

รายงาน
การพัฒนาอย่างยั่งยืน
2568



สารบัญ

	หน้า
สารจากประธานกรรมการบริษัท	1
สารจากประธานกรรมการการพัฒนาความยั่งยืน	2
เกี่ยวกับบีค คาเมร่า	4
<ul style="list-style-type: none">• วิสัยทัศน์ (Vision)• พันธกิจ (Mission)• เป้าหมายการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท (Goal)• ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร	
ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย	8
โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท	16
โครงสร้างการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	17
นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน	17
<ul style="list-style-type: none">• กลยุทธ์ในการพัฒนาความยั่งยืน• แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน• เป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืน• นโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน• การกำหนดประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน• ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ• การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ• การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ• การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย• การวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ	
การพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน	23
การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	35
การกำกับดูแลกิจการที่ดี	35
โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ	56
ผลการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน	66

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2568

สารจากประธานกรรมการบริษัท

ตลอดระยะเวลาที่ บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างมูลค่าเพิ่มของรูปแบบธุรกิจของบริษัท จากการค้าปลีกกล้องถ่ายภาพมาเป็นธุรกิจค้าปลีกและให้บริการเกี่ยวกับอุปกรณ์ถ่ายภาพอย่างครบวงจร และมีการขยายธุรกิจเพื่อสร้างเครือข่ายของธุรกิจและพันธมิตรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายในการสร้างธุรกิจที่มีความยั่งยืนในด้านผลการดำเนินงานให้กับผู้ถือหุ้นต่อไปในอนาคต

ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทมีการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรที่ชัดเจนมากขึ้น เพื่อเป็นกรอบในการบริหารธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลเป็นสำคัญ และเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนอันเป็นยุทธศาสตร์ของประเทศ โดยยึดกรอบการดำเนินงานตาม (SDGs: Sustainability Development Goals) ที่มีกรอบการพัฒนาทั้ง 3 มิติ อันได้แก่ มิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติบรรษัทภิบาล และให้ความสำคัญในการรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม โดยบริษัทได้มีการให้ความสำคัญและยึดมั่นต่อการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาล บนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี และบริษัทยังคงให้ความสำคัญในการให้บริการลูกค้าเป็นสำคัญ ควบคู่ไปกับการดูแลด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นเสริมสร้างความเป็นมิตรกับสังคม ตลอดจนการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน รวมถึงให้ความสำคัญในการป้องกันและต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความโปร่งใสและความมั่นคงให้แก่องค์กรในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งบริษัทได้มีการแก้ไขปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งมีการตรวจประเมินความเสี่ยงและติดตามผลการดำเนินงานเพื่อกำหนดมาตรการป้องกันและเยียวยาผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ในนามของคณะผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ขอแสดงความตั้งใจและแสดงความมุ่งมั่นในการสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง และขอขอบคุณท่านผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ หน่วยงานราชการ หน่วยงานกำกับดูแล และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ที่ให้ความไว้วางใจและเชื่อมั่น พร้อมทั้งให้การสนับสนุนบริษัทเสมอมา สำหรับปี 2569 บริษัทจะยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพสินค้า การให้บริการ และการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายต่อไป

นายชาญ เจริญกาญจนวงศ์

สารจากประธานกรรมการการพัฒนาความยั่งยืน

กลุ่มบริษัทบีที คอมเมิร์ซ ตระหนักและเห็นความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล มีความมุ่งมั่นในการให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนเป็นสำคัญ เพราะพนักงานคือแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในความสำเร็จของการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรบนความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม

บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจตามเป้าหมาย พันธกิจ และวิสัยทัศน์ของบริษัท โดยมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าเป็นสำคัญ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน โดยเน้นการเป็นองค์กรที่ให้การเคารพซึ่งกันและกัน และมุ่งเน้นให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน

ในด้านของการดำเนินงาน บริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้การดำเนินงานอย่างมีจรรยาบรรณ และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อยกระดับการดำเนินงานที่มีอยู่แล้วให้มีความสอดคล้องและพัฒนาเป็นระบบมาตรฐานที่ชัดเจน เพื่อกระจายการปฏิบัติไปสู่พนักงานของบริษัททุกระดับ อันเป็นการเสริมสร้างให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรในการกำกับดูแลกิจการอย่างแท้จริง โดยบริษัทได้รับเอาแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (Good Corporate Governance) ที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้ถือหุ้น นักลงทุน คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน

เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนในทุกมิติ บริษัทให้ความสำคัญในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งบริษัทได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สรุปผลคะแนนประเมิน AGM Checklist ประจำปี 2568 ในระดับ “ดีเยี่ยม” และได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการในโครงการสำรวจ การกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย หรือ CGR อยู่ในระดับ 4 ดาว หรือ “ดีมาก” จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ทั้งนี้ เป้าหมายปี 2569 บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้ไปสู่ในระดับ “ดีเลิศ”

ทั้งนี้ บริษัทขอขอบคุณผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนหน่วยงานกำกับดูแลต่างๆ ไปจนถึงผู้มีส่วนได้เสียในทุกภาคส่วน ที่ได้สนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทอย่างเสมอมา บริษัทยังคงมีความมุ่งมั่นในการสร้างความเติบโตของธุรกิจให้ตอบสนองกับระบบเศรษฐกิจของประเทศเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

นายธนสิทธิ์ เขียวกาญจนวงศ์

เกี่ยวกับบิ๊ก คาเมร่า

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “บิ๊ก คาเมร่า”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2540 โดยมีคุณชาญ เจริญกาญจนวงศ์ นักธุรกิจผู้มากประสบการณ์ในแวดวงธุรกิจการถ่ายภาพกว่า 30 ปี เป็นผู้ก่อตั้ง โดยแต่เดิม ปี พ.ศ. 2537 คุณชาญดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ “บริษัท ชาญเอนเตอร์ไพรส์ จำกัด” โดยลักษณะการประกอบธุรกิจเป็นรูปแบบผู้ค้าส่งอุปกรณ์ถ่ายภาพชั้นนำหลากหลายแบรนด์ เป็นระยะเวลาอันยาวนานกว่า 10 ปี แต่ด้วยประสบการณ์และวิสัยทัศน์ของคุณชาญ ทำให้มองเห็นโอกาสและช่องทางการตลาดใหม่ๆ จึงได้พัฒนารูปแบบจากธุรกิจขายส่ง ให้กลายมาเป็นธุรกิจค้าปลีกให้กับกลุ่มลูกค้าโดยตรง ภายใต้ชื่อร้าน BIG CAMERA และได้เปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็น บริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด โดยได้เริ่มดำเนินธุรกิจเป็นร้านค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ โดยมีห้างคาร์ฟูร์ สาขาสุวินทวงศ์ เป็นสาขาแรกของบิ๊ก คาเมร่า มีลักษณะการจัดตั้งแบบ Stand Alone บนพื้นที่ให้เช่าของห้างคาร์ฟูร์ในขณะนั้น ต่อมาผู้บริหารของบริษัทฯเห็นว่า ธุรกิจค้าปลีกสินค้ากล้องถ่ายภาพนี้มีโอกาสเติบโตได้อีกยาวไกล จึงมีการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจโดยการขยายสาขาร้านค้าของบริษัทฯ ไปยังศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ เพื่อตอบรับภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมกล้องถ่ายรูป และเพื่อการตอบรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค

ต่อมาเมื่อปี 2557 บิ๊ก คาเมร่า ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงเข้าควบรวมกิจการกับ บริษัท ชันวู้ด อินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มาตั้งแต่ปี 2534 และเข้าซื้อหุ้นของ บริษัท ชันวู้ด อินดัสทรีส์ จำกัด (มหาชน) โดยชำระเป็นหุ้นสามัญของบริษัท บิ๊ก คาเมร่า จำกัด ซึ่งภายหลังการทำรายการดังกล่าว บิ๊ก คาเมร่า ได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และได้จดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมวัตถุประสงค์ของบริษัทและเปลี่ยนแปลงลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทเป็นการดำเนินธุรกิจเป็นร้านค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ ที่จัดจำหน่ายกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ อีกทั้งยังเป็นตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพชั้นนำหลากหลายแบรนด์ และได้มีการขยายสาขาร้าน BIG CAMERA เรื่อยมาจนปัจจุบันมีร้าน BIG CAMERA มากกว่า 160 สาขาทั่วประเทศ โดยมีสินค้าให้ลูกค้าเลือกมากมายหลากหลาย ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ตอบรับกับสโลแกนที่ว่า “BIG Camera ศูนย์รวมกล้องดิจิทัลที่มีความสุขให้เลือกมากที่สุด”

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

115, 115/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

โทร. 02-8099956-65

เว็บไซต์ : www.bigcamera.co.th

วิสัยทัศน์ (Vision)

บิก คาเมร่า มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำในธุรกิจศูนย์รวมอุปกรณ์การถ่ายภาพแบบครบวงจร เป็นชื่อแรกในใจของลูกค้าเมื่อนึกถึงการเก็บบันทึกความทรงจำทั้งในรูปแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว โดยมุ่งเน้นการนำเสนอประสบการณ์และบริการต่างๆ เพื่อการเก็บบันทึกภาพด้วยมาตรฐาน และคุณภาพ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในสินค้าและบริการ

พันธกิจ (Mission)

- บิก คาเมร่า ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้าด้านการเก็บบันทึกภาพ ด้วยสินค้าที่หลากหลาย
- บิก คาเมร่า มุ่งมั่นในการนำเสนอสินค้าและให้บริการด้วยมาตรฐานคุณภาพ ด้านอุปกรณ์ถ่ายภาพอย่างครบวงจร ตอบโจทย์ทุกการใช้งาน และไลฟ์สไตล์ของทุกคน เพื่อรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับลูกค้าและพันธมิตรร่วมค้าทุกท่านอย่างโปร่งใสและซื่อสัตย์ เพื่อให้เกิดความผูกพัน และความจริงใจในการอยู่ร่วมกันตลอดไป
- บิก คาเมร่า มุ่งพัฒนาบุคลากร โดยสร้างวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการหล่อหลอมความรู้และพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน
- บิก คาเมร่า มุ่งมั่นการบริหารจัดการองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อม

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท (Goal)

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท คือ การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยการดำเนินงานที่ครอบคลุม 3 ประเด็นหลัก คือ สังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล โดยมุ่งสู่ความเป็นมืออาชีพในการให้บริการอันเป็นเลิศแก่ลูกค้า มุ่งเน้นพัฒนารูปแบบการบริการและคัดสรรผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเป็นผู้นำในธุรกิจอุปกรณ์ถ่ายภาพและการให้บริการธุรกิจภาพพิมพ์ โดยกลุ่มบริษัทจะพัฒนาการให้บริการที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

ค่านิยม คือ สิ่งที่เราใช้ร่วมกันในการปฏิบัติงานและปฏิบัติต่อผู้อื่น ค่านิยมองค์กรถือเป็นหัวใจหลักที่พนักงานในองค์กรทุกคนต้องยึดถือในการปฏิบัติงาน อันเป็นคุณค่าที่จะพัฒนาไปสู่วัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายด้วยความถูกต้องและสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ โดยค่านิยมในการทำงานที่ยึดถือและสืบทอดกันมาโดยตลอดคือ **“การปฏิบัติงานด้วยหัวใจ”** หรือ **“HEART”** อันมีองค์ประกอบดังนี้

H-Honest มีความซื่อสัตย์ และ มีคุณธรรม

- ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ ซื่อตรง และมีคุณธรรม ทั้งต่อตนเอง ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดขององค์กร
- ปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ ด้วยความซื่อสัตย์ในวิชาชีพ
- ให้บริการด้วยความจริงใจ ใส่ใจในรายละเอียดเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
- ยึดถือคุณภาพและการบริการที่ดีที่สุด เพื่อการส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดต่อลูกค้า

E-Excitement มีความตื่นเต้น และ สนุกในการทำงาน

- ดูแลพนักงานอย่างเป็นธรรมชาติ ให้เกียรติ และไว้ใจ
- สร้างสรรค์บรรยากาศในการทำงานที่เป็นมิตร เอื้อต่อการแสดงศักยภาพของทุกคน
- ผลักดันให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยใจที่รักในการทำงาน และ รู้สึกสนุกสนานในการทำงานอยู่เสมอ

- สนับสนุนและพัฒนาคนเก่งให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กร
- ส่งเสริมความร่วมมือและการทำงานเป็นทีมทั่วทั้งองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ทำให้เกิดประสิทธิภาพตั้งแต่ ขบวนการคัดสรรคนดีไปจนถึงงานบริการที่เข้าถึงใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี

A-Attitude มีทัศนคติที่ดี

- เสริมสร้างพนักงานให้มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน
- รู้จักสร้างมุมมองเชิงบวกในการทำงานและต่อเพื่อนร่วมงาน
- เคารพและปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเป็นธรรมบนพื้นฐานความแตกต่างของแต่ละบุคคล
- สามารถสร้างความรู้สึกร่วมเป็นทีมเดียวกันกับเพื่อนร่วมงานได้ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จสูงสุด
- สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ร่วมเสนอแนะ และแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

R-Resilient มีความสามารถปรับตัวได้

- ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงผลกระทบจากปัจจัยภายนอกต่างๆ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการทั้งในตัวสินค้า และบริการต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- มุ่งเน้นให้พนักงานมีความยืดหยุ่น และความสามารถในการปรับตัวให้พร้อมดำเนินธุรกิจได้ในทุกสถานการณ์
- มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่องด้วยใจที่มุ่งมั่นในผลสำเร็จ เพื่อหาแนวทางและการทำงานที่ดีกว่า
- ขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างรวดเร็ว เพื่อโอกาสทางธุรกิจที่ดี

T-Trust สร้างความเชื่อมั่น

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนานด้วยการยึดหลักการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ทั้งต่อลูกค้า และคู่ค้าต่างๆ ด้วยความจริงจัง จนเกิดเป็นความเชื่อมั่นและไว้วางใจซึ่งกันและกัน ทั้งจากลูกค้าในการใช้บริการ และ จากคู่ค้าในการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีต่อกันมาโดยตลอด

วัฒนธรรมองค์กร คือ การแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการนำเสนอสินค้าและบริการด้วยมาตรฐานคุณภาพ เพื่อรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจด้วยความโปร่งใสและซื่อสัตย์ เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ เชื้อมั่นในคุณภาพการให้บริการ และให้ความสำคัญต่อบุคลากรขององค์กร บริษัทฯ เชื่อว่าบุคลากรมีส่วนสำคัญอย่างมากในการร่วมกันผลักดันองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ สนับสนุนให้บุคลากรยึดมั่นในการปฏิบัติตามพฤติกรรมหลัก 4 ประการ (4 Core behaviors) คือ

มุ่งมั่น (Passionate)

- มีความมุ่งมั่นในการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ
- นำเสนอสินค้าและบริการด้วยมาตรฐานคุณภาพ เพื่อรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ อย่างโปร่งใสและซื่อสัตย์ เพื่อให้เกิดความผูกพัน และความจงใจในการอยู่ร่วมกันตลอดไป
- นำเสนอข้อมูลสินค้าอย่างถูกต้องและชัดเจน เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า
- ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ด้วยสินค้าที่หลากหลาย
- ทุกคนในองค์กรร่วมกันส่งเสริมองค์กรให้เติบโตตามเป้าหมายการดำเนินงานที่กำหนดไว้

ตั้งใจ (Work Hard)

- รวบรวมใช้ทักษะอย่างหลากหลายเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด
- พัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจทุกกระบวนการ เพื่อสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจสูงสุด
- พัฒนาตนเองและองค์กร เพื่อเพิ่มพูนความรู้ในศาสตร์อื่นๆ นอกเหนือจากด้านวิชาชีพของตนเอง
- รวมใจให้เป็นหนึ่ง เพื่อประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันเป็นทีม

สร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Innovative)

- กล้าแสดงความคิดเห็น และนำแนวความคิดใหม่ๆ มาปรับใช้อยู่เสมอ
- ไม่ลังเลต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และรู้จักเรียนรู้จากความล้มเหลวเพื่อพัฒนาให้เป็นสิ่งใหม่
- ศึกษาและยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อนำสินค้ารุ่นใหม่ๆ เข้ามาจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

- ดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อผลกระทบในด้านต่างๆ ที่เกิดจากการประกอบกิจการขององค์กรตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- พัฒนาและปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้า ตลอดจนมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
- ใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ซึ่งจะนำไปสู่ความสุขในการดำเนินชีวิตและสร้างสัมฤทธิผลแห่งการเติบโตที่ยั่งยืน
- มุ่งพัฒนาทุกกระบวนการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และบริหารจัดการผลกระทบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ
- มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามหลักการดูแลกำกับกิจการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแข่งขันอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม มีคุณธรรม จริยธรรม และเปิดเผยข้อมูลในการดำเนินงานอย่างโปร่งใส พร้อมทั้งบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ โดยยึดหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามหลักบรรษัทภิบาล

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “บิ๊ก คาเมร่า”) มีลักษณะการประกอบธุรกิจหลักคือ ธุรกิจค้าปลีกกล้องถ่ายภาพ อุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ และบริการเกี่ยวเนื่องอื่นๆ ภายใต้ชื่อ “BIG Camera” โดยหัวใจในการดำเนินธุรกิจหลักใหญ่สำคัญ คือ การมุ่งเน้นคัดสรรสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลกและมีคุณภาพรองรับได้อย่างสมบูรณ์แบบ และต้องครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ และมีความทันสมัยอยู่เสมอ รวมถึงมีการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจโดยการขยายสาขาร้านค้าของบริษัทฯ ไปยังศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ เพื่อตอบรับภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมกล้องถ่ายรูป และเพื่อการตอบรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มีการประกอบธุรกิจหลายประเภท ดังนี้

(1) ธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ (Retail)

บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพครบครัน ตั้งแต่อุปกรณ์ถ่ายภาพแบบดิจิทัล ยี่ห้อชั้นนำต่างๆ ได้แก่ Leica Canon Panasonic Fuji Sony OM SYSTEM DJI เป็นต้น รวมไปถึงอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องอื่นๆ อาทิเช่น เลนส์ ฟิวเตอร์ แผ่นบันทึกความจำ (Memory Card) ขาตั้งกล้อง เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพผ่านหน้าร้านสาขาของตนเอง ที่มีช่องทางการจำหน่ายกว่า 160 สาขา ครอบคลุมทั่วประเทศ ภายใต้ชื่อ “BIG Camera” ที่เน้นแนวคิดหลักคือ “บิ๊ก คาเมร่า คือศูนย์รวมกล้องดิจิทัลที่มีความสุขให้เลือกมากที่สุด” ซึ่งตั้งกระจายอยู่ตามศูนย์การค้าชั้นนำ และห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน มาบุญครอง สยามพารากอน ซีคอนสแควร์ ไอคอนสยาม เทอร์มินอล รวมถึง บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เทสโก้โลตัส และอื่นๆ เป็นต้น

บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายฐานตลาดเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด และยกระดับการเป็นผู้นำในตลาดอุปกรณ์ถ่ายภาพ โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการเพิ่มความหลากหลายของสินค้า รวมทั้งมีการปรับภาพลักษณ์และบรรยากาศภายในร้าน ให้ลูกค้าและผู้ใช้บริการมีความรู้สึกประทับใจในการเข้ารับบริการ สามารถเลือกซื้อสินค้าและได้รับบริการที่ตอบสนองความต้องการหลากหลายรูปแบบ ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้จัดจำหน่าย (ค้าปลีก) อุปกรณ์ถ่ายภาพจากแบรนด์ชั้นนำทั่วไป อาทิเช่น Leica, Canon, Sony, Fujifilm, Panasonic, DJI, OM System เป็นต้น และรวมถึงอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องต่างๆ (Accessories) เช่น กล้องบันทึกภาพเคลื่อนไหว เลนส์ถ่ายภาพ ไฟแฟลช ชุดไฟสตูดิโอ ไมโครโฟน กล้องส่องทางไกล เมมโมรี่การ์ด ฟิลเตอร์ กระจ่างกล้อง ขาตั้งกล้อง แบตเตอรี่ และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ

นอกจากบริษัทฯ จะจัดทำร้านค้าสาขาภายใต้แบรนด์ของตนเองแล้ว บริษัทฯ ยังมีร้านขายสินค้าภายใต้แบรนด์อื่นๆ อีก ซึ่งร้านขายสินค้าภายใต้แบรนด์เหล่านี้ เป็นการร่วมมือในการดำเนินธุรกิจระหว่างบริษัทฯ และแบรนด์ต่างๆ ทั้งในด้านการขยายสาขา และการจัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆ โดยร้านขายสินค้าแบรนด์เหล่านี้ส่งผลดีต่อทั้งบริษัทฯ และ แบรนด์สินค้าเอง ทั้งในด้านของความน่าเชื่อถือ และการเพิ่มช่องทางการขายสินค้าเพื่อการเข้าถึงสินค้าได้ง่ายของผู้บริโภค เช่น Leica, DJI, Insta360 เป็นต้น

(2) ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย

ปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่า ก้าวขึ้นมาเป็นศูนย์รวมกล้องดิจิทัลและอุปกรณ์ทางการถ่ายภาพที่มอบสินค้าและบริการที่ครบวงจรที่สุดภายใต้แนวคิด Everything is Possible ทุกความสร้างสรรค์เป็นไปได้ เรายังให้ความสำคัญกับการไม่หยุดพัฒนาบริการเหนือระดับซึ่งเกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพทุกรูปแบบ เพื่อสร้างสรรค์เป็นระบบแบบ All In One ให้แก่ลูกค้า บริษัทฯ จึงได้เดินหน้ายกระดับและพลิกโฉมธุรกิจการพิมพ์ให้เติบโตอย่างมั่นคงพร้อมรองรับเทรนด์การพิมพ์รูปแบบใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ายุคดิจิทัล จึงมีแนวคิดในการหาผลิตภัณฑ์ที่มีความใกล้เคียงกันที่สามารถตอบโจทย์แก่ลูกค้าได้อย่างหลากหลาย นั่นคือ การให้บริการการพิมพ์ภาพถ่าย และเพื่อเพิ่มความพิเศษมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ ยังมีบริการพิมพ์ภาพถ่ายไปพร้อมตกแต่งภาพ หรือใส่ข้อความ (DIY

print) ซึ่งลูกค้าสามารถตกแต่ง ใส่ข้อความ หรือเพิ่มเลเอาท์ต่างๆ ได้เองผ่านเครื่อง wonder print station โดยในปี 2560 บริษัทฯ ได้เปิดร้าน Flagship Store ภายใต้ชื่อ Wonder Photo Shop by BIG Camera

Wonder Photo Shop by BIG Camera นับเป็นร้านต้นแบบที่ครบวงจรที่สุดใน Southeast Asia และเป็นครั้งแรก ที่บริษัทฯ ได้มีการร่วมมือทางการตลาดกับ บริษัท ฟุจิฟิล์ม ประเทศไทย จำกัด ติดตั้งศูนย์แล็บ ดิจิทัล FDI Station (Fuji Digital Image Station) และเครื่อง Wonder Print Station ในร้าน BIG Camera ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ภายใต้แนวคิด “BIG Printing Solution” เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการเก็บภาพประทับใจ ภาพสำคัญในงานพิธีต่างๆ โดยลูกค้าผู้ใช้บริการ สามารถสั่งพิมพ์งานได้จากสื่อบันทึกดิจิทัลทุกชนิด สามารถพิมพ์งานที่บันทึกได้จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านระบบ Wireless ไม่ว่าจะเป็น WiFi - Bluetooth หรือการเลือกพิมพ์ภาพจาก Social Media

ต่อมาในปี 2566 บริษัทฯ ได้มีการพัฒนารูขุม径ภาพพิมพ์ของบริษัทฯ ให้สามารถตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ได้อย่างครบวงจร ไม่ว่าจะเป็น การถ่ายรูปอโต้, ล้างอัดรูปด่วน, การพิมพ์ภาพ Photobook, Canvas, กรอบลอย Modern Frame, ภาพขนาดใหญ่ ต่าง ๆ หรือการผลิตนามบัตร, โปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์โลโก้ สำหรับธุรกิจ SME ซึ่งในทุกขั้นตอนการผลิต ได้ผสมด้วยเทคโนโลยีสุดทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์คุณภาพงานระดับสูง และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้คนในปัจจุบัน บริษัทฯ จึงมีการให้บริการด้านการพิมพ์ ภาพภายใต้ชื่อ POP! Print ขึ้น เพื่อต่อยอดธุรกิจถ่ายภาพ “POP! PRINT - MAKE IT POP!” เพื่อเจาะกลุ่ม SMEs ขนาดเล็ก - กลาง ที่ให้บริการ เช่น Photobook การพิมพ์ภาพขนาดใหญ่ การพิมพ์ภาพลงบนวัสดุต่างๆ ที่นอกเหนือจากกระดาษ รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ประยุกต์ใช้ในงานภาพพิมพ์ และเพื่อตอบโจทย์ความต้องการและให้บริการพิมพ์ภาพรูปแบบใหม่ครบวงจร ภายใต้แนวคิด ‘Everything is Possible ทุกความสร้างสรรค์เป็นไปได้’ ซึ่งปัจจุบัน เพื่อเป็นการยกระดับ One-Stop Printing Center อย่างเต็มรูปแบบ POP! Print ได้เปิด Flagship Store เป็นสาขาแรกที เช่นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่ และมีสาขาที่เป็น POP! PRINT Corner ในร้าน BIG Camera ทุกสาขาทั่วประเทศ

(3) ธุรกิจเชิงพาณิชย์และลูกค้าองค์กร (B2B)

บริษัทฯ มีการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษาต่างๆ กล่าวคือ เป็นการขายตรงไปยังบริษัททั่วไปที่เป็นนิติบุคคลในกลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรมที่หลากหลาย โดยอาศัยจุดแข็งของธุรกิจค้าปลีกที่มีสาขาให้บริการทั่วประเทศ ในการรองรับลูกค้าแบบองค์กรและหน่วยงานทั่วไป รวมถึงสถาบันการศึกษาต่างๆ

จากการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้ทุกภาคส่วนล้วนแต่มีความต้องการในการจัดซื้อ จัดหาสินค้าและอุปกรณ์ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองการเติบโตของเทคโนโลยีในโลกดิจิทัล ซึ่งบริษัทฯ ได้เล็งเห็นโอกาสในการขายสินค้าและการต่อยอดทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องจากความต้องการสินค้าของผู้บริโภคดังกล่าว จึงมีหน่วยงานที่รองรับการ ให้บริการสำหรับธุรกิจนี้โดยเฉพาะ

(4) ธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Retailers)

บ๊ิก คาเมร่า ร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (“AWN”) มาตั้งแต่ปี 2559 ในการเข้าบริหารเอไอเอส ซ็อป บาย พาร์ทเนอร์ (AIS Shop by Partner) ซึ่งเป็นร้านที่บริหารงานโดยบริษัทฯ แบบครบวงจร พร้อมนำเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามา เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ด้วยมาตรฐานการให้บริการที่ดีที่สุด เนื่องจากปัจจุบันลูกค้ามีการยึดติดในตราสัญลักษณ์ รวมถึงโลโก้ต่างๆ ของแบรนด์ดังกล่าว อันส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงเข้ารับบริการผ่านร้านดังกล่าว โดย บ๊ิก คาเมร่า มีทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารการขาย การให้บริการลูกค้า

ในปัจจุบัน บ๊ิก คาเมร่า ยังคงร่วมมือกับ AWN ในการเข้าบริหารร้าน AIS และ Telewiz โดยบ๊ิก คาเมร่าได้พยายามคัดสรร สินค้าให้ครอบคลุมครบทุกแบรนด์ดังเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟนรุ่นพรีเมียม กลุ่มผลิตภัณฑ์ราคาระดับกลาง รวมถึงสินค้าที่มีระดับราคาที่ถูกคนจับต้องได้ และสมาร์ทโฟนในโครงการพิเศษของเอไอเอส รวมทั้งมีการ

บริหารจัดการอย่างพิถีพิถันในการคัดเลือกสินค้าที่จัดจำหน่ายในแต่ละร้าน (Product assortment) ให้สอดคล้องกับทำเลที่ตั้งและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคของสาขานั้นๆ ได้อย่างดี รวมถึงงานบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตแบบดิจิทัลเต็มรูปแบบให้แก่ลูกค้าครบจบภายในร้านเดียว อาทิ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้วยเทคโนโลยีไฟเบอร์ ง่ายบิลและ Digital Services ต่างๆ โดยทางบริษัทฯ มีทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารการขาย การให้บริการลูกค้า รวมถึงการสรรหาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ และพัฒนาการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานขายอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมร่วมกับทางเอไอเอส การฝึกอบรมภายใน (In house training) รวมทั้งการส่งพนักงานขายเข้าร่วมอบรมกับทางแบรนด์สินค้า หรือการเข้าร่วมโครงการอบรมต่างๆ เพื่อการพัฒนาศักยภาพด้านการขายของพนักงานให้ทันต่อเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันและอนาคต และเพื่อให้พร้อมสำหรับการทำงานของพนักงานท่ามกลางกระแสดิจิทัล ดิสรัปชั่น และเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

(5) ธุรกิจบริการ (Service)

● บริการหลังการขาย

บริการหลังการขาย ศูนย์ซ่อม และร้านบริการดิจิทัลของ BIG Camera เป็นส่วนสำคัญในการสร้าง Ecosystem ที่ครบวงจร ตั้งแต่การเลือกซื้อ การใช้งาน ไปจนถึงการดูแลระยะยาว ซึ่งช่วยเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ เพิ่มความภักดีของลูกค้า และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายในฐานะ กลไกสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นระยะยาว และเพิ่มมูลค่าตลอดอายุการเป็นลูกค้า (Customer Lifetime Value) โดยออกแบบระบบบริการให้ครอบคลุม สะดวก และเข้าถึงได้ง่ายผ่านเครือข่ายสาขาของ BIG Camera ทั่วประเทศ

ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในเครือ BIG Camera สามารถเข้ารับบริการหลังการขายได้ทุกสาขา โดยครอบคลุมทั้งการขยายระยะเวลาการรับประกัน การประสานงานซ่อม และการดูแลหลังการใช้งาน เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าทุกชิ้นจะได้รับการดูแลอย่างมืออาชีพตลอดอายุการใช้งาน

รูปแบบการให้บริการหลังการขาย

บริษัทฯ ให้บริการหลังการขายใน 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. กรณีสินค้าอยู่ในระยะเวลารับประกัน

บริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินการประสานงานและจัดส่งสินค้าเข้ารับบริการซ่อมแซมตามเงื่อนไขการรับประกันของแต่ละแบรนด์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า เพื่อลดขั้นตอน และลดระยะเวลาการรอคอย

2. กรณีสินค้าหมดระยะเวลารับประกัน

บริษัทฯ ให้บริการจัดส่งซ่อมโดยคิดค่าใช้จ่ายตามเงื่อนไขที่กำหนด พร้อมรับประกันผลงานซ่อมแซมเป็นระยะเวลา 120 วัน สำหรับอาการเสียและอะไหล่รายการเดิม เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพงานบริการ

3. กรณีลูกค้าซื้อบริการขยายระยะเวลาประกัน

สำหรับลูกค้าที่ได้มีการซื้อสินค้าจากร้านในเครือ บิ๊ก คาเมร่า สามารถซื้อบริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพได้ โดยบริการขยายระยะเวลารับประกัน จะเป็นในกรณีที่สินค้าหมดอายุรับประกันแล้ว แต่ลูกค้าจะได้รับความคุ้มครองในตัวสินค้าต่อตามช่วงระยะเวลาที่บริษัทประกันกำหนด โดยลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ทุกสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า และ บิ๊ก คาเมร่า จะดำเนินการประสานงานและจัดส่งสินค้าเข้ารับบริการซ่อมแซมตามเงื่อนไขการรับประกัน

บริการดังกล่าวถูกออกแบบมาเพื่อยกระดับประสบการณ์หลังการขาย และสร้างความอุ่นใจให้กับลูกค้าในทุกขั้นตอนของ
การใช้งาน โดย BIG Camera ได้ร่วมมือกับ บริษัท สยามคอมสมอส เซอร์วิส จำกัด ในการให้บริการขายระยะเวลารับประกัน ภายใต
ชื่อ “BIG Camera Care”

- **ศูนย์ซ่อมและบริการสินค้า OM System**

บริษัท พิคคาซัส จำกัด (บริษัทย่อย) ได้รับสิทธิการเป็นผู้แทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวของสินค้าภายใต้แบรนด์ OM
SYSTEM ในประเทศไทย โดยเป็นผู้แทนจำหน่ายและผู้นำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจำหน่ายในประเทศ และยังมีบริการซ่อม
บำรุงรักษากล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ของ OM SYSTEM ด้วยทีมช่างผู้เชี่ยวชาญและมาตรฐานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของแบรนด์
เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า ความแม่นยำของอุปกรณ์ และความเชื่อมั่นของลูกค้าในระยะยาว

(6) ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (Online)

ปัจจุบัน การซื้อสินค้าออนไลน์กลายเป็นส่วนหนึ่งในพฤติกรรมของผู้บริโภค และมีอัตราการเติบโตในทุกปี บริษัทฯจึง
เล็งเห็นความสำคัญ และได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เพื่อเติมเต็มความแข็งแกร่งของธุรกิจและรองรับพฤติกรรมและ
ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย บริษัทฯจึงมุ่งเน้นในการพัฒนากลยุทธ์ภายใต้แนวทาง การรวมทุกช่องทางการ
สื่อสารเข้ามาไว้ในที่เดียวกัน ทั้ง Online และ Offline เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบถ้วนรอบด้าน และเพื่อเชื่อมโยง
ข้อมูลต่างๆ ให้ทำงานได้อย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพ และเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและช่วยเสริมสร้างการบริการให้ดียิ่งขึ้น

(7) ธุรกิจนำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่าย (Import Business)

บริษัทฯมีธุรกิจที่รองรับการนำเข้ากล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ รวมถึงอากาศยานไร้คนขับ (โดรน)
โดยตรงจากผู้ผลิต เพื่อมาจัดจำหน่ายในประเทศโดยผ่านบริษัทในเครือ คือ บริษัท พิคคาซัส จำกัด เป็นผู้นำเข้ากลุ่มสินค้าแบรนด์
DJI, OM System และอื่นๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ปัจจุบัน บิ๊ก คาเมร่าได้รับสิทธิจาก Leica Camera Asia Pacific ให้ขึ้นเป็น BIG CAMERA Leica Authorized
Dealer อย่างเป็นทางการในประเทศไทย เพื่อร่วมกันเปิดตลาดการค้าภายใต้แบรนด์ Leica อย่างยิ่งใหญ่ร่วมกันและได้ขยายการ
นำเข้าแบรนด์สินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ถ่ายภาพเพิ่มเติมจากแบรนด์ Leica เพื่อเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยอีกด้วย

(8) ธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปกรณ์ถ่ายภาพ (Distributor)

แม้ธุรกิจค้าปลีกจะเป็นธุรกิจหลักของบริษัทฯ แต่บริษัทฯไม่เคยหยุดมองหาโอกาสการเติบโตใหม่ๆ เพื่อเสริมสร้างความ
แข็งแกร่งให้กับบริษัท ในปี 2563 บริษัทฯจึงได้เริ่มดำเนินการธุรกิจนำเข้าสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต โดยเริ่มจากสินค้าภายใต้แบรนด์
OM SYSTEM ซึ่งเป็นแบรนด์ที่พัฒนามาจาก Olympus อันมีชื่อเสียงในสินค้าอุปกรณ์ถ่ายภาพมาอย่างยาวนาน โดยบริษัทฯได้รับ
แต่งตั้งในการเป็นผู้นำเข้าและผู้กระจายสินค้า หรือ Distributor หลักในประเทศไทยอย่างเป็นทางการแต่เพียงผู้เดียว ในสินค้า
ประเภทกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บิก คาเมร่า มุ่งเน้นคัดสรรสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลกและมีคุณภาพรองรับได้อย่างสมบูรณ์แบบ และต้องครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ และมีความทันสมัยอยู่เสมอ เราจึงมีการปรับตัวในการวางสินค้าเข้าสู่ตลาด และเข้าถึงเทรนด์ของการถ่ายภาพ เพื่อครองตำแหน่งอันดับหนึ่งในอุตสาหกรรมค้าปลีกกล้องดิจิทัล อีกทั้งสินค้าของ บิก คาเมร่า เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานและรับประกันศูนย์อย่างแท้จริง อันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเสมอมา รวมถึงความหลากหลายของสินค้าแต่ละประเภท เราจึงต้องคัดสรรโดยใช้ความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้เองทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากที่สุดและได้ทดลองผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยมีข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วนประกอบการซื้อผลิตภัณฑ์โดยพนักงานผู้เชี่ยวชาญที่คอยบริการ ณ จุดขาย โดยสินค้าที่บิก คาเมร่า จัดจำหน่ายมีดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจค้าปลีกกล้องและอุปกรณ์ถ่ายภาพ

ประเภทของกล้องถ่ายภาพ

รายละเอียดของอุปกรณ์ถ่ายภาพ (กล้อง) ประเภทต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งแยกประเภทหลักๆ ออกได้เป็น 7 ประเภทดังนี้

- Interchangeable-lens Digital Camera
- Compact Camera
- Action Camera
- Drone อากาศยานไร้คนขับ
- Instant Camera
- Film Camera

ประเภทของอุปกรณ์ถ่ายภาพ

บิก คาเมร่า นอกจากการเป็นผู้ค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพแล้ว ยังรวมถึงเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์เสริมต่างๆที่ใช้ควบคู่กับกล้องถ่ายภาพอีกมากมายอย่างหลากหลายและทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครอบคลุม เพื่อให้การถ่ายภาพของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ถ่ายภาพอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น

- เลนส์(Lens)
- แฟลช(Flash) หรือ ไฟแอลอีดี(LED Light)
- แผ่นบันทึกความจำ(Memory Card)
- ขาตั้งกล้อง (Tripod & Monopod)
- ไมโครโฟน(Microphone)
- อื่นๆ เช่น แบตเตอรี่(Battery) กระจาเป้า ไม้กันสั่น(Gimbal) การ์ดจับภาพ(Capture Card) ฟิลเตอร์(Filter) ชุดไฟสำหรับ Live เป็นต้น

ประเภทของการให้บริการ

- การให้บริการขยายระยะเวลาการรับประกันอุปกรณ์ถ่ายภาพ
- การให้บริการถ่ายรูปติดบัตร (Photo ID)
- บริการล้างและสแกนฟิล์ม

2. ธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประเภทของอุปกรณ์

- โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต (Smartphone and tablet)
- อุปกรณ์เสริม (Accessories)
- นวัตกรรมทางเทคโนโลยีต่างๆ (Gadgets)

ประเภทของการให้บริการ

- บริการด้านการเปิดเบอร์สำหรับเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Operator)

3. ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย

ประเภทของผลิตภัณฑ์

- Photobook (โฟโต้บุ๊ก) หรือ สมุดภาพ
- แคนวาส (Canvas)
- ภาพพิมพ์กรอบลอย (Modern Frame และ Frame Décor)
- กรอบรูปไม้ (Picture Frame)
- การพิมพ์ภาพถ่ายจากสมาร์ทโฟน (Smart print)
- การ์ดรูปแบบต่างๆ (Name Card, Postcard, Card และ Thank you Card)
- งานพิมพ์ภาพถ่าย รูปแบบต่างๆ (Photobooth, Mini print, Square print และ Insta print)
- งานพิมพ์สติ๊กเกอร์ (sticker print)

ประเภทของการให้บริการ

- บริการล้างและสแกนฟิล์ม

ช่องทางการจำหน่าย

บิ๊ก คาเมร่า มีช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากมายโดยแบ่งออกเป็นบริการผ่านหน้าร้านสาขาและช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้โดยเร็วที่สุด แบ่งออกเป็นหลายประเภท ดังนี้

ธุรกิจค้าปลีกอุปกรณ์ถ่ายภาพ

1. ร้าน BIG CAMERA
2. ร้าน BIG Camera Galleria
3. ร้าน Exclusif by Big Camera
4. Wonder Photo Shop by BIG Camera
5. POP! PRINT by BIG Camera (Flagship Store)
6. DJI
7. LEICA
8. Insta360 Experience Store by BIG Camera

ธุรกิจค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่

1. AIS
2. TELEWIZ

โดยปัจจุบัน บริษัทฯ มีหน้าร้านสาขามากกว่า 165 สาขา

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อย

บิก คาเมร่า มีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

1. บริษัท อิมเมจ โซลูชั่น พลัส จำกัด (บริษัทย่อย)

บริษัท อิมเมจ โซลูชั่น พลัส จำกัด (“Image”) เป็นบริษัทย่อยที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท บิก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย ที่มีการให้บริการอยู่ในร้านสาขาของบิก คาเมร่า

(1) ธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย

ในสายตาของคนทั่วไป ธุรกิจภาพพิมพ์ หรือ การพิมพ์ภาพถ่าย อาจเป็นธุรกิจที่รอวันตาย หลังมีความต้องการของผู้บริโภค ลดลงอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันผู้คนนิยมถ่ายภาพและแชร์บนโซเชียลมีเดียมากกว่าการนำมาอัดเป็นกระดาษใส่กรอบหรืออัลบั้มเพื่อเก็บไว้เหมือนในอดีต จนทำให้จำนวนร้านล้างอัดรูปลดลงตลอดช่วง 20 ปีที่ผ่านมา จากกว่า 3,000 ร้าน เหลือเพียง 1,700 ร้านในปัจจุบัน แต่สำหรับ บิก คาเมร่า เชื่อมั่นว่า ธุรกิจภาพพิมพ์ หรือ การพิมพ์ภาพถ่าย ยังไม่ตายจากไปง่ายๆ และยังคงมีหนทางที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ รวมถึงเติบโตต่อไปได้ได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยแนวคิด photo never die ที่อาศัยการต่อยอดความชำนาญด้านงานภาพของผู้ประกอบการ และเทคโนโลยีการพิมพ์ภาพที่สามารถพิมพ์งานได้หลากหลายรูปแบบมาตอบสนองโจทย์ลูกค้ายุคปัจจุบันได้ จึงมีการเปิดบริษัทย่อยขึ้นมาเพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการพิมพ์ภาพถ่าย เพื่อรองรับเทรนด์การพิมพ์รูปแบบใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ายุคดิจิทัล

โดยมีการให้บริการพิมพ์ภาพแบบครบวงจรและหลากหลายตัวเลือกสำหรับการพิมพ์ภาพที่เข้ามาพลิกโฉมการอัดรูปแบบเดิมๆ ไม่ว่าจะเป็น Photo Sticker, Photo Card, Photo Book ที่ลูกค้าสามารถปรับแต่งลวดลายและรูปแบบได้อย่างเต็มที่ตามความต้องการ เหมาะสำหรับการเป็นของขวัญสุดพิเศษให้คนสำคัญ หรือจะเป็นภาพพริ้นต์ Canvas ภาพอัดกรอบลอย ในสไตล์ที่ทันสมัยและมีนิมอลถูกใจทุกครอบครัว อีกทั้ง ยังรองรับงานพิมพ์สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ทั้งนามบัตร, Sticker, ฉลากผลิตภัณฑ์, โบรชัวร์ ตลอดจนโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ขนาด A3 ซึ่งล้วนเป็นงานพิมพ์แบบตามต้องการ ทำให้สามารถส่งผลิตงานได้โดยไม่มีขั้นต่ำ โดยลูกค้าสามารถปรับขนาด รูปแบบ และปริมาณได้ตามความต้องการ

ปัจจุบัน Image มีการสร้างแบรนด์ภายใต้ชื่อ POP! PRINT โดยมีแนวคิดที่ว่า POP! PRINT จะเป็นผู้ตอบสนองจินตนาการในการบันทึกเรื่องราวเพื่อเป็นการบอกความรู้สึกของตัวเองผ่านงานพิมพ์ภาพถ่ายคุณภาพสูง ในรูปแบบพิเศษต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นบอกรักผ่าน Photobook บอกขอบคุณผ่าน Canvas เป็นต้น ภายใต้ระบบการพิมพ์แบบดิจิทัลด้วยมาตรฐานการพิมพ์ระดับมืออาชีพ ด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย เทียบเท่ากับต่างประเทศ และเลือกการพิมพ์แต่ละแบบให้เหมาะสมกับแต่ละสินค้า

ความหมายของตราสัญลักษณ์ POP! PRINT (ป๊อปพริ้นต์)

ที่มาของคำว่า POP! มาจากวัฒนธรรม “pop culture” ที่มีลักษณะเฉพาะ สามารถดึงดูดใจผู้คนจำนวนมาก และเข้าถึงได้ง่าย จากคนรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ขับเคลื่อนเทรนด์และสไตล์ใหม่ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และไม่หยุดนิ่ง และยังมีพัฒนาปรับตัวให้เข้ากับกระแสและเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ ดังเช่น การถ่ายภาพที่มีมายาวนานนับร้อยปี มีการพัฒนาเทคโนโลยีมาตลอดเวลาไม่หยุดนิ่ง

นับตั้งแต่กล้องฟิล์มมาจนถึงกล้องดิจิทัล ผู้คนก็ยังนิยมในการพิมพ์รูปภาพ ออกมาเก็บบันทึกช่วงเวลาแห่งความสุข ความทรงจำของชีวิตไว้ตลอดไป

แนวคิดการออกแบบร้าน POP! PRINT (ป๊อปพริ้นต์)

การออกแบบร้าน POP! PRINT ได้รับแรงบันดาลใจมาจากวัฒนธรรม “pop culture” ที่สามารถดึงดูดใจผู้คนจำนวนมาก และเข้าถึงได้ง่าย ด้วยการออกแบบร้านที่มีความทันสมัย วัสดุตกแต่งที่มีความเรียบง่ายแบบมินิมอล สามารถเข้าถึงและรองรับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการได้ทุกเพศทุกวัย เรายังนำเอาเครื่องหมายอักษะที่เป็น SYMBOL ของแบรนด์ มาใช้ตกแต่งร้านเพื่อเพิ่มจุดสนใจ และยังเป็นสัญลักษณ์ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถจดจำแบรนด์ POP! PRINT ได้อีกทางหนึ่งด้วย

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ประเภทของผลิตภัณฑ์

- Photobook (โฟโต้บุ๊ก) หรือ สมุดภาพ
- แคนวาส (Canvas)
- ภาพพิมพ์กรอบลอย (Modern Frame และ Frame Décor)
- กรอบรูปไม้ (Picture Frame)
- การพิมพ์ภาพถ่ายจากสมาร์ทโฟน (Smart print)
- การ์ดรูปแบบต่างๆ (Name Card, Postcard, Card และ Thank you Card)
- งานพิมพ์ภาพถ่าย รูปแบบต่างๆ (Photobooth, Mini print, Square print และ Insta print)
- งานพิมพ์สติ๊กเกอร์ (sticker print)

ประเภทของการให้บริการ

- บริการล้างและสแกนฟิล์ม

2. บริษัท พิคคัส จำกัด (บริษัทย่อย)

(1) ธุรกิจผู้แทนจำหน่ายสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ

ปีก คาเมร่ามีการจัดตั้งบริษัทย่อยขึ้นมาชื่อ บริษัท พิคคัส จำกัด (“Piccasus”) เพื่อนำเข้าผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Consumer Electronics Products อาทิเช่น กล้องถ่ายภาพแบบดิจิทัล, อุปกรณ์ถ่ายภาพ ภายใน Brand OM SYSTEM และ อากาศยานไร้คนขับ (Drone), อุปกรณ์ป้องกันภาพสั่นไหว (Stabilization Equipment) รวมถึงกล้องถ่ายภาพแบบ Action Camera ภายใต้ Brand DJI โดยมีการเริ่มก่อตั้งบริษัทในปี 2563 และได้ดำเนินการในการนำเข้าผลิตภัณฑ์และเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ทางร้านค้าต่างๆทั่วประเทศ รวมถึงการให้บริการหลังการขายให้กับลูกค้า

ณ ปัจจุบันทาง Piccasus ได้นำเข้าผลิตภัณฑ์และเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายหลากหลายแบรนด์ ดังนี้ OM SYSTEM (เปลี่ยนชื่อจากแบรนด์ OLYMPUS), DJI, CYNNOVA, STRATRC และ KODAK&AGFA PHOTO รวมถึงการให้บริการหลังการขายภายใต้แบรนด์ OM SYSTEM และ DJI

(2) ให้บริการรับซ่อมสินค้าภายใต้แบรนด์ OM-SYSTEM และ DJI

Piccasus มีการให้บริการหลังการขาย มีช่างผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์งานซ่อม และคอยดูแลสินค้าที่ลูกค้าส่งซ่อมให้อยู่ภายใต้มาตรฐานการบริการและนโยบายที่แต่ละแบรนด์กำหนดไว้ โดยเน้นย้ำในเรื่องคุณภาพการบริการ, ความรวดเร็ว และการสร้างความพึงใจให้กับลูกค้าเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์หลังการซ่อม ทางพิคคัสสามารถรับรอง

ผลิตภัณฑ์ที่ถูกจัดส่งจากร้านค้า BIG Camera ทุกๆจังหวัดทั่วประเทศ โดยในปัจจุบันพิคคาซัสเปิดรับสินค้าซ่อมจากลูกค้าด้วยกัน 3 ช่องทาง คือ ส่งสินค้าซ่อมผ่านร้านค้า BIG Camera, ส่งสินค้าซ่อมผ่านทางไปรษณีย์ และเข้ามาส่งสินค้าซ่อมด้วยตนเอง

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ประเภทของอุปกรณ์ถ่ายภาพ

- สินค้า Brand OM SYSTEM (OLYMPUS)
- สินค้า Brand DJI
- สินค้า Brand CYNova และ STATRC
- สินค้า Brand KODAK & AGFA PHOTO

ประเภทของการให้บริการ

- บริการรับซ่อมสินค้าภายใต้แบรนด์ OM-SYSTEM และ DJI

จะเห็นได้ว่า การจัดตั้งบริษัทย่อยนี้ เป็นไปเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเฉพาะทางของบริษัทฯ เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือในการดำเนินงานต่อผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

BIG camera
corporation

บริษัท บิ๊ก คาเมรา คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว
352,887,880 บาท

100%

Image Solution
Plus

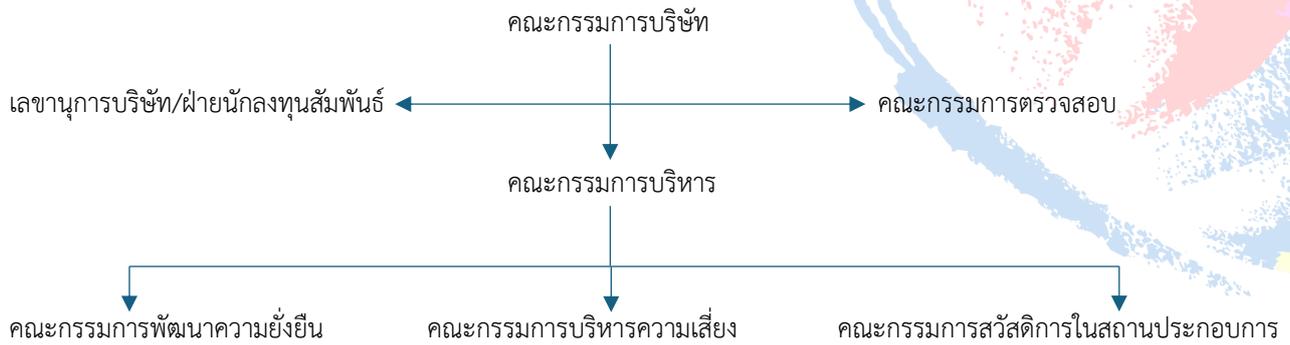
บริษัท อิมเมจ โซลูชั่น พลัส จำกัด
ทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว 37.5 ล้านบาท

100%


PICCASUS

บริษัท พิคคาซัส จำกัด
ทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท
ทุนชำระแล้ว 20 ล้านบาท

โครงสร้างการดำเนินงานด้านความยั่งยืน



นโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืน

จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ภาคธุรกิจเผชิญความท้าทายทั้งจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ อันเกิดจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของประเทศ รวมถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความรุนแรงมากขึ้น บริษัทฯจึงได้กำหนดกลยุทธ์ความยั่งยืนขององค์กรเพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความท้าทายดังกล่าว รวมทั้งสร้างการสื่อสารกับพนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีและบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้มีการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจโดยมีจุดมุ่งหมายที่ต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนความก้าวหน้าในธุรกิจเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคต โดยตระหนักดีว่าการที่ธุรกิจจะเติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้นไม่ใช่อยู่ที่ผลประโยชน์หรือกำไรของบริษัทฯเพียงอย่างเดียวจำเป็นต้องคำนึงถึงการคืนกำไรในสิ่งที่สังคมผู้สังคมควมควไป ด้วย ทำให้บริษัทฯมุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่การเป็นองค์กรต้นแบบที่จะพัฒนาและเติบโตควบคู่ไปกับการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชนและการดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าและการเติบโตที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

กลยุทธ์ในการพัฒนาความยั่งยืน

บิ๊ก คาเมร่า มุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตในระยะยาวและสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้นอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินไปพร้อมกัน บริษัทฯจึงได้นำแนวคิดด้านความยั่งยืนทั้งมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม เข้ามาผสมผสานเป็นส่วนหนึ่งกับการพัฒนาองค์กร ด้วยการกำหนดแผนกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร การจัดให้มีระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศ และกระบวนการทำงาน ที่เอื้อให้บุคลากรรังสรรค์งานที่มีคุณภาพ ส่งมอบคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์ บริการ เสริมสร้างให้บริษัทฯแข็งแกร่งท่ามกลางความท้าทายที่เกิดขึ้น เพื่อตอบสนองและเติบโตไปพร้อมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน โดยกลยุทธ์ของบริษัทฯครอบคลุม 3 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 การสร้างความมั่นคงทางธุรกิจด้วยจริยธรรมและธรรมาภิบาล

เป้าหมาย

1. ในทุกปีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจต้องเป็นศูนย์
2. ไม่มีการทุจริตคอร์รัปชัน (Zero Tolerance to Corruption)
3. จัดการข้อร้องเรียนได้ตามระยะเวลาที่กำหนด

แนวทางปฏิบัติ

1. กำหนดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและโปร่งใส เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. พัฒนาระบบการวิเคราะห์ความเสี่ยงและใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ
3. ทำงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อพัฒนามาตรฐานด้านจริยธรรมและความยั่งยืนในทุกขั้นตอน
4. กำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ คุณธรรม จริยธรรม เท่าเทียม และเป็นธรรม
5. จัดให้มีช่องทางการร้องเรียนและกลไกการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 2 ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร

เป้าหมาย

1. เป็นบริษัทที่เป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2588
2. มุ่งมั่นที่จะลดอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อปีให้ได้อย่างต่อเนื่องร้อยละ 2
3. ไม่ละเมิดกฎหมายสิ่งแวดล้อมและสังคมของพนักงานและคู่ค้า

แนวทางปฏิบัติ

1. เสริมสร้างความสามารถในการรับมือการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพิ่มการดูดซับคาร์บอนในกิจกรรมต่างๆ
2. ป้องกันและลดผลกระทบเชิงลบจากการดำเนินงานของบริษัทและคู่ค้า
3. ปกป้องและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติทั้งภายในและภายนอกบริษัท
4. เปิดเผยข้อมูลแนวปฏิบัติและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างโปร่งใส

ประเด็นที่ 3 สร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรและสังคม

เป้าหมาย

1. ไม่มีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน
2. ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน ไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมงต่อคน/ต่อปี
3. อัตราบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงานเป็นศูนย์ (Zero LTIFR)
4. สร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน สำหรับกิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมของบริษัท

แนวทางการดำเนินงาน

1. ประเมินความเสี่ยงด้านมนุษยชนอย่างรอบด้าน (Human Right Diligence) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน
2. พัฒนาบุคลากรด้านทักษะความรู้และทักษะทางสังคม รวมถึงการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพ
3. ส่งเสริมความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้มีส่วนได้เสียหลักทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน
4. ส่งเสริมโครงการและกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อร่วมกันพัฒนาชุมชนบริเวณใกล้เคียงและสังคมโดยรวมให้คุณภาพที่ดีขึ้น

แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ได้นำแนวคิดความยั่งยืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อรองรับปัจจัยเสี่ยงในระยะยาว เช่น การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภค และเทคโนโลยี รวมถึงความเหลื่อมล้ำในหลากหลายมิติทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อม และสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียที่คาดหวังให้มีบทบาทในการช่วยดูแลและยกระดับคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสังคม บริษัทฯ จึงได้นำแนวคิดด้านความยั่งยืนมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะทำให้เกิดคุณค่าและผลประโยชน์ที่ดีได้อย่างยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals (SDGs)) โดยวิเคราะห์ผลกระทบและสร้างคุณค่าให้เกิดความสมดุลใน 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ตั้งแต่การคัดสรรผลิตภัณฑ์ การใช้ทรัพยากร การจัดการสินค้าคงคลัง และการขนส่ง การจัดจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้า ผู้บริโภค และการให้บริการหลังการขาย โดยบริษัทฯ กำหนดกรอบการกำกับดูแลกิจการ ยึดถือการดำเนินงานตามหลักพันธกิจขององค์การเพื่อขับเคลื่อนอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน และให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนสากล 17 ข้อ ซึ่งสอดคล้องตามประเด็นสาระสำคัญของบริษัทฯ และเพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ดังนี้



นโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมตามหลักธรรมาภิบาล พร้อมยึดมั่นในการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีคุณภาพ โดยลำดับความสำคัญตามประเด็นสาระสำคัญของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะดำเนินงานและสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนแก่ธุรกิจ ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคมและสิ่งแวดล้อม สนับสนุนและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีพร้อมสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อการพัฒนาองค์กรและเศรษฐกิจ ตลอดจนจรรณดุแลสังคมให้เติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน

บริษัทฯ ได้กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับของทุกบริษัทที่อยู่ภายใต้บริษัทฯ มีหน้าที่สนับสนุนส่งเสริมและปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนฉบับนี้ จนเป็นวัฒนธรรมของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะดำเนินงานโดยมีความมุ่งมั่น 3 ประการด้วยกันที่จะคำนึงถึงประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคตามการเปลี่ยนแปลงไปของสังคมปัจจุบัน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านธุรกิจและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ จึงได้กำหนดกรอบและนโยบายการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1) ด้านเศรษฐกิจ

1.1 บริษัทจะดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับกิจการที่ดี

บริษัทมุ่งมั่นประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม ซื่อสัตย์ สุจริต ดำเนินงานธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี โดยตั้งอยู่บนหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนตามกฎระเบียบ ตลอดจนข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น คณะกรรมการบริษัทได้ให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจทั้งหมดให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งนับเป็นกลไกที่มีความสำคัญที่ทำให้บริษัทมีการเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

1.2 บริษัทมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ การคัดสรรการส่งมอบผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในการให้บริการอย่างมีคุณภาพแก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจอันสูงสุด การคัดเลือกผู้เสนอขาย ช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดมาตรฐานการให้บริการ ไปจนถึงกระบวนการรับข้อร้องเรียน โดยบริษัทมีนโยบายการพัฒนากระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพการขาย รวมถึงการบริหารจัดการ การติดตาม การตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์การให้บริการของบริษัทมีการคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

2) ด้านสังคม

2.1 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

บริษัทมุ่งเน้นด้านการพัฒนาศักยภาพพนักงานเพราะพนักงานคือแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ ในความสำเร็จของการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจบนความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม พร้อมทั้งดูแลความสัมพันธ์ให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้า คู่ค้า คู่แข่งทางการค้า และแรงงานอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม บริษัทฯจึงกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตามเป้าหมายพันธกิจของบริษัท โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพพนักงานและการเป็นองค์กรที่ดีที่สุดของพนักงาน

บริษัทมีการกำหนดและทบทวนนโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคล ตลอดจนแนวปฏิบัติต่างๆในการดูแล พนักงานอย่างเท่าเทียม การพิจารณาผลตอบแทน และการปรับปรุงสวัสดิการต่างๆให้กับพนักงาน โดยดำเนินการทบทวนและบริหารนโยบายด้านทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมการดูแลพนักงานอย่างเท่าเทียม การพิจารณาผลตอบแทน และการปรับปรุงสวัสดิการให้เหมาะสม โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงานผ่านการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) และการจัดการองค์ความรู้ขององค์กร (Knowledge Management) ซึ่งในปีบริษัทฯ ได้ปรับรูปแบบการจัดเก็บองค์ความรู้จากระบบ e-Learning Platform ไปสู่การจัดการฐานข้อมูลความรู้ในรูปแบบ KM บนระบบ Google Drive เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ เอกสาร และ Best Practice ได้อย่างสะดวกและเป็นระบบ ตลอดจนยังมีการจัดอบรมแบบ Onsite Learning เพื่อพัฒนาทักษะที่เหมาะสมกับหน้าที่ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง และเพื่อเป็นการเพิ่มทักษะและพัฒนาทักษะใหม่ สร้างแรงจูงใจในการทำงาน และการรักษาไว้ซึ่งพนักงาน ที่มีผลการดำเนินงานที่ดี และยังเป็นการสร้างความรู้ผูกพันกับองค์กรให้มีความพร้อมที่จะเติบโตไปด้วยกันกับองค์กรอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ บริษัทเห็นถึงความสำคัญของเรื่องอาชีวอนามัย ความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อเพิ่มการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพและมีความสุขในการทำงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจขององค์กร

2.2 การเคารพสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯให้ความสำคัญด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน อาทิเช่น การจ้างงาน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ กลุ่มเปราะบาง การส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ การไม่ใช้แรงงานผิดกฎหมาย แรงงานเด็กและเยาวชน รวมไปถึงสนับสนุนส่งเสริมคุณค่าและพันธมิตรทางธุรกิจให้เคารพต่อสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ

2.3 การดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคม

บริษัทฯมีการปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมแนวความคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานทุกคน และปลูกฝังให้อยู่ในทุกกระบวนการของธุรกิจ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน โดยเริ่มต้นจากภายในองค์กรและออกไปสู่ชุมชน สังคมรอบข้างจนถึงประชาชนทั่วไป เพื่อการสร้างสังคมที่มีความยั่งยืนอย่างแท้จริง ด้วยการดำเนินกิจกรรมทางสังคม ด้านการศึกษา ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม รวมไปถึงงานสร้างงานสร้างอาชีพให้เกิดในชุมชนและสังคม ทั้งนี้ บริษัทยังจัดทำโครงการที่สนับสนุนกิจกรรมอาสาของพนักงาน เพื่อสร้างประโยชน์ สาธารณประโยชน์ เสริมสร้างการแบ่งปัน ความมีน้ำใจ และการช่วยเหลือผู้อื่น ซึ่งเป็นพื้นฐานทางด้านความคิดเชิงบวก เพื่อสร้างสังคมเชิงบวกอย่างยั่งยืน

3) ด้านสิ่งแวดล้อม

3.1 การจัดการสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯมุ่งมั่นในการพัฒนา ดูแล รักษาสิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยบริษัทฯมีนโยบายและเป้าหมายที่จะรักษาสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมให้พนักงานมีความตระหนักถึงการรักษา สิ่งแวดล้อม โดยการเริ่มต้นจากตนเอง ไปจนถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง นอกจากนี้ บริษัทฯยังได้ตระหนักถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมในบริเวณที่บริษัทฯดำเนินการอยู่ ด้วยการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และตั้งอยู่บนพื้นฐานหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยบริษัทฯมีการดำเนินการในด้านต่างๆ เช่น การปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม การป้องกันมลภาวะและการลดการใช้ทรัพยากร การป้องกันมลภาวะที่เกิดจากกิจกรรมและสินค้าของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการการใช้พลังงานและสาธารณูปโภค (น้ำมัน ไฟฟ้า ประปา) เป็นต้น

บริษัทฯให้ความสำคัญต่อการปลูกฝังจิตสำนึกและสร้างความตระหนักในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของ บริษัทฯ จะสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยสอดคล้องไปกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ ไทย และ UN SD Goals รวมถึงมีเป้าหมายลดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ (biodiversity loss / loss of biodiversity) ด้วยการส่งเสริมฟื้นฟูให้เกิดความหลากหลายทางชีวภาพให้เกิดขึ้นในระบบนิเวศทั้งทางตรงและทางอ้อม

ทั้งนี้ บริษัทฯยังหมั่นสร้างความตระหนักและความรับผิดชอบต่อแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนกับ คู่ค้า ชุมชนและสังคมโดยรอบ ด้วยความตระหนักดีว่าเราเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของสังคมที่จะร่วมก้าวเดินไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับผลประโยชน์ทางสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงส่งเสริมการดำเนินงานที่รับผิดชอบต่อลูกค้าขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3.2 การพัฒนานวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯมีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการพัฒนาด้วยนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมให้มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ในทุกกระบวนการทำงาน และการให้บริการทุกมิติให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลดการใช้กระดาษ โดยส่งเสริมการทำงานบนระบบดิจิทัลมากขึ้น รวมไปถึงการใช้เอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความน่าเชื่อถือตามที่กฎหมายกำหนด

การกำหนดประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ คำนึงถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก รวมถึงพิจารณาประเด็นที่สอดคล้องกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และสิทธิมนุษยชน ที่เกิดจากการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัทฯ โดยอาศัยหลักตามแนวทางของ Global Reporting Initiative (GRI) Standards โดยประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การระบุประเด็นที่สำคัญ

บริษัทฯ มีการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ภายนอกองค์กร เช่น แนวโน้มของเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ภาวะการแข่งขันในตลาด โดยเทียบเคียงบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันกับบริษัทฯ ร่วมกับการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ผลการดำเนินงาน กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยความเสี่ยง และโอกาสด้านความยั่งยืนและ ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจขององค์กร จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ ตลอดทั้งปี เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การสำรวจรับฟังความคิดเห็น การประชุมร่วมกัน การสัมภาษณ์ การรับข้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ ของบริษัทฯ เป็นต้น รวมถึงพิจารณาถึงปัจจัยในการกำหนดขอบเขตของแต่ละประเด็นสำคัญ เพื่อให้ครอบคลุมถึงประเด็นสำคัญทางมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ

2. การจัดลำดับประเด็นที่สำคัญ

บริษัทฯ มีการนำประเด็นที่ได้รับจากการคัดเลือกมาประเมินและจัดลำดับความสำคัญ โดยบริษัทฯ จะพิจารณาจากระดับความสำคัญ โอกาส และผลกระทบที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงผลกระทบของผู้มีส่วนได้เสียตามเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงขององค์กร

3. การตรวจสอบและการประเมิน

บริษัทฯ มีการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นอันเป็นสาระสำคัญ โดยการรวบรวมข้อมูลและประเมินข้อมูลเพื่อรายงานต่อคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ คณะกรรมการจะพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน และความสอดคล้องของข้อมูลกับนโยบายและแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่ารายงานการพัฒนาความยั่งยืนมีมาตรฐานและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างโปร่งใสและตรงไปตรงมา ก่อนที่จะเปิดเผยในรายงานการพัฒนาความยั่งยืน

4. การทบทวนและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ รวมถึงมีช่องทางการรับข้อร้องเรียนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกของบริษัทฯ เพื่อนำมาพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน



มิติสังคม

- ส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียม
- มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และสถาบันการศึกษา
- การบริการทรัพยากรบุคคล
- การรักษาข้อมูลและความเป็นส่วนตัว
- การบริหารความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับชุมชนและความรับผิดชอบต่อสังคม



มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

- การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมตามหลักจรรยาบรรณทางธุรกิจ
- สรรหาผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดี มีความหลากหลาย และมีคุณภาพ
- การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- การนำเทคโนโลยีและ Application มาปรับใช้ในองค์กร
- การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- การบริหารความเสี่ยง



มิติสิ่งแวดล้อม

- ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็น ECO Packaging
- การบริหารจัดการขยะและของเสีย
- การบริหารจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการทรัพยากร
- การจัดการก๊าซเรือนกระจก

การทบทวนประเด็น

เมื่อคณะทำงานได้สรุปการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่มีความสำคัญตามลำดับกับผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียแล้ว เพื่อเป็นการทบทวนประเด็นและเพิ่มมุมมองการรับฟังข้อคิดเห็น การลดผลกระทบต่างๆ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบแล้วนั้น คณะทำงานได้ทำรายงานนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท รับทราบ สอบทาน เพื่ออนุมัติ เนื้อหาในรายงานความยั่งยืน ประจำปี 2568 และเผยแพร่ในเว็บไซต์ สื่อต่างๆของบริษัทฯต่อไป

การพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืน

การสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน

CORPORATE GOVERNANCE REPORT OF THAI LISTED COMPANIES



ได้รับผลประเมินการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทจดทะเบียนไทย “ดีมาก” หรือ ระดับ 4 ดาว

บริษัทฯ ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการ

(Corporate Governance Report of Thai Listed Companies : CGR)

ในปี 2568 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)

รายงานการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies – CGR) เป็นรายงานที่จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทย ซึ่งดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็น

ประจำปี เพื่อประเมิน ทบทวน และปรับปรุงเกณฑ์และแนวทางในการประเมินให้มีความชัดเจนและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ในปี 2568 บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ 4 ดาว หรือ "ระดับดีมาก" ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการที่มีมาตรฐานสูง โดยการสำรวจนี้จัดทำโดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors: IOD) ด้วยการสนับสนุนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงาน ก.ล.ต.

บิ๊ก คาเมร่า ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณองค์กร และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และหลักบรรษัทภิบาล เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และมีบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง มีจิตสำนึก และทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน รวมถึงมุ่งเน้นการดำเนินการที่คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดขององค์กรเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

1. วิเคราะห์ความต้องการผู้บริโภค

เข้าใจความต้องการแนวโน้มของตลาด และนำไปใช้ในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเป้าหมาย โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค การจัดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อพัฒนากลยุทธ์สำหรับแต่ละกลุ่ม และการวิเคราะห์แนวโน้มใหม่ในอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาการการจัดหาผลิตภัณฑ์ให้เพื่อมาให้บริการแก่ลูกค้า

2. การตลาดและการขาย

ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร พัฒนาช่องทางการส่งมอบสินค้าที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีการสร้างการรับรู้แบรนด์ กลยุทธ์ทางการตลาด การทำแคมเปญโปรโมชัน การพัฒนาช่องทางการขาย เป็นต้น

3. บริการหลังการขาย

สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวและรักษาความไว้วางใจของลูกค้า โดยกำหนดให้มีช่องทางให้คำปรึกษา การรับประกันสินค้าและบริการหลังการขาย รับฟังเสียงจากลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงบริการ และมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าผ่านพนักงานผู้มีความเชี่ยวชาญ

4. การจัดหาผลิตภัณฑ์และการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้า

จัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรและคู่ค้า โดยคัดเลือกคู่ค้าที่มีศักยภาพและคำนึงถึงการค้าเนินงานด้านความยั่งยืน สร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ คัดเลือกสินค้าที่มีมาตรฐาน

5. การจัดเก็บการกระจายสินค้า

กระบวนการส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยจัดให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพในการขนส่ง การบริหารคลังสินค้า คำนึงถึงการขนส่งที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ภายใต้บริบทการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญต่างๆ ได้แก่ วิสัยทัศน์ ค่านิยมองค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจ กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างรอบด้าน กล่าวคือทั้งในด้านการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ความคาดหวัง และข้อกังวลของแต่ละฝ่าย ซึ่งบริษัทได้นำข้อมูล รายละเอียด และองค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท ทั้งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียรอง มาพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะดูแลและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียด้วยความ

ชื่อเสียง โปร่งใส เท่าเทียมและเป็นธรรม เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี อีกทั้ง บริษัทฯให้ความสำคัญในด้านการสื่อสารข้อมูล ข้อเท็จจริงที่โปร่งใส และทันต่อสถานการณ์ เพื่อคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัทพึงได้รับอยู่เสมอ โดยบริษัทฯมีการสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ และนำมาวิเคราะห์จากผลกระทบของกิจกรรมทางธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าในทุกมิติ เพราะบริษัทฯตระหนักดีว่าความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนสำคัญที่ช่วยพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทฯให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งช่วยป้องกันความเสี่ยงและลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดภายใต้กรอบจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทฯได้กำหนดผู้มีส่วนได้เสีย 7 กลุ่ม ได้แก่

1. ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน (shareholder and investor)
2. ลูกค้า (customer)
3. คู่ค้าและพันธมิตร (supplier)
4. พนักงาน (employee)
5. ชุมชน (community) และ สังคม (society)
6. หน่วยงานกำกับดูแลท้องถิ่นและภาครัฐ (government authority)
7. สถาบันการเงิน (financial institution)

การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

การบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญอันจะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและการเติบโตขององค์กรอย่างยิ่งย่น เนื่องจากปัจจุบันมีสภาวะปัญหาต่างๆ มากมายอันเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ทั้งปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ปัญหาทางการเมือง ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงปัญหาราคาพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้น ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ บริษัทฯจึงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการทุกกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ เพื่อป้องกันการหยุดชะงักในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯจึงส่งเสริมการสร้างทักษะความรู้ให้กับพนักงานในองค์กร ทั้งด้านคุณธรรมจริยธรรม การปฏิบัติตามกฎหมาย การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การบริหารความเสี่ยง และการมุ่งมั่นในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจแบ่งออกได้ดังนี้

- **ห่วงโซ่อุปทาน** คือ การมุ่งเน้นในการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ การลดค่าใช้จ่ายและการเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยเพิ่มคุณภาพสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าหลากหลายรูปแบบ
- **ห่วงโซ่คุณค่า** คือ การมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าตั้งแต่กระบวนการคัดสรรผลิตภัณฑ์ไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายในการส่งมอบสินค้าและการให้บริการหลังการขายให้กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลากหลายรูปแบบ
- **การจัดหาวัตถุดิบ** บริษัทฯให้ความสำคัญในการจัดซื้อสินค้าทั้งจากในประเทศและนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย โดยการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีนวัตกรรมใหม่ๆ มีความปลอดภัยสำหรับลูกค้า สนับสนุนการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม หรือผ่านการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานของเครื่องโทรคมนาคมและอุปกรณ์ที่ออกโดยสำนักงาน กสทช. เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อและเลือกเข้ารับบริการ และเป็นการสนับสนุนการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า รวมถึงการบริหารสินค้าคงเหลือเพื่อให้เพียงพอกับยอดขายกับสาขาทั่วประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการอันเป็นประโยชน์สูงสุดของลูกค้า

- การดำเนินงาน บริษัทมุ่งเน้นการออกแบบสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสูงสุด โดยการเป็นร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านการถ่ายภาพที่ทันสมัยและมีสาขากว่า 160 สาขาทั่วประเทศ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม อีกทั้งมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนถึงมือผู้บริโภคเพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง

- การกระจายสินค้า บริษัทใช้ระบบออนไลน์เชื่อมต่อกับทุกสาขาทั่วประเทศเพื่อให้การกระจายสินค้าได้ถึงทุกสาขาสามารถตรวจสอบได้และไม่เกิดข้อผิดพลาด และบริษัทมีการวางแผนในการกระจายสินค้า โดยคำนวณจากสถิติยอดขายของแต่ละสาขาเพื่อประมาณยอดสินค้าคงเหลือที่ควรมีไม่ให้ต่ำกว่าระดับที่กำหนดไว้ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า โดยพื้นที่การจัดส่งสินค้าในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลบริษัทได้ดำเนินการบริหารการจัดส่งเองโดยมีรถขนส่งที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ในการจัดส่ง สำหรับพื้นที่การจัดส่งอื่นๆ ทั่วประเทศใช้บริการขนส่งของเอกชน

- การตลาดและการขาย บริษัทยึดมั่นต่อการปฏิบัติกับลูกค้าอย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อการขายสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงการแข่งขันทางการค้าอย่างยุติธรรม คำนึงถึงจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หมั่นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า คู่ค้า และผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการตลาดที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ บริษัทมีช่องทางการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์สินค้า โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการจัดจำหน่ายสินค้าหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น ร้านสาขาที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า Community Mall และร้าน Standalone นอกห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ รวมถึงช่องทางออนไลน์ โดยบริษัทยังคงให้ความสำคัญในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมวิถีการดำเนินชีวิตแบบใหม่ของผู้บริโภค เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

- การบริการ บริษัทให้ความสำคัญกับการให้บริการและระบบการให้บริการกับลูกค้าหลังการขาย รองรับการเปลี่ยนและซ่อมสินค้าจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าชั้นนำ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในการซื้อสินค้าจากบริษัทมากยิ่งขึ้น หากสินค้ามีปัญหาหลังจากการซื้อลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการได้ที่ทุกสาขาทั่วประเทศ รวมถึงสามารถขอคำปรึกษา คำแนะนำการใช้งานกับพนักงานได้ทุกสาขา

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทประเมินและระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียโดยวิเคราะห์จากผลกระทบของกิจกรรมทางธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าในทุกมิติ อันได้แก่ ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน สังคม/ชุมชน ภาครัฐ และสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทให้ความสำคัญและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ และนำความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียมาดำเนินการ เพราะบริษัทตระหนักดีว่า ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งช่วยป้องกันความเสี่ยงและลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดภายใต้กรอบจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการติดต่อ	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน (shareholder and investor)	<ul style="list-style-type: none"> ● การจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี ● การเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบ SET LINK ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและเว็บไซต์ของบริษัทฯ ● การจัดทำรายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผลการดำเนินงานดีและเติบโตอย่างสม่ำเสมอ ● การกำกับดูแลกิจการที่ดี ● การบริหารจัดการด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ● การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯอย่างมีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การดำเนินธุรกิจตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี เปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดมั่นให้หลักธรรมาภิบาล ● เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะต่อบริษัทฯได้โดยตรง

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการติดต่อ	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
	<ul style="list-style-type: none"> ● ช่องทางการติดต่อสอบถาม ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ หรือติดต่อผ่านนักลงทุนสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่าง ถูกต้องและทันต่อเหตุการณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● พัฒนาคูณภาพ และการบริหารจัดการให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น และผลตอบแทนสูงสุด ● เปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่นอันเป็นสาระสำคัญของบริษัทฯ อย่างถูกต้อง ตามแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศของบริษัทจดทะเบียน ● ทบทวนกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัทเพื่อสร้างผลตอบแทน อย่างเป็นธรรม ● วิเคราะห์ ติดตาม ตรวจสอบ ฝ้าระวัง และเตรียมมาตรการจัดการ ความเสี่ยงขององค์กรในระยะสั้น และระยะยาว รวมถึงความเสี่ยงที่ อาจเกิดขึ้นมาใหม่ ● พิจารณาสื่อสารข้อมูลเพื่อให้ นักลงทุนและผู้ถือหุ้นเข้าใจประเด็น ต่างๆ รวมถึงวิธีการบริหารจัดการ ของบริษัท
ลูกค้า (customer)	<ul style="list-style-type: none"> ● ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือรับ เรื่องร้องเรียนของบริษัทฯ ● ช่องทางการติดต่อผ่านลูกค้าสัมพันธ์ ● แบบสำรวจความพึงพอใจของ ลูกค้า ● ช่องทางการติดต่อของบริษัทฯ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ, จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram, TikTok เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดีตรงกับ ความต้องการและบริการที่น่าประทับใจ ● มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย และราคาสินค้ามีความเหมาะสม ● การสื่อสารแนะนำข้อมูลสินค้า อย่างถูกต้อง ● ความปลอดภัยในสินค้าและการ ให้บริการ ● การบริการหลังการขายที่ดี ● การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่เอาเปรียบลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ● พัฒนาและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการ อย่างทั่วถึงและครบวงจร ● ดำเนินธุรกิจตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณทางธุรกิจ ● มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง และจำหน่ายสินค้าที่มี คุณ ภาพ และ ได้ รับ ร อก มาตรฐานสากล ● สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าใน คุณภาพสินค้าและการให้บริการ รวมถึงการให้บริการหลังการขาย และการรับประกันสินค้า

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการติดต่อ	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
		<ul style="list-style-type: none"> ● เก็บรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ตามมาตรฐานสากล 	<ul style="list-style-type: none"> ● ยึดหลักการปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเป็นธรรม เสมอภาค ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ● การสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงสินค้าและการให้บริการ ● มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าผ่านหลายช่องทาง และมีการจัดการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ● พัฒนาระบบการบริหารข้อมูลลูกค้าเพื่อเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานสากล
คู่ค้าและพันธมิตร (supplier)	<ul style="list-style-type: none"> ● การจัดประชุมคู่ค้าประจำปี ● การขึ้นทะเบียนคู่ค้า ● การจัดฝึกอบรมแนะนำการใช้สินค้า และกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ และเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ดำเนินธุรกิจต่อกันด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และเป็นธรรม ● ร่วมกันพัฒนากิจกรรมและการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย ● ไม่เอาเปรียบคู่ค้า ● การเติบโตร่วมกันทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ดำเนินกิจการตามหลักจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยมีการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นธรรมและมีการจ้างนโยบายจัดซื้อให้คู่ค้าทราบ ● จัดการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ● กำหนดการชำระเงินที่ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงเวลา ● เก็บรักษาข้อมูลของคู่ค้า ● ประกาศเจตนารมณ์และร่วมกันต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ● สร้างความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจและการเป็นพันธมิตรที่ดี ● สนับสนุนและส่งเสริมคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
พนักงาน (employee)	<ul style="list-style-type: none"> ● การประชุมประจำปี ● ช่องทางการแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> ● ค่าตอบแทน สิทธิประโยชน์ และสวัสดิการที่เหมาะสม ● โอกาสการก้าวหน้าและความมั่นคงในอนาคต 	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดระบบประเมินผลงานที่เท่าเทียมและเป็นธรรม ● จัดสรรผลตอบแทนที่ดี สิทธิประโยชน์ และสวัสดิการที่เหมาะสม

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการติดต่อ	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
	<ul style="list-style-type: none"> ● แบบสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> ● คุณภาพชีวิตที่ดีและมีความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในสถานที่ทำงาน ● การพัฒนาทักษะ องค์ความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน ● ความสุขในการทำงาน ● การปฏิบัติต่อพนักงานโดยยึดหลักสิทธิมนุษยชน ● จัดกิจกรรม หรือโครงการเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ในการพิจารณาเลื่อนขั้นหรือโอนย้าย ● รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุง ● จัดหลักสูตรฝึกอบรมพัฒนาความรู้เพื่อนำไปต่อยอดในการปฏิบัติงาน ● การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างหัวหน้าสายงานและพนักงานในสังกัด ● การสำรวจความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรประจำปี ● การสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ
<p>ชุมชน (community) และ สังคม (society)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ช่องทางการติดต่อผ่านลูกค้าสัมพันธ์ ● ช่องทางการติดต่อของบริษัทฯ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ, จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram, TikTok เป็นต้น ● การจัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ● การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ● มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม ● สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ● การจ้างงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดอื่น ๆ หรือแนวปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้อง ● ดำเนินธุรกิจด้วยความรอบคอบและระมัดระวังเพื่อป้องกันผลกระทบอันอาจเกิดต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ● เคารพสิทธิมนุษยชน สร้างความเท่าเทียมทางสังคม ● สร้างความรู้ให้กับชุมชน โดยสนับสนุนให้มีกิจกรรมหรือโครงการที่ช่วยเหลือสังคม ชุมชน และรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ
<p>หน่วยงานกำกับดูแลท้องถิ่นและภาครัฐ (government authority)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ช่องทางการติดต่อของบริษัทฯ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ, จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram, TikTok เป็นต้น ● รายงาน จดหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> ● ปฏิบัติตามกฎหมายและกำกับกาดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล ● จัดการกับข้อร้องเรียนต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ● ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ถูกต้อง ● ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานรัฐ

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการติดต่อ	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินกิจกรรมการสื่อสารกับสื่อมวลชนผ่านการสื่อสารทุกรูปแบบ 		
สถาบันการเงิน (financial institution)	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี จัดประชุมพบปะให้ข้อมูลกับสถาบันการเงิน เว็บไซต์บริษัทและเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์ฯ 	<ul style="list-style-type: none"> ผลการดำเนินงานและการเติบโตทางธุรกิจ ดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> ให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่องผ่านการประชุมทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ การจัดงานพบปะผู้บริหารเพื่อพูดคุยและให้ข้อมูลกับสถาบันการเงิน

การวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

ลำดับ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและการตอบสนองต่อ UN SDGs	รายละเอียด	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ				
1	การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมตามหลักจรรยาบรรณทางธุรกิจ	ยึดมั่นในหลักบรรษัทภิบาลและจริยธรรมอันเคร่งครัด โดยดำเนินงานอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบในทุกมิติ เพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียและผู้ถือหุ้น พร้อมมุ่งมั่นสร้างผลประโยชน์สูงสุดควบคู่กับการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงในระยะยาว	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและยึดมั่นในบรรษัทภิบาล ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ลดโอกาสเกิดข้อพิพาทหรือปัญหาทางกฎหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ถือหุ้น พนักงาน คู่ค้า
2	สรรหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี มีความหลากหลาย และมีคุณภาพ	การสรรหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดราคาสินค้าอย่างเหมาะสม มีการบริการหลังการขายที่ดี รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่เอาเปรียบลูกค้า เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างหลากหลายและเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด	<ul style="list-style-type: none"> การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย พัฒนาและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการอย่างทั่วถึงและครบวงจร สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในคุณภาพสินค้าและการให้บริการ รวมถึงการให้บริการหลังการขาย และการรับประกันสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ถือหุ้น สังคม/ชุมชน ลูกค้า พนักงาน

ลำดับ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและการตอบสนองต่อ UN SDGs	รายละเอียด	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
3	การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	การดำเนินกิจการโดยมีระบบหรือกระบวนการที่โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถกำกับดูแลและจัดการธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างเหมาะสมและเป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นประเด็นพื้นฐานที่บริษัทต้องดำเนินการ • อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในการลงทุน การทำธุรกิจร่วมกัน รวมถึงการใช้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> • ประเทศ • ผู้ถือหุ้น • คู่ค้า • สังคม/ชุมชน • ลูกค้า • พนักงาน
4	การนำเทคโนโลยีและ Application มาปรับใช้ในองค์กร	การสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับทุกคน เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ผ่านการใช้เทคโนโลยีและระบบดิจิทัล เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้า และบริการให้มีมูลค่าเพิ่ม สามารถตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนการสร้างสรรค์นวัตกรรมภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน รวมถึงสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้สูงขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> • อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของพนักงาน • เกิดการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ถือหุ้น • สังคม/ชุมชน • ลูกค้า • พนักงาน
5	การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ผ่านกระบวนการหรือขั้นตอนการสรรหาคู่ค้าที่เป็นธรรม การติดตาม และประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า และการกำหนดมาตรการเพื่อลดผลกระทบความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้คู่ค้าสามารถส่งมอบความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ตลอดจนการส่งเสริมคู่ค้าให้ดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> • บทบาทในการเป็นผู้นำที่ร่วมผลักดันความยั่งยืนให้กับห่วงโซ่อุปทาน ร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชนอื่น ๆ • ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของคู่ค้า ทั้งในด้านคุณภาพ การบริการ และการดำเนินงานด้านความยั่งยืน • การดำเนินงานของคู่ค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนและสังคม • ส่งเสริมความโปร่งใสในการบริหารจัดการคู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ถือหุ้น • คู่ค้า • สังคม/ชุมชน • ลูกค้า • พนักงาน
6	การบริหารความเสี่ยง	กลไกในการบริหารจัดการความเสี่ยง ภาวะวิกฤต และการดำเนินการภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เป็นปกติ รวมถึงการเตรียมความพร้อม	<ul style="list-style-type: none"> • การบริหารความเสี่ยงช่วยให้บริษัทสามารถเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่ 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ถือหุ้น • คู่ค้า • สังคม/ชุมชน • ลูกค้า

ลำดับ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและการตอบสนองต่อ UN SDGs	รายละเอียด	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
		เพื่อรับมือกับสถานการณ์นำพาธุรกิจให้ก้าวผ่านสถานการณ์ต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ	<p>คาดคิด เช่น การเปลี่ยนแปลงทาง เศรษฐกิจหรือเทคโนโลยี</p> <ul style="list-style-type: none"> • ทำให้บริษัทสามารถปรับตัวและคงความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาว • หากการประเมินความเสี่ยงมีการคาดการณ์ผิดพลาด อาจนำไปสู่การเลือกกลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์จริง 	<ul style="list-style-type: none"> • พนักงาน
มิติสังคม				
1	ส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียม	การเสริมสร้างความหลากหลายและความเท่าเทียม ผ่านการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร ที่สร้างความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ยอมรับความหลากหลาย การเคารพซึ่งกันและกัน และการไม่เลือกปฏิบัติ อันเนื่องมาจากความแตกต่างในเรื่องอายุ เพศ รสนิยมทางเพศ ศาสนา ความพิการ การศึกษา และสัญชาติ	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมความเท่าเทียมในสังคมผ่านกระบวนการดำเนินงานของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> • คู่ค้า • สังคม/ชุมชน • ลูกค้า • พนักงาน
2	มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนและสถาบันการศึกษา	สนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และสนับสนุนธุรกิจเกื้อกูลสังคม (Inclusive Business) ผ่านนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนา โครงการส่งเสริมการให้ความรู้ โครงการพัฒนาอาชีพ โครงการยกระดับทักษะ (Upskill) และปรับเปลี่ยนทักษะ (Reskill) และโครงการปรับปรุงความรู้	<ul style="list-style-type: none"> • โอกาสในการส่งเสริมการสร้างโอกาสให้กับชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน • พัฒนาทักษะความรู้เกี่ยวกับการถ่ายภาพให้แก่เด็กเยาวชนและประชาชนทั่วไป 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ถือหุ้น • คู่ค้า • สังคม/ชุมชน • ลูกค้า • พนักงาน
3	การบริการทรัพยากรบุคคล	การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจและส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน ผ่านโครงการการพัฒนาพนักงาน เช่น การฝึกอบรมภายใน และภายนอกองค์กร ตลอดจนการมีระบบติดตามและประเมินผลการพัฒนา นอกจากนี้ ยังครอบคลุมถึงการดำเนินงานเพื่อรักษาพนักงานและลดอัตราการลาออก ผ่านการ	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน • ความก้าวหน้าและการสร้างความมั่นคงในสายอาชีพ • การรักษาบุคลากรที่มีความสามารถเพื่อพัฒนาองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ถือหุ้น • คู่ค้า • สังคม/ชุมชน • ลูกค้า • พนักงาน

ลำดับ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและการตอบสนองต่อ UN SDGs	รายละเอียด	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
		สร้างการมีส่วนร่วม การมอบความก้าวหน้าและมั่นคงในสายอาชีพ รวมถึงการจัดให้มีสวัสดิการและผลตอบแทนที่เหมาะสม ที่ช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี		
4	การรักษาข้อมูลและความเป็นส่วนตัว	การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล โดยการจัดให้มีระบบเพื่อป้องกันเหตุ การณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูล และ/หรือ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมทั้งการตอบสนองและจัดการเหตุการณ์ร้ายแรงด้านความปลอดภัยของข้อมูลได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนการให้ความสำคัญกับข้อมูลความเป็นส่วนตัวและการสร้างความมั่นใจในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> ●ผลกระทบจากการรั่วไหลของข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสีย ●ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อองค์กร ●เกิดโอกาสในการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลให้ดียิ่งขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ถือหุ้น ● คู่ค้า ● สังคม/ชุมชน ● ลูกค้า ● พนักงาน
5	การบริหารความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับชุมชนและความรับผิดชอบต่อสังคม	การดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าให้กับชุมชนและสังคม ผ่านการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่สร้างประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของชุมชนที่มีต่อองค์กร นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการเป็นพลเมืองที่ดีด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือ SDGs)	<ul style="list-style-type: none"> ●การสร้างโอกาสให้กับชุมชนและสังคม ●ลดความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคม ●โอกาสในการผนวกกิจกรรมด้านสังคมเข้าไว้ในทุกๆ กระบวนการขององค์กร (CSR in Process) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ถือหุ้น ● คู่ค้า ● สังคม/ชุมชน ● ลูกค้า ● พนักงาน
มิติสิ่งแวดล้อม				
1	ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็น ECO Packaging	การคัดสรรสินค้าเทคโนโลยีที่ทันสมัย ควบคู่กับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าและสนับสนุนให้ผู้ผลิตหรือคู่ค้า ใช้บรรจุภัณฑ์สินค้าที่ใช้วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)	<ul style="list-style-type: none"> ●ลดความเสี่ยงในการสร้างผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม ●ลดภาระค่าใช้จ่ายของบริษัท ●ลดปริมาณขยะ รวมถึงการส่งผลกระทบต่ออนามัยสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ถือหุ้น ● คู่ค้า ● สังคม/ชุมชน ● ลูกค้า ● พนักงาน

ลำดับ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและการตอบสนองต่อ UN SDGs	รายละเอียด	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
2	การบริหารจัดการขยะและของเสีย	การดำเนินธุรกิจตามหลักระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน สร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุ เพื่อทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดห่วงโซ่อุปทาน และนำมาสู่การบริโภคอย่างยั่งยืน ปราศจากขยะ ของเสีย และมลพิษตลอดทั้งกระบวนการของสินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> ● การร่วมกันบริหารจัดการขยะและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ถือหุ้น ● คู่ค้า ● สังคม/ชุมชน ● ลูกค้า ● พนักงาน
3	การบริหารจัดการพลังงาน	ความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัท ตลอดการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทาน ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งการประเมินความเสี่ยงและโอกาส รวมถึงวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในระดับประเทศและระดับสากล	<ul style="list-style-type: none"> ● โอกาสในการแสวงหาเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งลดการสูญเสียทรัพยากร 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ถือหุ้น ● คู่ค้า ● สังคม/ชุมชน ● ลูกค้า ● พนักงาน
4	การบริหารจัดการทรัพยากร	การกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดให้มีการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน ตลอดจนมีกระบวนการในการป้องกันผลกระทบและการฟื้นฟูในกรณีที่มีผลกระทบ อาทิเช่น การควบคุมการปลดปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม ทั้งมลพิษทางน้ำ และมลพิษอากาศ เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> ● การลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจการที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก ● โอกาสในการแสวงหาเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งลดการสูญเสียทรัพยากร 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ถือหุ้น ● คู่ค้า ● สังคม/ชุมชน ● ลูกค้า ● พนักงาน
5	การจัดการก๊าซเรือนกระจก	ความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัท ตลอดการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทาน ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งการประเมินความเสี่ยงและโอกาส รวมถึงวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเชิง	<ul style="list-style-type: none"> ● มีส่วนร่วมในการผลักดันและการเสริมสร้างความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานเพื่อมุ่งสู่ Net Zero และการตอบสนองต่อเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผู้ถือหุ้น ● คู่ค้า ● สังคม/ชุมชน ● ลูกค้า ● พนักงาน

ลำดับ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและการตอบสนองต่อ UN SDGs	รายละเอียด	ผลกระทบเชิงบวก/ลบ	ผู้มีส่วนได้เสีย
		กายภาพ (Physical Risks) และเชิงการเปลี่ยนแปลง (Transitional Risks) ที่อาจสร้างผลกระทบต่อบริษัท ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งในระดับประเทศและระดับสากล	ภูมิอากาศระดับประเทศและระดับสากล	

การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมีความมุ่งมั่นอย่างแน่วแน่ในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และเป็นธรรม โดยให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือและความยั่งยืนขององค์กร บริษัทฯ แสดงเจตนาธรรมาและ ความตั้งใจในการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกรูปแบบอย่างชัดเจน พร้อมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมให้กรรมการและบุคลากรทุกระดับมีจิตสำนึกที่เข้มแข็งในการต่อต้านการทุจริต และการกระทำที่ไม่โปร่งใสในทุกแง่มุมของการทำงาน ทั้งนี้ เพื่อสร้างค่านิยมที่ถูกต้องและปลูกฝังความเชื่อมั่นที่มั่นคง บริษัทฯ สนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบและโปร่งใส พร้อมส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในจริยธรรม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัท เป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การปฏิบัติตามหลักการเหล่านี้จะช่วยสร้างคุณค่าสูงสุดให้แก่บริษัท โดยส่งเสริมความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย อันจะนำไปสู่การพัฒนาและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ด้วยเหตุดังกล่าว บริษัทฯ จึงได้มีการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจโดยมีจุดมุ่งหมายที่ต้องการผลตอบแทนจากการลงทุน ความก้าวหน้าในธุรกิจเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคต โดยตระหนักดีว่าการที่ธุรกิจจะเติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้นไม่ใช่อยู่ที่ผลประโยชน์หรือกำไรของบริษัทฯ เพียงอย่างเดียวจำเป็นต้องคำนึงถึงการคืนกำไรในสิ่งที่สังคมผู้มีส่วนได้เสียพึงพอใจ ทำให้บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่การเป็นองค์กรต้นแบบที่จะพัฒนาและเติบโตควบคู่ไปกับการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชนและการดูแลสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสร้างการสื่อสารกับพนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ดีและบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานด้านความยั่งยืน บริษัทฯ จึงได้กำหนดกลยุทธ์ความยั่งยืนขององค์กรเพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าและการเติบโตที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

การกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ มีการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพ และช่วยให้บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน และบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมและถูกต้องตามกฎหมาย โดยยึดในหลักคุณธรรม และจริยธรรมธุรกิจเปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นธรรม และแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยจัดให้มีการพัฒนาระบบควบคุมภายใน มีกลไกการตรวจสอบที่ดีและเหมาะสม เพื่อพัฒนาบริษัทฯ ให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่พนักงาน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นในการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานที่มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ

การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน และเป็นการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมทั้งเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน พนักงาน ลูกค้า และชุมชนที่บริษัทให้บริการ เพื่อก้าวสู่การเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือและมีการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต บริษัทฯ จึงได้จัดให้มีระบบการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านการกำกับดูแล การติดตาม และการประเมินผล เพื่อให้ทุกฝ่ายมีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันตามหลักพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทให้มีประสิทธิภาพ และช่วยให้บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญต่อกระบวนการ ระบบ และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่ดี บริษัทฯ จึงได้จัดให้มีระบบการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านการกำกับดูแล การติดตาม และการประเมินผล เพื่อให้ทุกฝ่ายมีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันตามหลักพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี 5 ประการ ได้แก่

1. ความซื่อสัตย์ (Integrity) คือ การบริหารจัดการด้วยความซื่อสัตย์สุจริตน่าเชื่อถือ และยึดมั่นในความถูกต้อง
2. ความยุติธรรม (Fairness) คือ การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรอย่างเป็นธรรม
3. ความโปร่งใส (Transparency) คือ การดำเนินงานที่มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและสามารถตรวจสอบได้
4. ความรับผิดชอบ (Responsibility) คือ การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนด้วยสติปัญญาและความสามารถอย่างเต็มกำลัง มุ่งมั่นให้งานสำเร็จและพัฒนางานให้ดีขึ้น
5. ภาระรับผิดชอบ (Accountability) คือ ความรับผิดชอบและรับชอบในผลของการกระทำที่เกิดขึ้น อันเนื่องจากการกระทำ การสั่งการ การมอบหมาย และการตัดสินใจ ตามบทบาทหน้าที่ของตนเอง โดยสามารถชี้แจงและอธิบายการตัดสินใจนั้นได้

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีคณะกรรมการบริษัทและคณะผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย พร้อมทั้งเคารพในสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้จริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการบริษัทจึงได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสถานะแวดล้อมทางธุรกิจที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยครอบคลุมเนื้อหาหลักการสำคัญตั้งแต่โครงสร้าง บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ กลไกการกำกับดูแล จนถึงหลักการในการบริหารงานเพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ของผู้บริหารอย่างโปร่งใส ชัดเจน สามารถตรวจสอบได้ และกำหนดเนื้อหาให้มีความชัดเจนเพื่อให้พนักงานทุกระดับได้เข้าใจและยึดถือปฏิบัติตาม รวมถึงสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กร ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานใดๆ ของบริษัทฯ จะกระทำด้วยความเป็นธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน สถาบันการเงิน พันธมิตรธุรกิจ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด

ทั้งนี้ คณะกรรมการ และคณะผู้บริหารของบริษัทฯ จะยึดมั่นในหลักการดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่นและซื่อสัตย์สุจริต โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และแนวปฏิบัติที่กรรมการ ผู้บริหาร และ พนักงานยึดถือในการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบ เพื่อให้มีการผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมในการกำกับดูแลขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นรากฐานการเติบโตที่ยั่งยืน สร้างมูลค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของคณะกรรมการบริษัท ที่ได้วางโครงสร้างองค์กรให้มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน อีกทั้ง ยังให้สอดคล้องกับแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนดให้ปรับปรุงในส่วนของ

“หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน” เพื่อยกระดับการกำกับดูแลกิจการของบริษัทให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และคงไว้ซึ่งหลักบรรษัทภิบาลที่ดี

ด้วยความมุ่งมั่นนี้ บริษัทฯ จึงตั้งเป้าหมายที่จะเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม พร้อมทั้งยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม คุณธรรม และความโปร่งใสตามหลักบรรษัทภิบาล เพื่อส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน และสร้างมูลค่าให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว



นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

แนวทางการบริหารจัดการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

เพื่อมุ่งสู่การเป็นบริษัทที่มีธรรมาภิบาลอย่างแท้จริง บริษัทฯ จึงได้กำหนดแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการเป็นบริษัทจดทะเบียน อันเป็นกรอบการทำงานที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยบริษัทได้จัดทำนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งเน้นความโปร่งใสในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน ตั้งแต่ระดับพนักงาน ระดับผู้บริหาร จนถึงคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าทุกฝ่ายในองค์กรปฏิบัติตามมาตรฐานจริยธรรมที่ดีและเป็นธรรมอย่างเท่าเทียม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

นโยบายดังกล่าวยังมุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพและเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บริษัทสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวแก่ผู้ถือหุ้น รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้ยึดถือและปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยหลักการและแนวปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งเนื้อหาแบ่งเป็น 5 หมวด ได้แก่

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น
2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน
3. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย
4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส
5. ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการ

● การดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม มีความโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และมีจริยธรรมตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลให้บริษัทฯ ก้าวไปสู่การเป็นบริษัทที่ยั่งยืน และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยง และโอกาส ดังนี้

ความเสี่ยง	โอกาส
หากบริษัทดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว ไม่มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม บริษัทจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจและไม่สามารถสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนได้	การดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม มีจริยธรรม และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้บริษัทก้าวไปสู่การเป็นบริษัทที่ยั่งยืน และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

1. การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรม ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทยึดมั่นในอุดมการณ์ซึ่งถือปฏิบัติสืบเนื่องกันมา ภายใต้กรอบของจรรยาบรรณที่ได้พัฒนาให้เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ยึดหลักคุณธรรมจริยธรรมทางธุรกิจ มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส มีกลไกการตรวจสอบที่ดีและเหมาะสม มีการพัฒนาระบบการควบคุมภายใน มีการดำเนินงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม มีโครงสร้างคณะกรรมการ กลไกการกำกับดูแลและการบริหารงานที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ เพื่อให้บริษัทมีความเติบโตอย่างยั่งยืน รวมถึงมีการปรับปรุง แก้ไข เปลี่ยนแปลงให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

1.1 การแข่งขันที่เป็นธรรม

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นในการปฏิบัติต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียด้วยความเสมอภาค โดยเน้นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับคู่ค้าเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันในระยะยาว โดยดำเนินการภายใต้กรอบกติกการแข่งขันบนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม และตามที่กฎหมายกำหนด หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยยึดถือความซื่อสัตย์ เป็นธรรม เอาใจใส่ รับผิดชอบต่อ และให้บริการด้วยคุณภาพ บนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพ ตามข้อกำหนดมาตรฐานสากลและกฎหมาย รวมทั้งส่งเสริมการจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจ นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและแนวทางการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน เพื่อให้พนักงานใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาความเหมาะสมของพฤติกรรมหรือการกระทำ รวมถึงไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ด้วยการกล่าวหาว่าร้าย และไม่แสวงหาข้อมูลความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการไม่สุจริต

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

1.2 การเคารพสิทธิในทรัพย์สินของผู้อื่น

แนวทางการบริหารจัดการ

สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัทให้ความสำคัญต่อสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของของผู้ถือหุ้นในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัทฯ โดยให้ความสำคัญในการที่ผู้ถือหุ้นจะต้องได้รับสิทธิต่างๆ ที่สมควร รวมถึงได้รับข้อมูลของบริษัทฯ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพียงพอ ทันเวลา และเท่าเทียมกัน เพื่อประกอบการตัดสินใจในทุกๆ เรื่อง โดยบริษัทฯ จะไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการละเมิดหรือรื้อถอนสิทธิที่มีอยู่ของผู้ถือหุ้น โดยจัดให้มีหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนทั่วไป ตลอดจนมีการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศทางการเงินที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและผลประโยชน์ของบริษัทฯ ทั้งข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา โดยการเปิดเผยข้อมูลผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์ และเว็บไซต์ของบริษัทฯ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (Annual General Meeting) ประจำปี ณ วันที่ 24 เมษายน 2568 เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนได้รับทราบถึงผลการดำเนินงาน และสามารถสอบถามข้อมูลหรือให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะกับทางผู้บริหารได้โดยตรง

สิทธิของลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการให้บริการจัดหาสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและไว้วางใจในการรับบริการของบริษัทฯ โดยยึดถือความซื่อสัตย์และเป็นธรรมในการปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลง หรือเงื่อนไขต่างๆ เอาใจใส่รับผิดชอบ และให้บริการด้วยคุณภาพ บนพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพ ตามข้อกำหนด มาตรฐานสากล และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม รวมถึงมีการรับประกันสินค้าและสามารถเปลี่ยนสินค้าได้ในกรณีพบปัญหาเรื่องคุณภาพ หรือ ความผิดปกติของสินค้า และบริการหลังการขายในการรับซ่อมสินค้า การดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอันสูงสุด รวมถึงให้ความสำคัญในเรื่องสิทธิของลูกค้า การรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นของลูกค้า การปฏิบัติในเรื่องการรักษาความลับของลูกค้า ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการรับบริการจากบริษัทฯ โดยจัดให้มีศูนย์บริการลูกค้า และช่องทางการรับข้อร้องเรียนต่างๆ ของบริษัทฯ เพื่อดูแลรับฟังปัญหาของลูกค้าอย่างใกล้ชิดอีกทางหนึ่ง

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความปลอดภัยในข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและพนักงานในองค์กร จึงได้มีการจัดทำคู่มือเกี่ยวกับการดำเนินงานเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมไปถึงจัดให้มีนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล และการถูกดำเนินคดีจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล อีกทั้งเพื่อเป็นการปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด บริษัทฯ ได้จัดให้มีการให้ความรู้กับพนักงานในด้านกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยมีพนักงานที่เข้ารับการอบรมครบ 100 % ของพนักงานทั้งบริษัทฯ และมีการจัดทำคู่มือที่ใช้สำหรับการดำเนินการเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

สิทธิของพนักงาน

บริษัทฯ ตระหนักดีว่า พนักงานเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ ที่มีคุณค่า จึงมีนโยบายที่จะปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม ให้ความเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และสิทธิของพนักงานทุกคน โดยไม่เลือกปฏิบัติทางเชื้อชาติ ศาสนา เพศสภาพ สถานะทางสังคม และอื่นๆ ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยต่อชีวิต ส่งเสริมและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงาน และทักษะในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาทักษะการทำงานในด้านต่างๆ โดยมุ่งหวังให้พนักงานทำงานด้วยความสุข และทำให้องค์กรเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

สิทธิของคู่ค้า

บริษัทฯ มุ่งหมายที่จะพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับคู่ค้า โดยปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกฝ่ายอย่างเสมอภาค เป็นธรรม ซื่อสัตย์ ไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า บริหารงานเพื่อให้คู่ค้ามั่นใจในฐานะการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ที่ดี ปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างเคร่งครัด ไม่เปิดเผยหรือละเมิดในข้อมูลอันเป็นความลับของพันธมิตรทางการค้า ไม่ว่าจะเพื่อผลประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น รักษาข้อมูลความลับของลูกค้า โดยไม่นำไปเผยแพร่หรือใช้เพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ หรือบุคคลอื่นโดยมิชอบ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมทั้งสองฝ่าย หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญา โดยบริษัทฯ ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาใช้ประโยชน์ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต และไม่สนับสนุนการดำเนินการใด ๆ ที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ว่าจะป็นลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ข้อมูลระบบสารสนเทศ ความลับทางการค้า และทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภท ขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้ตรวจสอบ ดูแล รักษาทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ ไม่ให้บุคคลอื่นกระทำการละเมิด หรือนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทฯ ไม่พบผู้ร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

2. การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

ปี ก คามาเร่า ยึดมั่นและให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และเป็นธรรม ตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มของบริษัท เพื่อแสดงถึงความไม่ยอมรับและไม่สนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตทุกกรณี บริษัทฯ ได้มีการประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการ "การต่อต้านคอร์รัปชันภาคเอกชนไทย" (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption หรือ Thai CAC) ในปี 2568 อย่างเป็นทางการ โดยมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมในทุกมิติอย่างแท้จริง

กลุ่มบริษัทมีความมุ่งมั่นในการปลูกฝังวัฒนธรรมการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันแก่พนักงานทุกระดับ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทได้จัดอบรมและส่งเสริมให้พนักงานทุกคนปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและความรับผิดชอบต่ออย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ถือว่าการทุจริตและคอร์รัปชันทุกรูปแบบเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ และส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงาน

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้จัดทำ “นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน” (Anti-Corruption Policy) และทบทวนนโยบายดังกล่าวให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์อยู่เสมอ โดยนโยบายนี้มีผลบังคับใช้กับทุกส่วนงานที่ดำเนินงานร่วมกับบริษัทฯ ทั้งในส่วนของบริษัทย่อย บริษัทร่วม ตัวแทนทางธุรกิจ และคู่ค้าของบริษัท รวมถึงครอบคลุมถึงคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ เพื่อนำไปเป็นหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างเคร่งครัด ภายใต้ความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมที่ดี

นโยบายนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการใช้อำนาจในทางมิชอบ ยับยั้งพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฉ้อโกง การรับสินบน และการทุจริตทุกรูปแบบ นอกจากนี้ นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันยังเป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งได้ระบุรายละเอียดไว้ในจรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันของบริษัทอย่างชัดเจน

แนวทางการดำเนินงานและการบริหารจัดการการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption)

1. บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ป็นธรรม โดยจัดให้มีนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและแนวทางปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งสร้างจิตสำนึกค่านิยมทัศนคติ และปลูกฝังจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ที่จะส่งเสริมให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องไม่ว่าทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ตลอดจนไม่สนับสนุนการสร้างความสำเร็จของงานด้วยวิธีการทุจริต
2. บริษัทฯ มีการจัดทำนโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และให้มีการสอบทานและแก้ไขนโยบายและแนวทางปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันนี้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง
3. บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีการนำนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของบริษัทไปเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ
4. บริษัทฯ ได้สื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้พนักงานทุกคนรับทราบและเข้าใจอย่างทั่วถึง โดยพนักงานทุกคนลงนามรับทราบนโยบาย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของข้อบังคับในการทำงานของบริษัท
5. บริษัทฯ ได้จัดให้มีการอบรมเพื่อทบทวนความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้แก่พนักงานทุกปี เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่ต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง
6. บริษัทฯ มีการจัดระบบบริหารความเสี่ยง และมีการประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นล่วงหน้า โดยสำนักงานตรวจสอบภายในมีกระบวนการตรวจสอบและระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ทั้งด้าน

กระบวนการ การเงิน การบัญชี การเก็บบันทึกข้อมูล และอื่น ๆ รวมทั้งให้มีการทบทวนอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันมิให้มีการคอร์รัปชัน

7. เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ จัดอบรม เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณทางธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน นโยบายต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของบริษัทกับผู้เกี่ยวข้องของบริษัทฯ และทำความเข้าใจกับบุคคลอื่นที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ หรืออาจเกิดผลกระทบต่อบริษัทฯ ในเรื่องที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันนี้
8. บริษัทฯจัดให้มีช่องทางที่ปลอดภัยและสามารถเข้าถึงได้ เพื่อให้พนักงานและบุคคลอื่นๆ ขอคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และกำหนดกลไกในการแจ้งเบาะแส การรับเรื่องร้องเรียน และการดำเนินการกรณีที่เกี่ยวข้องกับการกระทำผิดกฎหมาย กฎระเบียบและจรรยาบรรณบริษัท หรือพฤติกรรมที่อาจสื่อถึงการทุจริตคอร์รัปชันของบุคลากรของบริษัทฯ ซึ่งรวมถึงมาตรการคุ้มครองที่เหมาะสมแก่ผู้แจ้งเบาะแส ตาม Whistleblowing Policy เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน และทำให้การรับเรื่องร้องเรียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

1. บริษัทฯมีการจัดทำนโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และทบทวน แก้ไขนโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยนโยบายดังกล่าวได้รับการอนุมัติปรับปรุงแก้ไขจากคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2568
2. มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์นโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันให้กับพนักงานทุกคนในองค์กร รวมถึงคู่ค้ารายใหม่ และลูกค้ารายปัจจุบัน ใ้ทั้งการมอบของขวัญในทุกเทศกาล และประชาสัมพันธ์ให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานรับทราบเพื่อความร่วมมือในการดริบ และ/หรือให้ของขวัญในช่วงเทศกาลและโอกาสต่างผ่านช่องทางต่างๆ ของบริษัทฯ

3. บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และจริยธรรมทางธุรกิจ โดยได้ดำเนินการจัดการอบรมหัวข้อ “สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง: ส่งเสริมธรรมาภิบาล และเพิ่มเกราะป้องกันคอร์รัปชัน” เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกในการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตและผลประโยชน์ทับซ้อนที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการดำเนินงานขององค์กร การอบรมดังกล่าวจัดขึ้นในรูปแบบ Onsite เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม มีระยะเวลา 3 ชั่วโมง โดยได้รับความร่วมมือ



จาก สถาบันแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริตในภาคธุรกิจ ทั้งนี้ การดำเนินการอบรมครอบคลุมพนักงานในกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทกำหนด ครบ 100% เพื่อให้พนักงานสามารถนำความรู้และแนวปฏิบัติที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับค่านิยมและนโยบายขององค์กร การจัดกิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการยกระดับมาตรฐานด้านธรรมาภิบาล (Governance) และการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดถือความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว

4. บริษัทฯจัดให้มีช่องทางการรับข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแสการกระทำผิดและการทุจริต และเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหาร พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มสามารถรายงาน หรือให้ข้อมูลการกระทำผิดและการทุจริตที่เกิดขึ้นในบริษัทฯ ความ

ผิดปกติในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในเรื่องต่างๆ หรือเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล รับฟังความคิดเห็น คำแนะนำ และข้อร้องเรียนในกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการกระทำของบริษัทฯ รวมทั้งการแจ้งเบาะแสดต่อคณะกรรมการในประเด็นเกี่ยวกับการทำผิดกฎหมาย ความถูกต้องของรายงานทางการเงิน ระบบควบคุมภายในที่บกพร่อง หรือการผิดจรรยาบรรณต่างๆ โดยผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายสามารถเข้ารายงานหรือร้องเรียนในเรื่องที่อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ ต่อคณะกรรมการ หรือถูกละเมิดสิทธิ ซึ่งเป็นการดำเนินการตามจรรยาบรรณ

5. บริษัทฯ ไม่พบผู้ร้องเรียนหรือข้อพิพาทหรือการละเมิดจรรยาบรรณทางธุรกิจหรือเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันในองค์กรที่มีนัยสำคัญ

อีกทั้ง ทุกฝ่ายงานในองค์กรมีการทบทวนและสร้างความตระหนักรู้ด้านการควบคุมภายในเพื่อป้องกันการเกิดเหตุซ้ำ หากพบการทุจริตหรือการประพฤติมิชอบในหน่วยงานให้รายงานต่อผู้บังคับบัญชาหรือแจ้งเบาะแสดผ่านช่องทางที่บริษัทกำหนดโดยทันที และปฏิบัติตามคู่มือหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG Code) และคู่มือจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัท (Code of Conduct) ในปี 2568 บริษัทฯ ได้มีการทบทวนนโยบายสำคัญต่างๆ ได้แก่

1. คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)
2. คู่มือและนโยบายบริหารความเสี่ยง
3. นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน
4. นโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption)
5. นโยบายด้านภาษี
6. นโยบายการใช้ข้อมูลภายใน
7. นโยบายการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน
8. นโยบายความเป็นส่วนตัว BIG
9. นโยบายข้อมูลส่วนบุคคล Cookie
10. นโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
11. นโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน
12. นโยบายการไม่เลือกปฏิบัติ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินของ CAC รวมถึงนำไปปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์อย่างครบถ้วน

การจัดการข้อร้องเรียนและการแจ้งเบาะแสดและร้องเรียน

เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการกำกับดูแลให้เป็นไปตามจรรยาบรรณธุรกิจและดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ ได้จัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแสดและร้องเรียน รวมถึงมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสดเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่โปร่งใสและสร้างความมั่นใจให้กับผู้แจ้งเบาะแสด ซึ่งพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดช่องทางสำหรับการแจ้งเบาะแสดและการรับเรื่องร้องเรียนเพื่อให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถรายงานกรณีต้องสงสัย ข้อเสนอนแนะ หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการประพฤติมิชอบ การทุจริตและคอร์รัปชัน ตลอดจนการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ข้อกำหนด นโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน นอกจากนี้ ยังเปิดรับข้อเสนอนแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยช่องทางการแจ้งเบาะแสดและการรับเรื่องร้องเรียนนี้

ออกแบบให้ปลอดภัยและรักษาความลับของผู้แจ้งเบาะแสอย่างเคร่งครัด โดยมีคณะกรรมการสอบสวนการกระทำผิดเป็นผู้รับผิดชอบดูแลโดยตรง

การรายงานและการแจ้งเบาะแส

บริษัทได้จัดทำระบบการแจ้งเบาะแสและกลไกรับเรื่องร้องเรียนสำหรับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเป็นช่องทางในการแจ้งเหตุการณ์ที่อาจมีการประพฤติมิชอบ เช่น การให้สินบน การทุจริตคอร์รัปชัน การเลือกปฏิบัติ การคุกคามหรือล่วงละเมิด การละเมิดความเป็นส่วนตัว การกระทำผิดกฎหมาย หรือการละเมิดนโยบายและข้อบังคับของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดให้ระบบการแจ้งเบาะแสดังกล่าวมีความปลอดภัยและเป็นความลับ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้แจ้งเบาะแสว่าข้อมูลที่รายงานจะได้รับการปกป้องและคุ้มครองอย่างเหมาะสม อีกทั้ง บริษัทยังมีมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสจากการถูกตอบโต้หรือถูกกระทำในเชิงลบอันเนื่องมาจากการแจ้งข้อมูล ทั้งนี้ บริษัทจะดำเนินการตรวจสอบและแก้ไขเหตุการณ์ที่ถูกร้องเรียนอย่างรอบคอบ และเป็นธรรมเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและโปร่งใส

บทลงโทษการกระทำผิดด้านทุจริตและคอร์รัปชัน

หากพบว่าพนักงานของบริษัทฝ่าฝืนนโยบายจะมีการลงโทษทางวินัยตามนโยบายของบริษัทและกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้อง โดยบทลงโทษอาจมีตั้งแต่การพักงานตามระยะเวลาที่กำหนด การจ่ายเงินชดเชยตามมูลค่าความเสียหายที่ตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้กระทำผิด การให้พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานของบริษัทและไม่สามารถกลับเข้ามาร่วมงานได้ อีกทั้งในบริษัทย่อยหรือบริษัทในเครือ และมีการดำเนินตามกฎหมายอย่างถึงที่สุด

การคุ้มครองดูแลผู้แจ้งเบาะแสและผู้ร้องเรียน

- เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งเบาะแสและผู้ร้องเรียน บริษัทได้มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แจ้งเบาะแส และผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับเพื่อคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ
- บริษัทมีการพิจารณาเหตุการณ์และดำเนินงานตามขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริงด้วยความระมัดระวังต่อประเด็นที่ละเอียดอ่อนอย่างรอบด้าน เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบในเชิงลบที่อาจส่งผลเสียต่อผู้แจ้งเบาะแส ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญต่อบุคคลผู้แจ้งเบาะแสและผู้ถูกร้องเรียนโดยไม่เลือกปฏิบัติ
- หากผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนเป็นผู้ที่ได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์ความทุจริตและคอร์รัปชัน บริษัทจะทำการช่วยเหลือบรรเทาความเสียหายในส่วนที่เกี่ยวข้องด้วยความเหมาะสมและเป็นธรรม

ช่องทางการแจ้งเบาะแสและรับเรื่องร้องเรียน

(1) ส่งไปรษณีย์

สำนักเลขานุการบริษัท

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

115, 115/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

(2) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ whistleblower@bigcamera.co.th

(3) กล้องรับความคิดเห็นของแผนกทรัพยากรมนุษย์

(4) โทรศัพท์ : 02-8099956-65 ต่อ ฝ่ายสำนักเลขานุการบริษัท 1204 , 1213

(5) โทรสาร : 02-8099952

3. สิทธิมนุษยชน

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานบึก คาเมร่า ทุกระดับ ตระหนักถึงความสำคัญและเคารพต่อสิทธิมนุษยชนในทุกด้านของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ตามกฎหมายของแต่ละประเทศ และตามสนธิสัญญาที่แต่ละประเทศมีพันธกรณีที่ต้องปฏิบัติ โดยรวมถึง

1. ให้ความเคารพนับถือและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเท่าเทียมปราศจากการเลือกปฏิบัติ
2. สนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชน คุณแลมีให้ธุรกิจของบริษัทเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน
3. หลีกเลี่ยงการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน (Forced Labor) ต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก (Child Labor)
4. สื่อสาร เผยแพร่ ให้ความรู้ ทำความเข้าใจ กำหนดแนวทาง สอดส่องดูแล และให้การสนับสนุนแก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Business Value Chain) ผู้ร่วมธุรกิจ (Joint Ventures) คู่ค้าธุรกิจ(Contractors) คู่ค้า (Suppliers) และผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อทุกคนตามหลักสิทธิมนุษยชนตามแนวนโยบายนี้

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม และตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนพึงได้รับ รวมถึงสิทธิเสรีภาพในการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข มีความเท่าเทียม อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตามหลักบรรษัทภิบาลและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจในด้านการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน จึงกำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อแสดงออกถึงความมุ่งมั่นที่จะยึดถือปฏิบัติ สนับสนุน และส่งเสริมการเคารพและปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกคนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของบริษัทฯตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอย่างเคร่งครัด รวมถึงมุ่งมั่นในการดำเนินการตามจรรยาบรรณ นโยบายและแนวทางปฏิบัติว่าด้วยเรื่องสิทธิมนุษยชนต่างๆ ที่บริษัทฯ ประกาศใช้ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯปลอดจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน

แนวทางบริหารจัดการ

1. บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน เพื่อให้พนักงานในองค์กรยึดถือและปฏิบัติอย่างเคร่งครัด
2. บริษัทให้ความสำคัญต่อสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน และปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมต่อผู้มีส่วนได้เสียและกลุ่มเปราะบางทุกกลุ่ม โดยไม่แบ่งแยกความแตกต่างทางกาย จิตใจ เชื้อชาติ สัญชาติ ถิ่นกำเนิด เผ่าพันธุ์ ศาสนา เพศ ภาษา อายุ สีดผิว การศึกษา สถานะทางสังคม วัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียม หรือเรื่องอื่นใด
3. ใช้ความระมัดระวังในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนมุ่งมั่นป้องกันการคุกคามในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการคุกคามทางเพศ และการคุกคามรูปแบบอื่น
4. ส่งเสริมการจ้างงานอย่างเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติโดยปฏิบัติกับพนักงานและลูกจ้างทุกคน รวมทั้งแรงงานต่างด้าวอย่างเป็นธรรมและโปร่งใสในทุกสถานที่ปฏิบัติงาน การจ้างงานจะระบุข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่าย มีการกำหนดอัตราค่าจ้างและสวัสดิการ ระยะเวลาการทำงาน การทำงานล่วงเวลา การทำงานในวันหยุด วันลา วันหยุดและสิทธิประโยชน์อื่นใดไม่น้อยกว่ากฎหมายกำหนด

5. สื่อสาร เผยแพร่ นโยบาย ให้ความรู้ ทำความเข้าใจ กำหนดแนวทาง และให้การสนับสนุนอื่นใดแก่พนักงาน คู่ค้า คู่ธุรกิจ ในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ (Suppliers/Contractors in Business Value Chain) ตลอดจนผู้ร่วมธุรกิจ (Joint Ventures) เพื่อให้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และปฏิบัติต่อทุกคนตามหลักสิทธิมนุษยชน

6. สอดส่องดูแลเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน ไม่ละเลยหรือเพิกเฉยเมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ต้องรายงานให้ผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลที่รับผิดชอบทราบ และให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริงต่างๆ หากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามให้ปรึกษากับผู้บังคับบัญชา หรือบุคคลที่รับผิดชอบผ่านช่องทางต่างๆ ที่กำหนดไว้

7. จัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียนที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ และมีกระบวนการยกระดับการรายงานอุบัติการณ์ในระดับสูงขึ้นไป ให้ความสำคัญและคุ้มครองบุคคลที่แจ้งเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยใช้มาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการรายงานการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้ในนโยบายรับข้อร้องเรียนจากพนักงาน (Whistleblower Policy)

8. พัฒนาและดำเนินการกระบวนการจัดการด้านสิทธิมนุษยชน (Due Diligence Process) อย่างรอบด้านและต่อเนื่อง เพื่อที่จะระบุประเด็นและประเมินความเสี่ยงและผลกระทบด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชน กำหนดกลุ่มหรือบุคคลที่ได้รับผลกระทบที่ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม วางแผนและกำหนดแนวทางการแก้ไขและป้องกันปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน ให้สอดคล้องตามแนวทางการจัดการความเสี่ยงขององค์กร รวมถึงการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชน และการรายงานและเปิดเผยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

9. บริษัทฯ จะให้ความสำคัญและมีมาตรการคุ้มครองบุคคลที่แจ้งเรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ

10. บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นต่อการเคารพสิทธิมนุษยชนตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

11. สำหรับบุคคลที่กระทำการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงมีพฤติกรรมเลือกปฏิบัติ หรือการล่วงละเมิด ถือเป็นกรกระทำผิดจรรยาบรรณของบริษัทและนโยบายฉบับนี้ บริษัทฯ จะต้องดำเนินการแก้ไข หรือพิจารณาดำเนินการทางวินัยตามระเบียบที่บริษัทฯ กำหนดไว้ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะดำเนินการตามกฎหมายหากการกระทำนั้นผิดต่อกฎหมายด้วย

12. บริษัทฯ ได้จัดให้มีกระบวนการติดตามผล ช่องทางการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ทั้งจากพนักงานและบุคคลภายนอก เพื่อนำความคิดเห็นมาทบทวน แก้ไขปรับปรุง และหาแนวทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนอีก

13. บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะสื่อสาร รายงานและเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน การบรรเทาและการเยียวยา รวมถึงอุบัติการณ์การเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิด สู่สาธารณะอย่างครบถ้วนและโปร่งใส

14. บริษัทฯ จะทบทวนนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนอย่างสม่ำเสมอ โดยคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญต่อองค์กร เพื่อให้นโยบายมีความสอดคล้องกับหลักกฎหมาย หลักปฏิบัติสากล และ/หรือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่เสมอ

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

● การจัดตั้งกลไกการมีส่วนร่วมของพนักงาน

บริษัทฯ ได้มีการสรรหาพนักงานเพื่อจัดให้มีคณะกรรมการชุดต่างๆ เพื่อเป็นตัวแทนในการเจรจา รับฟังความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน อาทิเช่น คณะกรรมการสวัสดิการและคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ภายในองค์กร บริษัทฯ มีการส่งเสริมอาชีพของบุคคลทุกคนอย่างเท่าเทียม มีการว่าจ้างคนพิการ ไม่ใช่แรงงานเด็ก ไม่ใช่แรงงานต่างด้าวที่ผิดกฎหมาย และปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการจ้างงาน การจ่ายค่าตอบแทน การกำหนดวันหยุดประจำปี และการกำหนดวันลาอื่นๆ ตามที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น

- **การจ้างงานอย่างเป็นธรรมและการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน**

บริษัทฯ มีการส่งเสริมการจ้างงานและการพัฒนาอาชีพของบุคคลทุกคนอย่างเท่าเทียม โดยไม่เลือกปฏิบัติ และปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ทั้งในด้านการจ้างงาน การจ่ายค่าตอบแทน การกำหนดวันหยุดประจำปี และการกำหนดวันลาอื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่ใช้แรงงานเด็ก ไม่ใช้แรงงานต่างด้าวที่ผิดกฎหมาย และเคารพสิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงานทุกคน

- **การจ้างงานและการสนับสนุนผู้พิการ**

บริษัทฯ มีการว่าจ้างคนพิการตามกฎหมายกำหนด และส่งเสริมให้ผู้พิการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเท่าเทียมกับพนักงานทั่วไปในตำแหน่งที่เหมาะสม โดยในปี 2568 บริษัทฯ มีการจ้างงานผู้พิการในอัตราร้อยละ 1 ของพนักงานประจำทั้งหมด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินโครงการสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้พิการอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- โครงการนวดเพื่อสุขภาพ เป็นโครงการที่มีการจ้างเหมาบริการหมอนวดที่เป็นผู้พิการจำนวน 3 คน เพื่อมานวดผ่อนคลายให้กับพนักงานจำนวน 2 วันต่อสัปดาห์ โดยมีพนักงานให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก มีสถิติที่พนักงานเข้ามาใช้บริการที่ 14-15 คนต่อสัปดาห์
- การจ้างงานผู้พิการประจำสำนักงานใหญ่: บริษัทฯ มีการจัดจ้างพนักงานซึ่งเป็นผู้พิการเข้าปฏิบัติงานด้านเอกสารประจำสำนักงานใหญ่จำนวน 2 คน
- การสนับสนุนทุนเพื่อการประกอบอาชีพ: บริษัทฯ สนับสนุนโครงการมอบทุนเพื่อการประกอบอาชีพแก่ผู้พิการ เพื่อดำเนินการเปิดร้านขายอาหารอีสานจำนวน 1 ร้าน รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 119,720 บาท เพื่อส่งเสริมการสร้างอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืนแก่ผู้พิการอย่างต่อเนื่องทุกปี

- **การสื่อสารและการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชน**

บริษัทฯ มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายสิทธิมนุษยชนให้พนักงานทุกระดับ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน รวมถึงสามารถมีส่วนร่วมในการป้องกันไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนภายในองค์กร

- **การรับเรื่องร้องเรียนและข้อพิพาทด้านสิทธิมนุษยชน**

ในปีที่รายงาน บริษัทฯ ไม่พบผู้ร้องเรียนหรือข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนภายในองค์กร สะท้อนถึงการดำเนินงานตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง

4. การบริหารความเสี่ยง

ที่มาและความสำคัญ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและสนับสนุนส่งเสริมให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายไว้ การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันต้องพร้อมรับมือกับความท้าทาย ทั้งการแข่งขันทางธุรกิจ การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงสภาวะแวดล้อมอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา นอกเหนือจากการวางระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลแล้ว บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง เพื่อเป็นกลไกบริหารความไม่แน่นอนให้กลายเป็นโอกาสที่สร้างผลกระทบทางบวก และควบคุมไม่ให้เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร นอกจากนี้การบริหารจัดการความเสี่ยงจะทำให้ธุรกิจมองเห็นโอกาส และ

อุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และสามารถเตรียมแผนรองรับ หรือปรับแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับได้อย่างทันท่วงที ตลอดจนสามารถบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่ลดลงหรือยอมรับได้

บริษัทฯ ได้จัดให้มีคู่มือ “คู่มือบริหารความเสี่ยง” เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติที่ดี ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สร้างความมั่นคงให้แก่องค์กรอย่างยั่งยืน มีผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และสามารถหาวิธีการจัดการกับความเสี่ยง เพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้และความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร และกำหนดให้มีการทบทวนติดตามผลการปฏิบัติงานตามคู่มือบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ดำเนินการประเมินและติดตามประเด็นความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอก

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดแนวทางไว้ในนโยบายการบริหารความเสี่ยงขององค์กร โดยได้มอบหมายให้ผู้บริหารของบริษัท และ/หรือบริษัทย่อย ร่วมกันประชุม และประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ทั้งที่เกิดจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทในทุกมิติอย่างสม่ำเสมอ โดยกำหนดให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ ประเมินโอกาสการเกิดและระดับความรุนแรงของผลกระทบ พร้อมทั้งร่วมกันกำหนดมาตรการในการจำกัด ป้องกัน ควบคุม และบริหารความเสี่ยงเหล่านั้น และผลักดันการบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมไปยังคู่ค้า และหุ้นส่วนทางธุรกิจต่างๆ เพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานและใช้เป็นเครื่องมือทางการบริหารที่ช่วยเพิ่มโอกาสแห่งความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนกลยุทธ์ต่างๆของบริษัท ตลอดจนประเมินประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยง ติดตามสถานการณ์และเหตุปัจจัยของความเสี่ยงที่อาจเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัทถูกออกแบบให้มีความเป็นระบบและครอบคลุม เพื่อให้สามารถระบุ วิเคราะห์ และจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นให้ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ คณะผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายจะคอยดูแลติดตามความเสี่ยงตามแผนที่วางไว้ โดยความร่วมมือและการประสานงานจากหน่วยงานฝ่ายต่างๆ และรายงานผลให้กับคณะกรรมการตรวจสอบ โดยคณะกรรมการตรวจสอบจะทำหน้าที่ประเมินประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยง แล้วรายงานให้คณะกรรมการบริษัททราบ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อช่วยให้ทราบจุดอ่อนและปรับปรุงนโยบายให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร พร้อมทั้งเสริมสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนในระยะยาว ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ (Strategy and Objective Setting)

กำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงาน รวมทั้งผู้ปฏิบัติงานพึงกำหนดวัตถุประสงค์ของงานที่ทำให้ชัดเจนสอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์ขององค์กรและความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

2. ระบุความเสี่ยง (Identifies Risks)

ผู้รับผิดชอบหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานพึงทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงปัจจัยเสี่ยงและระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยทั้งภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งอาจเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบและเชิงบวกในการบรรลุวัตถุประสงค์

3. ประเมินความรุนแรงของความเสี่ยง (Assesses Severity of Risk)

ผู้รับผิดชอบหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานพึงประเมินความเสี่ยงจากความถี่หรือความเป็นไปได้ที่อาจเกิดเหตุการณ์ (Likelihood) และความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์ (Impact) ที่อาจเกิดขึ้น

4. จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง (Prioritizes Risks)

ผู้รับผิดชอบหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานควรจัดลำดับความสำคัญและความเร่งด่วนในการบริหารจัดการความเสี่ยงซึ่งกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงและมีความสำคัญต่อการดำเนินงานตามกลยุทธ์ และวัตถุประสงค์ ควรต้องได้รับการบริหาร จัดการความเสี่ยงเป็นลำดับแรกและกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงและมีความสำคัญลำดับรองควรได้รับการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นลำดับต่อไป

5. ดำเนินการตอบสนองความเสี่ยง (Implements Risk Responses)

ผู้รับผิดชอบหน่วยงานรวมทั้งผู้ปฏิบัติงานพึงพิจารณาวิธีการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ต้นทุนที่เกิดขึ้นกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ การตอบสนองความเสี่ยงอาจเลือกวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายวิธีรวมกัน เพื่อลดระดับความถี่หรือความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุการณ์ และความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์

6. พัฒนาข้อมูลการบริหารความเสี่ยง (Develops Portfolio View)

ผู้รับผิดชอบหน่วยงาน รวมทั้งผู้ปฏิบัติงานพึงพัฒนาการบริหารความเสี่ยง โดยบูรณาการปัจจัยเสี่ยงความเสี่ยง และความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกันของหน่วยงานต่างๆ เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารความเสี่ยงร่วมกัน

7. สอบทานและแก้ไขปรับปรุง (Review and Revision)

ผู้รับผิดชอบหน่วยงานรวมทั้งผู้ปฏิบัติงานพึงจัดให้มีการติดตามความเสี่ยงและสอบทานผลการบริหารความเสี่ยงและแก้ไขปรับปรุงการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นได้ถูกไปประยุกต์ใช้ในบริษัทอย่างเหมาะสม และความเสี่ยงที่มีผลกระทบที่สำคัญต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทได้รับการรายงานต่อผู้รับผิดชอบ

8. ติดตามและประเมินผล (Monitoring)

ผู้รับผิดชอบหน่วยงานรวมทั้งผู้ปฏิบัติงานพึงจัดให้มีการติดตามและทบทวนการบริหารความเสี่ยงสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงร่วมกันและรายงานการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารอย่างสม่ำเสมอ

แนวทางการปฏิบัติ

1. บริษัทฯ ส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง เพื่อสร้างความเข้าใจ จิตสำนึก และความรับผิดชอบร่วมกันในเรื่องความเสี่ยง การควบคุมและผลกระทบที่มีต่อบริษัทในกระบวนการบริหารและการปฏิบัติงานทั้งบริษัทฯ
2. บริษัทฯ กำหนดให้พนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามระบบการบริหารความเสี่ยง โดยให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงด้านต่างๆ และเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงทั้งในระดับองค์กร และระดับปฏิบัติการ ตามที่บริษัทฯ จัดให้มีขึ้น
3. บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการ แนวทาง และมาตรการจัดการที่เหมาะสมเป็นไปตามมาตรฐานที่ดีตามแนวปฏิบัติสากลและเพียงพอ รวมถึงบ่งชี้ วิเคราะห์ ประเมิน จัดลำดับ จัดการ ควบคุม ติดตาม รายงาน ประเมินผล และสื่อสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการความเสี่ยงระดับองค์กร อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ของบริษัทฯ
4. ให้มีการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยงที่สำคัญ (Key Risk Indicators-KRIs) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเตือนภัยล่วงหน้าเพื่อจะได้อป้องกันและกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงเพิ่มเติมได้ทันเหตุการณ์
5. บริษัทฯ มีการวัดผลความเสี่ยงในเชิงคุณภาพ เช่น ชื่อเสียง ภาพลักษณ์บริษัท และเชิงปริมาณ เช่น ผลขาดทุน การลดลงของรายได้ การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย โดยพิจารณาโอกาสที่จะเกิดและผลกระทบ
6. การความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท จะต้องได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่บริษัทยอมรับได้และเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดความสูญเสียที่ไม่ได้คาดหวังต่อธุรกิจ ตลอดจนใช้โอกาสที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสมดุลของการเติบโตทางธุรกิจ ความเสี่ยง และ ผลตอบแทนของบริษัท
7. บริษัทฯ กำหนดเพดานความเสี่ยง (Risk Limit) เพื่อจำกัดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมทั้งกำหนดเหตุการณ์ หรือระดับความเสี่ยงที่เป็นสัญญาณเตือนภัย (Warning Sign) ให้ผู้ปฏิบัติงานดำเนินการอย่างใด อย่างหนึ่ง เพื่อไม่ให้ความเสี่ยงเกินระดับเพดานความเสี่ยง และให้มีการรายงานความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อแผนธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทฯ

ในระดับสูง ต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อรับทราบและหาแนวทางบริหารจัดการอย่างทัน่วงที

8. บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการสอบทานปัจจัยความเสี่ยงในทุกๆ ด้านอย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากปัจจัยภายในและ ปัจจัยภายนอก โดยครอบคลุมถึงความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน และความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ กฎหมาย รวมถึงพิจารณาลำดับความสำคัญของการจัดการความเสี่ยง โดยพิจารณาจากโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและระดับความรุนแรงของผลกระทบ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการในการป้องกันและบรรเทาผลกระทบ กำหนดผู้รับผิดชอบสำหรับดำเนินการ ตลอดจนการกำหนดมาตรการในการรายงานและการติดตามเพื่อการประเมินผลการบริหารความเสี่ยง

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยงที่ดีจะช่วยสนับสนุนให้เกิดความชัดเจนและความราบรื่นในการนำการบริหารความเสี่ยงไปปฏิบัติ โดยมุ่งเน้นการจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการบริหารความเสี่ยงการกำหนดสายการรายงาน บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของกรรมการบริษัท ผู้บริหารและพนักงานทุกคนในบริษัท

เพื่อให้การดำเนินการ และการประสานงานเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงสามารถเข้าถึงหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงประจำหน่วยงาน เพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานกับส่วนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจให้บรรลุตามกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่วางไว้ ตลอดจนสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางและกรอบการดำเนินงานสำหรับทุกหน่วยงานของบริษัทและบริษัทย่อย

คณะกรรมการบริษัท	- มีหน้าที่ในการสนับสนุน ส่งเสริม และกำกับดูแลบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบรุนแรงต่อบริษัท
คณะกรรมการตรวจสอบ	- มีหน้าที่กำกับดูแลและติดตามการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นอิสระ สอบทานระบบควบคุมภายใน สื่อสารกับคณะกรรมการบริหาร และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท เกี่ยวกับความเสี่ยง
คณะกรรมการบริหาร	- มีหน้าที่พิจารณาความเห็นชอบนโยบายการบริหารความเสี่ยง ติดตามการพัฒนากระบวนการ และประเมินความเสี่ยง รวมถึงสื่อสาร ประสานงานกับคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับความเสี่ยงที่สำคัญ และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	- มีหน้าที่จัดให้มีกรอบ แผนงาน กระบวนการในการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีแผนจัดการความเสี่ยงที่เพียงพอเหมาะสม และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารพิจารณาอนุมัติและสนับสนุน ติดตามการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงาน
ผู้ตรวจสอบภายใน	- มีหน้าที่สอบทานระบบควบคุมภายใน การปฏิบัติตามการบริหารความเสี่ยง
หัวหน้างานและพนักงาน	- มีหน้าที่ระบุ วัด ควบคุม ติดตาม รายงานความเสี่ยง และร่วมจัดทำแผนความเสี่ยงเพื่อนำไปปฏิบัติ

การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ

แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ หรือ "Business Continuity Plan (BCP)" เพื่อให้ฝ่ายงานต่างๆ ในบริษัทสามารถนำไปใช้ในการตอบสนองและปฏิบัติงานในภาวะวิกฤติหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆ ทั้งที่เกิดจากภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ หรือการมุ่งร้ายต่อองค์กร โดยไม่ให้อาการวิกฤติหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจต้องหยุดชะงัก หรือไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากองค์กรไม่มีกระบวนการรองรับในระหว่างที่องค์กรเกิดภาวะวิกฤติหรือเหตุการณ์ฉุกเฉิน อาจส่งผลกระทบต่อหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านต่างๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านการให้บริการ ด้านสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม ไปตลอดจนชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน เป็นต้น

ดังนั้น การจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรสามารถรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่ไม่คาดคิด และทำให้กระบวนการที่สำคัญ (Critical Business Process) สามารถกลับมาดำเนินการได้อย่างปกติหรือตามระดับการให้บริการที่กำหนดไว้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถลดระดับความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อหน่วยงานได้

เพื่อรับมือกับความไม่แน่นอนของสถานการณ์ดังกล่าว ให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่องผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยง จัดลำดับประเด็นความเสี่ยง และวางแผนการจัดการอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีการปรับใช้แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจในเหตุการณ์สมมติ เพื่อนำผลที่ได้จากการซ้อมไปปรับปรุงและทบทวนแผน ตลอดจนตรวจสอบความสามารถของบุคลากรและประสิทธิภาพของแผนในการตอบสนองต่อภาวะวิกฤติ โดยมีกระบวนการบริหารจัดการดังนี้

- ประเมินผลกระทบที่ได้รับจากภาวะวิกฤติ เพื่อเตรียมแผนการล่วงหน้าและพร้อมรับมือต่อทุกสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอยู่เสมอ เพื่อให้หน่วยงานสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง
- จัดตั้งทีมงานบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อให้แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ของบริษัทสามารถดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีผู้รับผิดชอบการดำเนินงานที่ชัดเจน ลดความซ้ำซ้อนของการแก้ไขสถานการณ์
- วิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ มีการจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบในเชิงคุณภาพและจัดกระบวนการทำงานที่ต้องเร่งให้ความสำคัญ เพื่อให้บริษัทได้รับการฟื้นฟูหรือคืนสู่สภาพเดิมโดยเร็วที่สุด
- กระบวนการแจ้งเหตุฉุกเฉิน การแจ้งเหตุฉุกเฉินแก่สมาชิกของทีมงานแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP Team) ให้ได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้องตรงกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกแต่ละชุดจัดเตรียมแผนรับมือต่อภาวะวิกฤติหรือสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างเป็นระบบ ภายใต้ข้อมูลพื้นฐานของเหตุการณ์ที่รับทราบร่วมกัน ตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน
- แผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและฟื้นฟูสถานการณ์ ดำเนินการฟื้นฟูสถานการณ์ให้ได้รับการฟื้นฟู หรือคืนสู่สภาพเดิมโดยเร็วที่สุด
- การทบทวนและปรับปรุงแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ กำหนดให้ฝ่ายจัดการปรับปรุงข้อมูลใน "แผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) ให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น สอดคล้องต่อสถานการณ์ปัจจุบันเป็นประจำทุกปี

การจัดการภาวะวิกฤติหรือสถานการณ์ฉุกเฉิน

แผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ หรือ "Business Continuity Plan (BCP)" ใช้รับรองสถานการณ์กรณีเกิดภาวะวิกฤติหรือสถานการณ์ฉุกเฉินในพื้นที่สำนักงานหรือภายในหน่วยงาน ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องเตรียมแผนการล่วงหน้าและพร้อมรับมือต่อทุกสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอยู่เสมอ เพื่อให้หน่วยงานสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงได้พิจารณาผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ดังนี้

1.เหตุการณ์อุทกภัย

- 2.เหตุการณ์อัคคีภัย
- 3.เหตุการณ์ไฟฟ้าดับ
- 4.เหตุการณ์ชุมนุมประท้วง / จลาจล
- 5.เหตุการณ์ก่อการร้าย
- 6.เหตุการณ์โรคระบาด / โรคติดต่อรุนแรง

5. การรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อบริหารจัดการความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ภายใต้นโยบายและระเบียบการปฏิบัติงานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีผลบังคับใช้กับพนักงานทุกคนในองค์กร รวมถึงผู้ให้บริการบุคคลภายนอกที่ได้รับอนุญาตให้เข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้มีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสินค้าและบริการให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็วต่อการเข้ารับบริการ บริษัทฯจึงตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อมารองรับในการจัดการข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทฯตั้งเป้าหมายให้พนักงานที่เกี่ยวข้องต้องรับทราบและศึกษานโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างครบถ้วนภายในปี 2570

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯได้ให้ความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลไม่ว่าจะเรื่องความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ด้วย

1. บริษัทฯต้องจัดให้มีการกำหนดนโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นลายลักษณ์อักษรและทำการสื่อสารนโยบายดังกล่าวเพื่อสร้างความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างหน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและหน่วยงานด้านอื่นภายในบริษัทฯ เพื่อให้มีการประสานงานและสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
2. จัดทำระเบียบปฏิบัติในการปกป้องทรัพย์สินด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงทรัพยากรต่างๆ จากการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต พร้อมทั้งกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นแนวทางให้พนักงานในองค์กรรับทราบและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยปฏิบัติตามหลักกฎหมายการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ตามพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562
3. จัดให้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ อบรม ให้ความรู้พนักงานในองค์กรทุกระดับเพื่อสร้างความตระหนักต่อภัยคุกคามพฤติกรรมเสี่ยงภัยในโลกไซเบอร์ วิธีการป้องกัน และการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. กำหนดตัวชี้วัดระดับความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Risk Indicator) รวมถึงจัดให้มีการติดตามและรายงานผลตัวชี้วัดต่อผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ จัดการและบริหารความเสี่ยงและแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อให้สามารถบริหารและจัดการความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์
5. ติดตั้งระบบเทคโนโลยีเพื่อป้องกันและสอดคล้องตามมาตรฐานสากลสำหรับการจัดการความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยสากล

6. กำหนดมาตรการควบคุมการติดตั้งระบบข้อมูลในพื้นที่ที่กำหนด จัดเก็บในศูนย์คอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายที่อยู่ในพื้นที่ส่วนบุคคลอื่นเป็นพื้นที่ปลอดภัยของบริษัทฯ และมีการเฝ้าระวัง บริหารจัดการอุปกรณ์ และระบบการเข้าถึงข้อมูลตามที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

7. บริษัทฯ ต้องจัดให้มีการทบทวนนโยบายความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทฯ

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

1. บริษัทฯ มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารจัดการระบบสารสนเทศและการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ ให้เป็นของผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น ทำหน้าที่บริหารระบบข้อมูลและความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ อ้างอิงตามมาตรฐานสากลสำหรับระบบการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล

2. บริษัทฯ มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการประเมินความเสี่ยงและการบริหารจัดการความเสี่ยงและแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับเหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

3. ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการรักษาความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างเคร่งครัด เช่น การกำหนดและตรวจทานสิทธิ์การเข้าใช้ระบบตามกำหนดเวลา การสำรองข้อมูล และการกู้ข้อมูลจากเหตุขัดข้องกรณีเหตุสุดวิสัย เป็นต้น

4. มีการปรับปรุงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ให้มีความพร้อมในการใช้งาน เพื่อหลีกเลี่ยงการล้มเหลวของระบบ โดยมีการสำรองระบบเครือข่ายและแม่ข่ายอื่น เพื่อระบบสามารถรองรับการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง และป้องกันการเกิดความเสียหายให้น้อยที่สุด เพื่อป้องกันบุคคลอื่นที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้ามาทำลายเครือข่าย และระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร หรือจารกรรมข้อมูลไปในทางที่ไม่เหมาะสม

5. ติดตั้งเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อทำหน้าที่ป้องกัน ตรวจสอบ ยับยั้ง และแจ้งเตือนการเข้าถึงเครือข่ายหรือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยไม่ได้รับอนุญาต

6. บริษัทฯ มีทีมงานที่พร้อมปฏิบัติงานและผู้ใช้งานสามารถแจ้งเหตุการณ์หรือสถานการณ์ฉุกเฉินที่เป็นการละเมิดการเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือละเมิดด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ได้ตลอดเวลา

7. มีการสื่อสาร ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่พนักงานทุกระดับในองค์กรเรื่องการรักษาความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ รู้ทันต่อภัยคุกคามและพฤติกรรมเสี่ยงภัยในโลกไซเบอร์ และมีแนวทางที่ควรปฏิบัติ พร้อมรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ ที่จะสามารถช่วยลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่รู้หรือการละเลยต่อความปลอดภัยของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในองค์กร

8. บริษัทฯ มีการทบทวน แก้ไข เพิ่มเติมนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยนโยบายดังกล่าวได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2568

6. นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและเข้าใจวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส โดยให้ความสำคัญระมัดระวังในเรื่องการดำเนินการเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทฯ จึงกำหนดเป็นนโยบายเพื่อให้ถือเป็นแนวปฏิบัติ

โดยบริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีเหตุมีผลด้วยความเป็นอิสระและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกันตามหลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลให้บริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในการทำการค้าใดๆ ที่บริษัทฯ ทำกับผู้มีอำนาจ หรือผู้สามารถควบคุมการตัดสินใจของบริษัทฯ ได้ เช่น กรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ หรือ

ผู้บริหาร เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยบริษัทฯ จะให้ความสำคัญและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัท เป็นสำคัญเสมือนกับการทำรายการกับบุคคลภายนอกทั่วไป

บริษัทฯ จึงได้กำหนดให้มีนโยบายและแนวปฏิบัติในการพิจารณารายการที่มีหรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือปฏิบัติ ตามหลักเกณฑ์การทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน ไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน ไม่ประกอบธุรกิจที่แข่งขันกับบริษัท ไม่ฝ่าฝืนต่อกฎระเบียบของ ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ หลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับตนเองที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท หรือในกรณีที่จำเป็นต้องทำรายการเช่นนั้น คณะกรรมการบริษัท จะดูแลให้การทำรายการนั้น มีความโปร่งใส เที่ยงธรรม เสมอเหมือนการทำรายการกับบุคคลภายนอก ทั้งนี้ กรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานที่มีส่วนได้เสียในรายการนั้นจะต้องไม่มีส่วนในการพิจารณาอนุมัติ

กรณีพบว่ามีกรกระทำที่เข้าข่ายขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานให้รายงานหรือแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนได้ผ่านช่องทาง

(1) ส่งไปรษณีย์

สำนักเลขานุการบริษัท

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

115, 115/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

(2) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ whistleblower@bigcamera.co.th

(3) กล่องรับความคิดเห็นของแผนกทรัพยากรมนุษย์

(4) โทรศัพท์ : 02-8099956-65 ต่อ ฝ่ายสำนักเลขานุการบริษัท 1204 , 1213

(5) โทรสาร : 02-8099952

แนวปฏิบัติเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทกำหนดแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ไว้ดังนี้

1. กรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน พึงละเว้นการประกอบกิจการอันมีสภาพเดียวกันและเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อย ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ส่วนตัว หรือผู้อื่น ซึ่งอาจเป็นผลเสียหายต่อบริษัทไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม หรือเข้าเป็นหุ้นส่วน หรือ ผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจตัดสินใจ หรือผู้บริหารในกิจการที่เป็นการแข่งขัน หรือมีลักษณะเดียวกันกับบริษัท หรือบริษัทร่วม บริษัทย่อย เว้นแต่จะสามารถแสดงได้ว่ามีกลไกที่จะทำให้เชื่อมั่นได้ว่า การดำเนินการดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัท รวมทั้งมีมาตรการที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม โดยในกรณีนี้ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานรายงานให้ประธานกรรมการตรวจสอบทราบทันที
2. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานพึงละเว้นการถือหุ้นในกิจการคู่แข่งของบริษัท ซึ่งเป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญ หากการกระทำดังกล่าว จะทำให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานไม่สามารถระทำการ หรือละเว้นการกระทำที่ควรทำตามหน้าที่ หรือมีผลกระทบต่องานในหน้าที่ ในกรณีที่กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานได้หุ้นนั้นมาก่อนการเป็นกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน หรือก่อนที่บริษัทจะเข้าไปทำธุรกิจนั้นหรือเป็นการได้มาโดยทางมรดก กรรมการผู้บริหาร และพนักงานต้องรายงานให้บริษัททราบทันทีตามวิธีการที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
3. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานไม่นำข้อมูล ความลับ และทรัพย์สินของบริษัทไปใช้เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับตนเองหรือผู้อื่น รวมถึงการทำธุรกิจที่แข่งกับบริษัท หรือทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

4. กรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ และผู้บริหารที่มีส่วนได้เสียในการประชุมในวาระใดวาระหนึ่งจะต้องออกเสียงลงคะแนน หรือไม่เข้าร่วมประชุมในวาระที่พิจารณาเรื่องที่ตนและ/หรือผู้ที่เกี่ยวข้องมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือมีส่วนได้เสียกับรายการอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัท
5. กำหนดให้กรรมการ ผู้ถือหุ้นใหญ่ ผู้บริหารและพนักงานเปิดเผยรายการธุรกิจหรือกิจการที่ประกอบขึ้นเป็นส่วนตัว หรือกับครอบครัว หรือญาติพี่น้องหรือผู้อยู่ในอุปการะ ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งผลประโยชน์ทางธุรกิจกับบริษัทหรือบริษัทย่อยได้ โดยเลขานุการบริษัทเป็นผู้มีหน้าที่ในการประสานงานการจัดทำเอกสารการเปิดเผยการมีส่วนได้ส่วนเสียทั้งโดยตรง และโดยอ้อมเป็นประจำทุกปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดที่เปิดเผยไปแล้วดังต่อไปนี้ อย่างมีนัยสำคัญ โดยเลขานุการบริษัทจะรวบรวมและรายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบอย่างน้อยปีละครั้ง
 - การร่วมลงทุนหรือมีผลประโยชน์กับผู้ค้าที่ประกอบธุรกิจกับบริษัท หรือลูกค้าของบริษัท
 - การดำรงตำแหน่งใดๆหรือแม้แต่การเป็นที่ปรึกษาของผู้ค้าที่ประกอบธุรกิจกับบริษัทหรือลูกค้าของบริษัท
 - การทำการค้าสินค้าหรือการให้บริการกับบริษัทหรือบริษัทย่อยโดยตรงหรือทำการผ่านผู้อื่น
6. คณะกรรมการบริษัทจะต้องกำกับดูแลให้บริษัทปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์ และ ตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือ กฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน นอกจากนี้ บริษัทจะต้องเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันในสารสนเทศต่างๆ ตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย
7. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัทเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัท
8. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องปฏิบัติงานให้เต็มเวลาอย่างสุดกำลังความสามารถ โดยไม่ประกอบธุรกิจส่วนตัวใด ๆ ที่กระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่และเวลาทำงานของบริษัท
9. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องไม่กระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการเข้าไปบริหารหรือจัดการที่บั่นทอนผลประโยชน์ของบริษัท หรือเอื้อประโยชน์ให้บุคคลหรือนิติบุคคลใดๆไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ตนเองหรือของผู้อื่น
10. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทต้องหลีกเลี่ยงการมีส่วนเกี่ยวข้องทางการเงิน และ/หรือ ความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทต้องเสียผลประโยชน์หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือขัดขวางการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

7. การบริหารจัดการด้านภาษี

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) ตระหนักดีถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการเป็นผู้เสียภาษีที่ดี ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น เพื่อให้มีการบริหารจัดการด้านภาษีที่รัดกุม จึงกำหนดให้คู่มือการปฏิบัติงานด้านภาษีเป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย และส่งเสริมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางภาษีอากรที่ดีเพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าสูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย มีการเสียภาษีอย่างถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนมีแนวทางการดำเนินการด้านภาษีที่สอดคล้องกับคู่มือการกำกับกิจการที่ดีและจรรยาบรรณทางธุรกิจที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ

ความโปร่งใสด้านภาษี

ในการวางแผนและปฏิบัติงานด้านภาษี บริษัทฯได้นำหลักการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการด้านภาษีให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างความซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบและรักษาประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียและสังคม ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม ตลอดจนทั้งเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสีย มีส่วนในการดูแลกิจการ เพื่อเป็นกลไกและกระบวนการ

ที่จะดูแล ให้มีการดำเนินการอย่างจริงจัง โดยตระหนักถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับภาษีทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรที่ดีอย่างแท้จริง

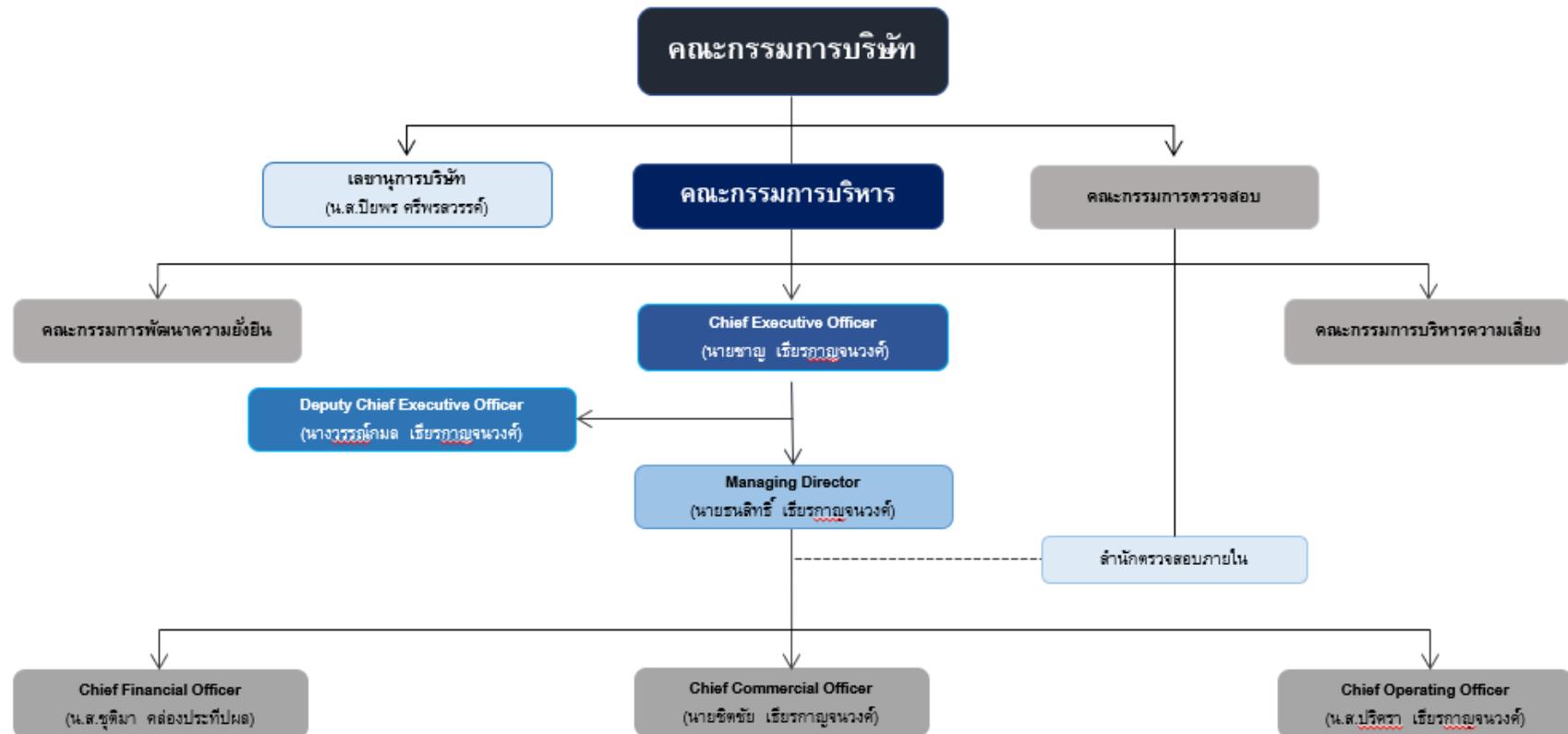
การดำเนินงานด้านภาษี

ในปัจจุบันบริษัทได้ปรับปรุงมาตรการและระเบียบปฏิบัติให้ทันสมัยเป็นที่ยอมรับของสากล และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้บุคลากรทางบัญชีและพนักงานที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจในข้อกำหนด และหลักการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดทำรายงานทางการเงิน และการวางแผนภาษี เพื่อให้สามารถปฏิบัติและดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับกิจกรรมขององค์กร ซึ่งช่วยให้ชำระภาษีได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ตามหลักกฎหมาย ลดความเสี่ยงค่าปรับเงินเพิ่ม ลดข้อผิดพลาดในการคำนวณภาษี วางแผนอย่างรัดกุมเพื่อป้องกันปัญหาทางภาษีอากรที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งทางบริษัทได้จัดหลักสูตรอบรมเพิ่มความรู้ให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบถึงวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับด้านภาษีอากร และสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดอบรมให้ความรู้พนักงานอย่างต่อเนื่องทุกปี

แนวทางปฏิบัติ

1. การจัดทำ บริหารจัดการ และวางแผนภาษีด้วยความรับผิดชอบ โดยยึดหลักปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับภาษีตามประเภทธุรกิจที่บริษัทฯ ดำเนินการ
2. การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและภาษีอากรต่อเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง
3. การจัดให้มีผู้รับผิดชอบด้านภาษีและประสานงานด้านภาษีกับหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการจัดให้มีการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจด้านกฎหมายภาษีอากร แก่ผู้รับผิดชอบดังกล่าว
4. การกำหนดให้มีการพิจารณาผลกระทบทางภาษีสำหรับโครงการลงทุน หรือ เมื่อมีธุรกรรมใหม่ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านภาษีอากรของบริษัท
5. การมีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการยื่นแบบ การขอคืนภาษี ให้ตรงตามกำหนดเวลา ถูกต้อง และครบถ้วน สอดคล้องกับมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป
6. การมีความมุ่งมั่น ในการปรับตัวเพื่อรองรับ นโยบายทางภาษีใหม่ อันสืบเนื่องจากการ Disruption เช่น Digital Transformation, E-Withholding Tax, E-Tax Invoice และ การลงทุนในระบบ Automation เป็นต้น ทั้งนี้โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดที่จะมีต่อองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ
7. กรณีเกิดข้อพิพาททางภาษี ซึ่งส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ จะต้องรายงานผู้บริหารสูงสุด เพื่อชี้แจง ทาหรือ ร่วมกันพิจารณาแนวทางที่เหมาะสมต่อไป
8. มีระบบควบคุมและการตรวจสอบ โดยสำนักตรวจสอบภายใน และผู้ตรวจสอบอิสระที่ขึ้นทะเบียนและได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ในการตรวจสอบติดตามความครบถ้วนถูกต้องในการปฏิบัติงาน เพื่อควบคุมและลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานด้านภาษีที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการทำงาน โดยมีการสุ่มตรวจสอบสม่ำเสมอ โดยสำนักตรวจสอบภายใน และการตรวจสอบติดตามความครบถ้วน ถูกต้องทุกไตรมาส และการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงาน และอื่นๆ
บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568



คณะกรรมการบริษัท

บริษัทฯ มีคณะกรรมการที่ทำหน้าที่กำหนดแนวทางและนโยบายต่าง ๆ ของบริษัทโดยคณะกรรมการดังกล่าวมีคุณสมบัติครบถ้วนตามมาตรา 68 แห่ง พ.ร.บ. บริษัทมหาชนจำกัด และตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ รวมทั้งไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 4/2 แห่ง พ.ร.ก. บริษัทบริหารสินทรัพย์ โดยคณะกรรมการบริษัทมีบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในฐานะผู้นำองค์กร คอยกำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามเป้าหมายและแนวทางเพื่อดูรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย โดยจะดูแลให้มีการจัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย นโยบาย ทิศทางการดำเนินงาน แผนกลยุทธ์ แผนงาน และงบประมาณประจำปีของบริษัทฯ และทิศทางในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในปัจจุบันและในระยะยาว

คณะกรรมการบริษัทจะกำหนดกระบวนการตรวจสอบ และการกำกับดูแลให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัท และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นและเป็นไปอย่างโปร่งใส เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปในทิศทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้องค์กรสู่ความยั่งยืน โดยคณะกรรมการบริษัท จะร่วมแสดงความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของธุรกิจร่วมกันก่อนที่จะพิจารณาอนุมัติ และติดตามให้มีการบริหารงาน เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้โดยจะยึดถือแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ

โครงสร้างการจัดการของบริษัทประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย และ ผู้บริหาร สำหรับคณะกรรมการชุดย่อยมีทั้งหมด 4 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย และ ผู้บริหาร แต่ละคณะมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด

ตามข้อบังคับบริษัทกำหนดองค์ประกอบของคณะกรรมการ ดังนี้

1. มีจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ราย แต่ไม่เกิน 15 ราย โดยเป็นกรรมการผู้หญิงไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด
2. มีกรรมการอิสระไม่น้อยกว่า 3 ราย และไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด (หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท กำหนดให้มีกรรมการอิสระไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง)
3. กรรมการอย่างน้อย 1 ราย ต้องมีความรู้ความสามารถด้านบัญชีการเงิน
4. กรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจะต้องมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 คณะกรรมการบริษัทตามหนังสือรับรองกระทรวงพาณิชย์ฉบับปัจจุบัน มีจำนวน 7 ราย ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงสร้างคณะกรรมการและความเป็นอิสระ

กรรมการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. จำนวนคณะกรรมการบริษัทรวม	7	100.00
- กรรมการที่เป็นเพศชาย	5	71.42
- กรรมการที่เป็นเพศหญิง	2	28.57
2. กรรมการที่เป็นกรรมการอิสระ	3	42.85
3. กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร	4	57.14
4. กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	3	42.85

● องค์ประกอบคณะกรรมการบริษัท

รายชื่อ	คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการชุดย่อย			
		คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการบริหาร	คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
1. นายชาญ เขียวกาญจนวงศ์	ประธานกรรมการบริษัท	-	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	-	-
2. นางวรรณกมล เขียวกาญจนวงศ์	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	-	กรรมการบริหาร	กรรมการความยั่งยืน	-
3. นายธนสิทธิ์ เขียวกาญจนวงศ์	กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	-	กรรมการบริหาร	ประธานกรรมการความยั่งยืน	ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง
4. นายอาทิตย์ ชูณหัชชราชัย	กรรมการ	-	-	-	-
5. ดร.สุวิทย์ ธนียวัน	กรรมการอิสระ	-	-	-	-
6. ศ.ดร.ภูมิฐาน รั้งคุณวัฒน์	กรรมการอิสระ	-	-	-	-
7. นางหฤทัย สุขยิ่ง	กรรมการอิสระ	-	-	-	-
8. ดร.ฐิติพงศ์ นันทาทวีวัฒน์	กรรมการอิสระ	ประธานและกรรมการอิสระ	-	-	-
9. ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ	กรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ	-	-	-
10. นางสาวธานิดา เจนวาณิชย์	กรรมการอิสระ	กรรมการอิสระ	-	-	-
11. นายชิตชัย เขียวกาญจนวงศ์	-	-	กรรมการบริหาร	กรรมการความยั่งยืน	กรรมการบริหารความเสี่ยง
12. นางสาวปรีศรา เขียวกาญจนวงศ์	-	-	กรรมการบริหาร	-	-
13. นางสาวชุติมา คล่องประทีปผล	-	-	-	กรรมการความยั่งยืน	กรรมการบริหารความเสี่ยง
14. นางสาวนิวรรณ เตือนใจยา	-	-	-	กรรมการความยั่งยืน	-
15. นางสาวพวงแก้ว บุตรนุช	-	-	-	กรรมการความยั่งยืน	-
16. นางสาวณัฐพัทธ์ส์ จามิกรักษ์	-	-	-	กรรมการความยั่งยืน	-

- ข้อเสนอการเข้าประชุมของกรรมการ

รายชื่อ	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม						
	ประชุม AGM	คณะกรรมการ บริษัท	ประชุมระหว่างกรรมการ ที่ไม่เป็นผู้บริหาร	คณะกรรมการ ตรวจสอบ	คณะกรรมการ บริหาร	คณะกรรมการ พัฒนาความยั่งยืน	คณะกรรมการ บริหารความเสี่ยง
1. นายชาญ เจริญกาญจนวงศ์	1/1	3/4	-	-	13/13	-	-
2. นางวรรณกมล เจริญกาญจนวงศ์	1/1	3/4	-	-	13/13	4/4	-
3. นายธนสิทธิ์ เจริญกาญจนวงศ์	1/1	4/4	-	-	13/13	4/4	1/1
4. นายอาทิตย์ ชูณหัชชราชัย	1/1	4/4	-	-	-	-	-
5. ดร.สุวิทย์ ธนียวัน	-	1/4	-	-	-	-	-
6. ศ.ดร.ภูมิฐาน รังคกุลนิววัฒน์	-	1/4	-	-	-	-	-
7. นางทฤทัย สุขยิ่ง	-	1/4	-	-	-	-	-
8. ดร.ฐิติพงศ์ นันทาทวีวัฒน์	1/1	4/4	1/1	4/4	-	-	-
9. ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ	1/1	4/4	1/1	4/4	-	-	-
10. นางสาวธานิดา เจนวนาณิชัย	1/1	4/4	1/1	4/4	-	-	-
11. นายชิตชัย เจริญกาญจนวงศ์	-	-	-	-	-	4/4	1/1
12. นางสาวปริศรา เจริญกาญจนวงศ์	-	-	-	-	13/13	-	-
13. นางสาวชุตินา คล่องประทีปผล	-	-	-	-	-	4/4	1/1
14. นางสาวนิวรรณ เตือนใจยา	-	-	-	-	-	4/4	-
15. นางสาวพวงแก้ว บุตรนุช	-	-	-	-	-	4/4	-
16. นางสาวปิยพร ศรีพรสวรรค์	-	-	-	-	-	4/4	-
17. นางสาวณัฐพัชร์ จามิกรักษ์	-	-	-	-	-	4/4	1/1

หมายเหตุ : เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2568 ดร.สุวิทย์ ธนียวัน, นางทฤทัย สุขยิ่ง และ ศ.ดร.ภูมิฐาน รังคกุลนิววัฒน์ ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท

ในปี 2568 คณะกรรมการได้จัดให้มีการประชุมระหว่างกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร จำนวน 4 ครั้ง ในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2568 , 14 สิงหาคม 2568 , 12 กันยายน 2568 และ 13 พฤศจิกายน 2568

รายชื่อคณะกรรมการบริษัท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568)

รายชื่อ	ตำแหน่ง
1. นายชาญ เจริญกาญจนวงศ์	ประธานกรรมการ
2. นางวรรณกมล เจริญกาญจนวงศ์	กรรมการ
3. นายธนสิทธิ์ เจริญกาญจนวงศ์	กรรมการ
4. นายอาทิตย์ ชุมหัชชราชัย	กรรมการ
5. ดร.ฐิติพงศ์ นันทากวีวัฒน์	กรรมการอิสระ/ประธานกรรมการตรวจสอบ
6. ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ	กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ
7. นางสาวธานีดา เจนวนาณิษฐ์	กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ

โดยมี นางสาวปิยพร ศรีพรสวรรค์ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ

คณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้นำหรือผู้รับผิดชอบสูงสุดของบริษัทมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการกำกับดูแลกิจการ ให้บริษัทดำเนินกิจการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของบริษัทรวมถึงรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและมีการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดของหน่วยงานที่กำกับดูแล คณะกรรมการบริษัทจึงต้องทำหน้าที่ของตนด้วยความระมัดระวัง รอบคอบ ซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัทเป็นสำคัญ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการและผู้ถือหุ้น

ข้อมูลคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการชุดย่อยมีทั้งหมด 4 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน

● **คณะกรรมการตรวจสอบ**

คณะกรรมการตรวจสอบประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน และกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน ต้องมีความรู้และประสบการณ์ด้านบัญชีและการเงิน เพื่อที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินของบริษัท และให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระ โดยคณะกรรมการตรวจสอบต้องมีคุณสมบัติตามประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีขอบเขตอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบหลักในการสอบทานให้บริษัทมีการรายงานทางการเงินอย่างถูกต้อง เพียงพอ และสอบทานให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายใน (Internal Control) และระบบการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบและกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัท สอบทานรายงานทางการเงิน ระบบควบคุมภายใน การแต่งตั้งผู้สอบบัญชี การพิจารณาข้อขัดแย้งทางผลประโยชน์ และจัดทำรายงานการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการตรวจสอบ

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 คณะกรรมการตรวจสอบ มีจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1.	ดร.ฐิติพงศ์ นันทากวีวัฒน์	กรรมการอิสระ/ประธานกรรมการตรวจสอบ
2.	ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ	กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ
3.	นางสาวธานีดา เจนวนาณิษฐ์	กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ

หมายเหตุ : นางสาวธานีดา เจนวนาณิษฐ์ เป็นกรรมการที่มีประสบการณ์ด้านบัญชีและการเงิน รายละเอียดปรากฏตามหัวข้อประวัติคณะกรรมการ : โดยมี นางสาวณัฐพัทธ์ จามิกรักษ์ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ

● คณะกรรมการบริหาร

คณะกรรมการบริหารประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า 3 คน โดยคณะกรรมการบริหารจะเป็นผู้กำหนดแนวทาง และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดและมอบหมายโดยคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารจัดการบริษัทฯ รวมทั้งสร้างความมั่นคงและยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 คณะกรรมการบริหาร มีจำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1.	นายชาญ เขียวกาญจนวงศ์	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2.	นางวรรณกมล เขียวกาญจนวงศ์	รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร /
3.	นายธนสิทธิ์ เขียวกาญจนวงศ์	กรรมการผู้จัดการ
4.	นายชิตชัย เขียวกาญจนวงศ์	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายพาณิชย์
5.	นางสาวปริศรา เขียวกาญจนวงศ์	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ

โดยมี นางสาวปิยพร ศรีพรสวรรค์ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ

● คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะให้การสนับสนุนและปฏิบัติการในนามของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งอาศัย หลักการพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยมีการเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์กร และให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงองค์กรตามแนวทางสากล (COSO Enterprise Risk Management Framework : COSO ERM) รวมถึงปลูกฝังให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงการดำเนินธุรกิจและการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 คณะกรรมการบริหาร มีจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
3.	นายธนสิทธิ์ เขียวกาญจนวงศ์	ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง
4.	นายชิตชัย เขียวกาญจนวงศ์	กรรมการบริหารความเสี่ยง
5.	นางสาวชุตติมา คล่องประทีปผล	กรรมการบริหารความเสี่ยง

โดยมี นางสาวณัฐพัทธ์ จามิกรักษ์ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ

● คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน

คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืนได้รับแต่งตั้งโดยคณะกรรมการบริษัท ในขอบเขตของการดูแลและการกำกับดูแลกิจการ กำหนดนโยบายงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของบริษัทที่เหมาะสม เพียงพอ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อความยั่งยืน เพื่อส่งเสริม สนับสนุนและยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและพัฒนาธุรกิจให้มีความยั่งยืน โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ อันได้แก่ ผู้มีส่วนได้เสีย สังคม ชุมชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม และผลักดันให้กลุ่มบริษัทบิีก คาเมร่า คำนึงถึงประเด็นความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอย่างครอบคลุม ทั้งในมิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านสังคม และมิติด้านบรรษัทภิบาล ตลอดจนส่งเสริมให้มีการเปิดเผยข้อมูลการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อสะท้อนคุณค่าและมูลค่าที่แท้จริงของกลุ่มบริษัทบิีก คาเมร่า

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 คณะกรรมการการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัท จำนวน 7 ท่าน ดังนี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง
1. นายธนสิทธิ์ เจริญกาญจนวงศ์	ประธานกรรมการการพัฒนาความยั่งยืน
2. นายชิตชัย เจริญกาญจนวงศ์	รองประธานกรรมการการพัฒนาความยั่งยืน
3. นางวรรณกมล เจริญกาญจนวงศ์	กรรมการการพัฒนาความยั่งยืน
4. นางสาวชุตินา คล่องประทีปผล	กรรมการการพัฒนาความยั่งยืน
5. นางสาวนิวรรณ เตือนใจยา	กรรมการการพัฒนาความยั่งยืน
6. นางสาวพวงแก้ว บุตรนุช	กรรมการการพัฒนาความยั่งยืน
7. นางสาวณัฐทพัทธ์ จามีกรักษ์	กรรมการการพัฒนาความยั่งยืน

โดยมี นางสาวปิยพร ศรีพรสวรรค์ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้คณะกรรมการได้พิจารณาทบทวนผลการปฏิบัติงาน ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในระหว่างปี โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้ทบทวนและปรับปรุงแบบประเมิน เพื่อให้การประเมินผลดังกล่าวมีหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีและหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการ รวมทั้งวิเคราะห์และประเมินผลที่ได้จากการประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและจัดทำเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีกระบวนการประเมินตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. เลขานุการบริษัททำหน้าที่จัดส่งแบบประเมินให้แก่กรรมการ กรรมการชุดย่อย และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ภายในเดือนธันวาคมของทุกปี
2. เลขานุการบริษัทรวบรวมแบบประเมินกลับคืนภายในเดือนมกราคมของปีถัดไปเลขานุการบริษัทสรุปผลการประเมิน
3. รายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทให้รับทราบ เพื่อนำข้อเสนอแนะคณะกรรมการบริษัทมาพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

หลักเกณฑ์การประเมิน

1. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท (ทั้งคณะ)

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 6 หมวดหลัก ได้แก่

- 1.1 โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ
- 1.2 บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- 1.3 การประชุมคณะกรรมการ
- 1.4 การทำหน้าที่ของกรรมการ
- 1.5 ความสัมพันธ์กับฝ่ายจัดการ
- 1.6 การพัฒนาตนเองของกรรมการและการพัฒนาผู้บริหาร

2. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท (รายบุคคล)

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 5 หมวดหลัก ได้แก่

- 2.1 คุณสมบัติด้านบุคคล
- 2.2 ความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการบริษัท
- 2.3 การมีส่วนร่วมในการประชุมของกรรมการบริษัท
- 2.4 บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการบริษัท
- 2.5 ความสัมพันธ์คณะกรรมการและฝ่ายจัดการ

3. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อย “คณะกรรมการตรวจสอบ” (ทั้งคณะ)

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 4 หมวดหลัก ได้แก่

- 3.1 โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ
- 3.2 การประชุมของคณะกรรมการ
- 3.3 บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- 3.4 การรายงานของคณะกรรมการ

4. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อย “คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง” (ทั้งคณะ)

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 4 หมวดหลัก ได้แก่

- 4.1 โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ
- 4.2 การประชุมของคณะกรรมการ
- 4.3 บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- 4.4 การรายงานของคณะกรรมการ

5. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการชุดย่อย “คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน” (ทั้งคณะ)

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 4 หมวดหลัก ได้แก่

- 5.1 โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ
- 5.2 การประชุมของคณะกรรมการ
- 5.3 บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- 5.4 การรายงานของคณะกรรมการ

ผลการประเมินของคณะกรรมการ ประจำปี 2568	
1. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท (ทั้งคณะ)	ร้อยละ 97.69
2. แบบประเมินตนเองของคณะกรรมการบริษัท (รายบุคคล)	ร้อยละ 100.00
3. แบบประเมินตนเองของ “คณะกรรมการตรวจสอบ” (ทั้งคณะ)	ร้อยละ 97.57
4. แบบประเมินตนเองของ “คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง” (ทั้งคณะ)	ร้อยละ 97.84
5. แบบประเมินตนเองของ “คณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน” (ทั้งคณะ)	ร้อยละ 97.80

6. แบบประเมินของผู้บริหารสูงสุด

ประเด็นคำถามประกอบด้วย 11 หมวดหลัก ได้แก่

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 6.1 ความเป็นผู้นำ | 6.7 การบริหารและความสัมพันธ์กับบุคลากร |
| 6.2 การกำหนดกลยุทธ์ | 6.8 การสืบทอดตำแหน่ง |
| 6.3 การปฏิบัติตามกลยุทธ์ | 6.9 ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ |
| 6.4 การวางแผนและผลปฏิบัติทางการเงิน | 6.10 คุณลักษณะส่วนตัว |
| 6.5 ความสัมพันธ์กับคณะกรรมการ | 6.11 การบริหารจัดการด้าน ESG |
| 6.6 ความสัมพันธ์กับภายนอก | |

เกณฑ์ผลการประเมิน

คะแนนเฉลี่ย (ร้อยละ)	ความหมาย
มากกว่าร้อยละ 95	ดีเยี่ยม
ร้อยละ 90-95	ดีมาก
ร้อยละ 80-89	ดี
ร้อยละ 70-79	พอใช้

ความหมายของการให้คะแนน

- | |
|---|
| 0 = ไม่มีการดำเนินงานในเรื่องนั้น |
| 1 = มีการดำเนินงานในเรื่องนั้นเล็กน้อย |
| 2 = มีการดำเนินการในเรื่องนั้นพอสมควร |
| 3 = มีการดำเนินการในเรื่องนั้นดี |
| 4 = มีการดำเนินการในเรื่องนั้นอย่างดีเยี่ยม |

สรุปผลการประเมินประจำปี 2568

- ในปี 2568 ผลการประเมินของคณะกรรมการบริษัททั้งคณะและรายบุคคล ได้คะแนนการประเมินอยู่ที่ร้อยละ 97.69 และร้อยละ 100.00 ตามลำดับ
- คณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะ ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ , คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการพัฒนาความยั่งยืน คะแนนการประเมินอยู่ที่ร้อยละ 97.57 , 97.84 และร้อยละ 97.80 ตามลำดับ
- การประเมินผลประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) อยู่ที่ร้อยละ 96.55 อยู่ในเกณฑ์ “ดีเยี่ยม” ซึ่งแบบประเมินประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) นั้นได้รับการประเมิน โดยคณะกรรมการบริษัทที่ไม่เป็นผู้บริหาร

การอบรมคณะกรรมการและผู้บริหาร

ข้อมูลเกี่ยวกับการอบรมคณะกรรมการ และผู้บริหาร

การอบรมคณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้คณะกรรมการมีความรู้ความเข้าใจที่เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเท่าทันต่อยุคสมัย สามารถกำกับดูแลกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้บริษัทสามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และรักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมได้อย่างมั่นคง โดยในปี 2568 ที่ผ่านมามีคณะกรรมการและผู้บริหารเข้ารับการอบรม โดยมีหลักสูตรการอบรม ดังนี้

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้ารับการอบรม	ตำแหน่ง	หลักสูตรที่ได้รับการอบรม
1	นายชาญ เยียรกาญจนวงศ์	ประธานกรรมการ	CAC Training Program
2	นางวรรณกมล เยียรกาญจนวงศ์	กรรมการ	CAC Training Program
3	นายธนสิทธิ์ เยียรกาญจนวงศ์	กรรมการ	CAC Training Program
4	นายอาทิตย์ ชุมหัชชราชัย	กรรมการ	-

ลำดับที่	รายชื่อผู้เข้ารับการอบรม	ตำแหน่ง	หลักสูตรที่รับการอบรม
5	ดร.ฐิติพงศ์ นันทาทิวัฒน์	กรรมการอิสระ/ประธานกรรมการตรวจสอบ	The Evolving Role of Audit Committee in Fostering Trust and Transparency 4/2025
6	ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ	กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ	-
7	นางสาวธานีดา เจนวนิชย์	กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ	The Evolving Role of Audit Committee in Fostering Trust and Transparency 4/2025 A Key To Corporate Success
8	นายชิตชัย เขียรกาญจนวงศ์	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายพาณิชย์	CAC Training Program
9	นางสาวปริศรา เขียรกาญจนวงศ์	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ	CAC Training Program
10	นางสาวชุติมา คล่องประทีปผล	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน	CAC Training Program Smart Accounting: Update TFRSs มาตรฐานการรายงานทางการเงิน IFRS S1/ IFRS S2 EY CFO FORUM 2025 Future Finance: พลิกบทบาท CFO สู่ผู้นำยุคดิจิทัล มาตรฐานบัญชี IFRS 18/ IFRS 19

ผลการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจโดยสร้างมูลค่าทางธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม และสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการประเมินด้านความยั่งยืน โดยการจัดทำรายงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ ลงในรายงานประจำปีของบริษัท (56-1 One Report) ฉบับปี 2568 เพื่อนำเสนอผลงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีขอบเขตการเปิดเผยข้อมูลที่ครอบคลุมผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่ ปีก คาเมร่า มีอำนาจในการบริหารจัดการ โดยข้อมูลในรายงานฉบับนี้ครอบคลุมระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2568 ดังนี้

● การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

1. การมีผลการดำเนินธุรกิจที่ดีและมั่นคง

รายได้

ในปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการ จำนวน 3,809 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 0.8 ซึ่งต่ำกว่าประมาณการที่คาดไว้ ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างไทยและกัมพูชา จนนำมาซึ่งข้อกำหนดการค้าขายสินค้ากลุ่มอากาศยานไร้คนขับ (โดรน) จากทางคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ซึ่งกำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนการครอบครองจนแล้วเสร็จก่อนการส่งมอบให้แก่ลูกค้า รวมทั้งการระงับการใช้งานโดรนในแนวจังหวัดที่มีพื้นที่กับชายแดนกัมพูชา ทำให้เกิดการชะลอของรายได้ในส่วนนี้ ทั้งนี้ทั้งนั้นกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 โดยมีมูลค่า 783.15 ล้านบาท (ปี 2567 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 756.38 ล้านบาท) จากการพยายามร่วมมือกับทางแบรนด์ผู้ผลิตสินค้าในการจัดโปรโมชั่นในการขายสินค้าอย่างเหมาะสม โดยบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.5 ของรายได้รวม ลดลงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีก่อน (ปี 2567 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 106 ล้านบาท)

รายจ่าย

สำหรับปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวน 582 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15 ของรายได้รวม ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ค่าเช่าร้าน ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ค่านายหน้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากปีก่อน เนื่องจากการขยายสาขาต่อเนื่องจากช่วงปีที่ผ่านมา ทั้งในกลุ่มสาขาโทรศัพท์เคลื่อนที่ และกลุ่มอุปกรณ์ถ่ายภาพ รวมทั้งการแจ้งปรับอัตราค่าเช่าของศูนย์การค้าตามรอบการต่อสัญญาเช่าที่ตกลงร่วมกัน นอกจากนี้ยังได้รับผลกระทบบางส่วนจากการปรับอัตราค่าแรงขั้นต่ำในช่วง 1 กรกฎาคม ที่ผ่านมามาตามนโยบายภาครัฐ

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 213 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5 ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีที่ผ่านมา โดยเป็นการเพิ่มในส่วนของการบำรุงรักษาระบบโปรแกรม ERP ที่มีการขึ้นระบบไปช่วงต้นปี เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการบริหารจัดการโดยรวมของบริษัทฯ และเชื่อว่าจะมีส่วนช่วยให้สามารถทำให้สามารถรักษ้อัตรากำไรได้อย่างยั่งยืน

2. การจัดซื้ออย่างยั่งยืนและจรรยาบรรณคู่ค้าธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการขับเคลื่อนการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง จึงให้ความสำคัญการบริหารงานจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจที่สร้างความยั่งยืน มีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย อย่างเสมอภาค ซื่อสัตย์ และไม่เอารัดเอาเปรียบคู่ค้า โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมทั้งสองฝ่าย และหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัท จึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการจัดการความรับผิดชอบต่อในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุด การประเมินและบริหารความเสี่ยง การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อความยั่งยืน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ยาวนานกับคู่ค้าในการดำเนินการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทจึงได้กำหนดแนวรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า เพื่อให้คู่ค้าใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลองค์กรที่ดี รวมถึงสนับสนุนให้คู่ค้าของบริษัท ปฏิบัติต่อคู่ค้าของตนเองในลักษณะเดียวกัน ซึ่งเป็นการส่งเสริมการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นและความมั่นคงในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและคู่ค้า ทั้งยังเป็นการยกระดับมาตรฐานทางจริยธรรมและคุณภาพในทุกส่วนของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งถือเป็นการปฏิบัติในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า

บริษัทฯ ยึดมั่นในหลักการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยให้ความสำคัญต่อการรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของบริษัท ตามแนวทางการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทจึงได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้าขึ้น เพื่อสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินงานของคู่ค้าทุกกลุ่มที่มีการทำธุรกรรมร่วมกับบริษัท ให้ดำเนินการอย่างโปร่งใสภายใต้จรรยาบรรณธุรกิจที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อในทุกระดับ ไม่เพียงแต่ผลประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจเท่านั้น แต่ยังมีมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนและมีมั่นคงตลอดห่วงโซ่อุปทานร่วมกัน โดยมีหลักการครอบคลุมการดำเนินงาน ทั้ง 3 มิติ คือ สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล ดังนี้

○ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

การดำเนินธุรกิจสำหรับคู่ค้านั้น ไม่ควรคำนึงถึงแต่เพียงผลประโยชน์ที่จะได้รับเท่านั้น แต่ควรต้องดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นหน้าที่ที่คู่ค้าจำเป็นต้องปฏิบัติด้วยความเคารพอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และตระหนักถึงผลกระทบในกระบวนการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ เพื่อหลีกเลี่ยงหรือป้องกันการกระทำที่อาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพื่อดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างยั่งยืนได้ในระยะยาว

○ ด้านสังคม (Social)

การดำเนินธุรกิจในการบริหารจัดการความสัมพันธ์และการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มด้วยความเท่าเทียม และใส่ใจต่อสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ พึงได้รับตามสิทธินั้น คู่ค้าจำเป็นต้องให้ความสำคัญอยู่เสมอ ไม่ว่าจะกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียนั้นจะเป็นผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มหลักหรือกลุ่มรองก็ตาม ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

○ ด้านบรรษัทภิบาล (Governance)

บริษัทคู่ค้าควรให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสเป็นธรรม ซื่อสัตย์สุจริต เคารพต่อกฎ ระเบียบ ปฏิบัติ และปฏิบัติตามกฎหมายที่มีต่อคู่แข่งทางการค้า ลูกค้า หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน พนักงานทุกระดับ และผู้มีส่วนได้เสียของคู่ค้าทุกกลุ่ม

3. การสรรหาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และการบริการที่ดีและมีคุณภาพ

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นเป็นผู้นำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ ที่มีเทคโนโลยีทันสมัย โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ของคนยุคปัจจุบัน พร้อมกับการให้บริการที่เป็นเลิศ โดยการบริหารงานจากทีมงานมืออาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อสร้างประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีเป้าหมายในการให้บริการลูกค้า

ด้วยสินค้าและบริการที่หลากหลายอย่างครบวงจร เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจอันสูงสุดแก่ลูกค้า

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญ ในการสรรหาคัดเลือกนำเสนอสินค้า และบริการที่ทันสมัย มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์ มีคุณภาพที่ดี มีความหลากหลาย และมีมาตรฐานความปลอดภัย ตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าทุกระดับหลากหลายอาชีพ โดยเน้นการขยายช่องทางจำหน่าย เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการใหม่ๆ รวมถึงมีการบริหารจัดการส่งสินค้า และการให้บริการหลังการขายที่ดีและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความพึงพอใจอันสูงสุด รวมถึงให้ความสำคัญ ในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในการสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานปี 2568

- **สินค้าที่หลากหลาย**

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา (Covid-19) จะคลี่คลายลงไปแล้ว แต่การใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ ยังคงดำเนินต่อไป ส่งผลให้หลายองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงาน โดยมีการเน้นช่องทางการให้บริการแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการลดการรวมกลุ่มและประหยัดค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับกระแสคนรุ่นใหม่ที่ทำให้ทุกคนมีเวลาเพิ่มขึ้น บริษัทหลายๆ ที่เริ่มมีการจัดระเบียบให้พนักงานสลับทำงานที่บ้าน (Hybrid Workplace) หรือการประชุมต่างๆ ในปัจจุบัน ก็มีทางเลือกให้กับผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเข้าร่วมประชุมได้ทั้งแบบ onsite และ online ในส่วนของโรงเรียนและมหาวิทยาลัยหลายๆ แห่ง มีการเพิ่มการเรียนการสอนแบบออนไลน์ ทำให้สินค้าเทคโนโลยียังคงเป็นที่ต้องการในการดำเนินชีวิต บริษัทฯ จึงมีทีมงานเฉพาะที่ดำเนินการคัดสรรสินค้าที่ทันสมัยและจัดซื้อสินค้าทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีมาตรการในการคัดเลือกสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เพิ่มความหลากหลาย เน้นความปลอดภัยต่อลูกค้า ครอบคลุมแบรนด์ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นทั้งกลุ่มสินค้ากล้องถ่ายภาพ ไปจนถึงอุปกรณ์ถ่ายภาพ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างเพียงพอ และเพื่อได้รับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากลูกค้า

- **ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการคัดสรรสินค้าเทคโนโลยีที่ทันสมัย ควบคู่กับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าและสนับสนุนให้ผู้ผลิตหรือคู่ค้า ใช้บรรจุภัณฑ์สินค้าที่วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle)

โดยสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น **ถุงรักษ์โลก** บริษัทฯ มีการรณรงค์ลดการใช้ถุงหิ้วพลาสติกและลดภาระค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ และเพื่อเป็นการลดปริมาณขยะ รวมถึงการส่งผลกระทบต่ออนามัยสิ่งแวดล้อม จึงมีการผลิตถุงกระดาษที่มีความทนทาน สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ และผลิตจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ง่ายเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้ในการบรรจุสิ่งของให้แก่ลูกค้าที่มีการใช้บริการที่หน้าร้านสาขา



- **การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการสำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการของลูกค้าจากฐานข้อมูลของบริษัทฯ ด้วยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลของลูกค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างความสอดคล้องและเพิ่มประสิทธิภาพของฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้ทำการแบ่งฐานข้อมูลของลูกค้าออกเป็นกลุ่มตามลักษณะความสนใจ เพื่อที่จะสามารถ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างครบถ้วน ควบคู่กับการวิเคราะห์แนวโน้มของสินค้าเทคโนโลยี รวมถึงนวัตกรรมใหม่ๆ และใช้ข้อสรุปเหล่านั้น ในการคัดสรรและนำเสนอสินค้าและการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้มากที่สุด

- **การตรวจสอบที่มาและมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า**

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการคัดสรรสินค้าที่มีความปลอดภัยเพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าเป็นสำคัญ โดยหน่วยงานที่ทำการจัดซื้อสินค้า จะทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตในการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เกี่ยวกับความปลอดภัยในสินค้า ว่าสินค้านั้นผ่านการรับรองความปลอดภัยตามที่หน่วยงานราชการกำหนดหรือไม่ เนื่องด้วยบริษัทฯ ตระหนักว่า คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้ามีความสำคัญอย่างมากต่อลูกค้า รวมทั้งการจัดทำฉลากสินค้าที่ถูกต้องตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูลของสินค้าอย่างถูกต้องและชัดเจน

โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่ได้รับข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความปลอดภัยในสินค้า แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงหมั่นพัฒนาคุณภาพสินค้าและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าที่เข้ารับบริการ

- **การจำหน่ายสินค้าและบริการที่ครบวงจร**

บริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้ากล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพที่ทันสมัยและหลากหลาย รวมถึงมีบริการงานด้านภาพพิมพ์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างครบวงจรที่หน้าร้านสาขา และมีการให้บริการด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความหลากหลาย ผ่านร้านเครือข่ายโทรศัพท์ภายใต้แบรนด์ เอไอเอส นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีช่องทางออนไลน์ไว้สำหรับบริการลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อสินค้า การค้นหาข้อมูลรายละเอียดของสินค้า ข้อมูลการรีวิวสินค้า และขอแนะนำการใช้สินค้า เป็นต้น ซึ่งช่องทางออนไลน์นี้ได้แก่ เว็บไซต์บริษัทฯ, ช่องทางการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น โดยสินค้าทุกรายการที่มีการซื้อจากบริษัทฯ จะมีการรับประกันสินค้าจากผู้ผลิต โดยมีระยะเวลาการรับประกันตั้งแต่ 6 เดือน – 2 ปี รองรับบริการเปลี่ยนและการซ่อมสินค้าจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าชั้นนำ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแบรนด์ผู้ผลิตและประเภทสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าจากบริษัทฯ มากขึ้น

4. การมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการคัดสรรผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจอันสูงสุดแก่ลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างไร้ขีดจำกัด และลูกค้ามีช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างหลากหลาย สามารถค้นหาผู้ขายและสามารถเปรียบเทียบราคาได้โดยง่าย มีคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพันกับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่เป็นกำลังสำคัญของบริษัทฯ ที่คอยส่งเสริมและขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตและยั่งยืน โดยบริษัทฯ มีการตั้งเป้าหมายในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า 100%

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญ กับการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าในเรื่องคุณภาพสินค้าและการให้บริการตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจอันสูงสุดและความผูกพันของลูกค้าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการ ดังนี้

1. ใช้เทคโนโลยีควบคู่กับบุคลากร เพื่อเพิ่มระดับการให้บริการแก่ลูกค้า สร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในด้านสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างสูงสุด
2. พัฒนาคณะกรรมาธิการด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ทักษะการใช้งานผลิตภัณฑ์ ทักษะการขาย ทักษะการสื่อสารของพนักงานในองค์กร ให้มีอัธยาศัยดี สุภาพและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. สร้างความตระหนักถึงความสำคัญแก่พนักงานในองค์กร ในการเข้าถึง การเก็บรวบรวม การใช้ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งอาจส่งผลเสียหายต่อเจ้าของข้อมูลและบริษัทฯ และต้องได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และหลักสิทธิมนุษยชนสากล
4. เสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยรับฟังเสียงข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เรื่องร้องเรียน หรือความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์การขายและการตลาด การคัดเลือกสินค้า และบริการที่มีคุณภาพ โดยสื่อสารไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบและปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ตอบสนองความต้องการ ความสะดวกให้แก่ลูกค้า
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ปรากฏผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือช่องทางต่างๆ เพื่อทราบความคิดเห็นของลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและทันท่วงที
6. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การจัดโปรโมชั่น และการกำหนดราคาสินค้าอย่างเหมาะสม
7. การจัดกิจกรรม workshop แก่ลูกค้าที่มีการซื้อสินค้าจากร้านบีกคาเมร่า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้องและถูกวิธี

ผลการดำเนินงานปี 2568

บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อสร้างความผูกพันและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและองค์กร ประกอบกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ย่อมทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อและกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำที่ร้านบีกคาเมร่า ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถขยายกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. การพัฒนาศักยภาพพนักงานขายประจำสาขา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานขายประจำสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านซึ่งมีความรู้และความเข้าใจเชิงลึกด้านการขายหน้าร้าน รวมถึงความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากหลากหลายแบรนด์และหลายประเภทสินค้า ตลอดจนมีประสบการณ์ด้านการสอนและการถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยบริษัทฯ มีการวางแผนและออกแบบหลักสูตรการอบรมให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ และจุดเด่นของสินค้าแต่ละประเภทให้แก่พนักงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดหลักสูตรเตรียมความพร้อมสำหรับพนักงานขาย เพื่อพัฒนาทักษะด้านการขาย การเจรจาต่อรอง การให้บริการด้วยอัธยาศัยที่ดี การรับฟังความต้องการของลูกค้าอย่างเข้าใจ ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพหัวหน้างานให้สามารถให้คำแนะนำและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงวิธีการใช้งานที่ถูกต้อง พร้อมทั้งสามารถสื่อสารข้อมูลให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างชัดเจน มีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดการอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ให้แก่พนักงานขายประจำสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานด้านการขายและการให้บริการลูกค้า เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า โดยหลักสูตรการอบรมประกอบด้วยหัวข้อสำคัญ ดังนี้

- ความรู้ด้านสินค้า เพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจในคุณสมบัติ จุดเด่น และความแตกต่างของสินค้าแต่ละประเภท ความรู้ด้านการให้บริการ เพื่อเสริมสร้างมาตรฐานการให้บริการที่เป็นมืออาชีพและสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร
- การนำเสนอสินค้าเสริมให้ตรงความต้องการลูกค้า เพื่อเพิ่มทักษะในการวิเคราะห์ความต้องการและเสนอสินค้าได้อย่างเหมาะสม
- ความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้า เพื่อพัฒนาความเข้าใจในกระบวนการขายและเทคนิคการปิดการขายอย่างมีประสิทธิภาพ
- ความรู้เกี่ยวกับกล้องและอุปกรณ์ในการถ่ายภาพและวิดีโอ เพื่อให้พนักงานสามารถให้คำแนะนำสินค้าได้อย่างถูกต้องและตรงความต้องการของลูกค้า
- การฝึกทักษะการขาย เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและความชำนาญในการปฏิบัติงานจริง

- คิดบวก รับมือทุกสถานการณ์ขาย เพื่อพัฒนาทัศนคติที่เหมาะสม การควบคุมอารมณ์ และการรับมือกับสถานการณ์ที่ท้าทายในการให้บริการ
- เทคนิคการขายและการโน้มน้าวใจลูกค้า เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการสื่อสาร การสร้างความเชื่อมั่น และการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

การจัดอบรมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายอย่างเป็นระบบ เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจ และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

2. บริษัทฯ จัดให้มีศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ คอยรับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากลูกค้าผ่านหลายช่องทาง ได้แก่ ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ big hotline@bigcamera.co.th , ทางเว็บไซต์บริษัท www.bigcamera.co.th , ทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line Official, Instagram, Tik Tok เป็นต้น รวมถึงมีการดำเนินการดังนี้
 - อบรมพนักงานเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบริษัท ผลิตภัณฑ์และบริการ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการเคลมราคา และโปรโมชั่น การจัดงานอีเวนต์ เรื่องอื่นๆ เป็นต้น รวมทั้ง การประชุมหรือแจ้งข่าวสารข้อมูลอื่นๆ ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ข้อมูลลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว รวมทั้ง การเข้าถึง การเก็บรวบรวม การใช้ การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเจ้าของข้อมูล ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมาย
 - การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการและด้านอื่นๆ ของบริษัทฯ อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์สูงสุดกับลูกค้ารวมถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพียงพอ และทันต่อเหตุการณ์แก่ลูกค้า เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยไม่มีการกล่าวอ้างเกินความจริง เกิดความเข้าใจผิด
 - วิเคราะห์ข้อมูลที่ปรากฏผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อทราบความคิดเห็นลูกค้า ความต้องการลูกค้า และดำเนินการบริหารจัดการทันที เช่น สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องโดยให้ข้อมูลรายละเอียดที่ถูกต้อง ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บริหารจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว เป็นต้น
 - ติดต่อกับลูกค้าด้วยความสุภาพ อธิบายข้อดี มีความกระตือรือร้น มีประสิทธิภาพ และเป็นທີ່ไว้วางใจ
 - มีกระบวนการที่ให้ลูกค้าเข้าถึงการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าได้อย่างรวดเร็ว
 - รักษาความลับข้อมูลของลูกค้า และไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
 - บริษัทเปิดรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า เพื่อให้ทราบปัญหาที่แท้จริงจากลูกค้าโดยตรง ปฏิบัติตามกระบวนการรับข้อร้องเรียน รวมทั้งนำข้อร้องเรียนไปประกอบเป็นแนวทางการพัฒนาและสื่อสารไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบปัญหาและดำเนินการจัดการ ปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน พร้อมประสานงานติดต่อกลับลูกค้าเพื่อทราบการดำเนินการของบริษัท
3. บริษัทฯ นำข้อมูลของลูกค้าที่มีการลงทะเบียนซื้อสินค้าในฐานะข้อมูลของบริษัทฯ มาวิเคราะห์ และบริหารจัดการในรูปแบบต่างๆ เพื่อติดต่อสื่อสารการตลาด หรือ แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขาย ในแต่ละโอกาสที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยบริษัทฯ ใช้นโยบายการตลาดแบบเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดทำกิจกรรมการตลาดหน้าร้าน การสื่อสารการตลาดโปรโมชั่น การจัดกิจกรรมเวิร์กช็อป เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการของบริษัทฯ และเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ารู้จักร้านค้าและเข้ามาเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการต่างๆ อีกครั้ง
4. บริษัทฯ มีการรับประกันสินค้า เพื่อรองรับการเปลี่ยนและการซ่อมสินค้าจากผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าชั้นนำ ทั้งนี้ เงื่อนไขเป็นไปตามที่ผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายกำหนด เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัท โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพด้วยความตั้งใจ เพื่อสร้างความพึงพอใจอันสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยหากสินค้ามีปัญหาหลังการขาย ลูกค้าสามารถเข้าใช้บริการเปลี่ยนหรือซ่อมสินค้าได้ที่ร้าน บิ๊ก คาเมร่า ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ

5. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า/คู่สัญญา

นโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีด้านลูกค้า/คู่สัญญา

บริษัทมีการกำหนดนโยบายให้พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม ซื่อสัตย์ และไม่เอาัดเอาเปรียบ โดยคำนึง ถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมทั้ง 2 ฝ่าย หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงบริษัทมีการจัดทำจรรยาบรรณสำหรับลูกค้า เพื่อเป็นแนวปฏิบัติอย่างยั่งยืนให้กับลูกค้า

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ลูกค้า/คู่สัญญาล้วนมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จโดยรวมของบริษัทฯ เนื่องด้วยลูกค้า/คู่สัญญาล้วน เป็นพันธมิตรที่มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการ บริษัทฯจึงมุ่งหมายที่จะพัฒนาและรักษาสัมพันธ์ภาพที่ยั่งยืนกับลูกค้าและคู่สัญญาที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจนในเรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการและมีความเชื่อถือซึ่งกันและกัน บริษัทฯจึงคำนึงถึงความเสมอภาค ความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจและผลประโยชน์ร่วมกันกับลูกค้า/คู่สัญญา และมุ่งมั่นที่จะทำธุรกิจกับลูกค้าอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม โดยยึดถือเงื่อนไขทางการค้าและการพัฒนาร่วมมือกับลูกค้า/คู่สัญญาเพื่อเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน บริษัทฯ จึงพึงปฏิบัติตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ต่างๆ อย่างเคร่งครัด และมีจรรยาบรรณที่ดีในการดำเนินธุรกิจ ในส่วนของธุรกิจที่เป็นการแข่งขัน บริษัทฯจะยึดถือกติกาของการแข่งขันที่ดีและเป็นธรรม โดยลูกค้าที่จะซื้อขายกับบริษัทฯตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นไปจะต้องรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับลูกค้าก่อนขึ้นทะเบียนผู้ขาย

แนวทางการบริหารจัดการ

1. ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อลูกค้าของบริษัทฯ บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม เพื่อประโยชน์สูงสุดร่วมกันทั้งสองฝ่าย กรณีไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้ จะรีบแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหาโดยใช้หลักของความสมเหตุสมผล
2. มุ่งเน้นให้ความสำคัญในการบริหารลูกค้า สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี สนับสนุนให้มีการพัฒนาร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจ
3. กำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โปร่งใส ยุติธรรมและตรวจสอบได้ รวมถึงสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างกับลูกค้าที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคมและธรรมาภิบาล หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี
4. เผยแพร่ จรรยาบรรณลูกค้าให้ลูกค้าทราบเจตนารมณ์ของบริษัทฯที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม การสื่อสารประชาสัมพันธ์ นโยบายและแนวปฏิบัติต่อการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนสนับสนุนให้ลูกค้าร่วมเป็นเครือข่ายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
5. ใช้สินค้าและบริการที่มีลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้าถูกต้อง และไม่สนับสนุนสินค้าหรือการกระทำที่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
6. ไม่เรียก หรือ รับ หรือ จ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับลูกค้า กรณีที่มีข้อมูลว่ามีการเรียก หรือ รับ หรือการจ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตเกิดขึ้น ต้องเปิดเผยรายละเอียดต่อลูกค้าและร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาโดยยุติธรรมและทันที่
7. รักษาความลับ หรือข้อมูลทางสารสนเทศของลูกค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนเองหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
8. ส่งเสริมให้ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เคารพต่อสิทธิมนุษยชนตามกฎหมายไม่ยอมรับการใช้แรงงานอย่างผิดกฎหมาย รวมถึงส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ในปี 2568 บริษัทฯมีการจัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า พร้อมทั้งให้คู่ค้าหลักของบริษัทฯลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้า จำนวน 57 ราย และคู่ค้าได้ตอบกลับมาร้อยละ 70 และบริษัทฯ กำหนดให้คู่ค้ารายหลักที่สำคัญทุกรายประเมินตนเอง พร้อมกับได้รับการสื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้าอย่างถูกต้องและทั่วถึง โดยผลการประเมินทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก และไม่มีคู่ค้าที่ไม่ผ่านการประเมินผลการปฏิบัติงาน อีกทั้งบริษัทฯ ได้มีมาตรการตรวจติดตามการปฏิบัติงานของคู่ค้าในทุกด้าน ทั้งนี้ บริษัทฯจัดให้มีการสื่อสารอย่างเหมาะสมร่วมกับคู่ค้าเป็นประจำทุกปี มีวัตถุประสงค์เพื่อกระชับความสัมพันธ์ และเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล สถานการณ์ การตลาดที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสื่อสารข่าวสาร และนโยบายภาครัฐต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจของบริษัทฯและคู่ค้า เพื่อสร้างโอกาสในการทำธุรกิจร่วมกันในอนาคต

● การดำเนินงานด้านสังคม

บริษัทฯมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม โดยได้กำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมอย่างชัดเจน ภายใต้การดำเนินธุรกิจที่ยึดถือหลักสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน บริษัทฯ ได้วางหลักการและแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาบุคลากร นโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงการกำหนดระเบียบและแนวปฏิบัติในการทำงานในด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจน และมีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียม ความปลอดภัย และคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงานนอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล โดยมีการรณรงค์และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง ทั้งภายในองค์กรและกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง อันเป็นรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อสังคม และยั่งยืนในระยะยาว

1. การบริหารทรัพยากรบุคคล

นโยบายและแนวปฏิบัติต่อพนักงาน

บริษัทฯตระหนักเป็นอย่างดีว่า พนักงานทุกคนเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าที่สุดของบริษัทฯ และเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมาย บริษัทฯจึงให้การดูแลโดยยึดหลักคุณธรรมและการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมในทุกกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน ดูแลพนักงานอย่างทั่วถึง ทั้งในด้านโอกาส ผลตอบแทน การแต่งตั้ง โยกย้าย การพัฒนา หรือการเลิกจ้าง โดยดำเนินการภายใต้นโยบายและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาความรู้ ความสามารถ และแสดงศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่ควบคู่กับการปลูกฝังให้พนักงานยึดมั่นในบรรทัดฐาน ค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนกฎ ระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างความเป็นหนึ่งเดียวและความเข้มแข็งขององค์กร บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน โดยจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม มีการดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาทักษะและขีดความสามารถของพนักงาน เพื่อให้มีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีคุณภาพ และสามารถเติบโตและก้าวหน้าในสายอาชีพตามความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของแต่ละบุคคล พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ได้จัดให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม เพื่อสร้างความมั่นคงและแรงจูงใจในการทำงาน อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมของพนักงานในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืนในระยะยาว

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามมาตรฐานแรงงานไทย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามมาตรฐานแรงงานไทย โดยยึดหลักการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม เท่าเทียม และไม่เลือกปฏิบัติ พร้อมทั้งปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของพนักงานทุกคน บริษัทฯ ดำเนินการบริหารจัดการด้านการจ้างงาน ค่าตอบแทน ชั่วโมงการทำงาน วันหยุด วันลา สวัสดิการ และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน รวมถึงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานเป็นสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารและการสร้างความเข้าใจด้านสิทธิ หน้าที่ และสวัสดิการแก่พนักงานอย่างทั่วถึง ผ่านคู่มือพนักงานและช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถรับทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิทธิแรงงานของตนเองได้อย่างชัดเจนและโปร่งใส การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามมาตรฐานแรงงานไทยอย่างเป็นระบบ สนับสนุนการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นธรรมและปลอดภัย ตลอดจนเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร อันเป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ในปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีในการถ่ายภาพ านสังคมและรูปแบบการใช้ชีวิต ตลอดจนรูปแบบการทำงานตามวิถีชีวิตใหม่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จ โดยมุ่งสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีความสุข มีประสิทธิภาพ และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง บริษัทฯ จึงดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นแนวทางหลัก ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ใน 3 ด้านสำคัญ ได้แก่

- การวางแผนอัตรากำลังคนและการสรรหาพนักงาน ให้สอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กร
 - การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และขีดความสามารถที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง
 - การสร้างความผูกพันในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือ ความภาคภูมิใจ และแรงจูงใจในการทำงานร่วมกันอย่างยั่งยืน
- การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบ โปร่งใส และคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการเติบโตขององค์กรและคุณภาพชีวิตของพนักงานในระยะยาว

การวางแผนกำลังคนและการสรรหา

- บริหารอัตรากำลังคนให้อยู่ในระดับ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของกรอบอัตราที่กำหนด
- จ้างงานผู้พิการ 1 คนต่อพนักงาน 100 คน ต่อเนื่องทุกปี

การพัฒนาบุคลากร

- พนักงานขายหน้าสาขาได้รับการอบรมตามแผนการอบรมมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 90
- มีพนักงานขายระดับ Product Specialist ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของจำนวนพนักงานขายทั้งหมด

การรักษาพนักงานและความผูกพันในองค์กร

- มีคะแนนความผูกพันขององค์กร (Employee Engagement Score) มากกว่าร้อยละ 80 ภายในปี 2568
- อัตราการลาออกของพนักงานไม่เกินร้อยละ 10 ของพนักงานทั้งหมด

- อัตราการลาออกของพนักงานระดับ Product Specialist ไม่เกินร้อยละ 3 ของพนักงานระดับ Product Specialist

การวางแผนกำลังคนและการสรรหา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสรรหาและรักษาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และศักยภาพที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน ควบคู่กับการส่งเสริมคุณลักษณะที่สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านทรัพยากรมนุษย์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ในฐานะองค์กรที่เป็นนายจ้างที่น่าเชื่อถือและน่าดึงดูด (Employer of Choice)

บริษัทฯ ดำเนินการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรและโอกาสในการทำงานผ่านช่องทางที่หลากหลายและทันสมัย อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทฯ เช่น Facebook และ Line Official Account ตลอดจนเว็บไซต์รับสมัครงานชั้นนำ เช่น JobBKK และ Jobtopgun รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมออกบูธรับสมัครงาน เช่น Job Expo เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลตำแหน่งงาน วัฒนธรรมองค์กร และคุณค่าของบริษัทฯ มอบให้แก่พนักงานได้อย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการสมัครงานและกระบวนการคัดเลือกให้มีความสะดวก รวดเร็ว และเป็นมิตรต่อผู้สมัคร (Candidate Experience) เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีตั้งแต่ขั้นตอนการสมัครงาน อันเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับบริษัทฯ และช่วยให้บริษัทฯ สามารถดึงดูดและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

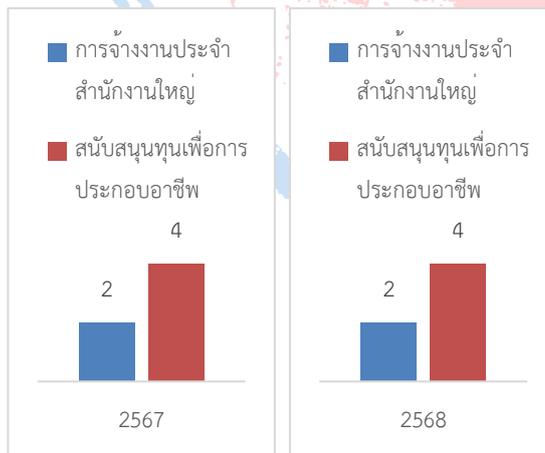
การดำเนินการด้านการสรรหาและจัดการกำลังคน	ปี 2566	ปี 2567	ปี 2568
อัตรากำลังคน	735	742	759
ผู้ที่สนใจสมัครเข้ามาร่วมงาน	2,480	2,491	2,338
รับพนักงานใหม่ (คน)	316	276	230
โอนย้ายพนักงาน (คน)	87	165	114

สถิติการจ้างงานของบริษัท ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ละบริษัทย่อย

สถิติการจ้างงานของบริษัท		2567			2568		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงานทั้งหมด	ตลอดทั้งปี	344	557	901	324	552	876
จำนวนพนักงาน ณ สิ้นปี (วันที่ 31 ธันวาคม 2568)		249	421	670	274	415	689
ร้อยละของจำนวนพนักงานชายและหญิง ณ สิ้นปี		37.14	62.86	100	39.68	60.32	100
แบ่งตามอายุและแยกตามเพศ							
• อายุน้อยกว่า 30 ปี	(ณ สิ้นปี)	92	156	248	102	154	256
• อายุ 30-50 ปี	(ณ สิ้นปี)	153	258	411	167	255	422
• อายุมากกว่า 50 ปี	(ณ สิ้นปี)	4	7	11	5	6	11
แบ่งตามระดับ							
• ระดับปฏิบัติการ	(ณ สิ้นปี)	220	392	612	248	387	635
• ระดับบริหาร	(ณ สิ้นปี)	27	26	53	23	25	48
• ผู้บริหารระดับสูง	(ณ สิ้นปี)	2	3	5	3	3	6
ค่าตอบแทนพนักงานระดับปฏิบัติการ	รวม	64 ลบ.	100 ลบ.	164 ลบ.	68 ลบ.	105 ลบ.	173 ลบ.
ค่าตอบแทนพนักงานระดับบริหาร	รวม	32 ลบ.	28 ลบ.	60 ลบ.	26 ลบ.	29 ลบ.	55 ลบ.
จำนวนพนักงานทั้งหมดที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ		97	199	296	150	262	412
จำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	บาท	2.2 ลบ.	2.7 ลบ.	4.9 ลบ.	2.3 ลบ.	3.1 ลบ.	5.4 ลบ.
ค่าใช้จ่ายในการอบรมความรู้และพัฒนาพนักงาน		-	-	2.4 ลบ.	-	-	2.3 ลบ.
จำนวนพนักงานที่ได้รับบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงาน		0	0	0	0	0	0
จำนวนพนักงานที่เป็นผู้พิการ		1	1	2	1	1	2
จำนวนพนักงานที่ลาออกทั้งหมด	ตลอดทั้งปี	80	126	206	68	122	190
ร้อยละจำนวนพนักงานรวมที่ลาออกโดยสมัครใจ		38.83	61.17	100	35.79	64.21	100

การจ้างงานคนพิการ

บริษัทฯ มีนโยบายไม่เลือกปฏิบัติและให้โอกาสที่เท่าเทียมกันในการจ้างงาน โดยบริษัทฯ เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานคนพิการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 มาตรา 33 อย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการจ้างงานคนพิการในอัตราร้อยละ 1 ของพนักงานประจำทั้งหมดจำนวน 622 คน สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการส่งเสริมความเท่าเทียมและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเปราะบางในสังคม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการจ้างงานและการสร้างอาชีพให้แก่ผู้พิการอย่างต่อเนื่อง โดยมีโครงการสำคัญ ดังนี้



1. โครงการนวดเพื่อสุขภาพ

บริษัทฯ จัดจ้างเหมาบริการหมอนวดซึ่งเป็นผู้พิการจำนวน 2 คน เพื่อให้บริการนวดผ่อนคลายแก่พนักงานภายในองค์กรสัปดาห์ละ 2 วัน โดยได้รับการตอบรับที่ดีจากพนักงาน มีผู้เข้ารับบริการเฉลี่ย 14-15 คนต่อสัปดาห์ ซึ่งช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงานควบคู่กับการสร้างรายได้ให้แก่ผู้พิการ

2. การจ้างงานผู้พิการประจำสำนักงานใหญ่

บริษัทฯ ได้จัดจ้างพนักงานซึ่งเป็นผู้พิการเข้าปฏิบัติงานด้านเอกสารประจำสำนักงานใหญ่จำนวน 2 คน โดยมอบหมายงานที่เหมาะสมกับศักยภาพ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเท่าเทียมกับพนักงานทั่วไป

3. การสนับสนุนทุนเพื่อการประกอบอาชีพ

บริษัทฯ สนับสนุนทุนเพื่อการประกอบอาชีพให้แก่ผู้พิการผ่านโครงการสร้างรายได้ ได้แก่ โครงการน้ำสมุนไพรเพื่อสุขภาพ และโครงการจำหน่ายสลัดและแซนวิช รวมเป็นเงินสนับสนุนทั้งสิ้น 240,990 บาท เพื่อส่งเสริมการสร้างอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืนแก่ผู้พิการอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความตั้งใจของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพสิทธิมนุษยชน และสนับสนุนการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเท่าเทียมและยั่งยืน

อัตราการลาออกของพนักงาน

ปี	ชาย	หญิง	รวม
2566	86	166	252
2567	80	126	206
2568	68	122	190

หมายเหตุ : ข้อมูลทั้งหมดรวมบริษัทในเครือ 2 บริษัท คือ บริษัท อิมเมจ โซลูชั่น พลัส จำกัด และบริษัท พิคคาซัส จำกัด

การดำเนินงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Capital Development)

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นทุนทางสังคม (Human Capital) ที่มีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน ความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติที่เหมาะสมให้แก่พนักงานทุกระดับตำแหน่ง เพื่อให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภายใต้กรอบนโยบายดังกล่าว บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสในการเรียนรู้อย่างเท่าเทียม การพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง และการส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ โดยยึดหลักความเป็นธรรม ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมของพนักงานเป็นสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งหวังให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ ควบคู่กับการสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรและผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้จัดทำ เส้นทางการฝึกอบรม (Training Roadmap) และกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับทักษะ (Upskill) และปรับทักษะ (Reskill) ให้แก่พนักงานทุกระดับตำแหน่ง ครอบคลุมทั้งด้าน Hard Skills และ Soft Skills โดยเชื่อมโยงการพัฒนาเข้ากับบทบาทหน้าที่ ความก้าวหน้าในสายอาชีพ และความสามารถหลักขององค์กร (Core Competencies) ที่สอดคล้องกับธุรกิจด้านการถ่ายภาพ วิดีโอ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

โครงสร้างและกรอบการพัฒนาบุคลากร

บริษัทฯ ได้ออกแบบระบบการพัฒนาบุคลากรโดยแบ่งพนักงานออกเป็นกลุ่มตามระดับความรู้และศักยภาพ (Genius System) เพื่อให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างเหมาะสมและตรงจุด ประกอบด้วย

- กลุ่ม G.2 (C / D / N) มุ่งเน้นการปรับพื้นฐานความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน
- กลุ่ม G.1 (A / B / PRO) มุ่งเน้นการพัฒนาความเชี่ยวชาญเชิงลึก การต่อยอดทักษะ และการเตรียมความพร้อมสู่บทบาทที่สูงขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดให้พนักงานได้รับการเรียนรู้ตามกรอบที่กำหนด พร้อมการสอบวัดผลหลังการอบรม เพื่อประเมินระดับความรู้ ความสามารถ และใช้เป็นเกณฑ์ในการพัฒนาหรือปรับระดับศักยภาพอย่างเป็นระบบและเป็นธรรม

การพัฒนาพนักงานใหม่

บริษัทฯ ดำเนินการจัดการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ในช่วงทดลองงานอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดหลักสูตรการเรียนรู้ที่ครอบคลุมความรู้เกี่ยวกับองค์กร กฎระเบียบ สวัสดิการ มาตรฐานการให้บริการ ความรู้ด้านสินค้า ทักษะการขาย ตลอดจนความรู้พื้นฐานด้านการถ่ายภาพและงานวิดีโอ พร้อมการประเมินผลหลังการอบรม เพื่อสร้างความพร้อมให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตั้งแต่เริ่มต้นการทำงาน

การพัฒนาทักษะด้านเทคนิคและความสามารถหลักขององค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถหลักขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านการถ่ายภาพและวิดีโอ โดยจัดการอบรมความรู้ด้านกล้อง อุปกรณ์ถ่ายภาพและวิดีโอ งานระบบ Lab เทคโนโลยีเฉพาะทาง เช่น Drone และระบบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัด Workshop เชิงปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการขายและการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาทักษะด้าน Soft Skill และการบริหาร

นอกจากทักษะด้านเทคนิค บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้าน Soft Skills อาทิ การสื่อสาร การเล่าเรื่องในการขาย (Storytelling) การสร้างความมั่นใจ ทักษะคิดเชิงบวกต่อการขาย การทำงานเป็นทีม และการบริหารตนเอง ซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่พนักงานทุกระดับจำเป็นต้องมี เพื่อสนับสนุนการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และการบรรลุเป้าหมายขององค์กรในภาพรวม

การพัฒนาพนักงานกลุ่มศักยภาพสูง (Talent Management)

บริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาพนักงานกลุ่มศักยภาพสูงหรือระดับ PRO ภายใต้แนวคิด Talent Management โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้เชิงลึกผ่านกิจกรรม Workshop อย่างต่อเนื่อง พร้อมกำหนดบทบาทให้พนักงานระดับ PRO ทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ เป็นที่ปรึกษา และเป็นกำลังสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการขายและการให้บริการของสาขา รวมถึงการสนับสนุนการพัฒนาพนักงานในระดับอื่นอย่างเป็นระบบ

ผลลัพธ์เชิง ESG – Human Capital (Social)

การดำเนินงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนมิติด้านสังคม (Social) ภายใต้กรอบ ESG โดยมุ่งสร้างโอกาสในการเรียนรู้อย่างเท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำด้านทักษะ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงาน และสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ภายในองค์กร ซึ่งช่วยยกระดับความสามารถของพนักงาน ความพึงพอใจในการทำงาน และความผูกพันต่อองค์กร อันเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง โปร่งใส และยั่งยืนในระยะยาว

หลักสูตรการฝึกอบรมที่ดำเนินการในปี 2568

หลักสูตรพัฒนาด้าน Hard Skill ได้แก่

หลักสูตรด้าน Hard Skill มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ โดยเฉพาะด้านสินค้า เทคโนโลยี และการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้พนักงานสามารถให้คำแนะนำและบริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ หลักสูตรที่ดำเนินการในปี 2568 ได้แก่

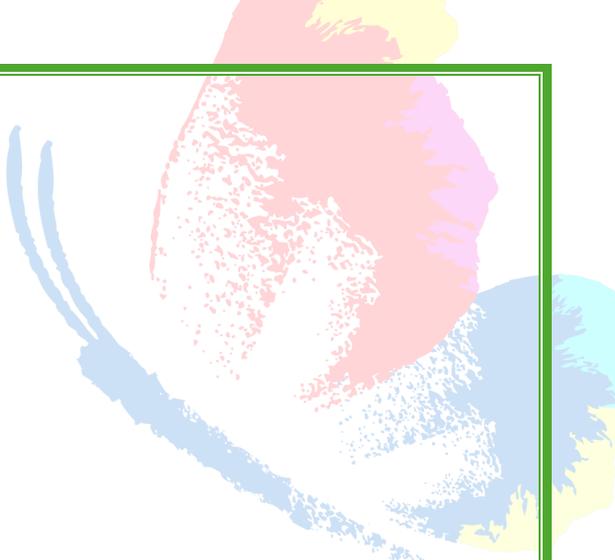
1. ความรู้ด้านกล้องถ่ายภาพและวิดีโอ ทั้งระดับพื้นฐานและระดับสูง
2. ความรู้ด้านอุปกรณ์ถ่ายภาพและอุปกรณ์เสริม เช่น เลนส์ ขาตั้งกล้อง ไมโครโฟน ไฟ และอุปกรณ์ระบบเสียง
3. ความรู้ด้านการถ่ายภาพและการถ่ายวิดีโอในรูปแบบต่างๆ รวมถึงการจัดองค์ประกอบภาพ การจัดแสง
4. ความรู้ด้านงานวิดีโอ การบันทึกไฟล์ การตัดต่อ และการใช้งานโปรแกรมที่เกี่ยวข้อง
5. ความรู้ด้าน Drone และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน
6. ความรู้ด้านระบบงาน Lab และการให้บริการด้านเทคนิค
7. ความรู้ด้านสินค้าเฉพาะทางของแต่ละแบรนด์ รวมถึงสินค้าใหม่ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ

การฝึกอบรมดังกล่าวช่วยยกระดับความเชี่ยวชาญของพนักงาน และสนับสนุนการให้บริการที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้า

หลักสูตรพัฒนาด้าน Soft Skill ได้แก่

หลักสูตรด้าน Soft Skill มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้านพฤติกรรม ทักษะคิด และการทำงานร่วมกับผู้อื่น เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน การขาย และการให้บริการลูกค้า หลักสูตรที่ดำเนินการในปี 2568 ได้แก่

1. ทักษะการขายและเทคนิคการขายเชิงที่ปรึกษา (Consultative Selling)

- 
2. การนำเสนอสินค้าและการเล่าเรื่องในการขาย (Storytelling)
 3. ทักษะการสื่อสารและการสร้างความเข้าใจแก่ลูกค้า
 4. ทักษะการรับฟังและการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
 5. การสร้างทัศนคติเชิงบวกและการรับมือกับสถานการณ์ในการขาย
 6. การสร้างความมั่นใจในการขายและการให้บริการ
 7. การทำงานเป็นทีมและการสร้างความร่วมมือภายในองค์กร
 8. การพัฒนาทักษะด้านการบริหารตนเองและการทำงานอย่างมืออาชีพ

การพัฒนาทักษะด้าน Soft Skill ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า เพิ่มความพึงพอใจ และสนับสนุนความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

สรุปภาพรวม

การดำเนินการฝึกอบรมในปี 2568 ครอบคลุมทั้งด้าน Hard Skill และ Soft Skill อย่างสมดุล สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างรอบด้าน เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้กรอบ ESG – Human Capital (Social)

การเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในฐานะทุนทางสังคม (Human Capital) ที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรและการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และศักยภาพของพนักงานให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี รูปแบบการทำงาน และความต้องการของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการสร้างโอกาสในการเรียนรู้อย่างเท่าเทียมและต่อเนื่องแก่พนักงานทุกระดับ ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการออกแบบและวางโครงสร้างระบบการเรียนรู้และการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ภายในองค์กร การสอนงาน และการเป็นที่ปรึกษา (Coaching & Mentoring) พร้อมทั้งส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้มีประสบการณ์ โดยนำความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) มาจัดระบบและแปลงเป็นองค์ความรู้ที่สามารถจัดเก็บและถ่ายทอดได้ (Explicit Knowledge) ในรูปแบบสื่อการเรียนรู้และเอกสารประกอบการสอน ต่อมาในปี 2568 บริษัทฯ ได้นำระบบและกระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวมาใช้งานจริง โดยจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ Google Meet เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการเรียนรู้ และอำนวยความสะดวกให้พนักงานสามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ควบคู่กับการจัดตั้งระบบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management: KM) บน Google Drive ภายใต้ชื่อ “Big Knowledge Sharing” เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวม จัดเก็บ และเผยแพร่ข้อมูลด้านสินค้า องค์ความรู้ทั่วไป และเนื้อหาการฝึกอบรมขององค์กร พนักงานสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ดังกล่าวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-learning) การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน และการทบทวนองค์ความรู้เพื่อประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวช่วยลดการพึ่งพาความรู้เฉพาะบุคคล เพิ่มความต่อเนื่องขององค์ความรู้ภายในองค์กร และสนับสนุนการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการติดตามและประเมินผลการเรียนรู้และการฝึกอบรมของพนักงานอย่างเป็นระบบ ผ่านการประเมินผลหลังการอบรม การทดสอบความรู้ และการติดตามผลการนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้มั่นใจว่าการเรียนรู้และการพัฒนาบุคลากรสามารถตอบโจทย์เป้าหมายทางธุรกิจ และสนับสนุนการยกระดับศักยภาพของพนักงานได้อย่างเป็นรูปธรรม การเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนมิติด้านสังคม (Social) ภายใต้กรอบ

ESG โดยมุ่งสร้างพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ มีโอกาสเติบโตอย่างเท่าเทียม มีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี และมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ภาพรวมการพัฒนาบุคลากร

ในปี 2568 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และความสามารถในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจและการเติบโตขององค์กร ผ่านระบบการเรียนรู้ที่หลากหลายและเหมาะสมกับลักษณะงาน โดยครอบคลุมทั้งการฝึกอบรมเชิงหลักสูตรในห้องเรียน การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการเรียนรู้ออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะของพนักงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายและทิศทางขององค์กร

พนักงานสำนักงานใหญ่

ในปี 2568 บริษัทฯ มีพนักงานสำนักงานใหญ่รวมทั้งบริษัทในเครือจำนวน 215 คน โดยมีพนักงานที่เข้าร่วมการฝึกอบรมคิดเป็น ร้อยละ 100 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จัดการฝึกอบรมรวมทั้งสิ้น 5,841.08 ชั่วโมง หรือเฉลี่ย 27.17 ชั่วโมงต่อคน

ในการพัฒนาบุคลากรครอบคลุมทั้งด้านความรู้เฉพาะทาง ทักษะการปฏิบัติงาน และการพัฒนาทักษะด้านการบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและยกระดับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัทฯ มุ่งมั่นสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

พนักงานขาย

- พนักงานขายกล้องและอุปกรณ์ถ่ายภาพ

ในปี 2568 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมเชิงหลักสูตรในฐานะกลไกหลักในการพัฒนาทักษะเชิงลึก โดยมุ่งเน้นการฝึกอบรมที่มีโครงสร้างชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้ โดยบริษัทฯ มีพนักงานขายเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้รวมทั้งสิ้น 3,636 ครั้ง สะท้อนถึงการเข้าถึงระบบการพัฒนาบุคลากรอย่างทั่วถึงในทุกช่องทาง

การฝึกอบรมเชิงหลักสูตร (Formal Training)

การฝึกอบรมในห้องเรียน (Classroom Training)

รายการ	ผลการดำเนินงาน
จำนวนครั้งการฝึกอบรม	32 ครั้ง
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม	332 ชั่วโมง
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการฝึกอบรม	954 คน

คำอธิบาย

การฝึกอบรมในห้องเรียนเป็นการฝึกอบรมเชิงหลักสูตรที่มีโครงสร้างชัดเจน มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน โดยส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อให้พนักงานสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างเหมาะสม

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

รายการ	ผลการดำเนินงาน
จำนวนครั้งการฝึกอบรม	39 ครั้ง
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม	260 ชั่วโมง
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการฝึกอบรม	1,000 คน

คำอธิบาย

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) มุ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อเสริมสร้างทักษะเฉพาะด้านและเพิ่มความมั่นใจในการทำงาน โดยช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาความสามารถให้สอดคล้องกับลักษณะงานและนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเรียนรู้ออนไลน์ (Online Learning)

รายการ	ผลการดำเนินงาน
จำนวนครั้งการฝึกอบรม	14 ครั้ง
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม	26 ชั่วโมง
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการฝึกอบรม	1,682 คน

คำอธิบาย

การเรียนรู้ออนไลน์เป็นการเรียนรู้ตามอัธยาศัย (Self-learning) ที่ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการเข้าถึงองค์ความรู้และสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของพนักงาน โดยบริษัทฯ รายงานผลการเรียนรู้ออนไลน์แยกจากการฝึกอบรมเชิงหลักสูตร เนื่องจากมีลักษณะการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน

การประเมินและพัฒนาศักยภาพพนักงานหน้าสาขา

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการประเมินและพัฒนาศักยภาพพนักงานขายอย่างเป็นระบบ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในสินค้า และสมรรถนะที่เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ โดยใช้กระบวนการทดสอบวัดความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินระดับความสามารถ และนำผลการประเมินมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนพัฒนาพนักงานอย่างตรงจุด ในปี 2568 บริษัทฯ มีพนักงานขายทั้งหมดเฉลี่ยจำนวน 378 คน โดยได้ดำเนินการทดสอบวัดความรู้พนักงานขายจำนวน 286 คน คิดเป็นประมาณ 76% ของพนักงานขายทั้งหมด ซึ่งสะท้อนถึงความครอบคลุมของกระบวนการประเมินในระดับที่สามารถนำไปใช้วิเคราะห์และกำหนดแนวทางการพัฒนาบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการทดสอบวัดความรู้พนักงานหน้าสาขา

ผลการทดสอบสามารถจำแนกตามระดับคะแนนได้ดังตารางต่อไปนี้

ระดับผลทดสอบ	จำนวน (คน)	สัดส่วนจากผู้เข้าสอบ (%)
PRO	30	10.5
A	25	8.7
B	86	30.1
C	65	22.7
D	50	17.5
N	30	10.5
รวม	286	100

จากข้อมูลพบว่า พนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับ B และ C ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีพื้นฐานความรู้ในระดับปานกลาง สามารถนำไปพัฒนาและยกระดับสมรรถนะได้เพิ่มเติม ขณะเดียวกันยังมีพนักงานบางส่วนอยู่ในระดับ D และ N ซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ผลการทดสอบตามระดับพนักงาน (G1 / G2)

บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบการแบ่งระดับพนักงานเพื่อใช้ในการบริหารและพัฒนา ดังนี้

- G1 ได้แก่ พนักงานระดับ PRO, A และ B
- G2 ได้แก่ พนักงานระดับ C, D และ N

เมื่อจำแนกผลการทดสอบตามกรอบดังกล่าว สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่ม G1 (PRO, A, B)

พนักงานในกลุ่ม G1 มีจำนวนรวม 141 คน

- คิดเป็นประมาณ 49% ของผู้เข้ารับการทดสอบ
- คิดเป็นประมาณ 37% ของพนักงานหน้าสาขาทั้งหมด (378 คน)

พนักงานกลุ่มนี้มีความรู้และสมรรถนะอยู่ในระดับมาตรฐานถึงระดับสูง มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน และเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของทีมขาย รวมถึงสามารถเป็นต้นแบบในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงานกลุ่มอื่น

กลุ่ม G2 (C, D, N)

พนักงานในกลุ่ม G2 มีจำนวนรวม 145 คน

- คิดเป็นประมาณ 51% ของผู้เข้ารับการทดสอบ
- คิดเป็นประมาณ 38% ของพนักงานชายทั้งหมด

โดยเฉพาะพนักงานระดับ N ซึ่งเป็นพนักงานที่สอบไม่ผ่าน บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการจัดทำแผนพัฒนาอย่างใกล้ชิด เพื่อยกระดับความรู้และสมรรถนะให้ขึ้นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

แผนการพัฒนาพนักงานใหม่สู่ระบบการทดสอบวัดความรู้

เพื่อให้การประเมินผลมีความเหมาะสมและเป็นมาตรฐานเดียวกัน บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาพนักงานใหม่เข้าสู่ระบบการทดสอบวัดความรู้ตามลำดับขั้น ดังนี้

1. ระยะเริ่มต้นการทำงาน (Onboarding)

พนักงานใหม่เข้ารับการปฐมนิเทศและเรียนรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์กร นโยบายการทำงาน มาตรฐานการให้บริการ และภาพรวมของสินค้า

2. ระยะการเรียนรู้ตาม Training Roadmap

พนักงานใหม่เข้ารับการอบรมและการเรียนรู้ทั้งในรูปแบบการฝึกอบรมเชิงหลักสูตร การสอนงานโดยหัวหน้างานหรือพี่เลี้ยง และการเรียนรู้ออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

3. ระยะเตรียมความพร้อมก่อนการทดสอบ

บริษัทฯ ประเมินความพร้อมของพนักงานใหม่เมื่อมีอายุงานและผ่านการเรียนรู้ตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมีความรู้เพียงพอสำหรับการเข้ารับการทดสอบ

4. ระยะการทดสอบวัดความรู้

พนักงานใหม่ที่ผ่านเกณฑ์ความพร้อมจะเข้ารับการทดสอบวัดความรู้ตามมาตรฐานเดียวกับพนักงานชายทั่วไป และนำผลการทดสอบไปใช้ในการจัดกลุ่มระดับพนักงาน (G1 / G2) และวางแผนพัฒนารายบุคคลต่อไป

สรุปเชิงบริหาร

ผลการทดสอบวัดความรู้พนักงานชายในปี 2568 เป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยให้บริษัทฯ เห็นภาพรวมระดับความรู้และสมรรถนะของพนักงานชายอย่างชัดเจน และสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนพัฒนาบุคลากรได้อย่างตรงจุด การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการพัฒนาทุนมนุษย์อย่างเป็นระบบ โปร่งใส และยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการเติบโตขององค์กรในระยะยาว

- พนักงานชายร้าน AIS/Telewiz

การพัฒนาความรู้และทักษะการบริการของพนักงานชาย AIS/Telewiz บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานชายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการฝึกอบรมเชิงหลักสูตร (Structured Training Program) ในฐานะกลไกสำคัญในการเสริมสร้างทักษะเชิงลึก ทั้งด้านความรู้ผลิตภัณฑ์ การขาย และการบริการลูกค้า การฝึกอบรมดังกล่าวได้รับการออกแบบอย่างเป็นระบบ มีโครงสร้างเนื้อหาที่ชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

การฝึกอบรมเชิงหลักสูตร (Formal Training)

ในปี 2568 พนักงานชายร้าน AIS/Telewiz ของบริษัทฯ ได้เข้าร่วมการฝึกอบรมหลักสูตร “AIS APPLE PRO SUMMIT 2025: MISSION #1 THAILAND”, “AIS Kick Off” และ “AIS/Telewiz New Staffs” ซึ่งเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างวิสัยทัศน์ด้านการขายและการบริการในยุคดิจิทัล โดยเนื้อหาการอบรมครอบคลุมหัวข้อสำคัญ อาทิ วิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจจากผู้บริหาร แนวโน้ม และโอกาสในการขายในยุคใหม่ ตลอดจนการปลดล็อกศักยภาพของทีมงานเพื่อร่วมกันส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

การฝึกอบรมในห้องเรียน (Classroom Training)

รายการ	ผลการดำเนินงาน
จำนวนครั้งการฝึกอบรม	13 ครั้ง
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรม	86 ชั่วโมง
จำนวนพนักงานที่เข้ารับการฝึกอบรม	52 คน

คำอธิบาย

การฝึกอบรมในห้องเรียนเป็นการฝึกอบรมเชิงหลักสูตรที่มีโครงสร้างชัดเจน มุ่งเน้นการเสริมสร้างแรงบันดาลใจและพลังแห่งความมุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการและการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าอย่างยั่งยืน บริษัทฯ เชื่อว่าการลงทุนในการพัฒนาบุคลากรผ่านหลักสูตรการฝึกอบรมที่มีคุณภาพ จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพของพนักงาน และสนับสนุนการเติบโตขององค์กรในระยะยาวอย่างมั่นคง

สรุปผลการเรียนรู้และการพัฒนาพนักงานขายกล้อและอุปกรณ์

รูปแบบการเรียนรู้	จำนวนครั้ง	จำนวนหลักสูตร	จำนวนชั่วโมง
การฝึกอบรมในห้องเรียน	1,006	45	418
การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ(Workshop)	1,000	39	260
การเรียนรู้ออนไลน์	1,682	14	26
รวมทั้งระบบ	3,636	85	618

คำอธิบาย

ตารางสรุปนี้สะท้อนภาพรวมของการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในทุกช่องทาง โดยบริษัทฯ ผสมผสานการฝึกอบรมเชิงหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะเชิงลึก ควบคู่กับการเรียนรู้ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การพัฒนาบุคลากรมีความครอบคลุม ยืดหยุ่น และสอดคล้องกับหลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์และแนวทาง ESG ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital)

ค่าใช้จ่ายด้านการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารงบประมาณด้านการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการใช้งบประมาณให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนากุศลกรขององค์กร และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ในปี 2568 บริษัทฯ ได้รับการจัดสรรงบประมาณด้านการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จำนวน 3.00 ล้านบาท และมีค่าใช้จ่ายจริงจำนวน 2.26 ล้านบาท ซึ่งต่ำกว่างบประมาณที่ได้รับจัดสรร สะท้อนถึงการบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเหมาะสม ควบคู่กับการดำเนินกิจกรรมด้านการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพพนักงานได้ตามแผนที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายด้านการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ดังกล่าว บริษัทฯ สามารถบริหารงบประมาณให้เกิดความคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital) เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืนในระยะยาว ภายใต้กรอบแนวคิด ESG ด้านสังคม

ตารางสรุปงบประมาณและค่าใช้จ่ายด้านการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปี 2568

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
งบประมาณที่ได้รับจัดสรร (Budget)	3,000,000
ค่าใช้จ่ายจริง (Actual)	2,258,964
งบประมาณคงเหลือ	741,036

สรุปเชิงรายงาน

การบริหารงบประมาณด้านการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในปี 2568 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการใช้ทรัพยากรทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ สามารถดำเนินกิจกรรมพัฒนาศักยภาพพนักงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งรักษาวินัยทางการเงินและความคุ้มค่าในการลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

การวางแผนพัฒนาผู้นำและบริหารคนเก่งในบริษัทฯ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาผู้นำและการบริหารคนเก่ง เพื่อสร้างบุคลากรที่มีศักยภาพ มีความรู้ ความสามารถ และมีคุณธรรม พร้อมก้าวสู่บทบาทหัวหน้างานและผู้บริหารในอนาคต โดยมุ่งหวังให้บุคลากรกลุ่มดังกล่าวเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน บริษัทฯ ดำเนินการวางแผนพัฒนาผู้นำและคนเก่งอย่างเป็นระบบ โดยเชื่อมโยงการประเมินผลการปฏิบัติงาน การทดสอบวัดความรู้ และการพัฒนาศักยภาพรายบุคคล เพื่อสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ชัดเจน และสนับสนุนการเติบโตของบุคลากรควบคู่กับการเติบโตขององค์กร

การพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพนักงานกลุ่มนี้เป็นบุคลากรที่มีความพร้อมด้านความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่เหมาะสม มีความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ และต้องการความก้าวหน้าในสายอาชีพ กระบวนการคัดเลือกพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงของบริษัทฯ พิจารณาจากผลการสอบประเมินความรู้ในหลายมิติ ได้แก่ ความรู้ด้านการขาย ความรู้ด้านการถ่ายภาพและอุปกรณ์ และความรู้ด้านการให้บริการ ควบคู่กับผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรมการทำงาน เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีทั้งความสามารถและคุณธรรม ในปี 2568 บริษัทฯ ได้นำผลการทดสอบวัดความรู้พนักงานขายมาใช้เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการคัดเลือกพนักงานเข้าสู่กลุ่มศักยภาพสูง โดยเฉพาะพนักงานระดับ PRO ซึ่งเป็นกลุ่มพนักงานที่มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูง และมีความพร้อมในการพัฒนาไปสู่บทบาทผู้เชี่ยวชาญหรือผู้นำทีมในอนาคต

การพัฒนาและเตรียมความพร้อมสู่บทบาทผู้นำ

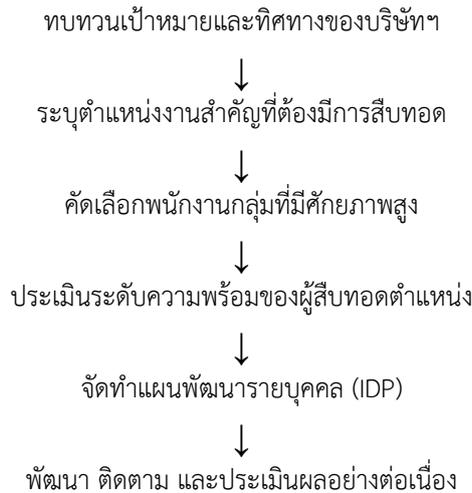
บริษัทฯ ได้จัดทำแผนพัฒนาพนักงานกลุ่มศักยภาพสูงอย่างเป็นระบบ ผ่านการกำหนดแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) การฝึกอบรมเชิงลึก การสอนงานและการเป็นที่เลี้ยง (Coaching & Mentoring) รวมถึงการมอบหมายงานที่ท้าทาย เพื่อเสริมสร้างทักษะความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบ และการตัดสินใจ พนักงานกลุ่มนี้ได้รับการเตรียมความพร้อมให้สามารถทำหน้าที่เป็นต้นแบบด้านความรู้และการทำงาน รวมถึงเป็นกำลังสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่พนักงานรุ่นถัดไป ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความต่อเนื่องของบุคลากรและการสืบทอดตำแหน่งภายในองค์กร

สรุปเชิงบริหาร

การวางแผนพัฒนาผู้นำและการบริหารคนเก่งของบริษัทฯ เป็นกระบวนการที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยเชื่อมโยงการประเมิน การพัฒนา และการเติบโตในสายอาชีพเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความพร้อมในทุกมิติ อันจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

การวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งในฐานะกลไกสำคัญในการสร้างความต่อเนื่องด้านการบริหารจัดการองค์กร และลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรในตำแหน่งสำคัญในอนาคต โดยมุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูงให้มีความพร้อมในการก้าวสู่บทบาทหัวหน้างานและผู้บริหารในอนาคตอย่างเป็นระบบ กระบวนการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งของบริษัทฯ ดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน สอดคล้องกับเป้าหมาย กลยุทธ์ และทิศทางการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การพัฒนาบุคลากรเป็นไปอย่างมีทิศทางและเกิดผลอย่างยั่งยืน ดังนี้



กระบวนการเริ่มจากการ ทบทวนเป้าหมายและทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อกำหนดกรอบการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งให้สอดคล้องกับการเติบโตขององค์กรในระยะยาว จากนั้นบริษัทฯ ทำการ ระบุตำแหน่งงานสำคัญ ที่มีบทบาทต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ และจำเป็นต้องมีการเตรียมผู้สืบทอดตำแหน่งล่วงหน้าอย่างเหมาะสม ในขั้นตอนถัดมา บริษัทฯ ดำเนินการ คัดเลือกพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง จากผลการประเมินความรู้ สมรรถนะ และผลการปฏิบัติงาน เพื่อเข้าสู่กระบวนการสืบทอดตำแหน่ง โดยให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีทั้งความสามารถ ทักษะที่เหมาะสม และศักยภาพในการเติบโตในสายอาชีพ บริษัทฯ ทำการ ประเมินระดับความพร้อมของผู้สืบทอดตำแหน่ง ในด้านความรู้ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นต่อบทบาทในอนาคต เพื่อระบุจุดแข็งและประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม โดยผลการประเมินดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของพนักงานแต่ละรายอย่างตรงจุด การพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งดำเนินการในรูปแบบของ การพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การฝึกอบรม การสอนงาน การเป็นที่ปรึกษา และการมอบหมายงานที่ท้าทาย พร้อมทั้งมีการ ติดตามและประเมินผลความก้าวหน้าอย่างสม่ำเสมอ และรายงานผลต่อผู้บริหาร เพื่อให้การวางแผนการสืบทอดตำแหน่งเป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่องและสามารถปรับปรุงให้เหมาะสมในแต่ละรอบปี

สรุปเชิงบริหาร

การวางแผนการสืบทอดตำแหน่งของบริษัทฯ เป็นกระบวนการเชิงระบบที่เชื่อมโยงการประเมิน การพัฒนา และการเติบโตในสายอาชีพเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความพร้อมของบุคลากรสำหรับตำแหน่งสำคัญในอนาคต และเสริมสร้างความมั่นคงด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ อันเป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร

การรักษาพนักงานและการมีส่วนร่วมในองค์กร

ในปี 2568 บริษัทฯ ยังคงตระหนักเป็นอย่างดีว่า พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ อันนำไปสู่ความสำเร็จและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาพนักงานควบคู่ไปกับการสร้างความผูกพันและการมีส่วนร่วมในองค์กรอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มุ่งเน้นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน โดยจัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนบรรยากาศการทำงานที่เปิดกว้าง ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และกระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาองค์กรร่วมกัน นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างองค์กรแห่งความสุข โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงาน ควบคู่กับการดูแลด้านสวัสดิการ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และความมั่นคงในการทำงาน เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพและมีความสุขในการทำงาน ในด้านการสร้างความผูกพันของพนักงาน บริษัทฯ มุ่งเน้นการสื่อสารภายในองค์กรอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร รวมถึงการพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในสายอาชีพ เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและเสริมสร้างความผูกพันในระยะยาว การดำเนินงานด้านการรักษาพนักงานและการสร้างการมีส่วนร่วมในองค์กรดังกล่าว สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดูแลทรัพยากรมนุษย์อย่างรอบด้าน เพื่อรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กร และสนับสนุนการเติบโตขององค์กรอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยให้ความสำคัญกับพนักงานในฐานะกำลังหลักขององค์กร และเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการดูแลพนักงานอย่างรอบด้าน ทั้งในด้านค่าตอบแทน สวัสดิการ คุณภาพชีวิตในการทำงาน การพัฒนา และการสร้างความผูกพันต่อองค์กร เพื่อสนับสนุนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการเติบโตอย่างยั่งยืน

การบริหารค่าตอบแทน สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์

บริษัทฯ ดำเนินการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงานทุกคนบนหลักความเป็นธรรม ความเท่าเทียม และการไม่เลือกปฏิบัติ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และคุณภาพชีวิตของพนักงานเป็นสำคัญ ทั้งนี้ ระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน เพื่อให้พนักงานได้รับค่าจ้างและสวัสดิการที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตของตนเองและครอบครัว บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลด้านสิทธิประโยชน์และสวัสดิการให้พนักงานรับทราบอย่างทั่วถึง ผ่านคู่มือพนักงานและช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานเข้าใจสิทธิของตนเองอย่างชัดเจน และสามารถเข้าถึงสวัสดิการต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

การรักษาพนักงานและการสร้างความผูกพันในองค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างองค์กรแห่งความสุข โดยส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาองค์กรร่วมกัน ควบคู่กับการดูแลด้านสวัสดิการ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และความมั่นคงในการทำงาน

การพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ในปี 2568 บริษัทฯ ได้ดำเนินการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรม การเรียนรู้ และการประเมินศักยภาพ เพื่อยกระดับความรู้และทักษะให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ โดยเฉพาะพนักงานขายและพนักงานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้นำผลการประเมินและการทดสอบวัดความรู้มาใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนพัฒนารายบุคคล การพัฒนาผู้นำ และการวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง เพื่อสร้างความต่อเนื่องของบุคลากรในระยะยาว

สรุปผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานด้านทรัพยากรมนุษย์ในปี 2568 สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดูแลและพัฒนาพนักงานอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งด้านค่าตอบแทน สวัสดิการ คุณภาพชีวิต การพัฒนา และการสร้างความผูกพันในองค์กร อันเป็นรากฐานสำคัญในการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ และสนับสนุนการเติบโตขององค์กรอย่างมั่นคงและยั่งยืน

สวัสดิการและสิทธิประโยชน์อื่นๆ

- สวัสดิการด้านเงินช่วยเหลือ เช่น เงินช่วยเหลืองานแต่งงาน การกู้เพื่อที่อยู่อาศัยอัตราดอกเบี้ยพิเศษกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ เงินช่วยเหลือกรณีมรณกรรมและพวงรีด
- สวัสดิการด้านสุขภาพ เช่น ประกันสุขภาพกลุ่มทั้งแบบผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก การตรวจสุขภาพพนักงานประจำปี เป็นต้น



- กองทุน เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนเงินทดแทน ประกันสังคม เป็นต้น
- สวัสดิการอื่นๆ เช่น สวัสดิการการผ่อนสินค้าของบริษัทฯ วันหยุดและวันลาของพนักงาน เบี้ยเลี้ยง ค่าเดินทาง เลื่อนฟอร์มพนักงานชาย รถรับส่งพนักงาน นวดผ่อนคลาย เป็นต้น



โครงการบริจาคเลือดร่วมกับโรงพยาบาลวิชัยเวช หนองแขม

บริษัทฯ ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีจิตอาสาและมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม โดยเปิดโอกาสให้พนักงานสมัครเข้าร่วมกิจกรรมบริจาคโลหิตร่วมกับ โรงพยาบาลวิชัยเวช หนองแขม เพื่อร่วมส่งต่อโลหิตให้แก่ผู้ป่วยและผู้ที่มีความจำเป็นต้องใช้เลือดในการรักษาพยาบาล กิจกรรมดังกล่าวได้รับความสนใจจากพนักงานเป็นจำนวนมาก สะท้อนถึงความตระหนักรู้และความร่วมมือของพนักงานในการมีส่วนร่วมสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมอย่างเป็นรูปธรรม



โครงการ Big Camera PC Meeting

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน การเสริมสร้างความเข้มแข็งของทีมงาน และการสร้างความผูกพันในองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพนักงานชายซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการสร้างยอดขายและการให้บริการลูกค้า บริษัทฯ จึงได้จัดโครงการ Big Camera PC Meeting เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานชายได้พบปะ แลกเปลี่ยนความรู้ และสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในสาขาและระหว่างสาขา อันนำไปสู่การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวยังเป็นเวทีในการ



ทดสอบและประเมินระดับความรู้ของพนักงานชาย เพื่อยกระดับมาตรฐานความรู้และคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพให้เหมาะสมกับแต่ละสาขา ซึ่งช่วยสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรและการยกระดับคุณภาพการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นระบบ

ทั้งนี้บริษัทฯ ดำเนินการสำรวจความผูกพันกับองค์กรของพนักงานประจำปี 2568 มีคะแนนความผูกพันกับองค์กร 79.2% พร้อมทั้งนำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาปรับปรุงและสร้างความผูกพันองค์กรของพนักงานต่อบริษัทฯ เพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงาน

2. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี นโยบายและแนวปฏิบัติ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการคุ้มครองความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เน้นการป้องกันไม่ให้เกิดอันตราย เพื่อให้พนักงานและสถานประกอบการปลอดภัยจากอุบัติเหตุที่เกิดอันตรายจากการทำงาน โดยบริษัทฯ จะดูแลพนักงานให้อยู่กันอย่างมีความสุขและจัดสถานประกอบการให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะอนามัย รวมถึงสนับสนุนให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวัง ปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ ซึ่งพนักงานทุกคนในองค์กรมีหน้าที่ในการร่วมมือปฏิบัติตามกฎระเบียบนโยบาย ข้อบังคับ และข้อกำหนดของมาตรฐานความปลอดภัยของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด ตลอดจนมีหน้าที่ในการช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมในการทำงานตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อชีวิต ร่างกาย จิตใจ และสุขอนามัยที่ดี

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการปรับปรุงการดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งการปลูกฝัง สร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับบุคลากรของบริษัทฯ ในการคำนึงถึงความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานควบคู่กันไปด้วย และบริษัทฯ มีการทบทวนผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีและการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

โดยบริษัทฯ มีการตั้งเป้าหมายด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงานให้เป็น 0 อย่างต่อเนื่องทุกๆ ปี ไม่ว่าจะเป็นจำนวนการเกิดอุบัติเหตุจนเป็นเหตุให้หยุดงานเพราะไม่สามารถปฏิบัติงานได้ และการเกิดอุบัติเหตุจนถึงขั้นเสียชีวิต

โครงการน้ำดื่มสะอาด

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและสุขภาพของพนักงาน ซึ่งน้ำเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ และมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของพนักงานในองค์กร

น้ำดื่มที่สะอาดและปลอดภัยมีส่วนช่วยในการรักษาสุขภาพ ลดความเสี่ยงจากโรคที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคน้ำที่ไม่สะอาด เช่น โรคทางเดินอาหาร ท้องร่วง หรือโรคติดเชื้ออื่น ๆ ที่สามารถแพร่กระจายได้หากไม่มีการควบคุมคุณภาพน้ำที่เหมาะสม อีกทั้ง การบริโภคน้ำที่ไม่สะอาดยังอาจก่อให้เกิดการสะสมของสารพิษและเชื้อโรคในร่างกาย นำไปสู่โรคเรื้อรังและปัญหาด้านสุขภาพที่ร้ายแรงได้ ปัจจุบัน พบว่าองค์กรหลายแห่งยังขาดมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการจัดหาเครื่องดื่มที่สะอาดให้แก่พนักงาน หลายครั้งพนักงานต้องพึ่งพาการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ซึ่งนอกจากจะเป็นภาระด้านค่าใช้จ่ายแล้วยังเพิ่มปริมาณขยะพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ดังนั้น การจัดหาแหล่งน้ำดื่มสะอาดที่เข้าถึงได้ง่ายและปลอดภัยภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง บริษัทฯ จึงดำเนินการติดตั้งเครื่องกรองน้ำ coway โดยมีทีมช่างผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลเรื่องการล้างทำความสะอาดตัวเครื่องและการเปลี่ยนไส้กรองเมื่อถึงกำหนดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานได้รับน้ำดื่มที่สะอาดปลอดภัยและมีสุขอนามัยที่ดี ลดความเสี่ยงจากโรคที่เกิดจากน้ำที่ไม่สะอาด ลดภาระค่าใช้จ่ายของพนักงาน และช่วยส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนภายในองค์กร โดยการลดการใช้ขวดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และสนับสนุนให้พนักงานใช้ภาชนะส่วนตัวที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้



7. จัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่พนักงานในองค์กรให้เห็นความสำคัญของการป้องกันอันตราย

โครงการฝึกอบรมการซ้อมอพยพหนีไฟ

อัคคีภัยเป็นภัยพิบัติที่สามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดคิด และอาจส่งผลกระทบร้ายแรงต่อชีวิต ทรัพย์สิน และความปลอดภัยของพนักงานในองค์กร หากไม่มีมาตรการป้องกันที่เหมาะสมหรือการเตรียมความพร้อมในการรับมือ เมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ขึ้น พนักงานที่ขาดความรู้และทักษะในการอพยพหนีไฟอย่างถูกต้อง อาจเกิดความตื่นตระหนก ไม่สามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือเลือกเส้นทางอพยพที่ไม่ปลอดภัย ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดอันตรายร้ายแรงขึ้นได้ การฝึกอบรมและซ้อมอพยพหนีไฟเป็นมาตรการสำคัญในการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัย รวมถึงการพัฒนาความสามารถในการตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินของพนักงาน การซ้อมอพยพหนีไฟช่วยให้พนักงานเกิดความคุ้นเคยกับเส้นทางอพยพ อุปกรณ์ดับเพลิง จุดรวมพล และวิธีการช่วยเหลือตนเองและผู้อื่นในสถานการณ์ฉุกเฉิน นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสให้ฝ่ายบริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถประเมินประสิทธิภาพของมาตรการป้องกันอัคคีภัยภายในองค์กร และปรับปรุงแนวทางปฏิบัติให้เหมาะสมยิ่งขึ้น



3. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการดำเนินธุรกิจที่เป็นไปตามมาตรฐานสูงสุด และยึดมั่นในหลักการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและบริการที่เหนือความคาดหมายของลูกค้า

บริษัทจึงใส่ใจในทุกรายละเอียดของกระบวนการดำเนินงาน ตั้งแต่การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค การบริหารจัดการสต็อกสินค้าให้มีความพร้อมและเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการจัดเก็บสินค้าในสภาพที่ดีเยี่ยม ตลอดจนกระบวนการจัดส่งและการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นมิตรใส่ใจ และให้คำปรึกษาอย่างมืออาชีพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดเมื่อเลือกใช้บริการจากบีก คาเมร่า ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้าน การใช้บริการออนไลน์ หรือการให้บริการหลังการขาย บริษัทฯ ได้จัดตั้งทีมงานที่เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน พร้อมทั้งมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

ยิ่งไปกว่านั้น บีก คาเมร่า ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันระหว่างลูกค้าแบรนด์คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมุ่งมั่นในการพัฒนากลยุทธ์ที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระยะยาวผ่านการนำเสนอสิทธิพิเศษ เช่น โปรโมชันเฉพาะกลุ่ม และการจัดกิจกรรมที่สร้างคุณค่าและประสบการณ์เชิงบวกแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ด้วยแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เน้นคุณภาพ ความใส่ใจในรายละเอียด และการสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมในทุกมิติ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่ลูกค้าไว้วางใจและเลือกใช้บริการในทุกช่วงเวลา พร้อมทั้งเสริมสร้างชื่อเสียงในฐานะผู้นำด้านการค้าปลีกกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพที่มีสินค้าให้ลูกค้าเลือกอย่างครบครัน พร้อมบริการที่หลากหลายที่สามารถเลือกใช้บริการครบจบในที่เดียว เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าในทุกช่วงเวลาอย่างครอบคลุมและยั่งยืนในระยะยาว

ความมุ่งมั่นและเป้าหมายการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้บริโภค ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็วและไร้ขีดจำกัด ซึ่งรวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ โปรโมชัน รวมไปถึงการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากผู้ขายที่หลากหลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยไม่ถูกจำกัดด้วยระยะทางหรือเวลาอีกต่อไป สิ่งเหล่านี้ทำให้ลูกค้าสามารถค้นหาสิ่งที่ตรงกับความต้องการได้อย่างง่ายดาย และมีทางเลือกที่กว้างขึ้นในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของลูกค้ามีความซับซ้อนและมีความคาดหวังสูงขึ้น เนื่องจากลูกค้าสามารถเปรียบเทียบข้อเสนอและตรวจสอบความคุ้มค่าได้ในเวลาเพียงไม่กี่นาที เมื่อเป็นเช่นนี้ธุรกิจต่างๆ จึงต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น ไม่เพียงแค่วางผู้ขายภายในประเทศ แต่ยังรวมถึงการแข่งขันจากผู้ขายทั่วโลกอีกด้วย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) เพื่อให้สามารถรักษาลูกค้าเดิม และขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง การสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อแบรนด์จึงกลายมาเป็นเป้าหมายหลักที่บริษัทมุ่งเน้น โดยไม่ใช่เพียงแค่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงเท่านั้น แต่ยังต้องมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าตั้งแต่การนำเสนอ การอธิบายข้อมูล การสั่งซื้อ การรับบริการหลังการขาย ตลอดจนการให้คำปรึกษาและดูแลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการใส่ใจอย่างเต็มที่ สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความประทับใจและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ในระยะยาวได้ นอกจากนี้ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าไม่ได้เป็นเพียงเป้าหมายเดียวที่บริษัทให้ความสำคัญ แต่การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพในองค์กร ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนความสำเร็จของบริษัทในระยะยาว เพราะพนักงานถือเป็นตัวแทนขององค์กร และมีบทบาทสำคัญในการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

เป้าหมาย

บริษัทได้ตั้งเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า และมุ่งมั่นในการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น และยั่งยืนกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเสริมสร้างความไว้วางใจที่ลูกค้ามีต่อสินค้าและบริการของบิ๊ก คาเมร่า โดยเราเชื่อว่าการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าไม่เพียงแต่จะช่วยรักษาฐานลูกค้าเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าใหม่ได้ในระยะยาวด้วย ดังนั้น ความไว้วางใจและความเชื่อมั่นที่ลูกค้ามีต่อบริษัทถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ทำให้ บิ๊ก คาเมร่า มุ่งเน้นที่จะพัฒนาและปรับปรุงระบบการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายและสร้างประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมให้กับลูกค้าในทุกการติดต่อสื่อสาร เพื่อบรรลุเป้าหมายในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทจะไม่หยุดยั้งในการพัฒนากระบวนการต่างๆ และยังคงให้ความสำคัญกับการประเมินและปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้อย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้ บิ๊ก คาเมร่า เป็นแบรนด์ที่ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจและเลือกใช้บริการอย่างภาคภูมิใจในครั้งต่อไป

ผลการดำเนินงานปี 2568

1. การรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ

บริษัทมีการคัดเลือกสินค้าและพันธมิตรทางธุรกิจที่มีมาตรฐาน พร้อมทั้งมีระบบตรวจสอบคุณภาพสินค้า เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพและได้มาตรฐานตามที่กำหนด

2. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับลูกค้าในระยะยาว โดยมองว่าลูกค้าไม่ใช่เพียงแค่ผู้บริโภคสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นพันธมิตรที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวไปข้างหน้า บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกัน โดยการพัฒนาบริการหลังการขาย การติดตามผล และการให้การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในทุกๆ ด้าน ตัวอย่างเช่น การรับประกันสินค้า การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลในทุกช่วงเวลาของการใช้บริการ สิ่งเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างความรู้สึกผูกพันและความไว้วางใจที่จะเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่หลากหลายทั้งที่หน้าร้านและในงานกิจกรรม เช่น การจัดงานกิจกรรมส่งเสริมการขายในห้างสรรพสินค้าและการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสร้างความสนใจและการรับรู้จากลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าของบิ๊ก คาเมร่า ซึ่งช่วยกระตุ้นยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ มุ่งเน้นการจัดกิจกรรมการตลาดหน้าร้านเพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างการรับรู้ในแบรนด์ของร้าน โดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่หลากหลาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการพร้อมทั้งสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าครั้งแล้วครั้งเล่าการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Facebook, TikTok, Instagram, และ Website ช่วยให้สามารถส่งเสริมกิจกรรมและโปรโมชั่นต่างๆ รวมถึงการเปิดตัวสินค้าใหม่ๆ ที่ บิ๊ก คาเมร่า นำเสนอให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

○ ความรับผิดชอบต่อลูกค้า/ผู้บริโภค

บริษัทฯ ในฐานะองค์กรชั้นนำที่ดำเนินธุรกิจด้านค้าปลีกกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ รวมถึงบริการเกี่ยวกับธุรกิจภาพพิมพ์ ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อลูกค้าและผู้บริโภคอย่างสูงสุด โดยมีการวางแผนและนโยบายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ รวมถึงการคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม ด้วยการให้ความสำคัญในหลายด้าน ได้แก่ คุณภาพของสินค้า การให้บริการหลังการขาย การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการมีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด โดยตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจผ่านการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสและยุติธรรม ทั้งยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามมาตรฐานที่เข้มงวด และการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการ

สื่อสารที่ชัดเจนและตรงไปตรงมา เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจกับลูกค้า/ผู้บริโภคได้ในระยะยาว

บิก คาเมร่า ยึดมั่นในความซื่อสัตย์และความเป็นมืออาชีพในทุกกระบวนการทำงาน ตั้งแต่การคัดสรรสินค้า การจำหน่าย การบริการ ไปจนถึงการติดตามผลหลังการขาย ทั้งนี้ บริษัทตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน ไม่ใช่เพียงแค่การสร้างผลกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องคำนึงถึงการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า การให้การคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภคในทุกด้าน รวมถึงการมีบทบาทในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นในระบบการค้าที่เป็นธรรมและโปร่งใสในทุกมิติของการดำเนินงาน

การตลาดและการโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

นโยบายการขายและการตลาด

บริษัท บิก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจหลักและมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจค้าปลีกกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทยังมีธุรกิจภาพพิมพ์ที่สามารถรองรับการขายสินค้าและการให้บริการได้อย่างครบวงจร โดยในการดำเนินงานทางด้านธุรกิจนั้น บริษัทได้ให้ความสำคัญกับขั้นตอนและกระบวนการขาย รวมถึงการตลาดซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความก้าวหน้าและยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายด้านการขายและการตลาดที่มีมาตรฐานชัดเจนและมีความสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถยึดถือและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ นโยบายดังกล่าวถูกออกแบบมาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง

แนวปฏิบัติด้านการตลาดและโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

บริษัทมีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกกล้องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพต่างๆ โดยบริษัทดำเนินการทั้งในด้านการขายสินค้าและการให้บริการ ในการดำเนินงานทางด้านธุรกิจ บริษัทจะต้องมีขั้นตอนและกระบวนการขายและการตลาดที่เป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงกำหนดนโยบายการขายและการตลาด เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติ ดังนี้

1. บริษัทจะสนับสนุนกระบวนการและขั้นตอนในการทำงานต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยจะมีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการขายสินค้าและการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า
2. บริษัทจะกำหนดราคาขายสินค้าหรือบริการในราคาที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสถานะเศรษฐกิจและการแข่งขัน ซึ่งจะต้องได้รับอนุมัติจากผู้มีอำนาจอนุมัติ
3. บริษัทจะจัดให้มีการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้าตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่มีร่วมกัน
4. บริษัทกำหนดให้การให้บริการลูกค้าต้องเป็นไปตามกฎหมาย ประกาศ และข้อกำหนดของทางราชการ

○ การรับเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากลูกค้า

บริษัทฯ เปิดรับข้อร้องเรียนจากลูกค้าเพื่อรับทราบปัญหาที่แท้จริงจากลูกค้าโดยตรง และดำเนินการตามกระบวนการรับข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยให้สามารถนำข้อร้องเรียนไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทมีการสื่อสารไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับทราบปัญหาและดำเนินการจัดการ ปรับปรุงแก้ไข เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน อีกทั้ง ยังมีการประสานงานติดต่อลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อแจ้งความคืบหน้าของการดำเนินการจากบริษัท

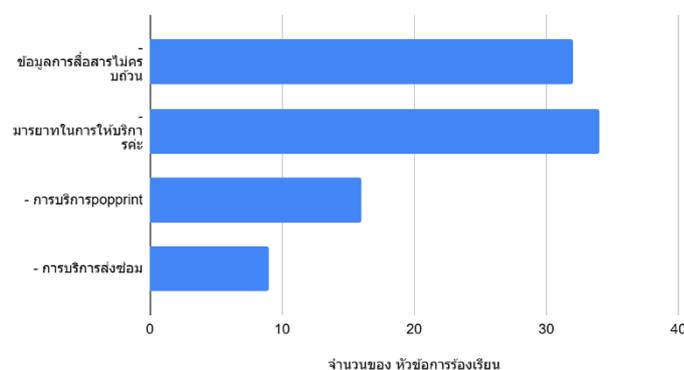
ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ของ บิ๊ก คาเมร่า มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นการส่งมอบบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการอย่างครบวงจร ดังนี้

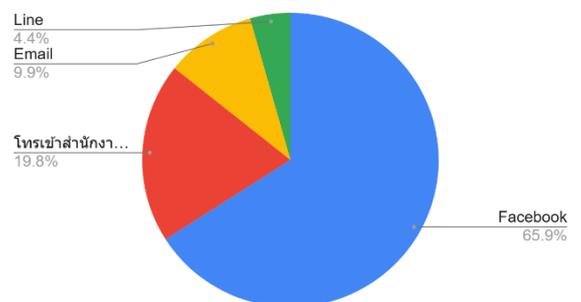
- ให้บริการตอบข้อซักถาม แก้ไขปัญหา และแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
- ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสากล เช่น PDPA เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
- จัดอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องในด้านการสื่อสาร การแก้ไขปัญหา และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี เพื่อช่วยพัฒนาประสบการณ์การให้บริการของลูกค้า
- เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ Customer Feedback เพื่อพัฒนากระบวนการให้บริการ
- เน้นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ผ่านการมอบโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษที่ตรงกับความต้องการ
- ให้บริการหลังการขาย เช่น การประกันสินค้า การซ่อมแซม และการอัปเดตข้อมูลผลิตภัณฑ์

ในปี 2568 สัดส่วนผลประเมินความพึงพอใจในระดับ 4-5 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 90 เทียบกับระดับการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทั้งหมด และมีจำนวนข้อร้องเรียน 94 เรื่อง ส่วนใหญ่เป็นเรื่องมารยาทในการให้บริการ และแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้องการแจ้งโปรโมชั่นสินค้าไม่ถูกต้อง เป็นต้น บริษัทสามารถดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนครบถ้วน และเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องปิดข้อร้องเรียนภายใน 1 ชั่วโมง หรือหากเป็นกรณีที่ต้องใช้เวลาในการดำเนินการให้ผู้จัดการเขตติดต่อกลับลูกค้าภายใน 1 ชั่วโมงหลังจากได้รับแจ้งจากศูนย์บริการลูกค้า

จำนวนของ หัวข้อการร้องเรียน



จำนวนของ ช่องทางมีเดีย



○ กระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน

ขั้นตอนที่ 1 ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์

บริษัทฯ มีช่องทางสำหรับหารติดต่อเพื่อรับเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะจากลูกค้า

Call Center: 063-202-6955, 063-202-6956 และ 02-809-9956 ต่อ 2113

Email: info.bigcamera@gmail.com

Facebook: <https://facebook.com/BIGCAMERA CLUB>

Line: @bigcamera

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการ

หัวข้อเรื่องร้องเรียนและชมเชย มีดังนี้

- ร้องเรียนการบริการขาย
- ร้องเรียนคุณภาพสินค้า
- ร้องเรียนการซ่อม
- ร้องเรียนนโยบายการขายสินค้า
- ร้องเรียนการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
- แจ้งเคสทุจริต
- ชมเชยการบริการขาย

รายละเอียด : ตรวจสอบรายละเอียด พร้อมทั้งแจ้งผลกลับ ดังนี้

1. สาเหตุที่เกิดปัญหา
2. แนวทางการแก้ไข้ปัญหา
3. ชื่อพนักงาน
4. บทลงโทษ

(สำหรับคำชมเชย แจ้งผลกลับเฉพาะชื่อพนักงาน)



ขั้นตอนที่ 3 สรุปผลการดำเนินงาน

สรุปรายงานร้องเรียน คำชมเชย และผลการตรวจสอบ และดำเนินการจากต้นสังกัด แจ้งหัวหน้าแต่ละส่วนงานและผู้บริหารรับทราบ ไม่เกินวันที่ 5 เดือนถัดไป

รายละเอียด : สรุปรายละเอียดข้อร้องเรียนและคำชมเชย

1. ชื่อลูกค้า
2. เบอร์ติดต่อ, Email
3. รายละเอียดข้อร้องเรียนหรือคำชมเชย
4. ผลดำเนินการจากต้นสังกัดที่ถูกร้องเรียนชมเชย
5. ระยะเวลาที่ต้นสังกัดตอบกลับ

3. การอบรมพนักงานขายประจำสาขา

การแนะนำผลิตภัณฑ์จากหลายๆ แปรนด์ และประเภทสินค้า เป็นใจความสำคัญสำหรับพนักงานขายหน้าร้าน ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะให้กับพนักงานในทุกระดับ พนักงานขายประจำสาขาจำเป็นต้องได้รับประสบการณ์ในการถ่ายทอดความรู้และการฝึกอบรม เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การฝึกอบรมและพัฒนาใน บิ๊ก คาเมร่า จะมีการวางแผนหลักสูตรที่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท โดยจะเน้นการให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ รวมถึงเทคนิคการขายที่ทันสมัย เพื่อให้พนักงานสามารถให้คำแนะนำได้อย่างมืออาชีพ การอบรมยังครอบคลุมไปถึงทักษะการเจรจาต่อรอง การฟัง และการให้คำแนะนำที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการจัดทำหลักสูตรเตรียมความพร้อมสำหรับพนักงานขายเพื่อพัฒนาให้พนักงานมีทักษะและความเชี่ยวชาญในการขายที่มีประสิทธิภาพ และสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาหัวหน้างานให้มีทักษะในการบริหารจัดการทีมและให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้ง วิธีการใช้งานที่ถูกต้องและเหมาะสม

○ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

บริษัทดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) อย่างเคร่งครัด โดยมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า และกำหนดแนวปฏิบัติในการใช้ข้อมูลอย่างเหมาะสม

นโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดยตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาและการจัดการข้อมูลอย่างถูกต้องและปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าข้อมูลของตนเองจะได้รับการคุ้มครองในระดับสูงสุดตามมาตรฐานสากล นโยบายการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของบีก คาเมร่ามีจุดมุ่งหมายเพื่อปกป้องข้อมูลของลูกค้าในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การเก็บรวบรวม การจัดเก็บ การประมวลผล และการใช้ข้อมูล เพื่อป้องกันการเข้าถึง การใช้ หรือการเปิดเผยข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตาม กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และมาตรฐานสากลในการคุ้มครองข้อมูล เพื่อให้ลูกค้าได้รับความมั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลที่ส่งมอบให้บริษัท และเสริมสร้างความไว้วางใจในธุรกิจต่าง ๆ ที่บริษัทดำเนินการด้วยการมีมาตรการคุ้มครองข้อมูลที่เข้มงวดนี้ บริษัทจึงสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง พร้อมกับการรักษาความเชื่อมั่นจากลูกค้าและผู้บริโภคในระยะยาว ซึ่งถือเป็นการยกระดับการบริการและการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบและยั่งยืน

การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัท บีก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้เป็นความลับอย่างเคร่งครัด และมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในทุกกรณี อย่างไรก็ตาม ในบางสถานการณ์ บริษัทอาจจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านให้แก่บุคคลภายนอกที่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งได้รับการคัดเลือกอย่างรอบคอบและมีหน้าที่ในการสนับสนุน หรือดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของบริษัท อาทิ ผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ให้บริการด้านการจัดส่งเอกสาร หรือผู้ให้บริการด้านกฎหมาย โดยบริษัทจะดำเนินการเปิดเผยหรือส่งต่อข้อมูลส่วนบุคคลของท่านเฉพาะในกรณีที่มีความจำเป็น และภายใต้ขอบเขตของวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งให้ท่านทราบล่วงหน้า พร้อมทั้งรับประกันว่าบุคคลภายนอกเหล่านั้นจะปฏิบัติตามข้อมูลส่วนบุคคลของท่านอย่างปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานการปกป้องข้อมูลที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทจะดำเนินการตามขั้นตอนที่เหมาะสมเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลส่วนบุคคลของท่านจะไม่ได้รับการใช้ผิดวัตถุประสงค์หรือถูกเปิดเผยโดยไม่ได้รับอนุญาตในทุกกรณี

มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยในข้อมูลที่เหมาะสม

บริษัทฯ จัดให้มีมาตรการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสม ให้สอดคล้องกับความอ่อนไหวของข้อมูลที่ท่านอาจส่งต่อ เปิดเผย โดยมีจุดประสงค์เพื่อป้องกันการเข้าถึง การใช้ การเปลี่ยนแปลง การแก้ไข หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยปราศจากอำนาจหรือโดยมิชอบ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะจัดให้มีการทบทวนมาตรการดังกล่าวเป็นระยะ ตามความเหมาะสมและโดยสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

เป้าหมายการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

การร้องทุกข์เกี่ยวกับการละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

- ไม่มีกรณีการละเมิด การขโมย หรือการสูญหาย ของข้อมูลลูกค้าที่ได้รับการเก็บข้อมูล
- ไม่มีกรณีการร้องทุกข์จากบุคคลภายนอก และ/หรือ จากหน่วยงานกำกับดูแล

แนวปฏิบัติด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างโปร่งใส: บริษัทเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเฉพาะข้อมูลที่จำเป็น และเกี่ยวข้องกับ การให้บริการ เช่น ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และข้อมูลการทำธุรกรรม โดยได้รับความยินยอมอย่างชัดเจนจากลูกค้า
2. การจัดเก็บข้อมูลอย่างปลอดภัย: บริษัทนำระบบเทคโนโลยีที่มีมาตรฐานสูง เช่น การเข้ารหัสข้อมูล(Encryption) และการ ใช้เซิร์ฟเวอร์ที่มีระบบป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ เพื่อป้องกันการรั่วไหลหรือการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต
3. การประมวลผลและการใช้ข้อมูลอย่างเหมาะสม: บริษัทใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและเกี่ยวข้องกับการ ให้บริการลูกค้า เช่น การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการจัดทำข้อเสนอพิเศษ โดยมีการ ควบคุมการเข้าถึงข้อมูลอย่างเคร่งครัด
4. การกำหนดสิทธิและความรับผิดชอบในองค์กร : บริษัทมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ให้กับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านการ รักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการจัดอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ กฎหมาย PDPA และมาตรฐานสากล
5. การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านข้อมูล : บริษัทมีการดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อระบุและ จัดการช่องโหว่ที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อข้อมูลส่วนบุคคล

สิทธิของเจ้าของข้อมูล

บริษัทฯเคารพสิทธิตามกฎหมายของท่านในฐานะเจ้าของข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในการควบคุม ของบริษัท โดยท่านสามารถขอใช้สิทธิที่ท่านมีได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดสิทธิที่ระบุไว้ในกฎหมาย ได้แก่

- (1) สิทธิขอเข้าถึงและขอรับสำเนาข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงสิทธิในการขอแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลให้ถูกต้อง
- (2) สิทธิขอรับข้อมูลส่วนบุคคล ในกรณีที่บริษัททำให้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นอยู่ในรูปแบบที่สามารถอ่านหรือใช้งานโดยทั่วไป ด้วยเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทำงานได้โดยอัตโนมัติ รวมถึงสิทธิขอให้ส่งหรือโอนข้อมูลรูปแบบดังกล่าวไปยังผู้ควบคุม ข้อมูลส่วนบุคคลอื่น
- (3) สิทธิคัดค้านการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
- (4) สิทธิขอให้ลบหรือทำลายหรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลได้เมื่อข้อมูลนั้นหมดความ จำเป็น
- (5) สิทธิในการขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลได้ หรือ
- (6) สิทธิถอนความยินยอมในการประมวลผลข้อมูลที่เจ้าของข้อมูลเคยให้ไว้ตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้

ช่องทางการติดต่อ

ทั้งนี้ หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติตามนโยบายความเป็นส่วนตัวนี้ รวมถึงข้อกังวลหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับ ข้อมูลของคุณประการใด โปรดติดต่อโดยส่งเป็นจดหมายหรือคำร้องผ่านทางอีเมลมาที่บริษัทฯ โดยบริษัทฯจะแจ้งผลการพิจารณาคำ ร้องของท่านให้ทราบภายในระยะเวลาที่เหมาะสมตามกรอบกฎหมาย

รายละเอียดผู้ควบคุมข้อมูล

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สถานที่ติดต่อ: เลขที่ 115,115/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

ช่องทางการติดต่อ: 02-8099956-65 ต่อ 1213,1204

อีเมล: dpo@bigcamera.co.th

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ไม่มีเหตุการณ์ข้อมูลรั่วไหลที่มีนัยสำคัญ ซึ่งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้ดำเนินการตามขั้นตอนกระบวนการบริหารจัดการและขั้นตอนตามกฎหมายทุกประการ

4. การบริหารความสัมพันธ์กับชุมชน และความรับผิดชอบต่อสังคม

นโยบายและแนวปฏิบัติ

บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้ความสำคัญในการสื่อสารเพื่อการอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างสงบสุข สนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืน ส่งเสริมกิจกรรมที่เน้นสร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพสังคม บริษัทฯจึงมีการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติด้านสังคม เพื่อให้พนักงานในองค์กรปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมีหน้าที่ในการช่วยกันดูแลสังคมและชุมชนรอบๆ บริษัทฯให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทฯให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคมและชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี เพื่อสร้างคุณค่าขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักบรรษัทภิบาล จึงมุ่งมั่นในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่องร่วมกับการพัฒนาสังคมไปพร้อมๆ กันเพื่อให้สังคมและชุมชนมีความสุข โดยเน้นการปลูกฝัง สร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับบุคลากรของบริษัทฯ ในการมีส่วนร่วมเพื่อการสร้างจิตสำนึกที่ดีในการแบ่งปัน ช่วยเหลือ และเสียสละ และมีการทบทวนผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีและการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคมและชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี เพื่อสร้างคุณค่าขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักบรรษัทภิบาล จึงมีการจัดทำคู่มือนโยบายและแนวทางการปฏิบัติด้านสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติของพนักงานในองค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายขององค์กร โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. ส่งเสริมการจัดทำกิจกรรม โครงการที่สร้างสรรค์ อันเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการตามมาตรฐานเพื่อสร้างชุมชนและสังคมที่ดี

ผลการดำเนินงานปี 2568

บริษัทฯมีความเชื่อมั่นศรัทธาอย่างแรงกล้าว่าทุกความสร้างสรรค์เป็นไปได้ บริษัทฯจึงส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคมและชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี จึงคิดโครงการนี้ขึ้นมา โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเยาวชนและการศึกษา เพื่อมุ่งเน้นการเรียนการสอนให้ผู้เข้าร่วมได้เข้าถึงฟังก์ชัน และโหมดต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตัวกล้องและอุปกรณ์การถ่ายภาพและพัฒนาเยาวชนและการศึกษาให้มีความรู้ ความเข้าใจในการถ่ายภาพ และองค์ประกอบสำคัญของการถ่ายภาพ วิดีโอ และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างคอนเทนต์ จากประสบการณ์ในการทำงานจริงโดยวิทยากรมืออาชีพด้านการถ่ายภาพและวิดีโอระดับแนวหน้าของประเทศไทย จนสามารถนำไปต่อยอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการมอบโอกาสด้วยการให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในชุมชนท้องถิ่นที่ขาดแคลน

โครงการสานฝันปันความรู้

โครงการสานฝันปันความรู้เป็นการร่วมมือระหว่างบริษัทฯและมหาวิทยาลัย โดยบริษัทฯจะร่วมเป็นคณะทำงานในการบริหารจัดการความรู้ให้กับเยาวชนในด้านการถ่ายภาพ การใช้อุปกรณ์ และการสร้างคอนเทนต์ เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์ผลงานจากภาพและวิดีโอ รวมถึงสามารถนำไปต่อยอดในการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยและอาชีพในอนาคต โดยบริษัทฯจะดำเนินการสร้างสตูดิโอที่เทียบพร้อมไปด้วยอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพให้กับมหาวิทยาลัย และร่วมส่งเสริมองค์ความรู้ทางด้านการถ่ายภาพ โดยจะวางแผนส่งผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและประสบความสำเร็จในแขนงการถ่ายภาพต่างๆ

นับตั้งแต่การเริ่มดำเนินโครงการ "สานฝัน ปันความรู้" ในปี พ.ศ. 2565 บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้เข้าไปมีบทบาท ในการร่วมส่งองค์ความรู้ทางด้านการถ่ายภาพโดยส่งผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและผู้ประสบความสำเร็จในแขนงการถ่ายภาพด้านต่างๆ เข้าไปพัฒนาทักษะและเปิดโลกทางการเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ตรงถึงห้องเรียนให้กับน้องๆ พร้อมทั้งสนับสนุนทุนการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อต่อยอดในการผลิตบุคลากรทางการถ่ายภาพอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งต่อบุคลากรเหล่านั้นเข้าสู่วงการการถ่ายภาพต่อไป

BIG Camera ได้ร่วมลงนาม MOU โครงการสานฝันปันความรู้ กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์มาตั้งแต่ปี 2566 โดยมีกรอบการร่วมดำเนินการทั้งสิ้น 3 ปีการศึกษา



ในการทำ MOU ครั้งนี้ บริษัทฯตระหนักถึงบทบาทในการเป็นภาคเอกชนที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์ความรู้ในโลกของการถ่ายภาพ โดยจะร่วมเป็นคณะทำงานในการบริหารจัดการความรู้ให้กับเยาวชนในด้านการถ่ายภาพ การใช้อุปกรณ์ และการสร้างคอนเทนต์ เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์ผลงานจากภาพและวิดีโอ รวมถึงสามารถนำไปต่อยอดในการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยและอาชีพในอนาคต และปีที่ผ่านมา บริษัทฯมีบทบาทในการสร้างสตูดิโอให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และร่วมส่งเสริมองค์ความรู้ทางด้านการถ่ายภาพ โดยจะวางแผนส่งผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและประสบความสำเร็จในแขนงการถ่ายภาพต่างๆ เข้ามาพัฒนาทักษะ เพื่อเปิดโลกการเรียนรู้และ บิ๊ก คาเมร่า มีการจัดคอร์สอบรมการใช้งานโดรนเบื้องต้นเพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานโดรนเพื่อการผลิตสื่อสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคการบิน การเลือกใช้อุปกรณ์ การวางแผนการถ่ายทำ และการตัดต่อวิดีโอ เพื่อให้สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพสูง รวมถึงมีการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการนำเสนอที่แปลกใหม่ เรียนรู้เทคนิคการถ่ายทำจากมุมมองใหม่ๆ ที่ไม่สามารถทำได้ด้วยวิธีการถ่ายทำแบบเดิม ๆ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่โดดเด่นและน่าสนใจ รวมถึงการใช้งานอย่างปลอดภัย และเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและภาคเอกชน ซึ่งผู้เข้าร่วมได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับผู้เชี่ยวชาญจาก บิ๊ก คาเมร่า เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและโอกาสในการทำงานร่วมกันในอนาคต

ภาพกิจกรรม ส่งมอบความรู้และประสบการณ์ตรงถึง คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตวังไกลกังวล



พร้อมกันนี้ บิ๊ก คาเมร่า ได้มอบอุปกรณ์เพื่อใช้ในสตูดิโอให้กับวิทยาลัยเพาะช่าง เพื่อให้นักเรียนนักศึกษาได้ใช้ประกอบการเรียนการสอนหลักสูตรวิชาการถ่ายภาพโดยน้องๆ นักศึกษาวิทยาลัยเพาะช่างได้มีการเข้าไปใช้สตูดิโอเพื่อทดลองถ่ายภาพในการทำงานและการจัดแสงในสตูดิโอโดยการใช้งานจริงเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์รวมถึงการใช้อุปกรณ์ให้เป็นและชำนาญมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ BIG Camera ร่วมกับ Advanced Photo Systems Limited ลุยไปถึงหัวหิน เพื่อจัดส่งความรู้ในการทำงานแบบมืออาชีพ ผ่านประสบการณ์ทำงานจริงในกองถ่ายให้กับน้อง ๆ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตวังไกลกังวล โดยพาเปิดกองถ่าย MV ให้ทดลองทำงานจริง ในสถานการณ์จริง พร้อมสัมผัสอุปกรณ์ระดับมืออาชีพจาก Amaran ที่ Advanced Photo System ยกทัพกันมาแบบจัดเต็ม ให้ได้ลองเล่นกันแบบจุใจ เพื่อส่งต่อแรงบันดาลใจและประสบการณ์ที่น้อง ๆ นักศึกษาจะนำไปต่อยอดในการสร้างสรรค์ผลงานในอนาคตต่อไป

ภาพกิจกรรม



ทั้งนี้ บิ๊ก คาเมร่า ยังมีการมอบการสนับสนุนด้านการศึกษา ด้วยการมอบทุนการศึกษาให้แก่นักศึกษาที่มีผลการเรียนดี ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เพื่อร่วมยกระดับความรู้ของนักถ่ายภาพและนักสร้างสรรค์ไทย ภายใต้โครงการ "สานฝัน ปั้นความรู้" อีกด้วย



ภาพกิจกรรมมอบทุนการศึกษาและอุปกรณ์ Studio คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ภายใต้ความร่วมมือ (MOU) ในโครงการ “สานฝัน ปันความรู้”



การทำ MOU ครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของบริษัทฯ ที่ต้องการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านการถ่ายภาพ ผ่านการร่วมบริหารจัดการและพัฒนาทักษะให้กับเยาวชน ทั้งในด้านการถ่ายภาพ การใช้อุปกรณ์ และการสร้างสรรค์คอนเทนต์ เพื่อเสริมสร้างทักษะ ความรู้ และทัศนคติที่ถูกต้อง สามารถนำไปต่อยอดทั้งในระดับการศึกษาและสายอาชีพในอนาคต

ในกิจกรรม BIG PRO DAY ครั้งที่ 19 มีการจัดการเรียนการสอนแบบนอกห้องเรียน ทาง บิ๊ก คาเมร่า ได้เชิญวิทยากรอาชีพ กิล Content คุณป๋ม Misterbeam , คุณโรจน์ Roji Sensei และ คุณทอมมี ธนบัตร แสงศรีมาถ่ายทอดความรู้และแบ่งปันมุมมองของการถ่ายโฆษณา กับการเผยทุกเทคนิคในการทำหนังสั้นและโฆษณาจำลองมุมมองการถ่ายและการแตกชิ้นต่างๆในการวางซ็อต ถ่ายทำหนังสั้นมา รวมไปถึงการทำหนังสั้นเพื่อกระตุ้นแรงจูงใจและปลุกแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานอย่างมีประสิทธิภาพ และแนวทางการประกอบอาชีพต่อไป



นอกจากนี้ BIG Camera ยังได้ร่วมมือกับ แบรนด์ DJI ยกขบวนขึ้นเหนือ เพื่อส่งมอบความรู้ให้กับนิสิต นักศึกษา และบุคลากร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ในกิจกรรมการฝึกอบรมด้านการบินโดรน เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านเทคโนโลยีการบินไร้คนขับให้กับน้อง ๆ นักศึกษา และบุคลากรที่สนใจในการบินโดรน เพื่อนำไปต่อยอดและพัฒนาในการสร้างสรรค์ผลงานต่อไปในอนาคต

โดยกิจกรรมในครั้งนี้ได้รับเกียรติจากนักบินโดรนจำฝูงตัวจริง พี่ใหญ่-กฤดา เสพมงคลเลิศ แห่งเพจ SnapTech ที่มาส่งมอบความรู้ความเข้าใจในการใช้งานโดรนตั้งแต่ภาคทฤษฎีไปจนถึงการทดลองบินจริง นำทีมโดยพี่ใหญ่-กฤดา เสพมงคลเลิศ แห่งเพจ

SnapTech สมทบด้วยนักบินที่เลี้ยงจากทีม DJI Product Specialist ที่คอยดูแลทุกการบินอย่างใกล้ชิด เรียกได้ว่าอัดแน่นทั้งความรู้ และความสนุกแบบเต็มอ้อม



โครงการพัฒนา Young Creator

การพัฒนาเยาวชนด้านสื่อดิจิทัลอย่างยั่งยืน

วิสัยทัศน์และแนวคิดเชิงนโยบาย

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการพัฒนาทักษะแห่งอนาคตของเยาวชน คือรากฐานสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน จึงกำหนด “การพัฒนาศักยภาพด้านสื่อดิจิทัลของเยาวชน” เป็นหนึ่งในประเด็นสาระสำคัญด้านสังคม ภายใต้กรอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีภาพและวิดีโอ บริษัทฯ ได้นำองค์ความรู้และประสบการณ์จากภาคธุรกิจมาถ่ายทอดสู่สถานศึกษาอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างทักษะการคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารอย่างมีคุณภาพ และการใช้สื่ออย่างมีจริยธรรม โดยเปิดโอกาสให้เยาวชนเข้าถึงการเรียนรู้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ในปี 2568 บริษัทฯ สนับสนุนเยาวชนรวมทั้งสิ้น 199 คน จาก 21 สถานศึกษา ครอบคลุมกิจกรรมทั้งในระดับสร้างแรงบันดาลใจและหลักสูตรเชิงลึก พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในระดับจังหวัดอย่างเป็นรูปธรรม

BIG Camera ผนึกกำลัง 4 หน่วยงาน ลงนาม MOU ส่งเสริมการศึกษาและทักษะชีวิตเยาวชน ผ่านโครงการ Saturday School Expansion ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้ทักษะตามความสนใจ ทั้งด้านการถ่ายภาพ วิดีโอ และเทคโนโลยีสร้างสรรค์สื่อ พร้อมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม โดยบันทึกความเข้าใจครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อร่วมกันพัฒนาทักษะด้านวิชาการและทักษะชีวิตให้แก่นักเรียน โดยเฉพาะช่วงนอกเวลาเรียน ทั้งนี้ BIG Camera จะสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการถ่ายภาพ อุปกรณ์กล้อง และประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ขณะที่มูลนิธิโรงเรียนวันเสาร์จะนำแนวทางการเรียนรู้ระบบที่มีประสิทธิภาพมาประยุกต์ให้เหมาะกับบริบทของพื้นที่



กรอบกลยุทธ์ด้านสังคม

การดำเนินโครงการตั้งอยู่บนหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. การสร้างความเท่าเทียมทางโอกาสทางการศึกษา
สนับสนุนให้เยาวชนในหลากหลายพื้นที่เข้าถึงองค์ความรู้และประสบการณ์จริงจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม
2. การเตรียมความพร้อมกำลังคนแห่งอนาคต
พัฒนาทักษะด้านการสื่อสารดิจิทัล การทำงานเป็นทีม และการคิดเชิงวิเคราะห์ อันเป็นพื้นฐานของเศรษฐกิจยุคดิจิทัล

3. การสร้างความร่วมมือเชิงบูรณาการ

ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาในระดับพื้นที่อย่างยั่งยืน

โครงสร้างการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

บริษัทฯ ออกแบบเส้นทางการเรียนรู้ 3 ระดับ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและการพัฒนาศักยภาพอย่างแท้จริง

ระดับที่ 1: สร้างแรงบันดาลใจ (Creative Shot)

จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการใน 3 จังหวัด ได้แก่ ระยอง โคราช เชียงใหม่

มีผู้เข้าร่วม 104 คน (นักเรียน 88 คน และครู 16 คน)

มุ่งเน้นพื้นฐานการถ่ายภาพและวิดีโอ ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติจริง



ระดับที่ 2: ขยายโอกาสเชิงพื้นที่ (Young Creator กิจกรรม 1 วัน)

จัดกิจกรรมในจังหวัดสมุทรสาคร

มีนักเรียนกว่า 60 คน จาก 11 โรงเรียน

เน้นการออกแบบเนื้อหา การเล่าเรื่อง และการผลิตสื่อในบริบทดิจิทัล



ระดับที่ 3: พัฒนาเชิงลึก (Young Creator หลักสูตรต่อยอด)

หลักสูตรต่อเนื่อง 6-7 สัปดาห์

มีนักเรียนเข้าร่วม 35 คน จาก 7 โรงเรียน

ครอบคลุมกระบวนการผลิตสื่อครบวงจร ตั้งแต่การวางแผน การถ่ายทำ การตัดต่อ และการนำเสนอผลงาน

ผู้เรียนจัดทำผลงานโครงการจริงและเพิ่มสะสมผลงานภายใต้กรอบความร่วมมือหลายภาคส่วน



ผลการดำเนินงานเชิงประจักษ์ ปี 2568

- เยาวชนได้รับประโยชน์รวม 199 คน
- สถานศึกษาเข้าร่วม 21 แห่ง
- ผู้เรียนในหลักสูตรเชิงลึกจัดทำผลงานจริงครบ 100%
- เกิดเครือข่ายความร่วมมือด้านการศึกษาระดับจังหวัดอย่างเป็นรูปธรรม



ผลกระทบเชิงสังคม

ต่อเยาวชน

เยาวชนมีทักษะด้านการสื่อสารดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม มีผลงานที่สามารถใช้ต่อยอดทางการศึกษาและอาชีพ และได้รับการปลูกฝังแนวคิดการใช้สื่ออย่างรับผิดชอบ

ต่อสถานศึกษาและชุมชน

เกิดการบูรณาการองค์ความรู้จากภาคธุรกิจสู่ระบบการศึกษา เสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้นอกห้องเรียน และสร้างต้นแบบความร่วมมือระดับจังหวัด

ต่อองค์กร

บริษัทฯ ตอกย้ำบทบาทในฐานะองค์กรที่มุ่งสร้างคุณค่าร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง

ความสอดคล้องกับกรอบความยั่งยืน

โครงการดังกล่าวสอดคล้องกับมิติด้านสังคมของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่

- เป้าหมายที่ 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ
- เป้าหมายที่ 8 งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
- เป้าหมายที่ 17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ทิศทางการดำเนินงานในปี 2569

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายโครงการสู่ 3 จังหวัด เพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 200 คนต่อปี พัฒนาหลักสูตรด้านผู้ประกอบการสื่อดิจิทัล และจัดตั้งเครือข่าย Young Creator เพื่อสร้างกลไกติดตามผลและการพัฒนาต่อเนื่องในระยะยาว

โครงการเปิดตาดีสู่สังคม

โครงการเปิดตาดีสู่สังคมไทย เป็นโครงการที่ระดมทุนเพื่อสมทบทุนมอบให้กับ "หน่วยแพทย์จักษุศัลยกรรมสภากาชาดไทย ในสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี" เพื่อคืนแสงสว่างและเปิดโอกาสในการมองเห็นให้ผู้ที่มีปัญหาทางสายตา ได้กลับมามองเห็นสิ่งต่าง ๆ รอบตัวอีกครั้ง โดยบริษัทฯ ได้มองเห็นถึงปัญหาเกี่ยวกับดวงตาว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลและขาดแคลน บริษัทฯ จึงเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยระดมทุนผ่านการจัดกิจกรรมเพื่อรับบริจาคจากภาคประชาชน โดยจับมือร่วมกันกับภาครัฐ สำนักงานจัดการรายได้สภากาชาดไทย จัดทำโครงการเปิดตาดีสู่สังคม เพื่อนำรายได้ทั้งหมดไปใช้เป็นค่ารักษาดวงตา จัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ พร้อมก็นำไปเป็นค่าใช้จ่ายในการขับเคลื่อนรถจักษุคลินิกเคลื่อนที่ ที่มีทีมแพทย์ พยาบาล เข้าไปในพื้นที่ช่วยเหลือ ตั้งแต่การตรวจสุขภาพตา ต้อกระจก ต้อหิน จอประสาทตา และประเมินการรักษาให้กับผู้ที่ได้รับการตรวจรักษา

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนรายได้ให้กับโครงการเปิดตาดีสู่สังคม บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมประมูลกล้องถ่ายภาพ เริ่มต้นที่ราคา 1 บาท ในงานกิจกรรมส่งเสริมการขาย BIG CAMERA BIG FESTIVAL, BIG CAMERA BIG PRO DAYS โดยลูกค้าที่ชนะการประมูล ทางสภากาชาดจะออกใบลดหย่อนภาษีให้กับทางลูกค้า โดยลูกค้าสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการตั้งกล่องบริจาคที่หน้าร้านสาขาของ บิ๊ก คาเมร่า บริเวณจุดชำระเงิน และกล่องบริจาคบริเวณทางเข้ากิจกรรมอบรมถ่ายภาพ workshop ต่างๆ ของบริษัทฯ โดยในทุกปีทาง บิ๊ก คาเมร่า จะสรุปรวมยอดเงินและนำเงินมอบให้กับสำนักงานจัดการรายได้สภากาชาดไทย เพื่อนำไปเป็นค่ารักษาของหน่วยจักษุคลินิกเคลื่อนที่ โดยปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีการมอบเงิน

สมทบทุนโครงการเปิดตาดีสู่สังคมจำนวนเงินตั้งแต่ปีที่ 1 - ปีที่ 8 ไปแล้วเป็นจำนวนเงิน 10,517,895 บาท โดยช่วยรักษาดวงตาไปแล้วจำนวน 1,503 ดวงตา



BIG ร่วมใจ ส่งน้ำใจช่วยภัยน้ำท่วม

เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2568 บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยร่วมมือกับทีมงานอาสาสมัครจากมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง จุด สน.บางเขน เปิดโครงการ “ธารน้ำใจ ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม” ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมรุนแรงในพื้นที่ดังกล่าว โครงการนี้เป็นการแสดงถึงความตั้งใจของกลุ่มบริษัทในการช่วยเหลือชุมชนและสนับสนุนผู้ประสบภัยให้สามารถกลับมาดำเนินชีวิตได้อย่างปกติสุขโดยเร็วที่สุด





กิจกรรมภายใต้โครงการดังกล่าวได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากพนักงานในเครือบริษัท บิ๊ก คาเมร่า ซึ่งได้ร่วมแรงร่วมใจในการรวบรวมสิ่งของ เครื่องใช้ เสื้อผ้า และอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตในภาวะฉุกเฉิน อาทิ ข้าวสาร น้ำ อาหารกระป๋อง อาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น สุนัข และแมว ตลอดจนสิ่งของจำเป็นในชีวิตประจำวันอื่น ๆ ทั้งนี้ สิ่งของทั้งหมดที่พนักงานได้ร่วมกันจัดเตรียมและรวบรวมไว้ ได้ถูกจัดส่งไปยังพื้นที่ประสบภัยน้ำท่วมในจังหวัดเชียงรายโดยเร็วที่สุด เพื่อให้สามารถแจกจ่ายแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบได้อย่างทันท่วงที

Capture the Moment @ภาคกลาง

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ร่วมให้การสนับสนุนในฐานะพันธมิตรที่แข็งแกร่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภูมิภาคภาคกลาง เพื่อร่วมกันจัดทริปสุดพิเศษที่จะสร้างแรงบันดาลใจและเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวที่รักการถ่ายภาพและชื่นชอบแฟชั่น ด้วยการทำ Workshop แต่งหน้ากับ Makeup Artist ชื่อตั้งจากทีมน้องฉัตร และเรียนทริคถ่ายภาพกับช่างภาพระดับมือโปร ที่จะมาแนะนำเทคนิคการถ่ายภาพสวย ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็น Hidden Spot ในภาคกลาง เรียนจริง ถ่ายจริง ในสถานที่จริง ได้ทั้ง Skill ได้รูปสวย และได้เที่ยวไปพร้อมกันโครงการ Capture the Moment @ภาคกลาง เป็นกิจกรรมสำคัญภายใต้แนวคิด Grand Moment จากแคมเปญ “Amazing Thailand Grand Tourism & Sports Year 2025” ซึ่งเป็นแคมเปญที่มุ่งมั่นจะยกระดับการท่องเที่ยวและกีฬาของไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก โดยมี 5 Grand เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อน ได้แก่ Grand Festivity, Grand Moment, Grand Privilege, Grand Invitation และ Grand Celebration เป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญในการกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวในประเทศ



โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ 4 ทริป 4 Theme ดังนี้

- CITY OF LIGHTS ย่านพระนครแห่งสีสันเสน่ห์แฟชั่นยามค่ำคืน กรุงเทพฯ อิมสำหรับคนอยากลอง Explore สีสัน ได้รูปสวย ๆ ยามค่ำคืน ใจกลางกรุงเทพฯ

- POWER OF FOREST พลังแห่งป่าเสน่ห์ภูผาหินเขางู จังหวัดราชบุรี ทริปนี้จะพานักท่องเที่ยวไปพบกับหน้าผาหินปูนสูงตระหง่าน ล้อมรอบด้วยทะเลสาบที่สะท้อนแสงแดดช่วงกลางวันทั้งดงาม
- LEGEND OF HERITAGE ช่องลอดแสง ณ ปราสาทนครหลวง จังหวัดอยุธยา สัมผัสความมหัศจรรย์ของแสงอาทิตย์ที่ลอดผ่านช่อง สาดส่องกำแพงโบราณ สร้างบรรยากาศเหมือนภาพวาดแห่งอดีต สร้างภาพแสงเงาทั้งดงามตั้งงานศิลปะ
- OCEAN SECRET ทูงลาเวนเดอร์แห่งท้องทะเล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทริปที่ทุกคนจะได้ไปถ่ายรูปใต้น้ำกับทูงลาเวนเดอร์ใต้ทะเล เกาะจาน อุทยานแห่งชาติหาดวนกร ร่วมกับ Dive House

● การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

นโยบายและแนวปฏิบัติ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมุ่งมั่นในการลดการก่อให้เกิดมลพิษจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ จะปฏิบัติและให้ความร่วมมือ หรือควบคุมให้มีการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย และกฎระเบียบที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแล คณะกรรมการจึงกำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้พนักงานในองค์กรปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมีหน้าที่ในการช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการปรับปรุงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งการปลูกฝัง สร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับบุคลากรของบริษัทฯ ในการรับผิดชอบต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และมีการทบทวนผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีและการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการจัดทำคู่มือนโยบายและแนวทางการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติของพนักงานในองค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายขององค์กร โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. การสื่อสารในองค์กร การจัดอบรมในหลักสูตรต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในองค์กร ตลอดจนสร้างให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการคิดค้นและแสวงหาแนวทางในการลดการใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกัน ควบคุม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด
2. ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในห่วงโซ่อุปทาน โดยการเลือกคู่ค้า ผู้รับจ้าง รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ โดยพิจารณาจากความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และความสอดคล้องกับนโยบายสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ
3. มุ่งมั่นในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการในเรื่องของการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้ลดปริมาณการใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็นและนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทจัดทำรายงานตามข้อเสนอแนะของกรอบการเปิดเผย ข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures : TCFD) ประกอบด้วยข้อมูล 4 ส่วนหลักดังนี้

- **ตัวชี้วัดและเป้าหมาย (METRICS AND TARGETS)**

ตัวชี้วัดและเป้าหมายที่ใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ

เป้าหมายก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์: การปล่อยก๊าซเรือนกระจก สุทธิเป็นศูนย์จากการดำเนินการของบริษัทภายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) (ขอบเขตที่ 1 และ 2)

- **การกำกับดูแล (GOVERNANCE)**

การกำกับดูแลและการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ

1. คณะกรรมการบริษัท

มีบทบาทที่สำคัญในการกำกับดูแลภาพรวมการดำเนินงานของบริษัท มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีหน้าที่อนุมัติยุทธศาสตร์เป้าหมาย นโยบายการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน รวมถึงอนุมัตินโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงและขอบเขตความเสี่ยงที่ยอมรับได้ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงและโอกาสด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) และผลกระทบจากความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศ (Climate-related Risk) ซึ่งมีการทบทวนเป็นประจำทุกปีและมีหน้าที่อนุมัติแผนธุรกิจและงบประมาณประจำปี รวมถึงกำกับ ดูแลและติดตามให้การบริหารงานของฝ่ายจัดการเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนธุรกิจที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตามกฎหมายข้อบังคับต่างๆ และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs)

2. คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง

มีหน้าที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับกรอบการกำกับดูแลความเสี่ยงของบริษัท ดูแลให้ผู้บริหารระดับสูงรวมถึงหัวหน้าหน่วยงานบริหารความเสี่ยงปฏิบัติตามนโยบายและกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง และทบทวน สอบทานความเพียงพอของนโยบายและกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงครอบคลุมความเสี่ยงทุกประเภทและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ รวมถึงความเสี่ยงด้าน ESG และความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate-related Risk) โดยจะมีการจัดประชุมไม่น้อยกว่าปีละ 1 ครั้ง และรายงานต่อคณะกรรมการบริหารเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทต่อไป

3. คณะกรรมการการพัฒนาความยั่งยืน

มีบทบาทที่สำคัญในการดูแลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งงานด้าน ESG โดยทบทวนและให้ความเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเสนอแนะเพื่อแก้ไขปรับปรุงตามความเหมาะสมก่อนรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท รวมถึงให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแผนการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์และการพิจารณาโครงการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างเหมาะสม และติดตามความคืบหน้าของแผนงานอย่างสม่ำเสมอโดยกำหนดให้จัดประชุมไม่น้อยกว่าปีละ 3 ครั้ง

- **กลยุทธ์ (STRATEGY)**

ผลกระทบของความเสี่ยงและโอกาสเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ การวิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยง โอกาส และผลกระทบที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศภายใต้สมมติฐานต่างๆ(Climate-related Scenario Analysis)

● **การบริหารความเสี่ยง (RISK MANAGEMENT)**

กระบวนการที่ใช้ในการประเมินและระบุความเสี่ยงตลอดจนการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ

1. กระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศที่มีผลต่อการดำเนินงาน
2. การบริหารจัดการความเสี่ยงและผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงาน

บริษัทได้ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศที่มีผลกระทบต่อการทำงานของบริษัท ตลอดจนแนวทางการควบคุมและการตอบสนอง ดังนี้

ประเภทความเสี่ยง	ประเภทความเสี่ยง	คำอธิบายประเด็นความเสี่ยง	ผลกระทบ	แนวทางควบคุม
ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risks)	ความเสี่ยงแบบฉับพลัน (Acute)	ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเป็นเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ภัยแล้ง, คลื่นความร้อน หรือ อุทกภัย เป็นต้น	- ความเสียหายต่อทรัพย์สิน - ธุรกิจหยุดชะงัก - ต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อการป้องกันและเยียวยาผลกระทบ - การตัดจำหน่ายและการด้อยค่าของสินทรัพย์	- ทบทุนและประเมินความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ - กำหนดแผนงานเพื่อลดผลกระทบและแผนรองรับเหตุฉุกเฉิน
	ความเสี่ยงแบบเรื้อรัง (Chronic)	การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศที่เกิดขึ้นเป็นระยะเวลานานจากสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน, ระดับน้ำทะเลสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง		- การประเมินความเสี่ยงจากสถานที่ตั้งของธุรกิจ จัดเตรียมเครื่องมือเตือนภัยวางแผนงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรับสถานการณ์
ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risks)	มาตรการ กฎหมาย กฎระเบียบ (Measure, Law and Regulation)	แนวโน้มกฎหมายและกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความเข้มงวดมากขึ้น, มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดการกีดกันทางการค้า	- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น - การตัดจำหน่ายและการด้อยค่าของสินทรัพย์ก่อนกำหนดเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย	- ติดตามข่าวสารและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด - ประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงมาตรการกฎหมาย หรือ กฎระเบียบ
	ตลาด (Market)	การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานจากความเสี่ยงโอกาสของผลกระทบที่	- การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและ	- ร่วมวางแผนงานกับคู่ค้าเพื่อสะท้อนความต้องการของผู้บริโภค

ประเภทความเสี่ยง	คำอธิบายประเด็นความเสี่ยง	ผลกระทบ	แนวทางควบคุม
	เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศได้รับการพิจารณาเพิ่มมากขึ้น	ความพึงพอใจของผู้บริโภค - การตัดจำหน่ายและการด้อยค่าของสินค้าล้าสมัย	
ชื่อเสียง (Reputation)	ความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมขององค์กรต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	- ความกังวลของผู้มีส่วนได้เสียต่อภาพลักษณ์ขององค์กร	- เปิดเผยเป้าหมายและวิธีการดำเนินงานที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

โอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ

นับตั้งแต่มีการประกาศความร่วมมือกันของประชาคมโลก หน่วยงานต่างๆ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือ Net Zero และมุ่งสู่สังคมที่เน้นการใช้พลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียนเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการสร้างความตระหนักรู้ต่อการจัดการขยะ เพื่อกำจัดให้ถูกวิธีเพื่อเพิ่มให้เกิดการนำมาใช้ซ้ำให้มากขึ้น อีกทั้งการปรับเปลี่ยนไปสู่การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก บริษัทได้ทำการวิเคราะห์ถึงโอกาสที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศและผลกระทบ ตลอดจนแนวทางการตอบสนอง ดังนี้

ประเด็นโอกาส	คำอธิบายประเด็นโอกาส	โอกาสทางธุรกิจ	แนวทางการตอบสนอง
การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	การใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้พลังงานทดแทน/พลังงานสะอาด การนำน้ำที่กลับมาใช้ซ้ำ	- ลดค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน - การเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน - การสร้างภาพลักษณ์องค์กร	- วางแผนปรับปรุงการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ - สร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานและชุมชน
ผลิตภัณฑ์/บริการ	นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	- การเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ที่มีกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน - การสร้างภาพลักษณ์องค์กร	- มีส่วนร่วมในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสและเพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย
ความยืดหยุ่นในการปรับตัว	การปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ	- การเพิ่มมูลค่าตลาดและการสร้างชื่อเสียง	- การวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ

ประเด็นโอกาส	คำอธิบายประเด็นโอกาส	โอกาสทางธุรกิจ	แนวทางการตอบสนอง
			- การทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อมุ่งเน้นการบริหาร จัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้พิจารณาความเสี่ยงโดยรวมขององค์กรทั้งจากความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risks) และความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risks) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อตรงต่อการดำเนินกิจการของบริษัท โดยบริษัทฯ มีกระบวนการพิจารณาความเสี่ยงโดยรวม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงเพื่อความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยขั้นตอนการพิจารณาความเสี่ยงดังกล่าว มีการดำเนินการอย่างเป็นประจำเพื่อให้ทันกับแนวโน้มและสามารถรับมือกับผลกระทบด้านสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้บริษัทมีมาตรการที่ได้ดำเนินการเพื่อจัดการความเสี่ยง ดังนี้

1. จัดทำทะเบียนควบคุมที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างใกล้ชิด เพื่อเตรียมพร้อมรับมาตรการภาครัฐ
2. มอบหมายผู้รับผิดชอบในการดูแลและติดตามมาตรการภาครัฐและการจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
3. เผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักในเรื่องความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานแก่ผู้บริหารและพนักงานอย่างต่อเนื่อง
4. สร้างคุณภาพชีวิตควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการต่างๆ เช่น โครงการ "รณรงค์การใช้ถุงผ้า/ถุงกระดาษทดแทน ถุงพลาสติก", โครงการ "BIG รับ BIG ส่ง"
5. ให้ความสำคัญและจัดลำดับการคัดเลือกคู่ค้าที่มีแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมแนวคิดที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

บริษัทมีเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานของบริษัทในระดับองค์กร (ขอบเขตที่ 1 และ 2) เป็นศูนย์ภายในปี 2588 (ค.ศ. 2045)

ความเสี่ยง	โอกาส
บริษัทได้ตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ซึ่งจำเป็นต้องมีการวางแผนระยะยาว หากบริษัทไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอาจส่งผลให้เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท	หากบริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานและบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ประหยัดต้นทุนการดำเนินงาน รวมถึงสามารถลดความเสี่ยงจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัท

บริษัทได้กำหนดกรอบการดำเนินงานไว้ในจรรยาบรรณต่อผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (ศึกษา นโยบายและแนวทางปฏิบัติฉบับเต็มที่ <http://www.bigcamera.co.th> ภายใต้หมวดนักลงทุนสัมพันธ์) โดยมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งมั่นที่จะกำจัดหรือลดมลพิษต่อระบบนิเวศน์ที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทและของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจทั้งทางบวกและทางลบต่อสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมของบริษัท
2. ส่งเสริมวัฒนธรรมในองค์กรให้พนักงานทุกคนตระหนักและมีส่วนร่วมในการคิดค้นและแสวงหาแนวทางวิธีการลดการใช้ทรัพยากรและพลังงาน ตลอดจนการปล่อยของเสียและก๊าซเรือนกระจก เพื่อป้องกัน ควบคุม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคมให้น้อยที่สุด
3. ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมภายในห่วงโซ่อุปทาน โดยการเลือกคู่ค้า ผู้รับจ้าง รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ โดยพิจารณาจากความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และความสอดคล้องกับนโยบายสิ่งแวดล้อมของบริษัท
4. มุ่งมั่นที่จะดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินโครงการหรือดำรงไว้ซึ่งกระบวนการ มีเป้าหมายที่จะลดปริมาณผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินกิจการของบริษัท

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

บริษัทมุ่งมั่นในการจัดการปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมุ่งมั่นในการลดการก่อให้เกิดมลพิษที่อาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทและของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทได้มีการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

1. การบริหารจัดการขยะ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทำให้เกิดการผลิตและการบริโภคเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับปัจจุบันผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภค จึงเป็นสาเหตุให้ปัจจุบันมีปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีความซับซ้อน และมีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากมีส่วนประกอบภายในที่เป็นสารอันตรายและมีส่วนของโลหะและเหล็กเป็นส่วนประกอบ จึงจำเป็นต้องมีการกำจัดอย่างถูกวิธี เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนในสังคม

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักบรรษัทภิบาล บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการลดปริมาณและการจัดการแยกขยะอย่างเป็นระบบทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับบุคลากรของบริษัทในการรับผิดชอบต่อการจัดการแยกขยะอย่างถูกวิธีเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายให้มีการคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง 100% ภายในปี 2570 เพื่อที่จะสามารถนำขยะที่คัดแยกแล้วเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลให้ได้มากที่สุดหรือนำไปกำจัดตามประเภทได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นสร้างความตระหนักรู้และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อจุดมุ่งหมายในการลดการสร้างขยะ ส่งเสริมให้เกิดการใช้ซ้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองและลดผลกระทบที่อาจเกิดต่อสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

การบริหารจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ รมรณรงค์ให้พนักงานมีจิตสำนึกในการทิ้งขยะ โดยปลูกฝังให้พนักงานทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง เพื่อลดการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อันอาจก่อให้เกิดมลพิษและเชื้อโรคต่างๆ ในสำนักงาน โดยให้พนักงานเรียนรู้วิธีการทิ้งขยะตามระบบคัดแยกที่กำหนดให้ แยกออกเป็นขยะเศษอาหาร ขยะพลาสติก และขยะกระดาษ



ซึ่งจัดให้มีจุดทิ้งขยะตามสถานที่ที่ระบุไว้อย่างชัดเจน เพื่อที่จะสามารถนำขยะที่คัดแยกแล้วเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลให้ได้มากที่สุด หรือนำไปกำจัดตามประเภทได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม และเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การรณรงค์ให้เกิดการใช้ซ้ำ

ในอดีตที่ผ่านมา พนักงานในองค์กรมักนิยมสั่งซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดมาเพื่อบริโภค ซึ่งนอกจากจะเป็นภาระด้านค่าใช้จ่ายแล้วยังเป็นการเพิ่มปริมาณขยะพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ดังนั้น บริษัทฯ จึงดำเนินการจัดหาแหล่งน้ำดื่มสะอาดที่เข้าถึงได้ง่ายและปลอดภัยภายในองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงน้ำดื่มที่สะอาดได้อย่างทั่วถึง และเพื่อเป็นการลดการใช้ขวดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ลดภาระค่าใช้จ่ายของพนักงาน รวมถึงมีการรณรงค์ให้พนักงานใช้ภาชนะส่วนตัวที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และเป็นการช่วยส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนภายในองค์กร

โครงการลดโลกร้อน

ในปัจจุบันวิถีชีวิตในสังคมไทยได้เปลี่ยนไป โดยมีการนำพลาสติกมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น เนื่องจากพลาสติกมีราคาถูก น้ำหนักเบา ทำให้ไม่สิ้นเปลืองค่าขนส่ง พลาสติกเป็นวัสดุที่มีความหนาแน่นต่ำ และสามารถทนแรงอัดได้สูงกว่าขยะมูลฝอยประเภทอื่น ๆ มีความคงทนต่อสารเคมี รวมทั้งไม่ย่อยสลายโดยจุลินทรีย์ ส่งผลให้พลาสติกมีอายุยาวนานนับร้อยปี จากสถิติที่ผ่านมาพบว่า มีขยะพลาสติกเกิดขึ้นมากมายหลายล้านตัน โดยเป็นขยะถุงพลาสติกประมาณ 80% ของปริมาณขยะพลาสติกทั้งหมด อาทิ ถุงร้อน ถุงเย็นบรรจุอาหาร ถุงหิ้วที่ใช้ใส่ของ (T-Shirt bag) ถุงของพลาสติก กล่องโฟม ขวดน้ำพลาสติก เหล่านี้ ในอนาคตคาดว่าจะผลกระทบต่อของภาวะโลกร้อนส่งผลกระทบต่อรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งมีแนวโน้มจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ “ถุงพลาสติก” ใส่สินค้าให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่หน้าร้าน BIG Camera ดังนั้น บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงปัญหาภาวะ “โลกร้อน” ซึ่งมีผลกระทบต่อทั้งระบบ



นิเวศน์ จากการใช้ถุงพลาสติกเกินความจำเป็นจากการรับบริการที่ผ่านมา จึงมีการเริ่มหาแนวทางการผลิตถุงที่สามารถช่วยลดโลกร้อนดังกล่าวได้ ทั้งนี้ บริษัทฯ จึงมีการดำเนินการเปลี่ยนจากการใช้ถุงพลาสติกมาใช้ถุงกระดาษ โดยปรับเปลี่ยนจากการใช้ถุงพลาสติกทั้งถุงใส่สินค้า และซองใส่รูปถ่ายมาเป็นถุงกระดาษและซองกระดาษ เพื่อเป็นการลดปริมาณขยะพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ รวมถึงการลดผลกระทบต่ออนามัยสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจกลดลงได้อีกด้วย โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการมาตลอดหลายปีเพื่อที่จะมุ่งหวังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน สังคม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของลูกค้าให้ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการลดปริมาณขยะถุงพลาสติกในสิ่งแวดล้อมที่เป็นสาเหตุหนึ่งของภาวะโลกร้อน

โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการใช้ถุงกระดาษแทนถุงพลาสติกไปแล้วจำนวน 2,896 ใบ

การบริหารจัดการอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานอย่างคุ้มค่า

บริษัทฯ บริหารจัดการอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานต่างๆ ให้มีการใช้อย่างคุ้มค่า ด้วยการนำอุปกรณ์สำนักงานที่ใช้แล้วแต่ยังอยู่ในสภาพดีกลับมาใช้ใหม่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ แฟ้มเอกสาร ของจดหมาย ส่วนการบริหารจัดการกระดาษนั้นมีการนำกระดาษที่ใช้แล้วหน้าเดียวนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยการนำมาทำกระดาษโน้ต นอกจากนี้มีการยกเลิกการใช้เอกสารโดยไม่จำเป็น เช่น ยกเลิกการเขียนใบลาหยุด ยกเลิกเอกสารเงินเดือน และอื่นๆที่สามารถบริหารจัดการผ่านทางระบบออนไลน์ อีกทั้งยังรณรงค์ให้พนักงานงดพิมพ์งานโดยไม่จำเป็น

2. การบริหารจัดการพลังงาน

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการปรับปรุงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งการปลูกฝัง สร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับบุคลากรของบริษัทฯ ในการรับผิดชอบต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด บริษัทฯ จึงมีการจัดโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าให้เกิดประโยชน์อันสูงสุด โดยการควบคุมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำคู่มือนโยบายและแนวทางการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งคิดค้น แสวงหาแนวทาง และวิธีการ ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงาน ตลอดจนการปล่อยของเสีย และก๊าซเรือนกระจก เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติของพนักงานในองค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายขององค์กร ในการป้องกัน ควบคุม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และสังคมให้น้อยที่สุด พร้อมทั้งสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์พลังงาน โดยมีการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน และจัดกิจกรรมเพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมและตระหนักถึงการลดการใช้พลังงาน เช่น โครงการ “ไปไหนให้ BIG ไปสง” เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

ถึงแม้ว่าลักษณะธุรกิจของบริษัทฯ จะไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อม แต่บริษัทฯ ก็ให้ความสำคัญและใส่ใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการในเรื่องของการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยการรณรงค์ และปลูกฝังในการสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานในองค์กรรู้จักมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้ลดการใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็นและสามารถนำกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมทั้งหาวัสดุหรือวิธีทดแทนเพื่อลดการใช้ทรัพยากร และใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ช่วยลดโลกร้อน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

โครงการระบบไฟอัตโนมัติ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการเปลี่ยนระบบไฟฟ้าส่องสว่างให้เป็นระบบไฟเปิด-ปิดอัตโนมัติ ภายในห้องน้ำของสำนักงานใหญ่จำนวน 8 ห้อง เพื่อเป็นการช่วยลดการสิ้นเปลืองไฟหลังจากการใช้งานของพนักงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง E-Mail และ แอปพลิเคชัน Line ของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานทุกคนรับทราบเกี่ยวกับการติดตั้งอุปกรณ์ตรวจจับความเคลื่อนไหว (Monitor Sensor) และคู่มือการใช้งาน สำหรับการเปิด-ปิดไฟส่องสว่างภายในห้องน้ำทุกห้อง ซึ่งจากการเปลี่ยนระบบดังกล่าวประหยัดไฟ



โครงการ “หลอดไฟประหยัดพลังงาน”

บริษัทฯตระหนักถึงความสำคัญในการประหยัดพลังงาน ลดการใช้ไฟฟ้า ลดการใช้พลังงานอย่างสูญเปล่าสิ้นเปลือง รวมถึงจะช่วยลดการเกิดก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการกระทำกิจกรรมต่างๆ ภายในร้านค้าของบริษัทฯ ล้วนเป็นการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งสิ้น บริษัทฯจึงจัดทำโครงการ ประหยัดพลังงาน เปลี่ยนหลอดไฟขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดการใช้พลังงาน ลดค่าใช้จ่าย และเพื่อสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมให้ทุกคนลดการใช้พลังงานพร้อมกับการใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายในการเปลี่ยนหลอดไฟภายในร้านค้าจำนวน 160 สาขาทั่วประเทศให้เป็นหลอดไฟ LED ประหยัดพลังงานให้ครบ 100 % ภายในปี 2571 ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯมีการใช้หลอดไฟจำนวนทั้งสิ้น 10,457 หลอด เป็นหลอดไฟ LED ประหยัดพลังงานจำนวน 8,145 หลอด คิดเป็น 78 % ของจำนวนหลอดไฟทั้งหมด และหลอดไฟที่ไม่ได้เป็น LED จำนวน 2,312 หลอด คิดเป็น 22 % ของจำนวนหลอดไฟทั้งหมด



โครงการ “โซลาร์เซลล์”

บริษัทฯได้ติดตั้งไฟโซลาร์เซลล์เพื่อนำพลังงานธรรมชาติจากแสงอาทิตย์มาเปลี่ยนเป็นพลังงานไฟฟ้า บริเวณลานจอดรถและรอบอาคารตั้งแต่ปี 2564 ที่ผ่านมา ซึ่งในปี 2565 ได้ดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องในการปรับเปลี่ยนหลอดไฟและติดตั้งระบบไฟฟ้าที่เป็นพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มขึ้น รวมทั้งปลูกฝังให้พนักงานใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น ปิดไฟในช่วงกลางวัน และหลังเลิกงานทันที รมรณรงค์การใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัด นอกจากนี้ บริษัทฯยังคำนึงถึงการประหยัดพลังงานไฟฟ้า โดยพิจารณาจัดซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในสำนักงานที่มีคุณสมบัติประหยัดไฟฟ้า



โครงการ “BIG ส่ง BIG รับ”

เป็นโครงการที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564 นอกจากจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของพนักงานแล้วยังช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂ Emissions) และลดค่าฝุ่น PM 2.5 บริษัทฯมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจและการเติบโตควบคู่กับการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะลดมลพิษต่อระบบนิเวศน์ ซึ่งในปี 2567 บริษัทฯทำการรณรงค์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานใช้การเดินทางโดยสารสาธารณะ โดยมีพนักงานที่ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นจากเดิมปี 2566 ค่าเฉลี่ยพนักงานใช้อยู่ที่ 40 คน ต่อวัน และในปี 2567 มีพนักงานใช้บริการ 45 คน ต่อวัน



3. การบริหารจัดการน้ำ

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทมุ่งมั่นในการปรับปรุงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักบรรษัทภิบาล รวมทั้งการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับบุคลากรของบริษัทที่รู้คุณค่าของทรัพยากรที่ใช้ไปและรู้จักรับผิดชอบต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้เกิดการใช้ที่มีประสิทธิภาพและลดการใช้น้ำอย่างสิ้นเปลือง บริษัทฯจึงมีการจัดโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าให้เกิดประโยชน์อันสูงสุด โดยการควบคุมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

แนวทางการจัดการ

การใช้น้ำประปาของบริษัทเป็นไปเพื่อการอุปโภคบริโภคของพนักงาน บริษัทฯได้ดำเนินการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ และการใช้น้ำอย่างประหยัดเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และมีแผนงานในการทำกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดให้มีความหลากหลาย และมีการสอดแทรกกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง บริษัทฯได้มีการตรวจสอบ รักษา และซ่อมแซมท่อประปา และอุปกรณ์ต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และเลือกใช้โถสุขภัณฑ์ ก๊อกน้ำ และสายชำระแบบประหยัดน้ำ รวมถึงมีระบบบำบัดน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ ทำให้มั่นใจได้ว่าน้ำทิ้งที่มีการบำบัดก่อนที่จะปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต่อชุมชนรอบข้างที่เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

การบริหารจัดการใช้น้ำ

กลุ่มบริษัทได้มีการรณรงค์และปลูกจิตสำนึกให้พนักงานรู้จักใช้น้ำอย่างประหยัด เพื่อคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า ซึ่งกลุ่มบริษัทได้ดำเนินการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้แก่พนักงานในองค์กรเกี่ยวกับการรณรงค์การใช้ทรัพยากรอย่างรู้ค่า โดยในปีที่ผ่านมา พนักงานในองค์กรได้รับการอบรมเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรอย่างรู้ค่าครบ 100%



การบริหารจัดการน้ำทิ้ง

บริษัทมีการติดตั้งระบบการบำบัดน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ มีการบำรุงรักษาและตรวจสอบสภาพของระบบบำบัดอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งน้ำเสียจากอาคารส่วนใหญ่มาจากการอุปโภคบริโภคของพนักงาน เช่น การขับถ่าย การประกอบอาหาร และการซักล้าง เป็นต้น ซึ่งมีสิ่งปนเปื้อนในน้ำเสียที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯจะมีการบำบัดน้ำทิ้งทางกายภาพ โดยใช้ตะแกรงสำหรับจับเศษขยะที่มีขนาดใหญ่ เช่น เศษไม้เศษพลาสติก เป็นต้น และยังมีบ่อดักไขมันที่ช่วยในการแยกไขมันไม่ให้ไหลปนไปกับน้ำทิ้ง ช่วยรักษาสภาพน้ำในขั้นต้นก่อนปล่อยไประบบบำบัดน้ำทิ้ง ซึ่งจะมีบ่อดักไขมันก่อนที่น้ำจะปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ จากการดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนด โดยในปี 2567 บริษัทฯไม่พบข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

4. การบริหารจัดการกระดาษ

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การสรรหาว่าจ้างบุคลากร เอกสารที่ใช้ประกอบการนำเสนอ เอกสารสัญญา เอกสารด้านบัญชี ด้านกฎหมาย สื่อประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการออกใบเสร็จรับเงินให้กับลูกค้า ล้วนต้องใช้กระดาษ

ซึ่งส่งผลต่อการลดจำนวนต้นไม้ที่ช่วยดูดซับก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งยังก่อให้เกิดการใช้พลังงานไฟฟ้าและน้ำประปาสำหรับการผลิต กระจก ซึ่งล้วนส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของก๊าซเรือนกระจก

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการบรรลุเป้าหมายตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) และกรอบการจัดการวิกฤตสภาพภูมิอากาศของโลกบริษัท ตระหนักถึงผลกระทบของกระจกที่มีต่อวิกฤตโลกร้อน จึงมุ่งมั่นบริหารจัดการการใช้กระจกภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ลด การใช้กระจกในกิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจให้ได้มากที่สุด พร้อมทั้งพัฒนาระบบที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อลดการใช้ กระจก ซึ่งนอกจากจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติแล้ว ระบบเหล่านี้ยังตอบสนองต่อรูปแบบธุรกิจในปัจจุบันได้อย่างมี ประสิทธิภาพอีกด้วย

บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายการบริษัทจัดการกระจกไว้ดังนี้

ระยะสั้น : ลดปริมาณการใช้กระจกลงร้อยละ 10 ภายในปี 2569 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2567

ระยะยาว : ลดปริมาณการใช้กระจกลงร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2567

ผลการดำเนินงานปี 2568

ปริมาณการใช้กระจกลดลงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีฐาน

5. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ก๊าซเรือนกระจก)

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรเพื่อประเมินขอบเขตที่ 1, 2 และ 3 ขององค์กรเป็นปีแรก จึงกำหนดให้ปี 2568 เป็นปีฐานใช้ในการอ้างอิงและเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของปีต่อไปโดยมีเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซ เรือนกระจกจากกิจกรรมขององค์กรไม่ต่ำกว่า 20% จากปีฐาน (เฉพาะ Scope 1 และ Scope 2) และมุ่งสู่เป้าหมายการลดการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานของบริษัทในระดับองค์กร (ขอบเขตที่ 1 และ 2) เป็นศูนย์ (Net Zero) ภายใน ปี 2593 (ค.ศ. 2050) โดยใช้มาตรการของโครงการอนุรักษ์พลังงานในการลดใช้พลังงานไฟฟ้า และการใช้พลังงานสะอาดทดแทนแนวทางการ บริหารจัดการ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของทุกธุรกิจ บริษัท ตระหนักถึงความเสี่ยง ผลกระทบ และการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อบริษัทฯ บริษัทฯ จึงให้ ความสำคัญกับการป้องกันและแก้ไขมลพิษที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ส่งผลกระทบทางตรงและทางอ้อมกับการ ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศลดลง ส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาพรวม ระดับประเทศลดลง

บริษัทฯ ได้จัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) ประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมของบริษัท เพื่อ วางแผนและดำเนินการลดก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท เช่น ลดการใช้ทรัพยากรและพลังงาน การจัดการของเสีย และการขนส่ง เป็นต้น บริษัทฯ มีนโยบายการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก ใช้ในสื่อสารและสร้างวัฒนธรรมในองค์กร เพื่อให้ทุกคนที่มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ ตระหนักและมีส่วนร่วมใน วัตถุประสงค์และเป้าหมายสิ่งแวดล้อมของบริษัท

ผลการดำเนินงาน ปี 2568

จากการดำเนินการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นขององค์กร (CFO) ตามแนวทางขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ทั้งขอบเขตที่ 1, 2 และ 3 จากการคำนวณโดยพิจารณาขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท ในปี 2568 เป็นครั้งแรก ยึดเป็นปีฐาน มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกดังนี้

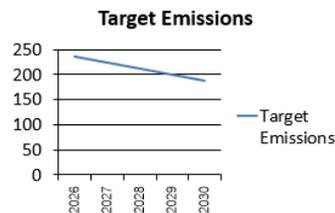
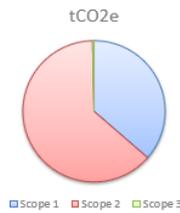
แหล่งการปล่อย	ปริมาณ	tCO ₂ e/ปี
น้ำมัน (Scope 1)		
- Diesel	25,952.66 ลิตร	69.55
- Gasohol 95	6,896.66 ลิตร	16.00
ไฟฟ้า (Scope 2)	262,490 kWh/ปี	148.60
น้ำประปา (Scope 3)	2,398 หน่วย (m ³)	0.83
รวมทั้งหมด		234.98

ESG Climate Dashboard

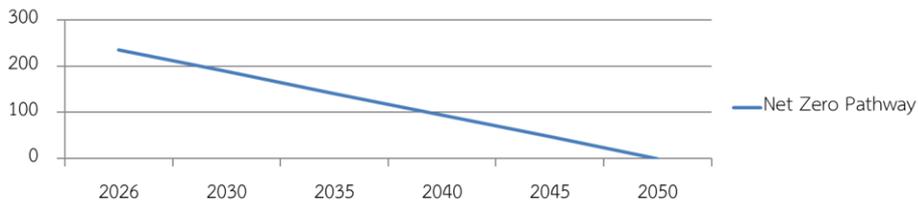
Total GHG Emissions
234.98 tCO₂e

Energy Consumption
262,490 kWh

Fuel Consumption
32,849 liters



Net Zero Pathway



สรุปการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิคิดเป็น 234.98 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า จะเห็นได้ว่ากิจกรรม ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกส่วนมาก เกิดจากการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงการใช้เชื้อเพลิงน้ำมันของรถยนต์บริษัท จึงนำไปสู่การวางกลยุทธ์การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยใช้การกำหนดเป้าหมายทางวิทยาศาสตร์ (Science Based Target : SBT) เพื่อส่งเสริมการลดก๊าซเรือนกระจกที่สอดคล้องกับเป้าหมายของข้อตกลงปารีสและเพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ โดยมีกลยุทธ์ระยะยาว ดังนี้ เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์ สนับสนุนการใช้รถพลังงานไฟฟ้า (EV) ของพนักงานในบริษัท รวมถึงสนับสนุนกิจกรรมโครงการที่เกี่ยวกับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ขอบเขต	ปริมาณ : ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (TCO ₂ e)
ขอบเขตที่ 1 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง	85.55 tCO ₂ e/ปี
ขอบเขตที่ 2 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่เกิดจากพลังงาน	148.60 tCO ₂ e/ปี
ขอบเขตที่ 3 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ	0.83 tCO ₂ e/ปี

สถิติด้านความยั่งยืน

การกำกับดูแลกิจการ			
รายการ	หน่วย	2567	2568
กรณีการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ	ครั้ง	0	0
กรณีการละเมิดการทุจริตและคอร์รัปชัน	ครั้ง	0	0
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีของบริษัทถูกโจมตีทางไซเบอร์	ครั้ง	0	0
จำนวนเหตุการณ์หรือกรณีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล	ครั้ง	0	0
สังคม			
รายการ	หน่วย	2567	2568
กรณีข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชนอื่นที่มีนัยสำคัญ	ครั้ง	0	0
เหตุการณ์หรือกรณีบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	0	0
การเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นเสียชีวิต	ครั้ง	0	0
จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ	ครั้ง	0	0
กรณีการรั่วไหล การขโมย หรือการสูญหายของข้อมูลลูกค้า	ครั้ง	0	0
กรณีการร้องทุกข์จากบุคคลภายนอกและ/หรือจากหน่วยงานกำกับดูแล	ครั้ง	0	0
จำนวนข้อพิพาทกับชุมชน	ครั้ง	0	0
สิ่งแวดล้อม			
รายการ	หน่วย	2567	2568
กรณีหรือเหตุการณ์ละเมิดกฎหมายหรือการสร้างผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม	ครั้ง	0	0
มูลค่าความเสียหายหรือค่าปรับที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม	ครั้ง	0	0

ปริมาณการใช้พลังงาน (สำนักงานใหญ่)			
รายการ	หน่วย	2567	2568
พลังงานไฟฟ้า	kWh	286,380	262,490
ปริมาณการใช้น้ำ (สำนักงานใหญ่)			
รายการ	หน่วย	2567	2568
ปริมาณการใช้น้ำ	m ³	2,824	2,398
การใช้น้ำต่อจำนวนพนักงานในพื้นที่องค์กร	m ³	4.24 : 1	3.51 : 1
สรุปผลจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ บิ๊ก คาเมร่า สำนักงานใหญ่			
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยจำแนกตามขอบเขต	หน่วย	2567	2568
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม ณ สำนักงานใหญ่ (Scope 1 - 3)	t CO ₂ e	265.37 tCO ₂ e/ปี	234.98 tCO ₂ e/ปี
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงรวม (Scope 1)	t CO ₂ e	102.31 tCO ₂ e/ปี	85.55 tCO ₂ e/ปี
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมรวม (Scope 2)	t CO ₂ e	162.09 tCO ₂ e/ปี	148.60 tCO ₂ e/ปี
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆรวม (Scope 3)	t CO ₂ e	0.97 tCO ₂ e/ปี	0.83 tCO ₂ e/ปี
สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1 - 3)	t CO ₂ e/sq.m.	0.0722	0.0639

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี 2568 เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการ และผลการดำเนินงานในประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มที่ครอบคลุม มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นให้สอดคล้องตามมาตรฐานการรายงานขององค์กร แห่งความริเริ่มว่า ด้วยการรายงานสากล Sustainable Development Goals (SDGs) ขอบเขตของรายงานครอบคลุม บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) , บริษัท อิมเมจ โซลูชั่น พลัส จำกัด และ บริษัท พิคคาซัส จำกัด ซึ่งถือได้ว่าเป็นบริษัทย่อยที่ บิ๊ก คาเมร่า ถือครองหุ้น เท่ากับร้อยละ 99.9 และอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยสรุปผลการดำเนินงาน การพัฒนาความยั่งยืนฉบับปี 2568 เผยแพร่ในเดือนมีนาคม ปี 2569

ขอบเขตการรายงาน

- ระยะเวลาการรายงาน
วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2568
- ขอบเขตการเปิดเผย
บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
- ขอบเขตเนื้อหา
รายงานตามผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ที่สอดคล้องกับบริบท และกลยุทธ์ของบิ๊ก คาเมร่า และความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบิ๊ก คาเมร่า

กรอบการรายงาน

บิ๊ก คาเมร่า ได้มีการจัดเตรียมเนื้อหาและเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals SDGs)

การรับรองรายงาน

รายงานฉบับนี้อยู่ระหว่างการทวนสอบรับรองโดยหน่วยงานภายนอก อย่างไรก็ตาม บิ๊ก คาเมร่า รวบรวมข้อมูลที่การรับรองความถูกต้องหรือฐานข้อมูลที่นำเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย , การรายงานผลสรุปจากฝ่ายงานและผู้เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บิ๊ก คาเมร่า ได้มีการทบทวนเนื้อหาและขอบเขตการรายงานทุกปี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และบริบทปัจจุบัน

ช่องทางการติดต่อ

ฝ่ายจัดการด้านการพัฒนาความยั่งยืน (นักลงทุนสัมพันธ์)

บริษัท บิ๊ก คาเมร่า คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

115, 115/1 ถนนสวัสดิการ 1 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

โทร. : 02-8099956-65 ต่อ 1204 , 1213

Email : ir@bigcamera.co.th

