงลาน อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด 45000
37. สุพรรณบุรี	133 ถ.มัลลย์แมน ต.รั้วใหญ่ อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000
38. ลพบุรี	85 หมู่ที่ 6 ต.ท่าศาลา อ.เมือง จ.ลพบุรี 15000
39. สกลนคร	689/1 ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม อ.เมือง จ.สกลนคร 47000
40. ตรัง	196 หมู่ที่ 4 ต.บ้านควน อ.เมือง จ.ตรัง 92000
41. เมกาบางนา	39 หมู่ที่ 6 ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
42. บุรีรัมย์	499 หมู่ที่ 9 ต.อิสาน อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000
43. หาดใหญ่ - กาญจนวิชัย	33/40 หมู่ที่ 5 ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
44. นครสวรรค์	119/2 หมู่ที่ 7 ต.บางม่วง อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000
45. มหาชัย	68/98 หมู่ที่ 8 ต.ท่าทราย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000

ข้อมูลสาขาโฮมโโปร

46. อุบลราชธานี	284 หมู่ที่ 7 ต.แจระแม อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000
47. ราชบุรี	208 หมู่ที่ 13 ต.เจดีย์หัก อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000
48. จันทบุรี	21/18 หมู่ที่ 11 ต.พลับพลา อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000
49. ชุมพร	63 หมู่ที่ 11 ต.วังไผ่ อ.เมือง จ.ชุมพร 86000
50. ปราจีนบุรี	44/1 หมู่ที่ 4 ต.บางบริบูรณ์ อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี 25000
51. สุราษฎร์ธานี (เลียงเมือง)	86 หมู่ที่ 3 ตำบลวัดประคู้ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
52. กาญจนบุรี	15 หมู่ที่ 1 ต.ท่าล้อ อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี 71000
53. แพร่	171 หมู่ที่ 7 ต.ป่าแมด อ.เมือง จ.แพร่ 54000
54. พุทธมณฑลสาย 5	198 หมู่ที่ 1 ต.บางเตย อ.สามพราน จ.นครปฐม 73210
55. สระบุรี	24/3 หมู่ที่ 2 ต.ตะกุด อ.เมือง จ.สระบุรี 18000
56. เพชรบูรณ์	151 หมู่ที่ 1 ต.ซอนไพร อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000
57. ชัยภูมิ	164 หมู่ที่ 7 ต.หนองนาแซง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ 36000
58. เชียงราย	157 หมู่ที่ 2 ต.ท่าสาย อ.เมือง จ.เชียงราย 57000
59. เลย	117 หมู่ที่ 9 ต.นาอาน อ.เมือง จ.เลย 42000
60. ลำปาง	224 ถ.ไฮเวย์-ลำปาง-งาว ต.พระบาท อ.เมือง จ.ลำปาง 52000
61. ประจวบคีรีขันธ์	57 ถ.เพชรเกษม ต.ประจวบคีรีขันธ์ อ.เมือง จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77000
62. สุรินทร์	188 หมู่ที่ 6 ต.นอกเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000
63. เชียงใหม่ - สันทราย	49 หมู่ที่ 4 ต.สันทรายน้อย อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
64. หัวทะเล	233 หมู่ที่ 1 ต.หนองบัวศาลา อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000
65. ศรีราชา	99/123 หมู่ที่ 10 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
66. ภูเก็ต - กลาง	18 หมู่ที่ 1 ต.ศรีสุนทร อ.กลาง จ.ภูเก็ต 83110
67. พัทธยาเหนือ	384/40 หมู่ที่ 6 ต.นาเกลือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150
68. สุโขทัย	33 หมู่ที่ 12 ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.สุโขทัย 64000
69. สมุทรสงคราม	2/25 หมู่ที่ 1 ต.บางแก้ว อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม 75000
70. เพชรบุรี	526 หมู่ที่ 6 ต.บ้านหม้อ อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000
71. พัทลุง	219 หมู่ที่ 1 ต.เขาเจ็ยก อ.เมือง จ.พัทลุง 93000
72. ชลบุรี - อมตะ	108 หมู่ที่ 12 ต.นาป่า อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
73. ชัยพฤกษ์	54/8 หมู่ที่ 2 ต.บางพลับ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
74. พระราม 3	497/1 ถ.พระรามที่ 3 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120
75. บางเสร่	133 หมู่ที่ 8 ต.นาจอมเทียน อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี 20250
76. พระราม 9	903 ถ.พระราม 9 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
77. ศรีนครินทร์	888/8 หมู่ที่ 5 ต.บางเมือง อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10270
78. กัลปพฤกษ์	604 ถ.กัลปพฤกษ์ แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160
79. จรัญสนิทวงศ์	110/8 ถ.จรัญสนิทวงศ์ แขวงบ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700
80. มุกดาหาร	45/9 ถ.ชยางกูร ต.มุกดาหาร อ.เมืองมุกดาหาร จ.มุกดาหาร 49000
81. รังสิตคลอง 4	98 หมู่ที่ 2 ต.บึงยี่โถ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130
82. สุขสวัสดิ์	226 หมู่ที่ 18 ต.บางพึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130
83. บางนา กม.1	224 ถ.เทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
84. ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต	126 ถ.พหลโยธิน ต.ประชาธิปัตย์ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130
85. ลาดกระบัง	607 ถ.ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
86. ซีคอน บางแค	607 ถ.เพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160
87. บางบัวทอง	125 หมู่ 6 ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110
88. ภูเก็ต (เจ้าฟ้า)	90/16 หมู่ 2 ต.วิชิต อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
89. ลำพูน	95/2 หมู่ 6 ต.บ้านกลาง อ.เมือง จ.ลำพูน 51000
90. หนองคาย	999 หมู่ที่ 5 ต.มีชัย อ.เมือง จ.หนองคาย 43000
91. ระยอง (ทับมา)	77/8 หมู่ที่ 3 ต.ทับมา อ.เมือง จ.ระยอง 21000
92. เชียงใหม่ (รวมโชค)	203/16 หมู่ที่ 6 ต.ฟ้าฮ่าม อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
93. ภูเก็ต (เชิงทะเล)	59 ถนนศรีสุนทร ต.เชิงทะเล อ.กลาง จ.ภูเก็ต 83110
94. แม่สอด	1108 หมู่ที่ 1 ต.ท่าสายลวด อ.แม่สอด จ.ตาก 63110

ข้อมูลสาขาโฮมโปส เอส

1. เกตเวย์ เอกมัย	982/22 ถ.สุขุมวิท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
2. เทอร์มินอล 21 โคราช	99 ชั้น2 ถ.มิตรภาพ-หนองคาย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000
3. มาร์เก็ตเพลส นางลิ้นจี่	27 ถ.นางลิ้นจี่ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
4. เกตเวย์ แอท บางซื่อ	162/1-2, 168/10 ชั้น2 ถ.ประชากรราษฎร์ 2 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
5. สามย่าน มิตรทาวน์	944 ถ.พระราม 4 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ข้อมูลสาขาเมกา โฮม

1. รังสิต	49 โซนเอ หมู่ที่ 5 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120
2. แม่สอด	1108 หมู่ที่ 1 ต.ท่าสายลวด อ.แม่สอด จ.ตาก 63110
3. หนองคาย	999 หมู่ที่ 5 ต.มีชัย อ.เมือง จ.หนองคาย 43000
4. บ่อวิน	333/143 หมู่ที่ 3 ต.บ่อวิน อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
5. กบินทร์บุรี	61 หมู่ที่ 8 ต.เมืองเก่า อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี 25240
6. มินบุรี	81 ถ.สุวินทวงศ์ แขวงมินบุรี เขตมินบุรี กรุงเทพฯ 10510
7. อรัญประเทศ	52 หมู่ที่ 7 ต.บ้านใหม่หนองไทร อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120
8. ไรจนะ	522 หมู่ที่ 2 ต.สามเรือน อ.บางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา 13160
9. หาดใหญ่	89 หมู่ที่ 1 ถ.เลี้ยวเมือง (สายเอเชีย) ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
10. นครราชสีมา	668 หมู่ที่ 8 ต.หมื่นไวย อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000
11. นครพนม	333/7 ถ.นิตโย ต.หนองญาติ อ.เมือง จ.นครพนม 48000
12. เชียงราย	515 หมู่ที่ 9 ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.เชียงราย 57100
13. บ้านฉาง	76/1 หมู่ที่ 1 ต.พลา อ.บ้านฉาง จ.ระยอง 21130
14. บางนา - ตราด	230 หมู่ที่ 4 ต.บางบ่อ อ.บางบ่อ จ.สมุทรปราการ 10560
15. พัทยา	144 หมู่ที่ 11 ต.หนองปรือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150
16. ฉะเชิงเทรา	9/29 หมู่ที่ 2 ต.คลองประเวศ อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา 24140
17. สุราษฎร์ธานี	129/88 หมู่ที่ 6 ถ.เลี้ยวเมือง ต.มะขามเตี้ย อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
18. ขอนแก่น	177/98 หมู่ที่ 17 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
19. รัตนธิเบศร์	89/6 หมู่ 6 ต.บางรักใหญ่ อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110
20. บางพลี	108 หมู่ 22 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
21. ตีวานนท์	74 หมู่ 5 ต.บ้านใหม่ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
22. นครปฐม	380 หมู่ 2 ต.หนองดินแดง อ.เมือง จ.นครปฐม 73000
23. เชียงใหม่	496 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.ท่าศาลา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
24. บางแสน	24 หมู่ 6 ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
25. ปลวกแดง	558 หมู่ 5 ต.ปลวกแดง อ.ปลวกแดง จ.ระยอง 21140
26. หุ้่งสง	779 หมู่ 1 ต.ชะมาย อ.หุ้่งสง จ.นครศรีธรรมราช 80110
27. ภูเก็ต (เจ้าฟ้า)	90/16 หมู่ 2 ต.วิชิต อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
28. อุดรธานี	89/20 หมู่ 9 ซอยบ้านหนองเหล็ก ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000
29. ระยอง (ทับมา)	77/8 หมู่ที่ 3 ต.ทับมา อ.เมือง จ.ระยอง 21000
30. ศรีราชา	99/123 หมู่ที่ 10 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230

ข้อมูลสาขาโฮมโปส 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, Perak, Malaysia
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 193 / 136-137 อาคารเลครัชดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0 2264 9090 โทรสาร 0 2264 0789-90
ที่ปรึกษากฎหมาย	Wissen & Co Ltd. 1168/42 อาคารลุมพินี ทาวเวอร์ ชั้นที่ 17 ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0 2259 2627-9 โทรสาร 0 2259 2630
บริษัทจัดอันดับเครดิตองค์กรและตราสารหนี้	บริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด 191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 24 ห้อง 1-4 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ 0 2098 3000 ต่อ 3035 โทรสาร 0 2231 3012
นายทะเบียนหุ้น	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0 2009 9999 โทรสาร 0 2009 9001
นายทะเบียนหุ้นกู้ (ณ 31 ธ.ค. 2567)	ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) 44 ถ.หลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ 0 2626 7000 โทรสาร 0 2657 3333 <ul style="list-style-type: none"> • หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โสม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 1/2565 • หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โสม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 2/2565 • หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โสม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 1/2566 • หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โสม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 2/2566 (ชุดที่ 1) • หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โสม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 2/2566 (ชุดที่ 2) • หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โสม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 3/2566 • หุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ และไม่มีประกันของ บมจ. โสม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ ครั้งที่ 1/2567



ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น



หลักทรัพย์ของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

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

จากข้อมูลผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทฯ ที่ถือหุ้นผ่านบริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด (Thai NVDR) ณ วันที่ 11 กันยายน 2567 มีจำนวน 685,643,121 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 5.21 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด ทั้งนี้หุ้นสามัญที่ถือโดย Thai NVDR นี้จะไม่สามารถใช้สิทธิออกเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้นได้ ยกเว้นกรณีการใช้สิทธิออกเสียงเพื่อลงมติเกี่ยวกับการเพิกถอนหุ้นออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ (Delist) ดังนั้นจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงของบริษัทฯ จะลดลงซึ่งจะทำให้สิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้นรายอื่นเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนสามารถตรวจสอบจำนวนหุ้นที่ถือโดย Thai NVDR ได้จากเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาใช้สิทธิออกเสียงต่อไป

โครงสร้างผู้ถือหุ้น

ณ วันปิดสมุดทะเบียน วันที่ 11 กันยายน 2567 บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 13,151,198,025 หุ้น เรียกชำระแล้ว 13,151,198,025 หุ้น และมีผู้ถือหุ้นที่ถือหลักทรัพย์ตั้งแต่วันที่ 0.5 ของทุนชำระแล้ว ดังนี้

ลำดับ	ชื่อบุคคล / นิติบุคคล	จำนวนหุ้น	ร้อยละของจำนวนหุ้น ที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด
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	บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด	685,643,121	5.21%
4	นายนิติ โอสธานุเคราะห์	665,764,862	5.06%
5	สำนักงานประกันสังคม	525,938,512	4.00%
6	THE BANK OF NEW YORK MELLON	408,843,802	3.11%
7	นาย มานิต อุดมคุณธรรม	222,589,197	1.69%
8	SOUTH EAST ASIA UK (TYPE C) NOMINEES LIMITED	212,529,920	1.62%
9	บริษัท สารสิน จำกัด	168,387,971	1.28%
10	STATE STREET EUROPE LIMITED	147,516,306	1.12%
11	นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	142,122,189	1.08%
12	กองทุนรวม วายุภักษ์หนึ่ง	72,000,000	0.55%
13	นางสุนทรี วณิชย	71,914,455	0.55%
14	บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	69,730,800	0.53%

หมายเหตุ:

- ณ วันที่ 13 มีนาคม 2567 บริษัทฯ มีสัดส่วนผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free Float) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 41.26 และมีสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนสถาบันในไทยและต่างประเทศ รวมกันอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 23.85 โดยมีผู้ถือหุ้นหลักที่เป็นนิติบุคคลสามราย ได้แก่
 - บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ นายอนันต์ อัศวโภคิน ถือหุ้นร้อยละ 24.23 ของจำนวนหุ้นจำหน่ายแล้วทั้งหมด (ข้อมูล ณ วันที่ 29 พฤศจิกายน 2567)
 - บมจ. ควอลิตี้เฮาส์ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ถือหุ้นร้อยละ 24.98 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมด (ข้อมูล ณ วันที่ 22 สิงหาคม 2567)
 - สำนักงานประกันสังคมจัดเป็นนักลงทุนสถาบัน โดยมีหน้าที่บริหารจัดการกองทุนประกันสังคมและกองทุนเงินทดแทน
 - บริษัทฯ ไม่มีผู้ถือหุ้นที่มาจากหน่วยงานรัฐถือหุ้นเกิน 5%

ข้อจำกัดหุ้นต่างดาว

ผู้ถือหุ้นชาวต่างชาติสามารถถือหุ้นและมีชื่อปรากฏบนทะเบียนหลักทรัพย์ของบริษัทฯ รวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 30 ของจำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 หุ้นของบริษัทฯ ที่ถือครองโดยชาวต่างชาติอยู่ที่ประมาณร้อยละ 11.23

กรรมการที่เป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

ชื่อ – นามสกุล	ตัวแทนกลุ่มผู้ถือหุ้น	ตำแหน่งกรรมการในไอบีเอส
1. นาย อนันต์ อัศวโภคิน	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์	ประธานกรรมการ
2. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์	กรรมการ
3. นายอาชวิน อัศวโภคิน	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์	กรรมการ
4. นางสาวรณมา พุทธประสาท	บมจ. ควอลิตี้เฮาส์	กรรมการ

หุ้นกู้ประเภทไม่มีหลักประกัน และไม่ด้อยสิทธิ							
ครั้งที่	อายุ	คืนเงินต้น	ครบกำหนด	จำนวน (หุ้น)	มูลค่า (ล้านบาท)	การจัดอันดับความน่าเชื่อถือ	สัญญาของการออกหุ้นกู้
1/2565	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	15 ก.ค. 2568	3,000,000	3,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	ดำรงอัตรา D/E ไม่เกิน 2.5 เท่า ณ วันสิ้นสุดของแต่ละไตรมาส
2/2565	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	18 พ.ย. 2568	2,000,000	2,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	
1/2566	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	30 ม.ค. 2569	2,000,000	2,000,000	AA- แนวโน้ม “คงที่”	
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”	
รวม				13,700,000	13,700,000		

หมายเหตุ:

- หุ้นกู้ 2/2566 (ชุดที่2) และ หุ้นกู้1/2567 เป็นหุ้นกู้ประเภทไม่มีการจ่ายดอกเบี้ย (Zero Coupon Bond)
- หุ้นกู้ 1/2566, หุ้นกู้ 2/2566 (ชุดที่1) และ หุ้นกู้ 3/2566 มีอัตราดอกเบี้ยคงที่อยู่ที่ร้อยละ 2.39-3.20
- หุ้นกู้ 1/2565 และ หุ้นกู้ 2/2565 มีอัตราดอกเบี้ยคงที่อยู่ที่ร้อยละ 2.68-2.75
- วัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการซื้อสินทรัพย์หรือลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจปัจจุบันและเพื่อชำระคืนเงินกู้หรือหนี้จากการออกตราสารหนี้



นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิในแต่ละปี ทั้งนี้การพิจารณาจ่ายเงินปันผลจะมีการนำปัจจัยต่าง ๆ มาพิจารณาประกอบด้วย เช่น ผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน สภาพคล่อง การขยายธุรกิจ และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานของบริษัทฯ โดยในการจ่ายเงินปันผลจะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการบริษัททุกครั้ง

ประวัติการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลประกอบการประจำปี 2565-2567 มีดังนี้

	2565 ¹	2566 ²	2567 ³
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.47	0.49	0.49
รวมมูลค่าการจ่ายปันผล (หน่วย: บาท/หุ้น)	0.38	0.40	0.43
อัตราการจ่ายเงินปันผลเทียบกับกำไรสุทธิตามงบเฉพาะกิจการ	83.02%	85.19%	81.55%

หมายเหตุ:

- 1) เงินปันผลประจำปี 2565 จำนวน 0.38 บาท/หุ้น จ่ายจากผลประกอบการงวด 6 เดือนแรก จำนวน 0.17 บาท/หุ้น ตามมติที่ประชุม คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2565 และจากผลประกอบการงวด 6 เดือนหลังอีกจำนวน 0.21 บาท/หุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2566 ได้มีมติอนุมัติให้เสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2566
- 2) เงินปันผลประจำปี 2566 จำนวน 0.40 บาท/หุ้น จ่ายจากผลประกอบการงวด 6 เดือนแรก จำนวน 0.18 บาท/หุ้น ตามมติที่ประชุม คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2566 และจากผลประกอบการงวด 6 เดือนหลังอีกจำนวน 0.22 บาท/หุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2567 ได้มีมติอนุมัติให้เสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567
- 3) เงินปันผลประจำปี 2567 จำนวน 0.43 บาท/หุ้น จ่ายจากผลประกอบการงวด 6 เดือนแรก จำนวน 0.18 บาท/หุ้น ตามมติที่ประชุม คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2567 และจากผลประกอบการงวด 6 เดือนหลังอีกจำนวน 0.25 บาท/หุ้น ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2568 ได้มีมติอนุมัติให้เสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568



นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

บริษัทย่อยไม่ได้มีการกำหนดนโยบายการจ่ายเงินปันผลไว้ หากแต่จะพิจารณาจ่ายเป็นกรณีไป โดยบริษัทย่อยจะต้องมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน และมีกระแสเงินสดคงเหลือ (หลังจากที่ได้ตั้งสำรองตามกฎหมาย) เพียงพอ



ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ มีคดีที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจหลัก ซึ่งอยู่ระหว่างการฟ้องร้อง 2 ประเภท

1. คดีกับบริษัทคู่ค้า

- เป็นกรณีที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าจากบริษัทคู่ค้า ทั้งในส่วนสัญญาซื้อขายและสัญญาจ้าง ซึ่งเป็นคดีที่เกี่ยวข้องกับการไม่ชำระค่าสินค้าคืน โดยที่ทางบริษัทฯ ได้มีการส่งสินค้าคืนให้คู่ค้าเมื่อมีการเลิกสัญญาและตกลงคืนสินค้า รวมถึงกรณีสินค้าที่ขายให้ลูกค้ามีความชำรุดบกพร่อง

2. คดีกับร้านค้าเช่า

- เป็นกรณีเรียกค่าเช่าและค่าบริการ จากการผิดสัญญาของร้านค้าเช่าที่เช่าพื้นที่บริษัทฯ โดยเป็นกรณีค้างชำระค่าเช่าพื้นที่ในระหว่างสัญญาและเมื่อสิ้นสุดสัญญา

ซึ่งเมื่อรวมมูลหนี้ทั้งสิ้นแล้วยังมีจำนวนที่น้อยกว่าร้อยละ 1 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และไม่มีกรรมการหรือผู้บริหารท่านใดที่เป็นคู่ความกับบริษัทฯ

ทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่พบข้อพิพาททางกฎหมายกับคู่แข่งทางการค้า



นโยบาย การกำกับดูแลกิจการ

1. ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการและเชื่อมั่นว่าระบบและการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความมั่นคงและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเกิดความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน จากเหตุผลดังกล่าว คณะกรรมการบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายและการกำกับดูแลกิจการ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมหลักการสำคัญในเรื่องสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการเพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้บนแนวทางของการดำเนินธุรกิจที่ยึดมั่นในความถูกต้องและโปร่งใส โดยนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ได้เปิดเผยไว้ที่ https://hmpo-th.listedcompany.com/policy_document.html

ทั้งนี้นโยบายดังกล่าว คณะกรรมการได้ทบทวนและปรับปรุงผ่านคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรให้เป็นปัจจุบัน เพื่อให้มีความครบถ้วน ชัดเจน และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG Code) ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามแนวทางที่จะมีการปรับปรุงใหม่ และหลักเกณฑ์ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ตลอดจนหลักเกณฑ์สากลระดับภูมิภาค เช่น ASEAN CG Scorecard

เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการ บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบการปฏิบัติตามกฎระเบียบให้ครอบคลุมอย่างต่อเนื่องทั้งในเรื่องของการมีนโยบายที่ชัดเจน การกำหนดหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ตลอดจนการเปิดช่องทางร้องเรียนที่เหมาะสม ส่งผลให้ในปี 2567 ที่ผ่านมา บริษัทได้รับการประเมินระดับ 5 ดาว (คะแนนสูงสุด) ในระดับ “Excellent” จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (CGR) ซึ่งมีหัวข้อการประเมิน 4 หัวข้อหลัก

ได้แก่ 1) สิทธิและการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (น้ำหนัก 25%) 2) บทบาทของผู้มีส่วนได้เสียและความยั่งยืนทางธุรกิจ (น้ำหนัก 25%) 3) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (น้ำหนัก 15%) และ 4) ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ (น้ำหนัก 35%) โดยสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของบริษัทฯ ในการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

ตลอดปี 2567 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 นายพรวุฒิ สารสิน และนายบุญสม เลิศทวีวงค์ เนื่องจากคณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นว่าทั้งสองท่านมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะด้านการกำกับดูแลกิจการ การตรวจสอบ และธุรกิจค้าปลีก ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ

สำหรับรายละเอียดการดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระเป็นดังนี้

ชื่อ – นามสกุล	วันที่เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ	จำนวนปีที่ดำรงตำแหน่ง (วันที่เข้ารับตำแหน่งแต่งตั้ง - 31 ธ.ค. 2567)
1. นายพรวุฒิ สารสิน	1 ต.ค. 2558	9 ปี 3 เดือน
2. นายบุญสม เลิศทวีวงค์	1 ต.ค. 2557	10 ปี 3 เดือน
3. นายระพีพร ศรีมงคล	1 พ.ค. 2566	1 ปี 8 เดือน
4. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	1 พ.ค. 2566	1 ปี 8 เดือน

2. สิทธิของผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทตระหนักและให้ความสำคัญในการรักษาสិทธิของผู้ถือหุ้นทุกรายในการใช้สิทธิขั้นพื้นฐาน เช่น สิทธิในการเข้าประชุมผู้ถือหุ้น สิทธิในการออกเสียงลงคะแนนเพื่อแต่งตั้งหรือถอดถอนกรรมการเป็นรายบุคคล สิทธิในการออกเสียงลงคะแนนแต่งตั้งผู้ตรวจสอบบัญชีและกำหนดค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี สิทธิในการออกเสียงลงคะแนนในกิจการต่างๆ ที่สำคัญ สิทธิในการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระในที่ประชุมผู้ถือหุ้น สิทธิในการรับหุ้นซื้อคืน สิทธิที่จะได้รับการอนุมัติจ่ายเงินปันผลอย่างเป็นธรรม และสิทธิในการได้รับข้อมูลของบริษัทฯ อย่างเพียงพอ ทันเวลาและเท่าเทียมกัน โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ส่งเสริมสิทธิของผู้ถือหุ้นดังนี้

- เปิดเผยโครงสร้างผู้ถือหุ้นอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นมั่นใจว่าบริษัทฯ มีโครงสร้างการดำเนินงานที่มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยไม่มีการถือหุ้นที่ซับซ้อน ไม่มีผู้ถือหุ้นร่วม และไม่มีผู้ถือหุ้นไขว้ รวมถึงไม่มีการถือหุ้นแบบปริมิตในกลุ่มของบริษัทฯ
- เผยแพร่สารสนเทศ รายละเอียดการใช้สิทธิในเรื่องต่างๆ ผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงความเท่าเทียมกันในการรับรู้ข่าวสารระยะเวลาในการใช้สิทธิ และความสะดวกในการใช้สิทธิ โดยจะไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการจำกัดสิทธิในการเข้าถึงสารสนเทศของบริษัทฯ หรือปิดกั้นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ถือหุ้นด้วยกัน
- ส่งเสริมสิทธิของผู้ถือหุ้นในการจัดประชุมอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดงานประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 เมื่อ วันที่ 10 เมษายน 2567 โดยเป็นการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-AGM) สถานที่ถ่ายทอดคือ ห้องประชุม อาคารคิวเฮาส์ ลุมพินี ชั้น 4 เลขที่ 1 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้บริษัทฯ ได้อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้นสามารถมอบฉันทะให้กรรมการอิสระแทนการเข้าประชุมด้วยตนเอง และจัดเตรียมคู่มือการใช้งานระบบการประชุมอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถลงคะแนนและรับรู้ข้อมูลการประชุมอย่างทันท่วงที โดยมีรายละเอียดดังนี้

>> ก่อนการประชุม

- ให้สิทธิผู้ถือหุ้นในการเสนอวาระการประชุมและเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการได้ล่วงหน้าตั้งแต่วันที่ 16 ตุลาคม 2566 ถึง 19 มกราคม 2567 รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามเกี่ยวกับวาระการประชุมถึงเลขานุการบริษัทได้ล่วงหน้าก่อนวันประชุม โดยเผยแพร่รายละเอียด

และหลักเกณฑ์ทั้งหมดไว้ที่เว็บไซต์ของบริษัทฯ รวมถึงเผยแพร่การให้สิทธินี้ผ่านเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ด้วย ทั้งนี้ การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอวาระการประชุม หรือเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการ

- เปิดเผยวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 ให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า 43 วัน เพื่อสามารถเตรียมตัวเข้าร่วมประชุมได้โดยเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ และของตลาดหลักทรัพย์ฯ ตั้งแต่วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567 ซึ่งเป็นวันที่คณะกรรมการบริษัทมีมติกำหนดวันประชุม
- เผยแพร่หนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2567 ล่วงหน้าก่อนวันประชุม 28 วัน และเริ่มจัดส่งหนังสือเชิญประชุมให้แก่ผู้ถือหุ้นตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2567 ล่วงหน้าก่อนวันประชุม 14 วัน และเปิดให้ผู้ถือหุ้นลงทะเบียน (Pre-Register) ได้ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2567 โดยได้แนบคู่มือการใช้งานระบบประชุมอิเล็กทรอนิกส์ (DAP e-Shareholder Meeting) ในเอกสารแนบของหนังสือเชิญประชุมฯ
- อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือหุ้น ทั้งผู้ถือหุ้นรายย่อย นิติบุคคล ตลอดจนนักลงทุนสถาบัน ที่ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ โดยได้จัดทำแบบหนังสือมอบฉันทะ แบบ ก. แบบ ข. และแบบ ค. พร้อมกับหนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยระบุชื่อและประวัติของกรรมการอิสระ ที่ผู้ถือหุ้นสามารถเลือกเป็นผู้รับมอบฉันทะได้ โดยการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 บริษัทฯ ได้ระบุให้ นายบุญสม เลิศทวีวิวงศ์ เป็นกรรมการอิสระผู้รับมอบฉันทะวันประชุม

>> วันประชุม

- ก่อนเริ่มการประชุม ประธานในที่ประชุมจะชี้แจงแก่ผู้ถือหุ้นให้ทราบถึงสิทธิตามข้อบังคับของบริษัทฯ การดำเนินการประชุม วิธีการใช้สิทธิลงคะแนน รวมทั้งให้สิทธิแก่ผู้ถือหุ้นในการตั้งคำถามและแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมอย่างเท่าเทียมกัน
- บริษัทฯ ได้สํานักวิธีการใช้งานระบบประชุมอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้ทราบถึงวิธีการลงคะแนน และวิธีการส่งคำถามก่อนเวลาเริ่มประชุม โดยกำหนดให้สิทธิออกเสียงในที่ประชุมเป็นไปตามจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นถืออยู่ โดยหนึ่งหุ้นมีสิทธิเท่ากับหนึ่งเสียง
- บริษัทฯ ใช้ระบบการคำนวณคะแนนเสียงของ DAP e-Shareholder Meeting และแสดงผลสรุปของคะแนนเสียงในทุกวาระอย่างชัดเจน

- จัดให้มีที่ปรึกษากฎหมายที่เป็นอิสระจากภายนอก (Inspector) เพื่อทำหน้าที่ในการดูแลให้การประชุมเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับของบริษัทฯ
- สนับสนุนให้มีตัวแทนจากผู้ถือหุ้นในที่ประชุมร่วมเป็นพยานในการนับคะแนนเสียงในทุกวาระ
- ประธานในที่ประชุมจัดสรรเวลาการประชุมอย่างเพียงพอ และดำเนินการประชุมอย่างเหมาะสมและโปร่งใสตามลำดับระเบียบวาระที่ได้แจ้งไว้ในหนังสือเชิญประชุม โดยที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่เคยดำเนินการแจกเอกสารที่มีข้อมูลสำคัญในที่ประชุมผู้ถือหุ้นอย่างกะทันหัน รวมถึงไม่มีการเพิ่มวาระพิจารณาอื่น ๆ นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในหนังสือเชิญประชุม ซึ่งอาจไม่เป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้มาเข้าร่วมประชุม
- ให้สิทธิผู้ถือหุ้นสามารถเข้าร่วมประชุมภายหลังจากร่วมการประชุมไปแล้ว โดยมีสิทธิออกเสียงลงคะแนนได้เฉพาะวาระที่ที่ประชุมยังไม่ได้พิจารณาลงมติ
- เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นและซักถามอย่างเต็มที่โดยมีประธานในที่ประชุม ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารระดับสูง และผู้สอบบัญชี เข้าร่วมประชุมเพื่อตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น โดยมีทั้งผู้ถือหุ้นที่ส่งคำถามผ่านระบบโดยการส่งข้อความ และสอบถามด้วยตนเอง หลังการประชุม

>> หลังการประชุม

- นำส่งมติที่ประชุมพร้อมรายละเอียดจำนวนคะแนนเสียงในแต่ละวาระอย่างชัดเจนแก่ตลาดหลักทรัพย์ฯ และบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายในวันประชุม เพื่อให้ผู้ถือหุ้นที่ไม่ได้เข้าร่วมประชุมรับทราบในทันที
- ผู้ถือหุ้นสามารถรับชมเทปบันทึกภาพการประชุมผู้ถือหุ้นผ่านเว็บไซต์ (Webcast) บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ
- จัดทำรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเผยแพร่ทางตลาดหลักทรัพย์ฯ และเว็บไซต์ของบริษัทฯ 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 และพนักงาน ได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่ากฎเกณฑ์และนโยบายดังกล่าวเป็นที่รับทราบและปฏิบัติตาม
 - ห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในช่วงเวลาก่อนเปิดเผยงบการเงินต่อสาธารณชน 1 เดือน โดยสายงานเลขานุการบริษัท จะแจ้งให้กรรมการและผู้บริหารได้ทราบช่วงเวลาการห้ามซื้อขาย (Silent Period) ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีผู้บริหารซื้อขายหุ้น
 - เปิดเผยแพร่ถือหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหารในรายงานประจำปีอย่างครบถ้วนตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้มีการติดตามผลการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมธุรกิจเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน โดยกำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร ส่งสำเนารายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ให้สายงานเลขานุการบริษัท ภายใน 3 วันนับแต่มีการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทในทุกเดือน และทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ โดยสายงานเลขานุการบริษัทจะเป็นผู้รวบรวมเพื่อรายงานที่ประชุมคณะกรรมการ
 - บริษัทฯ ได้มีข้อกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการทำรายการเกี่ยวโยงและการทำรายการระหว่างกันไว้อย่างชัดเจนและเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ และ ก.ล.ต. โดยกำหนดเรื่องที่ต้องรายงานคณะกรรมการหรือผู้ถือหุ้นไว้อย่างชัดเจน รวมถึงการระมัดระวังไม่ให้มีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันโดยฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือ ก.ล.ต.

4. การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายโดยยึดหลักผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยกำหนดเป็นนโยบายและบทบาทต่อผู้มีส่วนได้เสียไว้อย่างชัดเจนใน “คู่มือจริยธรรมธุรกิจ” ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

ผู้ถือหุ้น

ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนตัดสินใจดำเนินการใด ๆ ด้วยความรอบคอบและเป็นธรรม เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยรวม นำเสนอรายงาน ผลประกอบการ ฐานะข้อมูลทางการเงิน และรายงานอื่น ๆ โดยสม่ำเสมอ และครบถ้วนตามความเป็นจริงและทันเหตุการณ์ โดยแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบอย่างเท่าเทียมกันถึงแนวโน้มของบริษัทฯ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ และมีเหตุผลอย่างเพียงพอ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน จะต้องไม่แสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเองและผู้อื่นโดยใช้ข้อมูลใด ๆ ของบริษัทฯ ซึ่งยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะ หรือดำเนินการใด ๆ ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับองค์กร

พนักงาน

ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรม ทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทน การแต่งตั้ง โยกย้าย ตลอดจนการพัฒนา ศักยภาพ ให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชนและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ไม่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงาน รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานร้องเรียนในกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมตามระบบและกระบวนการที่กำหนด

ลูกค้า

ส่งมอบสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าในราคาที่เป็นธรรม ให้ข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้อง เพียงพอ และทันต่อเหตุการณ์ของลูกค้า ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด รวมถึงติดต่อกับลูกค้าด้วยความสุภาพ มีประสิทธิภาพ จัดให้มีระบบและกระบวนการที่ให้ลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพ ปริมาณ ความปลอดภัยของสินค้าและบริการ รวมทั้งความรวดเร็วในการตอบสนองหรือส่งมอบ ตลอดจนให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ

คู่ค้า

ปฏิบัติกับคู่ค้าด้วยความเสมอภาคและคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกัน พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับคู่ค้า และสร้างความเชื่อถือซึ่งกันและกัน โดยบริษัทฯ ยึดถือการปฏิบัติตามระเบียบจัดซื้อจัดจ้างซึ่งมีการกำหนด ขั้นตอนและวิธีปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน ตลอดจนไม่เรียกรับหรือรับ หรือจ่ายผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับคู่ค้า ส่งเสริมให้คู่ค้าร่วมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และประกอบธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง รวมถึงมีกระบวนการสรรหาอย่างมีความรับผิดชอบ (Ethical Sourcing) และเคารพในสิทธิมนุษยชน (Human Rights)

เจ้าหนี้

ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหนี้ที่อย่างเคร่งครัด บริหารเงินกู้ยืมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน ไม่นำเงินไปใช้ในทางที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ ควบคุมให้มีการชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยให้กับเจ้าหนี้ตามกำหนดเวลา และปฏิบัติตามเงื่อนไขการกู้ยืมเงินตามข้อตกลงอย่างครบถ้วน กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขใดได้ ต้องรีบแจ้งให้เจ้าหนี้ทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหาระหว่างกัน

คู่แข่งทางการค้า

ดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม และไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย

การตลาดและการโฆษณา

เปิดเผยข้อมูลสินค้าและบริการที่ถูกต้องอย่างครบถ้วนแก่ผู้บริโภคในทุกช่องทางการตลาดของบริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจบนประโยชน์ของสินค้าและบริการของบริษัทฯ รวมถึงไม่กล่าวอ้างคุณสมบัติของสินค้าและบริการเกินความจริง ทั้งคุณสมบัติหรือผลกระทบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่กล่าวพาดพิงข้อมูลของสินค้าและบริการของคู่แข่งหรือผู้ให้บริการอื่นในเชิงลบ พิจารณาความเหมาะสมของโฆษณาต่อกลุ่มผู้บริโภคทุกวัย คำนึงถึงความเท่าเทียมกันทางเพศ และพิจารณาครอบคลุมประเด็นด้านวัฒนธรรมทางสังคมและศีลธรรมอันดี

สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

ดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีท้องถิ่นที่หน่วยงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่ โดยบริษัทฯ จะยึดมั่นปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน เพื่อส่งเสริมนโยบายดังกล่าว บริษัทฯ จะดำเนินกิจกรรมที่มีส่วนสร้างสรรค์สังคมอย่างสม่ำเสมอ และจะดำเนินการปลูกฝังจิตสำนึกของพนักงานทุกระดับให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้ดำรงอยู่เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ดีตลอดไป

5. นโยบายความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ ได้ยึดมั่นที่จะบริหารจัดการด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงควบคุมดูแลอย่างเข้มงวดรัดกุมทั้งด้านเอกสารและระบบปฏิบัติการเพื่อรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า คู่ค้า พนักงานให้ปลอดภัย มีเสถียรภาพ และโปร่งใส เพื่อให้เป็นไปตามพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 บริษัทได้มีการดำเนินการ ดังนี้

1. บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร เพื่อมีหน้าที่ดูแลและจัดเตรียมแผนงานต่างๆ โดยวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน กำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด โดยคณะกรรมการประกอบด้วยบุคคลดังต่อไปนี้

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	ประธานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
2. นางสาวสุดาภา ชะมด	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
3. นางสาววรรณิ จันทามงคล	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
4. นางสาวเสาวณีย์ สิริวิทยกุล	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
5. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
6. นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
7. นางอภิรดี ทวีลาภ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
8. นางสาวรณดา ฉายประสาธ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
9. นางกมลทิพย์ อมรจริยะกุล	กรรมการและ จนท. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO)

ทั้งนี้ นายวีรพันธ์ อังสุมาลี ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรและเป็นตัวแทนคณะกรรมการบริษัทเพื่อบริหารจัดการด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

2. คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้เป็นมาตรฐานในการทำงานของบริษัทฯ และสอดคล้องกับข้อกำหนด
3. การกำหนดมาตรการต่างๆ เกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์เงื่อนไข การแจ้ง การขอความยินยอม การเก็บรวบรวมข้อมูล การใช้ข้อมูล หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด พร้อมกำกับดูแล ให้คำปรึกษา สนับสนุนส่งเสริม และทบทวนนโยบายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ
4. คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้แต่งตั้งผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer) ซึ่งมีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลและตรวจสอบเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ให้เป็นไปตามคำสั่งของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการประเมินความเสี่ยง การจัดการคำร้อง และข้อร้องเรียนต่างๆ
5. บริษัทฯ ใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูง ทั้งในด้านเทคโนโลยีและกระบวนการเพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่เป็นความลับ และพัฒนานุเคราะห์ทุกระดับ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีการรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้มาตรฐานด้วยมาตรการต่างๆ เช่น การติดตั้ง Firewall และซอฟต์แวร์ตรวจจับการบุกรุก การใช้เทคโนโลยีเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) การติดตั้งซอฟต์แวร์ Scan Virus เพื่อป้องกันไวรัสอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดสิทธิ์การใช้งานตามระดับ (Level of Authorization) โดยเปิดให้ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่นโยบายความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และไลน์แอปพลิเคชันของบริษัทฯ

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ให้การอบรมเพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจแก่พนักงานเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงมีการนำเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการทำงานของพนักงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมของนโยบายความปลอดภัยของข้อมูลในเว็บไซต์ของบริษัทฯ ที่ https://hmpro-th.listedcompany.com/policy_document.html ทั้งนี้หากมีข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการรักษาข้อมูลความลับลูกค้าสามารถติดต่อได้ที่ data_privacy@homepro.co.th

สถิติความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

	2565	2566	2567
จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลจากหน่วยงานกำกับดูแล	0	0	0

➤ การดำเนินการหลังการเกิดผลกระทบต่อนักข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทฯ มีขั้นตอนที่ชัดเจนเพื่อจัดการกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งในกรณีที่เกิดผลกระทบต่อนักข้อมูล ฝ่ายกฎหมายและทีมงานที่ดูแลเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล จะมีการดำเนินการตรวจสอบสาเหตุ และกรณีที่จะเกิดผลกระทบกับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) จะดำเนินการแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบถึงเหตุการณ์ละเมิด นอกจากนี้ ได้มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อนักข้อมูล และรายงานให้คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลในอนาคต

6. นโยบายความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทฯ ได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำงานร่วมกับคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Committee) ขององค์กร ดูแลและจัดเตรียมแผนงานต่าง ๆ โดยวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงานต่าง ๆ เพื่อรองรับเทคโนโลยีในอนาคต รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรและพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการจัดเก็บรักษาความลับของข้อมูลต่าง ๆ เนื่องด้วยบริษัทฯ มีความเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย อาทิ ลูกค้า คู่ค้า เป็นต้น โดยได้กำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูลและระบบสารสนเทศตามอำนาจและความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละระดับ และมีการจัดเตรียมมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ อาทิ การมีระบบสำรองข้อมูล นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้

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 และมีมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศ เช่น การจัดให้มี Help Desk และ Hotline สำหรับรับแจ้งปัญหา การอบรมวิธีแก้ไขปัญหาเบื้องต้นและการรายงานปัญหาต่าง ๆ แก่ผู้รับผิดชอบระบบ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

4. บริษัทฯ จัดให้มีนโยบายการประกันภัยด้านไซเบอร์ เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือ ตลอดจนมีมาตรการป้องกันและจำกัดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เช่น การซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ หรือการจัดเก็บข้อมูลในเครือข่ายขององค์กร
5. บริษัทฯ ได้พิจารณาการจัดสรรและบริหารทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการกำหนดหลักเกณฑ์และปัจจัยในการกำหนดลำดับความสำคัญของแผนงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ ความเร่งด่วน ความสอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจ เป็นต้น

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้านการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบและเคารพในสิทธิข้อมูลของลูกค้า โดยเฉพาะกิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารผ่านทางระบบสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยบริษัทฯ ให้ความเคารพต่อความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและให้ทางเลือกแก่ลูกค้าในการปฏิเสธการรับข่าวสารและข้อมูล (Unsubscribe) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดูแลเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาของข้อมูลเป็นไปตามข้อเท็จจริง

➤ มาตรการป้องกันและบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์ มีดังนี้

- จัดให้มีการคัดกรองและกำหนดสิทธิเฉพาะผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการเข้าถึง ดำเนินการแจกจ่ายข้อมูลต่าง ๆ และการสำรองข้อมูล
- กำหนดกรอบการตรวจสอบการทำงานของระบบ พร้อมกับมีเจ้าหน้าที่ด้านระบบคอยควบคุมการทำงานและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลา รวมถึงพัฒนาระบบ Hardware และ Software อย่างต่อเนื่อง ให้มีความทันสมัย เพื่อรับมือกับอาชญากรรมทางไซเบอร์รูปแบบใหม่และป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยผู้ไม่เกี่ยวข้อง
- ซ้อมแผนการรับมือภัยคุกคามการโจมตีด้านไซเบอร์ (Cyber Security Drill) และกำหนดให้มีแผนฉุกเฉิน กรณีมีเหตุการณ์ที่ทำให้สถานะการทำงานของระบบหยุดลง (Disaster Recovery Plan: DRP) โดยมีการซ้อมใช้แผนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที ลดทอนความเสียหายของระบบสารสนเทศของบริษัทฯ และเพื่อให้ธุรกิจของบริษัทฯ ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

- บริษัทฯ มีการจัดทำและทดสอบแผนรองรับในกรณีที่เกิดสภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan: BCP) โดยเฉพาะความปลอดภัยด้านสารสนเทศ (Cyber Security Risk) อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีการทดสอบอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง โดยมีขั้นตอนและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับพนักงาน ในกรณีพบเหตุการณ์ผิดปกติตามลำดับความรุนแรง (Level of Severity) ตลอดจนระบบแจ้งเตือนและช่องทางการสื่อสารที่รัดกุม
- ติดตั้งระบบและอุปกรณ์ในการป้องกันการคุกคาม (Firewall) และการเฝ้าระวังพฤติกรรมภัยคุกคาม ทั้งในส่วนของสำนักงานใหญ่และสาขา โดยมีการจัดประชุมเป็นประจำทุกเดือน เพื่อติดตามและเฝ้าระวังภัยคุกคามใหม่ๆ พร้อมทั้งรายงานการโจมตีและผลการแก้ไข เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำมาตรการป้องกันต่อไป
- ทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Testing) และการประเมินหาช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่าระบบที่ใช้งานอยู่สามารถป้องกันภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- จัดทำระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศตามแนวทางมาตรฐานระดับสากล เช่น ISO/IEC 27001 (Information Security) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากล สำหรับระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล (Information Security Management System: ISMS)
- สร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ที่เกี่ยวกับภัยคุกคาม วิธีการป้องกัน และกฎหมายด้านไอทีที่เกี่ยวข้องให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมช่องทางการสื่อสารภายในของบริษัทฯ และจัดให้มีการฝึกอบรมผ่านระบบ E-Learning เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงและเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา รวมทั้งมีการวัดผลการดำเนินงานเพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพของโปรแกรมต่อไป รวมถึงการอบรมให้พนักงานทุกระดับ
- บริษัทฯ ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปลูกฝังให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของระบบ Cyber Security โดยมีการจัดทำความรู้ และความเข้าใจต่างๆ ผ่าน Email ICT News ของบริษัทฯ ให้แก่พนักงานทุกคนเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน

สถิติความปลอดภัยและการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

	2565	2566	2567
การนำข้อมูลลูกค้ามาใช้ต่อ (%)	0	0	0
จำนวนข้อมูลที่มีการรั่วไหล	0	0	0
จำนวนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าที่มีการรั่วไหล	0	0	0
จำนวนลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากกรณีข้อมูลรั่วไหล	0	0	0
จำนวนเงินที่ถูกปรับจากกรณีข้อมูลรั่วไหล	0 บาท	0 บาท	0 บาท

ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ทันนโยบายความปลอดภัยของข้อมูลที่เว็บไซต์ของบริษัทที่ http://hmpro-th.listedcompany.com/policy_document.html

7. นโยบายและแนวปฏิบัติด้านทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัทฯ ได้กำหนดให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ภายใต้กฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวกับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ว่าจะเป็นเครื่องหมายทางการค้า และทรัพย์สินทางปัญญาด้านอื่นที่กฎหมายกำหนด โดยกำหนดนโยบายในเรื่องต่างๆ ดังนี้ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทุกชนิดจะต้องผ่านการตรวจสอบ และลงโปรแกรมโดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเท่านั้น การกำหนดให้พนักงานตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ก่อนที่จะนำมาใช้ในการปฏิบัติงานว่าไม่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นรวมถึงคู่ค้าของบริษัทฯ เป็นต้น รวมทั้งได้ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อกำหนดของกฎหมาย และความเสียหายที่เกิดขึ้นกรณีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

นอกจากการกำหนดนโยบายป้องกันมิให้มีการกระทำผิดเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ในส่วนของบริษัทฯ ได้มีการพัฒนาสินค้าภายใต้แบรนด์ของตนเอง (Private Brand) รวมถึงสินค้ารักษ์โลก (Circular Products) ที่มีการร่วมพัฒนาคู่กับพันธมิตรทางการค้า โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของตนเองเพื่อป้องกันมิให้ผู้อื่นทำการละเมิดได้ โดยบริษัทฯ จะดำเนินการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เช่น เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร เป็นต้น รวมทั้งการดำเนินคดีกับผู้ที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ เช่นกัน

8. นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการเคารพกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชน

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 จึงดูแลไม่ให้อิทธิพลของบริษัทฯ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิด สิทธิมนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน (Forced Labor)ต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก (Child Labor) และมีการกำหนดชั่วโมงการทำงานตามกฎหมายแรงงาน ให้ความเคารพนับถือและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่แบ่งแยกถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ เพศ อายุ ศิพ ศาสนา สภาพร่างกาย ฐานะชาติตระกูล ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายในบริษัทฯ และส่งเสริมให้บริษัทย่อย ผู้ร่วมทุน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานสากลคุ้มครองสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับความเสียหายจากการละเมิดสิทธิอันเกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยพิจารณาชดเชยค่าเสียหายให้ไม่ต่ำกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด

9. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

คณะกรรมการบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเปิดเผยข้อมูลที่ต้องครบถ้วน โปร่งใส ทันเวลา และเท่าเทียมกันแก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ ทั้งในส่วนของการเงินและข้อมูลสำคัญอื่นที่มีผลกระทบต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ผ่านทางารเผยแพร่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ของบริษัทฯ เพื่อให้ให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศมีข้อมูลที่เชื่อถือได้ และเพียงพอต่อการตัดสินใจอย่างสม่ำเสมอ

➤ การประชุมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์

บริษัทฯ ได้จัดการบรรยายสำหรับนักวิเคราะห์และนักลงทุน รวมทั้งผู้ถือหุ้นที่สนใจ สำหรับการเปิดเผยผลประกอบการและจัดทำเอกสารข่าว (Investor Release) เป็นรายไตรมาส แก่นักลงทุนอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง และตามเหตุการณ์ กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ

➤ กิจกรรมพบนักลงทุนและการเยี่ยมชมกิจการ

บริษัทฯ ได้เปิดโอกาสให้นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ผู้ถือหุ้น และนักลงทุนสถาบันทั้งในและต่างประเทศ เข้าพบผู้บริหารและเยี่ยมชมกิจการ อีกทั้งยังมีการจัดประชุมในรูปแบบของ Physical Meeting และ Web Conference เพื่อให้ผู้ลงทุนทราบถึงข้อมูลผลการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์ แนวทางการเติบโต รวมถึงสรุปเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในรอบปีและตอบข้อซักถาม

โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการดำเนินกิจกรรมดังต่อไปนี้:

1. การเดินทางพบปะนักลงทุนหรือ Roadshow จำนวน 6 ครั้ง แบ่งเป็น
 - การเดินทางพบปะนักลงทุนต่างประเทศรวม 2 ครั้ง ประกอบไปด้วย ประเทศสิงคโปร์ 1 ครั้ง และประเทศฮ่องกง 1 ครั้ง
 - การเดินทางพบปะนักลงทุนในประเทศรวม 4 ครั้ง ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทหลักทรัพย์ต่าง ๆ โดยพบนักลงทุนรายย่อยและนักลงทุนที่เป็นสถาบัน ทั้งจากในประเทศและจากต่างประเทศ
2. การจัดให้นักวิเคราะห์ นักลงทุนรายย่อย และนักลงทุนสถาบันทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้าพบผู้บริหารโดยผ่านการนัดหมายเพื่อเยี่ยมชมบริษัทฯ และสาขา (Store Visit) รวม 40 ครั้ง
3. การพบปะนักลงทุนแบบการประชุมแบบออนไลน์ (Virtual) ผ่าน Virtual Conference Call Event ซึ่งจัดโดยบริษัทหลักทรัพย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 25 ครั้ง แบ่งเป็น
 - International Virtual Conference รวม 3 ครั้ง
 - Local Virtual Conference รวม 4 ครั้ง กับนักลงทุนสถาบันและกองทุนในประเทศ
 - One on One Virtual Meeting กับนักลงทุนต่างชาติ รวม 18 ครั้ง
4. การจัดกิจกรรมบริษัทจดทะเบียนพบนักลงทุน (Opportunity Day) แบบออนไลน์ (Virtual) รวม 4 ครั้ง ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีผู้ถือหุ้นและสื่อมวลชนเข้าร่วม โดยจัดงานในวันที่ 8 มีนาคม, 10 พฤษภาคม, 9 สิงหาคม และ 8 พฤศจิกายน 2567
5. การประชุมกับนักลงทุน (Analyst Meeting) และนักวิเคราะห์ในรูปแบบ Physical Meeting จำนวน 4 ครั้ง และการจัดประชุมกับนักลงทุนต่างชาติหลังการประกาศผลประกอบการ (Post-result call) ในรูปแบบ Virtual Meeting จำนวน 2 ครั้ง

งานแถลงข่าวและความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการจัดงานแถลงข่าว 1 ครั้ง เกี่ยวกับการรายงานผลประกอบการประจำปี 2566 และได้มีการจัดงาน HomePro Next Chapter ในวันที่ 26 มกราคม 2567 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เพื่อประกาศทิศทางนโยบายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานตลอด 5 ปีข้างหน้า มุ่งสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านโมเดล 3S Synergized Omni-channel (S1) ขยายสาขาและเพิ่มช่องทางการขายสำหรับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ, Superior Experience (S2) สร้างประสบการณ์ในการซื้อสินค้าและบริการที่ดีให้แก่ลูกค้า และ Sustainable Innovation (S3) พัฒนาสินค้าและนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้มีการออกจดหมายข่าวที่เกี่ยวข้องกับผลประกอบการของบริษัทฯ ทุกไตรมาส รวมจำนวน 4 ฉบับ และมีการแจ้งข่าวเกี่ยวกับความคืบหน้าของการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ตลอดทั้งปี

10. การเข้าอบรมหลักสูตรของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัท ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้กรรมการเข้าอบรมหลักสูตรหรือเข้าร่วมกิจกรรมสัมมนาที่เป็นการเพิ่มพูนความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง โดยมอบหมายให้เลขาธิการบริษัท ประสานงานกับกรรมการเพื่อแจ้งหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ ตามตารางการฝึกอบรมเป็นระยะ การฝึกอบรม DAP หรือ DCP ถือเป็นข้อบังคับ ซึ่งกรรมการทุกท่านได้ผ่านการฝึกอบรมดังกล่าวแล้ว

11. การประชุมคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหารจะมีการประชุมเป็นประจำทุกเดือน และอาจมีการจัดการประชุมพิเศษเพิ่มเติมตามความจำเป็น รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทตามวาระประชุมที่เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม โดยการประชุมแต่ละครั้งรวมถึงการลงมติในที่ประชุม บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายจำนวนองค์ประชุมขั้นต่ำไว้ โดยจะต้องมีคณะกรรมการบริษัทเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 จึงจะครบองค์ประชุม (66.67%) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้สนับสนุนการทำหน้าที่ของกรรมการและอำนวยความสะดวกให้กรรมการแต่ละท่านสามารถเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทได้อย่างเต็มที่ โดยมีการจัดประชุมทั้งในรูปแบบการเข้าประชุมด้วยตนเองและการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยบริษัทฯ กำหนดตารางการประชุมเป็นการล่วงหน้าตลอดทั้งปีทั้งกรรมการและกรรมการชุดย่อย โดยการประชุมคณะกรรมการบริษัท ถูกกำหนดให้อยู่ในช่วงสัปดาห์สุดท้ายของแต่ละเดือน และจะมีการจัดส่งหนังสือเชิญประชุมระเบียบวาระการประชุม และเอกสารประกอบการประชุมก่อนการประชุมล่วงหน้าอย่างน้อย 5 วันทำการ เพื่อให้กรรมการได้มีเวลาศึกษามาก่อนล่วงหน้า

ในระหว่างการประชุม ประธานในที่ประชุมได้มีการจัดสรรเวลาอย่างเพียงพอในการอภิปรายประเด็นที่สำคัญ อีกทั้งสนับสนุนให้

กรรมการทุกท่านได้แสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์และเป็นอิสระ มีการใช้ดุลยพินิจอย่างรอบคอบ ทั้งนี้ เลขาธิการบริษัทจะเข้าร่วมประชุมและจดบันทึกรายงานการประชุมทุกครั้ง โดยในการประชุมคณะกรรมการบริษัท กรรมการที่อาจมีส่วนได้เสียจะไม่อยู่ในที่ประชุม และงดออกเสียงในวาระนั้น ทั้งนี้เอกสารประกอบการประชุม รายงานการประชุม ตลอดจนข้อมูลหรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง มีการเก็บไว้อย่างครบถ้วนในที่ปลอดภัย โดยมีการจัดเก็บในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ควบคู่กับการจัดเก็บเอกสารต้นฉบับ

นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัท ได้กำหนดให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารประชุมกันเองตามความเหมาะสม โดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมในการประชุม เพื่ออภิปรายประเด็นหัวข้อต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดการที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปี 2567 ได้มีการประชุมของกรรมการที่ไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมจำนวน 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2567 โดยประชุมเพื่อพิจารณาภาพรวมสำหรับการบริหารองค์กร ในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญที่ต้องปรับปรุงและมีผลกระทบต่อแนวโน้มธุรกิจรวมถึงการแจ้งผลการประชุมและประเด็นต่าง ๆ ให้แก่กรรมการผู้จัดการรับทราบและดำเนินการต่อไป อีกทั้งยังมีการพิจารณาแบบประเมินตนเองของคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย และกรรมการผู้จัดการ

คณะกรรมการบริษัทมีการพิจารณาหรือรับทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในกฎหมาย ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่สำคัญ ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรม ตลอดจนข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ตัวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการสอดคล้องตามกฎหมาย ข้อบังคับ หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติที่ดีและเป็นปัจจุบัน

คณะกรรมการบริษัทดูแลให้ฝ่ายจัดการ มีการติดตามและประเมินฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างใกล้ชิด โดยถือเป็นวาระจำเป็นที่ต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทในทุก ๆ เดือน และมีการรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ โดยคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายจัดการจะร่วมกันหาทางแก้ไขโดยเร็ว หากเริ่มมีสัญญาณบ่งชี้ถึงปัญหาสภาพคล่องทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ ทั้งนี้แนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวต้องเป็นไปอย่างสมเหตุสมผล และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การเปิดเผยข้อมูล เป็นต้น

ในปี 2567 บริษัทได้มีการประชุมคณะกรรมการบริษัททั้งสิ้น 12 ครั้ง และการประชุมคณะกรรมการชุดย่อย ได้แก่ การประชุมคณะกรรมการบริหาร 12 ครั้ง การประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ 12 ครั้ง การประชุมคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน 3 ครั้ง และการประชุมกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 1 ครั้ง

12. หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานและนโยบายคำตอบแทนของพนักงาน (ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน)

บริษัทฯ มีนโยบายในการใช้ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อประเมินพนักงานอย่างเป็นธรรมและสอดคล้องกับการจ่ายค่าตอบแทน รวมถึงบริษัทฯ ได้ผนวกหลักจริยธรรมทางธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งในระบบการประเมิน เพื่อยกระดับความสำคัญของการดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาลของบริษัทฯ โดยมีการประเมินผลงานแบบแยกตามลักษณะงานที่ปฏิบัติปีละ 2 ครั้ง เพื่อสะท้อนผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ตัวอย่างเช่น การประเมินค่าตอบแทนของพนักงานในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลภาพลักษณ์ของบริษัทฯ กล่าวคือ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายบริหารความพึงพอใจของลูกค้า และฝ่ายสื่อสารองค์กร จะมีการนำผลประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อแบรนด์ของบริษัทฯ ตลอดจนสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านประชาสัมพันธ์ต่อยอดขาย มาเป็นส่วนหนึ่งของการคำนวณสวัสดิการที่นอกเหนือจากค่าจ้างเงินเดือน เป็นต้น รวมถึงการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเหมาะสม ทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทนที่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้น เช่น โบนัสตามเป้าหมายในการทำงานและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในแต่ละปี และผลตอบแทนระยะยาว เช่น โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) จะทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ สามารถดึงดูดใจ พัฒนา ศักยภาพ และรักษาพนักงานผู้มีผลการปฏิบัติงานที่ดี และมีแรงจูงใจในการทำงานได้ ในภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง พนักงานจะได้รับการเสนอค่าตอบแทนในอัตราที่เหมาะสมและเป็นไปตามแนวทางของตลาดซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของค่าตอบแทน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการประเมินผลงาน โดยใช้หลักการจัดการตามวัตถุประสงค์ (Management by Objectives) ข้อคิดเห็นพนักงานรอบด้าน (360 Degree Feedback) การปฏิบัติงานเป็นทีม (Team-Based Performance Appraisal) การทำงานแบบ Agile และการเรียงลำดับผลการประเมินของพนักงาน 2 ครั้งต่อปี ทั้งนี้ พนักงานทุกคนจะได้รับการประเมินผลและให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่องโดยผู้บังคับบัญชา ทั้งแบบเอกสารทางการและแบบไม่เป็นทางการโดยวาจา

ในการกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนบริษัทฯ มีการจ่ายค่าตอบแทนไม่ต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด และมีการกำหนดโครงสร้างเงินเดือนเป็นการกำหนดอัตราค่าจ้างเงินเดือนให้กับตำแหน่งงานต่าง ๆ โดยใช้ระดับงานตามค่างานเป็นพื้นฐาน ลักษณะโครงสร้างเงินเดือนที่ใช้เป็นแบบช่วง (Range Structure) กำหนดเป็นกระบอกเงินเดือนแต่ละระดับงาน มีอัตราต่ำสุด ค่ากลาง และอัตราสูงสุด ของแต่ละช่วงเป็นโครงสร้างใช้บริหารเงินเดือนพนักงาน

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. ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของพนักงานอยู่เสมอ
6. รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้ทางวิชาชีพของพนักงาน
7. ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัด
8. ให้พนักงานร้องเรียนในกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมตามระบบและกระบวนการที่กำหนด
9. เคารพสิทธิของพนักงานในการรวมกลุ่มโดยเสรี ไม่ปิดกั้นการก่อตั้งสหภาพหรือร่วมในสหภาพแรงงานอื่นของพนักงาน

13. หน่วยงานกำกับการปฏิบัติงาน (Compliance Unit)

ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน เรื่องการจัดให้มีหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบธุรกิจ ที่บังคับใช้กับผู้ได้รับใบอนุญาตซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจดังนี้ (1) การเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ (2) การค้าหลักทรัพย์ (3) การจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (4) การจัดการกองทุนรวม (5) การจัดการกองทุนส่วนบุคคล (6) การเป็นตัวแทนซื้อขายสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (7) การเป็นผู้ค้าสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (8) การเป็นผู้จัดการเงินทุนสัญญาซื้อขายล่วงหน้า โดยให้จัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ในการควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามการกำกับดูแลที่ดี

ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้มีหน่วยงานกำกับการปฏิบัติงาน ได้แก่ หน่วยงานกฎหมาย ซึ่งจะรับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการภายนอก การกำกับเรื่องเกี่ยวกับใบอนุญาตต่าง ๆ การปฏิบัติตามกฎหมาย และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ฯ และสำนักงาน ก.ล.ต. และจัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งจะรับผิดชอบในเรื่องการกำกับกิจการภายใน รวมถึงการตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรฐานการทำงานของสาขาและส่วนงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐาน

14. หน่วยงานตรวจสอบภายใน

เพื่อส่งเสริมให้เกิดกระบวนการกำกับกิจการที่ดี บริษัทฯ มีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบภายในเพื่อทำหน้าที่สอบทานและติดตามผลการปฏิบัติงานให้กับฝ่ายบริหาร โดยปฏิบัติงานด้วยความเป็นอิสระและรายงานผลการดำเนินงานให้กับคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรงอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ผู้บริหารสูงสุดของสำนักตรวจสอบภายใน คือ นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์ ผู้จัดการทั่วไปสายงานตรวจสอบภายใน ซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งโดยคณะกรรมการตรวจสอบ

นอกจากนี้ยังได้มีการเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกจากคณะกรรมการตรวจสอบและเพื่อประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในด้านบัญชี ซึ่งจากมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 อนุมัติให้แต่งตั้งผู้สอบบัญชีจากบริษัทสำนักงาน อีวาย จำกัด โดย นางสาววิไลพร เชาววิวัฒน์กุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียน 9309 นางสาวพิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4521 นางสาวสมนา พันธพงษ์สานนท์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 5872 และ นางสาวอรรณพ เทชวัฒนศิริกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4807 เป็นผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และบริษัทย่อยประจำปี 2567 ทั้งนี้ผู้สอบบัญชีมิได้มีผลประโยชน์หรือส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นสาระสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงมิได้เป็นลูกหนี้หรือเจ้าหนี้ของบริษัทฯ บริษัทย่อย ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว โดยผู้สอบบัญชีมีความเป็นอิสระและมีคุณสมบัติที่ได้รับการยอมรับ รวมถึงเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต.

15. การกำกับดูแลกิจการ ด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทฯ มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต เปิดกว้าง โปร่งใส และเป็นธรรม โดยกำหนดให้ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ห้ามประกอบธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัทฯ หลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับตนเองหรือบุคคล/นิติบุคคลที่เกี่ยวข้อง ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ โดยคณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทฯ มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกันตามที่กฎหมายหรือหน่วยงานกำกับดูแลกิจการกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน รายการนั้นจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม เปรียบเสมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอก และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ โดยผู้ที่มีส่วนได้เสียจะต้องไม่มีส่วนในการพิจารณารายการที่ตนมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ทั้งนี้ในกรณีที่เป็นการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการค้า

ทั่วไปตามหลักการที่คณะกรรมการบริษัท อนุมัติ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ จะต้องผ่านการสอบทานและให้ความเห็นจากคณะกรรมการตรวจสอบ ก่อนนำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้น

- การรายงานการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน:

กรรมการและผู้บริหารต้องตอบแบบชี้แจงรายการที่เกี่ยวข้องกันในรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม เป็นประจำทุกปี เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส รอบคอบ และระมัดระวังในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกันในรอบปี โดยมีเลขานุการบริษัทเป็นผู้จัดส่งแบบชี้แจงรายการและรวบรวมข้อมูล

- การเปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสียของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้อง:

มีการรายงานครั้งแรกภายใน 30 วัน นับจากวันที่เข้ารับดำรงตำแหน่งในบริษัทฯ และรายงานข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี สำหรับกรณีระหว่างปี กรรมการหรือผู้บริหารรวมถึงบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องจำเป็นต้องเข้าทำธุรกรรมใดๆ กับบริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่ว่าโดยทางตรงหรือโดยทางอ้อม กรรมการหรือผู้บริหารมีหน้าที่แจ้งให้บริษัทฯ รับทราบโดยระบุข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลักษณะของสัญญา ชื่อของคู่สัญญา และส่วนได้เสียของกรรมการหรือผู้บริหารในสัญญา เพื่อความโปร่งใสในการเข้าทำธุรกรรมนั้น ซึ่งในปี 2567 ไม่มีกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้เกี่ยวข้อง ที่มีธุรกรรมการมีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ

- การรายงานการมีส่วนได้เสีย:

กรรมการและผู้บริหาร มีหน้าที่รายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกิจการของบริษัทฯ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนกำหนด ซึ่งเลขานุการบริษัทมีหน้าที่รวบรวมและจัดส่งสำเนารายงานการมีส่วนได้เสียให้แก่ประธานกรรมการและประธานคณะกรรมการตรวจสอบทราบภายใน 7 วันทำการนับแต่วันที่ได้รับรายงาน

- การเปิดเผยผู้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน (Strategic Shareholder and Free Float Reporting):

บริษัทฯ มีหน้าที่ในการจัดทำรายงานการถือหุ้นของผู้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน และรายงานการกระจายหุ้นซึ่งถือโดยผู้ถือหุ้นรายย่อย หรือ Free Float โดยผู้ถือหุ้นรายย่อย หมายถึง ผู้ถือหุ้นที่มีได้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน ซึ่งสัดส่วนของการกระจายหุ้นโดยผู้ถือหุ้นรายย่อยถือเป็นส่วนสำคัญของการมีสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นของบริษัทฯ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ และนักลงทุนที่จะซื้อขายได้อย่างคล่องตัว รวมถึงได้ราคาที่เหมาะสม ทำให้เกิดความน่าพอใจที่จะลงทุนในหุ้นของบริษัทฯ

ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนใดๆ เกี่ยวกับการกระทำผิดของกรรมการและผู้บริหารเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์

16. คู่มือจริยธรรมธุรกิจ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โดยถือว่าจริยธรรมธุรกิจเป็นกรอบพฤติกรรมและเป็นเครื่องชี้นำการดำเนินธุรกิจที่ดีให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนของบริษัทฯ ได้ยึดถือปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับในการดำเนินงานที่โปร่งใสของบริษัทฯ ตลอดจนสร้างคุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืนและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย โดยคณะกรรมการบริษัทฯ ได้จัดทำ “คู่มือจริยธรรมธุรกิจ” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ เป็นหนึ่งในเนื้อหาสำคัญในกระบวนการปฐมนิเทศก่อนเริ่มงาน อีกทั้งยังสามารถดาวน์โหลดได้บนเว็บไซต์ของบริษัทฯ และมีการสื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนของบริษัทฯ ทราบบนระบบ Intranet ของบริษัทฯ

โดยคู่มือจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ ประกอบด้วยนโยบายและแนวปฏิบัติ 6 เรื่อง ที่สะท้อนถึงค่านิยมในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือและปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

1. หลักการในการดำเนินธุรกิจ
2. ความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการรักษาข้อมูลลับเป็นความลับ
3. ความรับผิดชอบต่อบริษัทฯ และทรัพย์สินของบริษัทฯ
4. การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. การดูแลให้มีการปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ
6. การรับข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับธรรมาภิบาลและจริยธรรมธุรกิจ

บริษัทฯ ได้แจกจ่ายคู่มือจริยธรรมธุรกิจให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติ และใช้อ้างอิงโดยกำหนดให้เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกคนที่จะต้องรับทราบ ทำความเข้าใจ และปฏิบัติตามนโยบายและข้อปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ในคู่มือจริยธรรมธุรกิจอย่างเคร่งครัด โดยได้มีการติดตามผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานแต่ละคน ผ่านระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งผนวกหลักจริยธรรมทางธุรกิจ เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินและการพิจารณาค่าตอบแทนพนักงาน อีกทั้งได้มีการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับ

อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เผยแพร่จริยธรรมธุรกิจบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้วงเล็บข้อเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อให้ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้ที่สนใจได้เข้าดูได้อย่างสะดวกอีกด้วย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยคณะกรรมการบริษัท ได้ดูแลให้มีการสื่อสารในเรื่องดังกล่าวเพื่อสร้างความมั่นใจว่ากรรมการและบุคลากร มีการยึดถือและปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว ผ่านการดำเนินการต่างๆ อาทิ บรรจุเรื่องเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี และคู่มือจริยธรรมธุรกิจเป็นเรื่องหนึ่งในการปฐมนิเทศให้กับกรรมการและพนักงานทุกคน โดยในปี 2567 ได้จัดปฐมนิเทศให้กับพนักงาน 24 ครั้ง

➤ มาตรการในการลงโทษ

หากพนักงานของบริษัทฯ มีการทำผิดวินัย บริษัทฯ มีมาตรการในการลงโทษดังนี้

- การตักเตือนด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษร
- การลงโทษด้วยการ:
 - ลดค่าจ้างหรือตำแหน่งงาน
 - การให้พักงาน
 - ตัดหรือระงับการจ่ายเงินรางวัลประจำปี
 - การพิจารณาไม่ปรับค่าจ้าง
 - การให้ออก
 - การไล่ออก

บริษัทฯ ได้มีการตรวจสอบและติดตามการประพฤติปฏิบัติของพนักงานตามจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ โดยในปี 2567 บริษัทฯ ตรวจพบ 0 กรณีการทำผิดจริยธรรมอย่างร้ายแรงของพนักงาน หรือมีการดำเนินคดีตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ พร้อมทั้งมีการตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ

รายงาน ผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ

1. สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

- **การกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินธุรกิจ:** คณะกรรมการบริษัทได้มีบทบาทในการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย เป้าหมาย แผนธุรกิจ และงบประมาณของบริษัท โดยคำนึงถึงจริยธรรม และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ นอกเหนือจากผลประโยชน์ทางการเงิน ซึ่งได้พิจารณาทบทวนและอนุมัติในรอบปีบัญชีที่ผ่านมา รวมทั้งกำกับดูแลให้ฝ่ายบริหารดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ และงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล นอกจากนี้ยังมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้ตามความเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ
- **ติดตามการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ:** คณะกรรมการบริษัทได้ติดตามดูแลการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติผ่านการประชุมคณะกรรมการบริษัททุกเดือน ซึ่งรายงานผลโดยฝ่ายบริหาร
- **การกำกับดูแลกิจการที่ดี:** คณะกรรมการบริษัทมีการทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคู่มือจริยธรรมธุรกิจอย่างสม่ำเสมอโดยนโยบายและคู่มือดังกล่าวได้ถูกผนวกเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมองค์กร โดยคณะกรรมการบริษัท ได้ประพฤติตนเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามนโยบายและคู่มือดังกล่าว อีกทั้งยังได้สื่อสารให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งมีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีมาตรฐาน โปร่งใส มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและข้อกำหนดในการดำรงตำแหน่งในบริษัทอื่นสำหรับกรรมการ กรรมการ อิสระ กรรมการผู้จัดการ และผู้บริหารระดับสูง โดยกรรมการและกรรมการอิสระสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนรวมกันได้ไม่เกิน 5 แห่ง ทั้งนี้ ในปี 2567 กรรมการและกรรมการอิสระของบริษัทฯ ได้ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นรวมกันไม่เกิน 4 แห่ง สอดคล้องตามแนวทางปฏิบัติที่ดีของคณะกรรมการบริษัท โดยสำนักงานกต. และในส่วนของการจัดการและผู้บริหารระดับสูงสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นที่อยู่นอกกลุ่มธุรกิจได้ไม่เกิน 2 แห่ง และต้องไม่เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับธุรกิจของบริษัทฯ
- **การควบคุมและการตรวจสอบภายใน:** คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของระบบควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงได้พิจารณากำหนดให้บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบควบคุมภายในให้สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ อีกทั้งยังได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่สอบทานและติดตามผลการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจดำเนินไปตามนโยบายและทิศทางที่กำหนดไว้สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริหาร นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- **การบริหารความเสี่ยง:** คณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่กำกับดูแลให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อรับผิดชอบดูแลและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีการพิจารณาความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ ตลอดจนกำหนดแผนการดำเนินงาน ติดตามประเมินผล และปรับปรุงแผนงานดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยจัดให้มีการประชุมคณะกรรมการความเสี่ยง เพื่อประเมินระดับความเสี่ยง พร้อมทั้งดำเนินการแก้ไข เพื่อลดระดับความเสี่ยง และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นรายไตรมาส
- **การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นใหญ่:** คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดมาตรการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่เข้มงวด เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม โดยกำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับส่วนได้เสียที่อาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจของบริษัทอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลไกในการตรวจสอบและติดตามความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ หากกรรมการหรือผู้บริหารมีส่วนได้เสียในเรื่องใดจะต้องเปิดเผยเรื่องดังกล่าวอย่างครบถ้วน
- **การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม:** คณะกรรมการบริษัท ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสร้างคุณค่าให้กับกิจการ ตามสภาพปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทั้งในด้านบริษัท ลูกค้า คู่ค้า สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยคณะกรรมการบริษัท ได้กำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการนำแนวคิดนวัตกรรมไปเป็นส่วนสำคัญในการทบทวนกลยุทธ์ การวางแผนพัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงาน รวมถึงการติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรสามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- **การพัฒนาความยั่งยืน:** คณะกรรมการบริษัท ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยผลักดันให้มีการกำหนด ทบทวน และปฏิบัติตามนโยบาย กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน และเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนภายในองค์กร เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจ การดูแลสิ่งแวดล้อม และการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมและชุมชน โดยคำนึงถึงผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน หน้า 69-238

บริษัท ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการอิสระทุกท่าน เพื่อสอบทานความถูกต้อง การเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอและความน่าเชื่อถือของงบการเงิน รวมถึงการกำกับดูแลกิจการและการควบคุมภายในของบริษัท ซึ่งมีรายละเอียดภาระหน้าที่ตามที่ระบุไว้ในหัวข้อ “โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการและอื่น ๆ” ส่วนของหน้าที่คณะกรรมการตรวจสอบในกรณีที่มีการทำรายการที่ไม่ใช่การดำเนินงานตามปกติของบริษัท คณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่พิจารณารายการดังกล่าว ซึ่งมีกรรมการที่เป็นอิสระร่วมอยู่ในที่ประชุมด้วย อีกทั้งบริษัท มีคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เพื่อกำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์ในการสรรหากรรมการบริษัท และกำหนดการจ่ายค่าตอบแทนหรือประโยชน์อื่นใด ที่เป็นธรรมและสมเหตุผล และนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณานุมัติ

2. การสรรหาและแต่งตั้งกรรมการ กรรมการอิสระ และกรรมการผู้จัดการ

2.1 การสรรหาและแต่งตั้งกรรมการ และกรรมการอิสระ

ในการแต่งตั้งกรรมการ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระ 1 ท่าน จากจำนวนคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน 3 ท่าน มีหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์และนโยบายในการพิจารณาสรรหาคัดเลือกบุคคลที่สมควรได้รับการเสนอชื่อเป็นกรรมการของบริษัท และกรรมการชุดย่อย จากช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

1. เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการได้ล่วงหน้า โดยในปี 2568 บริษัทฯ เปิดให้ใช้สิทธิได้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2567 ถึงวันที่ 15 มกราคม 2568 โดยแจ้งผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเว็บไซต์ของบริษัทฯ ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการและขั้นตอนการพิจารณา ทั้งนี้ในปี 2568 ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดเสนอชื่อบุคคลเพื่อรับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการ

2. พิจารณาจากทำเนียบกรรมการ (Director Pool) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย หรือของหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีการจัดทำข้อมูลดังกล่าว
3. ช่องทางอื่น ๆ ที่คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพิจารณาเห็นสมควร

โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน มีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อในการพิจารณาคัดเลือกและกลั่นกรองบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมตามข้อบังคับของบริษัทฯ กฎบัตรคณะกรรมการ ตลอดจนหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. พิจารณาผู้ที่มีคุณสมบัติตามกฎหมาย ต้องไม่มีคุณสมบัติต้องห้ามตามหลักเกณฑ์ของ ก.ล.ต. รวมถึงกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. สำหรับการเสนอแต่งตั้งกรรมการอิสระ พิจารณาความเป็นอิสระตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดคุณสมบัติความเป็นอิสระไว้เข้มงวดกว่าข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เช่น ถือหุ้นน้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ โดยสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อกรรมการอิสระ หน้า 283-284
3. พิจารณาความเหมาะสมทางความรู้ ประสบการณ์ทักษะ ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม (Board Skills Matrix) เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
4. พิจารณาความหลากหลายของโครงสร้างคณะกรรมการ ทั้งเพศ อายุ ภูมิภาค และประสบการณ์ ตลอดจนเชื้อชาติ สัญชาติ ชาติพันธุ์ และพื้นเพทางวัฒนธรรม (Board Diversity) อีกทั้งบริษัทฯ มีนโยบายให้กรรมการกึ่งหนึ่ง ต้องเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์ทำงานด้านธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภคบริโภค)

Board Skills Matrix

ประกอบด้วย ประสบการณ์ทำงานและความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านของกรรมการและกรรมการผู้จัดการ ตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมและประเภทธุรกิจแบบ GICS 11 หมวด ได้แก่ พลังงาน, อุตสาหกรรม, การผลิตวัสดุ, สินค้าจำเป็น, สินค้าอุปโภคบริโภค, สุขภาพ, การเงิน, เทคโนโลยีสารสนเทศ, บริการสื่อสาร, สาธารณูปโภค และอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงประสบการณ์ทำงานและความรู้ความชำนาญด้านอื่น ๆ ได้แก่ บริการ, การกำกับดูแลกิจการ และการบริหารความเสี่ยง เป็นต้น

ชื่อ-นามสกุล	ประสบการณ์ทำงาน/ ความรู้ความชำนาญ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ของบริษัท	ประสบการณ์ทำงาน/ ความรู้ความชำนาญด้านอื่นๆ										
		ธุรกิจค้าปลีก (สินค้าอุปโภคบริโภค)	ธุรกิจค้าปลีก (สินค้าจำเป็น)	ธุรกิจ พลังงาน	ภาค อุตสาหกรรม	ภาคการ ผลิตวัสดุ	สุขภาพ	บัญชี/การเงิน/ เศรษฐศาสตร์	เทคโนโลยี สารสนเทศ	อสังหาริมทรัพย์	บริการ	การกำกับ ดูแลกิจการ
1. นายอนันต์ อัครโกศล	●							●		●		
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	●	●						●	●	●	●	●
3. นายบุญสม เลิศศิริวงศ์	●			●	●		●		●	●		●
4. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	●					●		●		●		
5. นายระเฑียร ศรีมงคล					●		●	●	●	●	●	●
6. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์								●		●	●	●
7. นายพรวุฒิ สารสิน	●	●			●	●		●		●		
8. นายอาชวิน อัครโกศล	●							●		●		
9. นางสาวรณดา พุทธประสาท	●							●		●	●	●
10. นางสาววริภรณ์ อุดมคุณธรรม								●		●	●	
11. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	●								●		●	●

จากนั้นคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้นำเสนอรายชื่อเพื่อขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท และนำเสนอขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เป็นผู้เลือกตั้งกรรมการตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังต่อไปนี้

1. ผู้ถือหุ้นหนึ่งคนมีคะแนนเสียงเท่ากับหนึ่งหุ้นต่อหนึ่งเสียง
2. ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะต้องใช้คะแนนเสียงที่มีอยู่ทั้งหมด ตามข้อ 1 โดยเลือกตั้งบุคคลคนเดียวหรือหลายคนเป็นกรรมการได้ แต่จะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้ใดมากที่สุด เพียงใดก็ได้
3. บุคคลซึ่งได้รับคะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมา เป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการเท่าจำนวนกรรมการที่จะพึงมี หรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ในกรณีที่บุคคลซึ่งได้รับการเลือกตั้งในลำดับถัดลงมา มีคะแนนเสียงเท่ากันเกินจำนวนกรรมการที่จะพึงมี หรือจะพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ให้ผู้เป็นประธานในที่ประชุมเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาดเพิ่มอีกหนึ่งเสียง

กรณีมีตำแหน่งกรรมการว่างลงเนื่องจากเหตุอื่น นอกจากการครบวาระออกจากตำแหน่งกรรมการ ให้คณะกรรมการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย เข้าเป็นกรรมการแทนในการประชุมคณะกรรมการ โดยบุคคลซึ่งเข้าเป็นกรรมการแทนจะอยู่ในตำแหน่งกรรมการได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการซึ่งตนแทน

ทั้งนี้ ในปี 2567 มีกรรมการที่ครบกำหนดต้องออกตามวาระทั้งสิ้น 4 ท่าน ได้แก่

1. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี
2. นายบุญสม เลิศศิริวงษ์
3. นางสาวรณดา พุทธประสาท
4. นางสาววริภรณ์ อุดมคุณธรรม

โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้พิจารณาตามหลักเกณฑ์การสรรหา เห็นว่ากรรมการที่ต้องออกตามวาระทั้ง 4 ท่าน

มีคุณสมบัติครบถ้วนตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 โดยได้ผ่านการวิเคราะห์คุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความรู้ความชำนาญ (Board Skill Matrix) ที่สอดคล้องและจำเป็นต่อกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา กรรมการทั้ง 4 ท่านไม่เคยเป็นพนักงานหรือหุ้นส่วนของบริษัทผู้สอบบัญชี และกรรมการทั้ง 4 ท่านได้ปฏิบัติงานให้กับบริษัทฯ ด้วยดีมาตลอด จึงได้มีการเสนอเรื่องผ่านมติคณะกรรมการบริษัท เพื่อเป็นวาระในที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 ซึ่งที่ประชุมมีมติอนุมัติแต่งตั้งกรรมการทั้ง 4 ท่านกลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกวาระหนึ่ง

2.2 การสรรหากรรมการผู้จัดการ

ในการสรรหาผู้มาดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะเป็นผู้พิจารณาเบื้องต้นในการกลั่นกรองบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ทั้งการสรรหาบุคคลจากภายนอกหรือการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาจากความสามารถและประสบการณ์ รวมถึงทักษะจำเป็น (Board Skill Matrix) ที่เหมาะสม ตลอดจนสามารถบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทในการพิจารณาอนุมัติแต่งตั้งต่อไป

▶ อำนาจหน้าที่ของกรรมการผู้จัดการ

ตามที่ได้กำหนดไว้ในมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2544 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2544 และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 9/2544 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2544 กรรมการผู้จัดการมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารบริษัทฯ ตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย และจะต้องบริหารตามแผนงาน หรืองบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท อย่างเคร่งครัด และระมัดระวัง รักษาผลประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นอย่างดีที่สุด อำนาจหน้าที่ของกรรมการยังครอบคลุมถึงเรื่องอื่นๆ ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินกิจการและบริหารงานประจำวันของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามแผนงานที่เสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
2. การอนุมัติค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และรายจ่ายลงทุน ให้เป็นไปตามงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้ไม่รวมการกู้ยืมและการค้าประกัน
3. บรรจุแต่งตั้ง ถอดถอน โยกย้าย เลื่อนตำแหน่ง ลดเงินเดือนหรือค่าจ้าง ลงโทษทางวินัย พนักงานและลูกจ้าง ตลอดจนให้พนักงานและลูกจ้าง ออกจากตำแหน่งตามระเบียบที่บริษัทกำหนด
4. การดำเนินงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท โดยให้มีอำนาจดังนี้
 - 4.1 มีอำนาจในการบริหารตามวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ นโยบาย ระเบียบ ข้อกำหนด คำสั่ง และมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ
 - 4.2 มีอำนาจดำเนินการ ตลอดจนเข้าลงนามในนิติกรรม สัญญา เอกสารคำสั่ง หรือหนังสือใด ๆ ที่ใช้ติดต่อกับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และบุคคลอื่น ตลอดจนให้มีอำนาจกระทำการใด ๆ ที่จำเป็นและสมควร เพื่อให้การดำเนินการข้างต้นสำเร็จลุล่วง
 - 4.3 มีอำนาจในการมอบอำนาจช่วงให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนได้ โดยให้อยู่ภายใต้ระเบียบ ข้อกำหนด หรือคำสั่งที่คณะกรรมการบริษัท หรือบริษัทฯ กำหนดไว้

ทั้งนี้กรรมการผู้จัดการไม่สามารถที่จะอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลอื่นใดที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดกับบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

▶ การแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ระหว่างบทบาทของประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ

ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการของบริษัทฯ ไม่เป็นบุคคลเดียวกัน เพื่อให้เกิดการแบ่งแยกบทบาทอย่างชัดเจน และสามารถถ่วงดุลอำนาจในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าประธานกรรมการจะเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นที่ไม่ใช่กรรมการอิสระ แต่จากการพิจารณาของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท ได้พิจารณาว่าโครงสร้างดังกล่าวเหมาะสมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และเป็นจุดแข็งที่ช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากประธานกรรมการมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่หลากหลายทั้งในด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย อสังหาริมทรัพย์ และการค้าปลีก ซึ่งช่วยให้การปฏิบัติหน้าที่ของประธานกรรมการคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมเสมอมา

ประธานกรรมการมีหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะกรรมการตามกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท ยึดมั่นในจรรยาบรรณและนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ทั้งนี้ ประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุมคณะกรรมการและที่ประชุมผู้ถือหุ้น ควบคุมดูแลการประชุมดังกล่าวให้ดำเนินไปอย่างเรียบร้อย เปิดโอกาสให้กรรมการและผู้ถือหุ้นได้แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอย่างเต็มที่ในเชิงสร้างสรรค์และเป็นอิสระ

กรรมการผู้จัดการมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารและจัดการบริษัทฯ ให้มีการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่กำหนดไว้ โดยมีขอบเขตอำนาจหน้าที่ภายใต้กฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัทฯ ตลอดจนมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น

โดยในปี 2565 บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้ง นายอนันต์ อัสวโกศล เป็นกรรมการตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2565 วันที่ 8 เมษายน 2565 และได้แต่งตั้งเป็นประธานกรรมการ ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 4/2565 เมื่อวันที่ 26 เมษายน พ.ศ.2565

สำหรับปี 2567 กรณีประธานกรรมการไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในการดำเนินการเป็นประธานในที่ประชุมได้ ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน จะทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมแทน

3. การประเมินผลการปฏิบัติงานที่ ของคณะกรรมการ

กระบวนการและหลักเกณฑ์ในการประเมินผลงาน คณะกรรมการบริษัท

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท แบ่งออกเป็น
ดังนี้

- การประเมินผลงานคณะกรรมการทั้งคณะ
- การประเมินผลงานคณะกรรมการชุดย่อย
- การประเมินผลงานคณะกรรมการรายบุคคล

กระบวนการในการประเมินผลงานคณะกรรมการบริษัท

ส่วนงานเลขานุการบริษัท จะจัดส่งแบบประเมินผลงานคณะกรรมการ
ทั้งคณะ ชุดย่อย และรายบุคคล ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท
ภายหลังประเมินผลงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว ส่วนงานเลขานุการ
บริษัท จะเป็นผู้รวบรวมและรายงานสรุปผลต่อคณะกรรมการสรรหา
และกำหนดค่าตอบแทน เพื่อพิจารณากำหนดค่าตอบแทนและ
ค่าบำเหน็จกรรมการ โดยกลั่นกรองถึงความเหมาะสมต่าง ๆ เช่น
การขยายตัวทางธุรกิจ การเติบโตทางผลกำไร มูลค่าหลักทรัพย์ตาม
ราคาตลาดของบริษัท การจ่ายเงินปันผล และจำนวนครั้งการประชุม
นอกจากนี้ได้มีการเปรียบเทียบโดยอ้างอิงจากอุตสาหกรรม
เดียวกัน

หลักเกณฑ์ในการประเมินผลงานคณะกรรมการบริษัท

บริษัท ได้กำหนดหลักเกณฑ์และประเมินผลงานคณะกรรมการ
ทั้งคณะ ชุดย่อย และรายบุคคลอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อ
พิจารณากำหนดค่าตอบแทนและค่าบำเหน็จกรรมการ โดยบริษัท
ได้นำตัวอย่างแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ
บริษัท คณะกรรมการชุดย่อย และคณะกรรมการรายบุคคลของ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับ
บริษัท และมีหลักเกณฑ์ครอบคลุมหัวข้อการประเมินด้านต่าง ๆ
ได้แก่ โครงสร้างและคุณสมบัติของกรรมการ บทบาท หน้าที่ และ
ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ การประชุมคณะกรรมการ
และการทำหน้าที่ของคณะกรรมการ โดยในปี 2567 การประเมิน
ผลงานของคณะกรรมการบริษัท ทั้งรายคณะและรายบุคคล รวม
ถึงคณะกรรมการชุดย่อย มีผลการประเมิน “ผ่าน” ตามเกณฑ์
ที่กำหนด ซึ่งมีผลคะแนนรวมมากกว่า 99% ทั้งนี้ บริษัท ได้มี
การนำข้อเสนอแนะมาประกอบการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติ
หน้าที่ของกรรมการต่อไป

4. การประเมินผลการปฏิบัติงานที่ ของกรรมการผู้จัดการ

หลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานและนโยบาย ค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการ

บริษัท มีคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ทำหน้าที่ใน
การเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัทในการพิจารณากำหนด
เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของกรรมการ
ผู้จัดการ โดยเกณฑ์ดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายของ
บริษัท ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อาทิ การเติบโตของยอดขาย
สาขาเดิม (Same Store Sales Growth) ประสิทธิภาพในการทำ
กำไร อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset; ROA)
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (Return on Equity; ROE) อัตรา
ผลตอบแทนต่อเงินลงทุน (Return on Invested Capital; ROIC)
ผลตอบแทนรวมของผู้ถือหุ้น (Total Shareholder Return; TSR)
อัตราส่วนทางการเงินกับมูลค่ากิจการ (Tobin's Q) โดยเปรียบเทียบกับ
ข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลอดจนผลการ
ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) อาทิ
การเพิ่มขึ้นของยอดขายกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO
Products) การใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานทดแทน (Renewable
Energy) จำนวนทีมช่างเก่าแก่น้อย เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อ
สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และสร้างความรู้สึกร่วมใน
ความเป็นเจ้าของบริษัท โดยมีการจ่ายค่าตอบแทนดังนี้

ระยะสั้น

จ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน และโบนัส โดยพิจารณาจาก
ผลการปฏิบัติงาน

ระยะยาว

โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) มีทั้งหมด 3 รุ่น โดย
รุ่นที่ 1 มีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม
2556 ถึง 30 มิถุนายน 2561 รุ่นที่ 2 มีระยะเวลาดำเนินโครงการ
ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2566 และ รุ่นที่
3 มีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึง
30 มิถุนายน 2571

การคำนวณค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการ

สัดส่วนต่อค่าตอบแทน ของกรรมการผู้จัดการ		หัวข้อการประเมินประสิทธิภาพ	ประเภทของตัวชี้วัด	
			ระยะสั้น	ระยะยาว
25%	ดัชนีการดำเนินงาน ของธุรกิจ	การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (Same Store Sales Growth Rate)	/	
		วงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle)	/	
		การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)	/	/
25%	ดัชนีการบริหารจัดการ ด้านการตลาด	ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)	/	/
		การสร้างแบรนด์ (Brand Index)	/	/
		ประสิทธิภาพการบริการ (Service Performance)	/	
30%	ดัชนีประสิทธิภาพ การกำไร	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset)	/	/
		อัตราส่วนผลตอบแทนต่อเงินลงทุนเพื่อการดำเนินงาน ของบริษัท (Return on Invested Capital)	/	/
		ผลตอบแทนการลงทุนโดยรวม (Total Shareholder Return)	/	/
20%	ดัชนีความยั่งยืน ของกิจการ	ความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement)	/	/
		ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)	/	/
		ประเด็นสำคัญในเรื่องของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม (การเพิ่มขึ้นของยอดขายกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, การใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานทดแทน, การเพิ่มจำนวน ทีมช่างแก้ไขแก่น้อย, การบริหารจัดการขยะและของเสีย)	/	/

หมายเหตุ:

บริษัทได้มีการกำหนดเกณฑ์การประเมินผลในแต่ละหัวข้อ โดยกรรมการผู้จัดการจะต้องได้รับคะแนนทุกหัวข้อรวมกันเกินร้อยละ 80 ขึ้นไป จึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่บริษัทกำหนด

ในปี 2567 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้นำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาจ่ายค่าตอบแทนให้แก่กรรมการผู้จัดการ เนื่องจากมีผลงานที่ผ่านเกณฑ์ประเมินในทุกหมวด

ในปี 2567 อัตราส่วนค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการต่อค่าตอบแทนเฉลี่ยของพนักงานทั้งหมด เท่ากับ 30 เท่า

5. การเข้าร่วมประชุมและการจ่าย ค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล

ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทฯ มีคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ทำหน้าที่ในการเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท ในการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และกรรมการผู้จัดการ

ค่าตอบแทนกรรมการ

บริษัทฯ พิจารณาจ่ายค่าตอบแทนกรรมการโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและเหมาะสม สะท้อนถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ ผลงานของบริษัทฯ ในภาพรวม ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการแต่ละคน ความสำเร็จในการปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงกับผลประกอบการ ปัจจัยแวดล้อมอื่นที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนพิจารณาเปรียบเทียบกับอัตราค่าตอบแทนของบริษัทอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกับบริษัทฯ เช่น ผลสำรวจค่าตอบแทนกรรมการที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

ในปี 2567 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ได้พิจารณา ทบทวนค่าตอบแทนกรรมการ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาเห็นชอบและนำเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 โดยวันที่ 10 เมษายน 2567 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการประจำปี 2567 มีวงเงินไม่เกิน 12,000,000 บาท และค่าบำเหน็จกรรมการประจำปี 2565 จำนวน 35,000,000 บาท โดยมีอัตราโครงสร้างค่าตอบแทนดังนี้

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 ค่าเบี้ยประชุมจ่ายตามการประชุม

- ประธานกรรมการ	30,000 บาท / คน / ครั้ง
- รองประธานกรรมการ	30,000 บาท / คน / ครั้ง
- ประธานกรรมการบริหาร	30,000 บาท / คน / ครั้ง
- กรรมการ	20,000 บาท / คน / ครั้ง

ทั้งนี้ คณะกรรมการที่เป็นผู้บริหารจะไม่ได้รับค่าเบี้ยประชุมในข้อ 1.2

2. ค่าตอบแทนอื่น

กรรมการจะได้รับสวัสดิการในการซื้อสินค้าในราคาที่ได้รับส่วนลดเท่านั้น ซึ่งส่วนลดที่ให้นั้นเป็นไปตามที่ระบุไว้ในข้อบังคับของบริษัทฯ ซึ่งได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้ว และสวัสดิการดังกล่าวของบริษัทฯ ได้ให้อัตราไม่มากกว่าที่ให้กับลูกค้าระดับ VIP ทั่วไป โดยกำหนดในอัตราสูงสุดไม่เกิน 10% รวมถึงได้รับสวัสดิการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ปีละ 1 ครั้ง



การเข้าร่วมประชุมและรายละเอียดค่าตอบแทนกรรมการที่เป็นตัวเงินในปี 2567 มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – บานสกุล	การเข้าร่วมประชุม (ครั้ง)				ค่าตอบแทนกรรมการ/ค่าเบี้ยประชุม					
		คณะกรรมการ บริษัท ประชุม 12 ครั้ง	คณะกรรมการ บริหาร ประชุม 12 ครั้ง	คณะกรรมการ ตรวจสอบ ประชุม 12 ครั้ง	คณะกรรมการ สรรหาและ กำหนด ค่าตอบแทน ประชุม 3 ครั้ง	ค่าตอบแทน รายเดือน	ค่าเบี้ยประชุม กรรมการบริษัท	ค่าเบี้ยประชุม กรรมการ บริหาร	ค่าเบี้ยประชุม กรรมการ ตรวจสอบ	ค่าเบี้ยประชุม กรรมการสรรหา และกำหนด ค่าตอบแทน	ค่าบำเหน็จ กรรมการ (บาท)
1.	นายอนันต์ อัศวโภคิน	10/12				960,000	300,000			5,413,709	6,673,709
2.	*นายมานิต อุดมคุณธรรม									1,334,887	1,334,887
3.	*นายทวีวัฒน์ ตติยเมธีกุล									889,925	889,925
4.	*นายรัตน์ พานิชพันธ์									719,356	719,356
5.	*นายชินนทร์ รุ่งสำราญ									889,925	889,925
6.	นายอาชวิล อัศวโภคิน	12/12	12/12			480,000	240,000	240,000		2,706,855	3,666,855
7.	นายบพร สุนทรจิตต์เจริญ	12/12	11/12		3/3	480,000	240,000	220,000	90,000	2,706,855	3,736,855
8.	นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	12/12	12/12		3/3	720,000	360,000	360,000	60,000	4,060,282	5,560,282
9.	นายพรวุฒิ สารสิน	10/12			3/3	480,000	200,000		60,000	2,706,855	3,446,855
10.	นายบุญสม เลิศศิริวงศ์	12/12		12/12		480,000	240,000	360,000		2,706,855	3,786,855
11.	นายระพีพร ศรีมงคล	12/12		12/12		480,000	240,000	240,000		1,816,930	2,776,930
12.	ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	12/12		10/12		480,000	240,000	200,000		1,816,930	2,736,930
13.	นางสุวรรณา พุทธประสาท	12/12				480,000	240,000			2,706,855	3,426,855
14.	นางสาววริทธิ์ อุดมคุณธรรม	11/12				480,000	220,000			1,816,930	2,516,930
15.	นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	12/12				480,000				2,706,855	3,186,855
รวม						6,000,000	2,520,000	820,000	210,000	35,000,000	45,350,000

หมายเหตุ : เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายการจัดประชุมและออกเสียงคะแนน การประชุมคณะกรรมการบริษัทแต่ละครั้ง บริษัทกำหนดให้ต้องมีจำนวนกรรมการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่าสองในสาม (66.67%) ของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะครบองค์ประชุม

- *จ่ายแก่กรรมการ (Bonus) ของปี 2566 ในเดือนเมษายน 2567 1. นายรัตน์ พานิชพันธ์ พันวาระ เม.ย. 2566 2. นายชนินทร รุ่งสำราญ 3. นายทวีวัฒน์ ตติยเมธีกุล 4. นายมานิต อุดมคุณธรรม พันวาระ พ.ค.2566
- นายอนันต์ อัศวโภคิน ไม่ได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567, 2/2567 ตามลำดับ
- นายพรวุฒิ สารสิน ลาประชุม ไม่ได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2567, 11/2567 ตามลำดับ
- นางสาววริทธิ์ อุดมคุณธรรม ไม่ได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2567
- นายณพพร สุนทรจิตต์เจริญ ไม่ได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 5/2567
- ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์ ไม่ได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 1/2567, 7/2567 ตามลำดับ

6. การกำกับดูแลริษัทย่อย

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งผู้บริหารของบริษัทฯ ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทย่อย เพื่อให้สามารถดำเนินการเพื่อประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทย่อย โดยมุ่งเน้นให้มีการปฏิบัติตามข้อบังคับและแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการทำรายการที่เกี่ยวข้อง เช่น การได้มาหรือจำหน่ายสินทรัพย์ หรือการทำรายการสำคัญอื่นๆ อย่างครบถ้วนและถูกต้อง นอกจากนี้ บริษัทย่อยต้องใช้หลักเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลและการทำรายการต่างๆ ในลักษณะเดียวกับที่บริษัทกำหนด คณะกรรมการบริษัทยังได้กำหนดให้มีการกำกับดูแลกระบวนการจัดเก็บข้อมูลและการบันทึกบัญชีของบริษัทย่อย เพื่อให้บริษัทสามารถตรวจสอบและรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถจัดทำงบการเงินรวมได้ตามกำหนดเวลา

7. การรักษาความน่าเชื่อถือทางการเงิน และการเปิดเผยข้อมูล

คณะกรรมการบริษัท สนับสนุนให้พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและเปิดเผยข้อมูล อาทิ รองกรรมการผู้จัดการด้านบัญชี และการเงิน ผู้จัดการบัญชี ผู้ตรวจสอบภายใน เลขานุการบริษัท นักลงทุนสัมพันธ์ และผู้บริหารระดับสูงที่รับผิดชอบในส่วนงานนั้นๆ เป็นต้น มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีจำนวนเพียงพอ

โดยบริษัทฯ ได้มีการแยกหน่วยงานบัญชีและการเงินเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน โดยได้มีการบริหารจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อปริมาณงานต่างๆ นอกจากนี้รองกรรมการผู้จัดการด้านบัญชีและการเงิน ผู้จัดการบัญชี และผู้ดำรงตำแหน่งเลขานุการบริษัท มีคุณสมบัติครบถ้วนตามกฎหมายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงตามกฎหมายต่างๆ ที่กำหนด ได้รับการอบรมครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กำหนดเพื่อพัฒนาความรู้ด้านบัญชี กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งมอบหมายให้หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ ได้รับการอบรมต่างๆ อาทิ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในกฎเกณฑ์ต่างๆ และตระหนักถึงผลกระทบต่อกิจการทั้งจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงให้การสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส ทันเวลา และเท่าเทียมต่อผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ

8. การกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน

คณะกรรมการบริษัท กำหนดให้มโนนโยบายที่ใช้ในการควบคุมเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายใน และการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดความเสมอภาคและยุติธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกราย และป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายหลักทรัพย์ และหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นในทางมิชอบ

- **การควบคุมเกี่ยวกับข้อมูลภายใน:** กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ต้องไม่ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ ที่มีสาระสำคัญและยังไม่ได้เปิดเผยสารสนเทศต่อสาธารณชนเพื่อประโยชน์ของตนเองและผู้อื่น และต้องยึดถือปฏิบัติตามนโยบายการเก็บรักษาและการใช้ข้อมูลภายใน ที่บริษัทฯ กำหนดขึ้นอย่างเคร่งครัด
- **การถือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ:** กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ มีสิทธิเสรีภาพในการลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ แต่เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความขัดแย้ง

ทางผลประโยชน์ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เข้าถึงข้อมูลภายใน รวมถึงคู่สมรสหรือผู้ที่ยูกันด้วยกันฉันสามีภรรยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต้องไม่ซื้อ ขาย โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลา 1 เดือนก่อนการเปิดเผยงบการเงินแก่สาธารณชน ทั้งนี้ หากผู้บริหารหรือพนักงานรายใดฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามนโยบายด้านการดูแลการใช้ข้อมูลภายในที่กล่าวข้างต้นนี้ ถือเป็นการฝ่าฝืนทางวินัยตามระเบียบบริษัทฯ และอาจมีโทษตามกฎหมาย

- **การรายงานการถือหลักทรัพย์ของบริษัทฯ:** เลขานุการบริษัท รวบรวมข้อมูลการถือหลักทรัพย์ของกรรมการและผู้บริหาร รวมถึงคู่สมรสหรือผู้ที่ยูกันด้วยกันฉันสามีภรรยา และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ให้ที่ประชุมคณะกรรมการทราบทุกครั้ง โดยจัดให้เป็นหนึ่งในวาระการประชุมทุกเดือน และรายงานการถือครองหลักทรัพย์ ณ วันสิ้นงวดของกรรมการและผู้บริหารในรายงานประจำปี นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้กำหนดนโยบายภายใน ให้กรรมการและผู้บริหารระดับสูงแจ้งต่อสายงานเลขานุการบริษัทเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์ของตนเองอย่างน้อยภายใน 3 วันทำการนับแต่วันที่ทำการซื้อขาย

ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนใดๆ เกี่ยวกับการกระทำผิดของกรรมการและผู้บริหารเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายในในทางมิชอบ

9. นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ แสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยคณะกรรมการบริษัทได้ออกนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ และบุคลากรจะมีการดำเนินการป้องกันและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งได้จัดทำตามหลักการควบคุมภายใน เพื่อเป็นแนวทางและเพื่อให้มีระบบการควบคุมในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน โดยนโยบายดังกล่าวจะได้รับทบทวนความเหมาะสมทุก ๆ ปี โดยมีแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. มาตรการและแนวปฏิบัติช่วยเหลือทางการเงิน โดยบริษัทฯ มีความเป็นกลางทางการเงิน ไม่มีนโยบายให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือกระทำการอันเป็นการผูกฟัฟพรรคการเมืองหรือกลุ่มการเมืองใดๆ
2. มาตรการการห้ามรับของขวัญ (No Gift Policy) โดยห้ามมิให้มีการรับหรือให้ของขวัญหรือประโยชน์อื่นใดกับผู้มีส่วนได้เสียไม่ว่าในกรณีใดก็ตาม
3. มาตรการและแนวปฏิบัติการบริจาคเพื่อการกุศลหรือเงินสนับสนุน ซึ่งต้องดำเนินการอย่างถูกต้อง เปิดเผย และโปร่งใส ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรม
4. มาตรการและแนวปฏิบัติในการตรวจสอบงานจัดซื้อจัดจ้างและการทำสัญญา

บริษัทฯ ได้จัดให้มีการสื่อสารนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบ ประกอบด้วย กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทอื่นที่บริษัทมีอำนาจในการควบคุม ตัวแทนทางธุรกิจ และคู่ค้าผ่านช่องทางการสื่อสารของบริษัทฯ อาทิ เว็บไซต์ของบริษัทฯ ระบบ Intranet ระบบ Vendor Relationship Management (VRM) การส่งจดหมายถึงผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง การติดประกาศในบริษัทฯ

การปฏิรูปนิเทศพนักงานใหม่ เป็นต้น รวมถึงจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนเกี่ยวกับนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้กรรมการและผู้บริหารมีส่วนในการให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดี ในการปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้ เมื่อมีการจัดทำหรือปรับปรุงนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง จะต้องมีการสื่อสารและเปิดเผยข้อมูลทุกครั้ง ตามช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม

บริษัทฯ ได้กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงเป็นความรับผิดชอบของทุกคน ตั้งแต่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน โดยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน ได้ถูกนำมาพิจารณาในการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทฯ เช่น ระเบียบขั้นตอนในการจัดซื้อ การเบิกจ่ายเงิน การขอใบอนุญาตต่าง ๆ เป็นต้น โดยจะได้รับการบริหารจัดการรวมถึงมีการควบคุมอย่างเหมาะสมผ่านเครื่องมือต่าง ๆ อาทิ

1. กำหนดกรอบเวลาการทำงานให้ชัดเจน และต้องเผื่อเวลาสำหรับแก้ไขข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้
2. ตรวจสอบและยืนยันความถูกต้อง ครบถ้วน ของเอกสารและขั้นตอน กับเจ้าหน้าที่ของรัฐก่อนเริ่มต้นดำเนินการทุกครั้ง
3. กำหนดงบประมาณและขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมดอย่างชัดเจน
4. การเบิกจ่ายต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้อนุมัติไว้ตามลำดับขั้น เพื่อให้มีการตรวจสอบการเบิกจ่ายในทุกกรณี

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้กำหนดให้ความสุจริตและการยึดมั่นในความถูกต้อง (Integrity) เป็นหนึ่งในค่านิยมขององค์กร และปลูกฝังให้ทุกคนในองค์กรถือปฏิบัติ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองเป็นสมาชิกการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันซึ่งในโครงการแนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริตโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ร่วมกับหอการค้าไทย หอการค้านานาชาติ สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย และสมาคมธนาคารไทย เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน สอดคล้องกับมาตรฐานการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของโครงการแนวร่วมปฏิบัติ ทั้งนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน หน้า 202-203

10. นโยบายการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด (Whistle-Blowing)

บริษัทฯ ได้กำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบและหน่วยงานตรวจสอบภายใน เป็นหน่วยงานในการรับเรื่องร้องเรียนเบาะแสร้องการกระทำผิดรวมถึงการติดตามการปฏิบัติตามคู่มือจริยธรรมธุรกิจ โดยได้กำหนดให้มีช่องทางสำหรับพนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และบุคคลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ สามารถแจ้งเรื่อง หรือร้องเรียนถึงการกระทำใด ๆ ที่ต้องสงสัยว่าเป็นการกระทำผิด หรือเรื่องที่เป็นปัญหากับคณะกรรมการ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถสืบสวน และดำเนินการอย่างเหมาะสมได้

การดำเนินการเมื่อได้รับเรื่องร้องเรียน

1. การพิจารณาเรื่องร้องเรียน: เมื่อได้รับเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแสร้องการกระทำผิดที่ส่งเข้ามาตามช่องทางการร้องเรียนของบริษัทฯ คณะกรรมการตรวจสอบมอบหมายให้สำนักตรวจสอบภายในเป็นผู้มีหน้าที่ดำเนินการและนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ
2. การรวบรวมข้อเท็จจริงและดำเนินการ: สำนักตรวจสอบภายในดำเนินการรวบรวมข้อเท็จจริงและตรวจสอบ ก่อนนำเสนอเรื่องร้องเรียนให้หัวหน้าสายงานที่เกี่ยวข้องทราบ พร้อมนำเสนอมาตรการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยยึดหลักความโปร่งใส และเป็นธรรมแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย
3. การรายงานผล: รายงานผลการดำเนินการต่อคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งรายงานผลให้ผู้ร้องเรียนทราบผลการดำเนินงาน
4. การติดตามและป้องกัน: ทบทวนกระบวนการต่าง ๆ โดยฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงและป้องกันไม่ให้เกิดการฝ่าฝืนในอนาคต

กรณีที่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ มีข้อสงสัยหรือพบเห็นการกระทำที่สงสัยว่ามีการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ จรรยาบรรณทางธุรกิจ หรือต้องการร้องเรียนกรณีถูกละเมิด ผู้มีส่วนได้เสียสามารถสอบถาม แจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน พร้อมส่งรายละเอียดหลักฐานต่าง ๆ ถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการติดต่อ ดังนี้

กรรณการบริษัท :

กรณีที่ต้องการแจ้งหรือสื่อสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยข้อมูลจะถูกส่งถึงกรรมการผู้จัดการที่ http://hmpro-th.listedcompany.com/contact_board.html

กรรณการตรวจสอบ :

กรณีที่ต้องการร้องเรียนเรื่องเกี่ยวกับการทำผิดกฎหมายหรือจรรยาบรรณ ข้อสงสัยทางบัญชี การควบคุมภายใน เป็นต้น โดยข้อมูลดังกล่าวจะส่งถึงสำนักตรวจสอบภายในของบริษัทฯ เพื่อรวบรวมเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบในการพิจารณาต่อไปที่ https://hmpro-th.listedcompany.com/contact_audit.html

หน่วยรับเรื่องร้องเรียน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล :

กรณีที่ต้องการแจ้งการกระทำผิดของพนักงาน หรือกรณีที่พนักงานต้องการร้องเรียนต่อบริษัทฯ ที่ md@homepro.co.th หรือช่องทาง Hotline ต่าง ๆ สำหรับพนักงานเพื่อปรึกษาทุกเรื่องเกี่ยวกับการทำงาน (HR Clinic) ผ่านเบอร์โทรศัพท์ติดต่อภายในหรือเข้าพบโดยตรง

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเก็บข้อมูลและตัวตนของผู้แจ้งเบาะแสไว้เป็นความลับ โดยกรรมการผู้จัดการและผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการของสายงานที่เกี่ยวข้องจะเป็นผู้ทราบข้อมูลเท่านั้น ซึ่งฝ่ายจัดการจะเป็นผู้รวบรวมข้อร้องเรียนและนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อทำการสอบสวน รวมทั้งรายงานแผนการป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดเหตุซ้ำต่อคณะกรรมการบริษัท โดยในปี 2567 ไม่มีการร้องเรียนที่เกี่ยวกับเรื่องการแจ้งเบาะแสร้องการกระทำผิด

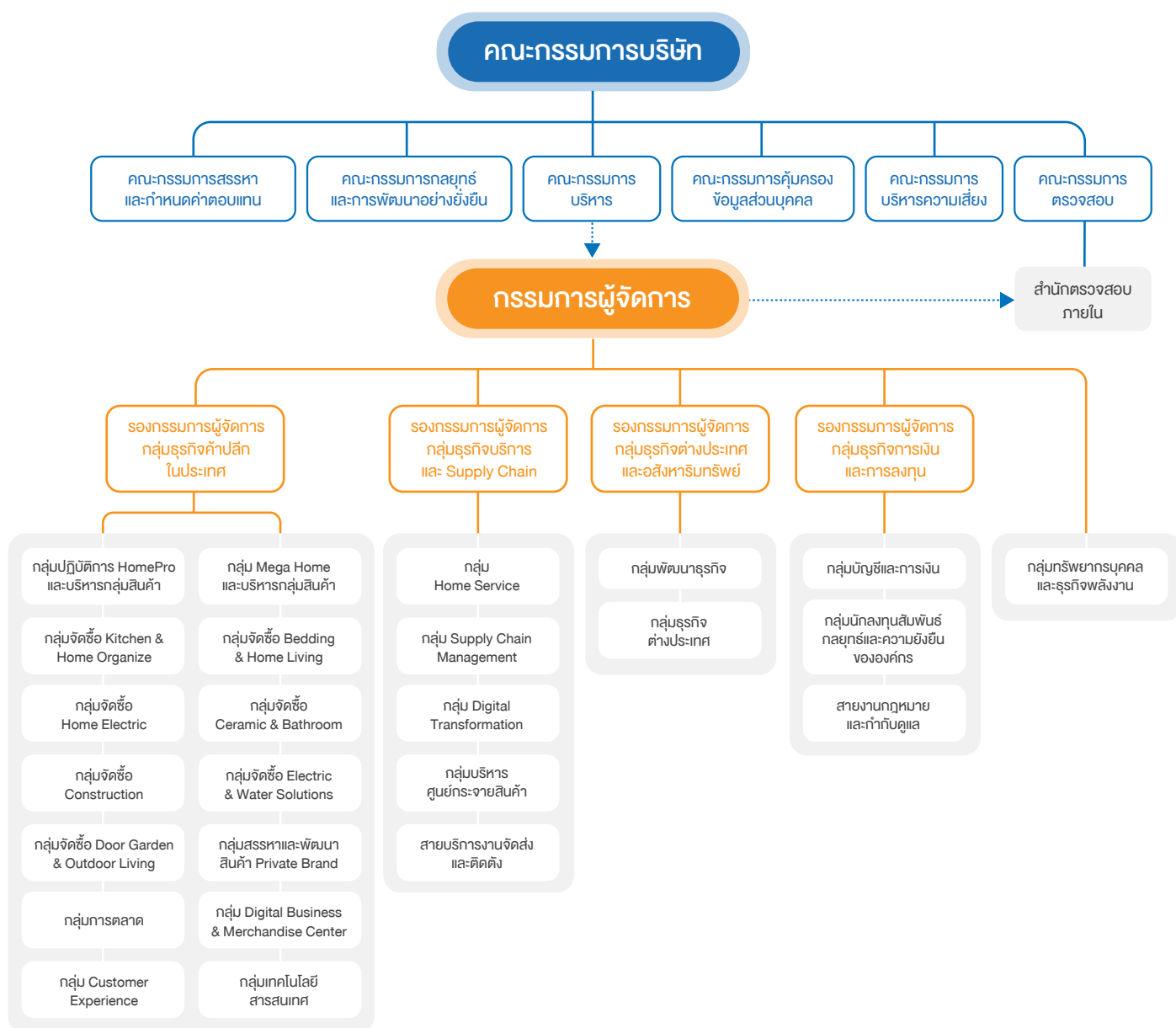
โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการและอื่นๆ

ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงาน และอื่นๆ

1. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

แผนผังองค์กร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567



2. ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ



โครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ 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

- กรรมการอิสระ 4 ท่าน หรือคิดเป็นอัตราส่วนมากกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด โดยมีความเป็นอิสระจากผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 10 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร 1 ท่าน
- ในช่วง 2 ปีก่อนได้รับการแต่งตั้ง กรรมการทุกท่านไม่เคยเป็นพนักงาน ผู้ถือหุ้น หรือหุ้นส่วนของบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้สอบบัญชีภายนอกที่ตรวจสอบงบการเงินให้กับบริษัทฯ และบริษัทย่อย
- ระยะเวลาเฉลี่ยของการดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริษัทอยู่ที่ 9.64 ปี

รายชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการบริษัท

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง	ประเภทของกรรมการ
1. นายอนันต์ อัสวโกสิน	ประธานกรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
3. นายบุญสม เลิศศิริวงษ์	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ
4. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กรรมการบริหาร และกรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
5. นายระเกียรติ ศรีมิ่งคล	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ
6. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ
7. นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ
8. นายอาชวิน อัสวโกสิน	กรรมการบริหาร และกรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
9. นางสาวรณดา พุทธประสาธ	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
10. นางสาววริทธิ์ อุดมคุณธรรม	กรรมการ	กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร
11. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการ และกรรมการผู้จัดการ	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร

หมายเหตุ:

- นางสาววรรณี จันทามงคล รองกรรมการผู้จัดการกลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการบริษัท
- คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้หญิง 3 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้ชาย 8 ท่าน
- กรรมการบริษัท 11 ท่าน ประกอบด้วย กรรมการอิสระ 4 ท่าน กรรมการที่เป็นผู้บริหาร 1 ท่าน และกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 6 ท่าน
- กรรมการที่ดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการบริหาร ไม่ใช่นักงาน ผู้บริหาร และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจของบริษัท

กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ได้แก่

1. นายอนันต์ อัสวโกสิน
2. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ
3. นางสาวรณดา พุทธประสาธ
4. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล
5. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี

โดยกรรมการสองในห้าท่านลงลายมือชื่อร่วมกันพร้อมประทับตราบริษัท

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการแบ่งอำนาจหน้าที่ โดยได้กำหนดอำนาจอนุมัติและดำเนินการของบริษัทฯ และบริษัทย่อยไว้ อย่างชัดเจนตามประเภทของธุรกรรม เพื่อกระจายอำนาจหน้าที่ ในการตัดสินใจและสั่งการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และเป็นแนวทางให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานใช้เป็นคู่มือในการปฏิบัติงาน โดยเรื่องที่อยู่ในอำนาจอนุมัติของกรรมการบริษัท ได้แก่ แผนงานประจำปี งบประมาณประจำปีขององค์กรและแต่ละหน่วยธุรกิจ (Organization and Business Unit) และนโยบายการจ่ายเงินปันผล เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจและหน้าที่บริหารงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ และข้อบังคับของบริษัทฯ ตลอดจนมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยคำนึงถึงความระมัดระวัง ในการรักษาผลประโยชน์ของบริษัทฯ

2. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงกำกับดูแลให้ฝ่ายบริหารดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้น
3. คณะกรรมการบริษัทมีอำนาจในการแต่งตั้งกรรมการจำนวนหนึ่งให้เป็นคณะกรรมการชุดย่อย อันประกอบไปด้วย คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการชุดย่อยอื่นๆ ตามเหตุการณ์และความเหมาะสม โดยมีจำนวนกรรมการในแต่ละชุดตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด เพื่อปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย
4. คณะกรรมการบริษัทอาจมอบหมายให้กรรมการคนหนึ่งหรือหลายคน หรือบุคคลอื่นใด ปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งแทนคณะกรรมการได้ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ หรืออาจมอบอำนาจให้บุคคลดังกล่าว มีอำนาจตามที่คณะกรรมการเห็นสมควรและภายในเวลาที่กรรมการเห็นสมควร และคณะกรรมการอาจยกเลิก เพิกถอน เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไขอำนาจนั้นๆ ได้
5. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่พิจารณาและอนุมัติเป้าหมายการดำเนินงาน รวมถึงประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อย ประธานกรรมการชุดย่อย คณะกรรมการเฉพาะกิจ และกรรมการผู้จัดการ
6. คณะกรรมการบริษัทต้องมีการประชุมอย่างน้อยสามเดือนต่อครั้ง เพื่อติดตามความคืบหน้าการดำเนินงาน และพิจารณาเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ

7. กรรมการบริษัทต้องไม่ประกอบกิจการซึ่งมีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดชอบในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการของบริษัทเอกชนหรือบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ตนเองหรือประโยชน์ผู้อื่น เว้นแต่จะได้แจ้งที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนที่จะมีมติแต่งตั้ง
8. การตัดสินใจในการลงทุนที่มีมูลค่าสูงที่ไม่ใช่การดำเนินงานตามปกติของบริษัท คณะกรรมการบริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.)
9. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำกับดูแลกิจการให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม ดูแลไม่ให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท
10. กรรมการต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบทันทีที่มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในสัญญาใด ๆ หรือถือหุ้น หรือหุ้นกู้ในบริษัท และบริษัทในเครือ
11. กรรมการบริษัทที่มีส่วนได้เสียในเรื่องใด จะไม่มีสิทธิออกเสียงในเรื่องนั้น
12. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ดูแลให้มีกระบวนการในการประเมินความเหมาะสมของการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
13. คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่กำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างครอบคลุม และดูแลให้ผู้บริหารมีระบบหรือกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความเสี่ยง
14. คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทในการสนับสนุนให้บริษัทฯ ดำเนินและบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน ตามแนวทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, Governance: ESG) เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งเข้าร่วมเป็นสมาชิก United Nations Global Compact (UNGC) โดยนำหลัก Universal Sustainability Principles ทั้งสิบประการ มาประยุกต์ใช้กับความยั่งยืนองค์กร ทั้งในด้านสิทธิมนุษยชน ด้านแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านต่อต้านการทุจริต รวมถึงมีการกำหนดเป้าหมายในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการประกอบกิจการเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) เป็นต้น
15. ในกรณีที่ประชุมมีการลงคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานกรรมการเป็นผู้ชี้ขาด

อำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการ

1. สนับสนุนและควบคุมให้การปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามมาตรฐานสูงสุดของหลักธรรมาภิบาล
2. สนับสนุนให้มีช่องทางและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้ถือหุ้น หน่วยงานของราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

3. กำหนดวาระการประชุม ควบคุม และดำเนินการประชุมของคณะกรรมการบริษัทรวมถึงการเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หลักการและเหตุผล เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ
4. กำหนดขั้นตอนหรือวิธีการสรรหาและแต่งตั้งคณะกรรมการ และกรรมการชุดย่อยให้เป็นไปอย่างเหมาะสม และสามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานของบริษัท ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. กำหนดให้มีการปฐมนิเทศ หรือให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท แก่กรรมการและกรรมการที่ได้รับตำแหน่งกรรมการใหม่ เพื่อให้กรรมการใหม่มีความเข้าใจในธุรกิจของบริษัท และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. สนับสนุนกรรมการผู้จัดการในการพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงการให้คำแนะนำในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ
7. สนับสนุนให้มีการสื่อสารและสร้างสัมพันธที่ดีระหว่างกรรมการบริหารและกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหาร

วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัท

ในการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี กรรมการจะพ้นจากวาระจำนวน 1 ใน 3 โดยกรรมการที่ดำรงตำแหน่งนานที่สุดจะเป็นผู้ที่พ้นจากวาระ และอาจได้รับการเลือกตั้งเข้ามาดำรงตำแหน่งใหม่ได้นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระแล้ว กรรมการจะพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

1. ลาออก
2. ตาย
3. ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 68 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535
4. ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออกตามมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535
5. ศาลมีคำสั่งให้ออก

กรรมการอิสระ

กรรมการอิสระ หมายถึง กรรมการที่มีความเป็นอิสระในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของบริษัท โดยจะต้องเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือส่วนได้เสียต่อผลการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม

กรรมการอิสระของบริษัท มีจำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายบุญสม เลิศทวีวิวงศ์	กรรมการอิสระ
2. นายระพีพร ศรีมงคล	กรรมการอิสระ
3. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการอิสระ
4. นายพรภูมิ สารสิน	กรรมการอิสระ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดคุณสมบัติความเป็นอิสระไว้เข้มงวดกว่าข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ถือหุ้นในบริษัทฯ บริษัทในเครือ บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้อง น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ ทั้งนี้ให้นับรวมหุ้นที่ถือโดยผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย
2. มีความเป็นอิสระทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งในด้านการเงิน และการบริหารงานของบริษัทฯ หรือบริษัทร่วม บริษัทย่อย ผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ และรวมถึงไม่มีผลประโยชน์หรือส่วนได้เสียในลักษณะดังกล่าวในระยะเวลา 2 ปี ก่อนได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการอิสระ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาอย่างรอบคอบแล้วเห็นว่าการเคยมีผลประโยชน์หรือส่วนได้เสียนั้น จะไม่มีผลกระทบต่อ การปฏิบัติหน้าที่และการให้ความเห็นที่เป็นอิสระ
3. ต้องไม่เป็นการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเป็นตัวแทนเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกรรมการบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ
4. ต้องไม่เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการบริหารงาน รวมทั้งไม่เป็นลูกจ้าง พนักงาน หรือที่ปรึกษาที่ได้รับเงินเดือนประจำใน บริษัทฯ บริษัทในเครือ บริษัทร่วม บริษัทที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ
5. ต้องไม่เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องหรือญาติสนิทของผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ
6. สามารถปฏิบัติหน้าที่และแสดงความเห็น หรือรายงานผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทได้โดยอิสระ โดยไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือญาติสนิทของบุคคลดังกล่าว
7. ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้อย่างเป็นอิสระ

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการชุดย่อย

ประกอบด้วยคณะกรรมการ 6 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร และคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยรายละเอียดมีดังนี้

2.1 คณะกรรมการบริหาร

โดยคณะกรรมการบริหารทั้ง 3 ท่าน ไม่ใช่พนักงาน ผู้บริหาร และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจของบริษัทฯ โดยมีรายชื่อและตำแหน่ง ดังนี้

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร
2. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	กรรมการบริหาร
3. นายอาชวิณ อัสวโกคิน	กรรมการบริหาร

หมายเหตุ:

- มีนายศุภชัย บุญญวิจิตร ผู้จัดการทั่วไป - ฝ่ายการเงิน ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ คณะกรรมการบริหาร

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

1. พิจารณาและกลั่นกรองเรื่องที่ต้องตัดสินใจเบื้องต้น ก่อนเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
2. พิจารณาการลงทุน การขยายสาขา การจัดสรรงบประมาณประจำปี และการเสนอแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
3. พิจารณาเรื่องที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท และดำเนินสั่งการวางแผนให้ตรงตามวัตถุประสงค์และเหมาะสมภายใต้ขอบเขตนโยบายของบริษัทฯ
4. ติดตามผลการปฏิบัติงานเป็นรายเดือน เพื่อรายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และชี้แนะแนวทางแก้ไขปรับปรุงที่เหมาะสม
5. พิจารณาอนุมัติแต่งตั้งที่ปรึกษาด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ
6. ดำเนินการอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายและเห็นสมควรจากประธานกรรมการบริษัท และ/หรือประธานกรรมการบริหาร

วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการบริหาร

1. กรรมการบริหารจะพ้นจากตำแหน่งเมื่อ
 - 1.1 ครบกำหนดตามวาระ
 - 1.2 ตาย
 - 1.3 ลาออก
 - 1.4 ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 68 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535
 - 1.5 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นลงมติให้ออกตามมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535
 - 1.6 ศาลมีคำสั่งให้ออก
 - 1.7 คณะกรรมการบริษัทมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง
2. กรณีการลาออก ให้ยื่นใบลาต่อประธานกรรมการบริษัทล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
3. กรณีที่มีตำแหน่งว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเป็นกรรมการบริหาร เพื่อให้มีจำนวนครบตามที่คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับ

2.2 คณะกรรมการตรวจสอบ

รายชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการตรวจสอบ

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายบุญสม เลิศศิริวงษ์	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ
2. นายระเฑียร ศรีมงคล	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ
3. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ

หมายเหตุ:

- มีนายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์ ผู้จัดการทั่วไป-สำนักตรวจสอบภายใน ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ
- ผศ.ดร. เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์ เป็นกรรมการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านบัญชีและการเงิน

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

1. สอบทานรายการทางการเงินของบริษัทฯ ให้มีความถูกต้องครบถ้วน ตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไปและมีการเปิดเผยอย่างเพียงพอ
2. สอบทานระบบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการ ในกิจกรรมดำเนินงานของหน่วยงาน เพื่อให้บริษัท บรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ และบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งที่เป็นปัจจุบันและอนาคต (Emerging Risk) เช่น ภัยคุกคามด้านไซเบอร์ กฎหมายที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยให้ความสำคัญต่อการมีระบบควบคุมภายในที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ ตามหลักการบริหารกิจการที่ดี (CG Code)
3. สอบทานให้มีการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจริยธรรมธุรกิจอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
4. สอบทานให้บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ
5. พิจารณารายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
6. สอบทานให้บริษัทฯ มีระบบการบริหารและจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และมีการสื่อสารกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้เข้าใจความเสี่ยงที่สำคัญ
7. สอบทานและพิจารณาร่วมกับผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับรายงานทางการเงิน ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะ
8. พิจารณา คัดเลือก เสนอแต่งตั้ง บุคคลซึ่งมีความเป็นอิสระเพื่อทำหน้าที่ผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ตลอดจนการพิจารณาถอดถอนผู้สอบบัญชี และนำเสนอคำตอบแทนผู้สอบบัญชีต่อคณะกรรมการบริษัท

9. พิจารณาความเป็นอิสระของสำนักตรวจสอบภายใน ตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย และเลิกจ้าง รวมทั้งการพิจารณาผลการปฏิบัติงานประจำปีของหัวหน้าสำนักตรวจสอบภายใน
10. กำกับดูแลการปฏิบัติงานของสำนักตรวจสอบภายใน ในระดับนโยบาย และการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน โดยพิจารณาให้อนุมัติกฎบัตรของสำนักงานตรวจสอบภายใน
11. พิจารณาอนุมัติแผนงานตรวจสอบภายในประจำปี รวมทั้งพิจารณาขอบเขตการตรวจสอบ และแผนการตรวจสอบของสำนักตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ให้มีความสัมพันธ์เกื้อกูลกัน
12. ประสานให้คณะกรรมการตรวจสอบ ฝ่ายบริหาร สำนักตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชี มีความเข้าใจให้อยู่แนวทางเดียวกัน รวมทั้งติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าฝ่ายบริหารมีการดำเนินการตามข้อเสนอแนะอย่างเพียงพอ มีประสิทธิภาพ และภายในเวลาที่เหมาะสม
13. สอบทานและพิจารณาร่วมกับสำนักตรวจสอบภายในเกี่ยวกับผลการตรวจสอบ ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะ
14. สอบทานและแก้ไขกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำทุกปี หรือตามความจำเป็น เพื่อให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์กร และนำเสนอคณะกรรมการบริษัท พิจารณาอนุมัติ
15. ดำเนินการตรวจสอบเรื่องที่ได้รับแจ้งจากผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ในกรณีที่ผู้สอบบัญชีพบพฤติกรรมอันควรสงสัยว่า กรรมการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้กระทำความผิดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 และรายงานผลการตรวจสอบในเบื้องต้นให้แก่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ ทราบภายในเวลา 30 วัน นับตั้งแต่วันที่รับแจ้งจากผู้สอบบัญชี
16. ดำเนินการตรวจสอบเรื่องที่ได้รับแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียน โดยต้องทำให้ผู้แจ้งเบาะแสมั่นใจได้ว่ามีกระบวนการสอบสวนที่เป็นอิสระ และมีการดำเนินการในการติดตามที่เหมาะสม ทั้งนี้ข้อมูลของผู้แจ้งเบาะแสและเรื่องที่แจ้งจะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อป้องกันกรณีถูกละเมิดสิทธิ
17. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนด หรือคณะกรรมการบริษัทมอบหมาย หรือตามความเห็นชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ
18. จัดทำรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ ซึ่งรายงานดังกล่าวต้องลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ และต้องประกอบด้วยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - 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 รายการอื่นที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทฯ

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 ให้คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามกฎหมายนี้ เป็นกรรมการตรวจสอบให้ครบถ้วนทันที หรืออย่างช้าภายใน 3 เดือนนับแต่วันที่จำนวนกรรมการไม่ครบถ้วน เพื่อให้มีจำนวนครบตามที่ได้กำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับนี้ โดยบุคคลที่เข้าเป็นกรรมการตรวจสอบแทน อยู่ในตำแหน่งได้เพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการตรวจสอบซึ่งพ้นจากตำแหน่งท่านนั้น

2.3. คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

รายชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายนพพร สุนทรจิตต์เจริญ	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
3. นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

หมายเหตุ:

- มีนายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการกลุ่มทรัพยากรบุคคล และธุรกิจพลังงาน ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

1. ทำหน้าที่คัดเลือกบุคคลที่สมควรได้รับการเสนอรายชื่อเป็นกรรมการใหม่ หรือสรรหากรรมการผู้จัดการ
2. กำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การสรรหากรรมการบริษัท หรือกรรมการผู้จัดการ เพื่อให้กระบวนการสรรหาเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม
3. กำหนดวิธีการและหลักเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทน และผลประโยชน์อื่นใด ให้แก่คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยที่คณะกรรมการบริษัทแต่งตั้ง ที่เป็นธรรมและสมเหตุสมผล และนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติ
4. พิจารณาเสนอแนะการกำหนดค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นใด โดยคำนึงถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการผู้จัดการ ตลอดจนพิจารณาหลักเกณฑ์และประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการ เพื่อกำหนดผลตอบแทนการปฏิบัติงานประจำปี
5. พิจารณาทบทวนโครงสร้าง หลักเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับค่าตอบแทนตามข้อ 3 และข้อ 4 ให้เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และให้สอดคล้องกับภาวะตลาด
6. พิจารณางบประมาณเกี่ยวกับการขึ้นเงินเดือนและเงินรางวัลประจำปี สวัสดิการ โครงสร้างหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับค่าตอบแทนของพนักงาน ตลอดจนผลประโยชน์อื่นใดของพนักงานบริษัทฯ และบริษัทในเครือ
7. จัดทำรายงานการปฏิบัติงานเสนอคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 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 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด 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 นายวีรพันธ์ อังสุมาลี (กรรมการผู้จัดการ/กรรมการที่เป็นผู้บริหาร) รวมถึงตัวแทนจากหน่วยงานหลักของบริษัทฯ หรือหน่วยงานที่เป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) ซึ่งทำงานร่วมกับฝ่ายตรวจสอบภายใน โดยในปี 2567 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการประชุมรวมทั้งสิ้น 4 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง และมีโครงสร้างการดำเนินงานที่เป็นอิสระจากฝ่ายบริหาร โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ ที่ครอบคลุมดังนี้

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร)
2. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (กรรมการผู้จัดการ/ กรรมการที่เป็นผู้บริหาร)
3. นางสาววรรณิ์ จันทมงคล	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (รองกรรมการผู้จัดการกลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน)
4. นางสาวจารุโสภา ธรรมภิกขานนท์	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ตัวแทนด้านการจัดซื้อ)
5. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ตัวแทนด้านทรัพยากรบุคคลและธุรกิจพลังงาน)
6. นางสาวสุดาภา ชะมด	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ตัวแทนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ)
7. นางสาวสันนิษา สว่างพันธ์	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (ตัวแทนด้านการจัดการสินค้าคงคลัง)

หมายเหตุ: มีนายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์ ผู้จัดการทั่วไปสำนักตรวจสอบภายในทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

- 1. กำหนดนโยบายและกรอบบริหารความเสี่ยงขององค์กร นำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท พิจารณาให้ความเห็นและอนุมัติ รวมถึงให้คำแนะนำแก่คณะกรรมการและฝ่ายจัดการในเรื่องการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร
- 2. พิจารณาการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ขององค์กร และกำหนดเกณฑ์และขอบเขตของความเสี่ยงพร้อมทั้งติดตามอย่างสม่ำเสมอ
- 3. พิจารณาความเสี่ยงที่สำคัญ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายทิศทางองค์กร และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ ทั้งความเสี่ยงเกิดขึ้นในปัจจุบัน หรือที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมและสภาวะการดำเนินธุรกิจ (Emerging Risk) พร้อมทั้งติดตาม ประเมินระดับของความเสี่ยง ปรับปรุงแผนการดำเนินงาน มาตราการจัดการ หรือลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้
- 4. รายงานผลการกำกับดูแลการประเมินความเสี่ยงและการดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง ภายหลังการตรวจสอบและรับรองโดยคณะกรรมการตรวจสอบ ในกรณีที่มีเรื่องสำคัญซึ่งกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ จะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาโดยเร็ว
- 5. ดูแลและสนับสนุนให้แผนและมาตรการการบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมให้มีการปรับปรุงและพัฒนาให้แผนและมาตรการนั้นมีความเหมาะสมตามสภาพแวดล้อมและสภาวะการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อส่งเสริมให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
- 6. ทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงขององค์กรเป็นประจำ เพื่อให้แน่ใจว่ากรอบการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวยังคงสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพการดำเนินธุรกิจในภาพรวม
- 7. ให้ความรู้และวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ด้านการบริหารความเสี่ยงแก่คณะกรรมการบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าคณะกรรมการบริษัทได้รับความรู้และวิธีปฏิบัติต่าง ๆ อย่างเป็นปัจจุบันผ่านการประชุมในทุก ๆ ไตรมาส
- 8. เปิดเผยรายงานของคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ

2.5 คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความยั่งยืน โดยมีคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์และนโยบายด้านความยั่งยืน เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, Governance: ESG) ตามแนวทางของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDG) ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนและร่วมเป็นสมาชิกองค์กร United Nations Global Compact (UNGC) รวมถึงมีการกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจากการประกอบกิจการเป็นศูนย์ภายในปี 2593 (Net Zero 2050) โดยขับเคลื่อนนโยบายด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้

ในปี 2567 คณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 4 ครั้ง โดยกรรมการทุกท่านได้เข้าร่วมประชุมครบทุกครั้ง

รายชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากคณะกรรมการบริษัท จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล และนายวีรพันธ์ อังสุมาลี มีรายละเอียดดังนี้

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
2. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
3. นายทัญญู วิสุทธิโกศล	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
4. นายชัยยุทธ กริณยโสภณ	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
5. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
6. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
7. นางสาวอิชฎาพร ศรีสุขวัฒนา	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
8. นางสาวจารุโสภา ธรรมกถิกานนท์	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
9. นางสาวสุตาภา ชะมด	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร
10. นางสาวเสาวณีย์ สิริวิทยกุล	กรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

หมายเหตุ: มีนายรักพงศ์ อรุณวัฒนา ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ-กลุ่มนักลงทุนสัมพันธ์ กลยุทธ์ และความยั่งยืนขององค์กร ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

- กำหนดและทบทวนนโยบายกลยุทธ์แผนการดำเนินงานและเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทฯ
- กำกับ ดูแล ให้คำปรึกษา สนับสนุน ส่งเสริม และทบทวนการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร เพื่อนำไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม
- สร้างสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจ การดูแลสิ่งแวดล้อม และการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมและชุมชน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน
- 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
2. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
3. นางสาวสุตาภา ชะมด	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
4. นางสาวเสาวณีย์ สิริวิทยกุล	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
5. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
6. นายอาทรทัศน์ ไชยอนันต์	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
7. นางอริติ ทวีลาภ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
8. นางสาวรณดา ฉายประสาธ	กรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
9. นางกมลทิพย์ อมรรียะกุล	กรรมการและเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO)

หมายเหตุ

- มีนางสุรณดา ฉายประสาธ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ – กลุ่มงาน Customer Experience ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- มีนางกมลทิพย์ อมรรียะกุล ผู้จัดการทั่วไป-สายกฎหมายและกำกับดูแล ทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) ของบริษัทฯ

ทั้งนี้ นายวีรพันธ์ อังสุมาลี ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรและเป็นตัวแทนคณะกรรมการบริษัทเพื่อบริหารจัดการเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

1. กำหนดนโยบาย แผนการดำเนินการ และเป้าหมายด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

2. กำกับ ดูแล ให้คำปรึกษา สนับสนุน ส่งเสริม และทบทวนการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กร เพื่อนำไปสู่สภาพปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ
3. ติดตามผลการดำเนินงานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างสม่ำเสมอ และรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องอย่างโปร่งใสและทันเวลา

4. คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ เพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

3. ข้อมูลกรรมการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่งใน บมจ. โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์	บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ	บจ. เบกาโฮบ เซ็นเตอร์	บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์	Home Product Center (Malaysia)	*Home Product Center (Vietnam)	บจ. วันสต็อก โฮม
1. นายอนันต์ อัสวโกคิน	ประธานกรรมการ	-	-	-	-	-	-
2. นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร กรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการ	ประธาน กรรมการ	ประธาน กรรมการ	ประธาน กรรมการ	ประธาน กรรมการ	-	-
3. นายบุญสม เลิศศิริวงษ์	ประธานคณะกรรมการ ตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-	-
4. นายนพร สุนทรจิตต์เจริญ	ประธานคณะกรรมการ สรรหาและกำหนด ค่าตอบแทน กรรมการบริหาร และกรรมการ	-	-	-	-	-	-
5. นายระพีพร ศรีมงคล	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-	-
6. ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-	-
7. นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหา และกำหนด ค่าตอบแทน และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-	-
8. นายอาชวิน อัสวโกคิน	กรรมการบริหาร และกรรมการ	-	-	-	-	-	-
9. นางสาวรณนา พุทประสาธ	กรรมการ	-	-	-	-	-	-
10. นางสาววริภรณ์ อุดมคุณธรรม	กรรมการ	-	-	-	-	-	-
11. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการ ผู้จัดการ และกรรมการ	กรรมการ	กรรมการ ผู้จัดการ และกรรมการ	กรรมการ	กรรมการ	-	กรรมการ

*หมายเหตุ: บริษัท Home Product Center Vietnam Company Limited อยู่ในขั้นตอนการจัดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชี

4. รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงการถือครองหุ้นของบริษัทฯ ของกรรมการในปี 2567

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	จำนวนหุ้นที่ถือ ณ 1 ม.ค. 67	จำนวนหุ้นที่เปลี่ยนแปลง	จำนวนหุ้นที่ถือ ณ 31 ธ.ค. 67	สัดส่วนการถือหุ้น (%)	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธ.ค. 67 (บาท)
1	นายอนันต์ อัสวโกคิน	ประธานกรรมการ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
2	นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล	ประธานคณะกรรมการบริหาร กรรมการสรรหาและกำหนด ค่าตอบแทน และกรรมการ	142,122,189	-	142,122,189	1.08%	1,335,948,577
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
3	นายบุญสม เลิศหิรัญวงศ์	ประธาน คณะกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
4	นายนพ สุนทรจิตต์เจริญ	ประธาน คณะกรรมการสรรหาและ กำหนดค่าตอบแทน กรรมการ บริหาร และกรรมการ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
5	นายระพีพร ศรีมงคล	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
6	ผศ.ดร.เกษรา อัญลักษณ์ภาคย์	กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
7	นายพรวุฒิ สารสิน	กรรมการสรรหาและกำหนด ค่าตอบแทน และกรรมการอิสระ	503,446	1,481,400	1,984,846	0.02%	18,657,552
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
8	นายอาชวิน อัสวโกคิน	กรรมการบริหาร และกรรมการ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
9	นางสุวรรณา พุทธประสาท	กรรมการ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
10	นางสาววีรณ อดุลคุณธรรม	กรรมการ	8,408,200	-	8,408,200	0.06%	79,037,080
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-
11	นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการผู้จัดการ และกรรมการ	5,497,670	180,796	5,678,466	0.04%	53,377,580
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ		-	-	-	-	-

หมายเหตุ:

- ราคาปิดหุ้น HMPRO ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เท่ากับ 9.40 บาท
- นายพรวุฒิ สารสิน ได้มีการแปลงสภาพหุ้นกู้ที่มีอนุพันธ์แฝง จำนวน 20,000 หน่วย ซึ่งครบกำหนด เป็นหุ้นสามัญ HMPRO จำนวน 1,481,400 หุ้น

5. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีผู้บริหารตามนิตยสารประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด 25 ท่าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายวีรพันธ์ อังสุมาลี	กรรมการผู้จัดการ
2. นายชัยยุทธ กรณียโสภณ	รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจบริการและ Supply Chain Management
3. นายวทีญญ วิสุทธิโกศล	รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจต่างประเทศและอสังหาริมทรัพย์
4. นางสาววรรณิ์ จันทงามคล	รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
5. นางอุไรวรรณ ตันติพิริยะกิจ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการ HomePro และบริหารกลุ่มสินค้า
6. นายวิเชียร เจียมวิจิตรกุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มปฏิบัติการ Mega Home และบริหารกลุ่มสินค้า
7. นายวรพจน์ เตชะธาดากุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Kitchen & Home Organize
8. *นางสาวจารุโสภา ธรรมกถิกานนท์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Bedding & Home Living
9. นางสาวสมใจ มธุรร	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Home Electric
10. นายธนะวัฒน์ คลังสุนทรรังษี	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Ceramic & Bathroom
11. นายธีระพงศ์ สัมพันธ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Construction
12. นายแสงศักดิ์ สรกิจ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Electric & Water Solutions
13. นางสาวอิชฎพร ศรีสุขวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Door Garden & Outdoor Living
14. นางนงรัตน์ ฉัตรรัตนพงศ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มสรรหาและพัฒนาสินค้า Private Brand
15. นางสาวเสาวณีย์ สิริวิทยกุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มการตลาด
16. นางอภิตี ทวีลาภ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Digital Business & Merchandise Center
17. นางสาวจนาภา ฉายประสาธ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Customer Experience
18. นางสาวสุดาภา ชะมด	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ
19. นางสาวมนพัทธ์ พงษ์ปรีดาจิต	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Home Service
20. นางสาวสันนิษา สว่างพันธ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Supply Chain Management
21. *นางพรสุข ดำรงศิริ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Digital Transformation
22. นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มบัญชีและการเงิน
23. นายรักพงศ์ อรุณวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มนักลงทุนสัมพันธ์ กลยุทธ์ และความยั่งยืนองค์กร
24. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มทรัพยากรบุคคลและธุรกิจพลังงาน
25. นายวรา ปัทมาลัย	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - ศูนย์กระจายสินค้า

หมายเหตุ:

- *ในปี 2567 ได้มีผู้บริหารเกษียณอายุงานจำนวน 2 ท่าน ได้แก่ นางพรสุข ดำรงศิริ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Digital Transformation) และนางสาวจารุโสภา ธรรมกถิกานนท์ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Bedding & Home Living) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นต้นไป

ผู้บริหารที่มีอำนาจควบคุมบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ชื่อ – นามสกุล	บมจ. โอบ โฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์	บริษัทย่อย					บริษัทร่วม
		บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ	บจ. เมกาโฮม เซ็นเตอร์	บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์	Home Product Center (Malaysia)	*Home Product Center (Vietnam)	บจ.วันสต็อป โฮม
1. นายชัยยุทธ กรณยศโสมณ	รองกรรมการผู้จัดการ	-	-	กรรมการ ผู้จัดการ และกรรมการ	-	-	-
2. นายทัญญู วิสุทธิโกศล	รองกรรมการผู้จัดการ	กรรมการ ผู้จัดการ และกรรมการ	กรรมการ	-	กรรมการ ผู้จัดการ และกรรมการ	กรรมการ ผู้จัดการ และกรรมการ	-
3. นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	รองกรรมการผู้จัดการ	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ	-	-
4. นางอุไรวรรณ ตันติพิริยะกิจ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
5. นายวิเชียร เจียมวิจิตรกุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
6. นายวรพจน์ เตชะธาดากุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
7. *นางสาวจารุโสภา ธรรมกถิกานนท์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
8. นางสาวสมใจ มธุพร	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
9. นายธนะวัฒน์ คลังสุนทรรังษี	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
10. นายธีระพงศ์ สัมพันธ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
11. นายแสงศักดิ์ ศรีกิจ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
12. นางสาวอิชฎาพร ศรีสุขวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
13. นางนงรัตน์ ฉัตรรัตนพงศ์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
14. นางสาวเสาวณีย์ สิริวิทยกุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
15. นางสาวอภิรดี ทวีลาภ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
16. นางสาวรงคนา ฉายประสาธ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
17. นางสาวสุดาภา ชะมด	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
18. นางสาวมนพัทธ์ พงษ์ปรีดาจิต	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
19. นางสาวสันนิภา สว่างพิน	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
20. *นางพรสุข ดำรงศิริ	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
21. นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
22. นายรักพงศ์ อรุณวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-
23. นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	กรรมการ	กรรมการ	กรรมการ	-	-	-
24. นายวรา ปัทมาลัย	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ:

- * ในปี 2567 ได้มีผู้บริหารเกษียณอายุงานจำนวน 2 ท่าน ได้แก่ นางพรสุข ดำรงศิริ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Digital Transformation) และนางสาวจารุโสภา ธรรมกถิกานนท์ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Bedding & Home Living) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นต้นไป
- บริษัท Home Product Center Vietnam Company Limited อยู่ในขั้นตอนการจดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชี

รายละเอียดการเปลี่ยนแปลงการถือครองหุ้นของบริษัทฯ ของผู้บริหาร ในปี 2567

ลำดับ	ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง	จำนวนหุ้นที่ถือ ณ 1 ม.ค. 67	จำนวนหุ้น ที่เปลี่ยนแปลง	จำนวนหุ้นที่ถือ ณ 31 ธ.ค. 67	สัดส่วน การถือหุ้น (%)	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธ.ค. 67 (บาท)
1	นายชัยยุทธ กรณย์โสภณ	รองกรรมการ	2,000,666	-	2,000,666	0.02%	18,806,260
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	134,400	-	134,400	0.001%	1,263,360
2	นายทัญญู วิสุทธิโกศล	รองกรรมการ	10,060,361	73,890	10,134,251	0.08%	95,261,959
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
3	นางสาววรรณิ์ จันทามงคล	รองกรรมการ	11,238,135	70,608	11,308,743	0.09%	106,302,184
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
4	นางสาวอุไรวรรณ ตันติพิริยะกิจ	ผู้ช่วยกรรมการ	521,906	67,819	589,725	0.004%	5,543,415
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
5	นายวิเชียร เจียมวิจิตรกุล	ผู้ช่วยกรรมการ	73,798	34,281	108,079	0.001%	1,015,943
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
6	นายวรพจน์ เตชะธาดากุล	ผู้ช่วยกรรมการ	101,803	43,023	144,826	0.001%	1,361,364
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
7	*นางสาวจารุโสภา ธรรมกถิกานนท์	ผู้ช่วยกรรมการ	10,844,174	55,407	10,899,581	0.08%	102,456,061
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
8	นางสาวสมใจ มธุรพร	ผู้ช่วยกรรมการ	340,535	35,553	376,088	0.003%	3,535,227
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
9	นายธนะวัฒน์ คลังสุนทรรังษี	ผู้ช่วยกรรมการ	670,348	70,729	741,077	0.01%	6,966,124
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
10	นายธีระพงศ์ สัมพันธ์	ผู้ช่วยกรรมการ	101,696	45,939	147,635	0.001%	1,387,769
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	12,000	-	12,000	0.0001%	112,800
11	นายแสงศักดิ์ ศรีกิจ	ผู้ช่วยกรรมการ	-	36,703	36,703	0.0003%	345,008
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
12	นางสาวอริษฎพร ศรีสุขวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการ	151,682	43,054	194,736	0.001%	1,830,518
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
13	นางนงรัตน์ ฉัตรรัตนพงศ์	ผู้ช่วยกรรมการ	-	46,604	46,604	0.0004%	438,078
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
14	นางสาวเสาวณีย์ สิริวิทย์กุล	ผู้ช่วยกรรมการ	131,338	99,023	230,361	0.002%	2,165,393
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
15	นางอภิรดี ทวีลาภ	ผู้ช่วยกรรมการ	258,955	36,428	295,383	0.002%	2,776,600
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
16	นางสุรางคณา ฉายประสพ	ผู้ช่วยกรรมการ	394,416	30,765	425,181	0.003%	3,996,701
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
17	นางสาวสุดาภา ชะมด	ผู้ช่วยกรรมการ	293,392	37,016	330,408	0.003%	3,105,835
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
18	นางสาวมนพภัฏ พงษ์ปรีดาจิต	ผู้ช่วยกรรมการ	244,684	51,474	296,158	0.002%	2,783,885
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
19	นางสาวลลิตา สว่างพิน	ผู้ช่วยกรรมการ	310,343	45,492	355,835	0.003%	3,344,849
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
20	*นางพรสุข ดำรงศิริ	ผู้ช่วยกรรมการ	283,646	45,672	329,318	0.003%	3,095,589
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
21	นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์	ผู้ช่วยกรรมการ	1,314,207	38,789	1,352,996	0.01%	12,718,162
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
22	นายรักพงศ์ อรุณวัฒนา	ผู้ช่วยกรรมการ	102,735	46,079	148,814	0.001%	1,398,852
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
23	นายนิทัศน์ อรุณทิพย์ไพฑูรย์	ผู้ช่วยกรรมการ	5,748,316	74,381	5,822,697	0.04%	54,733,352
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-
24	นายวรา ปัทมालย์	ผู้ช่วยกรรมการ	-	-	-	-	-
	คู่สมรสและบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ	ผู้จัดการ	-	-	-	-	-

*หมายเหตุ:

- ราคาปิดหุ้น HMPRO ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เท่ากับ 9.40 บาท
- จำนวนหุ้นที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานหรือ EIPJ (Employee Joint Investment Program)
- * ในปี 2567 ได้มีผู้บริหารเกษียณอายุงานจำนวน 2 ท่าน ได้แก่ นางพรสุข ดำรงศิริ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่ม Digital Transformation) และนางสาวจารุโสภา ธรรมกถิกานนท์ (ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มจัดซื้อ Bedding & Home Living) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นต้นไป

คำตอบแทนกรรมการผู้จัดการ และผู้บริหาร

บริษัทฯ พิจารณาจ่ายค่าตอบแทนกรรมการผู้จัดการและผู้บริหาร โดยคำนึงถึงความเป็นธรรมและเหมาะสมตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และเปรียบเทียบกับอัตราค่าตอบแทนของบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ตลอดจนพิจารณาผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อาทิ การเพิ่มขึ้นของยอดขายกลุ่มสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ECO Products) การใช้พลังงานทดแทน (Renewable Energy) จำนวนที่มิใช่ค่าตอบแทนขั้นต่ำ เป็นต้น นอกจากนี้ยังพิจารณาการปฏิบัติงานของผู้บริหารแต่ละคนตามเป้าหมายของงานที่ได้รับมอบหมาย โดยสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนธุรกิจประจำปี ตามแผนกลยุทธ์การจัดการด้านความยั่งยืนประจำปี เพื่อเป็นแรงผลักดันให้กรรมการผู้จัดการและผู้บริหารสร้างความมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กรในระยะยาว โดยมีรายละเอียดดังนี้

คำตอบแทนกรรมการผู้จัดการ

ค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการได้รับการกำหนดอย่างเหมาะสมภายใต้หลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและโปร่งใส โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะเป็นผู้พิจารณาทบทวนค่าตอบแทนของกรรมการผู้จัดการ เพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG) โดยค่าตอบแทนมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงจูงใจและมีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

>> ระยะสั้น

จ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือนและโบนัส โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงาน

>> ระยะยาว

โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 1 (EJIP) ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ถึง 30 มิถุนายน 2561
2. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 2 (EJIP) ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2566
3. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 3 (EJIP) ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการ

จะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว 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 2567 และ 2566 คิดเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 177.21 ล้านบาท และ 153.07 ล้านบาท ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 3.40 เมื่อเทียบกับค่าตอบแทนรวมทั้งหมดของกิจการ ทั้งนี้

ในปี 2567 ค่าตอบแทนระหว่างผู้บริหารชายและผู้บริหารหญิงมีความแตกต่างกันไม่เกิน 10%

>> ระยะยาว

โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 1 (EJIP) ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ถึง 30 มิถุนายน 2561
2. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 2 (EJIP) ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึง 30 มิถุนายน 2566
3. โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 3 (EJIP) ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ผู้บริหารและพนักงานที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินสมทบในการซื้อหุ้นสะสมดังกล่าว โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2571

6. ข้อมูลเกี่ยวกับพนักงานบุคลากร

รายละเอียดจำนวนพนักงาน และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานระหว่างปี 2565 - 2567 มีดังนี้

รายละเอียดพนักงาน	31 ส.ค. 2565	31 ส.ค. 2566	31 ส.ค. 2567
พนักงานของบริษัทฯ			
- สำนักงานใหญ่	1,933	1,985	2,073
- สาขา	6,454	6,596	6,581
พนักงานของบริษัทย่อย	2,972	3,196	3,172
รวม (คน)	11,359	11,777	11,826
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน (ล้านบาท)	4,925	5,242	5,278
กำไรของบริษัท (ล้านบาท)	6,217	6,442	6,504
สัดส่วนกำไรต่อจำนวนพนักงาน (ล้านบาทต่อคน)	0.55	0.55	0.55

หมายเหตุ:

- ข้อมูลเฉพาะพนักงานประจำ ทั้งนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในรายงานการพัฒนาย่างยั่งยืน หน้า 137
- ใช้วิธีนับจำนวนพนักงานผ่านระบบ Human Resources Management System (HRMS)
- จำนวนพนักงานที่ไม่ได้เป็นลูกจ้างโดยตรง 17,937 คน ประกอบด้วยฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายรักษาความสะอาด ฝ่ายป้องกันความสูญเสีย ฝ่ายขาย ฝ่ายธุรการและฝ่ายบริการลูกค้า
- ในปี 2567 ช่องว่างระหว่างค่าตอบแทนเฉลี่ยของพนักงานหญิงและชายเท่ากับร้อยละ 4.31 ช่องว่างระหว่างค่ากลางของค่าตอบแทนพนักงานหญิงและชายเท่ากับร้อยละ 8.85 ช่องว่างระหว่างโบนัสเฉลี่ยของพนักงานหญิงและชายเท่ากับร้อยละ 10.13 ช่องว่างระหว่างค่ากลางของโบนัสพนักงานหญิงและชายเท่ากับร้อยละ 16.12

โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน

เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2566 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงานรุ่นที่ 3 (Employee Joint Investment Program หรือ EJIP) โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ	บริษัท โอ เอส ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
ระยะเวลาโครงการ	ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึง 30 มิถุนายน 2571 รวมระยะเวลา 5 ปี
พนักงานที่มีสิทธิ์เข้าร่วมโครงการ	ผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่าขึ้นไป ซึ่งผ่านทดลองงาน โดยเป็นไปตามความสมัครใจของผู้มีสิทธิเข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้ไม่รวมกรรมการบริษัทและที่ปรึกษาบริษัท
รูปแบบโครงการ	บริษัทฯ จะทำการหักเงินเดือนพนักงานที่สมัครเข้าร่วมโครงการ EJIP โดยสมัครใจ ในอัตราร้อยละ 5 ของเงินเดือน และจะสมทบเงินเต็มจำนวนเท่ากับจำนวนเงินที่ถูกหัก หรือร้อยละ 5 ทั้งนี้ สำหรับพนักงานหลัก (Key Employees) ที่บริษัทฯ กำหนดจะได้รับการสมทบเป็นสองเท่า หรือร้อยละ 10
กำหนดการซื้อหุ้นเข้าโครงการ	ทุกเดือน
เงื่อนไขการถือครองหลักทรัพย์	- ห้ามขายหุ้นใน 3 ปีแรก - ครบ 3 ปีแต่ไม่ถึง 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: กรรมการผู้จัดการบริษัทต้องสร้างความเป็นเจ้าของหุ้น 5 เท่าของฐานเงินเดือนประจำปีของตน ขณะที่คณะผู้บริหารนอกเหนือจากกรรมการผู้จัดการ ต้องสร้างความเป็นเจ้าของหุ้น 3 เท่าของฐานเงินเดือนประจำปีของคณะผู้บริหารภายใน 3-5 ปี
ในปี 2567 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการคิดเป็น 82.02% ของผู้มีสิทธิเข้าร่วมทั้งหมด

โครงการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทฯ จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพโดยมีพนักงานเข้าร่วมโครงการ 10,383 คน คิดเป็นสัดส่วน 87.80% ต่อพนักงานทั้งหมด

Clawback Provision

บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมถึงพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 ในมาตรา 89/7 ว่าด้วย กรรมการและผู้บริหารต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวัง และความซื่อสัตย์สุจริต รวมถึงต้องปฏิบัติตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัท และมติคณะกรรมการ ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น หากมีกรณีที่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน กระทำการหรือละเว้นกระทำการใดอันเป็นการไม่ปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 89/7 บริษัทฯ อาจฟ้องเรียกให้บุคคลเหล่านั้นรับผิดชอบในการส่งคืนประโยชน์ดังกล่าวให้แก่บริษัทฯ ได้ตามมาตรา 89/18 และ 89/19

7. การปฏิรูปนิเทศกรรมการใหม่

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการปฏิรูปนิเทศกรรมการใหม่ โดยเป็นการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ เพื่อให้กรรมการใหม่มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงธุรกิจและการดำเนินงานต่างๆ ของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ จัดเตรียมเอกสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการใหม่ เช่น คู่มือกรรมการบริษัทจดทะเบียน คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ ข้อบังคับของ บริษัทฯ โครงสร้างทุน โครงสร้างผู้ถือหุ้น รายงานประจำปีแบบ 56-1 (One Report) ผลการดำเนินงาน กฎหมาย และข้อพึงปฏิบัติที่ดี รวมถึงหลักสูตรการอบรมกรรมการ เพื่อให้กรรมการใหม่มีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่ได้จัดปฏิรูปนิเทศให้กับกรรมการเนื่องจากไม่มีกรรมการเข้าใหม่

8. แผนพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ จึงได้จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง เพื่อสรรหานุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและพัฒนาให้มีศักยภาพที่จะสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายให้สามารถสืบทอดตำแหน่งได้ทันที หรือภายใน 1 - 2 ปี ทั้งนี้ บริษัทฯ มีขั้นตอนการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. กำหนดตำแหน่งงานสำคัญที่เป็นตำแหน่งงานหลัก (Key Positions) เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ (Purpose) วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กร ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

โดยตำแหน่งงานสำคัญ ประกอบไปด้วย

- กรรมการผู้จัดการและตำแหน่งที่อยู่ในสายธุรกิจหลัก
 - ตำแหน่งที่หาได้ยาก ใช้เวลาในการสรรหาหรือพัฒนามาก
 - ตำแหน่งที่ต้องมีความสามารถ ทักษะเฉพาะทาง และคุณสมบัติพิเศษในตำแหน่งนั้น ๆ
2. กำหนดคุณสมบัติที่จำเป็น (Competency) สำหรับแต่ละตำแหน่ง เพื่อเป็นแนวทางการสรรหา กำหนดแผนฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรตามตำแหน่งนั้น ๆ
 3. กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่ง โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ประสิทธิภาพ ศักยภาพ Competency หลักของตำแหน่งนั้น ๆ และวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการ
 4. พิจารณาคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่งที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ และประเมินความพร้อมของผู้ได้รับการคัดเลือก ทั้งจุดเด่นและเรื่องที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม
 5. วางแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) โดยจัดทำแผนพัฒนาความสามารถรายบุคคลที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับตำแหน่งที่จะสืบทอด
 6. ประเมินผลการพัฒนา และทบทวนการจัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งเป็นประจำทุกปี เพื่อขออนุมัติจากคณะกรรมการ บริษัทฯ โดยสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ในรายงานความยั่งยืน หน้า 69-235

9. เลขาธิการบริษัท

เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2551 คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติให้แต่งตั้ง นางสาววรรณิ จันทามงคล เป็นเลขาธิการบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้แจ้งการแต่งตั้งเลขาธิการบริษัท พร้อมทั้งแจ้งสถานที่เก็บเอกสารสำคัญของบริษัทฯ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แล้ว เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2551

ประวัติเลขาธิการบริษัท

นางสาววรรณิ จันทามงคล (60 ปี)

- รองกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
- เลขาธิการบริษัท
- กรรมการบริษัท บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ
- กรรมการบริษัท Home Product Center (Malaysia)
- กรรมการบริษัท เมกา โซม เซ็นเตอร์
- กรรมการบริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์

วุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี สาขาบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การอบรม

- | | |
|------|---|
| 2567 | - หลักสูตร CFO Refresher Course หัวข้อ “ประเด็นด้าน Generative AI ที่ส่งผลต่อการเงินและการบัญชีของบริษัทจดทะเบียน” 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 | - โครงการพัฒนาวิชาชีพเลขาธิการบริษัทฯ โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย |
| | - โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 2/2564 จากศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย |
| 2563 | - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้าและการพาณิชย์ (TEPCoT) รุ่นที่ 13 |
| | - หลักสูตร Advance for corporate secretaries program โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย |

- 2562 - เข้ารับการอบรมที่ดำเนินการโดยสมาคมบริษัท จดทะเบียน ได้แก่
- The CFO's role in stakeholder communications
 - Automation & RPA (Robot Process Automation) for Accounting
 - นโยบายของสำนักงาน ก.ล.ต. ในการพัฒนา ตลาดทุนและการสนับสนุนการทำงานของบริษัท จดทะเบียน
- 2560 - หลักสูตร Director Accreditation Program class 140/2017

อำนาจหน้าที่ของเลขาธิการบริษัท

1. อำนวยความสะดวกและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะกรรมการบริษัท เช่น การจัดเตรียมเอกสาร การจัดการประชุม และการติดตามผลการดำเนินงาน
2. จัดทำสรุปเรื่องที่อยู่ภายใต้อำนาจการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัท ติดตามและประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิด การปฏิบัติตามมติของคณะกรรมการบริษัทและมติที่ประชุม ผู้ถือหุ้น พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินงานดังกล่าวอย่างใกล้ชิด
3. กำหนดตารางเวลาการประชุมคณะกรรมการบริษัทและ กรรมการชุดย่อย รวมถึงทำหน้าที่ในการดำเนินการจัด ประชุมคณะกรรมการบริษัทและประชุมผู้ถือหุ้น ให้เป็นไปตาม ข้อบังคับของบริษัทฯ
4. จัดทำและรักษาเอกสารดังนี้
 - รายชื่อผู้ถือหุ้น
 - ทะเบียนกรรมการ
 - หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการ รายงานการประชุม คณะกรรมการ และรายงานประจำปี
 - หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น และรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น
5. เก็บรักษารายการงานที่มีส่วนได้เสียที่รายงานโดยกรรมการ หรือผู้บริหาร จัดทำสรุปเรื่องที่อยู่ภายใต้อำนาจการตัดสินใจ ของกรรมการ
6. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่กำกับดูแล เช่น สำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และดูแลการเปิดเผยข้อมูลและรายงานสารสนเทศต่อ หน่วยงานที่กำกับดูแลและสาธารณชนให้ถูกต้องครบถ้วนตาม กฎหมาย
7. ให้คำแนะนำด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติด้านการกำกับดูแลในการดำเนิน กิจกรรมของคณะกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อยให้เป็น ไปตามกฎหมายด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
8. ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนกำหนด
9. จัดให้มีการปฐมนิเทศกรรมการใหม่ (Board of Director's Orientation) ให้คำแนะนำและสนับสนุนให้กรรมการได้พัฒนา ความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ อย่างต่อเนื่อง เช่น การเข้าร่วมอบรมหลักสูตรต่าง ๆ

10. ดูแลให้คณะกรรมการบริษัทคำนึงถึงความเห็นของผู้ถือหุ้น อย่างสม่ำเสมอ
11. จัดให้มีการรายงานด้านความยั่งยืนในประเด็นสำคัญที่ คณะกรรมการบริษัทควรสอดส่องดูแล
12. ดูแลจัดทำประกันความรับผิดชอบจากการปฏิบัติหน้าที่ของ กรรมการ
13. จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท และกรรมการชุดย่อย
14. หน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท

10. หัวหน้างานตรวจสอบภายใน

ในการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 1/2557 วันที่ 9 มกราคม 2557 ที่ประชุมมีมติแต่งตั้ง นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์ ผู้จัดการทั่วไป - สำนักตรวจสอบภายใน ให้ดำรงตำแหน่งหัวหน้า งานตรวจสอบภายใน เนื่องจากมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ตรวจสอบภายในของบริษัทฯ เป็นเวลา 20 ปี และประสบการณ์ งานตรวจสอบในธุรกิจที่มีลักษณะเดียวกับบริษัทฯ รวมทั้งสิ้นเป็น ระยะเวลา 24 ปี อีกทั้งยังเป็นผู้สอบผ่านหลักสูตรประกาศนียบัตร ผู้ตรวจสอบภายในของประเทศไทย (CPIAT) และเคยเข้ารับ การอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านตรวจสอบ ภายใน ได้แก่ มาตรฐานการตรวจสอบภายใน การตรวจสอบ ภายในด้านคอมพิวเตอร์ การบริหารความเสี่ยง เป็นต้น อีกทั้งมี ความเข้าใจในการดำเนินงานของบริษัทฯ จึงเห็นว่ามีคุณสมบัติที่เหมาะสม ที่จะปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวได้อย่างเหมาะสมเพียงพอ ทั้งนี้ การพิจารณาและอนุมัติแต่งตั้ง ถอดถอน โยกย้ายผู้ดำรงตำแหน่ง หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ จะต้องผ่าน การอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ

ประวัติหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน

นายอายุรทัศน์ ไชยอนันต์ (57 ปี)

- ผู้จัดการทั่วไป สำนักตรวจสอบภายใน

ความสัมพันธ์ระหว่างกรรมการและผู้บริหาร

- ไม่มี

วุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

การอบรม

- 2566 - ความสำคัญของกรรมการตรวจสอบ กับความเชื่อมั่นต่อตลาดทุนไทย
- 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 ความท้าทาย และทางออก
 - 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 ด้านการใช้งานบนระบบสารสนเทศในปัจจุบัน
 - สัมมนาความท้าทายของผู้ตรวจสอบภายในต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน
 - CG Forum 3/2016 ทูจริตในองค์กร ภัยมืดที่ป้องกันและควบคุมได้
 - สัมมนาแนวทางการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายในเพื่อป้องกันการให้สินบนแก่เจ้าหน้าที่รัฐ ป.ป.ส.
 - ร่างมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
- 2558 - COBIT 5 for enterprise framework และ CG forum “Risk oversight: High priority roles of the board”
- 2557 - Going From ‘Good’ to ‘Great’

ประสบการณ์ทำงาน

- 2557 - ปัจจุบัน - ผู้จัดการทั่วไป สำนักงานตรวจสอบภายใน
- 2557 - ปัจจุบัน - เลขานุการคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
- 2553 - ปัจจุบัน - เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบ
- 2546 - 2557 - ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป สำนักตรวจสอบภายใน (บมจ. โสม โปรดักส์ เซ็นเตอร์)
- 2543 - 2546 - ที่ปรึกษาด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (บมจ. กะรัต สุขภัณฑ์)

- 2540 - 2543 - หัวหน้าแผนกตรวจสอบภายใน (บมจ. ปูนซีเมนต์นครหลวง)

หน้าที่ความรับผิดชอบของหัวหน้างานตรวจสอบภายใน

1. จัดทำแผนงานตรวจสอบโดยใช้แนวทางการจัดทำตามหลักพื้นฐานความเสี่ยงและการควบคุมภายใน นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่ออนุมัติ รวมทั้งในกรณีมีการทบทวน แก้ไข เปลี่ยนแปลงแผนการตรวจสอบประจำปี จะต้องนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่ออนุมัติเช่นกัน
2. ปฏิบัติงานตรวจสอบตามที่กำหนดไว้ในแผนงานตรวจสอบประจำปีตามที่ได้รับอนุมัติ รวมทั้งการปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย
3. สอบทานข้อมูลทางบัญชี รายงานทางการเงิน รายงานการปฏิบัติงาน และการดำเนินงานที่สำคัญให้มีความถูกต้องเชื่อถือได้
4. ตรวจสอบรายการที่เกี่ยวข้องกัน และรายการที่อาจมีการขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้ รวมถึงมีการสอบทานให้มีการเปิดเผยถูกต้อง ครบถ้วน ตามกฎระเบียบของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
5. สอบทานระบบการควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการ ในกิจกรรมดำเนินงานของหน่วยงาน เพื่อให้บริษัท บรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ และบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั้งที่เป็นปัจจุบันและอนาคต (Emerging Risk) เช่น ภัยคุกคามด้านไซเบอร์ กฎหมายที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยให้ความสำคัญต่อการมีระบบควบคุมภายในที่เพียงพอ และมีประสิทธิภาพ ตามหลักการบริหารกิจการที่ดี (CG Code)
6. สอบทานมาตรการและการกำหนดแนวทางเชิงป้องกันการทุจริตและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่จะเกิดขึ้นได้ในระบบงานต่าง ๆ และให้ความร่วมมือกับฝ่ายบริหารในการตรวจสอบกรณีมีข้อสงสัย ข้อสันนิษฐาน เบาะแสหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตในองค์กร และรายงานผลการตรวจสอบต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบ ทั้งนี้ ข้อมูลของผู้แจ้งเบาะแสและเรื่องที่แจ้งจะถูกเก็บเป็นความลับ เพื่อป้องกันการฉ้อโกงและผิดกฎหมาย
7. ให้คำแนะนำ ปกป้อง เสนอแนะวิธี หรือมาตรการในการปรับปรุงแก้ไขต่อฝ่ายบริหารและหน่วยงานต่าง ๆ ในด้านการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้การปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
8. เสนอรายงานผลการตรวจสอบต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบในเวลาอันสมควร และในกรณีที่ผลการตรวจสอบพบว่ามีความผิดปกติที่น่าเชื่อว่าเป็นการทุจริต หัวหน้าสำนักตรวจสอบภายในต้องรายงานผลการตรวจสอบให้ฝ่ายบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบรับทราบโดยทันที
9. ปฏิบัติงานอื่นที่ผู้บริหารมอบหมาย ทั้งนี้ต้องไม่กระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในที่กำหนดไว้

10. สื่อสารและประสานกับผู้สอบบัญชีในการปฏิบัติงานตรวจสอบของผู้สอบบัญชี
11. พัฒนาศักยภาพที่ทำหน้าที่ตรวจสอบให้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์เพียงพอที่จะปฏิบัติงานตรวจสอบในเรื่องต่าง ๆ
12. พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถในการปฏิบัติงานตามหน้าที่รับผิดชอบ และดำรงความสามารถทางวิชาชีพ โดยเข้าร่วมในการพัฒนา และอบรมทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง
13. กรณีที่มีการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในเรื่องใดหรือการปฏิบัติงานอื่นใดของสำนักตรวจสอบภายในมีความจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ให้หัวหน้าสำนักตรวจสอบภายในเสนอคณะกรรมการตรวจสอบพิจารณาตามความเหมาะสม
14. ต้องจัดให้มีการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน โดยมีแบบสอบถามให้หน่วยงานรับตรวจสอบแสดงความเห็นหลังจากการปิดการตรวจสอบทุกครั้ง

11. หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์

บริษัทฯ มีหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เพื่อสื่อสารข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นจากผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ และนักลงทุนอย่างสม่ำเสมอ โดยจะนำเสนอผลการดำเนินงานและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง บริษัทฯ มุ่งหวังให้หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เป็นสื่อกลางสำคัญในการให้ข้อมูลชี้แจง ตอบข้อซักถาม รวมถึงรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และผู้สนใจทั่วไป โดยผู้จัดการฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ คือ นางสาว วรินทร์ ตั้งจิตกอบบุญ ทั้งนี้ สามารถติดต่อเพื่อขอรับทราบข้อมูลของบริษัทฯ ได้ 4 วิธี ได้แก่

- 1) ทางโทรศัพท์: 0 2832 1494
- 2) ทางโทรสาร: 0 2832 1066
- 3) ทางอีเมล: ir@homepro.co.th
- 4) 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 ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยความเสี่ยง โครงสร้างผู้ถือหุ้น การจัดการ การทำรายการระหว่างกันการกำกับดูแลกิจการ เป็นต้นโดยแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีและรายงานประจำปี จะถูกเผยแพร่ภายใน 90 วันนับตั้งแต่วันที่สิ้นสุดรอบบัญชี เพื่อให้ให้นักลงทุนสามารถทราบรายละเอียดการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาได้อย่างทันเวลา
2. คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A) ประจำปีไตรมาสและประจำปี รวมถึงเอกสารข่าวนักลงทุน (Investor Release) ซึ่งแสดงรายละเอียดผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติการและการเงิน พร้อมการวิเคราะห์และคำอธิบายถึงสาเหตุการเปลี่ยนแปลง โดยคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงาน ผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ฯ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
3. การเปิดเผยข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ ในหัวข้อ นักลงทุนสัมพันธ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักลงทุนและผู้ ที่สนใจให้สามารถศึกษาข้อมูลบริษัทฯ ได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน และทันต่อเหตุการณ์ อยู่เสมอ ซึ่งหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ได้จัดทำและเปิดเผย ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ข้อมูลที่เปิดเผยบนเว็บไซต์ อาทิ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ งบการเงิน ทั้งงบการเงินปัจจุบันและย้อนหลัง เอกสารข่าว (Press Release) โครงสร้างการถือหุ้น โครงสร้างองค์กร โครงสร้าง กลุ่มธุรกิจ ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมการและผู้บริหาร ข้อมูลด้านนักลงทุนสัมพันธ์ รายงานความยั่งยืน ข้อบังคับของ บริษัทฯ รายงานแสดงรายการข้อมูลประจำปี แบบ 56-1 (One Report) และนโยบายต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ <https://hmpro-th.listedcompany.com/home.html>

การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน



การจัดการความเสี่ยง

เพื่อเป็นการสนับสนุนคณะกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างเหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและผลการดำเนินงานขององค์กร จึงได้มีการกำกับและกำหนดแนวทางในการจัดการความเสี่ยงและรักษาความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากคณะกรรมการบริษัท เป็นประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง กรรมการผู้จัดการ รองกรรมการผู้จัดการ และผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ จาก 5 กลุ่มงานที่ครอบคลุมความเสี่ยงของบริษัทฯ โดยในปี 2567 มีการดำเนินงานที่เป็นสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ให้สอดคล้องกับทิศทางในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ด้านความยั่งยืน ตลอดจนความเสี่ยงใหม่ที่จะเกิดขึ้นตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป (Emerging Risk)

2. พิจารณาความเสี่ยงที่สำคัญระดับองค์กร รวมถึงมีการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง เพื่อจัดทำสรุปความเสี่ยงระดับองค์กร (Corporate Risk Profile) โดยพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงภายนอก ด้านเศรษฐกิจ สังคม สภาพภูมิอากาศ และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงการแข่งขันทั้งจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันและจากคู่แข่งรายใหม่ และกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator) เพื่อใช้เป็นสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าและ กำกับดูแลให้มีแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ติดตามและทบทวนระดับความเสี่ยงที่สำคัญอย่างสม่ำเสมอทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่าความเสี่ยงยังอยู่ในระดับที่บริษัทฯ ยอมรับได้ และพิจารณาความเหมาะสมของการดำเนินงานและแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่กำหนดไว้

4. รายงานผลการพิจารณาความเสี่ยงให้กับคณะกรรมการบริษัทรับทราบทุกไตรมาส

การควบคุมภายใน

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 12/2567 เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ ร่วมกับคณะกรรมการตรวจสอบและผู้บริหาร ตามแนวทางของ COSO ซึ่งมี 17 หลักการ ใน 5 ด้าน โดยเห็นว่าระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ มีความเพียงพอและเหมาะสมต่อการกำกับดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. การควบคุมภายในองค์กร (Control Environment)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อตรงและจริยธรรมในการดำเนินงาน พร้อมทั้งกำกับดูแลธุรกิจให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีสภาพแวดล้อมการควบคุมภายในที่แข็งแกร่งและส่งเสริมการปฏิบัติตามนโยบายระบบการควบคุมภายใน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.1 บริษัทฯ กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงกฎระเบียบและนโยบายการควบคุมภายใน แนวทางในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังกำหนดโครงสร้างองค์กร ขอบเขตอำนาจ และความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งงานอย่างเหมาะสม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานที่เพียงพอ ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ
- 1.2 คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในธุรกิจของบริษัทฯ และมีความสามารถที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน รวมถึงมีความเป็นอิสระจากฝ่ายบริหาร โดยทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจโดยรวม พัฒนาการควบคุมภายใน กำกับดูแลการกำหนดเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารและพนักงานปฏิบัติงานและเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.3 บริษัทฯ จัดโครงสร้างองค์กรในรูปแบบกลุ่มธุรกิจและสายงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีการกำหนดสายการรายงานที่ชัดเจนพร้อมทั้งมอบอำนาจในการตัดสินใจและความรับผิดชอบอย่างเหมาะสม
- 1.4 สนับสนุนให้พนักงานทุกคนทราบถึงบทบาท อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของตน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไป

อย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ

- 1.5 บริษัทฯ กำหนดคุณสมบัติของบุคลากรสำหรับแต่ละตำแหน่งงาน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการสรรหาและพัฒนาบุคลากร พร้อมทั้งวางแผนการสืบทอดตำแหน่งงานที่สำคัญ โดยมีการกำหนดกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างมีมาตรฐานและโปร่งใส เพื่อให้การพิจารณาผลตอบแทนเป็นไปอย่างเป็นธรรมและสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดสวัสดิการต่างๆ ที่สามารถแข่งขันได้และช่วยรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ
- 1.6 บริษัทฯ จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงและการควบคุมภายในให้แก่ผู้บริหารและพนักงาน โดยได้รวมเรื่องดังกล่าวเป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินผลงานพนักงานเพื่อให้สามารถวัดผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาบทลงโทษสำหรับบุคลากรที่ฝ่าฝืนกฎระเบียบของบริษัทฯ และมอบรางวัลแก่บุคลากรต้นแบบ (HomePro Role Model) เพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างกำลังใจให้พนักงานในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มที่

2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อกำกับดูแลบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ ให้เป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยมีแนวทางการบริหารจัดการดังนี้

- 2.1 บริษัทฯ ดำเนินการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรตามกรอบมาตรฐาน COSO Enterprise Risk Management และมีนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ชัดเจน ซึ่งได้มีการสื่อสารให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับรับทราบและถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร นอกจากนี้รายงานทางการเงินของบริษัทฯ จัดทำขึ้นตามมาตรฐานบัญชีที่เชื่อถือได้ ซึ่งสะท้อนถึงกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร และได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตภายนอก
- 2.2 บริษัทฯ จัดทำ Risk Profile ในหลายระดับ ทั้งระดับองค์กร ระดับหน่วยธุรกิจ และระดับหน่วยงาน รวมถึงการบริหารความเสี่ยงจากการลงทุนและการบริหารความเสี่ยงในกระบวนการต่างๆ โดยพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งปัจจัยภายในและภายนอก พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ใน

ระดับที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ยังมีกระบวนการทบทวนความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอทุกเดือน ซึ่งถือเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกหน่วยงานในการบริหารและจัดการความเสี่ยง

- 2.3 บริษัทฯ นำระบบดัชนีตัวชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicator - KRI) มาใช้ในการติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ รวมถึงการประเมินโอกาสในการเกิดเหตุการณ์และคอร์รัปชันในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการป้องกันที่เหมาะสม โดยมีการสื่อสารให้พนักงานทุกระดับรับทราบและปฏิบัติตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 บริษัทฯ ติดตามข่าวสารและเหตุการณ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการทำธุรกิจและแนวโน้มใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายของบริษัทฯ และเตรียมมาตรการรองรับล่วงหน้าอย่างเหมาะสม

3. การควบคุมการปฏิบัติงาน (Control Activities)

บริษัทฯ ได้กำหนดกิจกรรมการควบคุมที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงที่จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 3.1 บริษัทฯ กำหนดกิจกรรมการควบคุมภายในโดยคำนึงถึงหลักการควบคุมที่มีประสิทธิภาพ เช่น การกำหนดนโยบาย คู่มือ และระเบียบปฏิบัติ ที่จัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรและเหมาะสมกับลักษณะธุรกิจและการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงมีการแบ่งแยกหน้าที่และมอบอำนาจการอนุมัติอย่างเป็นระบบให้แก่กลุ่มบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้อนุมัติ ผู้บันทึก และผู้ดูแลเก็บรักษา เพื่อให้มั่นใจว่ามีการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.2 บริษัทฯ กำหนดกระบวนการควบคุมด้านความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้การควบคุมอัตโนมัติในกระบวนการที่สำคัญ เช่น การจัดทำมีระบบ SAP GRC Access Control เพื่อรับรองว่าการกำหนดสิทธิการปฏิบัติงานในระบบ SAP สอดคล้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่กำหนด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาระบบให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยมีผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบและแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงทีเมื่อระบบแจ้งเตือนรายการที่ผิดปกติ
- 3.3 บริษัทฯ มีนโยบายที่เข้มงวดในการติดตามธุรกรรมของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว โดยการทำธุรกรรมต้องผ่านขั้นตอนการอนุมัติตามที่กำหนดและดำเนินการโดยบุคคลที่ไม่มีส่วนได้เสีย เพื่อคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ นอกจากนี้ เพื่อให้บริษัทย่อยดำเนินงานสอดคล้องกับ

กลยุทธ์ที่บริษัทฯ วางไว้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีกระบวนการติดตามการดำเนินงานของบริษัทย่อยอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง รวมถึงมีการทบทวนนโยบายและกระบวนการทำงาน เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์และเป้าหมายที่กำหนด

4. ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล (Information & Communication)

บริษัทฯ ได้กำหนดกิจกรรมการควบคุมที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงที่จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ดังนี้

- 4.1 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนมาใช้ในการตัดสินใจกับการประชุม เพื่อพิจารณาประเด็นที่สำคัญ โดยมีการรวบรวมข้อมูลทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร นำมาวิเคราะห์และใช้ในการตัดสินใจอย่างรอบคอบ ทั้งนี้ หน่วยงานต่าง ๆ ต้องจัดเตรียมข้อมูลที่เหมาะสม พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปใช้จริง นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดมาตรการในการจัดการข้อมูลและเอกสารสำคัญ โดยมีการกำหนดชั้นความลับของข้อมูล รวมถึงแนวทางการจัดเก็บเอกสารควบคุมอย่างมีระบบ มีการนำซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลในทุกด้าน เพื่อป้องกันการเข้าช้อนและสามารถสรุปผลการรายงานให้ฝ่ายบริหารได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ
- 4.2 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีการจัดส่งข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและเอกสารการประชุมให้แก่คณะกรรมการบริษัทล่วงหน้าก่อนการประชุม เพื่อให้คณะกรรมการสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเต็มที่ก่อนการตัดสินใจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่หลากหลาย ทั้งการสื่อสารจากผู้บริหารระดับสูงถึงพนักงานผ่านกิจกรรม Town Hall การสื่อสารผ่าน Intranet ขององค์กร อีเมล และ Mobile Application รวมถึงการให้ข้อมูลสำคัญกับพนักงานใหม่ผ่านกิจกรรมปฐมนิเทศ และการพัฒนาความรู้ในการทำงานผ่านระบบ Digital Learning โดยบริษัทฯ ได้พัฒนา HomePro ME Application เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสารภายในบริษัทฯ ได้อย่างสะดวกทุกที่ทุกเวลา
- 4.3 บริษัทฯ มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เช่น เว็บไซต์ Call Center อีเมล และ Social Media ต่าง ๆ รวมถึง Line และ Facebook ของบริษัทฯ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในการเปิดเผยข้อมูลสำคัญแก่ผู้มีส่วนได้เสียอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ข้อมูลมีความโปร่งใสและทันเวลา บริษัทฯ ยังได้จัดช่องทางสำหรับการรับเรื่องร้องเรียนและกำหนดแนวทาง

การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน (Whistleblowing System) อย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานและบุคลากรภายนอกมั่นใจว่าเรื่องร้องเรียนจะได้รับการพิจารณาอย่างโปร่งใส ยุติธรรม และเป็นความลับภายในระยะเวลาอันเหมาะสม ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการสามารถดูได้ในส่วนการกำกับดูแลกิจการ

5. ระบบการติดตาม (Monitoring Activities)

บริษัทฯ มีกระบวนการติดตามและประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน พร้อมทั้งกำหนดแนวทางพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้มั่นใจว่าระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 บริษัทฯ ดำเนินการประเมินการควบคุมภายในทั้งในระดับองค์กรและระดับกระบวนการ โดยการประเมินการควบคุมภายในจะทำได้โดยผู้ปฏิบัติงานเองทุกปี ซึ่งหน่วยงานการควบคุมภายในจะทำการสอบทานความเพียงพอและความเหมาะสมของการประเมินดังกล่าว พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุงและแก้ไขกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงมีการรายงานผลการตรวจสอบภายในไปยังคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้ผู้ตรวจสอบสามารถดำเนินงานได้อย่างอิสระและเสนอรายงานผลการตรวจสอบได้อย่างตรงไปตรงมา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมให้ผู้ตรวจสอบภายในได้รับการอบรมและพัฒนาความรู้เพื่อเสริมสร้างทักษะในการปฏิบัติงานวิชาชีพการตรวจสอบภายในอย่างต่อเนื่อง

5.2 ฝ่ายบริหารต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัททันทีในกรณีที่เกิดเหตุการณ์หรือสงสัยว่ามีเหตุการณ์ทุจริตอย่างร้ายแรง มีการปฏิบัติที่ฝ่าฝืนกฎหมาย หรือมีการกระทำที่ผิดปกติดื้อ ซึ่งอาจกระทบต่อชื่อเสียงและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ มีการรายงานข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญพร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหาคณะกรรมการบริษัท หรือคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาภายในระยะเวลาอันควร

ทั้งนี้ ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่พบความบกพร่องที่สำคัญในระบบการควบคุมภายในที่อาจส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์หลักขององค์กร หรือข้อบกพร่องที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับรายการที่อาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การทุจริต หรือการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ

นอกจากนี้ นางสาววิไลพร เชาว์วิวัฒน์กุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 9309 จากบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ผู้ตรวจสอบงบการเงินของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2567 รวมถึงเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในด้านบัญชีว่าไม่พบข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญ

6. ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน และผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี

เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้รับผิดชอบสูงสุดในงานบัญชีและการเงิน (CFO) และผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี บริษัทฯ จึงขอเปิดเผยประวัติของผู้ดำรงตำแหน่งดังกล่าว ซึ่งทั้งสองท่านได้ผ่านการอบรมและพัฒนาความรู้ด้านบัญชีอย่างต่อเนื่องตามเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด ดังนี้

6.1 ผู้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน

นางสาววรรณิ์ จันทามงคล (60 ปี)

- รองกรรมการผู้จัดการ กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
- เลขานุการบริษัท
- กรรมการบริษัท บจ. มาร์เก็ต วิลเลจ
- กรรมการบริษัท Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd.
- กรรมการบริษัท บจ. เมกา โฮม เซ็นเตอร์
- กรรมการบริษัท บจ. ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์
- มีประสบการณ์การทำงานกับบริษัทโฮมโปรตั้งแต่ปี 2548

>> วุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี สาขาบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

>> การอบรม

- | | |
|------|--|
| 2567 | - หลักสูตร CFO Refresher Course หัวข้อ “ประเด็นด้าน Generative AI ที่ส่งผลกระทบต่อเงิน และการบัญชีของบริษัทจดทะเบียน” 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 จากศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย |
| 2564 | - โครงการพัฒนาวิชาชีพเลขานุการบริษัท โดยสมาคม บริษัทจดทะเบียนไทย |
| | - โครงการ CFO Refresher รุ่นที่ 2/2564 จากศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย |
| 2563 | - หลักสูตรผู้บริหารระดับสูงด้านการค้าและการพาณิชย์ (TEPCoT) รุ่นที่ 13, School of Business, UTCC |
| | - หลักสูตร Advance for corporate secretary program โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย |

- 2562** - เข้ารับการอบรมที่ดำเนินการโดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนได้แก่
-
- The CFO's role in stakeholder communications
-
- Automation & RPA (Robot Process Automation) for Accounting
-
- นโยบายของสำนักงาน ก.ล.ต. ในการพัฒนาตลาดทุนและการสนับสนุนการทำงานของ บริษัทจดทะเบียน
-
- 2560** - หลักสูตร Director Accreditation Program Class 140/2017
-
- 2559** - หลักสูตรสถาบันวิทยาการตลาดทุน รุ่นที่ 22
-
- 2558** - หลักสูตร strategic CFO รุ่นที่ 1 โดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
-
- 2551** - หลักสูตรกฎหมายและระเบียบปฏิบัติสำหรับ เลขานุการ บริษัทตามกฎหมายหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ ที่จัดโดยคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
-
- 2548** - หลักสูตร Corporate Secretary Program โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (10 D)
-

6.2 ผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี

นายวิชาญ วรสิทธิ์ตานนท์ (57 ปี)

- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - กลุ่มบัญชีและการเงิน
- มีประสบการณ์การทำงานกับบริษัทโฮมโปรตั้งแต่ปี 2549

>> วุฒิทางการศึกษา

- ปริญญาตรี พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชี

- ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีตามประกาศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2549

>> การอบรม

- 2567** - หลักสูตรแนวปฏิบัติการจัดทำบัญชีลูกหนี้ย่ำมี ประสิทธิภาพ โดยบริษัท ฝึกอบรมและสัมมนา ธรรมนิติ จำกัด
-
- หลักสูตร ความรับผิดชอบของผู้ทำบัญชี และการจัดทำบัญชีให้สอดคล้องตามมาตรฐาน การบัญชีที่สำคัญ โดยบริษัท ฝึกอบรมและ สัมมนาธรรมนิติ จำกัด
-
- 2566** - หลักสูตรเทคนิคการสอบทานงานทางบัญชี เพื่อจัดทำงบการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ
-
- หลักสูตร Case การบันทึกบัญชีของ TAS16, TAS2 และ TAS23 ให้ถูกต้องตามมาตรฐาน การบัญชี
-

- 2565** - หลักสูตรประเด็นปัญหาเอกสารรับ-จ่ายเงินทาง บัญชี และการบันทึกบัญชีเกี่ยวกับผลกระทบ ที่กิจการได้รับ จากภาวะเศรษฐกิจในปี 2565 โดยบริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
-
- 2564** - Taxconsideration for outbound investment: ก้าวทัน เข้าใจ และปรับตัวต่อมาตรการภาษี อากรระหว่างประเทศไปกับ BEPS 2.0 เพื่อการวางโครงสร้างการลงทุนในต่างประเทศ ที่เหมาะสมโดย EY Thailand
-
- แนวโน้ม ทิศทางการทำ M&A ประเด็นสำคัญ ที่ต้องพิจารณา และกลยุทธ์การทำ M&A ให้ ประสบความสำเร็จ โดยตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย
-
- สรุปสาระสำคัญ ประเด็นที่ควรทราบของ TFRS for PAEs ที่ต้องใช้และการเปลี่ยนแปลงใน ปี 2564 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
-
- วิเคราะห์ความเสี่ยงที่จะถูกตรวจสอบ เรื่องการกำหนดราคาโอน Transfer Pricing โดย EY Thailand
-
- Financial Reporting Trends 2021 โดย EY Thailand
-
- การเสวนา Robotic Process Automation (RPA) หนุนย่นต้นกับบัญชี ย่างก้าวสำคัญ ยุกระดับงานบัญชี สู่ยุค Digital Accounting โดย สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์
-
- การเสวนา การวางระบบเพื่อสร้างพลังบวก EP: 1 “การออกแบบและพัฒนาระบบแบบ คล่องตัว (Adaptive System Design)” โดยสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์
-
- 2563** - ตามติด Disclosure Form พร้อมรับหลักเกณฑ์ กำหนดราคาโอน โดยบริษัทฝึกอบรมและ สัมมนาธรรมนิติ จำกัด
-
- เจาะปัญหา Case study ด้านการบันทึกบัญชี ให้ถูกต้องตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน โดยบริษัทฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด
-
- 2562** - TFAC Conference 2019: Future of Finance
-
- Digital Disruption โดยสภาวิชาชีพบัญชี
-
- ประเด็นปัญหารายการข้อมูลทางบัญชีในการ ปิดงบการเงินก่อนนำส่งงบการเงินปี 2562 โดยบริษัท ฝึกอบรมและ สัมมนาธรรมนิติ จำกัด
-
- 2559** - หลักสูตร strategic CFO รุ่นที่ 2 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
-

หมายเหตุ: คณะกรรมการตรวจสอบว่า ประสบการณ์ดังกล่าวเป็นประสบการณ์ทำงาน ที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อการดำเนินกิจการและระยะเวลาการทำงาน ดังกล่าวเป็นไปตามที่ประกาศกำหนด

รายการระหว่างกัน

ในปี 2567 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายการธุรกิจที่สำคัญกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน (เกี่ยวข้องโดยการถือหุ้นหรือ มีผู้ถือหุ้นและ/หรือ มีการรวมกัน) โดยรายการดังกล่าวเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าและเกณฑ์ที่ตกลงร่วมกัน นอกจากนี้บริษัทฯ ไม่มีรายการในลักษณะที่เป็นการให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เช่น การให้กู้ยืมเงิน หรือการค้ำประกันสินเชื่อแก่บริษัทที่ไม่ใช่บริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทฯ มียอดคงค้างกับกิจการที่เกี่ยวข้องกันซึ่งสรุปได้ดังนี้

ชื่อบริษัท / ลักษณะความสัมพันธ์	รายการ	จำนวน (พันบาท)		ความเห็นของกรรมการตรวจสอบและผู้บริหาร
		31 ส.ค. 66	31 ส.ค. 67	
>> 1. บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์				
• เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยถือหุ้นร้อยละ 30.23 ของทุนชำระแล้ว ณ 11 ก.ย. 2567	รายได้จากการขาย	49,006	38,827	มูลค่าดังกล่าวเกิดจากราคาขายที่เหมาะสม โดยเป็นราคาเดียวกับราคาตลาดที่บริษัทฯ ขายให้กับลูกค้ารายอื่น
	ลูกหนี้การค้า และลูกหนี้อื่น	4,394	4,123	
• มีการรวม 2 ท่าน คือ 1. นายณพร สุนทรจิตต์เจริญ 2. นายอาชวิน อัครโกศล				
>> 2. บมจ. ควอลิตี้เฮ้าส์				
• เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยถือหุ้นร้อยละ 19.87 ของทุนชำระแล้ว ณ 11 ก.ย. 2567	รายได้จากการขาย	20,054	35,321	มูลค่าดังกล่าวเกิดจากราคาขายที่เหมาะสม โดยเป็นราคาเดียวกับราคาตลาดที่บริษัทฯ ขายให้กับลูกค้ารายอื่น
	ลูกหนี้การค้า และลูกหนี้อื่น	1,243	422	
• มีการรวม 4 ท่าน คือ 1. นายบุญสม เลิศศิริวงษ์ 2. น.ส.สุวรรณา พุทธประสาท 3. นายณพร สุนทรจิตต์เจริญ 4. นายอาชวิน อัครโกศล				
>> 3. บริษัทที่มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกัน บริษัทที่มีผู้ถือหุ้นร่วมกัน และบริษัทที่มีบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ	รายได้จากการขาย	7,832	5,391	• ตามราคาตลาด • ตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา • ตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา • ร้อยละ 0.15 - 0.65 ต่อปี (2564: ร้อยละ 0.15 - 0.40 ต่อปี) (2563: ร้อยละ 0.15 - 1.00 ต่อปี) • ร้อยละของรายได้ แต่ไม่น้อยกว่าอัตราขั้นต่ำ • ราคาตามที่ตกลงร่วมกันซึ่งเทียบเคียงกับราคาตลาด • ราคาตามสัญญา
	รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	9,659	8,809	
	รายได้อื่น	40,459	39,186	
	ดอกเบี้ยรับ	116	7,071	
	ค่าเช่าและค่าบริการ	43,793	45,271	
	ซื้อสินค้าและสินทรัพย์	588,761	415,796	
	ซื้อสิทธิการเช่า	-	-	
	เงินฝากสถาบันการเงิน	30,149	30,216	
	ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	15,049	15,532	
	เงินประกันการเช่า	7,436	7,436	
	เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	130,602	102,025	

* ทั้งนี้ข้อมูลรายการระหว่างกันย้อนหลังสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.homepro.co.th

ความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของรายการ

การทำรายการระหว่างกันเป็นความจำเป็นและมีความสมเหตุสมผลของการทำรายการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ โดยคณะกรรมการตรวจสอบได้ให้ความเห็นว่าเป็นไปตามลักษณะธุรกิจทั่วไป ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำรายการในราคายุติธรรม

มาตรการ/ขั้นตอนการอนุมัติการทำรายการระหว่างกัน

สำหรับรายการระหว่างกันที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ได้แก่ การขายสินค้าให้กับ บมจ.แลนด์ แอนด์ เฮาส์ และ บมจ. ควอลิตี้เฮาส์ การเช่าพื้นที่ในอาคารเวฟเพลสของกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ควอลิตี้เฮาส์ การให้พื้นที่และอาจมีการทำธุรกรรมด้านเงินฝากกับ บมจ. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ซึ่งเป็นไปตามหลักการดำเนินธุรกิจตามปกติ

สำหรับรายการขายสินค้า บริษัทฯ ได้กำหนดราคาตามราคาตลาดซึ่งเป็นราคาที่ผู้ซื้อสามารถซื้อได้จากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่น โดยทั่วไปจะทำการกำหนดคุณสมบัติและราคาสินค้าก่อนล่วงหน้า เช่นเดียวกับรายการซื้อสินค้า บริษัทฯ สั่งซื้อสินค้าตามราคาตลาด ซึ่งสามารถสั่งซื้อได้จากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่น โดยรายการระหว่างกันนี้ คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาและให้ความเห็นว่ารายการดังกล่าวเป็นไปตามลักษณะของการประกอบธุรกิจโดยทั่วไป ซึ่งบริษัทฯ ได้รับและจ่ายค่าตอบแทนในราคายุติธรรม

นโยบายหรือแนวโน้มการทำรายการระหว่างกัน

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดเงื่อนไขทางการค้าสำหรับการทำรายการระหว่างกันให้เป็นไปตามลักษณะการดำเนินธุรกิจตามปกติ โดยราคาสินค้าที่ขายจะกำหนดให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับผู้ขายรายอื่นได้ สำหรับรายการระหว่างกันที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต คณะกรรมการบริษัทจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการเกี่ยวโยงและการได้มาหรือจำหน่ายทรัพย์สินที่สำคัญของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย

ทั้งนี้ หากมีรายการระหว่างกันของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยเกิดขึ้นกับบุคคลหรือผู้มีส่วนได้เสียที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต บริษัทฯ จะเสนอให้คณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นและความเหมาะสมของรายการนั้น ในกรณีที่คณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญในการพิจารณารายการระหว่างกันที่อาจเกิดขึ้น บริษัทฯ จะให้ผู้เชี่ยวชาญอิสระหรือผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ เป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการระหว่างกันดังกล่าว เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทหรือผู้ถือหุ้นตามแต่กรณี ทั้งนี้บริษัทฯ จะเปิดเผยรายการระหว่างกันไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ

รายงานความรับผิดชอบของ คณะกรรมการต่อรายงานทางการเงิน

เรียน ท่านผู้ถือหุ้น

งบการเงินรวมของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ได้จัดขึ้นตามข้อกำหนดพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และประกาศกรมทะเบียนการค้า วันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2544 โดยปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่กำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี

ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัท ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งประกอบด้วยกรรมการอิสระเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบการสอบทานนโยบายการบัญชีและรับผิดชอบเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน การสอบทาน การควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน และระบบการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน อย่างครบถ้วนเพียงพอ โดยการรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบปรากฏอยู่ในรายงาน คณะกรรมการตรวจสอบ ที่แสดงไว้ในรายงานประจำปีแล้ว

คณะกรรมการบริษัท มีความเห็นว่าระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ โดยรวมอยู่ในระดับที่น่าพอใจ เพียงพอที่จะดำรงรักษาไว้ซึ่งทรัพย์สิน รวมทั้งป้องกันการทุจริต และขอรับผิดชอบต่อรายงานทางการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า ได้แสดงผลการดำเนินงานฐานะการเงินและกระแสเงินสดอย่างเป็นจริง มีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้อง ครบถ้วน โดยการจัดทำรายงานทางการเงิน ได้มีการพิจารณาเลือกใช้นโยบายบัญชีที่เหมาะสม และถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เป็นไปตามมาตรฐานบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป รวมทั้งได้มีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญอย่างเพียงพอในหมายเหตุประกอบงบการเงิน



(นายอนันต์ อังศวโกคิน)
ประธานกรรมการ



(นายวิรัตน์ อังสุมาลี)
กรรมการผู้จัดการ

รายงานของ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

 เสนอต่อผู้ถือหุ้นของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินรวมของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ซึ่งประกอบด้วยงบฐานะการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นรวมและงบกระแสเงินสดรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน และหมายเหตุประกอบงบการเงินรวม รวมถึงหมายเหตุข้อมูลนโยบายการบัญชีที่มีสาระสำคัญ และได้ตรวจสอบงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ด้วยเช่นกัน (รวมเรียกว่า “งบการเงิน”)

ข้าพเจ้าเห็นว่า งบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 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

ค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้านี้

ในการประมาณค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้านี้ตามที่เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 5 และข้อ 9 จำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจที่สำคัญของฝ่ายบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประมาณการค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้านี้เนื่องมาจากการสูญหาย เสื่อมสภาพ หรือล้าสมัย

ข้าพเจ้าได้ประเมินการพิจารณาค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้านี้ โดยทำการตรวจสอบซึ่งรวมถึง

- ทำความเข้าใจและประเมินวิธีการและสมมติฐานที่ฝ่ายบริหารใช้ในการพิจารณาค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้านี้ รวมถึงสอบทานความสม่าเสมอของการใช้เกณฑ์ดังกล่าว
- วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลระยะเวลาการถือครองและการเคลื่อนไหวของสินค้านี้เพื่อระบุถึงกลุ่มสินค้านี้ที่มีข้อบ่งชี้ว่ามีการหมุนเวียนของสินค้านี้ที่ช้ากว่าปกติ
- วิเคราะห์เปรียบเทียบในรายละเอียดสำหรับรายการขายภายหลังวันที่ในงบการเงินเปรียบเทียบกับราคาทุนของสินค้านี้แต่ละกลุ่มสินค้านี้ และสุ่มตรวจสอบกับเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ซึ่งรวมถึงข้อมูลที่อยู่ในรายงานประจำปีของกลุ่มบริษัท (แต่ไม่รวมถึงงบการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีที่แสดงอยู่ในรายงานนั้น) ซึ่งคาดว่าจะถูกจัดเตรียมให้กับข้าพเจ้าภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีนี้

ความเห็นของข้าพเจ้าต่องบการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ข้อสรุปในลักษณะการให้ความเชื่อมั่นในรูปแบบใดๆต่อข้อมูลอื่นนั้น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวกับการตรวจสอบงบการเงินคือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นนั้นมี ความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้าหรือไม่ หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นแสดงขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปีของกลุ่มบริษัทตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว และหากสรุปได้ว่าการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าจะสื่อสารเรื่องดังกล่าวให้ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลทราบเพื่อให้มีการดำเนินการแก้ไขที่เหมาะสมต่อไป

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต้องการเงิน

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ในการจัดทำงบการเงิน ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง การเปิดเผยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่อเนื่องในกรณีที่มีเรื่องดังกล่าว และการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่องเว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจที่จะเลิกกลุ่มบริษัทหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องอีกต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการกำกับดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของกลุ่มบริษัท

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีสาระสำคัญเมื่อพิจารณาอย่างสมเหตุสมผลได้ว่ารายการที่ขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินจากการใช้งบการเงินเหล่านี้

ในการตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ และข้าพเจ้าได้ปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ด้วย

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีที่เพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงที่ไม่พบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงที่เกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจจะเว้นการแสดงผลข้อมูล การแสดงผลข้อมูลที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริง หรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน

- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบให้เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของกลุ่มบริษัท
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชี และการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ผู้บริหารจัดทำ
- สรุปเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับกิจการที่ดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหาร และสรุปจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของกลุ่มบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ หากข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าจะต้องให้ข้อสังเกตไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้าถึงการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องในงบการเงิน หรือหากเห็นว่าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอ ข้าพเจ้าจะแสดงความเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้กลุ่มบริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่องได้
- ประเมินการนำเสนอ โครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประเมินว่างบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยถูกต้องตามที่ควรหรือไม่
- รวบรวมเอกสารหลักฐานการสอบบัญชีที่เหมาะสมอย่างเพียงพอเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินของกิจการหรือของกิจกรรมทางธุรกิจภายในกลุ่มกิจการเพื่อแสดงความเห็นต่องบการเงินรวม ข้าพเจ้ารับผิดชอบต่อการกำหนดแนวทาง การควบคุมดูแล และการปฏิบัติงานตรวจสอบกลุ่มกิจการ ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อความเห็นของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามที่ได้วางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญที่พบจากการตรวจสอบรวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าได้พบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้ให้คำรับรองแก่ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลว่าข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระและได้สื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดจนเรื่องอื่นซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระ 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: 25 กุมภาพันธ์ 2568

งบแสดงฐานะการเงิน



บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
สินทรัพย์				
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	6, 7	5,553,723,127	6,428,673,946	5,102,674,992
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	6, 8	2,007,873,302	2,114,685,537	2,097,072,300
สินค้าคงเหลือ	9	14,899,728,957	13,965,274,444	14,505,970,906
ภาษีมูลค่าเพิ่มค้างรับ		842,426	1,467,561	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	10	187,409,300	148,845,925	162,142,310
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		22,649,577,112	22,658,947,413	21,867,860,508
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน				
เงินลงทุนในบริษัทย่อย	11	-	-	1,777,088,649
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	12	66,732,704	65,894,075	68,705,866
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	13	4,165,729,625	4,346,001,950	4,165,729,625
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	14	31,940,693,779	31,178,914,482	29,426,147,464
สินทรัพย์สิทธิการใช้	18	9,518,461,222	9,353,245,483	8,801,960,927
คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	15	436,269,123	484,256,062	435,017,090
อสังหาริมทรัพย์รอการขาย		10,706,335	10,706,335	10,706,335
เงินประกันการเช่า	6	60,175,925	62,460,851	51,280,575
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	27	639,843,988	670,654,652	625,280,767
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น		176,679,127	216,807,955	143,367,127
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		47,015,291,828	46,388,941,845	45,505,284,425
รวมสินทรัพย์		69,664,868,940	69,047,889,258	67,373,144,933

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)



บริษัท โอม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น				
หนี้สินหมุนเวียน				
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	16	3,012,905,550	2,039,946,500	3,000,000,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	6, 17	15,458,716,900	15,224,701,136	15,285,706,957
หนี้สินตามสัญญาเช่าส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	18	249,623,651	178,176,589	191,415,053
เงินกู้ยืมระยะยาวส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	19	25,557,901	37,542,342	-
หุ้นกู้ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	20	5,000,000,000	3,982,355,617	5,000,000,000
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		546,796,030	552,247,787	523,364,576
เงินรับล่วงหน้าจากลูกค้า		1,139,565,085	1,087,362,754	1,116,862,349
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		515,926,346	476,927,087	494,472,328
รวมหนี้สินหมุนเวียน		25,949,091,463	23,579,259,812	25,611,821,263
หนี้สินไม่หมุนเวียน				
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	18	6,704,403,877	6,611,201,923	6,299,649,771
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	19	77,471,257	100,396,259	-
หุ้นกู้ - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	20	8,519,372,668	11,642,119,562	8,519,372,668
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	21	653,531,752	628,048,753	610,251,502
ค่าเช่ารับล่วงหน้า - สุทธิจากส่วนที่รอรับรู้รายได้ภายในหนึ่งปี		176,788,672	196,347,435	176,788,672
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		781,772,078	731,728,782	737,104,929
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		16,913,340,304	19,909,842,714	16,343,167,542
รวมหนี้สิน		42,862,431,767	43,489,102,526	41,954,988,805

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

 บริษัท ไทย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
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 - สรรองตามกฎหมาย	23 1,315,120,000	1,315,120,000	1,315,120,000	1,315,120,000
ยังไม่ได้จัดสรร	11,714,466,157	10,470,799,317	10,305,515,027	8,646,910,762
องค์ประกอบอื่นของผู้ถือหุ้น	(24,672,034)	(24,655,925)	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	26,802,435,224	25,558,784,493	25,418,156,128	23,759,551,863
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	1,949	2,239	-	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	26,802,437,173	25,558,786,732	25,418,156,128	23,759,551,863
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	69,664,868,940	69,047,889,258	67,373,144,933	66,839,827,479
	-	-	-	-

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ



บริษัท โอม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
กำไรหรือขาดทุน:				
รายได้				
รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	24	67,952,021,048	68,283,311,263	66,734,102,902
รายได้ค่าเช่า		1,854,365,115	1,882,230,885	1,842,065,960
รายได้เงินปันผล	6, 11	-	-	724,999,710
รายได้อื่น		2,770,130,815	2,656,227,909	2,703,065,585
รวมรายได้		72,576,516,978	72,821,770,057	72,004,234,157
ค่าใช้จ่าย				
ต้นทุนขายและบริการ		49,728,453,127	50,117,636,688	48,857,802,479
ต้นทุนค่าเช่า		816,446,879	786,389,606	808,146,055
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ		10,980,338,505	10,964,079,913	11,006,832,916
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		2,359,826,950	2,437,180,957	2,279,711,480
ค่าใช้จ่ายอื่น		764,074	1,729,111	-
รวมค่าใช้จ่าย		63,885,829,535	64,307,016,275	62,952,492,930
กำไรจากการดำเนินงาน		8,690,687,443	8,514,753,782	9,051,741,227
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม		838,629	(862,321)	-
รายได้ทางการเงิน		61,950,925	27,728,804	55,565,178
ต้นทุนทางการเงิน	26	(687,529,460)	(567,460,919)	(671,273,534)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้		8,065,947,537	7,974,159,346	8,436,032,871
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	27	(1,562,400,276)	(1,532,603,485)	(1,501,618,717)
กำไรสำหรับปี		6,503,547,261	6,441,555,861	6,934,414,154
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:				
รายการที่จะถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง				
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่า				
งบการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ		(16,109)	147,782	-
		(16,109)	147,782	-
รายการที่จะไม่ถูกบันทึกในส่วนของกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง				
ผลกำไร (ขาดทุน) จากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย				
- สุทธิจากภาษีเงินได้	21, 27	168,641	-	(15,760,827)
		168,641	-	(15,760,827)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี		152,532	147,782	(15,760,827)
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี		6,503,699,793	6,441,703,643	6,918,653,327

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (ต่อ)



บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

(หน่วย: บาท)

หมายเหตุ	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
การแบ่งปันกำไร				
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	6,503,547,261	6,441,555,861	6,934,414,154	6,174,969,923
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม				
ของบริษัทย่อย	-	-		
	<u>6,503,547,261</u>	<u>6,441,555,861</u>		
การแบ่งปันกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวม				
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	6,503,699,793	6,441,703,643	6,918,653,327	6,174,969,923
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม				
ของบริษัทย่อย	-	-		
	<u>6,503,699,793</u>	<u>6,441,703,643</u>		
กำไรต่อหุ้น	28			
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน				
กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	<u>0.49</u>	<u>0.49</u>	<u>0.53</u>	<u>0.47</u>

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของการงบการเงินนี้



(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน				
กำไรก่อนภาษี	8,065,947,537	7,974,159,346	8,436,032,871	7,654,663,051
รายการปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษีเป็น				
เงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมดำเนินงาน:				
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,542,621,634	3,431,395,956	3,697,839,295	3,593,512,389
ขาดทุนจากการลดระยะเวลาการเช่าและรายการปรับปรุง	-	-	-	46,739,270
การปรับลดสินค้าคงเหลือเป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ	56,974,177	76,875,300	50,676,381	70,414,399
ขาดทุน (กำไร) จากการจำหน่ายและตัดจำหน่ายสินทรัพย์	268,457	3,167,708	(312,768)	2,564,416
ค่าต่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (โอนกลับ)	(6,603,867)	3,278,523	(3,098,928)	(644,920)
กลับรายการค่าเผื่อการค้าของสินทรัพย์	-	(4,640,000)	-	(4,640,000)
ค่าเผื่อการค้าของเงินลงทุน	-	-	21,000,000	230,000,000
ส่วนแบ่งขาดทุน (กำไร) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(838,629)	862,321	-	-
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	59,705,813	56,522,934	53,605,845	49,676,498
โอนดอกเบี้ยรอตัดจ่ายเป็นต้นทุนทางการเงิน	63,328,129	77,240,879	63,328,129	77,240,879
ขาดทุน (กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้น	(4,160,723)	1,883,075	(203,742)	(1,407,632)
ขาดทุน (กำไร) จากการปรับมูลค่าชุดกรรมตราสารอนุพันธ์	(9,445,796)	7,405,178	(9,445,796)	7,405,178
เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย	-	-	(724,999,710)	(224,999,970)
ดอกเบี้ยรับ	(61,950,925)	(27,728,804)	(55,565,178)	(22,531,073)
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	617,743,399	479,911,680	601,870,335	475,928,275
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลง				
ในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	12,323,589,206	12,080,334,096	12,130,726,734	11,953,920,760
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง				
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	113,416,102	(49,137,312)	107,713,644	(43,795,565)
สินค้าคงเหลือ	(991,428,690)	(412,071,015)	(1,015,998,951)	(453,016,754)
ภาษีมูลค่าเพิ่มค้างรับ	625,135	173,490,046	-	134,178,841
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(38,563,375)	26,643,909	(37,744,491)	28,900,754
เงินประกันการเช่า	2,284,926	8,231,365	2,269,911	7,661,398
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	40,128,828	45,588,835	1,866,115	(4,649,548)
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)				
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	156,958,847	(389,093,865)	131,038,749	(302,337,928)
ภาษีมูลค่าเพิ่มค้างจ่าย	63,558,860	22,702,877	62,197,074	22,707,540
เงินรับล่วงหน้าจากลูกค้า	52,202,331	(117,678,406)	51,585,800	(121,661,792)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	(15,444,588)	27,522,806	(13,148,117)	20,698,548
ค่าเช่ารับล่วงหน้า	(19,558,763)	(17,569,120)	(19,558,763)	(17,569,120)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	36,536,840	11,956,803	35,618,131	15,047,432
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	11,724,305,659	11,410,921,019	11,436,565,836	11,240,084,566
จ่ายผลประโยชน์ของพนักงาน	(34,012,013)	(17,932,096)	(33,219,161)	(12,963,106)
จ่ายภาษีเงินได้	(1,537,083,529)	(1,600,497,888)	(1,485,877,711)	(1,537,700,187)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	10,153,210,117	9,792,491,035	9,917,468,964	9,689,421,273

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของการงบการเงิน

งบกระแสเงินสด (ต่อ)



บริษัท โคม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

(หน่วย: บาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน				
เงินปันผลรับจากบริษัทย่อย	-	-	724,999,710	224,999,970
ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	(57,748,581)	(16,252,165)	(57,748,581)	(16,252,165)
ซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(3,345,031,608)	(4,532,716,595)	(3,340,922,314)	(4,526,318,436)
จ่ายค่าสินทรัพย์สิทธิการใช้	(315,326,394)	(600,468,039)	(315,326,394)	(600,468,039)
ซื้อคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	(50,575,876)	(97,709,059)	(50,575,876)	(97,709,059)
เงินค่าประกันการก่อสร้างเพิ่มขึ้น (ลดลง)	13,506,456	(33,962,175)	14,884,434	(32,772,294)
เงินสดรับจากการขายอุปกรณ์ของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	18,265	29,720	18,265	29,720
เงินสดรับจากการขายอุปกรณ์	1,894,350	8,733,607	1,403,979	8,398,841
เงินสดรับจากดอกเบี้ย	61,950,925	27,796,208	55,565,178	22,598,477
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(3,691,312,463)	(5,244,548,498)	(2,967,701,599)	(5,017,492,985)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน				
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	5,100,000,000	12,107,636,900	5,100,000,000	12,100,000,000
จ่ายเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	(4,128,547,690)	(11,139,309,480)	(4,100,000,000)	(11,100,000,000)
จ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า	(497,843,530)	(599,634,050)	(898,320,554)	(1,086,183,093)
จ่ายเงินกู้ยืมระยะยาว	(39,862,286)	(21,040,704)	-	-
เงินสดรับจากการออกหุ้นกู้ - สุทธิจากดอกเบี้ยรอตัดจ่าย	1,831,569,360	6,636,435,912	1,831,569,360	6,636,435,912
เงินสดจ่ายเพื่อไถ่ถอนหุ้นกู้	(4,000,000,000)	(5,150,000,000)	(4,000,000,000)	(5,150,000,000)
ดอกเบี้ยจ่าย	(344,893,347)	(241,342,750)	(337,768,016)	(230,850,141)
เงินปันผลจ่าย	(5,259,718,569)	(5,128,583,718)	(5,259,718,279)	(5,128,583,688)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน	(7,339,296,062)	(3,535,837,890)	(7,664,237,489)	(3,959,181,010)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	2,447,589	(3,728,517)	-	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(874,950,819)	1,008,376,130	(714,470,124)	712,747,278
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	6,428,673,946	5,420,297,816	5,817,145,116	5,104,397,838
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี (หมายเหตุ 7)	5,553,723,127	6,428,673,946	5,102,674,992	5,817,145,116
	-	-	-	-
ข้อมูลกระแสเงินสดเปิดเผยเพิ่มเติม				
รายการที่มีใช้เงินสดประกอบด้วย				
รายการซื้ออุปกรณ์ที่ยังไม่ได้ชำระ	777,362,018	696,144,378	777,322,428	696,072,949
โอนสินทรัพย์สิทธิการใช้ไปเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-	309,169,919	-	309,169,919
โอนอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนไปเป็นที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	-	299,869	-	843,279,644
โอนอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนไปเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	-	202,584,967
โอนสินทรัพย์สิทธิการใช้ไปเป็นยานพาหนะ	-	2,765,858	-	2,765,858
เงินปันผลค้างจ่าย	2,784,630	2,453,847	2,784,630	2,453,847

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัท โอโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

งบการเงินรวม											(หน่วย: บาท)
ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ											
องค์ประกอบอื่นของ											
ส่วนของผู้ถือหุ้น											
หมายเหตุ	ทุนเรือนหุ้นที่ออก และชำระแล้ว	ส่วนเกิน มูลค่าหุ้นสามัญ	กำไรสะสม		ผลต่างจากการแปลงค่า		ส่วนของผู้ถือหุ้นที่ได้เสีย ที่ไม่มีอำนาจควบคุม ของบริษัทย่อย	รวม	ส่วนของผู้ถือหุ้น		
			จัดสรรแล้ว -	สำรองตามกฎหมาย	ยังไม่จัดสรร	งบการเงินที่เป็น เงินตราต่างประเทศ					ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทฯ
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	13,151,198,025	646,323,076	1,315,120,000	9,158,041,977	(24,803,707)	24,245,879,371	2,269	24,245,881,640			
	-	-	-	6,441,555,861	-	6,441,555,861	-	6,441,555,861			
	-	-	-	-	147,782	147,782	-	147,782			
	-	-	-	6,441,555,861	147,782	6,441,703,643	-	6,441,703,643			
31	-	-	-	(5,128,798,521)	-	(5,128,798,521)	-	(5,128,798,521)			
เงินปันผลจ่าย											
บริษัทจ่ายเงินปันผลให้ผู้มีส่วนได้เสีย											
ที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย											
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	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			
31	-	-	-	(5,260,049,062)	-	(5,260,049,062)	-	(5,260,049,062)			
เงินปันผลจ่าย											
บริษัทจ่ายเงินปันผลให้ผู้มีส่วนได้เสีย											
ที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย											
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	13,151,198,025	646,323,076	1,315,120,000	11,714,466,157	(24,672,034)	26,802,435,224	1,949	26,802,437,173			
	-	-	-	-	-	-	-	-			
	-	-	-	-	-	-	-	-			
	-	-	-	-	-	-	-	-			

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของการเงิน



งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น



บริษัท โอ โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

งบการเงินเฉพาะกิจการ						(หน่วย: บาท)
หมายเหตุ	ทุนเรือนหุ้นที่ออก และชำระแล้ว	ส่วนเกิน มูลค่าหุ้นสามัญ	กำไรสะสม		รวม	
			จัดสรรแล้ว - สำรองตามกฎหมาย	ยังไม่จัดสรร		
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	13,151,198,025	646,323,076	1,315,120,000	7,600,739,360	22,713,380,461	
กำไรสำหรับปี	-	-	-	6,174,969,923	6,174,969,923	
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	-	-	-	-	
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	6,174,969,923	6,174,969,923	
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	(5,128,798,521)	(5,128,798,521)	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	13,151,198,025	646,323,076	1,315,120,000	8,646,910,762	23,759,551,863	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 1 มกราคม 2567	13,151,198,025	646,323,076	1,315,120,000	8,646,910,762	23,759,551,863	
กำไรสำหรับปี	-	-	-	6,934,414,154	6,934,414,154	
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	-	-	(15,760,827)	(15,760,827)	
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	-	-	-	6,918,653,327	6,918,653,327	
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	(5,260,049,062)	(5,260,049,062)	
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	13,151,198,025	646,323,076	1,315,120,000	10,305,515,027	25,418,156,128	
	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



หมายเหตุประกอบงบการเงิน



บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

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 2567 กลุ่มบริษัทมีสาขารวม 136 สาขา (2566: 128 สาขา) (เฉพาะบริษัทฯ: 129 สาขา 2566: 121 สาขา)

2. เกณฑ์ในการจัดทำงบการเงิน

- 2.1 งบการเงินนี้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่กำหนดในพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 โดยแสดงรายการในงบการเงินตามข้อกำหนดในประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้าออกตามความในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543

งบการเงินฉบับภาษาไทยเป็นงบการเงินฉบับที่บริษัทฯใช้เป็นทางการตามกฎหมาย งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษแปลจากงบการเงินฉบับภาษาไทยนี้

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	
			2567 ร้อยละ	2566 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) บริษัทจะถือว่ามีการควบคุมกิจการที่เข้าไปลงทุนหรือบริษัทย่อยได้ หากบริษัทมีสิทธิได้รับหรือมีส่วนได้เสียในผลตอบแทนของกิจการที่เข้าไปลงทุน และสามารถใช้อำนาจในการสั่งการกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนเงินผลตอบแทนนั้นได้
- ค) บริษัทนำงบการเงินของบริษัทย่อยมารวมในการจัดทำงบการเงินรวมตั้งแต่วันที่บริษัทมีอำนาจในการควบคุมบริษัทย่อยจนถึงวันที่บริษัทสิ้นสุดการควบคุมบริษัทย่อยนั้น
- ง) งบการเงินของบริษัทย่อยได้จัดทำขึ้นโดยใช้นโยบายการบัญชีที่สำคัญเช่นเดียวกันกับของบริษัทฯ
- จ) สินทรัพย์และหนี้สินตามงบการเงินของบริษัทย่อยซึ่งจัดตั้งในต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน ส่วนรายได้และค่าใช้จ่ายแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยรายเดือน ผลต่างซึ่งเกิดขึ้นจากการแปลงค่าดังกล่าวได้แสดงไว้เป็นรายการ “ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ” ในงบการเงินเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น
- ฉ) ยอดคงค้างระหว่างกลุ่มบริษัท รายการค้าระหว่างกันที่มีสาระสำคัญได้ถูกตัดออกจากงบการเงินรวมนี้แล้ว
- ช) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม คือ จำนวนกำไรหรือขาดทุนและสินทรัพย์สุทธิของบริษัทย่อยส่วนที่ไม่ได้เป็นของบริษัทฯ และแสดงเป็นรายการแยกต่างหากในส่วนของกำไรหรือขาดทุนรวมและส่วนของผู้ถือหุ้นในงบฐานะการเงินรวม

2.3 บริษัทจัดทำงบการเงินเฉพาะกิจการ โดยแสดงเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมตามวิธีราคาทุน

3. มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

3.1 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เริ่มมีผลบังคับใช้ในปีปัจจุบัน

ในระหว่างปี กลุ่มบริษัทได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2567 มาถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้งานมาตรฐาน

การนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัตินี้ไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท

3.2 มาตรฐานการรายงานทางการเงินที่จะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2568

สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงหลายฉบับ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2568 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้มีเนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการให้แนวปฏิบัติทางการบัญชีกับผู้ใช้งานมาตรฐาน

ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานนี้จะไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท ยกเว้นมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังต่อไปนี้ที่มีการเปลี่ยนแปลงหลักการสำคัญซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลกระทบของการปฏิรูปภาษีระหว่างประเทศ - กฎการคำนวณภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง (Pillar Two)

กลุ่มบริษัทอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎการคำนวณภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง (Pillar Two model rule) ที่เผยแพร่โดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) กลุ่มบริษัทจึงได้ถือปฏิบัติตามข้อยกเว้นที่กำหนดให้กิจการต้องไม่รับรู้และไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์และหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกี่ยวข้องกับภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง (Pillar Two)

กลุ่มบริษัทมีการดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศที่ได้มีการออกกฎหมายดังกล่าวแล้ว และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 อย่างไรก็ตาม ในระหว่างปี 2567 กลุ่มบริษัทไม่รับรู้ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เสาหลักที่สอง เนื่องจากได้รับประโยชน์จากมาตรการผ่อนปรน “Transitional Safe Harbour” ภายใต้ออกกฎหมายดังกล่าว และบางแห่งที่ได้มีการออกกฎหมายดังกล่าวแล้วและจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ฝ่ายบริหารของกลุ่มบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานนี้จะไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของกลุ่มบริษัท

4. นโยบายการบัญชี

4.1 การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

รายได้จากการขายสินค้า

รายได้จากการขายสินค้ารับรู้เมื่อกลุ่มบริษัทได้โอนอำนาจควบคุมในสินค้าให้แก่ลูกค้าแล้ว กล่าวคือ เมื่อมีการส่งมอบสินค้า รายได้จากการขายแสดงตามมูลค่าที่ได้รับหรือคาดว่าจะได้รับสำหรับสินค้าที่ได้ส่งมอบหลังจากหักส่วนลด โดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

รายได้จากการขายสินค้า - โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า

กลุ่มบริษัทได้จัดให้มีโปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า โดยจะให้คะแนนสะสมแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากกลุ่มบริษัท ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าในอนาคต กลุ่มบริษัทบันทึกส่วนมูลค่าจากรายการขายให้กับคะแนนสะสมด้วยมูลค่าธุรกรรมของคะแนนสะสมดังกล่าว และทยอยรับรู้เป็นรายได้เมื่อลูกค้ามาใช้สิทธิ และกลุ่มบริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาภาระผูกพันนั้น

รายได้จากลูกค้า

กลุ่มบริษัทมีข้อตกลงทางการค้ากับลูกค้าซึ่งเป็นข้อตกลงทางธุรกิจทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับผลตอบแทนจากปริมาณการสั่งซื้อสินค้า และค่าสนับสนุนทางการตลาด กลุ่มบริษัทรับรู้รายได้จากลูกค้าเมื่อเข้าเงื่อนไขตามสัญญาและสามารถวัดมูลค่าได้อย่างน่าเชื่อถือ รายได้จากลูกค้าบางส่วนรับรู้เป็นส่วนหักจากต้นทุนสินค้าที่ขายและสินค้าคงเหลือ ส่วนที่ยังไม่ได้รับชำระแสดงเป็น “ลูกหนี้อื่น” หรือแสดงเป็นยอดสุทธิหักจาก “เจ้าหนี้การค้า” ในงบฐานะการเงิน ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในข้อตกลงกับลูกค้า

รายได้ค่าบริการ

รายได้ค่าบริการรับรู้เมื่อกลุ่มบริษัทได้ให้บริการแล้ว

รายได้ค่าบริการรับรู้ตามจำนวนเงินซึ่งกลุ่มบริษัทมีสิทธิออกใบแจ้งหนี้ เนื่องจากจำนวนดังกล่าวสอดคล้องโดยตรงกับมูลค่าที่ให้กับลูกค้า

เงินปันผลรับ

เงินปันผลรับถือเป็นรายได้เมื่อกลุ่มบริษัทมีสิทธิในการรับเงินปันผล

รายได้ทางการเงิน

รายได้ทางการเงินเป็นรายได้ดอกเบี้ยจากตราสารหนี้ที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย ซึ่งรับรู้ตามเกณฑ์คงค้างด้วยวิธีดอกเบี้ยที่แท้จริง โดยจะนำมูลค่าตามบัญชีขั้นต้นของสินทรัพย์ทางการเงินมาคูณกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง ยกเว้นสินทรัพย์ทางการเงินที่เกิดการด้อยค่าด้านเครดิตในภายหลัง ที่จะนำมูลค่าตามบัญชีสุทธิของสินทรัพย์ทางการเงิน (สุทธิจากค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น) มาคูณกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง

ต้นทุนทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยจากหนี้สินทางการเงินที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายคำนวณโดยใช้วิธีดอกเบี้ยที่แท้จริงและรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

4.2 เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด หมายถึง เงินสดและเงินฝากธนาคาร และเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูง ซึ่งถึงกำหนดจ่ายคืนภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือนนับจากวันที่ได้มาและไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

4.3 สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือแสดงมูลค่าตามราคาทุน (ตามวิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก) หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

ส่วนลดรับจากปริมาณการซื้อซึ่งกลุ่มบริษัทได้รับจากผู้ขายจะบันทึกลดมูลค่าของสินค้าที่เกี่ยวข้องและรับรู้ในส่วนของการกำไรหรือขาดทุนเมื่อสินค้านั้นขายได้

4.4 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เงินลงทุนในบริษัทร่วมที่แสดงอยู่ในงบการเงินรวมแสดงมูลค่าตามวิธีส่วนได้เสีย

เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่แสดงอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการแสดงมูลค่าตามวิธีราคาทุนสุทธิจากค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

4.5 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

กลุ่มบริษัทบันทึกมูลค่าเริ่มแรกของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในราคาทุนซึ่งรวมต้นทุนการทำรายการ หลังจากนั้น กลุ่มบริษัทจะบันทึกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนคำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจโดยประมาณ 3 - 48 ปี โดยไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง ค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนรวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

กลุ่มบริษัทรับรู้ผลต่างระหว่างจำนวนเงินที่ได้รับสุทธิจากการจำหน่ายกับมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ในส่วนของการกำไรหรือขาดทุนในปีที่ตัดรายการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนออกจากบัญชี

4.6 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และค่าเสื่อมราคา

ที่ดินแสดงมูลค่าตามราคาทุน อาคารและอุปกรณ์แสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าเพื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ (ถ้ามี)

ค่าเสื่อมราคาของอาคารและอุปกรณ์คำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณดังนี้

อาคาร	-	20 - 30 ปี
อาคารบนที่ดินเช่าและส่วนปรับปรุงอาคาร	-	ตามอายุการใช้งานแต่ไม่เกินอายุสัญญาเช่า
อุปกรณ์และเครื่องจักร	-	1 - 10 ปี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	-	3 - 10 ปี
ยานพาหนะ	-	5 ปี

ค่าเสื่อมราคารวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

ไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดินและสินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง

กลุ่มบริษัทตัดรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ออกจากบัญชี เมื่อจำหน่ายสินทรัพย์หรือคาดว่าจะไม่ได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากการใช้หรือการจำหน่ายสินทรัพย์ รายการผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์จะรับรู้ในส่วนของกำไรหรือขาดทุนเมื่อกฎบริษัทตัดรายการสินทรัพย์นั้นออกจากบัญชี

4.7 ต้นทุนการกู้ยืม

ต้นทุนการกู้ยืมของเงินกู้ที่ใช้ในการได้มาหรือการก่อสร้างสินทรัพย์ที่ต้องใช้ระยะเวลานานในการแปลงสภาพให้พร้อมใช้หรือขาย ได้ถูกนำไปรวมเป็นราคาทุนของสินทรัพย์จนกว่าสินทรัพย์นั้นจะอยู่ในสภาพพร้อมที่จะใช้ได้ตามที่มุ่งประสงค์ ส่วนต้นทุนการกู้ยืมอื่นถือเป็นค่าใช้จ่ายในงวดที่เกิดรายการ ต้นทุนการกู้ยืมประกอบด้วยดอกเบี้ยและต้นทุนอื่นที่เกิดขึ้นจากการกู้ยืม

4.8 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

กลุ่มบริษัทบันทึกต้นทุนเริ่มแรกของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนตามราคาทุน ภายหลังการรับรู้รายการเริ่มแรกสินทรัพย์ไม่มีตัวตนแสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสมและค่าเพื่อการด้อยค่าสะสม (ถ้ามี) ของสินทรัพย์นั้น

กลุ่มบริษัทตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์) ที่มีอายุการให้ประโยชน์จำกัด โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น (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

ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้คำนวณจากราคาทุนโดยวิธีเส้นตรงตามอายุสัญญาเช่าหรืออายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์สิทธิการใช้แล้วแต่ระยะเวลาใดจะสั้นกว่า ดังนี้

ที่ดินและส่วนปรับปรุง	-	2 - 31 ปี
อาคาร	-	2 - 30 ปี
ยานพาหนะ	-	2 - 5 ปี

หากความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิงได้โอนให้กับกลุ่มบริษัทเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่าหรือราคาทุนของสินทรัพย์ดังกล่าวได้รวมถึงการใช้สิทธิเลือกซื้อ ค่าเสื่อมราคาจะคำนวณจากอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์

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 ต้นทุนทางตรงเริ่มแรกที่เกิดขึ้นจากการได้มาซึ่งสัญญาเช่าดำเนินงานรวมในมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์อ้างอิงและรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายตลอดอายุสัญญาเช่า โดยใช้เกณฑ์เดียวกันกับรายได้จากสัญญาเช่า

4.10 รายการธุรกิจกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัทฯ หมายถึง บุคคลหรือกิจการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทฯ หรือถูกบริษัทฯ ควบคุมไม่ว่าจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อม หรืออยู่ภายใต้การควบคุมเดียวกันกับบริษัทฯ

นอกจากนี้บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันยังหมายรวมถึงบริษัทร่วมและบุคคลหรือกิจการที่มีสิทธิออกเสียงโดยทางตรงหรือทางอ้อมซึ่งทำให้มีอิทธิพลอย่างเป็นสาระสำคัญต่อบริษัทฯ ผู้บริหารสำคัญ กรรมการหรือพนักงานของบริษัทฯที่มีอำนาจในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ

4.11 เงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ แสดงงบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการเป็นสกุลเงินบาท ซึ่งเป็นสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัทฯ รายการต่างๆของแต่ละกิจการที่รวมอยู่ในงบการเงินรวมวัดมูลค่าด้วยสกุลเงินที่ใช้ในการดำเนินงานของแต่ละกิจการนั้น

รายการที่เป็นเงินตราต่างประเทศแปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ สินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินซึ่งอยู่ในสกุลเงินตราต่างประเทศได้แปลงค่าเป็นเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

กำไรและขาดทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนได้รวมอยู่ในการคำนวณผลการดำเนินงาน

4.12 การด้อยค่าของสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงิน

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กลุ่มบริษัทจะทำการประเมินการด้อยค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สินทรัพย์สิทธิการใช้ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน หรือ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นของกลุ่มบริษัท หากมีข้อบ่งชี้ว่าสินทรัพย์ดังกล่าวอาจด้อยค่าเป็นรายปี กลุ่มบริษัทรับรู้ขาดทุนจากการด้อยค่าเมื่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์มีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ทั้งนี้มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายของสินทรัพย์หรือมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า ในการประเมินมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ กลุ่มบริษัทประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตที่กิจการคาดว่าจะได้รับจากสินทรัพย์และคำนวณคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลดก่อนภาษีที่สะท้อนถึง การประเมินความเสี่ยงในสภาพตลาดปัจจุบันของเงินสดตามระยะเวลาและความเสี่ยงซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของสินทรัพย์ที่กำลังพิจารณาอยู่ ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขาย กลุ่มบริษัทใช้แบบจำลองการประเมินมูลค่าที่ดีที่สุดซึ่งเหมาะสมกับสินทรัพย์ ซึ่งสะท้อนถึงจำนวนเงินที่กิจการสามารถจะได้มาจากการจำหน่ายสินทรัพย์หักด้วยต้นทุนในการจำหน่าย โดยการจำหน่ายนั้นผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้และเต็มใจในการแลกเปลี่ยนและสามารถต่อรองราคากันได้ อย่างเป็นอิสระในลักษณะของผู้ที่ไม่มี ความเกี่ยวข้องกัน

กลุ่มบริษัทจะรับรู้รายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

หากในการประเมินการด้อยค่าของสินทรัพย์ มีข้อบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นว่าผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ที่รับรู้ในงวดก่อนได้หมดไปหรือลดลง กลุ่มบริษัทจะประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์นั้น และจะกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าที่รับรู้ในงวดก่อนก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประมาณการที่ใช้กำหนดมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนภายหลังจากการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าครั้งล่าสุด โดยมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นจากการกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าต้องไม่สูงกว่ามูลค่าตามบัญชีที่ควรจะเป็นหากกิจการไม่เคยรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์ในงวดก่อนๆ กลุ่มบริษัทจะบันทึกกลับรายการผลขาดทุนจากการด้อยค่าของสินทรัพย์โดยรับรู้ไปยังส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันที

4.13 ผลประโยชน์ของพนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้นของพนักงาน

กลุ่มบริษัทรับรู้ เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส และเงินสมทบกองทุนประกันสังคมเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

โครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program หรือ EJIP)

กลุ่มบริษัทได้จัดตั้งโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ซึ่งประกอบด้วยเงินที่พนักงานที่เข้าร่วมโครงการจ่ายสะสมและเงินที่กลุ่มบริษัทจ่ายสมทบให้พนักงานที่เข้าร่วมโครงการเป็นรายเดือน โดยมีรายละเอียดโครงการตามที่กล่าวไว้ในหมายเหตุ 22 กลุ่มบริษัทจะบันทึกเงินสมทบโครงการเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อเกิดรายการ

ผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน

โครงการสมทบเงิน

กลุ่มบริษัทและพนักงานของกลุ่มบริษัทได้ร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งประกอบด้วยเงินที่พนักงานจ่ายสะสมและเงินที่กลุ่มบริษัทจ่ายสมทบให้เป็นรายเดือน สิทธิประโยชน์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้แยกออกจากสิทธิประโยชน์ของกลุ่มบริษัท เงินที่กลุ่มบริษัทจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในปีที่เกิดรายการ

โครงการผลประโยชน์หลังออกจากงาน

กลุ่มบริษัทมีภาระสำหรับเงินชดเชยที่ต้องจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อออกจากงานตามกฎหมายแรงงาน ซึ่งกลุ่มบริษัทถือว่าเงินชดเชยดังกล่าวเป็นโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานสำหรับพนักงาน

กลุ่มบริษัทคำนวณหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงาน โดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ (Projected Unit Credit Method) โดยผู้เชี่ยวชาญอิสระได้ทำการประเมินภาระผูกพันดังกล่าวตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย

ผลกำไรหรือขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย สำหรับโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานของพนักงานจะรับรู้ทันทีในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

ต้นทุนบริการในอดีตจะรับรู้ทั้งจำนวนในส่วนของกำไรหรือขาดทุนทันทีที่มีการแก้ไขโครงการหรือลดขนาดโครงการ หรือเมื่อมีการรับรู้ต้นทุนการปรับโครงสร้างที่เกี่ยวข้อง แล้วแต่เหตุการณ์ใดจะเกิดขึ้นก่อน

4.14 ประมาณการหนี้สิน

กลุ่มบริษัทจะบันทึกประมาณการหนี้สินไว้ในบัญชีเมื่อภาระผูกพันซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ในอดีตได้เกิดขึ้นแล้ว และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนว่ากลุ่มบริษัทจะเสียทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจไปเพื่อปลดปล่อยภาระผูกพันนั้น และกลุ่มบริษัทสามารถประมาณมูลค่าภาระผูกพันนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ

4.15 ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้ประกอบด้วยภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้ปัจจุบัน

กลุ่มบริษัทบันทึกภาษีเงินได้ปัจจุบันตามจำนวนที่คาดว่าจะจ่ายให้กับหน่วยงานจัดเก็บภาษีของรัฐ โดยคำนวณจากกำไรทางภาษีตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎหมายภาษีอากร

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

กลุ่มบริษัทบันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวระหว่างราคาตามบัญชีของสินทรัพย์และหนี้สิน ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานกับฐานภาษีของสินทรัพย์และหนี้สินที่เกี่ยวข้องนั้น โดยใช้อัตราภาษีที่มีผลบังคับใช้ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

กลุ่มบริษัทรับรู้หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีของผลแตกต่างชั่วคราวที่ต้องเสียภาษีทุกรายการ แต่รับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษี รวมทั้งผลขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้ในจำนวนเท่าที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่กลุ่มบริษัทจะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีและผลขาดทุนทางภาษีที่ยังไม่ได้ใช้นั้น

กลุ่มบริษัทจะทบทวนมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีทุกสิ้นรอบระยะเวลารายงาน และจะทำการปรับลดมูลค่าตามบัญชีดังกล่าว หากมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ว่ากลุ่มบริษัทจะไม่มีกำไรทางภาษีเพียงพอต่อการนำสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีทั้งหมดหรือบางส่วนมาใช้ประโยชน์

กลุ่มบริษัทจะบันทึกภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้นหากภาษีที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับรายการที่ได้บันทึกโดยตรงไปยังส่วนของผู้ถือหุ้น

4.16 เครื่องมือทางการเงิน

กลุ่มบริษัทรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกของสินทรัพย์ทางการเงินด้วยมูลค่ายุติธรรม และบวกด้วยต้นทุนการทำรายการเฉพาะในกรณีที่เป็นสินทรัพย์ทางการเงินที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน 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 ในกรณีที่มีการเปลี่ยนหนี้สินทางการเงินที่มีอยู่ให้เป็นหนี้สินใหม่จากผู้ให้กู้รายเดียวกันซึ่งมีข้อกำหนดที่แตกต่างกันอย่างมาก หรือมีการแก้ไขข้อกำหนดของหนี้สินที่มีอยู่อย่างเป็นสาระสำคัญ จะถือว่าเป็นการตัดรายการหนี้สินเดิมและรับรู้หนี้สินใหม่ โดยรับรู้ผลแตกต่างของมูลค่าตามบัญชีดังกล่าวในส่วนของกำไรหรือขาดทุน

การด้อยค่าของสินทรัพย์ทางการเงิน

กลุ่มบริษัทรับรู้ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของตราสารหนี้ทั้งหมดที่ไม่ได้วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุน ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นคำนวณจากผลต่างของกระแสเงินสดที่จะครบกำหนดชำระตามสัญญากับกระแสเงินสดทั้งหมดที่กลุ่มบริษัทคาดว่าจะได้รับชำระ และคิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงโดยประมาณของสินทรัพย์ทางการเงิน ณ วันที่ได้มา โดยกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับ รวมถึงกระแสเงินสดที่ได้มาจากขายหลักประกันที่ถือไว้ หรือส่วนปรับปรุงด้านเครดิตอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขตามสัญญา

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

การหักกลับของเครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินจะนำมาหักกลับกันและแสดงด้วยยอดสุทธิในงบฐานะการเงินก็ต่อเมื่อกิจการมีสิทธิบังคับใช้ได้ตามกฎหมายอยู่แล้วในการหักกลับจำนวนเงินที่รับรู้ และกิจการมีความตั้งใจที่จะชำระด้วยยอดสุทธิ หรือตั้งใจที่จะรับสินทรัพย์และชำระหนี้สินพร้อมกัน

4.17 ตราสารอนุพันธ์

กลุ่มบริษัทใช้ตราสารอนุพันธ์ เช่น สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มบริษัทรับรู้มูลค่าเริ่มแรกของตราสารอนุพันธ์ด้วยมูลค่ายุติธรรม ณ วันที่ทำสัญญา และวัดมูลค่าในภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรม โดยรับรู้การเปลี่ยนแปลงของมูลค่ายุติธรรมในภายหลังในส่วนของการกำไรหรือขาดทุน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทแสดงตราสารอนุพันธ์เป็นสินทรัพย์ทางการเงินเมื่อมีมูลค่ายุติธรรมมากกว่าศูนย์ และแสดงเป็นหนี้สินทางการเงินเมื่อมีมูลค่ายุติธรรมน้อยกว่าศูนย์

กลุ่มบริษัทแสดงตราสารอนุพันธ์ที่มีอายุสัญญาคงเหลือมากกว่า 12 เดือนและยังไม่ถึงกำหนดชำระภายใน 12 เดือน เป็นสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น หรือหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น และแสดงตราสารอนุพันธ์อื่นเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน หรือหนี้สินหมุนเวียน

4.18 การวัดมูลค่ายุติธรรม

มูลค่ายุติธรรม หมายถึง ราคาที่คาดว่าจะได้รับจากการขายสินทรัพย์หรือเป็นราคาที่จะต้องจ่ายเพื่อโอนหนี้สินให้ผู้อื่น โดยรายการดังกล่าวเป็นรายการที่เกิดขึ้นในสภาพปกติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (ผู้ร่วมในตลาด) ณ วันที่วัดมูลค่า กลุ่มบริษัทใช้ราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องในการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินซึ่งมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องกำหนดให้ต้องวัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม ยกเว้นในกรณีที่ไม่มียตลาดที่มีสภาพคล่องสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่มีลักษณะเดียวกันหรือไม่สามารถหาราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องได้ กลุ่มบริษัทจะประมาณมูลค่ายุติธรรมโดยใช้เทคนิคการประเมินมูลค่าที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ และพยายามใช้ข้อมูลที่สามารถสังเกตได้ที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่จะวัดมูลค่ายุติธรรมนั้นให้มากที่สุด

ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมที่ใช้วัดมูลค่าและเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงินแบ่งออกเป็นสามระดับตามประเภทของข้อมูลที่ใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

- ระดับ 1 ใช้ข้อมูลราคาเสนอซื้อขายของสินทรัพย์หรือหนี้สินอย่างเดียวกันในตลาดที่มีสภาพคล่อง
 - ระดับ 2 ใช้ข้อมูลอื่นที่สามารถสังเกตได้ของสินทรัพย์หรือหนี้สิน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางตรงหรือทางอ้อม
 - ระดับ 3 ใช้ข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตได้ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับกระแสเงินในอนาคตที่กิจการประมาณขึ้น
- ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กลุ่มบริษัทจะประเมินความจำเป็นในการโอนรายการระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินที่ถืออยู่ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานที่มีการวัดมูลค่ายุติธรรมแบบเกิดขึ้นประจำ

5. การใช้ดุลยพินิจและประมาณการทางบัญชีที่สำคัญ

ในการจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจและการประมาณการในเรื่องที่มีความไม่แน่นอนเสมอ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการดังกล่าวนี้ส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงินและต่อข้อมูลที่แสดงในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ผลที่เกิดขึ้นจริงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้ การใช้ดุลยพินิจและการประมาณการที่สำคัญมีดังนี้

ค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้างสงสัย

ในการประมาณค่าเพื่อการลดลงของมูลค่าสินค้างสงสัยอันเนื่องมาจากการสูญหาย เสื่อมสภาพ หรือล้มสมัย ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากสินค้างสงสัยนั้น ซึ่งพิจารณาจากการวิเคราะห์ในรายละเอียดเกี่ยวกับวงจรอายุของสินค้า สภาพของสินค้าและระยะเวลาในการเก็บสินค้า ตลอดจนการแข่งขันทางการตลาด สภาพเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

สัญญาเช่า

การกำหนดอายุสัญญาเช่าที่มีสิทธิการเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่า - กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

ในการกำหนดอายุสัญญาเช่า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินว่ากลุ่มบริษัทมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลหรือไม่ที่จะใช้สิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่าโดยคำนึงถึงข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ทำให้เกิดสิ่งจูงใจทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มบริษัทในการใช้หรือไม่ใช้สิทธิเลือกนั้น

การกำหนดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่ม - กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

กลุ่มบริษัทไม่สามารถกำหนดอัตราดอกเบี้ยตาม نرخของสัญญาเช่า ดังนั้น ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มของกลุ่มบริษัทในการคิดลดหนี้สินตามสัญญาเช่า โดยอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมส่วนเพิ่มเป็นอัตราดอกเบี้ยที่กลุ่มบริษัทจะต้องจ่ายในการกู้ยืมเงินที่จำเป็นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่มีมูลค่าใกล้เคียงกับสินทรัพย์สิทธิการใช้ในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่คล้ายคลึง โดยมิใช่ระยะเวลาการกู้ยืมและหลักประกันที่คล้ายคลึง

การจัดประเภทของสัญญาเช่า - กลุ่มบริษัทในฐานะผู้ให้เช่า

ในการพิจารณาประเภทของสัญญาเช่าว่าเป็นสัญญาเช่าดำเนินงานหรือสัญญาเช่าเงินทุน ฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประเมินเงื่อนไขและรายละเอียดของสัญญาเพื่อพิจารณาว่ากลุ่มบริษัทได้โอนความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์ที่เช่าดังกล่าวแล้วหรือไม่

ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้า

ในการประมาณค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากลูกหนี้แต่ละราย โดยคำนึงถึงประสบการณ์การเก็บเงินในอดีต อายุของหนี้ที่ค้างและสถานะเศรษฐกิจที่คาดการณ์ไว้ของกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงด้านเครดิตที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ทั้งนี้ ข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีตและการคาดการณ์สถานะเศรษฐกิจของกลุ่มบริษัทอาจไม่ได้บ่งบอกถึงการผิดสัญญาของลูกค้าที่เกิดขึ้นจริงในอนาคต

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้/ค่าเสื่อมราคา/การด้อยค่า

ในการคำนวณค่าเสื่อมราคาของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องทำการประมาณอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือเมื่อเลิกใช้งานของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้ และต้องทบทวนอายุการให้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือใหม่หากมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องสอบทานการด้อยค่าของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้ในแต่ละช่วงเวลาและบันทึกขาดทุนจากการด้อยค่าหากคาดว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์นั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์รายได้และค่าใช้จ่ายในอนาคตซึ่งเกี่ยวข้องกับสินทรัพย์นั้น

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

กลุ่มบริษัทจะรับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภาษีและขาดทุนทางภาษีที่ไม่ได้ใช้เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ว่ากลุ่มบริษัทจะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวและขาดทุนนั้น ในการนี้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการว่ากลุ่มบริษัทควรรับรู้จำนวนสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเป็นจำนวนเท่าใด โดยพิจารณาถึงจำนวนกำไรทางภาษีที่คาดว่าจะเกิดในอนาคตในแต่ละช่วงเวลา

ค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ในการประเมินค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ฝ่ายบริหารต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนของสินทรัพย์ดังกล่าว มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนหมายถึงมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ กลุ่มบริษัทใช้แบบจำลองการคิดลดกระแสเงินสด ซึ่งใช้ข้อมูลงบประมาณในช่วง 5 ปีข้างหน้าและไม่รวมถึงการปรับโครงสร้างใด ๆ ที่กิจการยังไม่ได้มีผลผูกพันหรือการลงทุนในอนาคตที่สำคัญซึ่งจะทำให้สินทรัพย์นั้นดีขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนคือ อัตราคิดลดที่ใช้ในแบบจำลองดังกล่าวตลอดจนกระแสเงินสดรับในอนาคตที่คาดการณ์และอัตราการเติบโตที่ใช้เพื่อการคาดการณ์

ผลประโยชน์หลังออกจางานของพนักงานตามโครงการผลประโยชน์

หนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจางานของพนักงานประมาณขึ้นตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ซึ่งต้องอาศัยข้อสมมติฐานต่างๆ ในการประมาณการนั้น เช่น อัตราคิดลด อัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต อัตราภาระ และอัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน เป็นต้น

คดีฟ้องร้อง

กลุ่มบริษัทมีหนี้สินที่อาจจะเกิดขึ้นจากการถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหาย ซึ่งฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประเมินผลของคดีที่ถูกฟ้องร้องแล้วและเชื่อมั่นว่าจะไม่มีความเสียหายเกิดขึ้นจึงไม่ได้บันทึกประมาณการหนี้สินดังกล่าว ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

6. รายการธุรกิจกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

ในระหว่างปี กลุ่มบริษัทมีรายการธุรกิจที่สำคัญกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน รายการธุรกิจดังกล่าวเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าและเกณฑ์ตามที่ตกลงกันระหว่างกลุ่มบริษัทและบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันเหล่านั้น ซึ่งเป็นไปตามปกติธุรกิจโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ		(หน่วย: พันบาท)
	2567	2566	2567	2566	นโยบายการกำหนดราคา
รายการธุรกิจกับบริษัทย่อย					
(ได้ตัดออกจากงบการเงินรวมแล้ว)					
รายได้จากการขาย	-	-	60,060	85,366	ต้นทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม
ค่าบริการรับ			7	45	ตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง และตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
เงินปันผลรับ	-	-	725,000	225,000	ตามที่ประกาศจ่าย
ค่าเช่าและค่าบริการจ่าย	-	-	578,503	602,452	ตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง และตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
ค่าบริการจัดการจ่าย	-	-	505,080	783,826	ตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง และตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
รายการธุรกิจกับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน					
รายได้จากการขาย	79,539	99,168	79,539	99,168	ราคาตลาด
รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ	8,809	9,659	8,809	9,659	ตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
รายได้อื่น	39,186	46,138	39,186	46,138	ตามอัตราที่ระบุไว้ในสัญญา
ดอกเบี้ยรับ	7,071	116	7,057	102	ร้อยละ 0.15 - 1.90 ต่อปี (2566: ร้อยละ 0.15 - 0.65 ต่อปี)
ค่าเช่าและค่าบริการจ่าย	45,271	43,793	42,356	40,396	ร้อยละของรายได้ แต่ไม่น้อยกว่าอัตราขั้นต่ำ
ซื้อสินค้าและสินทรัพย์	415,796	588,761	415,796	588,761	ราคาตามที่ตกลงร่วมกันซึ่งเทียบเคียงกับราคาตลาด

ทั้งนี้ ค่าเช่าและค่าบริการจ่าย และค่าบริการจัดการจ่ายกับบริษัทย่อยเป็นไปตามหมายเหตุข้อ 32.3

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 กลุ่มบริษัทมียอดคงค้างกับกิจการที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งแสดงในงบฐานะการเงินอยู่ในรายการดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
เงินฝากสถาบันการเงิน				
(แสดงรวมในเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด)				
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽²⁾	30,216	30,149	23,065	22,449
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น				
บริษัทย่อย	-	-	120,509	140,629
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽¹⁾	4,545	5,638	4,545	5,638
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽²⁾	6,037	3,509	6,037	3,509
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽³⁾	515	3,345	515	3,345
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽⁴⁾	8,980	31,709	8,980	31,709
รวม	20,077	44,201	140,586	184,830
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
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น				
บริษัทย่อย	-	-	91,308	162,041
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽²⁾	2,196	2,193	2,196	2,193
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽³⁾	15,431	3,037	15,431	3,037
บริษัทที่เกี่ยวข้องกัน ⁽⁴⁾	84,398	125,372	84,398	125,372
รวม	102,025	130,602	193,333	292,643

ลักษณะความสัมพันธ์กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

⁽¹⁾ เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

⁽²⁾ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกัน

⁽³⁾ มีผู้ถือหุ้นร่วมกัน

⁽⁴⁾ มีผู้ถือหุ้นเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ

ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

ในระหว่างปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานที่ให้แก่กรรมการและผู้บริหาร ดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ผลประโยชน์ระยะสั้น	235,698	213,213	215,490	192,296
ผลประโยชน์หลังออกจากงาน	2,718	4,192	2,632	3,854
รวม	238,416	217,405	218,122	196,150

7. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
เงินสด	84,304	142,663	79,933	137,674
เงินฝากธนาคาร	5,466,617	6,262,400	5,022,742	5,679,471
เงินฝากประจำ	2,802	23,611	-	-
รวม	5,553,723	6,428,674	5,102,675	5,817,145

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำมีอัตราดอกเบี้ยระหว่างร้อยละ 0.05 - 2.00 ต่อปี (2566: ร้อยละ 0.10 - 3.70 ต่อปี) (เฉพาะบริษัท: ร้อยละ 0.15 - 0.40 ต่อปี 2566: ร้อยละ 0.15 - 0.65 ต่อปี)

8. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ลูกหนี้การค้า	251,034	303,719	366,169	429,647
ลูกหนี้อื่น	1,748,031	1,801,625	1,722,620	1,763,604
รายได้ค้างรับ	8,808	9,342	8,283	8,436
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	2,007,873	2,114,686	2,097,072	2,201,687

ลูกหนี้การค้า

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ลูกหนี้การค้า	157,339	157,479	276,590	290,648
ลูกหนี้บัตรเครดิตและคูปอง	96,387	149,830	92,159	138,999
รวม	253,726	307,309	368,749	429,647
หัก: ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(2,692)	(3,590)	(2,580)	-
รวมลูกหนี้การค้า - สุทธิ	251,034	303,719	366,169	429,647

ยอดคงค้างของลูกหนี้การค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แยกตามอายุหนี้ที่คงค้างได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	206,219	231,784	205,632	223,650
ค้างชำระ				
ไม่เกิน 3 เดือน	39,213	62,962	54,122	68,629
3 - 6 เดือน	4,703	4,111	17,309	5,879
6 - 12 เดือน	190	781	5,386	64,032
มากกว่า 12 เดือน	3,401	7,671	86,300	67,457
รวม	253,726	307,309	368,749	429,647
หัก: ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(2,692)	(3,590)	(2,580)	-
รวมลูกหนี้การค้า - สุทธิ	251,034	303,719	366,169	429,647

ระยะเวลาการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้การค้าโดยปกติมีระยะเวลา 30 ถึง 90 วัน

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้ามีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ยอดคงเหลือต้นปี	3,590	-	-	-
สำรองผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	2,580	3,590	2,580	-
ตัดจำหน่าย	(3,478)	-	-	-
ยอดคงเหลือปลายปี	2,692	3,590	2,580	-

ลูกหนี้อื่น

ลูกหนี้อื่นส่วนใหญ่ประกอบด้วยลูกหนี้ที่เกิดจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการสนับสนุนการขายและลูกหนี้จากการให้เช่าพื้นที่และบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง

ยอดคงเหลือของลูกหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แยกตามอายุหนี้ที่คงค้างได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
<u>อายุหนี้คงค้างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ</u>				
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	904,356	886,224	891,822	860,306
ค้างชำระ				
ไม่เกิน 3 เดือน	840,616	893,271	828,194	881,916
3 - 6 เดือน	1,573	23,943	1,385	23,467
6 - 12 เดือน	760	-	686	-
มากกว่า 12 เดือน	5,556	8,723	4,949	8,010
รวม	1,752,861	1,812,161	1,727,036	1,773,699
หัก: ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(4,830)	(10,536)	(4,416)	(10,095)
รวมลูกหนี้อื่น - สุทธิ	1,748,031	1,801,625	1,722,620	1,763,604

ระยะเวลาการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้อื่นโดยปกติมีระยะเวลา 30 ถึง 60 วัน

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้อื่นมีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ยอดคงเหลือต้นปี	10,536	10,847	10,095	10,739
สำรองผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (กลับรายการ)	(5,000)	441	(5,000)	-
ตัดจำหน่าย	(706)	(752)	(679)	(644)
ยอดคงเหลือปลายปี	4,830	10,536	4,416	10,095

9. สินค้ำคงเหลือ

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
สินค้ำคงเหลือ	17,688,588	16,764,208	17,272,262	16,319,251
หัก: รายการปรับลดราคาทุน				
ให้เป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ	(530,478)	(590,916)	(507,910)	(570,585)
สุทธิ	17,158,110	16,173,292	16,764,352	15,748,666
หัก: สินค้ำที่จ่ายชำระค่าสินค้ำเมื่อขาย	(1,560,199)	(1,545,836)	(1,560,199)	(1,545,836)
ส่วนลดจากการซื้อสินค้ำ	(698,182)	(662,182)	(698,182)	(662,182)
สินค้ำคงเหลือ - สุทธิ	14,899,729	13,965,274	14,505,971	13,540,648

ในระหว่างปีปัจจุบัน กลุ่มบริษัทบันทึกการปรับลดราคาทุนของสินค้ำคงเหลือให้เป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับเป็นจำนวน 57 ล้านบาท (2566: 77 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัท: 51 ล้านบาท 2566: 70 ล้านบาท) โดยแสดงเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการบริหาร และมีการกลับรายการปรับลดมูลค่าสินค้ำคงเหลือเป็นจำนวน 117 ล้านบาท (2566: 80 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัท: 114 ล้านบาท 2566: 76 ล้านบาท) โดยนำไปหักจากมูลค่าของสินค้ำคงเหลือในระหว่างปี

10. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	98,307	68,619	77,307	47,835
ภาษีซื้อรอใบกำกับภาษี	78,915	51,101	74,861	47,670
อื่นๆ	10,187	29,126	9,974	28,893
รวมสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	187,409	148,846	162,142	124,398

11. เงินลงทุนในบริษัทย่อย

เงินลงทุนในบริษัทย่อยตามที่แสดงในงบการเงินเฉพาะกิจการมีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

ชื่อบริษัท	ทุนเรียกชำระแล้ว		สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน		เงินปันผลที่บริษัทฯ รับระหว่างปี	
	2567	2566	2567 (ร้อยละ)	2566 (ร้อยละ)	2567	2566	2567	2566
บริษัท มาร์เก็ต วิลเลจ จำกัด	5,000	5,000	100.00	100.00	5,000	5,000	-	-
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	675,000	225,000
บริษัท ดีซี เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จำกัด	2,500	2,500	99.99	99.99	2,500	2,500	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	725,000	225,000
หัก: ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน					(301,199)	(280,199)		
เงินลงทุนในบริษัทย่อย - สุทธิ					1,777,089	1,798,089		

ในเดือนพฤษภาคม 2567 Home Product Center Viet Nam Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้ยื่นเอกสารขอยุติการลงทุนกับกระทรวงวางแผนและการลงทุนของประเทศเวียดนาม และได้รับอนุมัติการลงทุนแล้ว ปัจจุบันบริษัทย่อยดังกล่าวอยู่ระหว่างการชำระบัญชีเลิกกิจการ และในระหว่างปีปัจจุบันบริษัทฯ ได้บันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าเงินลงทุนในบริษัทดังกล่าวจำนวน 21 ล้านบาท ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

12. เงินลงทุนในบริษัทร่วม

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ลักษณะธุรกิจ	จัดตั้งขึ้น ในประเทศ	งบการเงินรวม					
			สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน		มูลค่าตามบัญชี ตามวิธีส่วนได้เสีย	
			2567 (ร้อยละ)	2566 (ร้อยละ)	2567	2566	2567	2566
บริษัท วันสต็อกโฮม จำกัด	ขายสินค้าหรือบริการ โดยผ่าน ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	ไทย	30.00	30.00	68,706	68,706	66,733	65,894

(หน่วย: พันบาท)

บริษัท	ลักษณะ ธุรกิจ	จัดตั้งขึ้น ในประเทศ	งบการเงินเฉพาะกิจการ							
			สัดส่วนเงินลงทุน		ราคาทุน		ค่าเผื่อการด้อยค่า ของเงินลงทุน		มูลค่าตามบัญชี ตามวิธีราคาทุน - สุทธิ	
			2567 (ร้อยละ)	2566 (ร้อยละ)	2567	2566	2567	2566	2567	2566
บริษัท วันสต็อกโฮม จำกัด	ขายสินค้าหรือ บริการ โดย ผ่านระบบ เครือข่าย อินเทอร์เน็ต	ไทย	30.00	30.00	68,706	68,706	-	-	68,706	68,706

13. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

มูลค่าตามบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ				
	ที่ดินและส่วน ปรับปรุงที่ดิน	อาคารและ อุปกรณ์	สินทรัพย์สิทธิ การใช้ที่ดินให้เช่า	สินทรัพย์ ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง	รวม
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
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566					
ราคาทุน	974,686	5,112,747	1,211,784	7,822	7,307,039
หัก: ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	(2,727,100)	(233,937)	-	(2,961,037)
มูลค่าสุทธิตามบัญชี	974,686	2,385,647	977,847	7,822	4,346,002

การกระทบบอดมูลค่าสุทธิตามบัญชีของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนสำหรับปี 2567 และ 2566 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
มูลค่าสุทธิตามบัญชีต้นปี	4,346,002	4,262,560	4,346,002	5,315,490
ซื้อเพิ่ม	57,749	16,252	57,749	16,252
รับโอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ -				
มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 18)	-	309,170	-	309,170
โอนไปที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ -				
มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 14)	-	(300)	-	(843,280)
โอนไปสินทรัพย์สิทธิการใช้ - มูลค่าสุทธิ				
ตามบัญชี (หมายเหตุ 18)	-	-	-	(202,585)
จำหน่ายและตัดจำหน่าย - มูลค่าสุทธิ				
ตามบัญชี	(181)	(355)	(181)	(355)
ค่าเสื่อมราคา (รวมอยู่ในค่าใช้จ่าย				
ในการบริหาร)	(237,840)	(241,325)	(237,840)	(248,690)
มูลค่าสุทธิตามบัญชีปลายปี	4,165,730	4,346,002	4,165,730	4,346,002

ในระหว่างปี 2566 บริษัทฯมีการโอนระหว่าง อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ และสิทธิทรัพย์สินการใช้ตามการเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์การใช้งาน (2567: ไม่มี)

ข้อมูลเพิ่มเติมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566
มูลค่ายุติธรรม	9,797	8,437

มูลค่ายุติธรรมส่วนใหญ่ประเมินโดยผู้ประเมินราคาอิสระ โดยใช้เกณฑ์ราคาตลาดสำหรับที่ดินและใช้เกณฑ์วิธีพิจารณาจากรายได้ (Income Approach) สำหรับอาคารและสินทรัพย์สิทธิการใช้ให้เข้า ข้อสมมติฐานหลักที่ใช้ในการประเมินมูลค่ายุติธรรมของอาคารและสินทรัพย์สิทธิการใช้ให้เข้าประกอบด้วย อัตราผลตอบแทน อัตราเงินเพื่อ อัตราการเช่าพื้นที่ และอัตราการเติบโตระยะยาวของค่าเช่า

14. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม						รวม
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุง ที่ดิน	อาคาร และ สิ่งปลูกสร้าง	อุปกรณ์ และ เครื่องจักร	เครื่องคกแต่ง และเครื่องใช้ สำนักงาน	ยานพาหนะ	สินทรัพย์ ระหว่างติดตั้ง และก่อสร้าง	
ราคาทุน							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	8,930,590	34,289,908	1,780,174	8,939,177	7,385	1,965,212	55,912,446
ซื้อเพิ่ม	250	228,927	147,322	489,649	-	3,466,602	4,332,750
รับโอนมาจากอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน (หมายเหตุ 13)	-	-	-	598	-	-	598
รับโอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ (หมายเหตุ 18)	-	-	-	-	6,519	-	6,519
จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(413,749)	(14,732)	(63,421)	(8,180)	-	(500,082)
โอนเข้า (ออก)	14,400	4,522,184	4,971	509,905	-	(5,051,460)	-
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	(14,992)	(1,126)	(13,910)	-	-	(30,028)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	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
ค่าเสื่อมราคาสะสม							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	-	17,451,580	1,114,447	7,843,432	6,276	-	26,415,735
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	1,868,480	191,129	550,209	306	-	2,610,124
รับโอนมาจากอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน (หมายเหตุ 13)	-	-	-	298	-	-	298
รับโอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ (หมายเหตุ 18)	-	-	-	-	3,753	-	3,753
ค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนที่ จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(406,021)	(14,726)	(63,020)	(4,739)	-	(488,506)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	(6,432)	(1,046)	(12,902)	-	-	(20,380)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	-	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
ค่าเผื่อการด้อยค่า							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	-	27,457	-	690	-	-	28,147
ตัดจำหน่าย	-	(3,950)	-	(690)	-	-	(4,640)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	(1,242)	-	-	-	-	(1,242)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	-	22,265	-	-	-	-	22,265
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	584	-	-	-	-	584
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	22,849	-	-	-	-	22,849
มูลค่าสุทธิตามบัญชี							
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	8,945,240	19,682,406	626,805	1,543,981	128	380,354	31,178,914
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	8,958,454	19,940,818	502,231	1,584,359	56	954,776	31,940,694
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี							
2566 (จำนวน 2,304 ล้านบาท รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)							2,610,124
2567 (จำนวน 2,389 ล้านบาท รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)							2,666,550

(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 2566	7,938,110	29,449,134	1,718,084	7,777,663	6,506	1,965,212	48,854,709
ซื้อเพิ่ม	250	226,682	146,113	486,760	-	3,466,602	4,326,407
รับโอนมาจากอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน (หมายเหตุ 13)	842,980	-	-	598	-	-	843,578
รับโอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ (หมายเหตุ 18)	-	-	-	-	6,519	-	6,519
จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(399,386)	(14,732)	(63,270)	(8,180)	-	(485,568)
โอนเข้า (ออก)	14,400	4,522,184	4,971	509,905	-	(5,051,460)	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	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
ค่าเสื่อมราคาสะสม							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	-	15,439,469	1,053,866	6,705,039	5,397	-	23,203,771
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	-	1,627,805	189,933	543,022	306	-	2,361,066
รับโอนมาจากอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน (หมายเหตุ 13)	-	-	-	298	-	-	298
รับโอนมาจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ (หมายเหตุ 18)	-	-	-	-	3,753	-	3,753
ค่าเสื่อมราคาสำหรับส่วนที่ จำหน่ายและตัดจำหน่าย	-	(392,579)	(14,726)	(62,884)	(4,739)	-	(474,928)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	-	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
ค่าเผื่อการด้อยค่า							
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	-	3,950	-	690	-	-	4,640
ตัดจำหน่าย	-	(3,950)	-	(690)	-	-	(4,640)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	-	-	-	-	-	-	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	-	-	-	-	-	-
มูลค่าสุทธิตามบัญชี							
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	8,795,740	17,123,919	625,363	1,526,181	128	380,354	28,451,685
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	8,808,954	17,589,040	500,988	1,572,333	56	954,776	29,426,147
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี							
2566 (จำนวน 2,279 ล้านบาท รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)							2,361,066
2567 (จำนวน 2,364 ล้านบาท รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริการ ส่วนที่เหลือรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)							2,446,782

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 กลุ่มบริษัทมีอาคารและอุปกรณ์จำนวนหนึ่งซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้วแต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์ดังกล่าวมีจำนวนเงินประมาณ 16,437 ล้านบาท (2566: 12,989 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 15,824 ล้านบาท 2566: 12,532 ล้านบาท)

15. คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์

	(หน่วย: พันบาท)	
	งบการเงินรวม	งบการเงินเฉพาะกิจการ
ราคาทุน		
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	1,147,354	1,099,888
ซื้อเพิ่มระหว่างปี	97,709	97,709
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	(73)	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	1,244,990	1,197,597
ซื้อเพิ่มระหว่างปี	50,576	50,576
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	(103)	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	1,295,463	1,248,173
ค่าตัดจำหน่ายสะสม		
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	676,438	630,730
ค่าตัดจำหน่ายระหว่างปี (รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)	84,348	84,096
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	(52)	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	760,734	714,826
ค่าตัดจำหน่ายระหว่างปี (รวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร)	98,470	98,330
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	(10)	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	859,194	813,156
มูลค่าสุทธิตามบัญชี		
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	484,256	482,771
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	436,269	435,017

16. เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

	(หน่วย: พันบาท)					
	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)		งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566	2567	2566
ตัวแลกเปลี่ยน - สกุลเงินบาท	2.38 - 2.45	2.65	3,000,000	2,000,000	3,000,000	2,000,000
ตัวแลกเปลี่ยน - สกุลเงินต่างประเทศ	COF* + 0.75	COF* + 0.75	12,906	39,947	-	-
รวมเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน			3,012,906	2,039,947	3,000,000	2,000,000

* อัตราร้อยละ the Bank's Cost of Fund ("COF") ของธนาคารผู้ให้กู้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 กลุ่มบริษัทมีวงเงินเบิกเกินบัญชีธนาคารหลายแห่ง ที่ยังมิได้เบิกใช้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 340 ล้านบาท และ 2.5 ล้านบาทเลเชียวริงกิต (2566: 340 ล้านบาท และ 2.5 ล้านบาทเลเชียวริงกิต) (เฉพาะบริษัทฯ: 310 ล้านบาท 2566: 310 ล้านบาท) และมีวงเงินสินเชื่ออื่นๆ จำนวน 10,785 ล้านบาท 26 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา และ 113 ล้านบาทเลเชียวริงกิต (2566: 10,934 ล้านบาท 27 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา และ 109 ล้านบาทเลเชียวริงกิต) (เฉพาะบริษัทฯ: 10,535 ล้านบาท และ 26 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา 2566: 10,685 ล้านบาท และ 27 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา)

17. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
เจ้าหนี้การค้า	13,052,050	12,782,788	12,873,162	12,589,501
เจ้าหนี้อื่น	598,620	591,815	577,219	620,625
เจ้าหนี้ค่าซื้อทรัพย์สิน	777,362	696,144	777,322	696,073
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	1,030,685	1,153,954	1,058,004	1,167,423
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	15,458,717	15,224,701	15,285,707	15,073,622

18. สัญญาเช่า

18.1 กลุ่มบริษัทในฐานะผู้เช่า

กลุ่มบริษัททำสัญญาเช่าสินทรัพย์เพื่อใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท โดยมีอายุสัญญาระหว่าง 2 - 31 ปี

ก) สินทรัพย์สิทธิการใช้

รายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม			
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคาร	ยานพาหนะ	รวม
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	6,464,636	1,972,725	9,908	8,447,269
เพิ่มขึ้น	659,323	1,044,760	10,067	1,714,150
โอนไปเป็นอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน - มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 13)	(309,170)	-	-	(309,170)
โอนไปเป็นที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 14)	-	-	(2,766)	(2,766)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	(291,650)	(201,162)	(2,787)	(495,599)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	-	(639)	-	(639)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	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

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ที่ดินและ ส่วนปรับปรุงที่ดิน	อาคาร	ยานพาหนะ	รวม
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	5,582,690	2,948,081	9,908	8,540,679
เพิ่มขึ้น	659,323	1,044,760	10,067	1,714,150
รับโอนจากอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน - มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 13)	202,585	-	-	202,585
โอนไปเป็นอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน - มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 13)	(309,170)	-	-	(309,170)
โอนไปเป็นที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - มูลค่าสุทธิตามบัญชี (หมายเหตุ 14)	-	-	(2,766)	(2,766)
ค่าเสื่อมราคาสำหรับปี	(256,756)	(640,116)	(2,787)	(899,659)
ลดลงจากการลดระยะเวลาการเช่า และรายการปรับปรุง	-	(95,310)	-	(95,310)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	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

ข้อมูลรายการเปลี่ยนแปลงของบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้ดังกล่าว ไม่รวมสินทรัพย์สิทธิการใช้ที่จัดประเภทเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนซึ่งแสดงรายละเอียดในหมายเหตุ 13

ข) หนี้สินตามสัญญาเช่า

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่า	11,136,579	10,972,805	10,474,423	10,853,783
หัก: ดอกเบี้ยรอการตัดจำหน่าย	(4,182,551)	(4,183,426)	(3,983,358)	(3,979,514)
รวม	6,954,028	6,789,379	6,491,065	6,874,269
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	(249,624)	(178,177)	(191,415)	(638,278)
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่ ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	6,704,404	6,611,202	6,299,650	6,235,991

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีหนี้สินตามสัญญาเช่าสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 มีรายละเอียดดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ยอดคงเหลือต้นปี	6,789,379	6,029,972	6,874,269	6,642,786
เพิ่มขึ้น	706,316	1,714,150	566,341	1,714,150
เพิ่มขึ้นจากการตัดจำหน่ายดอกเบี้ยรอตัด				
จำหน่ายในระหว่างปี	272,850	246,045	264,102	252,554
จ่ายค่าเช่า	(813,170)	(1,200,102)	(1,213,647)	(1,686,650)
ลดลงจากการลดระยะเวลาเช่าและ				
รายการปรับปรุง	-	-	-	(48,571)
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงิน	(1,347)	(686)	-	-
ยอดคงเหลือปลายปี	6,954,028	6,789,379	6,491,065	6,874,269

การวิเคราะห์การครบกำหนดของจำนวนเงินที่ต้องจ่ายตามสัญญาเช่าเปิดเผยข้อมูลอยู่ในหมายเหตุ 34.2 ภายใต้หัวข้อความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ค) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัญญาเช่าที่รับรู้ในส่วนของการกำไรหรือขาดทุน

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์สิทธิการใช้	576,622	527,440	951,748	959,459
ดอกเบี้ยจ่ายของหนี้สินตามสัญญาเช่า	272,850	246,045	264,102	252,554
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัญญาเช่าระยะสั้น	362	2,143	-	-
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์				
อ้างอิงมีมูลค่าต่ำ	38,955	30,455	37,209	28,525
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจ่ายชำระค่าเช่าผันแปร				
ที่ไม่อิงดัชนีหรืออัตรา	111,943	137,739	96,896	132,209

กลุ่มบริษัทเข้าทำสัญญาเช่าพื้นที่ในอาคารมีการจ่ายชำระค่าเช่าที่ผันแปรตามยอดขาย อายุสัญญาเช่ามีระยะเวลา 1 - 30 ปี

ง) อื่น ๆ

กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดจ่ายทั้งหมดของสัญญาเช่าสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 จำนวน 964 ล้านบาท (2566: 1,370 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัท: 1,348 ล้านบาท 2566: 1,847 ล้านบาท) ซึ่งรวมถึงกระแสเงินสดจ่ายของสัญญาเช่าระยะสั้น สัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมีมูลค่าต่ำและค่าเช่าผันแปรที่ไม่ขึ้นอยู่กับดัชนีหรืออัตรา ทั้งนี้ กระแสเงินสดจ่ายในอนาคตเกี่ยวกับสัญญาเช่า ซึ่งยังไม่เริ่มมีผลได้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุ 32.2

18.2 กลุ่มบริษัทในฐานะผู้ให้เช่า

กลุ่มบริษัทเช่าทำสัญญาเช่าดำเนินงานสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนซึ่งประกอบด้วยที่ดิน อาคาร และสินทรัพย์สิทธิการใช้ที่ดินให้เช่า (ดูหมายเหตุ 13) โดยมีอายุสัญญาระหว่าง 3 - 30 ปี

กลุ่มบริษัทมีจำนวนเงินขั้นต่ำที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตจากการให้เช่าพื้นที่ในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566
ภายใน 1 ปี	18,617	18,617
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	74,468	74,468
มากกว่า 5 ปี	103,262	121,879
รวม	196,347	214,964

ในระหว่างปี 2567 และ 2566 บริษัทฯมีรายได้จากการให้เช่าช่วงเป็นจำนวนเงิน 19 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทฯมีสัญญาจำนวน 5 สัญญา กับบริษัทอื่น 4 แห่ง ในการให้เช่า และ/หรือให้เช่าช่วงพื้นที่บางส่วนในสาขาของบริษัทฯจำนวน 5 สาขา อายุสัญญาระหว่าง 18 - 30 ปี โดยมีค่าเช่ารับล่วงหน้ารวมจำนวน 543 ล้านบาท สัญญาครบกำหนดระหว่างปี 2576 - 2595 บริษัทฯรับรู้รายได้ตามเกณฑ์ที่เป็นระบบตลอดอายุการให้ประโยชน์ของสิทธิการเช่าโดยวิธีเส้นตรงตามอายุสัญญาเช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯมียอดคงค้างของค่าเช่ารับล่วงหน้า (สุทธิจากจำนวนที่รับรู้เป็นรายได้) ตามสัญญาให้เช่าพื้นที่ดังกล่าวจำนวน 195 ล้านบาท (2566: 215 ล้านบาท)

19. เงินกู้ยืมระยะยาว

			(หน่วย: พันบาท)	
วงเงินกู้	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)	การชำระคืน	งบการเงินรวม	
			2567	2566
1	COF* + 1.10	ชำระคืนเป็นงวดเดือน ตั้งแต่เมษายน 2562 ถึงกุมภาพันธ์ 2568	1,721	21,798
2	COF* + 0.80	ชำระคืนเป็นงวดเดือน ตั้งแต่เมษายน 2567 ถึงมีนาคม 2572	101,308	116,140
รวมเงินกู้ยืมระยะยาว			103,029	137,938
หัก: ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			(25,558)	(37,542)
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			77,471	100,396

* อัตราร้อยละ the Bank's Cost of Fund ("COF") ของธนาคารผู้ให้กู้

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีเงินกู้ยืมระยะยาวสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 มีรายละเอียดดังนี้

			(หน่วย: พันบาท)	
			งบการเงินรวม	
			2567	2566
ยอดคงเหลือต้นปี			137,938	168,655
จ่ายคืนเงินกู้			(39,862)	(21,041)
ผลต่างจากการแปลงค่าทางการเงิน			4,953	(9,676)
ยอดคงเหลือปลายปี			103,029	137,938

เงินกู้ยืมระยะยาวเป็นเงินกู้ยืมสกุลเงินมาเลเซียริงกิตของ Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd. ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 100 ซึ่งกู้ยืมจากสถาบันการเงินสองแห่งในต่างประเทศ เงินกู้ยืมดังกล่าวเป็นเงินกู้ยืมแบบไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันและค้ำประกันทั้งจำนวนโดยบริษัทฯ นอกจากนี้ ภายใต้สัญญาเงินกู้ บริษัทย่อยต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการเงินบางประการตามที่ระบุในสัญญา เช่น การดำรงอัตราส่วนสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ (Net Tangible Asset) ของบริษัทย่อย และบริษัทฯ ต้องถือหุ้นในบริษัทย่อยดังกล่าวโดยตรงหรือทางอ้อมไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 สำหรับวงเงินกู้ 1 และดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของงบการเงินรวมของกลุ่มบริษัทสำหรับวงเงินกู้ 2 เป็นต้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 เงินกู้ยืมระยะยาววงเงินกู้ 1 จำนวน 2 ล้านบาท (2566: 22 ล้านบาท) ได้รับหนังสือยินยอมให้ชะลอการชำระคืนเงินต้นและขยายการชำระคืนเงินต้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2563 โดยให้ชะลอการชำระคืนเงินต้นตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2563 ถึงตุลาคม 2563 และขยายการชำระคืนเงินต้นออกไปอีก 6 เดือน ต่อมาเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2564 ได้รับหนังสือยินยอมให้ชะลอการชำระคืนเงินต้นตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2564 ถึงเมษายน 2565 และขยายการชำระคืนเงินต้นออกไปอีก 6 เดือน

20. หุ้นกู้

					งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
					จำนวนหน่วย (หน่วย)		จำนวนเงิน (พันบาท)	
					2567	2566	2567	2566
ครั้งที่	อัตราดอกเบี้ย/ อัตราส่วนลดต่อปี	อายุ	คืนเงินต้น	ครบกำหนด				
หุ้นกู้ประเภทไม่มีหลักประกันและไม่ด้อยสิทธิ								
ครั้งที่ 1/2564	ร้อยละ 1.50	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	12 มกราคม 2567	-	1,000,000	-	1,000,000*
ครั้งที่ 2/2564	ร้อยละ 1.40	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	9 กุมภาพันธ์ 2567	-	1,000,000	-	1,000,000*
ครั้งที่ 3/2564	ร้อยละ 1.07	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	1 ตุลาคม 2567	-	2,000,000	-	2,000,000*
ครั้งที่ 1/2565	คงที่ร้อยละ 2.68	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	15 กรกฎาคม 2568	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
ครั้งที่ 2/2565	คงที่ร้อยละ 2.75	3 ปี	เมื่อครบกำหนด	18 พฤศจิกายน 2568	2,000,000	2,000,000	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*	-
รวม					13,700,000	15,700,000	13,700,000	15,700,000
หัก: ดอกเบี้ยรอดัดจ่าย							(180,627)	(75,525)
หุ้นกู้ - สุทธิ							13,519,373	15,624,475
หัก: หุ้นกู้ที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี							(5,000,000)	(3,982,356)
หุ้นกู้ - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี							8,519,373	11,642,119
*หุ้นกู้ชนิด Zero Coupon Bond								

การเปลี่ยนแปลงของบัญชีหุ้นกู้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 มีรายละเอียด ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566
ยอดคงเหลือต้นปี	15,624,475	14,060,798
บวก: ออกหุ้นกู้ระหว่างปี	2,000,000	6,700,000
ตัดจำหน่ายดอกเบี้ยรอดัดจ่าย	63,328	77,241
หัก: จ่ายคืนหุ้นกู้ระหว่างปี	(4,000,000)	(5,150,000)
ดอกเบี้ยรอดัดจ่าย	(168,430)	(63,564)
ยอดคงเหลือสิ้นปี	13,519,373	15,624,475

หุ้นกู้ดังกล่าวข้างต้นเป็นหุ้นกู้ระบุชื่อผู้ถือประเภทไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกัน และมีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้โดยกำหนดจ่ายชำระดอกเบี้ยทุก 6 เดือนตลอดอายุหุ้นกู้

หุ้นกู้ข้างต้นได้ระบุถึงข้อปฏิบัติและข้อจำกัดบางประการ เช่น การดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และข้อจำกัดการประกาศจ่ายเงินปันผล และการจำหน่าย จ่ายหรือโอนทรัพย์สิน เป็นต้น

21. ดำรงผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน

จำนวนเงินสำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานซึ่งเป็นเงินชดเชยพนักงานเมื่อออกจากงานแสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานต้นปี	628,049	589,458	570,164	533,450
ส่วนที่รับรู้ในกำไรหรือขาดทุน:				
ต้นทุนบริการในปัจจุบัน	48,310	48,676	42,965	42,646
ต้นทุนดอกเบี้ย	11,396	7,847	10,641	7,031
ส่วนที่รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:				
กำไร (ขาดทุน) จากการประมาณการตาม				
หลักคณิตศาสตร์ประกันภัย				
ส่วนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง				
ข้อสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์	100,097	-	128,041	-
ส่วนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง				
ข้อสมมติทางการเงิน	(81,818)	-	(91,439)	-
ส่วนที่เกิดจากการปรับปรุง				
จากประสบการณ์	(18,490)	-	(16,901)	-
ผลประโยชน์ที่จ่ายในระหว่างปี	(34,012)	(17,932)	(33,219)	(12,963)
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานปลายปี	653,532	628,049	610,252	570,164

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 กลุ่มบริษัทคาดว่าจะจ่ายชำระผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานภายใน 1 ปี ข้างหน้าเป็นจำนวนประมาณ 111 ล้านบาท (2566: 25 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 104 ล้านบาท 2566: 23 ล้านบาท)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ระยะเวลาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการจ่ายชำระผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงานของกลุ่มบริษัทประมาณ 6 ปี (2566: 7 ปี) (เฉพาะบริษัทฯ: 6 ปี 2566: 7 ปี)

สมมติฐานที่สำคัญในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ร้อยละต่อปี)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
อัตราคิดลด	2.1%	1.7%	2.1%	1.7%
อัตราการขึ้นเงินเดือน	5.5% - 6.0%	5.5% - 6.0%	5.5% - 6.0%	5.5% - 6.0%
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน (ขึ้นกับช่วงอายุ)	0 - 45%	0 - 40%	0 - 45%	0 - 35%

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานที่สำคัญต่อมูลค่าปัจจุบันของภาระผูกพันผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	เพิ่มขึ้น 0.5%	ลดลง 0.5%	เพิ่มขึ้น 0.5%	ลดลง 0.5%
อัตราคิดลด				
31 ธันวาคม 2567	(22)	23	(20)	21
31 ธันวาคม 2566	(18)	20	(16)	18

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	เพิ่มขึ้น 1%	ลดลง 1%	เพิ่มขึ้น 1%	ลดลง 1%
อัตราการขึ้นเงินเดือน				
31 ธันวาคม 2567	46	(42)	42	(38)
31 ธันวาคม 2566	54	(48)	49	(43)

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	เพิ่มขึ้น 10%	ลดลง 10%	เพิ่มขึ้น 10%	ลดลง 10%
อัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน (ขึ้นกับช่วงอายุ)				
31 ธันวาคม 2567	(35)	41	(33)	38
31 ธันวาคม 2566	(43)	50	(37)	44

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 2567 กลุ่มบริษัทได้จ่ายเงินสมทบโครงการเป็นจำนวนเงิน 55 ล้านบาท (2566: 48 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 53 ล้านบาท 2566: 44 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	
	2567	2566	2567	2566
ประเภทของสินค้าหรือบริการ				
ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบ้านและที่อยู่อาศัย	67,061,911	67,476,601	65,863,091	66,251,618
บริการต่อเติมและปรับปรุง	279,724	275,700	279,724	275,700
บริการติดตั้ง บำรุงรักษา และอื่น ๆ	610,386	531,010	591,288	515,636
รวมรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	67,952,021	68,283,311	66,734,103	67,042,954
จังหวะเวลาในการรับรู้รายได้				
รับรู้รายได้ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง	67,672,297	68,007,611	66,454,379	66,767,254
รับรู้รายได้ตลอดช่วงเวลาหนึ่ง	279,724	275,700	279,724	275,700
รวมรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	67,952,021	68,283,311	66,734,103	67,042,954

การกระทบยอดระหว่างรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้ากับข้อมูลทางการเงินจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้ แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
รายได้จากลูกค้าภายนอก	67,872,482	68,184,143	66,594,504	66,858,420
รายได้ระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	139,599	184,534	139,599	184,534
	68,012,081	68,368,677	66,734,103	67,042,954
ตัดรายการระหว่างกัน	(60,060)	(85,366)	-	-
รวมรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า	67,952,021	68,283,311	66,734,103	67,042,954

24.2 รายได้ที่รับรู้ที่เกี่ยวข้องกับยอดคงเหลือตามสัญญา

ในระหว่างปีปัจจุบัน กลุ่มบริษัทมีรายได้ที่รับรู้ที่เคยรวมอยู่ในยอดคงเหลือของเงินรับล่วงหน้าจากลูกค้าจำนวน 1,041 ล้านบาท (2566: 1,162 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: จำนวน 1,021 ล้านบาท 2566: 1,146 ล้านบาท)

25. ค่าใช้จ่ายตามลักษณะ

รายการค่าใช้จ่ายแบ่งตามลักษณะประกอบด้วยรายการค่าใช้จ่ายที่สำคัญดังต่อไปนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
เงินเดือนและค่าแรงและผลประโยชน์อื่น				
ของพนักงาน	5,307	5,290	5,179	5,169
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคารและสถานที่	1,462	1,760	1,512	1,691
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3,543	3,431	3,698	3,594
ค่าสนับสนุนการขายและการดำเนินงาน	2,712	2,652	2,655	2,578
ค่าใช้จ่ายทางภาษีและค่าธรรมเนียม				
ราชการ	1,723	1,644	1,664	1,588
การเปลี่ยนแปลงในสินค้าสำเร็จรูป	(874)	(332)	(903)	(376)

26. ต้นทุนทางการเงิน

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของเงินกู้ยืมและหุ้นกู้	414,679	321,416	407,172	310,434
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยของหนี้สินตามสัญญาเช่า	272,850	246,045	264,102	252,554
รวม	687,529	567,461	671,274	562,988

27. ภาษีเงินได้

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 สรุปได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ภาษีเงินได้ปัจจุบัน:				
ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับปี	1,534,061	1,546,132	1,476,692	1,497,546
รายการปรับปรุงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้				
นิติบุคคลของปีก่อน	(2,430)	(5,516)	(2,430)	(5,437)
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี:				
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากการเกิด				
ผลแตกต่างชั่วคราวและการกลับรายการ				
ผลแตกต่างชั่วคราว	30,769	(8,013)	27,357	(12,416)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	1,562,400	1,532,603	1,501,619	1,479,693

จำนวนภาษีเงินได้ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบแต่ละส่วนของกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 สรุปได้ดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีที่เกี่ยวข้องกับ				
กำไร (ขาดทุน) จากการประมาณการตาม				
หลักคณิตศาสตร์ประกันภัย	42	-	(3,940)	-

รายการกระทบขอระหว่างกำไรทางบัญชีกับค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้มีดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	8,065,948	7,974,159	8,436,033	7,654,663
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	20% และ 24%	20% และ 24%	20%	20%
กำไรทางบัญชีก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลคูณ				
อัตราภาษี	1,615,249	1,597,513	1,687,207	1,530,933
รายการปรับปรุงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล				
ของปีก่อน	(2,430)	(5,516)	(2,430)	(5,437)
ผลกระทบทางภาษีสำหรับ:				
รายได้ที่ได้รับการยกเว้น	-	-	(145,000)	(45,000)
ค่าใช้จ่ายต้องห้าม	8,058	14,216	8,056	60,161
ค่าใช้จ่ายที่มีสิทธิหักได้เพิ่มขึ้น	(89,810)	(86,572)	(82,220)	(79,476)
อื่นๆ	31,333	12,962	36,006	18,512
รวม	(50,419)	(59,394)	(183,158)	(45,803)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่แสดงอยู่ในกำไรขาดทุน	1,562,400	1,532,603	1,501,619	1,479,693

ส่วนประกอบของสินทรัพย์ภายในได้รอกการตัดบัญชีประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

(หน่วย: พันบาท)

	งบฐานะการเงิน			
	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
สินทรัพย์ภายในได้รอกการตัดบัญชี				
ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	1,504	2,825	1,399	2,019
ส่วนลดจากการซื้อสินค้า	139,636	132,436	139,636	132,436
ค่าเพื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน	-	-	4,200	-
สัญญาเช่า	239,925	263,883	229,923	254,310
สำรองผลประโยชน์ระยะยาวของพนักงาน	130,706	125,610	122,050	114,033
ส่วนลดขดเชยสินทรัพย์ตัดบัญชี	8,164	8,364	8,164	8,364
ประมาณการหนี้สิน	119,909	137,537	119,909	137,536
รวม	639,844	670,655	625,281	648,698

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 กลุ่มบริษัทมีรายการผลแตกต่างชั่วคราวที่ใช้หักภายในจำนวน 508 ล้านบาท (2566: 571 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัท: 508 ล้านบาท 2566: 571 ล้านบาท) ที่กลุ่มบริษัทไม่ได้บันทึกสินทรัพย์ภายในได้รอกการตัดบัญชี เนื่องจากกลุ่มบริษัทพิจารณาแล้ว เห็นว่ากลุ่มบริษัทมีความไม่แน่นอนในจำนวนผลแตกต่างชั่วคราวที่อาจไม่ได้ใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวข้างต้น

28. กำไรต่อหุ้น

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณโดยหารกำไรสำหรับปีที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (ไม่รวมกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น) ด้วยจำนวนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญที่ออกอยู่ในระหว่างปี

	งบการเงินรวม		งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566	2567	2566
กำไรสำหรับปี (พันบาท)	6,503,547	6,441,556	6,934,414	6,174,970
จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (พันหุ้น)	13,151,198	13,151,198	13,151,198	13,151,198
กำไรต่อหุ้น (บาท/หุ้น)	0.49	0.49	0.53	0.47

29. ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน

ข้อมูลส่วนงานดำเนินงานที่น่าเสนอนี้สอดคล้องกับรายงานภายในของบริษัทฯ ที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานได้รับและสอบถามอย่างสม่ำเสมอเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรให้กับส่วนงานและประเมินผลการดำเนินงานของส่วนงาน ทั้งนี้ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานของบริษัทฯ คือ คณะกรรมการบริษัทฯ

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)

	2567	2566
รายได้จากลูกค้าภายนอก		
ประเทศไทย	66,595	66,858
ประเทศมาเลเซีย	1,275	1,306
ประเทศเวียดนาม	3	20
รวม	67,873	68,184

(หน่วย: ล้านบาท)

	2567	2566
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน (ไม่รวมสินทรัพย์ภายใต้การตัดบัญชี)		
ประเทศไทย	46,154	45,581
ประเทศมาเลเซีย	220	134
ประเทศเวียดนาม	1	3
รวม	46,375	45,718

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ารายใหญ่

ในปี 2567 และ 2566 กลุ่มบริษัทไม่มีรายได้จากลูกค้ารายใดที่มีมูลค่าเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ของกิจการ

30. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

กลุ่มบริษัทและพนักงานของกลุ่มบริษัทได้ร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 โดยกลุ่มบริษัทและพนักงานของกลุ่มบริษัทจะจ่ายสมทบเข้ากองทุนเป็นรายเดือนในอัตราร้อยละ 3 - 5 ของเงินเดือน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพนี้นี้บริหารโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด และจะจ่ายให้แก่พนักงานเมื่อพนักงานนั้นออกจากการตามระเบียบว่าด้วยกองทุนของกลุ่มบริษัท

ในระหว่างปี 2567 กลุ่มบริษัทรับรู้เงินสมทบดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายจำนวน 119 ล้านบาท (2566: 112 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 111 ล้านบาท 2566: 98 ล้านบาท)

31. เงินปันผลจ่าย

เงินปันผล	อนุมัติโดย	เงินปันผลจ่าย	
		เงินปันผลจ่าย (ล้านบาท)	ต่อหุ้น (บาท)
เงินปันผลจากผลการดำเนินงานของ เดือนกรกฎาคม 2565 ถึงธันวาคม 2565	ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2566	2,762	0.21
เงินปันผลระหว่างกาลจากผลการ ดำเนินงานของเดือนมกราคม 2566 ถึงมิถุนายน 2566	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2566	2,367	0.18
รวม		5,129	
เงินปันผลจากผลการดำเนินงานของ เดือนกรกฎาคม 2566 ถึงธันวาคม 2566	ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2567	2,893	0.22
เงินปันผลระหว่างกาลจากผลการ ดำเนินงานของเดือนมกราคม 2567 ถึงมิถุนายน 2567	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2567	2,367	0.18
รวม		5,260	

32. ภาระผูกพันและหนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

32.1 ภาระผูกพันเกี่ยวกับรายจ่ายฝ่ายทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทฯมีภาระผูกพันเกี่ยวกับการก่อสร้างสาขาที่ต้องจ่ายให้แก่ผู้รับเหมาหลายราย จำนวนเงินค่าก่อสร้างที่จะต้องจ่ายเป็นไปตามแผนการขยายและก่อสร้างสาขาในแต่ละช่วงเวลาของฝ่ายบริหาร

32.2 ภาระผูกพันตามสัญญาเช่า - ในฐานะผู้เช่า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯมีค่าเช่าจ่ายในอนาคตทั้งสิ้นภายใต้สัญญาเช่าที่บอกเลิกไม่ได้ซึ่งยังไม่เริ่มมีผลรวมจำนวน 521 ล้านบาท (2566: 77 ล้านบาท)

32.3 ภาระผูกพันตามสัญญาให้บริการ/ให้บริการ/ให้เช่าที่ดินและอาคาร

- ก) บริษัทฯได้ทำสัญญาการรับความช่วยเหลือทางด้านการจัดการคลังสินค้ากับบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง ภายใต้เงื่อนไขของสัญญาดังกล่าวบริษัทฯมีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนรายเดือนในอัตราร้อยละของต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงของบริษัทย่อยดังกล่าว ภายใต้เงื่อนไขที่ระบุในสัญญา
- ข) บริษัทฯได้ทำสัญญาให้เช่าที่ดินกับบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง อายุสัญญามีระยะเวลา 3 ปี สิ้นสุดสัญญาวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และบริษัทฯได้ต่ออายุสัญญาเช่าออกไปอีก 1 ปี ภายใต้เงื่อนไขของสัญญาดังกล่าวบริษัทฯจะได้รับค่าเช่าเป็นรายเดือนตามอัตราที่ระบุในสัญญา และสัญญาดังกล่าวเป็นสัญญาบอกเลิกไม่ได้เว้นแต่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะตกลงยินยอมร่วมกัน
- ค) บริษัทฯได้ทำสัญญาเช่าอาคารและบริการกับบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง อายุสัญญามีระยะเวลา 2 ปี 6 เดือน สิ้นสุดสัญญาวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และบริษัทฯได้ต่ออายุสัญญาเช่าออกไปอีก 1 ปี ภายใต้เงื่อนไขของสัญญาดังกล่าวบริษัทฯมีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายค่าเช่าและค่าบริการเป็นรายเดือนตามอัตราที่ระบุในสัญญา สัญญาดังกล่าวเป็นสัญญาบอกเลิกไม่ได้เว้นแต่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะตกลงยินยอมร่วมกัน
- ง) บริษัทฯได้ทำสัญญาการรับความช่วยเหลือทางด้านการบริหารจัดการบุคลากรกับบริษัทย่อยแห่งหนึ่ง อายุสัญญามีระยะเวลา 2 ปี 6 เดือนภายใต้เงื่อนไขของสัญญาดังกล่าวบริษัทฯมีภาระผูกพันที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือนตามอัตราที่ระบุในสัญญา สัญญาดังกล่าวเป็นสัญญาบอกเลิกไม่ได้เว้นแต่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะตกลงยินยอมร่วมกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯได้มีการยกเลิกสัญญาการรับความช่วยเหลือทางด้านการบริหารจัดการบุคลากร เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2567 โดยมีผลยกเลิกสัญญาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2567

32.4 การค้ำประกัน

- ก) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 กลุ่มบริษัทมีหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารในนามของกลุ่มบริษัท ซึ่งเกี่ยวข้องกับภาระผูกพันการเช่า การซื้อสินค้าหรือจ้างทำของ และค้ำประกันต่อหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เป็นจำนวนเงินรวม 205 ล้านบาท และ 2 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต (2566: 188 ล้านบาท และ 2 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต) (เฉพาะบริษัทฯ: 193 ล้านบาท 2566: 174 ล้านบาท) หนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารในนามของบริษัทย่อยจำนวนเงิน 13 ล้านบาท และ 2 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต (2566: 14 ล้านบาท และ 2 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต) ค้ำประกันโดยบริษัทฯ
- ข) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯมีภาระผูกพันจากการเปิดวงเงินเลตเตอร์ออฟเครดิตกับธนาคารพาณิชย์วงเงิน 0.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ 10 ล้านหยวน (2566: 0.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ 6.0 ล้านหยวน)
- ค) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯค้ำประกันวงเงินสินเชื่อเป็นจำนวน 280 ล้านบาท และ 148 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต (2566: 280 ล้านบาท และ 148 ล้านบาทเลเซียร์ริงกิต) กับสถาบันการเงินให้กับบริษัทย่อยของบริษัทฯ

32.5 คดีฟ้องร้อง

- ก) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 กลุ่มบริษัทมีคดีที่อยู่ระหว่างการพิจารณาคดีของศาล ซึ่งมีมูลค่าหนี้คงค้างรวมจำนวน 8.2 ล้านบาท (2566: 8.4 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 8.1 ล้านบาท 2566: 8.4 ล้านบาท) ซึ่งฝ่ายกฎหมายของบริษัทฯเชื่อว่าผลของคดีดังกล่าวจะไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นบริษัทฯ จึงไม่ได้บันทึกสำรองค่าเผื่อนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากผลของคดีดังกล่าวไว้ในงบการเงิน
- ข) ในเดือนกรกฎาคม 2565 ธนาคารแห่งหนึ่งที่ได้รับโอนสิทธิเรียกร้องตามสัญญาแฟคตอริงกับลูกค้า เป็นโจทก์ยื่นฟ้องร้องขอให้บริษัทฯชำระหนี้ตามสัญญาดังกล่าว โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2567 ศาลชั้นต้นพิพากษายกฟ้องโจทก์ เนื่องจากหนี้ที่โอนสิทธิเรียกร้องเกิดจากการปลอมเอกสารของลูกค้า ปัจจุบันคดีอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯได้ชำระหนี้ที่ถูกต้องให้กับทางลูกค้าไปเรียบร้อยแล้วในเดือนพฤศจิกายน 2561 ถึงมีนาคม 2564 ฝ่ายบริหารของบริษัทฯพิจารณาธุรกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าบริษัทฯได้ดำเนินธุรกรรมอย่างถูกต้องแล้ว ดังนั้นบริษัทฯจึงมิได้บันทึกสำรองค่าเผื่อนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากคดีดังกล่าวในงบการเงิน

33. ลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์และหนี้สินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมหรือเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมแยกแสดงตามลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567			
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	รวม
หนี้สินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม				
ตราสารอนุพันธ์				
สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า	-	18	-	18
สินทรัพย์ที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม				
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-	-	9,797	9,797
หนี้สินที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม				
หุ้นกู้	-	13,586	-	13,586

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566			
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	รวม
หนี้สินที่วัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม				
ตราสารอนุพันธ์				
สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า	-	27	-	27
สินทรัพย์ที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม				
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-	-	8,437	8,437
หนี้สินที่เปิดเผยมูลค่ายุติธรรม				
หุ้นกู้	-	15,596	-	15,596

34. เครื่องมือทางการเงิน

34.1 ตราสารอนุพันธ์

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและ งบการเงินเฉพาะกิจการ	
	2567	2566
หนี้สินตราสารอนุพันธ์		
หนี้สินตราสารอนุพันธ์ที่ไม่ได้กำหนดให้เป็นเครื่องมือ ที่ใช้ป้องกันความเสี่ยง		
สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า	18	27
รวมหนี้สินตราสารอนุพันธ์	18	27

ตราสารอนุพันธ์ที่ไม่ได้กำหนดให้เป็นเครื่องมือที่ใช้ป้องกันความเสี่ยง

กลุ่มบริษัทใช้สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อบริหารความเสี่ยงในการทำธุรกรรมบางส่วน โดยเข้าทำสัญญาดังกล่าวในช่วงเวลาที่สอดคล้องกับความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของรายการอ้างอิงซึ่งมีอายุสัญญาประมาณ 6 เดือน

34.2 วัตถุประสงค์และนโยบายการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

เครื่องมือทางการเงินที่สำคัญของกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้า เจ้าหนี้การค้า เงินกู้ยืมระยะสั้น เงินกู้ยืมระยะยาว หนี้สินตามสัญญาเช่า และหุ้นกู้ระยะยาว กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือทางการเงินดังกล่าว และมีนโยบายการบริหารความเสี่ยง ดังนี้

ความเสี่ยงด้านเครดิต

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงด้านเครดิตที่เกี่ยวข้องกับ ลูกหนี้การค้า และเงินฝากกับธนาคารและสถาบันการเงิน และเครื่องมือทางการเงินอื่น ๆ โดยจำนวนเงินสูงสุดที่กลุ่มบริษัทอาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อคือมูลค่าตามบัญชีที่แสดงอยู่ในฐานะการเงิน 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

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงด้านเครดิตของตราสารหนี้และตราสารอนุพันธ์ไม่สูงมากนักเนื่องจากคู่สัญญาเป็นธนาคารที่มีอันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตที่อยู่ในระดับสูงซึ่งประเมิน โดยสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตระหว่างประเทศ

ความเสี่ยงด้านตลาด

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงด้านตลาด ได้แก่ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน กลุ่มบริษัทได้เข้าทำตราสารอนุพันธ์สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นจากการนำเข้าสินค้า

ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องจากการซื้อหรือขายสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ โดยกลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงส่วนใหญ่โดยการเข้าทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ซึ่งสัญญาโดยส่วนใหญ่มีอายุไม่เกินหนึ่งปี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทฯมียอดคงเหลือของสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ดังนี้

งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ						
สกุลเงิน	สินทรัพย์ทางการเงิน		หนี้สินทางการเงิน		อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย	
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม		ณ วันที่ 31 ธันวาคม		ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	2567	2566	2567	2566	2567	2566
	(ล้าน)	(ล้าน)	(ล้าน)	(ล้าน)	(บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)	
เหรียญสหรัฐอเมริกา	-	-	1	2	34.19	34.30
หยวน	-	-	34	26	4.76	4.90

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ยอดคงเหลือของสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ดังนี้

งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ					
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567					
สกุลเงิน	จำนวนที่ซื้อ (ล้าน)	จำนวนที่ขาย (ล้าน)	อัตราแลกเปลี่ยนตามสัญญาของ		วันครบกำหนดตามสัญญา
			จำนวนที่ซื้อ (บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)	จำนวนที่ขาย	
เหรียญสหรัฐอเมริกา	8	-	32.17 - 34.17	-	ภายในกรกฎาคม 2568
หยวน	163	-	4.68 - 4.96	-	ภายในกรกฎาคม 2568
งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ					
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566					
สกุลเงิน	จำนวนที่ซื้อ (ล้าน)	จำนวนที่ขาย (ล้าน)	อัตราแลกเปลี่ยนตามสัญญาของ		วันครบกำหนดตามสัญญา
			จำนวนที่ซื้อ (บาทต่อหน่วยเงินตราต่างประเทศ)	จำนวนที่ขาย	
เหรียญสหรัฐอเมริกา	8	-	33.47 - 36.15	-	ภายในมกราคม 2567
หยวน	154	-	4.85 - 5.04	-	ภายในพฤษภาคม 2567

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินกู้ยืมระยะสั้น หนี้สินตามสัญญาเช่า หุ่นกู้และเงินกู้ยืมระยะยาว สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน กลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยโดยจัดหาเงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ในสัดส่วนที่มากกว่าอัตราดอกเบี้ยผันแปร ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีนโยบายที่จะรักษาสัดส่วนของเงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินที่สำคัญสามารถจัดตามประเภทอัตราดอกเบี้ย และสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่สามารถแยกตามวันที่ครบกำหนด หรือวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ (หากวันที่มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยใหม่ถึงก่อน) ได้ดังนี้

(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
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	-	2,008	2,008	-
หนี้สินทางการเงิน							
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	3,000	-	-	13	-	3,013	2.38 - 2.45 และ COF + 0.75
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	-	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)

	งบการเงินรวม						
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566						
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย		รวม	อัตราดอกเบี้ย
	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ถึง 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	ปรับขึ้นลงตามราคาตลาด	ไม่มีอัตราดอกเบี้ย		
(ร้อยละต่อปี)							
สินทรัพย์ทางการเงิน							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	24	-	-	5,311	1,094	6,429	0.10 - 3.70
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	-	2,115	2,115	-
หนี้สินทางการเงิน							
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	2,000	-	-	40	-	2,040	2.65 และ COF + 0.75
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	-	15,225	15,225	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	178	844	5,767	-	-	6,789	1.44 - 5.81
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	-	138	-	138	COF + 0.80 และ COF + 1.10
หุ้นกู้	3,982	11,642	-	-	-	15,624	1.07 - 3.20

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ						
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567						
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย		รวม	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)
	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ถึง 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	ปรับขึ้นลงตาม ราคาตลาด	ไม่มี อัตราดอกเบี้ย		
สินทรัพย์ทางการเงิน							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	-	4,541	562	5,103	0.15 - 0.40
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	-	2,097	2,097	-
หนี้สินทางการเงิน							
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	3,000	-	-	-	-	3,000	2.38 - 2.45
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	-	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

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินเฉพาะกิจการ						
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566						
	อัตราดอกเบี้ยคงที่			อัตราดอกเบี้ย		รวม	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)
	ภายใน 1 ปี	มากกว่า 1 ถึง 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	ปรับขึ้นลงตาม ราคาตลาด	ไม่มี อัตราดอกเบี้ย		
สินทรัพย์ทางการเงิน							
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	-	-	-	5,215	602	5,817	0.15 - 0.65
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	-	2,202	2,202	-
หนี้สินทางการเงิน							
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	2,000	-	-	-	-	2,000	2.65
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	-	-	-	15,074	15,074	-
หนี้สินตามสัญญาเช่า	638	821	5,415	-	-	6,874	1.44 - 5.81
หุ้นกู้	3,982	11,642	-	-	-	15,624	1.07 - 3.20

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

กลุ่มบริษัทมีการติดตามความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องโดยการใช้เจ้าหนี้การค้า เงินกู้ยืมธนาคาร หุ้นกู้ และสัญญาเช่า ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 กลุ่มบริษัทมีหนี้สินทางการเงินดังกล่าวประมาณ ร้อยละ 55 (2566: ร้อยละ 49) (เฉพาะบริษัทฯ: ร้อยละ 56 2566: ร้อยละ 50) ที่จะครบกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเมื่อเทียบกับมูลค่าตามบัญชีทั้งหมดของหนี้สินทางการเงินที่แสดงอยู่ในงบการเงิน กลุ่มบริษัทได้ประเมินการกระจุกตัวของความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกู้ยืมเงินเพื่อนำไปชำระหนี้สินเดิมและได้ข้อสรุปว่ากลุ่มบริษัทมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งของเงินทุนที่หลากหลายอย่างเพียงพอ

รายละเอียดการครบกำหนดชำระของหนี้สินทางการเงินที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์และเครื่องมือทางการเงินที่เป็นตราสารอนุพันธ์ของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ซึ่งพิจารณาจากกระแสเงินสดตามสัญญาที่ยังไม่คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน สามารถแสดงได้ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม				
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567				
	เมื่อทวงถาม	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์					
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	3,013	-	-	-	3,013
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	15,459	-	-	15,459
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	521	1,934	8,682	11,137
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	27	81	-	108
หุ้นกู้	-	5,044	8,733	-	13,777
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	3,013	21,051	10,748	8,682	43,494
ตราสารอนุพันธ์					
หนี้สินตราสารอนุพันธ์: จ่ายชำระสุทธิ	-	18	-	-	18
รวมตราสารอนุพันธ์	-	18	-	-	18

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวม				
	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566				
	เมื่อทวงถาม	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์					
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	2,040	-	-	-	2,040
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	15,225	-	-	15,225
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	440	1,835	8,698	10,973
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	39	100	6	145
หุ้นกู้	-	4,000	11,777	-	15,777
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	2,040	19,704	13,712	8,704	44,160
ตราสารอนุพันธ์					
หนี้สินตราสารอนุพันธ์: จ่ายชำระสุทธิ	-	27	-	-	27
รวมตราสารอนุพันธ์	-	27	-	-	27

(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
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	15,285	-	-	15,285
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	449	1,828	8,197	10,474
หุ้นกู้	-	5,044	8,733	-	13,777
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	3,000	20,778	10,561	8,197	42,536
ตราสารอนุพันธ์					
หนี้สินตราสารอนุพันธ์: จ่ายชำระสุทธิ	-	18	-	-	18
รวมตราสารอนุพันธ์	-	18	-	-	18

(หน่วย: ล้านบาท)

งบการเงินเฉพาะกิจการ					
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566					
	เมื่อทวงถาม	ไม่เกิน 1 ปี	1 - 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	รวม
รายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์					
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	2,000	-	-	-	2,000
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	15,074	-	-	15,074
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	894	1,766	8,194	10,854
หุ้นกู้	-	4,000	11,777	-	15,777
รวมรายการที่ไม่ใช่ตราสารอนุพันธ์	2,000	19,968	13,543	8,194	43,705
ตราสารอนุพันธ์					
หนี้สินตราสารอนุพันธ์: จ่ายชำระสุทธิ	-	27	-	-	27
รวมตราสารอนุพันธ์	-	27	-	-	27

34.3 มูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน

เนื่องจากเครื่องมือทางการเงินส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทจัดอยู่ในประเภทระยะสั้นหรือมีอัตราดอกเบี้ยใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในตลาด กลุ่มบริษัทจึงประมาณมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงินส่วนใหญ่ใกล้เคียงกับมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบฐานะการเงิน ยกเว้นหุ้นกู้ซึ่งได้สรุปเปรียบเทียบมูลค่าตามบัญชีและมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	งบการเงินรวมและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
	2567		2566	
	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่ายุติธรรม	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่ายุติธรรม
หนี้สินทางการเงิน				
หุ้นกู้	13,519	13,586	15,624	15,596

กลุ่มบริษัทมีวิธีการและสมมติฐานที่ใช้ในการประมาณการมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน ดังนี้

- ก) สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินที่จะครบกำหนดในระยะเวลาอันสั้น ได้แก่ เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน ลูกหนี้และเจ้าหนี้ แสดงมูลค่ายุติธรรมโดยประมาณตามมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบฐานะการเงิน
- ข) เงินให้กู้ยืมและเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ยในอัตราใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในตลาดแสดงมูลค่ายุติธรรมโดยประมาณตามมูลค่าตามบัญชีที่แสดงในงบฐานะการเงิน
- ค) หุ้นกู้ที่จ่ายดอกเบี้ยในอัตราคงที่แสดงมูลค่ายุติธรรมโดยการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายในอนาคต คัดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยโดยประมาณในตลาดปัจจุบันสำหรับเงินกู้ยืมที่มีเงื่อนไขใกล้เคียงกัน
- ง) ตราสารอนุพันธ์ แสดงมูลค่ายุติธรรมซึ่งคำนวณโดยใช้เทคนิคการคิดลดกระแสเงินสดในอนาคตและแบบจำลองตามทฤษฎีในการประเมินมูลค่า ซึ่งข้อมูลที่น่ามาใช้ในการประเมินมูลค่าส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่สามารถสังเกตได้ในตลาดที่เกี่ยวข้อง เช่น อัตราแลกเปลี่ยนทันที และอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าของเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น กลุ่มบริษัทได้คำนึงถึงผลกระทบของความเสี่ยงด้านเครดิตของคู่สัญญาในการประมาณมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์

ในระหว่างปีปัจจุบัน ไม่มีการโอนรายการระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรม

34.4 การหักกลบเครื่องมือทางการเงิน

รายละเอียดของเครื่องมือทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ที่มีการรับรู้ในลักษณะของการหักกลบ แสดงได้ดังนี้

(หน่วย: พันบาท)

งบการเงินรวม					
ผลกระทบของการหักกลบ					
ในงบฐานะการเงิน					
มูลค่าเริ่มต้น	จำนวนที่นำมาหักกลบ	มูลค่าสุทธิที่รับรู้ในงบฐานะการเงิน	มูลค่าเริ่มต้นที่ไม่ได้หักกลบในงบฐานะการเงิน	มูลค่าสุทธิรวมในงบฐานะการเงิน	
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567					
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	2,007,873	2,007,873
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	13,963,156	(911,106)	13,052,050	2,406,667	15,458,717
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566					
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	2,114,686	2,114,686
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	13,683,069	(900,281)	12,782,788	2,441,913	15,224,701

(หน่วย: พันบาท)

งบการเงินเฉพาะกิจการ					
ผลกระทบของการหักกลบ					
ในงบฐานะการเงิน					
มูลค่าเริ่มต้น	จำนวนที่นำมาหักกลบ	มูลค่าสุทธิที่รับรู้ในงบฐานะการเงิน	มูลค่าเริ่มต้นที่ไม่ได้หักกลบในงบฐานะการเงิน	มูลค่าสุทธิรวมในงบฐานะการเงิน	
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567					
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	2,097,072	2,097,072
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	13,768,077	(894,915)	12,873,162	2,412,545	15,285,707
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566					
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	-	-	2,201,687	2,201,687
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	13,475,311	(885,810)	12,589,501	2,484,121	15,073,622

มูลค่าเริ่มต้นที่ไม่ได้หักกลบในงบฐานะการเงินนั้น สะท้อนถึงจำนวนที่ขึ้นอยู่กับข้อตกลงการหักกลบที่มีเงื่อนไข

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 กลุ่มบริษัทมีลูกหนี้อื่นจากการให้เช่าพื้นที่และบริการที่เกี่ยวข้องจำนวน 256 ล้านบาท (2566: 223 ล้านบาท) ซึ่งมีเงินประกันการเช่าบางส่วนที่แสดงอยู่ในหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น รวมถึงเงินประกันสินเชื่อแบบอื่น ๆ ที่มีข้อตกลงให้หักกลบกับลูกหนี้การค้าได้ และกลุ่มบริษัทวางเงินประกันการเช่าจำนวน 15 ล้านบาท (2566: 34 ล้านบาท) (เฉพาะบริษัทฯ: 15 ล้านบาท 2566: 34 ล้านบาท) รวมถึงหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารที่มีข้อตกลงให้หักกลบกับเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นได้

35. การบริหารจัดการทุน

วัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการทุนที่สำคัญของบริษัทฯ คือ การจัดให้มีซึ่งโครงสร้างทุนที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และเสริมสร้างมูลค่าการถือหุ้นให้กับผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ จัดการสถานะของทุนโดยใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt-to-Equity Ratio) เพื่อให้สอดคล้องกับเงื่อนไขในข้อกำหนดของเงินกู้ยืมระยะยาวและหุ้นกู้ ซึ่งต้องรักษาระดับของอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนให้ไม่เกิน 2.50 ต่อ 1

36. เหตุการณ์ภายหลังรอบระยะเวลารายงาน

เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2568 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติเพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติการจ่ายปันผลจากผลการดำเนินงานของเดือนกรกฎาคม 2567 ถึงธันวาคม 2567 โดยจ่ายปันผลเป็นเงินสดในอัตราหุ้นละ 0.25 บาท หรือคิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 3,287.80 ล้านบาท โดยมีกำหนดจ่ายเงินปันผลจำนวนดังกล่าวภายในวันที่ 8 พฤษภาคม 2568 เนื่องจากการประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2567 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากผลการดำเนินงานของเดือนมกราคม 2567 ถึงมิถุนายน 2567 ให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นเงินสดในอัตราหุ้นละ 0.18 บาท ซึ่งได้จ่ายเงินปันผลไปเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2567 ดังนั้นรวมการจ่ายปันผลสำหรับ ปี 2567 คิดเป็น 0.43 บาทต่อหุ้น

37. การอนุมัติงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้รับอนุมัติให้ออกโดยคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2568



Home Solar

ประหยัดคํ่า อย่างยั่งยืน



Solar Consultant

ปรึกษากับทีมช่างผู้เชี่ยวชาญ
ถึงพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน



Roof Check

บริการตรวจสอบพื้นที่ด้วยวิธี
และอุปกรณ์ที่ทันสมัย



Planning & Permitting

วางแผนและออกแบบการติดตั้ง
พร้อมดูแลขั้นตอนการขออนุญาต



Professional Installation

ติดตั้ง Solar Rooftop ด้วยอุปกรณ์ที่
ได้มาตรฐาน โดย ทีมช่างผู้เชี่ยวชาญ



SCADA Smart Control

มั่นใจด้วย ระบบ SCADA Smart Control
ที่ช่วยบำรุงรักษาเชิงป้องกัน



After-Sale & Lifetime Trust

การันตี รับประกัน ครบ จบ
ทุกการแก้ไขปัญห



สอบถามข้อมูลเบื้องต้น 1284

สอบถามข้อมูลเชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ 083 101 5050

www.homepro.co.th/homesolar

*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด, สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ณ จุดขาย

Home
Solar

HomePro



บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

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

โทรศัพท์ 0 2832 1000 โทรสาร 0 2832 1066

กรุงเทพฯ และปริมณฑล :

กัลปพฤกษ์	0 2029 7660
เจริญสุขนิทวงศ์	0 2079 7370
แจ้งวัฒนะ	0 2962 6955
ชัยพฤกษ์	0 2029 7230
ช็อคอน บางแค	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
พาราไดซ์พาร์ค	0 2047 0377
พุทธมณฑล สาย 5	0 2444 5566
เพชรเกษม	0 2029 7272
เพลินจิต	0 2655 3400
แฟชั่นไอส์แลนด์	0 2947 6365
ฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต	0 2030 0600
เมกา บางนา	0 2186 8811
รัชดาภิเษก	0 2641 2900
ราชพฤกษ์	0 2423 3222
รามคำแหง	0 2735 4999
ลาดกระบัง	0 2407 2699
ลาดพร้าว	0 2983 7444
ลำลูกกา	0 2997 4800
ศรีนครินทร์	0 2029 7630
สุขสวัสดิ์	0 2029 7759
สุขาภิบาล 3	0 2976 9114

สุวรรณภูมิ	0 2325 1200
เอกมัย-รามอินทรา	0 2933 5000
กลาง :	
ลพบุรี	0 3668 2100
สระบุรี	0 3622 4444
พระนครศรีอยุธยา	0 3595 8070

ตะวันออก/เชียงใหม่ :

ขอนแก่น	0 4300 2100
มหาสารคาม	0 4400 3131
โคราช - หัวทะเล	0 4492 0500
ชัยภูมิ	0 4405 1800
นครราชสีมา	0 4400 3570
บุรีรัมย์	0 4469 0755
บุรีรัมย์	0 4204 4011
ร้อยเอ็ด	0 4303 2170
เลย	0 4284 5800
สกลนคร	0 4209 1070
สุรินทร์	0 4451 9988
หนองคาย	0 4202 8111
อุดรธานี	0 4211 3100
อุบลราชธานี	0 4534 4700
ตะวันออก :	
จันทบุรี	0 3960 2100
ฉะเชิงเทรา	0 3305 1100

ใต้ :

กระบี่	0 7581 0499
ชุมพร	0 7765 8900
ตรัง	0 7582 1100
นครศรีธรรมราช	0 7580 1070
พัทลุง	0 7482 2100
ภูเก็ต	0 7660 9570
ภูเก็ต - เจ้าฟ้า	0 7664 3050
ภูเก็ต - ดลวง	0 7660 2933
ภูเก็ต - กลาง	0 7639 0400
สงขลา	0 7795 6130
สุราษฎร์ธานี	0 7791 2474
หาดใหญ่	0 7480 3131
หาดใหญ่ - กาญจนวณิช	0 7421 0999

ตะวันตก :

กาญจนบุรี	0 3460 2700
นครปฐม	0 3410 6070
ประจวบคีรีขันธ์	0 3265 2123
เพชรบุรี	0 3247 4599
มหาชัย	0 3446 9688
ราชบุรี	0 3232 0999
สมุทรสงคราม	0 3477 0900
สุพรรณบุรี	0 3596 4199
หัวหิน	0 3252 6000

โฮมโปร เอส

กรุงเทพฯ และปริมณฑล :

เกตเวย์ เอกมัย	0 2030 0002
มาร์เก็ตเพลส บางลำไย	0 2079 5448
เกตเวย์ เอก บางซื่อ	0 2079 5450
สามย่านมิตรทาวน์	0 2030 0022

ตะวันออก/เชียงใหม่ :

เทอร์มินอล 21 - โคราช	0 4400 3737
-----------------------	-------------

Home Product Center (Malaysia) Sdn. Bhd

Suite 17.01, 17.05-07, Level 17, Menara 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 8800

Ipoh: +605 238 0011 Melaka: +606 274 8888

Penag: +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
นครปฐม	0 3410 6159
บางพลี	0 2481 6820
มีนบุรี	0 2029 0888
รังสิต	0 2029 7999
รัตนาธิเบศร์	0 2481 7300
บางนา-ตราด	0 2029 7777
กลาง :	
โรน:	0 3595 8000
บ้านฉาง	0 3306 0530

เหนือ :

แม่สอด	0 5503 4111
เชียงใหม่	0 5207 9669
เชียงราย	0 5202 4141
ใต้ :	
ทุ่งสง	0 7580 1529
ภูเก็ต - เจ้าฟ้า	0 7664 3050
ภูเก็ต - เชิงทะเล	0 7664 3204
หาดใหญ่	0 7480 3888
สุราษฎร์ธานี	0 7794 7369

ตะวันออก/เชียงใหม่ :

ขอนแก่น	0 4300 2100
นครพนม	0 4206 4111
นครราชสีมา	0 4400 3500
หนองคาย	0 4202 8111

ตะวันออก :

กบินทร์บุรี	0 3748 0222
ฉะเชิงเทรา	0 3305 1525
บ่อวิน	0 3304 5999
บางแสน	0 3326 8730
ปลวกแดง	0 3322 0410
พัทลุง	0 3326 5050
ระยอง-ทับมา	0 3322 0464
ศรีราชา	0 3304 5999
อรัญประเทศ	0 3764 0111

สอบถามรายละเอียดสินค้าและสาขาได้ Call Center

HomePro 1284
Megahome 1347

ช้อปออนไลน์ได้แล้ววันนี้



ติดตามข่าวสาร HomePro Thailand ได้ที่นี่

