

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

รายงานความยั่งยืน

เกี่ยวกับการรายงานฉบับนี้

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) จัดทำรายงานความยั่งยืนในปีนี้เป็นปีที่ 8 เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สร้างคุณค่าให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม โดยรายงานผลกระทบในทุกมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ

แนวทางการจัดทำรายงาน

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2567 จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงให้มีความสอดคล้องตามกรอบของ Global Reporting Initiatives (GRI) ฉบับ GRI Standards ซึ่งเป็นแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยมีเนื้อหาครอบคลุมผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ในประเด็นที่มีสาระสำคัญ กลยุทธ์และการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความยั่งยืน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้เชื่อมโยงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs)

ขอบเขตของรายงาน

ขอบเขตของการรายงานฉบับนี้ได้แสดงผลการดำเนินงานครอบคลุมทุกกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ดำเนินการในประเทศไทย แต่ไม่ได้รวมถึงบริษัทย่อยและบริษัทอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567

การสอบถามข้อมูล

หากมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

คณะกรรมการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)

132 ซ.เจริญราษฎร์ 7 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120

โทร. 022893100 ต่อ 216, 490

e-mail : sdcommittee@wacoal.co.th



สารจากประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ

ในปี 2567 อุทสาหกรรมแฟชั่นเผชิญกับความท้าทายจากต้นทุนวัตถุดิบที่ผันผวนห่วงโซ่อุปทานที่เปลี่ยนแปลง และความต้องการของผู้บริโภคที่มุ่งสู่ความยั่งยืน บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้หลัก ESG (Environment, Social and Governance) พร้อมด้วยแนวทาง BCG (Bio, Circular and Green) และ Zero Waste โดยมุ่งลดของเสีย นำวัสดุเหลือใช้เข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล และพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านเศรษฐกิจ สถานการณ์ตลาดและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อการผลิตและการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ซึ่งสร้างโอกาสให้บริษัทฯ ในการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตลอดจนร่วมมือกับคู่ค้าในการส่งเสริมแนวทางความยั่งยืน สร้างความแข็งแกร่งในห่วงโซ่คุณค่า และร่วมกันขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ด้านสังคม ประเด็นสิทธิมนุษยชนได้รับความสำคัญเพิ่มขึ้นในสังคมปัจจุบัน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการเคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าโดยเฉพาะพนักงานซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรตั้งแต่กระบวนการสรรหาพนักงาน การฝึกอบรมและการพัฒนา การบริหารค่าตอบแทน การรักษาพนักงาน รวมถึงการดูแลความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสังคม ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการวาโก้โบว์ชมพู สู่แม่เรือนงาม โครงการ Wacoal We Care เพื่อร่วมมือกับสังคมในการสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ และช่วยเหลือผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างสังคมที่ยั่งยืนและครอบคลุมทุกภาคส่วน

ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มุ่งมั่นในการลดขยะหรือของเสียตามแนวทาง Zero Waste พร้อมดำเนินโครงการ Wacoal BRADAY ซึ่งเป็นโครงการรับบริจาคบราเกาท์ที่ไม่ใช้แล้วมาจัดการอย่างมีระบบและทำจัดอย่างถูกวิธี ลดผลกระทบจาก Climate Change มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 และโครงการ Wacoal Go Green : วาโก้หัวใจสีเขียว ซึ่งมุ่งปลูกต้นกล้าให้เป็นผืนป่า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของภาคอุตสาหกรรม เพื่อบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 พร้อมทั้งร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Care the Bear และโครงการ Care the Whale ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ด้านการกำกับดูแลกิจการ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมุ่งมั่นที่จะยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจ เป็นไปด้วยความโปร่งใส เติบโตอย่างยั่งยืน และสร้างความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่บริษัทฯ ได้รับในระดับ “ดีเลิศ” เป็นปีที่ 10 ติดต่อกัน จากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2567

นอกจากนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินงานและการผลิตจึงได้แต่งตั้งหัวหน้างานกำกับดูแลการปฏิบัติงาน (Compliance) เพื่อกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายของหน่วยงานต่างๆ นอกจากนี้สำนักงานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ ยังได้ดำเนินการตรวจสอบระบบความยั่งยืนขององค์กร (ESG Audit) เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรมีการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับแนวทางที่เป็นมาตรฐาน

ในนามของ บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ขอขอบคุณผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กร บริษัทฯ จะยังคงพัฒนาและดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนพร้อมสร้างคุณค่าให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อไป



(นายบุญดี อำนาจสกุล)

ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ



3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

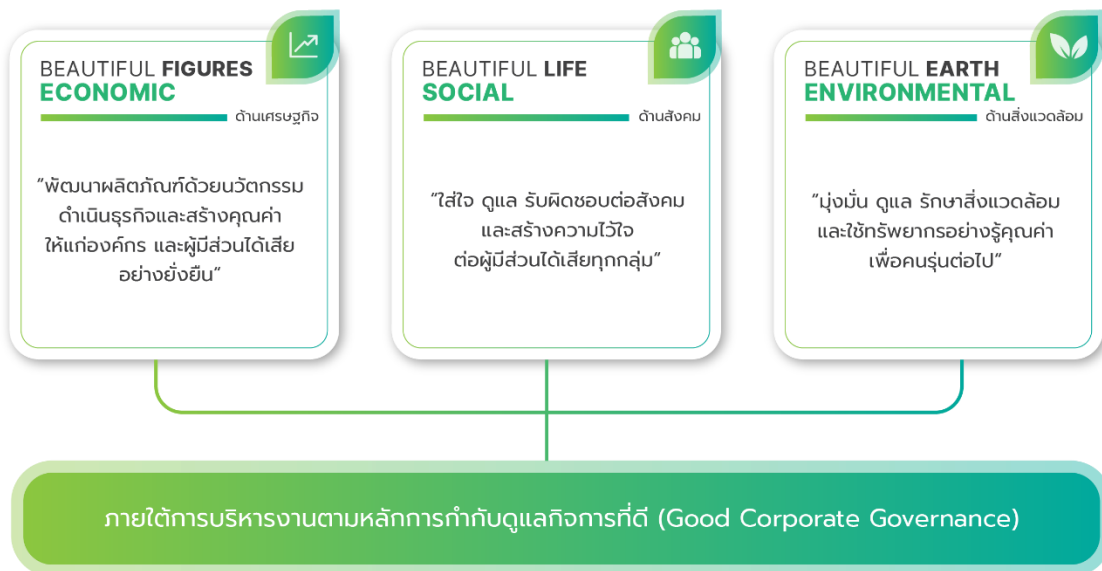
นโยบายการจัดการด้านความยั่งยืน



ไทยวาโก้มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน จึงได้กำหนดกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Framework) ซึ่งอ้างอิงกับแนวทางการดำเนินการในระดับสากล และสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) โดยวิเคราะห์ผลกระทบและสร้างคุณค่าให้เกิดความสมดุลใน 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (CG) โดยบูรณาการให้เกิดความเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การใช้ทรัพยากร การผลิต การจัดการคลังสินค้าและการขนส่ง การจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภค และการจัดการผลิตภัณฑ์หลังการขาย

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน 3 Beauty

Wacoal เชื่อว่าผู้หญิงทุกคนถูกสร้างให้สวย ไม่ใช่เพียงรูปลักษณ์ภายนอก แต่ **ผู้หญิง...สวยที่สุดจากข้างใน (Beauty Inside)**



เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนระดับองค์กร

ไทยวาโก้ได้กำหนดเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล พร้อมทั้งเชื่อมโยงผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์ ด้านความยั่งยืน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2570	เป้าหมาย ปี 2567	ผลการดำเนินงาน ปี 2567
Beautiful Figures (ด้านเศรษฐกิจ)	รายได้จากสินค้าที่มีการพัฒนา นวัตกรรมในแต่ละปี	12% ของยอดขาย สินค้าสำเร็จรูป ในประเทศ	10% ของยอดขาย สินค้าสำเร็จรูป ในประเทศ	10% ของยอดขาย สินค้าสำเร็จรูปใน ประเทศ
	ผลิตสินค้าโดยใช้วัตถุดิบตามหลัก BCG Model	38% ของมูลค่าสินค้า สำเร็จรูปในประเทศ	35% ของมูลค่าสินค้า สำเร็จรูปในประเทศ	33% ของมูลค่าสินค้า สำเร็จรูปในประเทศ
	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า (B2B)	95%	95%	96.25%
	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า (B2C) *	90%	90%	90.70%
	คะแนนเฉลี่ยในการประเมิน ศักยภาพการดำเนินงานด้านความ ยั่งยืนของลูกค้าที่สำคัญในห่วงโซ่ อุปทาน	90%	90%	81.35%
	คะแนนประเมินคู่ค้าที่ขายวัตถุดิบ	98%	98%	99.43%
Beautiful Life (ด้านสังคม)	ชั่วโมงการฝึกอบรมพนักงาน	10 ชั่วโมง/คน	10 ชั่วโมง/คน	8 ชั่วโมง/คน
	ผลงานการพัฒนาปรับปรุงงานเพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน	70 ผลงาน	50 ผลงาน	81 ผลงาน
	การใช้แรงงานเด็กและแรงงาน บังคับ *	0 คน	0 คน	0 คน
	ความพึงพอใจของพนักงานต่อ องค์กรโดยรวม	4 คะแนน	4 คะแนน	4.02 คะแนน
	จำนวนข้อร้องเรียนจากชุมชน โดยรอบบริษัทฯ	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง
	กิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน	12 กิจกรรม	12 กิจกรรม	14 กิจกรรม
	อัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้น เสียชีวิตจากการทำงาน	0 กรณี	0 กรณี	0 กรณี
	อัตราความถี่ของการบาดเจ็บจาก การทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) (ต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)	0 กรณี	0 กรณี	1.03 กรณี
	จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการ ละเมิดสิทธิมนุษยชนจากพนักงาน และคู่ค้าของบริษัทฯ	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง
Beautiful Earth (ด้านสิ่งแวดล้อม)	คาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (ต่อหน่วยผลผลิต)	ลด 17.86% เมื่อเทียบกับข้อมูล ปีฐาน (ปี 2565) **	ลด 10% เมื่อเทียบกับข้อมูล ปีฐาน (ปี 2564)	ลด 15.84% เมื่อเทียบกับข้อมูล ปีฐาน (ปี 2564)
	การใช้พลังงาน	ลด 2% ของปริมาณ การใช้พลังงานไฟฟ้า (kWh) เมื่อเทียบกับ Energy Baseline ปีฐาน (ปี 2564 - 2565)	ลด 6% ของปริมาณ การใช้พลังงานไฟฟ้า (kWh) เมื่อเทียบกับ Energy Baseline ปีฐาน (ปี 2564 - 2565)	ลดลง 17.45% ของ ปริมาณการใช้พลังงาน ไฟฟ้า (kWh) เมื่อเทียบ กับ Energy Baseline ปีฐาน (ปี 2564 - 2565)

กลยุทธ์ ด้านความยั่งยืน	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2570	เป้าหมาย ปี 2567	ผลการดำเนินงาน ปี 2567
	การใช้น้ำ (เฉลี่ย/คน/วัน)	ลด 2% เมื่อเทียบกับ ข้อมูลปี 2569	ลด 6% เมื่อเทียบกับ ข้อมูลปีฐาน (ปี 2564)	ลดลง 4.18% เมื่อ เทียบกับข้อมูลปีฐาน (ปี 2564)
	สัดส่วนการจัดการขยะ อุตสาหกรรมเพื่อให้ผู้รับเหมา นำไปรีไซเคิลต่อปริมาณขยะ อุตสาหกรรมทั้งหมด	100%	90%	99.61%
Good Corporate Governance (ด้านการกำกับ ดูแลกิจการ)	จำนวนข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาท เกี่ยวกับการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง
	จำนวนข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาท เกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินของ ผู้อื่น	0 ครั้ง	0 ครั้ง	0 ครั้ง
	ผลประเมินการกำกับดูแลกิจการ	ระดับ “ดีเลิศ”	ระดับ “ดีเลิศ”	ระดับ “ดีเลิศ”

หมายเหตุ : * เป้าหมายใหม่สำหรับปี 2567 ที่บริษัทฯ กำหนดขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ในปี 2570

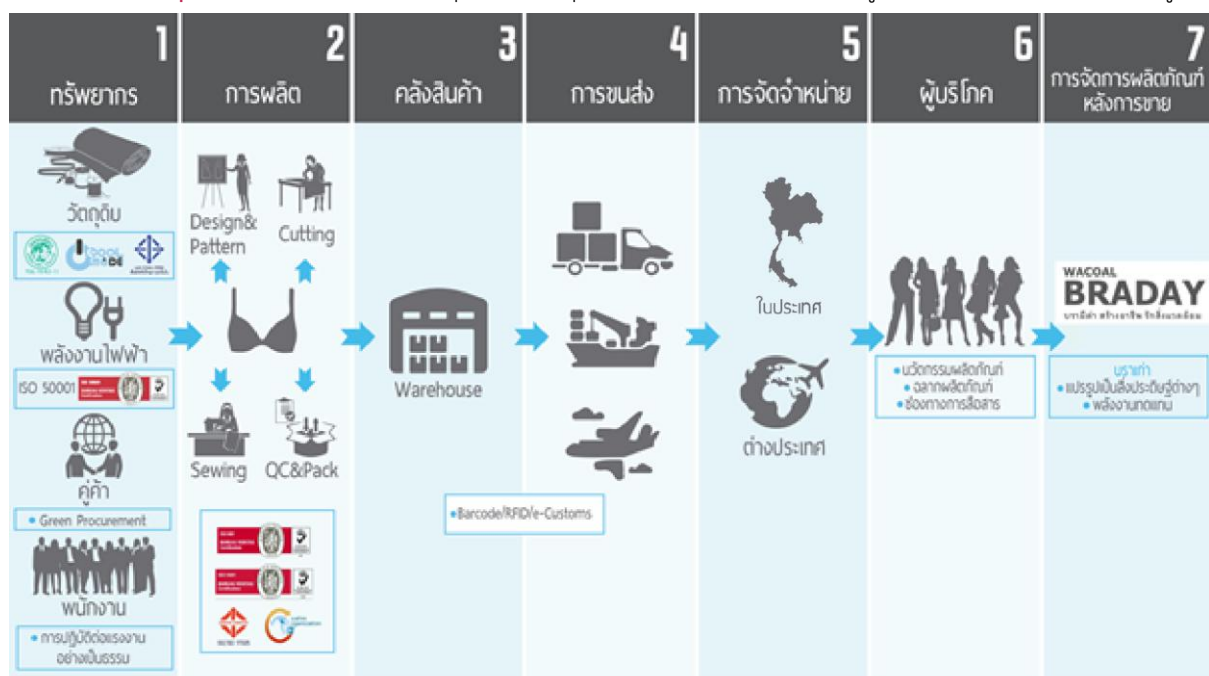
** ปรับปีฐานจากปี 2564 เป็นปี 2565 เนื่องจากบริษัทฯ กำหนดให้ปี 2565 เป็นปีฐานของโครงการลดการปล่อยคาร์บอนสู่เป้าหมาย Net Zero

3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การบริหารห่วงโซ่คุณค่าถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะส่งผลสำเร็จทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อทุกกระบวนการของห่วงโซ่ธุรกิจ (Business Chain) ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น รวมถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมและมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

- **ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)** : มุ่งเน้นในการจัดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- **ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)** : มุ่งเน้นสร้างคุณค่าของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นตอบสนองความต้องการลูกค้า



การจัดการทรัพยากร

ด้านวัตถุดิบ : มุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน มีนวัตกรรม ปลอดภัยกับผู้บริโภค และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยชุดชั้นในวาโก้ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์จากเขียว และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมด้านความปลอดภัยจากสีและสารเคมีอันตราย (มอก.2346:2550) ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน (CoolMode) และประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint Product) รวมถึงมีการพัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบทดแทนการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติร่วมกับคู่ค้า

ด้านพลังงานไฟฟ้า : สร้างวัฒนธรรมอนุรักษ์พลังงานภายในองค์กร ดำเนินกิจการภายใต้มาตรฐานอนุรักษ์พลังงานอย่างมีส่วนร่วม ISO 50001 รักษามาตรฐานตามหลักเกณฑ์รางวัล Thailand Energy Award และ ASEAN Energy Award ที่บริษัทฯ ได้รับในปี 2555 อย่างต่อเนื่อง

ด้านลูกค้า : บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม เสมอภาค โดยจัดทำนโยบายและระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างที่ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและประเมินคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติตามกฎหมาย รวมทั้งมีระบบการจัดซื้อจัดจ้างตามมาตรฐาน ISO 9001, ISO 14001

ด้านพนักงาน : มุ่งเน้นการปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่เลือกปฏิบัติ ดูแลด้านสวัสดิการแรงงานสัมพันธ์ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงานด้วยแนวคิด Wacoal Happy 8 ปฏิบัติตามข้อกำหนดมาตรฐาน WRAP พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพพนักงาน ส่งเสริมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม คำนึงถึงความปลอดภัยอาชีวอนามัยในการทำงาน

กระบวนการผลิต

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ คัดเลือกวัตถุดิบที่ได้มาตรฐานด้วยห้องปฏิบัติการทดสอบที่รับรอง ISO/IEC 17025 กระบวนการผลิตภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 และระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 รวมถึงมีการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร (Carbon Footprint for Organization) ภายใต้โครงการส่งเสริมการลดก๊าซเรือนกระจกในสถานประกอบการ มุ่งสู่การเป็นอุตสาหกรรมคาร์บอนต่ำ และมีการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมด้วยการประเมินวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment : LCA) เพื่อเป็นแนวทางในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รวมทั้งบริษัทฯ ได้รับการรับรองว่าเป็นอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) จากกระทรวงอุตสาหกรรม และได้รับรองโรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Eco Factory) จากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าทุกคนในองค์กรดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

การบริหารคลังสินค้าและการขนส่ง

บริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาระบบการบริหารภายในคลังสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบสนองต่อลูกค้าและผู้จัดจำหน่ายในช่องทางการขายที่เพิ่มขึ้น ดังนี้

1. พัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการกระจายสินค้าในช่องทาง Online และ Offline โดยใช้เครื่อง Sorter ให้สามารถรองรับการขายในช่วงเวลาปกติ และช่วงจัดรายการพิเศษ เช่น 9.9, 11.11 เป็นต้น ทำให้สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วทันตามที่ลูกค้าและผู้จัดจำหน่ายกำหนด
2. พัฒนาระบบงานจัดส่งสินค้าในช่องทาง Online และ Offline ร่วมกับบริษัทขนส่ง พร้อมทั้งคัดเลือกบริษัทขนส่งที่มีต้นทุนที่เหมาะสม และระยะเวลาส่งมอบรวดเร็วในการให้บริการในแต่ละช่องทาง รวมถึงการขยายการขายโดยใช้ Cash on Delivery (COD) ได้กับทุกตราสินค้าของบริษัทฯ
3. จัดหาอุปกรณ์บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในคลังสินค้าภายใต้มาตรฐานโรงงานสีเขียว โดยเลือกใช้วัสดุที่รีไซเคิลได้ทั้งหมด รวมถึงการกำหนดขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน ลดประเภทบรรจุภัณฑ์ให้ใช้รูปแบบเดียวกันในการจัดส่ง

ผู้บริโภค

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัย สุขภาพอนามัยของผู้บริโภค ด้วยการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มาตรฐานปลอดภัยจากสารเคมีที่อาจเป็นอันตราย แสดงฉลากผลิตภัณฑ์และบริการให้ชัดเจน พัฒนานวัตกรรมใหม่เพื่อตอบสนองลูกค้า

การจัดการผลิตภัณฑ์หลังการขาย

บริษัทฯ ได้ริเริ่มระบบการบริหารจัดการเศษซากผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในอย่างมีระบบและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยไทยวาโก้เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีรายแรกของไทยที่รับบริจาค bra เก่าที่ไม่ใช้แล้วในโครงการ **Wacoal BRADAY** มากำจัดอย่างถูกวิธีตามหลักการ 3Rs ดังนี้

1. **Reduce (ลดการใช้)** : นำ bra เก่าที่เสื่อมสภาพเปลี่ยนเป็นพลังงานเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้าในระบบปิด โดยร่วมมือกับ บริษัท ทีพีโอ โพลีน เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน) ถือเป็นการลดขยะชุมชน ลดความต้องการหลุมฝังกลบ ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และลดผลกระทบจากการเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ลดการเกิดก๊าซเรือนกระจก)
2. **Reuse (การใช้ซ้ำ)** : นำ bra เก่าสภาพดีที่ได้รับบริจาค มอบให้สตรีผู้ด้อยโอกาส และผู้ต้องขังหญิงในทัณฑสถานหญิง
3. **Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่)** : นำเศษโครงลวดคันทรง ห่วงปรับ และตะขอที่เป็นโลหะมาหลอมรวมเพื่อกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เป็นการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งภายในและภายนอก โดยสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ และนำความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียมาดำเนินการ



การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

ผู้มีส่วนได้เสีย	วิธีการมีส่วนร่วม	ความคาดหวัง	การดำเนินงาน
1. ผู้ถือหุ้น นักลงทุน	- การประชุมผู้ถือหุ้น - นักลงทุนสัมพันธ์ - Website / e-mail - การเยี่ยมชมบริษัทฯ - Opportunity Day - รายงานประจำปี - กรรมการบริษัทเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้น - ช่องทางรับข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน	- ผลตอบแทนการลงทุนที่ดี - มีการเปิดเผยข้อมูลบริหารงานด้วยความโปร่งใสตรวจสอบได้ - มีระบบการบริหารความเสี่ยง - มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - กรรมการบริษัทหลักต้น กำกับดูแล และติดตามการดำเนินงานของบริษัทฯ	- ปฏิบัติตามการกำกับดูแลกิจการที่ดี - พัฒนาช่องทางสื่อสารกับผู้ถือหุ้น นักลงทุน - ทบทวนความเสี่ยงของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ - พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อยไปดำเนินงาน
2. ลูกค้า ผู้บริโภค	- การสำรวจความพึงพอใจลูกค้า - Website / e-mail และ Social Media - ลูกค้าสัมพันธ์ / Call Center - การร้องเรียนผ่านช่องทางทางโซเชียลมีเดียหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing)	- ความสวยงาม สวมใส่สบาย - ความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ - คุณภาพดีและราคาเหมาะสม - การเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและสะดวก - การสื่อสารข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน - บริการหลังการขายที่มีคุณภาพ	- สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ - ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าระดับสากล - พัฒนาเทคโนโลยีการผลิต - พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า - บูรณาการช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าอย่างทั่วถึงและครบวงจร - นโยบายการเปลี่ยนแปลงสินค้าและการคืนสินค้า

ผู้มีส่วนได้เสีย	วิธีการมีส่วนร่วม	ความคาดหวัง	การดำเนินงาน
	Channel)	▪ การรับและแก้ไขข้อร้องเรียนต่าง ๆ	▪ จัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ
3. พนักงาน	▪ การสานเสวนากับพนักงาน ▪ ระบบ Intranet / Social Media ▪ การสำรวจความพึงพอใจ ▪ การร้องเรียนผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing Channel)	▪ ค่าตอบแทน สวัสดิการที่เหมาะสม ▪ คุณภาพชีวิตที่ดีและมีความปลอดภัยในการทำงาน ▪ ความก้าวหน้า ความมั่นคงในชีวิต ▪ การพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน	▪ กำหนดค่าตอบแทน สวัสดิการให้เหมาะสม ▪ สร้างความรัก ความผูกพันในองค์กร ▪ สร้างองค์กรแห่งความสุขด้วย Happy Workplace ▪ กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ ▪ ส่งเสริมให้มีการอบรม ศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ และพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ▪ ใช้หลักสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
4. คู่ค้า	▪ การประชุม ▪ Website / e-mail / โทรศัพท์ ▪ การตรวจประเมินคู่ค้าธุรกิจ ▪ การร้องเรียนผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing Channel)	▪ การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โปร่งใส ▪ ความเข้มแข็งทางธุรกิจเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน	▪ มีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ▪ ร่วมมือต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ▪ ร่วมมือพัฒนาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และระบบโลจิสติกส์ ▪ ตรวจประเมินคู่ค้าด้าน ESG
5. ชุมชน	▪ การสานเสวนากับชุมชน ▪ การประชุม / การเยี่ยมชมโรงงาน ▪ การร่วมกิจกรรม CSR ตามแผน ▪ ช่องทางรับข้อเสนอแนะ/ข้อร้องเรียน	▪ มีรายได้ มีงานทำ ▪ สุขภาพ ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ▪ การสนับสนุนทรัพยากร ▪ การจัดกิจกรรมสำหรับชุมชน ▪ การบริหารจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	▪ โครงการเสริมรายได้ เพิ่มทักษะพัฒนาชุมชน ▪ โครงการวอล์กโบว์ชมพู่ สู้มะเร็งเต้านมเพื่อชุมชน ▪ โครงการ Wacoal Spirit ▪ โครงการ Wacoal We Care ▪ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของบริษัทฯ ▪ โครงการขอคืนใจเพื่อโลกสวย
6. สังคม	▪ Website / Social Media	▪ การช่วยเหลือและดูแลสังคม ▪ การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ▪ การบริหารจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	▪ ดำเนินงาน CSR อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ▪ โครงการวอล์กโบว์ชมพู่ สู้มะเร็งเต้านม ▪ ปฏิบัติตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี ▪ โครงการ Wacoal Go Green ▪ โครงการ Wacoal BRADAY บราเก่าเราขอ ▪ บริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ เช่น ISO14001, Carbon footprint

ผู้มีส่วนได้เสีย	วิธีการมีส่วนร่วม	ความคาดหวัง	การดำเนินงาน
7. ภาครัฐ และองค์กร การกุศล	- จดหมาย - การเข้าร่วมประชุม / กิจกรรม - Website / Social Media	- ปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมาย - มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - การสนับสนุนเงินและร่วมกิจกรรม	- ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องโปร่งใส - ความร่วมมือในด้าน CSR - เข้าร่วมคณะขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเขตบางคอแหลม (คคพ.) - บันทึกความเข้าใจเพื่อสนับสนุนการกำจัดขยะประเภทชุดชั้นในภายใต้โครงการ “Wacoal BRADAY บราเก่า เราขอ” เพื่อนำไปแปรเปลี่ยนเป็นพลังงานเชื้อเพลิงผลิตไฟฟ้าในระบบปิดกับกรุงเทพมหานคร

การประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน

ไทยวาโก่มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจโดยสร้างมูลค่าทางธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม และสามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการกระบวนการประเมินที่สำคัญด้านความยั่งยืน ดังนี้

1. การระบุประเด็น (Identification) และขอบเขตการรายงาน

บริษัทฯ พิจารณาจากทิศทางการดำเนินธุรกิจ ความเสี่ยงและโอกาสการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนและการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ควบคู่ไปกับการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ตลอดทั้งปี เช่น การสำรวจรับฟังความคิดเห็น การสานเสวนา การประชุมร่วมกัน การสัมภาษณ์ การรับซื้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งได้พิจารณาถึงปัจจัยในการกำหนดขอบเขตของแต่ละประเด็นที่สำคัญ เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อประเด็นที่สำคัญ

2. การจัดลำดับความสำคัญ (Prioritization)

บริษัทฯ นำประเด็นที่ได้รับการคัดเลือกมาประเมินและจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากสองมิติ คือ โอกาสและผลกระทบที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และความสำคัญและผลกระทบต่อความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย

3. การตรวจสอบ

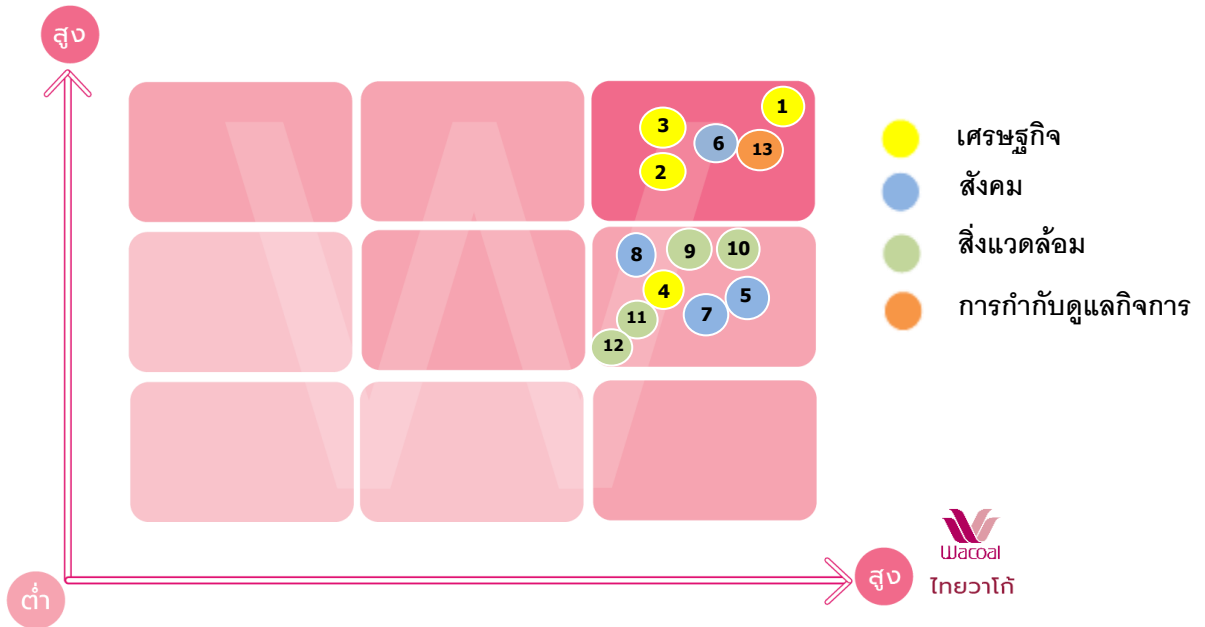
คณะทำงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของการจัดลำดับความสำคัญ

4. การทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาการจัดทำรายงานการพัฒนาความยั่งยืนในปีต่อไปผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ผลการประเมินประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืน 2567

ผู้มีส่วนได้เสีย



เศรษฐกิจ Beautiful Figures	สังคม Beautiful Life	สิ่งแวดล้อม Beautiful Earth	การกำกับดูแลกิจการ Corporate Governance
1. ผลประกอบการที่ดีและมั่นคง	5. การบริหารทรัพยากรบุคคล	9. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	13. การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรม
2. ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม	6. การบริหารความสัมพันธ์กับชุมชนและรับผิดชอบต่อสังคม	10. การบริหารจัดการพลังงาน	
3. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	7. ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน	11. การบริหารจัดการน้ำ	
4. การบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า	8. สิทธิมนุษยชน	12. การบริหารจัดการขยะมูลฝอย	

3.3 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ



1. ผลประกอบการที่ดีและมั่นคง

รายได้

ในปี 2567 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการ 3,679.07 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 4.51% ประกอบด้วย ยอดขายในประเทศ 77% ขายต่างประเทศ 23% โดยสัดส่วนการขายสินค้าของบริษัทฯ แบ่งเป็นชุดชั้นในสตรี 92% ชุดเด็ก 5% และชุดชั้นนอกสตรี 3% และมีกำไรสุทธิ 66.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 65.56%

รายจ่าย

บริษัทฯ มีต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในปี 2567 ลดลง 121.01 ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนสินค้าลดลงตาม ยอดขายที่ลดลง ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ได้แก่ ค่าจ้างและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสวัสดิการพนักงานจำนวน 1,056.43 ล้านบาท ในด้านของการชำระภาษีให้แก่รัฐบาลเป็นจำนวนเงิน 6.12 ล้านบาท มีการจ่ายเงินปันผล 84 ล้านบาท ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น และ ค่าใช้จ่ายดูแลสังคม โรงเรียน ชุมชน ประมาณ 5.13 ล้านบาท

ฐานะทางการเงิน

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 6,350.32 ล้านบาท เป็นสินทรัพย์หมุนเวียน 2,077.84 ล้านบาท สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 4,272.48 ล้านบาท ส่วนของผู้ถือหุ้น 5,469.38 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 4.26 เท่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 0.16 เท่า จากอัตราส่วนทางการเงินดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีสภาพคล่องสูง และมีภาระหนี้สินในอัตราที่ต่ำแสดงถึงความมั่นคงของบริษัทฯ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการจ่ายเงินปันผลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2517 ติดต่อกันเป็นเวลา 51 ปี ซึ่งมีผลตอบแทนจากการลงทุนให้ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

2. ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ไทยวacoal จะนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ด้วยความใส่ใจอย่างพิถีพิถันถึงคุณภาพ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มุ่งมั่นวิจัยและพัฒนาทั้งด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและผลกระทบต่อสุขภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ตลอดจนสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสรีระของสตรีไทย มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

คุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า



นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม จึงแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริม บริหารจัดการนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาระบบการจัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงานปี 2567

1. การวิจัยและพัฒนา

Wacoal ยึดมั่นใน 3 คุณค่าหลักที่มอบให้กับลูกค้า ได้แก่ ความสวยงาม การสวมใส่อย่างสบาย และการใส่ใจสุขภาพของลูกค้า (Beauty, Comfort, Health) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดที่ว่า ผลิตภัณฑ์ของ Wacoal ไม่เพียงมุ่งเน้นที่ความสวยงามของรูปทรง แต่ยังคำนึงถึงความสบายในการสวมใส่และส่งเสริมสุขภาพที่ดีไปพร้อมกัน ดังคำกล่าวที่ว่า “COMFORTABLE INSIDE. CONFIDENT OUTSIDE.” เพราะ Wacoal เชื่อว่า ความสบายจากภายในจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจสู่ภายนอก จึงให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับสรีระวิทยาของสตรีไทยมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับสรีระของสตรีไทยได้อย่างแท้จริง

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาวัตถุดิบ เทคนิคการตัดเย็บ และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้มีรายได้จากสินค้าที่มีการพัฒนานวัตกรรมประมาณ 264 ล้านบาท คิดเป็น 10.23% ของยอดขายสินค้าสำเร็จรูปในประเทศ

2. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารจัดการด้านการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย และใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในทุกกระบวนการ ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองระบบบริหารจัดการคุณภาพสินค้า ISO 9001 ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ จัดหาวัตถุดิบ การตัดเย็บ ตรวจสอบ บรรจุ ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ในทุกกระบวนการ และได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001

2.2 ผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการทดสอบจากห้องปฏิบัติการทดสอบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO/IEC 17025 ภายใต้มาตรฐานการทดสอบ JIS (Japanese International Standard) และ Wacoal Corporation ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งทดสอบความคงรูปทรงต่อการซักล้าง มีความคงทนของสี ปลอดภัยจากสารเคมี และมีความแข็งแรงคงทนตลอดอายุการใช้งานของสินค้าทั่วไป

2.3 ผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมีความปลอดภัยจากสีและสารเคมีอันตราย มอก.2346-2550 โดยชุดชั้นในวาโก้เป็นรายแรกที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.1 บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับรองผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว (Green Label) ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีเป็นรายแรกของประเทศไทย เป็นระยะเวลา 15 ปี ตั้งแต่ปี 2552 จนถึงปัจจุบัน



3.2 ผลิตภัณฑ์ชุดยูนิฟอร์ม ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้าลดโลกร้อนคุณโหมด (CoolMode) ตั้งแต่ปี 2552 จนถึงปัจจุบัน มีจำนวน 17 โครงสร้างผ้า และผ่านการรับรองเสื้อผ้าเบอร์ 5 “เสื้อที่ใส่สบายและไม่ต้องรีด” ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) จำนวน 19 รุ่น



3.3 ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีภายใต้เครื่องหมายการค้า WACOAL ผ่านการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product) ตั้งแต่ปี 2554 ซึ่งแสดงถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 ทางบริษัทฯ ได้ประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ 3 รุ่น คือ MM1E70, WB5X95 และ WB7952



3.4 ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีภายใต้เครื่องหมายการค้า WACOAL ได้รับรองมาตรฐานระบบการจัดการเศรษฐกิจหมุนเวียนองค์กร Circular Economy Management System (CEMS) เป็นรายแรกของประเทศไทย จาก บูโร เวกริทัส เซอทิฟิเคชั่น จากการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดมาตรฐานในทุกกระบวนการ ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ จัดซื้อ การผลิต การจัดการคลังสินค้า การขนส่ง การจัดจำหน่าย และการจัดการผลิตภัณฑ์หลังการขาย



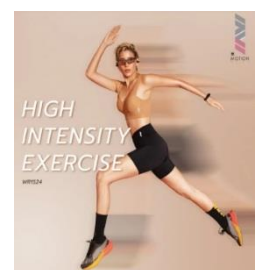
โดยในปี 2567 ได้การรับรองฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (Circular Mark) จากมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย ในผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน WR1501, WB5X52, MM1H33 โดยฉลากแสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้เกิดการหมุนเวียนของวัสดุ และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



3.5 ผลิตภัณฑ์ชุดเด็กภายใต้เครื่องหมายการค้า ENFANT Green “Cotton Organic” เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทุกกระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ขั้นตอนการปลูกฝ้ายที่ปราศจากสารเคมีและยาฆ่าแมลง มีกระบวนการย้อมและพิมพ์ลายผ้าที่ปราศจากสารเคมีอันตราย และกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยต่อสุขภาพของเด็กและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยังใช้เส้นใย Regenerated fiber ที่แปรรูปจากธรรมชาติ เช่น Bamboo fiber



3.6 Wacoal Motion Wear ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสำหรับออกกำลังกาย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำนวน 4 รุ่น ผลิตด้วยผ้า Regenerated Polyamide Fiber และ Recycle PET นำขวดพลาสติกมารีไซเคิลและแปรรูปเป็นเส้นใยคุณภาพสูง ช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติจากการผลิตปิโตรเคมีคอล แต่ยังคงมีคุณภาพสินค้าที่ดีเหมือนเดิม โดยผู้บริโภคที่ใช้สินค้ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมช่วยลดการใช้ทรัพยากร ลดขยะชุมชน



3.7 ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในของไทวาโก้ในรุ่นที่เป็นฟองน้ำเต้าป้อม (Mold Cup) ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของน้ำมันปาล์ม 10%ทดแทนการใช้ไขมันดิบจากปิโตรเลียม (B10) ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้แล้วหมดไป ทำให้มีส่วนช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

3.8 นวัตกรรม Travel Bra บราหมุนได้ บริษัทฯ ได้พัฒนาแผ่นยางพาราธรรมชาติมาใช้แทนโครงโลหะในการผลิตชุดชั้นในสตรี เพื่อเพิ่มปริมาณการใช้ยางพาราในประเทศและลดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ รวมทั้งยังช่วยลดปริมาณการใช้โลหะที่ไม่สามารถย่อยสลายตามธรรมชาติ โดยใช้แผ่นยางพาราธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งนับตั้งแต่ปี 2560 - 2567 บริษัทฯ ลดการสั่งซื้อโครงโลหะได้จำนวน 1,022,309 คู่ และใช้ยางพาราธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบทดแทนจำนวน 17.04 ตัน

4. ส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ตามหลัก BCG Model ได้แก่ ด้าน Bio Economy วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เช่น ผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติหรือแปรรูปมาจากวัสดุธรรมชาติ ด้าน Circular Economy คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และด้าน Green Economy ซึ่งเป็นการพัฒนาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจสีเขียวควบคู่ไปกับกระบวนการผลิตตามหลัก “Green Product” and “Green Process” เพื่อให้เกิดการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน โดยในปี 2567 ไทวาโก้ นำวัตถุดิบตามหลัก BCG Model มาผลิตเป็นสินค้าคิดเป็น 33% ของมูลค่าสินค้าสำเร็จรูปในประเทศของบริษัทฯ

5. จัดทะเบียนอนุสิทธิบัตรในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นอนุสิทธิบัตรใหม่ จำนวน 6 เรื่อง และต่ออนุสิทธิบัตร จำนวน 1 เรื่อง เพื่อเป็นการคุ้มครองผลงานอันเกิดจากแนวความคิดสร้างสรรค์ของบริษัทฯ และเป็นการป้องกันไม่ให้นักคนอื่นละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

6. ลงทุนด้านการสำรวจสัดส่วนและวิจัยสตรีไทยและการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบ จำนวน 6.75 ล้านบาท ในปี 2567

แผนงานและผลการพัฒนานวัตกรรมของบริษัทฯ

	แผนงาน	ผลงานปี 2567	ผลลัพธ์หรือประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ
นวัตกรรมด้านเศรษฐกิจ	การจัดนำเสนองานวิจัยและพัฒนา	จำนวนผลงาน (รุ่น)	นำไปผลิตเป็นสินค้า ภายใต้เครื่องหมายการค้า Wacoal
	การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	จำนวนผลงาน (รุ่น)	80% ของผลงานนำไปสู่การผลิตสินค้าในปัจจุบัน
	Kaizen	จำนวนผลงาน (เรื่อง)	สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ 862,074 บาท
นวัตกรรมด้านสังคม	วโก้โบว์ชมพู่สู้มะเร็งเต้านม (รณรงค์ให้ผู้หญิงปลอดภัยจากมะเร็งเต้านม)	จำนวนกิจกรรม (ครั้ง)	ช่วยรณรงค์ให้ผู้หญิงให้ความสำคัญในการตรวจคัดกรองเพื่อป้องกันภัยจากมะเร็งเต้านม

	แผนงาน	ผลงาน ปี 2567	ผลลัพธ์หรือประโยชน์ที่ได้รับ จากโครงการ
นวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม	วักใบ Bradley (Bradley เราขอ) (รับคืนผลิตภัณฑ์ที่เสื่อมสภาพหมดอายุ การใช้งานแล้ว)	จำนวน Bradley ที่รับ คืน (ตัว)	286,400 - ช่วยลดขยะชุมชน 28.64 ตัน - ลดการปล่อย CO ₂ จากการฝังกลบ 42.96 TonCO ₂ e - บมจ. ทีพีโอ โพลีน เพาเวอร์ นำมาใช้ เป็นพลังงานเชื้อเพลิงทดแทนการใช้ ถ่านหินในการ ผลิตเป็นกระแสไฟฟ้า ได้ 124,725.99 kWh. - ลดการปล่อย CO ₂ จากกระแสไฟฟ้า ได้ 237.63 TonCO ₂ e
	ขวดใสเพื่อโลกสวย (รณรงค์คัดแยกขวดน้ำดื่มเพื่อนำมาผลิต เส้นใย)	จำนวนขวดที่ นำไปแปรรูปเป็น เส้นใย (ขวด)	300,825 - ลดขยะชุมชน 6,685 กิโลกรัม - กระจายรายได้สู่ชุมชน 147,515 บาท - ลดการปล่อย CO ₂ 6.70 TonCO ₂ e

3. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า



ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ไทยวาโก้เชื่อว่าการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและไว้วางใจ รวมถึงทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า โดยตั้งเป้าหมาย “เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทฯ”

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าในเรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการ ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง มีแผนลูกค้าสัมพันธ์ที่ลูกค้าสามารถปรึกษาด้านสรีระ หรือขอข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า รวมทั้งส่งความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยบริษัทฯ จะรวบรวมนำความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียนดังกล่าวมาเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญของพนักงานขาย เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำที่เหมาะสมและถูกต้องแก่ลูกค้า

ผลการดำเนินงานปี 2567



เคาน์เตอร์ Wacoal ทั่วประเทศ
ในปี 2567 จำนวน 539 ร้านค้า



Wacoal Shop ทั่วประเทศ
ในปี 2567 รวม 72 ร้าน

1. งานวิจัยลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นศึกษา สืบรวจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า โดยทำการสำรวจวิจัยลูกค้าเป็นประจำทุกปี และนำผลลัพธ์ที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำ

ภาพรวมในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการทำสำรวจวิจัยทั้งสิ้น 10 งานวิจัย พร้อมทั้งนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าตามคำแนะนำของลูกค้า อาทิ Wacoal Wearless Bra, Wacoal Mood Smooth Bra, Wacoal Bloom, Wacoal Motion Wear เป็นต้น

สินค้า Wacoal Wearless Bra

บราไร้โครงที่มาพร้อมนวัตกรรมจากยางธรรมชาติ โดยใช้ยางพาราแทนโครงแบบทั่วไป ให้ความยืดหยุ่นสูง นุ่มสบาย และโอบรับสรีระได้ดี มาพร้อม Natural Lift Technology เทคโนโลยีที่ช่วยพยุงทรงให้สวยเป็นธรรมชาติ โมลบาง เต้าเนียนเรียบ ใส่สบาย กระชับ อีกทั้งยังออกแบบให้เก็บเนื้อด้านข้างได้ดีและมีดีไซน์ด้านหลังโค้งเว้าลึก สามารถแมทช์กับเสื้อโครว์หลังได้อย่างมั่นใจ เหมาะสำหรับทุกวัน



2. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่อสร้างความผูกพันและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและองค์กร (CRM) อาทิ

2.1 การอบรมพนักงานขายและบุคลากรภายนอกในหัวข้อ “ความรู้พื้นฐานสรีระและความรู้ผลิตภัณฑ์”

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการฝึกอบรมความรู้ด้านต่าง ๆ ให้แก่พนักงานขาย โดยเฉพาะความรู้พื้นฐานด้านสรีระกับชุดชั้นใน ความรู้พื้นฐานด้านวัตถุดิบที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ ความรู้เพื่อก้าวสู่การเป็นนักขายมืออาชีพ เพื่อให้สามารถให้บริการคำแนะนำข้อมูลการเลือกชุดชั้นในให้เหมาะกับลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ



จำนวนพนักงานขายที่ได้รับ

การอบรมความรู้

ในปี 2567 จำนวน 483 คน

2.2 การสื่อสารการตลาดและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

บริษัทฯ ได้จัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์และ Call Center เพื่อรับและติดตามข้อร้องเรียนจากลูกค้า พร้อมทั้งสื่อสารและประสานงานด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ กิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ โดยมีแนวทางปฏิบัติด้านการสื่อสารกับลูกค้า ดังนี้

1. ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เพียงพอ และทันต่อเหตุการณ์แก่ลูกค้า เพื่อให้สามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อย่างมีข้อมูลครบถ้วน โดยไม่กล่าวอ้างเกินความจริง หรือบิดเบือนข้อมูล อันอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าและบริการ

2. ติดต่อกับลูกค้าด้วยความสุภาพ มีประสิทธิภาพ และเป็นที่ไว้วางใจ ตลอดจนมีกระบวนการที่ลูกค้าเข้าถึงการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าได้อย่างรวดเร็ว

3. รักษาความลับของลูกค้า และไม่นำข้อมูลไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ

4. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์สูงสุดต่อลูกค้า

5. รักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 โดยในปี 2567 บริษัทฯ ไม่มีกรณีหรือเหตุการณ์ที่ถูกร้องเรียนเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

กราฟแสดงสัดส่วนของการให้บริการปี 2567

ข้อร้องเรียนจากลูกค้า



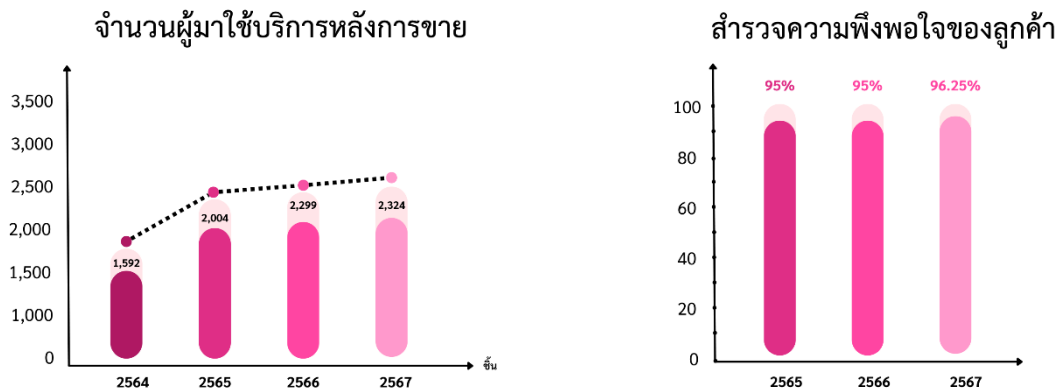
1%

การประสานงานบริการการขาย



99%

2.3 การบริการหลังการขาย ในปี 2567 มีผู้มาใช้บริการหลังการขายในการแก้ไขสินค้า เช่น การแก้ไขขนาดลำตัว แก้ไขตะขอ เปลี่ยนโครง เป็นต้น จำนวน 2,324 ราย เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 1%



2.4 การวัดความพึงพอใจลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้ดัชนีชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้าตามมาตรฐาน ISO 9001 ซึ่งบริษัทฯ กำหนดไว้เป็น % ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทฯ และหากมีข้อเสนอแนะหรือร้องเรียนจากลูกค้า ทางบริษัทฯ จะนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงการทำงานและการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งในปี 2567 ลูกค้ามีความพึงพอใจ 96.25% เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา

2.5 ความรับผิดชอบต่อการให้ข้อมูลของสินค้าและบริการ

บริษัทฯ กำหนดนโยบายการสื่อสารการตลาด เพื่อให้การสื่อสารในทุกช่องทางถูกดำเนินการด้วยความระมัดระวัง และผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่เพียงพอและเท่าเทียมกัน โดยบริษัทฯ จะเคารพสิทธิเสรีภาพ ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เป็นต้น

บริษัทฯ ดำเนินการโฆษณาโดยนำเสนอข้อมูลสินค้าที่ชัดเจน ถูกต้อง ไม่บิดเบือนหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด พร้อมทั้งได้จัดทำฉลากผลิตภัณฑ์หรือบนบรรจุภัณฑ์ตามหลักสากลและตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ระบุชื่อประเภทหรือชนิดของสินค้า ชื่อผู้ผลิตสินค้า วิธีใช้และข้อแนะนำในการใช้ คำเตือนหรือข้อควรระวัง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังได้แสดงเครื่องหมายรับรองคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ลดภาวะโลกร้อน เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

4. การบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ไทยวาโก้ตระหนักถึงความสำคัญของคู่ค้าซึ่งเป็นพันธมิตรที่มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยตั้งมั่นที่จะทำธุรกิจกับคู่ค้าอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ยึดถือข้อตกลงหรือเงื่อนไขทางการค้า หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการขัดแย้งทางผลประโยชน์ ตลอดจนมุ่งมั่นในการพัฒนาความร่วมมือแลกเปลี่ยนการเรียนรู้กับคู่ค้าเพื่อเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและลดต้นทุนการผลิต

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีแนวทางดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าดังนี้

1. จัดทำระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อเป็นคู่มือในการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม และเป็นธรรมตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี นอกจากนี้ ยังได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อกำหนดมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้าของบริษัทฯ



2. กำหนดนโยบายการคัดเลือกคู่ค้าโดยคำนึงถึงการดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการปฏิบัติต่อคู่ค้าบนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม เสมอภาค และเคารพซึ่งกันและกัน

3. กำหนดเกณฑ์ในการประเมินความสำคัญของคู่ค้า (Critical Supplier) จากนั้นประเมินศักยภาพในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance (ESG)) ของคู่ค้าที่สำคัญในห่วงโซ่อุปทาน (Critical Tier 1 - Tier 3 Suppliers) รวมถึงคู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (Critical Non-Tier 1 Suppliers) ทั้งนี้ คู่ค้าสำคัญระดับ Tier 1 (Critical Tier 1 Suppliers) ต้องได้รับการประเมิน ณ สถานที่ประกอบการ (On-site Audit)

4. ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานความปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยมีการประเมินคุณภาพผู้ขายวัตถุดิบก่อนการจัดซื้อด้วยหลักการ “Green Purchase” และการทดสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนสั่งซื้อภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001

5. ปฏิบัติตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างและระบบ Wacoal ECO Product System ในด้าน ECO Procurement ในเรื่องการจัดซื้อและคัดเลือกวัตถุดิบตามหลัก BCG Model โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีส่วนประกอบทางชีวภาพสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ การใช้วัตถุดิบหมุนเวียนประเภท recycle และ upcycling และกระบวนการได้มาของวัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

6. มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าอย่างมีจริยธรรมและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยสื่อสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ รวมถึงการงดรับของขวัญและการเลี้ยงรับรองในช่วงเทศกาลปีใหม่และในโอกาสอื่นใดให้คู่ค้ารับทราบ ตลอดจนสนับสนุนให้คู่ค้าทางธุรกิจร่วมเป็นเครือข่ายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

7. แจ้งคู่ค้าทุกรายให้รับทราบมาตรฐาน WRAP (Worldwide Responsibility Accredited Production) และให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ WRAP เป็นมาตรฐานที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมด้านแรงงานในระดับสากล เช่น การไม่ใช้แรงงานเด็ก การไม่ใช้แรงงานที่ไม่สมควรทำงาน การเคารพสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

8. รักษาความลับหรือข้อมูลทางสารสนเทศของคู่ค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ตนเองหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ

9. สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกัน แลกเปลี่ยนความรู้ ส่งเสริมให้มีการร่วมกันพัฒนาและเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อธุรกิจทั้งของบริษัทฯ และคู่ค้า

10. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ ให้รับเจรจากับคู่ค้าเป็นการล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

11. ไม่เรียก รับ หรือยินยอมที่จะรับ ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด ซึ่งอยู่นอกเหนือข้อตกลงทางการค้า

ผลการดำเนินงานปี 2567

บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าด้วยสัมพันธภาพที่ดี โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. คิดค้นและพัฒนาวัตถุดิบใหม่ร่วมกับคู่ค้าจนนำมาสร้างเป็นสินค้าก่อให้เกิดรายได้ 126.92 ล้านบาท
2. ร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาวัตถุดิบที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน ส่งผลให้ต้นทุนในการจัดหาวัตถุดิบลดลง 5.47 ล้านบาท
3. ซื้อวัตถุดิบจากคู่ค้าในประเทศไทยเป็นมูลค่า 550.34 ล้านบาท คิดเป็น 74% ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการจัดซื้อวัตถุดิบกับคู่ค้าที่ได้รับการรับรอง ISO 14001 คิดเป็น 5% ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบภายในประเทศ

4. จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ควบคู่ไปกับการตรวจประเมินคู่ค้า โดยเฉพาะผู้ผลิตวัตถุดิบหลักประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านระบบบริหารจัดการคุณภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ การตรวจตำหนิ และการตรวจสอบคุณภาพทางเคมีและฟิสิกส์ เพื่อให้สอดคล้องและมั่นใจในคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย พร้อมทั้งใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ในปี 2567 ทางบริษัทฯ ได้เข้าตรวจประเมินจำนวน 14 ราย เพื่อการเปรียบเทียบมือ หรือทดสอบความชำนาญด้วยชิ้นงานตัวอย่างที่บริษัทฯ กำหนด

5. กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาและจัดกลุ่มคู่ค้าสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน โดยแบ่งกลุ่มคู่ค้าตามมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างออกเป็น 4 กลุ่ม จากนั้นประเมินศักยภาพด้านความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance (ESG)) โดยครอบคลุม 6 หมวด ได้แก่ ด้านองค์กรและจริยธรรมทางธุรกิจ ด้านการจ้างแรงงานและสวัสดิการสังคม ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน ด้านคุณภาพ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการบริการ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม ชุมชน

ในการประเมินปี 2567 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตรวจประเมินคู่ค้าในกลุ่ม Critical Tier 1 - Tier 3 จำนวน 13 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70 ของมูลค่าจัดซื้อจัดจ้างทั้งหมดของบริษัทฯ รวมถึงคู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (Critical Non-Tier 1 Suppliers) จำนวน 5 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 49 ของมูลค่าการสั่งซื้อทั้งหมดของบริษัทฯ

ผลการประเมินพบว่า คู่ค้าทุกรายในกลุ่ม Critical Tier-1 - Tier-3 ผ่านเกณฑ์การประเมินด้านความยั่งยืน โดยมีคะแนนเฉลี่ย 81.35% ส่วนคู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (Critical Non-Tier 1 Suppliers) ได้คะแนนเฉลี่ย 76.50% ดังนั้นบริษัทฯ ไม่มีความเสี่ยงด้าน ESG ที่เกิดจากคู่ค้า

6. ประเมินคู่ค้าที่ขายวัตถุดิบภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 ให้กับบริษัทฯ ใน 3 หัวข้อ คือ
 - การส่งมอบสินค้าและบริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้
 - การควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานกำหนด (Quality Control : QC)
 - การทดสอบคุณภาพจากห้องปฏิบัติการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานสากล ISO/IEC 17025

โดยในปี 2567 มีคะแนนเฉลี่ยทั้ง 3 หัวข้อ คิดเป็น 99.43%

7. ผลการดำเนินงานจากการร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนานวัตกรรมด้านวัตถุดิบและสินค้าร่วมกันอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้ศึกษาและพัฒนาวัตถุดิบร่วมกับคู่ค้า เพื่อพัฒนาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ ตามหลักการ BCG Model คือ ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ หรือเป็นผลิตภัณฑ์รีไซเคิล แต่มีคุณสมบัติสวมใส่สบาย คลายร้อน ชุ่มชื้นผิว ป้องกันเชื้อแบคทีเรีย เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าจากขวดน้ำดื่ม Recycle PET ผลิตภัณฑ์ผ้าจากแห-อวนที่ตกค้างในทะเล Recycle Nylon พบได้ในผลิตภัณฑ์ Wacoal Love Earth Collection

3.4 การจัดการความยั่งยืนในมิติสังคม

ผลการดำเนินงานด้านสังคม

Beautiful life
ด้านสังคม

“ใส่ใจ ดูแล รับผิดชอบต่อสังคม และสร้างความไว้วางใจต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม”

3.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

นโยบายด้านสังคม

“ไทยวาโก้มุ่งมั่นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ใส่ใจ ดูแล และรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการประกอบกิจการขององค์กรในด้านต่าง ๆ ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชน ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดอื่น ๆ หรือแนวปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างรากฐานความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน”

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ไทยวาโก้มีความเชื่อมั่นว่าความสุขที่ยั่งยืนนั้น คือ ความสุขในการแบ่งปัน และการอยู่ร่วมกันในสังคม จึงมุ่งเน้นการสร้างคุณค่า และสร้างความสมดุลในการดำเนินธุรกิจร่วมกับการพัฒนาสังคมไปพร้อม ๆ กัน เราได้มุ่งมั่นเฉพาะการพัฒนาปัจจัยในองค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการพัฒนาปัจจัยภายนอกองค์กร สังคม และชุมชน เพื่อการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืนต่อไป

แนวทางการบริหารจัดการ

ไทยวาโก้ได้ดำเนินการโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อให้เกิดความสมดุลในทุกภาคส่วน และเกิดพลังการขับเคลื่อนไปพร้อมกัน



5. การบริหารทรัพยากรบุคคล



ผลการดำเนินงาน	เป้าหมาย ภายในปี 2568	ปี 2567	ปี 2566	ปี 2565
1. คะแนนความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน	4.00 (เต็ม 5.00)	4.02	-	-
2. จำนวนพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรม	80%	62%	72%	95%
3. จำนวนผลงาน Kaizen/ปี	60	81	70	65
4. สัดส่วนพนักงานหญิง/พนักงานในระดับจัดการ	50.00%	73.65%	74.39%	73.02%

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

การบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ในการเสริมสร้างศักยภาพ การดูแลพนักงานอย่างเหมาะสม ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพ ยกระดับความรู้ ความสามารถ พัฒนาทักษะใหม่ ๆ บนพื้นฐานการเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน การสนับสนุนให้โอกาสอย่างเท่าเทียม และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์

- บริหารกำลังคนให้เกิดประโยชน์สูงสุด สรรหาภายนอกเท่าที่จำเป็น ส่งเสริมให้พนักงานใช้ศักยภาพ ทักษะการทำงานที่หลากหลาย
- การฝึกอบรมพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่องผ่านรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย มุ่งเน้นการพัฒนาภาวะผู้นำและความรู้ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ
- ดูแลผลประโยชน์ ค่าตอบแทนและสวัสดิการให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม จัดกิจกรรมส่งเสริมคุณภาพชีวิตเพื่อสร้างความสุขในการทำงาน

แนวทางการบริหารจัดการ และผลการดำเนินงานปี 2567

1. การบริหารกำลังคนและการสรรหาคัดเลือก

บริษัทฯ มีการวางแผนและควบคุมอัตรากำลังให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ โดยสรรหาภายนอกเท่าที่จำเป็นให้ความสำคัญกับการจัดสรรบุคลากรให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่และความสามารถ พร้อมปรับโครงสร้างองค์กรให้ยืดหยุ่นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

ในปี 2567 บริษัทฯ บริหารกำลังคนให้สมดุลผ่านการหมุนเวียนงาน และการสรรหาภายใน ตลอดจนนำเทคโนโลยี เช่น AI มาปรับใช้เพื่อลดขั้นตอนและเวลาการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

หน่วย : คน

	ปี 2567	ปี 2566	ปี 2565
1. จำนวนพนักงานทั้งหมด	2,821	2,994	3,013
2. จำนวนพนักงานใหม่	135 (4.79%)	353 (11.79%)	630 (20.90%)
3. จำนวนพนักงานลาออก	247 (8.76%)	393 (13.12%)	403 (13.37%)
4. จำนวนพนักงานเกษียณอายุ	68 (2.41%)	50 (1.67%)	53 (1.76%)
5. จำนวนพนักงานโอนย้าย/หมุนเวียนงาน	41 (1.45%)	67 (2.23%)	49 (1.62%)
6. จำนวนพนักงานปรับสภาพการจ้าง	7 (0.25%)	21 (0.70%)	26 (0.86%)
7. การจ้างงานพนักงานในเขตชุมชนใกล้บริษัทฯ (ระยะทางไม่เกิน 5 กิโลเมตรโดยรอบบริษัทฯ)	377 (13.36%)	385 (12.86%)	396 (13.14%)

บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้าง Employee Branding อย่างต่อเนื่อง โดยใช้ Social Media เช่น Facebook และ Website เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงาน และได้พัฒนาช่องทาง TikTok เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ ในการจ้างงานดังนี้

- **โครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน** : เปิดโอกาสให้พนักงานแนะนำบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าร่วมงานกับบริษัทฯ
- **โครงการรับนักเรียน นักศึกษาทำงานช่วงปิดภาคเรียน** : เปิดรับนักเรียน นักศึกษา ที่สนใจทำงานช่วงปิดภาคเรียน เพื่อมีรายได้ช่วยเหลือครอบครัว และเพิ่มทักษะการทำงานในอนาคต
- **โครงการรับนักศึกษาฝึกงาน** : ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในการรับนักศึกษาฝึกงานภายในองค์กร เพื่อให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์ในการทำงานจริง และค้นพบสายงานที่มีความถนัดและสนใจจะประกอบอาชีพในอนาคต
- **โครงการจ้างงานหลังเกษียณและผู้สูงอายุ** : เปิดโอกาสให้พนักงานเกษียณอายุและผู้สูงอายุที่มีทักษะ ความเชี่ยวชาญ และสุขภาพแข็งแรง ได้ทำงาน เพื่อใช้ประสบการณ์ที่มีให้เกิดประโยชน์ มีรายได้ต่อเนื่อง พร้อมทั้งเป็นการสนับสนุนนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุ และสร้างโอกาสในการทำงานอย่างยั่งยืน

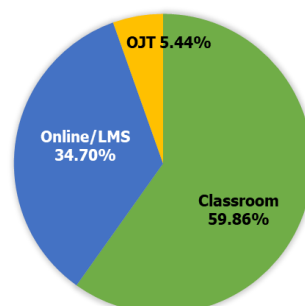
หน่วย : คน

	ปี 2567	ปี 2566	ปี 2565
1. โครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน	29	39	56
2. โครงการรับนักเรียน นักศึกษาทำงานช่วงปิดภาคเรียน	4	21	34

	ปี 2567	ปี 2566	ปี 2565
3. โครงการรับนักศึกษาฝึกงาน	11	16	6
4. โครงการจ้างงานหลังเกษียณ (55 ปี) และผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป)	269	244	209

2. การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นให้พนักงานมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่เหมาะสมกับบทบาทและหน้าที่ของตนเอง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อโอกาสทางธุรกิจ และช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน พร้อมรับมือกับโอกาสและความท้าทายในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ



สัดส่วนการฝึกอบรม ปี 2567

การพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความหลากหลายของพนักงานในแต่ละสาขาอาชีพและตำแหน่งงาน จึงได้ออกแบบและจัดทำโครงการฝึกอบรมที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยมีแนวทางสำคัญดังนี้

1. การพัฒนาทักษะการบริหารและภาวะผู้นำ

บริษัทฯ จัดการฝึกอบรมหลักสูตรด้านการบริหารจัดการและภาวะผู้นำ เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในระดับบริหารและผู้บังคับบัญชาให้สามารถนำทีมงานและองค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนด สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายธุรกิจ โดยได้ดำเนินการดังนี้

1.1 โปรแกรม Executive Coaching

ปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดโปรแกรม Executive Coaching อย่างต่อเนื่องเป็นรุ่นที่ 3 โดยพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ผ่านกระบวนการ Coaching เพื่อให้เกิดการสื่อสาร กระตุ้นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือระหว่างกันภายในองค์กร ทำให้ผู้นำรุ่นใหม่สามารถคิด ตั้งเป้าหมายที่เชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ขององค์กร และขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จด้วยตนเอง

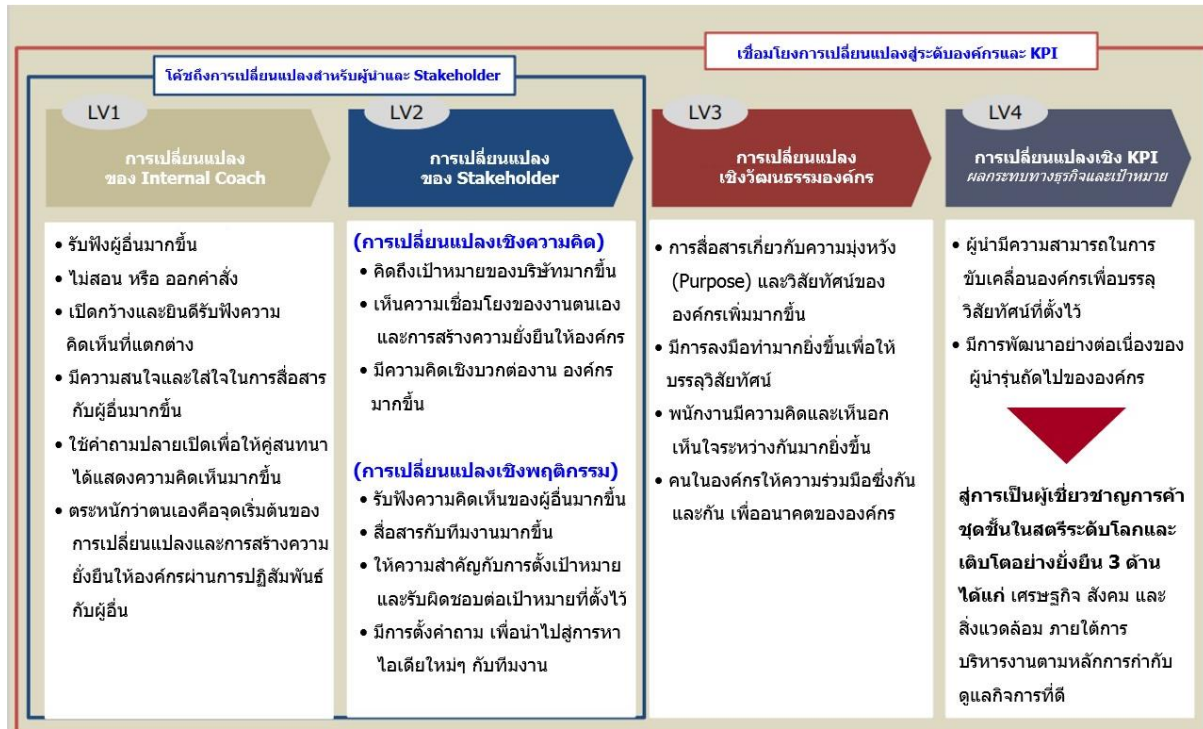
จำนวนผู้เข้ารับการอบรม ตั้งแต่ ปี 2565 - 2567 รวม 3 รุ่น 111 คน

Learning



Position	Phase 1 (ปี 65)	Phase 2 (ปี 66)	Phase 3 (ปี 67)	รวมทั้งสิ้น
กรรมการบริหาร	4	2	4	10
ผู้บังคับบัญชาฝ่าย	13	11	8	32
ผู้จัดการแผนก	12	17	23	52
ผู้ช่วยผู้จัดการแผนก	7	6	4	17
รวมทั้งสิ้น	36	36	39	111

ผลการประเมินโครงการ Executive Coaching รุ่น 3



1.2 การเตรียมผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan)

การเตรียมผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างความต่อเนื่องในการบริหารงาน และเตรียมบุคลากรให้พร้อมรับบทบาทหน้าที่ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการคัดเลือก Successor และวางแผนการอบรมในระบบ Online ของบริษัทฯ พร้อมทั้งได้ร่วมมือกับสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) พัฒนา Successor ในตำแหน่งสำคัญ ให้มีทักษะด้านการบริหารจัดการองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์ เศรษฐกิจและการบริหารการเงิน และการพัฒนาระบบความคิดและเพิ่มศักยภาพ และนำความรู้กลับมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

2. การพัฒนาทักษะทางวิชาชีพ

บริษัทฯ จัดการฝึกอบรมที่ครอบคลุมทั้งด้านเทคนิค วิชาชีพ และทักษะเฉพาะทาง เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการทำงาน และยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น ทักษะการขายและการบริการลูกค้า เทคนิคการเพิ่มผลผลิต ทักษะการเขียน เป็นต้น

3. การพัฒนาทักษะด้าน Digital & Technology

บริษัทฯ จัดการฝึกอบรมหลักสูตรด้าน AI เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานนำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับทักษะการขาย Online โดยจัดอบรมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจการขายระบบ e-Commerce ตลอดจนการทำ Content Online เพื่อเป็นการ Upskill ทักษะใหม่ ๆ และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น เช่น หลักสูตร “TikTok Creator Basic Course” หลักสูตร “Cap Cut ขั้นพื้นฐาน” และหลักสูตร “นักไลฟ์ มืออาชีพ”



4. การเสริมสร้าง Growth Mindset และ Life Skill



บริษัทฯ จัดการฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงาน มีความมุ่งมั่นเพื่อพิชิตเป้าหมาย ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญทักษะชีวิตที่สำคัญต่อการสร้างความสุข และความสมดุลในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว เช่น การออมและการลงทุน การบริหารชีวิตพิชิตหนี้ การเลิกบุหรี่และป้องกันตนเองจากยาเสพติดให้โทษ

5. การพัฒนาระบบ Learning Management System

เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ Digital Transformation ขององค์กร บริษัทฯ จึงได้นำระบบ Learning Management System (LMS) เข้ามาช่วยในการฝึกอบรมให้กับบุคลากร ควบคู่ไปกับการรวบรวมองค์ความรู้ขององค์กร (Knowledge Management : KM) มุ่งเน้นการผลิตสื่อการเรียนรู้ภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงเนื้อหาและเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา

ในปี 2567 บริษัทฯ ผลิตสื่อการเรียนรู้ภายในองค์กร จำนวน 15 หลักสูตร เช่น หลักสูตร “ความรู้พื้นฐานสิ่งทอ” หลักสูตร “ผลิตภัณฑ์ Children Wear” หลักสูตร “Digital Marketing” และหลักสูตร “ช่องทางการจัดจำหน่าย” ผลจากการพัฒนาระบบ ทำให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลดีเด่นอันดับ 3 จาก การประกวดโครงการนวัตกรรมสร้างสรรค์ ประจำปี 2567 ผลงาน “Lifelong Learning Anywhere Anytime”

6. การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

ความคิดสร้างสรรค์เป็นทักษะสำคัญในการสร้างนวัตกรรม บริษัทฯ มุ่งมั่นสร้างวัฒนธรรมที่เปิดกว้าง สนับสนุนให้พนักงานกล้าคิด กล้าแสดงออก และพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี และสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น เพื่อให้พนักงานสามารถต่อยอดศักยภาพและสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรอย่างยั่งยืน

ในปี 2567 มีผลงานนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและได้รับรางวัลจากโครงการนวัตกรรมสร้างสรรค์ ประจำปี 2567 จำนวน 13 ผลงาน และมีผลงาน Kaizen จำนวน 81 ผลงาน ช่วยลดต้นทุนบริษัทฯ ได้ 862,074 บาท



กิจกรรม Kaizen เพื่อพัฒนาปรับปรุงงาน			
ปี	จำนวนผลงาน		ต้นทุนที่ประหยัดได้ (บาท)
	Kaizen	Suggestion	
2551 - 2566	1,435	77	3,931,318
2567	81	-	862,074
รวม	1,516	77	4,793,392

3. การรักษาพนักงาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างองค์กรแห่งความสุข โดยมุ่งเน้นสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี เอื้อต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียม เคารพในความแตกต่าง ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและเคารพซึ่งกันและกัน การให้โอกาสพนักงานได้พัฒนาทักษะและเติบโตในสายอาชีพ และสร้างสรรค์โดยได้ดำเนินกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมความรักความผูกพันต่อองค์กร ดังนี้

3.1 ความก้าวหน้าในการทำงาน

บริษัทฯ มีระบบการแต่งตั้ง เลื่อนตำแหน่งประจำปี เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีศักยภาพได้เติบโตในสายอาชีพอย่างเหมาะสม โดยกำหนดคุณสมบัติและหลักเกณฑ์ที่มุ่งเน้นทักษะ ความรู้ และความสามารถของพนักงานให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ สนับสนุนความเสมอภาค ปราศจากการเลือกปฏิบัติด้านเพศ เชื้อชาติ หรือศาสนา

นอกจากนี้ ได้จัดให้มีการฝึกอบรม เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการแต่งตั้ง เลื่อนตำแหน่ง ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการบริหารจัดการงานและทีมงาน ด้านการบริหารเวลา และด้านกระบวนการคิด โดยเมื่อได้รับการแต่งตั้ง เลื่อนตำแหน่งแล้ว จะเข้าสู่โปรแกรม Leadership Development ต่อไป

จำนวนพนักงานที่ได้รับการแต่งตั้ง เลื่อนตำแหน่งประจำปี 2567

ตำแหน่ง	จำนวนคน		
	ปี 2567	ปี 2566	ปี 2565
รองผู้อำนวยการฝ่าย	-	2	9
ผู้จัดการแผนก	16	16	26
ผู้ช่วยผู้จัดการแผนก	2	32	31
รวม	18	50	66

3.2 การบริหารค่าตอบแทน สวัสดิการและสิทธิประโยชน์อื่น ๆ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารค่าตอบแทน สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างเป็นธรรมและโปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ ค่าครองชีพ สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังได้จัดสวัสดิการเพิ่มเติมนอกเหนือจากกฎหมาย เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ สหกรณ์ออมทรัพย์ทุนการศึกษาบุตร วันหยุดในเดือนเกิด และการหยุดงานเพื่อพบแพทย์โดยไม่ถือเป็นวันลา การช่วยเหลือกรณีบิดา มารดา เสียชีวิต การช่วยเหลือกรณีภัยพิบัติ รวมถึงการขึ้นเงินเดือน และโบนัสประจำปี

สวัสดิการ	ปี 2567	ปี 2566	ปี 2565
1. จำนวนพนักงานเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	1,536 คน (54.33%)	1,677 คน (56.01%)	1,952 คน (64.79%)
2. จำนวนพนักงานเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์	1,535 คน (54.29%)	1,556 คน (51.97%)	1,439 คน (47.76%)
3. จำนวนพนักงานที่ได้รับทุนการศึกษา มูลนิธิ ดร.เทียม โชควัฒนา	48 คน	41 คน	39 คน
4. จำนวนพนักงานที่ได้รับทุนการศึกษาบุตร-ธิดาพนักงานของบริษัทฯ	50 คน	50 คน	51 คน
5. จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาพบแพทย์ โดยไม่ถือเป็นวันลา	1,036 คน	984 คน	-
6. จำนวนพนักงานใช้สิทธิวันหยุดในเดือนเกิด	2,251 คน (75.44%)	1,889 คน (63.09%)	-
7. จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลาคลอดและดูแลบุตร	24 คน	37 คน	46 คน
8. จำนวนพนักงานที่ได้รับสวัสดิการช่วยเหลือกรณีประสบภัย	28 คน	6 คน	22 คน
9. จำนวนพนักงานที่ได้รับสวัสดิการช่วยเหลือกรณีบิดามารดาเสียชีวิต	75 คน	108 คน	101 คน
10. จำนวนพนักงานที่ได้รับการตรวจแมมโมแกรม	103 คน	202 คน	108 คน
11. จำนวนพนักงานที่เข้าร่วมโครงการวอล์กโบว์ชมพู่สู้มะเร็งเต้านม	87 คน	58 คน	80 คน

3.3 การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

บริษัทฯ ได้จัดโครงการ “Sales Super Star” สุดยอดนักขายแห่งปี โครงการ “Online Top Sales Challenge” เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้กับกลุ่มพนักงานขายที่มียอดขายสูงสุด มีทักษะการขายที่ดี และได้รับคำชมเชยจากลูกค้าซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานอื่น



นอกจากนี้ยังได้จัดงานแสดงความยินดีกับทีมที่ได้รับรางวัลจากการประกวดนวัตกรรมเครื่องสพพัฒนา และคณะทำงานต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพในองค์กร



3.4 กิจกรรมส่งเสริมคุณภาพชีวิต

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสุขภาพอนามัยและคุณภาพชีวิตของพนักงาน จึงได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสุขในการทำงาน และความรักความผูกพันกับองค์กรให้กับพนักงาน ดังนี้



3.5 การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร

ด้วยวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ที่มีความมุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้เชี่ยวชาญการค้าธุรกิจชุดชั้นในสตรีครบวงจรระดับชั้นนำของโลก บนพื้นฐานค่านิยม (Corporate Value) ของบริษัทฯ

เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม จนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ทุกคนมีความคิด ความเชื่อ และถือปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน บริษัทฯ จึงได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ดังนี้

โครงการ Wacoal Spirit

โครงการ Wacoal Spirit มีวัตถุประสงค์เพื่อให้พนักงานใหม่ซึ่งถือเป็นกำลังสำคัญขององค์กรในอนาคตได้เรียนรู้ และเข้าใจธุรกิจ รวมทั้งปลูกฝังทัศนคติ พฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยมขององค์กรทั้ง 6 ด้านเป็นโครงการที่ได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2552 จนถึงปัจจุบัน

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดโครงการ Wacoal Spirit รุ่นที่ 15 มีพนักงานเข้าร่วม 38 คน พนักงานได้เรียนรู้เกี่ยวกับองค์กรและธุรกิจ ได้ทำความรู้จักกับเพื่อนต่างหน่วยงาน ได้รับการถ่ายทอดแนวความคิดจากพนักงานที่ประสบความสำเร็จในองค์กร



3.6 การสื่อสารภายในองค์กร และการรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน

เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความใกล้ชิดระหว่างผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชาแต่ละระดับและพนักงาน บริษัทฯ จัดการประชุมประจำเดือน ประจำไตรมาส เพื่อรับทราบทิศทางเป้าหมายขององค์กร ผ่านบทความ Executive Talk ซึ่งจะประชาสัมพันธ์ในระบบ Intranet บอร์ดประชาสัมพันธ์

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ Line @ HR Jaidee เพื่อตอบคำถามต่าง ๆ รวมทั้งเปิดพื้นที่ให้พนักงานร่วมแสดงความคิดเห็น ทำให้พนักงานที่ปฏิบัติงานสำนักงานใหญ่ และต่างจังหวัดทั่วประเทศ สามารถเข้าถึงและได้รับคำแนะนำต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ ปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประเมินความพึงพอใจในการทำงานประจำปี เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น และนำข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป



ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานประจำปี 2567

ด้าน	ปี 2567	ปี 2564
ลักษณะงาน	4.18	4.15
สภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงาน	3.96	4.02
ความก้าวหน้าในการทำงาน	4.03	3.82
ผู้บังคับบัญชา	4.02	3.95
เพื่อนร่วมงานทีมงาน	4.09	4.02
เงินเดือนและสวัสดิการ	3.65	3.75
ความมั่นคงในการทำงานกับบริษัท	4.20	4.17
การบริหารองค์กร	4.01	3.98
วัฒนธรรมในองค์กร	4.05	3.99
เฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.02	3.98

3.7 การส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและการบริหารแบบมีส่วนร่วม

การทำงานเป็นทีม เป็นหนึ่งในค่านิยมองค์กรที่สำคัญ บริษัทฯ จึงมุ่งสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานเป็นทีม เน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานดังนี้

1. ส่งเสริมการทำงานแบบ Cross Functional เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน และร่วมพัฒนาโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

2. จัดให้มีการประชุมผู้บังคับบัญชาระดับฝ่าย และ ระดับแผนกเป็นประจำทุกเดือน เพื่อร่วมคิด ร่วมกำหนด แนวทางการดำเนินการด้านต่างๆ ภายในองค์กร รวมทั้ง นโยบายต่างๆ นำเสนอผู้บริหารต่อไป

3. จัดให้มีการประชุมร่วมกับบริษัทผู้ผลิต หรือ Supplier เพื่อร่วมพัฒนาวัตถุดิบ หรือ การปรับปรุงระบบ วิธีการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

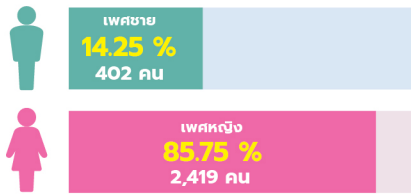
4. จัดให้มีคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ซึ่งมาจากทั้ง การเลือกตั้งหรือการแต่งตั้งตัวแทนพนักงานมาช่วยในการขับเคลื่อน นโยบาย บริหารจัดการ ตลอดจนเสนอความคิดเห็นในการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน เช่น คณะกรรมการสวัสดิการ ในสถานประกอบกิจการ คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน คณะทำงานด้านการจัดการพลังงาน คณะทำงานมาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสฟติดในสถาน ประกอบกิจการ คณะทำงานการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน คณะทำงาน ด้านต่อต้านการคอร์รัปชัน คณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล คณะกรรมการส่งเสริมบริหารจัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ คณะกรรมการ 5 ส เป็นต้น



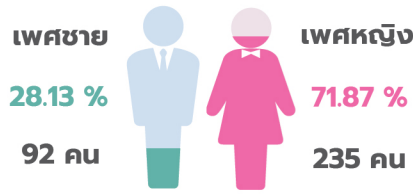
ในปี 2567 คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการจำนวน 19 คน ซึ่งมาจากการการเลือกตั้ง ทั้งหมด โดยมีวาระการดำรงตำแหน่ง 2 ปี (2566 - 2567) เพื่อทำหน้าที่จัดกิจกรรม สร้างสัมพันธ์ภาพ และส่งเสริมการมีส่วนร่วม ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน โดยมีการจัดกิจกรรมทั้งหมด 15 กิจกรรม เช่น วาโก้สดใส ร่วมใจสุขสันต์ ไล่ลายจุดกันในวันสงกรานต์ งานทำบุญตักบาตรในวันสำคัญทางพุทธศาสนา งานวันครบรอบก่อตั้งบริษัทฯ

ข้อมูลพนักงานปี 2567

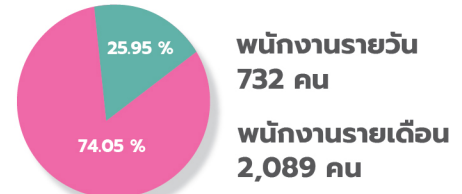
สัดส่วนพนักงานแยกตามเพศ



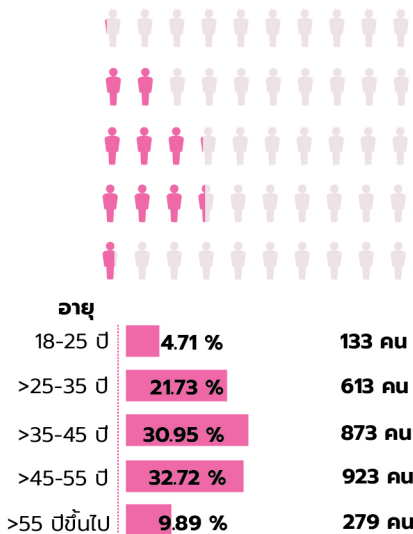
สัดส่วนผู้บริหารแยกตามเพศ



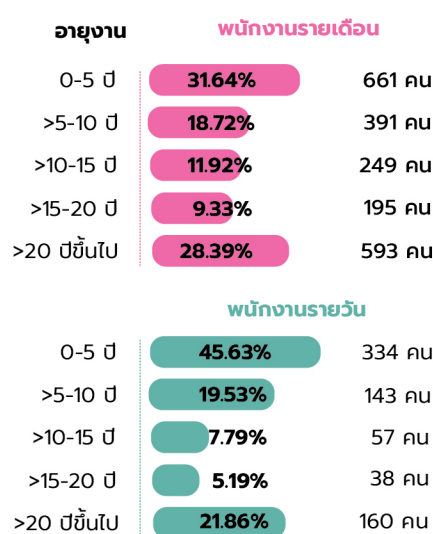
สัดส่วนแยกตามประเภทการจ้างงาน



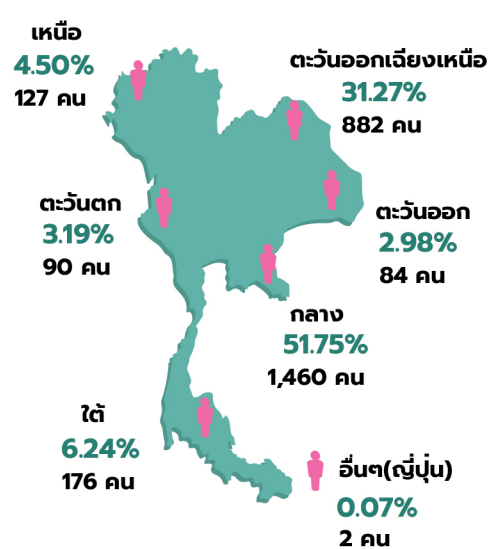
สัดส่วนพนักงานแยกตามอายุ



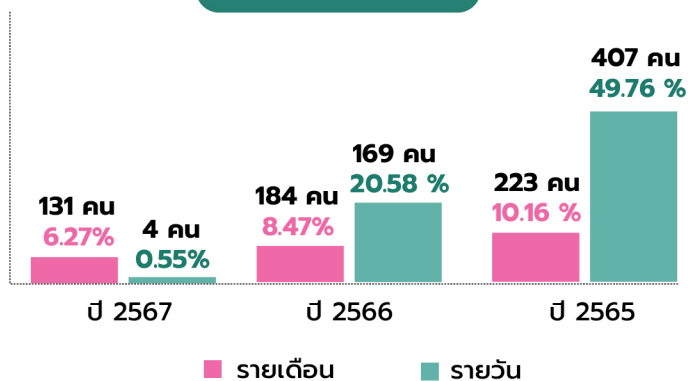
สัดส่วนพนักงานแยกตามอายุงาน



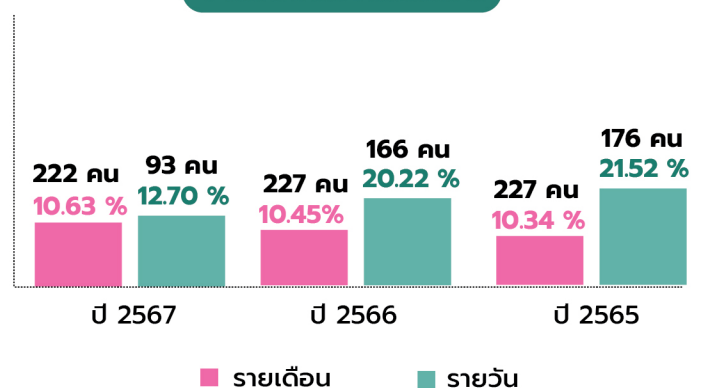
สัดส่วนพนักงานแยกตามภูมิภาค



จำนวนพนักงานใหม่



จำนวนพนักงานลาออก



สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงานหญิงต่อพนักงานชาย



จำแนกตามระดับ

ผู้บริหาร
ผู้บังคับบัญชาฝ่าย
ผู้บังคับบัญชาแผนก
พนักงานรายเดือน
พนักงานรายวัน

สัดส่วนค่าตอบแทนพนักงาน (หญิง : ชาย)

1 : 1
2.1 : 1
3.0 : 1
4.2 : 1
33.4 : 1

6. การบริหารความสัมพันธ์กับชุมชนและรับผิดชอบต่อสังคม

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ด้วยตระหนักถึงบทบาทการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคมและชุมชน ซึ่งเป็นภาคส่วนสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ไทยวาโก้จึงมุ่งพัฒนาระดับคุณภาพชีวิต สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้ชุมชน โดยนำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) มาเป็นแนวทางในการดำเนินงานเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและบริษัทฯ สามารถเติบโตไปพร้อมกัน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลและการรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องด้านสุขภาพ และโอกาสในการเข้าถึงสิทธิการรักษา พร้อมยังมุ่งมั่นสร้างเศรษฐกิจชุมชน สนับสนุนช่องทางการจำหน่ายสินค้า รวมถึงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน ทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมทำงานอาสาสมัคร และกิจกรรมสาธารณประโยชน์ร่วมกับสังคม ชุมชน เพื่อปลูกฝังความมีจิตอาสาและขยายการทำความดีให้กว้างขวางออกไปยังทุกภาคส่วนในสังคม

ผลการดำเนินงานปี 2567

โครงการ Wacoal Pink Ribbon : วาโก้โบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม



สาเหตุอันดับหนึ่งของการเสียชีวิตของหญิงไทย คือมะเร็งเต้านม แม้ว่ามะเร็งเต้านมจะเป็นโรคที่รู้เร็วรักษาได้ แต่หญิงไทยจำนวนมากยังขาดความรู้ความเข้าใจในสาเหตุของโรค และการดูแลสุขภาพเต้านมเพื่อหลีกเลี่ยงปัจจัยเสี่ยงที่เร่งเร้าการเกิดมะเร็งเต้านม ส่งผลให้สถิติการเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็งเต้านมยังคงเพิ่มสูงขึ้นทุกปี

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) มีความห่วงใยและใส่ใจในสุขภาพสาวไทยมาโดยตลอด จึงยังคงสานต่อความมุ่งมั่นรณรงค์ให้หญิงไทยโดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้านและสตรีสูงอายุที่อยู่อาศัยในชุมชนต่าง ๆ ได้ตระหนักและมีความรู้ความเข้าใจ รวมถึงเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพเต้านม เพื่อให้ปลอดภัยจากมะเร็งร้าย ภายใต้โครงการ “วาโก้โบว์ชมพูสู้มะเร็งเต้านม” ตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา

โครงการ “วาโก้โบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านม”

การบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม สอนวิธีการดูแลตนเองให้ห่างไกลจากมะเร็งเต้านม พร้อมสาธิต การตรวจหาความผิดปกติของเต้านมด้วยตนเอง พร้อมฝึกปฏิบัติการตรวจเต้านมด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีการตรวจคัดกรองเต้านมโดยพยาบาลผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้หากพบความผิดปกติจะส่งตรวจซ้ำด้วยการตรวจแบบแมมโมแกรมซึ่งมีความแม่นยำสูงยิ่งขึ้น โดยบริษัทฯ สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการตรวจและค่าเดินทางทั้งหมด เพื่อช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการตรวจพบโรคในระยะที่ยังไม่รุนแรง

เป้าหมายการดำเนินโครงการ คือ การให้ผู้หญิงไทยห่างไกลจากมะเร็งเต้านมอย่างยั่งยืน โดยมุ่งหวังที่จะเข้าถึงชุมชนและให้ความรู้เกี่ยวกับการตรวจคัดกรองเต้านมด้วยตนเอง บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะให้ความรู้แก่คนในชุมชนจนถึงปี 2573 มากกว่า 3,000 คน โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ปี 2557 จนถึงปัจจุบัน มีผู้เข้ารับการอบรมแล้วจำนวน 2,121 คน

1. กิจกรรม “วาโก้โบว์ชมพู สู้มะเร็งเต้านมเพื่อชุมชน”

ร่วมกับสถาบันมะเร็งแห่งชาติ จัดกิจกรรมตรวจเต้านมให้ผู้หญิงในชุมชนโดยรอบบริษัทฯ ครอบคลุมเขตยานนาวา ธนบุรี บางคอแหลม จำนวน 170 คน

ผลการจัดกิจกรรม : ส่งตรวจซ้ำแมมโมแกรมและอัลตราซาวด์จำนวน 16 คน ส่งตัดชิ้นเนื้อ 1 คน แต่ไม่พบก้อนมะเร็ง

2. กิจกรรม “Cancer On Tour” เพื่อเป็นการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มโอกาสในการตรวจคัดกรองให้เข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น ทางโครงการฯ จึงต่อยอดการตรวจโดยการขยายพื้นที่จัดกิจกรรม ร่วมกับโรงพยาบาลมะเร็งภูมิภาคดังนี้

- ไทยวาโก้ ร่วมกับ บริษัท วาโก้ศรียา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย และ บริษัท สหพัฒน์อินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) เชิญชวนผู้หญิงในชุมชนโดยรอบสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรียา เข้ารับการตรวจคัดกรองโดยทีมแพทย์และพยาบาลผู้เชี่ยวชาญจากโรงพยาบาลมะเร็งชลบุรี

ผลการจัดกิจกรรม : มีผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวนทั้งสิ้น 115 คน ส่งตรวจแมมโมแกรมและอัลตราซาวด์จำนวน 9 คน ไม่พบก้อนมะเร็ง

- ไทยวาโก้ ร่วมกับ โรงพยาบาลมะเร็งลพบุรี จัดกิจกรรม “World Breast Cancer Day 2024 เสริมพลังสตรีไทย ให้ห่างไกลโรคมะเร็งเต้านม” โดยมีการให้ความรู้เกี่ยวกับโรค การป้องกัน การรักษา การดูแลสุขภาพกายและใจ วิธีการเลือกรับประทานอาหารที่ถูกต้อง การปรับวิถีชีวิตให้เหมาะสม จำนวน 150 คน



3. มอบ Balancing Bra ชุดชั้นในสำหรับผู้ป่วยที่ผ่าตัดมะเร็งเต้านม พร้อมเต้านมเทียม คอลเลกชันพิเศษ “Princess Collection” ออกแบบโดย สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ให้แก่สถาบันมะเร็งแห่งชาติ 60 ชุด และโรงพยาบาลอีก 7 แห่ง แห่งละ 30 ชุด ได้แก่ โรงพยาบาลมะเร็งลพบุรี โรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี โรงพยาบาลมะเร็งลำปาง โรงพยาบาลมะเร็งสุราษฎร์ธานี โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์ โรงพยาบาลมะเร็งอุดรธานี โรงพยาบาลมะเร็งลพบุรี และโรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์



4. กิจกรรมหมวกสวยใจสวย

สำหรับการเป็นมะเร็งในผู้หญิงไทย ซึ่งการรักษาด้วยเคมีบำบัดมีความจำเป็นต่อผู้ป่วยมะเร็ง แต่ผลข้างเคียงของการรักษาจะทำให้ผู้ป่วยผมหลุดร่วง ผู้ป่วยจึงต้องการหมวกหรือวิกผม เพื่อสวมใส่ปกคลุมศีรษะให้เกิดความมั่นใจ แต่การผลิตวิกผมใช้เวลาและค่าใช้จ่ายสูง ทำให้ปริมาณวิกผมไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ป่วยมะเร็งที่มีเป็นจำนวนมาก โดยตั้งเป้าหมายว่าในแต่ละปี ว่าจะผลิตและมอบหมวกให้ผู้ป่วยปีละ 2,000 ใบ

บริษัทฯ จึงได้จัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตและตกแต่งหมวก โดยว่าจ้างกลุ่มสตรีในบ้านพักฉุกเฉิน สมาคมส่งเสริมสถานภาพสตรี ในพระอุปถัมภ์ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี กรมหมื่นสุทธนารีนาถ ตัดเย็บหมวกที่สวยงามประณีต พร้อมทั้งสร้างรายได้ให้กับกลุ่มสตรีจำนวน 165,000 บาท และยังเป็นการพัฒนาฝีมืออาชีพอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เชิญชวนลูกค้า ผู้สนใจ และองค์กรต่าง ๆ เข้าร่วมกันประดิษฐ์ตกแต่งหมวกเพื่อส่งมอบให้กับผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ระหว่างการทำเคมีบำบัด โดยมอบผ่านตัวแทนจากโรงพยาบาล จำนวน 10 แห่ง โรงพยาบาลละ 200 ใบ เพื่อเป็นการส่งกำลังใจและช่วยให้ผู้ป่วยสามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างเข้มแข็งในสังคมต่อไป



5. สนับสนุนโครงการในการจัดทำโครงการคัดกรองมะเร็งเต้านม โดยเครื่องเอกซเรย์เคลื่อนที่ (แมมโมแกรม) เพื่อบริการให้กับสตรีกลุ่มเสี่ยงและด้อยโอกาส 4 หน่วย 4 ภาค ทั่วประเทศ แก่มูลนิธิกาญจนบารมีจำนวน 200,000 บาท



โครงการ Wacoal We Care



บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นที่จะตอบแทนสังคมและชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างประโยชน์ที่ยั่งยืนแก่สังคมโดยรวม โดยเฉพาะในด้านการเคารพสิทธิและความเท่าเทียมของมนุษย์ ทั้งในกลุ่มสตรี เด็ก และเยาวชน ผ่านโครงการ “Wacoal We Care” ซึ่งดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยในปี 2567 มีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

สนับสนุนกิจกรรมวันเด็ก เพื่อให้ความสำคัญกับเยาวชนที่เป็นกำลังสำคัญของการพัฒนาชุมชนในอนาคตอย่างยั่งยืน รวมถึงมุ่งหวังในการส่งเสริมพัฒนาการที่ดีให้กับเยาวชนทั้งด้านร่างกาย สติปัญญา จิตใจ และการอยู่ร่วมกันในสังคมประเทศชาติ ด้วยการสนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมวันเด็กให้แก่ 21 ชุมชนและ 7 โรงเรียนบริเวณโดยรอบบริษัทฯ



มอบผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในบีมี (B'me) จำนวน 1,189 ตัว มูลค่า 300,000 บาท เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาสังคม และการจัดสวัสดิการสังคมให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผ่านกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

มอบผลิตภัณฑ์เสื้อชั้นในให้นมบุตร เนื่องในโอกาสวันแม่แห่งชาติ ไทยวาโก้สนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ เพื่อช่วยในเรื่องของระบบภูมิคุ้มกัน รวมถึงประสิทธิภาพทางสมองของเด็ก ด้วยการมอบผลิตภัณฑ์เสื้อชั้นในให้นมบุตร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Wacoal Maternity รวม 7 โรงพยาบาล ได้แก่ โรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์ โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร กบินทร์บุรี โรงพยาบาลกบินทร์บุรี โรงพยาบาลลำพูน โรงพยาบาลหริภุญชัย เมะโมเรียล และโรงพยาบาลพรินซ์ ลำพูน เพื่อส่งต่อไปให้กับคุณแม่ที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ จำนวน 1,500 ตัว มูลค่ารวมกว่า 500,000 บาท



วอล์กพร้อมอยู่เคียงข้างคนไทยในทุกวิกฤติ เพราะทุกชีวิตมีความหมาย จากเหตุอุทกภัยในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ที่ได้รับความเดือดร้อนจากเหตุอุทกภัยที่เป็นผลกระทบมาจากพายุไต้ฝุ่นนาจิ



บริษัทฯ ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ได้ติดตามสถานการณ์น้ำท่วมอย่างต่อเนื่อง พร้อมแสดงความห่วงใยและให้กำลังใจพี่น้องประชาชนที่ได้รับผลกระทบ จึงได้ระดมสินค้าใหม่ทั้งชุดชั้นใน ชุดนอน ชุดเด็ก เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ของบริษัทฯ อาทิ Wacoal, B'me, ENFANT และ Amusant รวม 8,900 ชิ้น คิดเป็นมูลค่า 2,500,000 บาท

กิจกรรมสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้ชุมชน

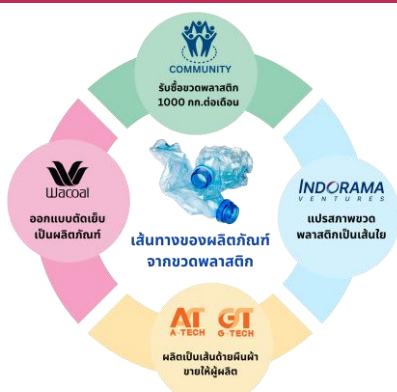


บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน มุ่งดำเนินงานเพื่อลดความยากจนทั้งทางเศรษฐกิจและมิติอื่น ๆ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากคนในชุมชน และสนับสนุนพื้นที่ขายสินค้าภายในบริษัทฯ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของชุมชน โดยดำเนินผ่านกิจกรรมดังนี้

PET Bottles for a Better Tomorrow: ขวดใสเพื่อโลกสวย

กิจกรรมที่มุ่งรณรงค์ให้คนในชุมชนร่วมกันคัดแยกขยะ ลดขยะชุมชน คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และยังสร้างรายได้จากการจำหน่ายขวดพลาสติก เพื่อนำไปรีไซเคิล โดยวางเป้าหมายจากการรับซื้อขวดจากชุมชนเดือนละ 1 ตัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท โดยเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน ปี 2564 - ปี 2567 บริษัทฯ รับซื้อขวดจากชุมชนมาแล้วรวม 42.28 ตัน สร้างรายได้รวมให้แก่ชุมชนรวม 759,875 บาท

รายการ	รายได้ชุมชน (บาท)					
	โครงการระยะที่ 1			โครงการระยะที่ 2		
	2564	2565	2566	2567	2568	2569
เป้าหมาย (บาท)	135,000	180,000	180,000	120,000	120,000	120,000
ผลการดำเนินกิจกรรม (บาท)	142,395	239,798	230,167	147,515		



Wacoal Sale Wacoal Fair สินค้าดีเพื่อทุกคน

งานขายสินค้าในราคาพิเศษที่ทางบริษัทฯ จัดขึ้นเพื่อให้พนักงาน ลูกค้าที่อยู่ในชุมชนโดยรอบ และลูกค้าทั่วไปที่สนใจได้เข้าถึงสินค้าที่ดี มีคุณภาพจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรงในราคาพิเศษ เพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชน ลดค่าครองชีพ ลดรายจ่าย และเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ใช้สินค้าของบริษัทฯ

ทั้งนี้ยังได้สนับสนุนชาวบ้านและกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนโดยรอบบริษัทฯ ให้มีช่องทางการเพิ่มรายได้ ด้วยการเปิดพื้นที่ให้ชุมชนได้จำหน่ายสินค้าภายในบริษัทฯ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายทุกเดือน นอกจากนี้ยังมีการลงพื้นที่สำรวจร้านอาหารภายในชุมชนเพื่อนำมาเป็นอาหารกลางวันของพนักงาน หรืออาหารจัดเลี้ยงและของว่างในโอกาสต่าง ๆ ของบริษัทฯ เป็นอีกช่องทางให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยปี 2567 นี้ วางได้ตั้งเป้าหมายสร้างรายได้ให้ชุมชน 200,000 บาทต่อปี ซึ่งปีที่ผ่านมาสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนเป็นจำนวนเงิน 262,233 บาท ให้ชาวบ้านโดยรอบกว่า 15 ชุมชน



นวัตกรรมบริการเพื่อสังคม

ในปี 2566 บริษัทฯ ได้ทำข้อตกลงความร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) โดยศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) วิจัยและพัฒนาบอดีสู่ท “เรเชล (Rachel)” ซึ่งเป็นนวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุที่ยังสามารถดูแลตัวเองได้ มีคุณสมบัติช่วยเสริมสร้างการทำงานและพยุงกล้ามเนื้อ และลดความเสี่ยงต่อการบาดเจ็บจากการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งเกิดจากการรวมนวัตกรรมด้านการทอและการตัดเย็บเข้าด้วยกัน โดย “บอดีสู่ทเรเชล” จะทำหน้าที่ในการซัพพอร์ทกล้ามเนื้อตั้งแต่บริเวณหลัง สะโพก เรื่อยลงมาถึงต้นขา ช่วยให้กล้ามเนื้อทุกส่วนทำงานร่วมกันอย่างเป็นธรรมชาติ และมีความปลอดภัยในขณะเคลื่อนไหว ซึ่งในปี 2567 บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพัฒนาต้นแบบเชิงพาณิชย์ และทดสอบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับมีดังนี้

1. **ด้านเศรษฐกิจ** เพิ่มยอดขายในกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 3.7 ล้านบาท (คำนวณจากประมาณการคำสั่งซื้อครั้งแรก 1,000 ชุด)
2. **ด้านสังคม** ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสังคมผู้สูงอายุ โดยช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ และการบาดเจ็บขณะเคลื่อนไหวร่างกายจากการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นสาเหตุของการป่วยติดเตียง
3. **ด้านสิ่งแวดล้อม** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารพิษ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเลือกใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธรรมชาติ



7. ความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

“พนักงานในองค์กรเปรียบเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน สถานที่ทำงานเปรียบดั่งบ้านหลังที่สอง ไทยวาโก้จึงมุ่งจัดการดูแลอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างรอบด้าน เพื่อให้ทุกคนปลอดภัยและมีความสุขในบ้านหลังที่สอง”

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ความปลอดภัยในการทำงานถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการประกอบการทุกอาชีพ ซึ่งไทยวาโก้ให้ความสำคัญและได้ตั้งเป้าหมายความปลอดภัยในการทำงาน โดยกำหนดอัตราความถี่ของการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate : LTIFR) ของพนักงานเป็น 0.00 กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน และอัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (Total Recordable Injury Rate : TRIR) ของพนักงานเป็น 5.00 กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายให้ไม่มีการเสียชีวิตจากการดำเนินงาน (Fatality) นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้กำหนดเป้าหมายด้านความปลอดภัยสำหรับผู้รับเหมาที่เข้ามาทำงานในบริษัทฯ โดยกำหนดให้มีอัตราความถี่ของการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate : LTIFR) เป็น 0.00 กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงานเช่นเดียวกัน

แนวทางการบริหารจัดการ

ไทยวาโก้ให้ความสำคัญในการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย โดยมีการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของทั้งองค์กร พร้อมทั้งจัดทำมาตรการป้องกันและแก้ไข รวมทั้งจัดทำแผนงานด้านความปลอดภัยประจำปีและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ได้จัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ถูกต้องและปลอดภัยให้ครอบคลุมทุกกระบวนการผลิต จัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้เหมาะสมกับลักษณะงาน และจัดฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันการเจ็บป่วยและอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำงาน รวมถึงการตรวจประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงานตามปัจจัยเสี่ยงเพื่อให้เป็นตามที่กฎหมายกำหนด ดูแลสุขภาพพนักงานด้วยการตรวจสุขภาพประจำปีทั้งการตรวจสุขภาพทั่วไปและตรวจสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยงด้านอาชีวอนามัย ทั้งนี้บริษัทฯ ได้จัดตั้งหน่วยงานความปลอดภัยในการทำงาน และแต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อเป็นตัวแทนดูแลความปลอดภัยในการทำงานของพนักงานภายในบริษัทฯ ได้อย่างทั่วถึง

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้จัดทำแผนฉุกเฉินจำนวน 5 แผน ซึ่งครอบคลุมเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นภายในบริษัทฯ คือ แผนป้องกันและระงับอัคคีภัย แผนฉุกเฉินกรณีการหกรั่วไหลของสารเคมี แผนฉุกเฉินกรณีหากเกิดการชุมนุมประท้วงและก่อกวนจลาจล แผนปฏิบัติการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินภัยคุกคามการก่อการร้าย และแผนรองรับกรณีเกิดเหตุแผ่นดินไหว เพื่อเตรียมพร้อมรับมือเหตุการณ์ฉุกเฉินได้ทันทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานปี 2567

จากการดำเนินการดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัล **“โครงการประกวดสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ”** ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9

ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่มีพนักงานได้รับบาดเจ็บและเจ็บป่วยจนถึงขั้นหยุดงานเกิน 3 วัน โดยมีอัตราความถี่ของการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate : LTIFR) เท่ากับ 1.03 กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน และอัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (Total Recordable Injury Rate : TRIR) เท่ากับ 7.53 กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2566 ที่มีอัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (Total Recordable Injury Rate : TRIR) อยู่ที่ 6.26 กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน อย่างไรก็ตาม ความรุนแรงของอุบัติเหตุส่วนใหญ่เป็นเพียงการได้รับบาดเจ็บเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่เคยมีพนักงานที่เสียชีวิตจากการดำเนินงาน (Fatality) แต่อย่างใด บริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์หาสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ รวมทั้งหามาตรการป้องกันหรือทำการปรับปรุงการทำงานให้มีความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง และจัดฝึกอบรมให้กับพนักงานอยู่เสมอ เพื่อป้องกัน บรรเทา และลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน

ส่วนในกรณีของผู้รับเหมาที่เข้ามาทำงานในบริษัทฯ ในปี 2567 ไม่มีการเกิดอุบัติเหตุหรือเสียชีวิต โดยอัตราความถี่ของการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Injury Frequency Rate : LTIFR) เป็น 0.00 กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน ซึ่งเท่ากับอัตราในปี 2566 และปี 2565



อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน
Total Recordable Injury Rate: TRIR
(กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)

ปี	พนักงาน	ผู้รับเหมา
2567	7.53	0.00
2566	6.26	0.00
2565	5.25	0.00



อัตราความถี่ของการบาดเจ็บจากการทำงาน
ถึงขั้นหยุดงาน Lost Time Injury Frequency
Rate: LTIFR (กรณีต่อ 1 ล้านชั่วโมงการทำงาน)

ปี	พนักงาน	ผู้รับเหมา
2567	1.03	0.00
2566	n/a	0.00
2565	n/a	0.00

นอกจากนี้ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่พบเหตุการณ์รุนแรงที่เกิดขึ้นจนทำให้เกิดการหยุดชะงักของธุรกิจ

บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมในด้านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานและเตรียมรับมือเหตุฉุกเฉินภายในองค์กร ดังนี้

1. ด้านการฝึกอบรม

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้จัดทำแผนงานการฝึกอบรมหลักสูตรด้านความปลอดภัย จำนวน 11 หลักสูตร เช่น หลักสูตร “การฝึกซ้อมดับเพลิงและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ” หลักสูตร “การดับเพลิงขั้นต้น” หลักสูตร “การปฐมพยาบาลเบื้องต้น” หลักสูตร “ความปลอดภัยในการทำงานเกี่ยวกับสารเคมีอันตรายและการฝึกปฏิบัติสารเคมีรั่วไหล” หลักสูตร “ความปลอดภัยในการทำงานในที่อับอากาศ” หลักสูตร “การฝึกอบรมผู้อนุญาต” และหลักสูตร “ความปลอดภัยในการใช้งานหม้อไอน้ำ” เป็นต้น โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรม 11.67% ของพนักงานทั้งหมด

ขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้จัดการฝึกซ้อมรับมือเหตุฉุกเฉินประจำปี 2567 จำนวน 9 หลักสูตร โดยมีพนักงานเข้าร่วมอบรมรวม 11.67% ของพนักงานทั้งหมด และจำนวนพนักงานที่ได้ทำการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟครบ 100% ของพนักงานทั้งหมด



2. การตรวจวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ ได้จัดให้มีการตรวจวิเคราะห์และตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ ปริมาณของมลพิษในบริษัทฯ และควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพการทำงานที่ปลอดภัย เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับเฝ้าระวังโรค หรือการเจ็บป่วยจากการทำงาน ในปี 2567 บริษัทฯ ไม่พบการรายงานที่เกี่ยวกับความเสี่ยงต่อการเกิดโรคจากการทำงานของทุกหน่วยงานภายในบริษัทฯ

3. การตรวจสอบอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

บริษัทฯ มีการตรวจสอบสภาพของอาคาร ตรวจสอบระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย เพื่อให้เกิดความปลอดภัยทั้งภายในและภายนอกอาคารเป็นประจำทุกเดือน ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้เตรียมแผนการป้องกันและระงับอัคคีภัย ได้แก่ การตรวจสอบระบบอุปกรณ์ดับเพลิงและสัญญาณแจ้งเหตุเพลิงไหม้ การตรวจสอบระบบสัญญาณเตือนภัยเมื่อเกิดเพลิงไหม้ การสำรวจปรับปรุงทางเดินหนีไฟให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

4. การส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัทฯ จัดกิจกรรม Safety Day เป็นประจำทุกปี เพื่อรณรงค์ให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของความปลอดภัยในองค์กร รวมทั้งได้มีการรณรงค์และเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงานผ่านบอร์ดประชาสัมพันธ์

ระบบอินทราเน็ต และเสียงตามสายของบริษัทฯ เช่น รมรณรงค์สูบบุหรี่ในวันงดสูบบุหรี่โลก และรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์ และในเทศกาลสงกรานต์ หรือในช่วงปีใหม่ได้มีการรณรงค์ให้พนักงานขับซื้ออย่างปลอดภัย เมาไม่ขับ เพื่อช่วยลดอุบัติเหตุช่วงเทศกาลวันปีใหม่และเทศกาลวันสงกรานต์



5. โครงการป้องกันปัญหาสิ่งเสพติด

บริษัทฯ จัดให้สถานที่ทำงานเป็นสถานที่ปลอดจากสิ่งมีเมา ยาเสพติด หรือสารเสพติดอื่น ๆ ซึ่งจะบั่นทอนสมรรถภาพในการทำงานของพนักงาน และส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยบริษัทฯ ร่วมกับสำนักงานเขตบางคอแหลมจัดสุ่มตรวจสารเสพติดพนักงานของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี เพื่อป้องกันปัญหาสิ่งเสพติดไม่ให้เกิดขึ้นในสถานประกอบการ โดยในปี 2567 บริษัทฯ สุ่มตรวจพนักงานแล้วไม่พบว่ามีสารเสพติดในร่างกาย

8. สิทธิมนุษยชน

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนพึงได้รับ นอกจากสิทธิเสรีภาพในทางปัจเจกบุคคลแล้วยังรวมไปถึงสิทธิเสรีภาพในการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม เคารพในคุณค่า ศักดิ์ศรี และความแตกต่างของมนุษย์

ไทยวาได้มุ่งเน้นการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในสังคม ด้วยการเคารพในคุณค่า ศักดิ์ศรี สิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อีกทั้งยังครอบคลุมไปถึงสิทธิมนุษยชนของบุคคลทั่วไปอันก่อให้เกิดเป็นความหลากหลายและอิสรภาพทั้งด้านความคิด การกระทำ คำพูด และการสื่อสาร อีกทั้งยังรวมไปถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่ออนุรักษ์ไว้ให้คนรุ่นหลังมีสิทธิใช้ได้อย่างเท่าเทียมกัน

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน และมีแนวทางปฏิบัติกำหนดไว้ในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งได้กำหนดไว้ในมาตรฐาน WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production) ซึ่งเป็นมาตรฐานในการดำเนินงานที่แสดงถึงความมุ่งมั่นในการแสดงออกความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้กฎหมายและสิทธิมนุษยชนที่กำหนดโดยสมาคมเครื่องนุ่งห่มและรองเท้าแห่งสหรัฐอเมริกา (AAFA) โดยสนับสนุนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และให้พนักงานตระหนักถึงหลักสิทธิมนุษยชน เพื่อนำไปเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน ไม่จำกัดอิสรภาพ หรือความแตกต่างทางความคิด เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การเมือง หรือเรื่องอื่นใด รวมทั้งจัดให้มีช่องทางสื่อสารเพื่อให้พนักงาน หรือผู้ที่เชื่อว่าสิทธิของตนถูกละเมิด หรือได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมสามารถร้องเรียนต่อบริษัทฯ โดยคำร้องเรียนนั้นจะต้องได้รับการเอาใจใส่และดำเนินการอย่างเป็นธรรม นอกจากนี้บริษัทฯ จะไม่สนับสนุนและส่งเสริมกิจการที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนอีกด้วย



ข้อกำหนดมาตรฐาน WRAP		
1 การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับในสถานประกอบการ	2 การห้ามใช้แรงงานบังคับ	3 การไม่ใช้แรงงานเด็ก
4 การห้ามล่วงละเมิดหรือบีบบังคับในการทำงาน	5 ค่าตอบแทนและผลประโยชน์อย่างน้อยเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด	6 ชั่วโมงการทำงาน ชั่วโมง / วันทำงาน ไม่เกินข้อกำหนดตามกฎหมายไทย
7 การห้ามเลือกปฏิบัติ	8 สุขภาพและความปลอดภัย จัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ	9 เสรีภาพในการเข้าสมาคมและการเจรจาต่อรอง
10 สิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อมอนุรักษ์พลังงาน	11 การปฏิบัติตามข้อบังคับบุคลากร	12 การรักษาความปลอดภัย จัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน

ผลการดำเนินงานปี 2567

1. ดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
2. เปิดโอกาสให้พนักงานได้รวมกลุ่มกัน จัดให้มีคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนพนักงานในการเจรจาและให้ข้อเสนอแนะในเรื่องต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ และคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
3. คำนึงถึงการไม่เลือกปฏิบัติและให้โอกาสเท่าเทียมกันในการจ้างงาน ไม่เลือกปฏิบัติในด้านเพศ เชื้อชาติ ศาสนา ให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชน โดยมุ่งมั่นสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความเท่าเทียม และการเคารพความหลากหลายทางเพศ ส่งเสริมความเสมอภาค และไม่แบ่งแยกพนักงานในทุกระดับขององค์กร เพื่อให้ทุกคนได้รับโอกาสที่เป็นธรรมอย่างเท่าเทียม พร้อมส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและเคารพซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะผู้พิการ ซึ่งบริษัทฯ ส่งเสริมอาชีพผู้พิการ ให้มีงานทำ มีรายได้ และมีโอกาสแสดงความสามารถ ในปี 2567 บริษัทฯ ได้จ้างงานและส่งเสริมอาชีพคนพิการจำนวน 30 คน ครบตามจำนวนที่กฎหมายกำหนด
4. มีการคัดกรองและตรวจสอบคู่ค้าและผู้รับเหมา (Subcontractor) ว่าดำเนินกิจการอย่างเป็นธรรมและไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อพนักงานและลูกจ้างของคู่ค้าและผู้รับเหมา (Subcontractor) โดยได้กำหนดประเด็นการเคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชน ไว้ในนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม หนังสือแสดงความมุ่งมั่นด้านมาตรฐาน WRAP และในระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งได้เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารให้กับคู่ค้าและผู้รับเหมา (Subcontractor) ทราบ
5. จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนให้กับผู้บริหาร 2 คน และพนักงาน 1,628 คน เพื่อให้เข้าใจถึงนโยบายและข้อปฏิบัติของบริษัทฯ รวมถึงมีส่วนร่วมในการป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนไม่ให้เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจขององค์กร
6. ไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนทั้งจากกิจกรรมของบริษัทฯ การดำเนินธุรกิจและตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม และการเคารพสิทธิลูกค้าและผู้บริโภค และไม่มีการบังคับใช้แรงงาน การใช้แรงงานข้ามชาติโดยผิดกฎหมาย การใช้แรงงานเด็ก และการค้ามนุษย์



สัดส่วนพนักงานหญิงต่อพนักงานทั้งหมด



3.5 การจัดการความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

Beautiful earth
ด้านสิ่งแวดล้อม

“มุ่งมั่น ดูแล รักษาสิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าเพื่อคนรุ่นต่อไป”

3.5.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

“ไทยวาโก้ให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตทั้งองค์กรภายใต้ระบบ “WACOAL ECO PRODUCT SYSTEM” ดังนั้นในการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ จึงต้องปฏิบัติตามระบบและมาตรฐานที่ได้จัดทำขึ้น เพื่อให้สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ ตั้งแต่การปฏิบัติตามแนวนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การคัดเลือกวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ การจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ การให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค ตลอดจนการทิ้งทำลายที่ถูกต้อง ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม”

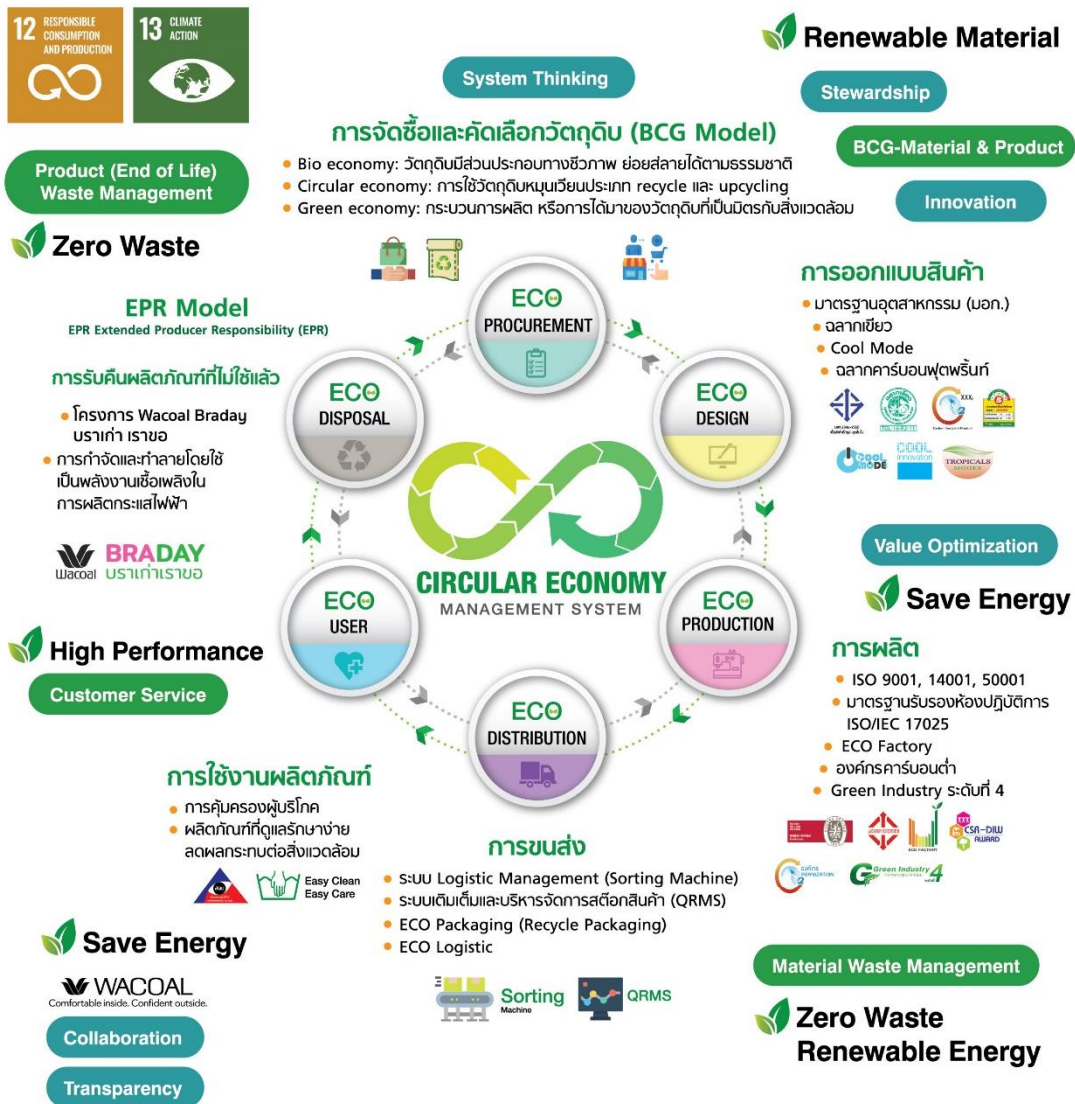
ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีแนวทางในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมแบบบูรณาการ เพื่อให้การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมีประสิทธิภาพครอบคลุมทุกด้าน ทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การบริหารจัดการพลังงาน การบริหารจัดการน้ำ และการบริหารจัดการขยะอุตสาหกรรม รวมถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศ และระดับสากลอย่างเคร่งครัด เพื่อลดการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทฯ มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions)

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีนโยบายการบริหารจัดการด้านการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย และใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยมีการรับรองระบบบริหารการจัดการต่าง ๆ ทุกขั้นตอนในการผลิต ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การออกแบบ การผลิต การจัดส่ง การใช้งานผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการเลิกใช้หรือหมดอายุการใช้งาน ดังนี้

WACOAL ECO PRODUCT SYSTEM



ISO 9001	ระบบการบริหารจัดการคุณภาพและมาตรฐานการผลิต และการออกแบบ
ISO/IEC 17025	ระบบบริหารจัดการคุณภาพห้องปฏิบัติการมาตรฐานสากล
ISO 14001	ระบบบริหารจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม
ISO 50001	ระบบบริหารจัดการพลังงาน
CEMS	ระบบการจัดการเศรษฐกิจหมุนเวียนองค์กร
Eco factory	โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ
Green Industry level 4	อุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 4 วัฒนธรรมสีเขียว

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้รับรองโรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (ECO FACTORY) จากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และรับโล่รางวัลประกาศเกียรติคุณโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4 (GI 4 : วัฒนธรรมสีเขียว Green Culture) จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน (Green Product & Green Process) โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ และโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว เป็นความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่ต้องการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเป็นระบบ นับเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)



ใบรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture)

ในปี 2567 บริษัทฯ ได้รับรองมาตรฐานฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (Circular Mark) เป็นรายแรกของประเทศไทยสำหรับผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน จากสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI) โดยชุดชั้นในวาโก้รุ่น WB5X52, WR1501 และ MM1H33 ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนระดับองค์กร และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยนำเศษวัสดุหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ ลดการใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป ลดมลพิษจากสารพิษ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต (Green Product & Green Process)



ใบรับรองมาตรฐานฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (Circular Mark)

9. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ก๊าซเรือนกระจก)

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ไทยวาโก้ประเมินปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรอย่างสม่ำเสมอทุกปี เพื่อติดตามผลการดำเนินกิจกรรมตามมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่องค์กรกำหนด โดยมีเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมขององค์กรต่อหน่วยผลผลิต 10% เมื่อเทียบกับข้อมูลปี 2564 (ปีฐาน) (เฉพาะ Scope 1 และ Scope 2) โดยใช้มาตรการของโครงการอนุรักษ์พลังงานในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ซึ่งเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกสูงสุดคือ 80% ของกิจกรรมทั้งหมด

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) เป็นส่วนหนึ่งในสังคมที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ จึงให้ความสำคัญกับการป้องกันและแก้ไขมลพิษที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อทางตรง และทางอ้อมกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศลดลง นำไปสู่การปฏิบัติเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาพรวมระดับประเทศลดลง

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ประเมินปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร หรือปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การเผาไหม้ของเชื้อเพลิง การใช้ไฟฟ้า การจัดการของเสีย และการขนส่ง ในรูปต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อลด



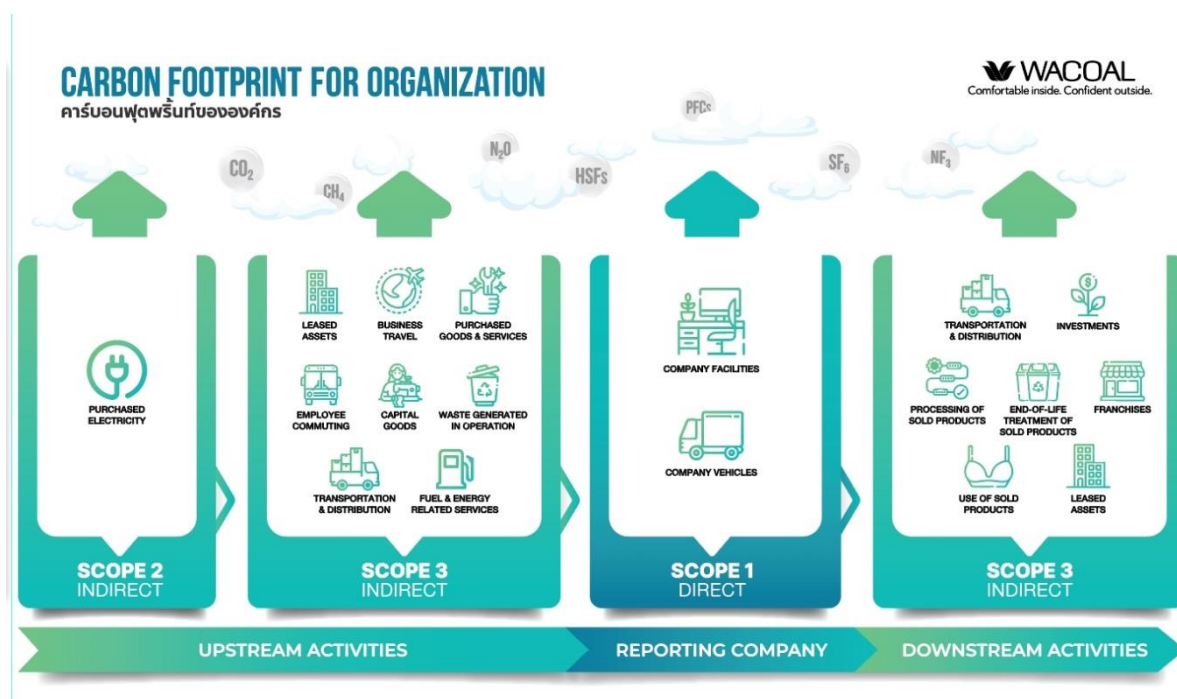
ผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยการประเมินจากการปล่อยและการลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือก๊าซเรือนกระจก ใน 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (Carbon Footprint for Organization : CFO) เพื่อมุ่งสู่องค์กรคาร์บอนต่ำ โดยพิจารณาจาก 3 ส่วนหลัก แบ่งเป็น Scope ดังนี้

Scope I : การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทางตรง (Direct Emissions) จากกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรโดยตรง เช่น การเผาไหม้ของเครื่องจักร การใช้พาหนะขององค์กร (ที่องค์กรเป็นเจ้าของ) การใช้สารเคมีในการบำบัดน้ำเสีย การรั่วซึม / รั่วไหล จากกระบวนการหรือกิจกรรม เป็นต้น

Scope II : การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Energy Indirect Emissions) ได้แก่ การซื้อพลังงานมาใช้ในองค์กร ได้แก่ พลังงานไฟฟ้า พลังงานความร้อน พลังงานไอน้ำ เป็นต้น

Scope III : การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทางอ้อมด้านอื่น ๆ เช่น การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบ การเดินทางของพนักงานด้วยพาหนะที่ไม่ใช่ขององค์กร การเดินทางไปสัมมนานอกสถานที่ การใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น



2. ด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product : CFP) เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์

3. ด้านการปกป้องและฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อลดหรือดูดซับก๊าซเรือนกระจก

ผลการดำเนินงานปี 2567

1. ด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (Carbon Footprint for Organization : CFO)

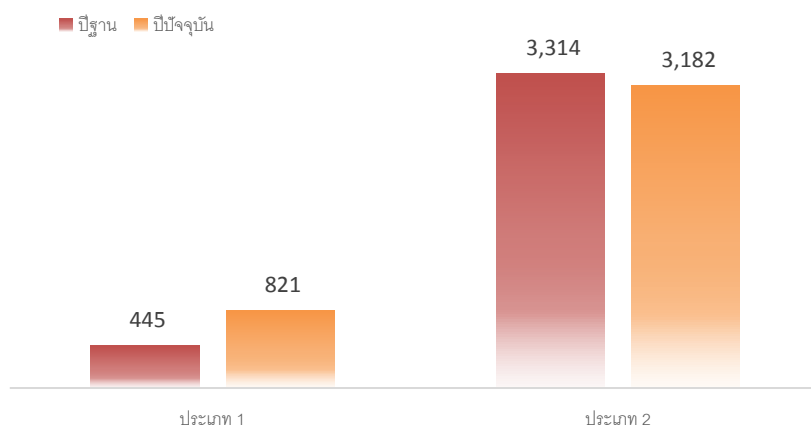
ผลการประเมินประจำปี 2567 (1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2567)



Total Greenhouse Gas Emissions (Scope 1&2)	:	4,003	TonCO ₂ e
Scope I Direct GHG Emissions	:	821	TonCO ₂ e
Scope II Energy Indirect GHG Emissions	:	3,182	TonCO ₂ e
Scope III Other Indirect GHG Emissions	:	10,097	TonCO ₂ e

ผ่านการทวนสอบโดย บริษัท อีซีอีอี จำกัด ซึ่งเป็นผู้ทวนสอบการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรที่ขึ้นทะเบียนกับ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

เมื่อเปรียบเทียบผลการประเมินประจำปี 2567 กับปีฐาน (2564) พบว่าปี 2567 มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อจำนวนผลผลิต (Carbon intensity) ลดลง 15.84%



ผลการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร

ขอบเขต	การปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร (TonCO ₂ e)			
	2564 (ปีฐาน)	2565	2566	2567
ประเภท 1	445	628	690	821
ประเภท 2	3,314	3,518	3,269	3,182
ประเภท 3	-	17,040	11,399	10,097
รวมประเภท 1 และ 2	3,759	4,146	3,959	4,003
Carbon intensity (ประเภท 1+2) (TonCO ₂ e/ชิ้น)	0.0016	0.0015	0.0016	0.0013

โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้มีการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน Scope 3 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ นอกเหนือจากขอบเขตการดำเนินงานขององค์กรเฉพาะแหล่งปล่อยที่มีนัยสำคัญ คือ หมวดหมู่ที่ 01 สินค้าและบริการที่องค์กรจัดซื้อและใช้บริการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก 9,428.73 TonCO₂e และหมวดหมู่ที่ 03 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน (ไม่รวมใน scope 1 หรือ scope 2) ปล่อยก๊าซเรือนกระจก 667.87 TonCO₂e รวมทั้งหมดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน scope 3 ของบริษัทฯ เท่ากับ 10,096.60 TonCO₂e

ผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประเภท 3

หมวดหมู่	แหล่งปล่อย GHG	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (TonCO ₂ e)			
		นัยสำคัญ	2565	2566	2567
01 สินค้าและบริการที่องค์กรจัดซื้อและใช้บริการ	✓	มีนัยสำคัญ	16,307.66	10,713.38	9,428.73
02 สินค้าทุน	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	n/a	n/a	n/a
03 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเชื้อเพลิงและพลังงาน (ไม่รวมใน ประเภท 1 หรือ ประเภท 2)	✓	มีนัยสำคัญ	731.58	685.45	667.87
04 การขนส่งและกระจายสินค้าต้นน้ำ	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	54.95	-	-
05 ของเสียที่เกิดจากการดำเนินงาน	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	1,173.45	-	-
06 การเดินทางเพื่อธุรกิจ	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	37.40	-	-
07 การเดินทางของพนักงาน	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	2,975.00	-	-

หมวดหมู่	แหล่งปล่อย GHG	ปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (TonCO ₂ e)			
		นัยสำคัญ	2565	2566	2567
08 สินทรัพย์ที่เช่า (ตึ้นน้ำ)	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	n/a	n/a	n/a
09 การขนส่งและการกระจายสินค้า ปลายทาง	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	61,552.52	-	-
			**ไม่นำมาพิจารณาเนื่องจากข้อมูลมีความไม่แน่นอนสูง		
10 การแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่องค์กร จำหน่าย *	✗	-	-	-	-
11 การใช้ผลิตภัณฑ์ที่องค์กรจำหน่าย	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	7,351.39	-	-
12 การจัดการซากผลิตภัณฑ์เมื่อ สิ้นสุดอายุการใช้งาน	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	3,177.92	-	-
13 สินทรัพย์เช่า (ปลายทาง) *	✗	-	-	-	-
14 แฟรนไชส์ *	✗	-	-	-	-
15 เงินลงทุน	✓	ไม่มีนัยสำคัญ	n/a	n/a	n/a

หมายเหตุ : * บริษัทฯ ไม่มีการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว

2. ด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product : CFP)

คาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ คือ ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การกระจายสินค้า การใช้งาน และการจัดการของเสีย รวมถึงการขนส่งที่เกี่ยวข้อง โดยคำนวณออกมาในรูปของกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (g.CO₂e) หรือกิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (Kg.CO₂e) หรือตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (TonCO₂e) ในปี 2567 บริษัทฯ ได้ประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (CFP) จำนวน 3 รุ่น คือ MM1E70, WB5X95 และ WB7952 และผ่านการทวนสอบโดย บริษัท อีซีอีอี จำกัด ซึ่งเป็นผู้ทวนสอบการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนกับ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)



MM1E70
CO₂ = 1.23 kg.CO₂e



WB5X95
CO₂ = 1.24 kg.CO₂e



WB7952
CO₂ = 1.29 kg.CO₂e

3. ด้านการปกป้อง และฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

บริษัทฯ มีนโยบายในการปกป้อง ฟื้นฟู และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพผ่านโครงการต่าง ๆ ดังนี้

โครงการ Wacoal BRADAY : บราเก่า เราขอ ปีที่ 13

บริษัทฯ ในฐานะผู้นำผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในสตรีที่ดูแลใส่ใจทั้งผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในที่ไม่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างบูรณาการ และถือเป็นผู้ผลิตรายแรกของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในของประเทศไทยที่มีการจัดการผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้แล้วหรือเสื่อมสภาพอย่างมีระบบและกำจัดอย่างถูกวิธี ลดผลกระทบจาก Climate Change โดยใช้แนวคิด “Zero Waste” ขยะ = ศูนย์

โครงการ “วอล์กบราเดย์ บราเก๋เราขอ” ดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 จนถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 13 โดย รมรณงค์เชิญชวนให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไปนำชุดชั้นในเก่าที่ไม่ใช้แล้วทุกแบรนด์มาบริจาค และขอความร่วมมือไปยังหน่วยงาน องค์กร และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อขอใช้พื้นที่ในการตั้งกล่องรับบริจาค ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี



ในปี 2567 บริษัทฯ ได้รับบริจาคปริมาณ 286,400 ตัว บรรลุเป้าหมายการรับบริจาคปริมาณที่เสื่อมสภาพไม่ต่ำกว่า ปีละ 100,000 ตัว โดยร่วมกับบริษัท ทีพีไอ โพลีน เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TPIPP นำของที่บริจาคไปแปรเปลี่ยนเป็น พลังงานเชื้อเพลิงทดแทนการใช้ถ่านหินในการผลิตกระแสไฟฟ้าในระบบปิด ช่วยลดขยะชุมชน ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติหรือ พลังงานจากฟอสซิล ลดผลกระทบการเกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) หรือลดโลกร้อน (Global Warming)

โดยสรุปโครงการ “วอล์กบราเดย์ บราเก๋เราขอ” ตั้งแต่ปี 2555 - 2567 วาโก้ได้มีส่วนช่วยกำจัดปริมาณเสื่อมสภาพไปแล้ว จำนวน 1,208,264 ตัว รวมน้ำหนัก 120,826 กิโลกรัม หรือลดขยะชุมชนไปได้กว่า 121 ตัน ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือน กระจกหรือก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการฝังกลบและจากการใช้ทดแทนพลังงานถ่านหินได้กว่า 785 TonCO₂e เทียบเท่าการ ปลุกต้นไม้ถึงกว่า 65,448 ต้น ซึ่งนับเป็นโครงการที่มีการบริหารจัดการชุดชั้นในที่ไม่ใช้แล้วอย่างครบวงจร ได้ประโยชน์อย่างรอบ ด้านทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม

รายการ	2555 - 2566	2567	รวม
กำจัดปริมาณเสื่อมสภาพ (ตัว)	921,864	286,400	1,208,264
น้ำหนักขยะ (กิโลกรัม)	92,186	28,640	120,826
ลดขยะชุมชน (ตัน)	92	29	121
CO ₂ ที่ลดลง (TonCO ₂ e)	599	186	785



ต่อมาทางบริษัทฯ ได้นำโครงการวอล์กบราเดย์ บราเก๋เราขอ เข้าร่วมโครงการ CARE THE WHALE ของตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกด้วยการบริหารจัดการขยะ ด้วยแนวคิด “ขยะล่องหน” กำจัดคำว่า ขยะให้หายไป ร่วมกันหาทางใช้ให้ถึงที่สุด โดยใช้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ Circular Economy มาใช้เพื่อดูแลและจัดการ

ขยะให้มีทางไปที่ถูกต้อง ในการร่วมแก้ปัญหาขยะที่นำไปสู่ภาวะโลกร้อน โดยเครือข่ายพันธมิตร มีเป้าหมายร่วมกันในเรื่อง “ZERO -WASTE TO LANDFILL”

โครงการ PET Bottles for a Better Tomorrow : ขวดใสเพื่อโลกสวย

โครงการ “ขวดใสเพื่อโลกสวย” มุ่งรณรงค์ให้ประชาชนร่วมลดขยะชุมชน ด้วยการคัดแยกขวดพลาสติก (PET) เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยร่วมกับ บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน) นำขวดพลาสติกมารีไซเคิลและแปรรูปเป็นเส้นด้ายคุณภาพสูง ซึ่งสามารถนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปี 2567 บริษัทฯ บริจาคขวดจำนวน 6.69 ตัน หรือเท่ากับ 300,825 ขวด ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 6.70 TonCO₂e และสะสมปี 2564 - 2567 บริจาคขวดจำนวน 42.28 ตัน หรือเท่ากับ 1,901,947 ขวด ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 50.80 TonCO₂e

โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายแปรรูปขวดพลาสติกปีละ 6 ตัน หรือเทียบเท่าขวดน้ำดื่มขนาด 600 มิลลิลิตรจำนวนกว่า 270,000 ขวด อย่างต่อเนื่องเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปีต่อเนื่องกัน ช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์แทนการฝังกลบได้ประมาณ 5 - 7 TonCO₂e/ปี

และบริษัทฯ ได้นำวัตถุดิบ Recycle PET มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน และเสื้อยูนีฟอร์มให้กับพนักงานภายใต้คอนเซ็ปต์ Wacoal Love Earth



รายการ	จำนวนขวด PET (ตัน)					
	โครงการระยะที่ 1			โครงการระยะที่ 2		
	2564	2565	2566	2567	2568	2569
เป้าหมาย	9	12	12	6	6	6
ผลการดำเนินงาน	9.50	12.93	13.21	6.69		

โครงการ Wacoal Go Green : วาโก้หัวใจสีเขียว

การดำเนินงานทางธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญและมุ่งเน้นการเป็นส่วนหนึ่งในการลดใช้พลังงาน ลดสาเหตุของปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ บริษัทฯ จึงร่วมกับองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในการปลูกและดูแลรักษาป่า เพื่อเป็นการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ช่วยในการดูดซับก๊าซเรือนกระจกภายใต้กิจกรรม “Wacoal Go Green” วาโก้หัวใจสีเขียว ปลูกต้นกล้าให้เป็นผืนป่า โดยเป้าหมายปี 2559 - 2567 ปลูกต้นไม้สะสมรวมจำนวน 3,000 ต้น สามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ ประมาณ 30 - 50 TonCO₂e/ปี รวมถึงเป็นการสนับสนุนชาวบ้านในชุมชนรอบพื้นที่ได้ใช้ประโยชน์จากป่า และมีรายได้จากการช่วยดูแลป่าในชุมชน

ปลูกป่า (ปี)	2559	2563	2564	2565	2566	2567
จำนวนไร่	5	5	5	5	5	5
จำนวนต้น/ปี	500	500	500	500	500	500
จำนวนต้นสะสม	500	1,000	1,500	2,000	2,500	3,000
ดูดซับ KgCO ₂ /ปี						
1 ต้น = 12 KgCO ₂	6,000	12,000	18,000	24,000	30,000	36,000
TonCO ₂ e	6	12	18	24	30	36



ในปี 2567 บริษัทฯ ร่วมปลูกป่าชุมชน ณ สวนป่าห้วยเขย่ง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เขตบ้านโป่ง อำเภอดงพญาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 5 ไร่

โครงการ Wacoal Paper Less : ลดการใช้กระดาษสำนักงาน

บริษัทฯ มีแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดความสมดุลใน 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยบูรณาการให้เกิดความเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การใช้ทรัพยากร กระบวนการผลิต การจัดการ คลังสินค้าและการขนส่ง การจัดหาหน่วยให้กับผู้บริโภค และการจัดการผลิตภัณฑ์หลังการขาย ดังนั้นจึงได้จัดทำโครงการลดการใช้กระดาษสำนักงานตั้งแต่ปี 2565 และกำหนดเป้าหมายการใช้กระดาษสำนักงานให้ลดลงร้อยละ 30 ของปริมาณการใช้กระดาษสำนักงานทั้งหมดเทียบเมื่อเทียบกับปีฐาน (2565) เพื่อเป็นการสร้างจิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการช่วยลดการใช้ทรัพยากร ตอบสนองต่อแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

ในปี 2567 บริษัทฯ ใช้กระดาษสำนักงานจำนวน 989,735 แผ่น หากเทียบกับปีฐานพบว่า ปริมาณการใช้กระดาษลดลงจำนวน 517,745 แผ่น หรือร้อยละ 34.35 หรือคิดเป็นเงินที่ประหยัดได้จำนวน 121,566.52 บาท ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 24.36 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

รายการ	2565 (ปีฐาน)	2566	2567
จำนวนกระดาษ (แผ่น)	1,507,529	1,229,526	989,735
จำนวนกระดาษเปลี่ยนแปลงเทียบปีฐาน (แผ่น)		-278,003	-517,745
ร้อยละที่เปลี่ยนแปลงเทียบปีฐาน		-18.44%	-34.35%
คิดเป็นจำนวนเงิน (บาท)		65,274.99	121,566.52
CO ₂ ที่ลดลงเทียบปีฐาน (TonCO ₂ e)		21.90	24.36

ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการ CARE THE BEAR ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นความร่วมมือในการลดการใช้กระดาษสำนักงาน โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดการใช้ทรัพยากร และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานขององค์กร



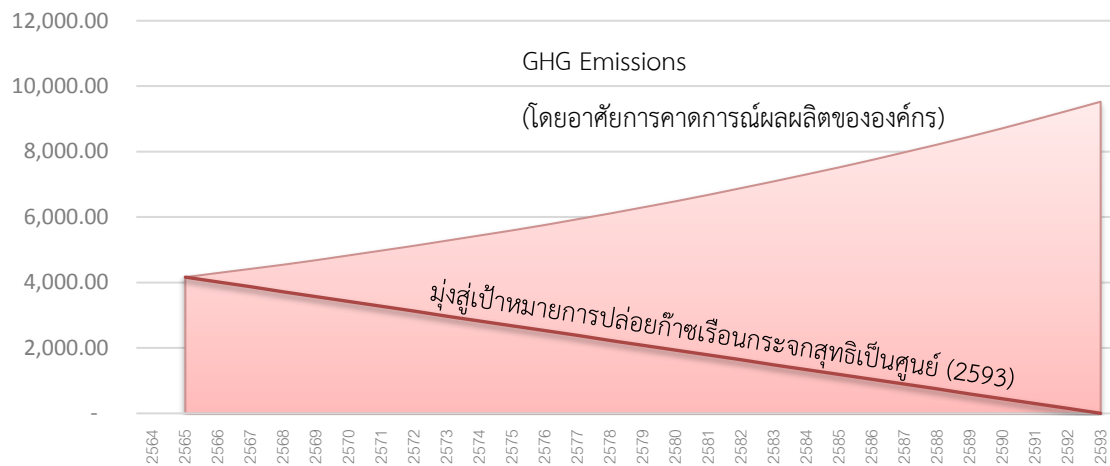
แนวทางลดการปล่อยคาร์บอนสู่เป้าหมาย Net Zero

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายข้อตกลงปารีส ที่มีเป้าหมายในการจำกัดอุณหภูมิ ให้อยู่ไม่เกิน 1.5 องศาเซลเซียส โดยบริษัทมุ่งมั่นที่จะ

1. บรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593
2. มีเป้าหมายในการลดก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 10 ภายในปี 2571 เมื่อเทียบกับปี 2565 (กำหนดให้ปี 2565 เป็นปีฐานในโครงการ Net Zero) เป้าหมาย 5 ปี เริ่มปี 2567 - 2571

การมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (2593)



บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของภาคอุตสาหกรรม เพื่อมุ่งสู่ Net Zero ด้วยวิธี Science Based Target ในปี 2567 โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) (อบก.) และ ศูนย์ความเป็นเลิศทางด้านพลังงานเชิงนิเวศเศรษฐกิจ เพื่อให้องค์กรทราบถึงแนวทางในการลดก๊าซเรือนกระจก และกำหนดแผนการดำเนินงานลดก๊าซเรือนกระจกที่สามารถมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Pathway) ตามแนวทางของ อบก.

โดยใช้แผนมาตรการของโครงการอนุรักษ์พลังงานในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ซึ่งเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกสูงสุดคือ 80% ของกิจกรรมทั้งหมด

การตั้งเป้าหมาย

รายละเอียด	ปีฐาน	ปีเริ่มต้น Net Zero Pathway	ปีเป้าหมาย Net Zero Pathway (5 ปี)	ปีเป้าหมาย Net ZERO	% การลด ต่อปี
	2565	2567	2568	2593	
ประเภทที่ 1 (Ton CO ₂ e)	628	583	493	-	3.57%
ประเภทที่ 2 (Ton CO ₂ e)	3,518	3,267	2,764	-	3.57%
ประเภทที่ 3 (Ton CO ₂ e)	-	-	-	-	0%
ผลรวม (ประเภทที่ 1+2) (Ton CO ₂ e)	4,146	3,850	3,257	-	3.57%

ติดตามผล Net Zero Pathway

รายละเอียด	ปีฐาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2565	2567	2568	2569	2570	2571
ประเภทที่ 1 (Ton CO ₂ e)	628	583	561	538	516	493
ประเภทที่ 2 (Ton CO ₂ e)	3,518	3,267	3,141	3,015	2,890	2,764
ประเภทที่ 3 (Ton CO ₂ e)	17,040	-	-	-	-	-
ผลรวม (ประเภทที่ 1+2) (Ton CO ₂ e)	4,146	3,850	3,702	3,554	3,406	3,258
% การลดสะสมเทียบปีฐาน (เทียบผลรวม)		7.14%	10.71%	14.29%	17.86%	21.43%
ผลการดำเนินงาน		2567	2568	2569	2570	2571
ประเภทที่ 1 (Ton CO ₂ e)		821				
ประเภทที่ 2 (Ton CO ₂ e)		3,182				
ประเภทที่ 3 (Ton CO ₂ e)		10,097				
ผลรวม (ประเภทที่ 1+2) (Ton CO ₂ e)		4,003				
%การลดสะสมเทียบปีฐาน (เทียบผลรวม)		3.45%				

จากผลการดำเนินกิจกรรมลดก๊าซเรือนกระจกของในปี 2567 เมื่อเทียบปีฐาน (ปี 2565) พบว่า ผลรวมของปริมาณก๊าซเรือนกระจกประเภทที่ 1 และ 2 ของปี 2567 คือ 4,003 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ลดลงร้อยละ 3.45 เมื่อเทียบกับปีฐาน โดยทางบริษัทฯ จะดำเนินการชดเชยปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นในปีที่ 5 ของโครงการ ด้วยสิทธิพลังงานหมุนเวียน (RECs) เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร

10. การบริหารจัดการพลังงาน

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

จากข้อกำหนดของแหล่งพลังงานภายในประเทศ และการพึ่งพิงแหล่งเชื้อเพลิงฟอสซิลที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อใช้เป็นแหล่งพลังงานหลักในการผลิตไฟฟ้า นั้น ส่งผลให้ต้นทุนด้านพลังงานเกิดความผันผวนและมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี

ไทยวาโก้ตระหนักและมุ่งมั่นที่จะควบคุมการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า ลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด และยังสามารถลดต้นทุนด้านพลังงานของบริษัทฯ โดยมีเป้าหมายลดการใช้พลังงาน $\geq 2\%$ ของปริมาณการใช้พลังงาน (kWh.) เทียบจากข้อมูล Energy Baseline ปีฐาน (มกราคม 2564 - ธันวาคม 2565) ซึ่งบริษัทฯ กำหนดให้เป็นตัวชี้วัดสมรรถนะด้านพลังงานขององค์กร

แนวทางการบริหารจัดการ

1. การดำเนินงานภายใต้ข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรฐานระดับสากล

ไทยวาโก้มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจการผลิตชุดชั้นในที่มีการใช้พลังงานในกระบวนการผลิตและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด นอกเหนือไปจากการต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายแล้ว บริษัทฯ ได้ดำเนินการแต่งตั้งคณะทำงานระบบบริหารจัดการพลังงาน ISO 50001 เพื่อดำเนินงานตามนโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงาน โดยการกำหนดเป้าหมาย วางแผนงาน ดำเนินงานตามแผน และเฝ้าตรวจวัดวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ตามแนวทางข้อกำหนดของระบบการจัดการพลังงานใน



ระดับสากล ISO 50001 ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวจาก บริษัท บูโร เวอร์ริทัส เซอทิฟิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหลักปฏิบัติที่ส่งผลให้บริษัทฯ เกิดการอนุรักษ์พลังงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องทุกปี

2. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ไทยวาโก้ดำเนินงานและกิจกรรมด้านการอนุรักษ์พลังงานอย่างต่อเนื่องด้วยมาตรการการควบคุม มาตรการการส่งเสริม และมาตรการการสนับสนุน เพื่อให้มีประสิทธิภาพการใช้พลังงานที่สูงขึ้น โดยให้ความสำคัญกับโครงการอนุรักษ์พลังงานที่มีการลงทุนและทั้งที่ไม่มีการลงทุน ควบคู่กับการศึกษาเทคโนโลยีด้านการประหยัดพลังงาน และนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ งานให้เกิดประโยชน์กับบริษัทฯ

3. plugจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์พลังงานแก่พนักงานในองค์กร

บริษัทฯ ฝึกอบรมพนักงานเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2567 ได้จัดให้มีการอบรมในหลักสูตร “จิตสำนึกการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม” เพื่อส่งเสริมและสร้างองค์ความรู้ ความตระหนักในด้านการอนุรักษ์พลังงานให้แก่พนักงาน ซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีในด้านการอนุรักษ์พลังงาน

4. เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในด้านการอนุรักษ์พลังงาน

ไทยวาโก้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีทักษะและองค์ความรู้ที่ดีในงานเฉพาะทาง สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเชี่ยวชาญและทันต่อสถานการณ์และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยประยุกต์ใช้กับระบบการจัดการพลังงานของบริษัทฯ

5. การปฏิบัติงานเชิงป้องกัน

บริษัทฯ มีการกำหนดแผนงานเพื่อดำเนินการบำรุงรักษาเครื่องจักร อุปกรณ์หลักที่มีการใช้พลังงานสูง เช่น เครื่องจักรในงาน Utility โดยเน้นเรื่องการบำรุงรักษาเครื่องจักร อุปกรณ์ในเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance) เพื่อให้เครื่องจักร อุปกรณ์มีความพร้อมใช้งาน รักษาสภาพ ป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย รวมทั้งได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในมาตรการควบคุม ประสิทธิภาพหรือค่าสมรรถนะของเครื่องจักรที่มีนัยสำคัญ กำหนดให้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดถูกเลือกใช้งานก่อน รวมถึงนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยบริหารจัดการ ส่งผลให้สามารถควบคุมการทำงานของเครื่องจักรและอุปกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน สามารถลดการสูญเสียด้านพลังงานและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมได้

ผลการดำเนินงานปี 2567

บริษัทฯ มีการใช้พลังงานปฐมภูมิ (Primary Source) ในกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นพลังงานโดยตรง (Direct Energy) จาก Solar Rooftop และใช้พลังงานทุติยภูมิ (Secondary Source) ซึ่งเป็นพลังงานทางอ้อม (Indirect Energy) จากการไฟฟ้านครหลวง โดยในปี 2567 บริษัทฯ มีปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าเท่ากับ 6,365,000 kWh. เมื่อเทียบกับปริมาณการใช้พลังงานปี 2566 ที่มีค่าเท่ากับ 6,538,000 kWh. พบว่ามีการใช้พลังงานลดลง 2.65% และเมื่อพิจารณาจากสมการโมเดลทางสถิติข้อมูล Energy Baseline (มกราคม 2564 - ธันวาคม 2565) ที่บริษัทฯ กำหนดให้เป็นตัวชี้วัดสมรรถนะด้านพลังงานขององค์กร พบว่าในปี 2567 มีการใช้พลังงานไฟฟ้าลดลง 17.45% เนื่องมาจากมาตรการอนุรักษ์พลังงาน และเมื่อเทียบปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (Specific Energy Consumption (SEC)) แล้ว พบว่าในปี 2567 มีการใช้พลังงานไฟฟ้าเท่ากับ 3.322 เมกะจูลต่อชิ้น

สำหรับมาตรการอนุรักษ์พลังงานที่ดำเนินการในปี 2567 มีทั้งหมด 4 มาตรการ โดยเป็นมาตรการที่ดำเนินการปรับปรุงกรอบอาคารให้เป็นไปตามมาตรฐานการออกแบบอาคารเพื่อการอนุรักษ์พลังงาน BEC (Building Energy Code) และเปลี่ยนมาใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานประสิทธิภาพสูง ซึ่งประกอบด้วยโครงการดังนี้

1. โครงการปรับปรุงกรอบอาคารตามมาตรฐาน BEC ณ อาคาร 4
2. โครงการเปลี่ยนหม้อแปลงไฟฟ้าขนาด 1,000 kVA เป็นขนาด 800 kVA
3. โครงการเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศ Split Type ขนาด 72,000 BTU. ห้องรับรองกรรมการ
4. โครงการเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศ Split Type ขนาด 80,000 BTU. ห้องโถง Japan อาคาร 2

สรุปผลจากการบริหารจัดการพลังงานในปี 2567



ผลประหยัดพลังงานเทียบ Energy Baseline
1,345,574 KWh./ปี

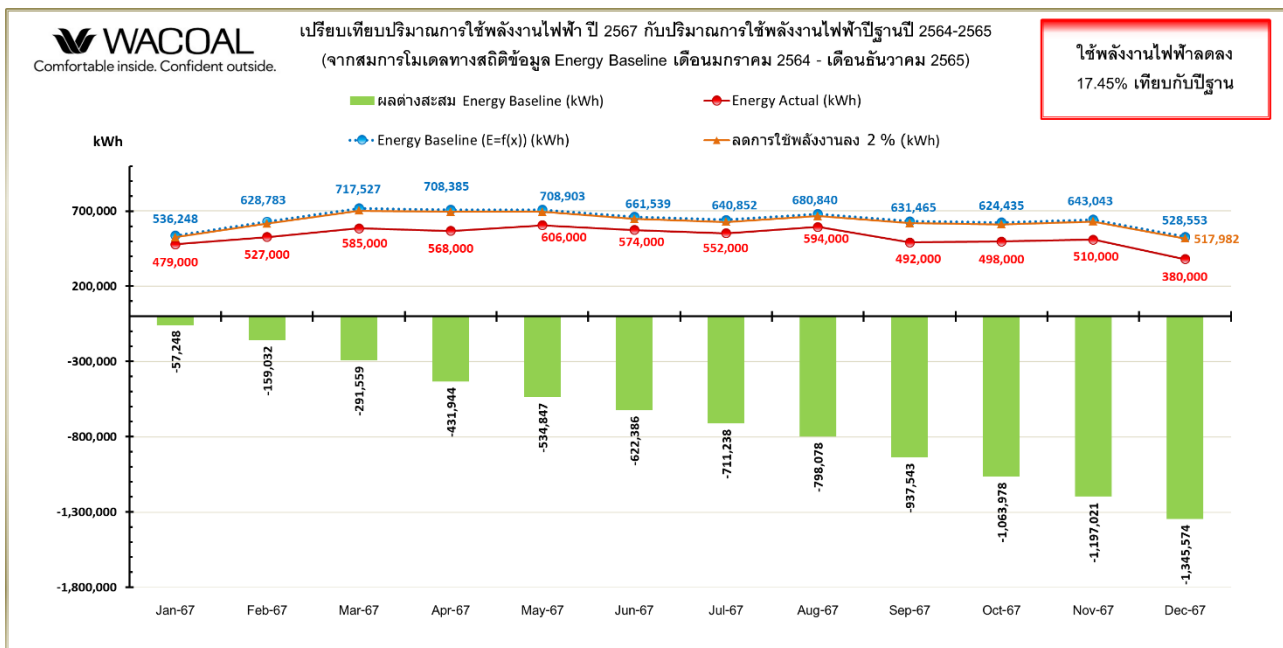


ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานได้
6,418,386 บาท/ปี



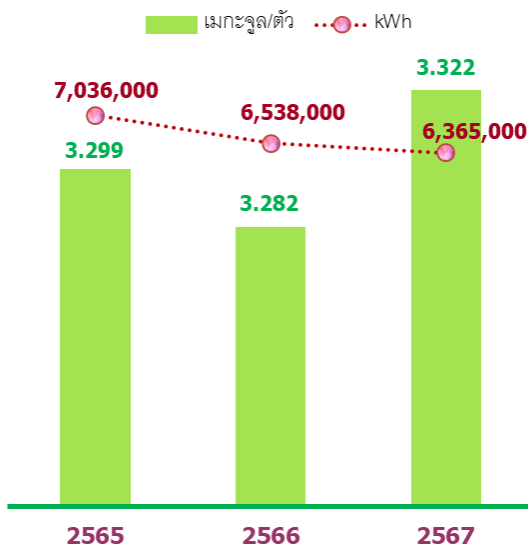
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 73.78 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

กราฟเปรียบเทียบการใช้พลังงานไฟฟ้าปี 2567 กับปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าปีฐาน Energy Baseline (มกราคม 2564 - ธันวาคม 2565)

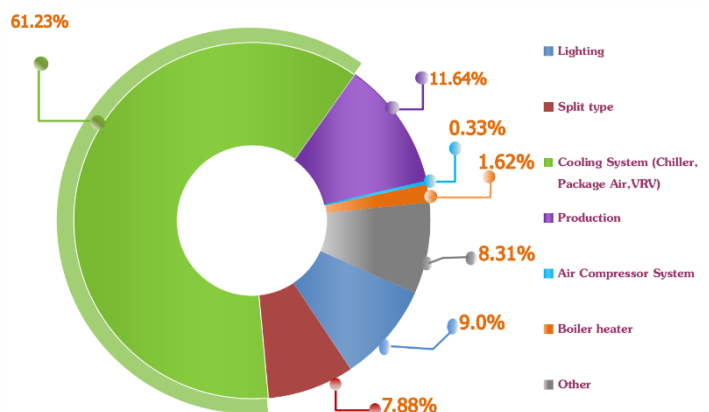


ค่าดัชนีประสิทธิภาพการใช้พลังงาน (Energy Intensity)

ความเข้มข้นการใช้พลังงาน (Energy Intensity)



สัดส่วนการใช้พลังงานปี 2567



การจัดการพลังงานและก๊าซเรือนกระจก

ข้อมูลพลังงานและก๊าซเรือนกระจก	หน่วย	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567
พลังงานไฟฟ้าที่ใช้ทั้งองค์กร	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	7,036,000	6,538,000	6,365,000
ดัชนีประสิทธิภาพการใช้พลังงาน	เมกะจูลต่อชิ้น	3.323	3.282	3.322
พลังงานไฟฟ้าที่ลดลงจากการดำเนินมาตรการ	กิโลวัตต์-ชั่วโมง	225,908.35	1,060,086	146,750
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	3,517.30	3,268.34	3,181.86
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	112.7	529.93	73.36

11. การบริหารจัดการน้ำ

11.1 การบริหารจัดการน้ำใช้

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

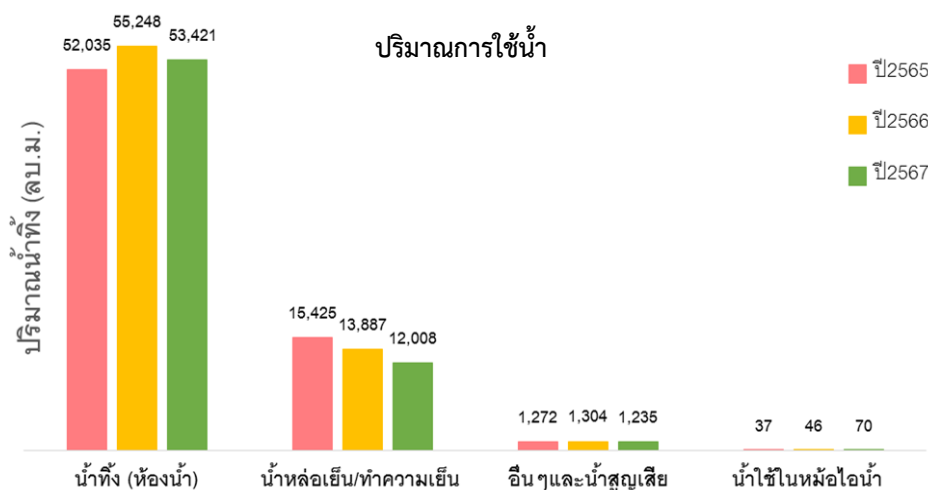
บริษัทฯ ใส่ใจและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำภายในองค์กร ซึ่งเป็นน้ำประปาที่ใช้เพื่ออุปโภคและบริโภคของพนักงาน เพราะน้ำเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่ต้องอนุรักษ์และใช้ให้เกิดคุณค่าสูงสุด ไทยวาโก้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้มีการกำหนดเป้าหมาย “ลดการใช้น้ำเฉลี่ย/คน/วัน ลง 6% โดยเทียบกับปีฐาน (ปี 2564)” โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดการใช้น้ำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีการจัดการใช้น้ำอย่างเป็นระบบทั่วทั้งบริษัทฯ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการแบบมีประสิทธิภาพโดยใช้เทคนิค 3Rs คือ การลด การใช้ซ้ำ การรีไซเคิล (Reduce, Reuse, Recycle) และมีการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกแก่พนักงานในการใช้น้ำให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดทั้งการใช้น้ำเพื่ออุปโภคบริโภคภายในสำนักงานและโรงงาน รวมทั้งมีการหย่อนขวดน้ำ 1 ลิตร ลงไปในถังพักน้ำชักโครก เพื่อช่วยประหยัดน้ำได้ 1 ลิตรต่อการกด 1 ครั้ง อีกด้วย

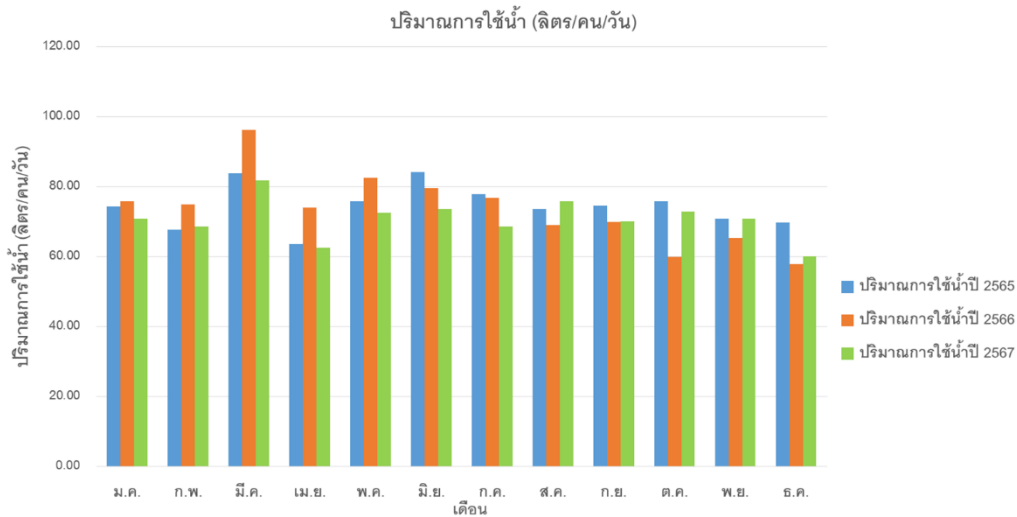
ผลการดำเนินงานปี 2567

บริษัทฯ มีปริมาณการใช้น้ำประปารวมในปี 2567 เท่ากับ 66,734 ลูกบาศก์เมตร ลดลง 5.32% จากปี 2566 ที่มีการใช้น้ำประปาเท่ากับ 70,485 ลูกบาศก์เมตร เมื่อแบ่งการใช้น้ำตามประเภทในปี 2567 พบว่า การใช้น้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภคมีปริมาณสูงสุดที่ 53,421 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็น 80.05% รองลงมา คือ น้ำหล่อเย็นเพื่อทำความเย็น 12,008 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็น 17.99% ส่วนที่เหลือเป็นการใช้น้ำอื่น ๆ และน้ำที่สูญเสีย และน้ำใช้ในหม้อไอน้ำ ตามลำดับ



ทั้งนี้ ปริมาณการใช้น้ำเฉลี่ยในปี 2567 พบว่ามีการใช้น้ำเฉลี่ย/คน/วัน เท่ากับ 70.67 ลิตร เมื่อเทียบกับปีฐาน (ปี 2564) ซึ่งมีการใช้น้ำเฉลี่ยเท่ากับ 73.75 ลิตร/คน/วัน ลดลง 4.18% และเมื่อเทียบกับปริมาณการใช้น้ำเฉลี่ย/คน/วัน ในปี 2566 พบว่าลดลง 3.82% ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการลดการใช้น้ำและส่งเสริมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ





11.2 การบริหารจัดการน้ำทิ้ง

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

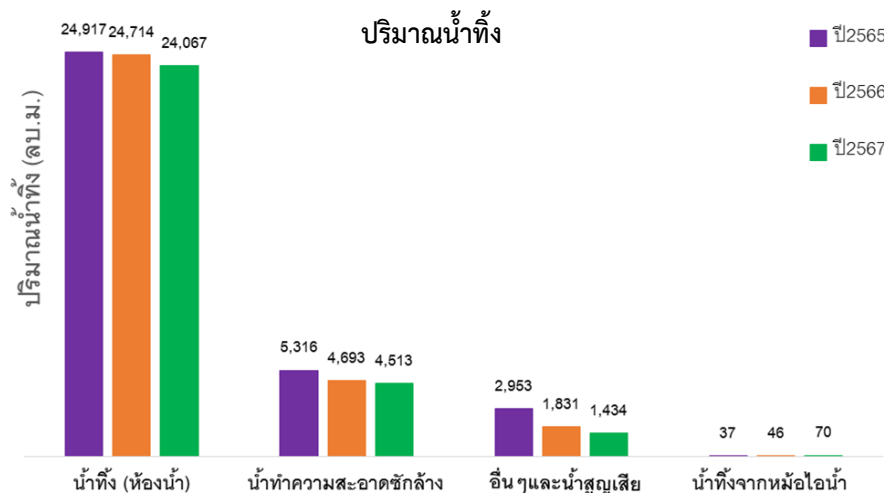
ไทยวาโก้ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีชุมชนโดยรอบจึงมีความตระหนักรู้ด้านผลกระทบจากการปล่อยน้ำทิ้งที่เกิดจากกระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทฯ โดยก่อนที่จะปล่อยน้ำทิ้งลงสู่คูคลองสาธารณะ น้ำจะต้องได้รับการบำบัดให้มีความน่าทิ้งที่เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ซึ่งเป็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมาย**ต้องไม่เกิดข้อร้องเรียนในเรื่องการปล่อยน้ำทิ้งจากชุมชนโดยรอบ**

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ได้มีการติดตั้งระบบบำบัดน้ำทิ้งทั้งหมด 4 ระบบที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการบำรุงรักษาและตรวจสอบสภาพของระบบบำบัดอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีการตรวจวัดค่าน้ำทิ้งโดยเจ้าหน้าที่ด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการทำงานของระบบบำบัด และมีหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการรับรองเข้ามาดำเนินการตรวจวัดค่าน้ำทิ้งอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการยืนยันประสิทธิภาพในการทำงานของระบบบำบัด เพื่อให้มั่นใจว่าน้ำทิ้งที่ปล่อยออกสู่แหล่งน้ำสาธารณะเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนรอบข้าง หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินงานปี 2567

จากการบริหารจัดการน้ำทิ้งทำให้ผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้งในปี 2567 พบว่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด โดยปริมาณน้ำทิ้งในปี 2567 มีทั้งหมด 30,084 ลูกบาศก์เมตร ลดลง 3.84% เมื่อเทียบกับปี 2566 ซึ่งมีปริมาณ 31,284 ลูกบาศก์เมตร สอดคล้องกับแนวโน้มการลดการใช้น้ำ โดยในปี 2567 ปริมาณน้ำทิ้งส่วนใหญ่เกิดจากน้ำทิ้งในห้องน้ำ ซึ่งมีปริมาณ 24,067 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็น 80.00% รองลงมาเป็นน้ำจากการทำความสะอาดชักล้าง มีปริมาณ 4,513 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็น 15.00% ส่วนที่เหลือเป็นน้ำทิ้งจากกิจกรรมอื่น ๆ และน้ำสูญเสีย และน้ำทิ้งจากหม้อไอน้ำ ตามลำดับ



ผลการตรวจวัดค่าน้ำทิ้งปี 2565 - 2567

รายละเอียด	หน่วย	จุดที่ 1 หน้าอาคาร 1			จุดที่ 2 หน้าอาคาร 6			จุดที่ 3 ข้างอาคาร 3			จุดที่ 4 หลังอาคาร 3			เกณฑ์ ตาม กฎหมาย
		ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	
		2565	2566	2567	2565	2566	2567	2565	2566	2567	2565	2566	2567	
1. ค่าความเป็นกรด - ด่าง	pH	7.3	7.2	7.8	7.8	7.4	7.8	6.9	7.2	7.6	7.8	7.4	7.5	5.5 - 9.0
2. ปริมาณออกซิเจนที่ สารเคมีใช้ในการย่อย สลายสารอินทรีย์ในน้ำ (COD)	มิลลิกรัม ต่อลิตร	43.0	40.0	40.0	47.0	40.0	40.0	40.0	40.0	40.0	41.0	40.0	40.0	≤ 120
3. ค่าสีในน้ำทิ้ง (COL)	ADMI	121.4	73.5	90.8	85.6	49.1	41.7	49.8	32.9	52.0	61.3	43.2	35.5	< 300
4. ค่าไนโตรเจนอินทรีย์และ แอมโมเนียไนโตรเจน (TKN)	มิลลิกรัม ต่อลิตร	12.0	14.3	40.3	37.0	43.1	29.0	7.0	13.0	18.5	23.0	38.0	30.9	≤ 100
5. ค่าของแข็งละลายน้ำ (TDS)	มิลลิกรัม ต่อลิตร	520.0	348.0	365.0	388.0	260.0	274.0	347.0	243.0	351.0	322.0	221.0	268.0	≤ 3,000
6. ไขมันและน้ำมัน (Oil & Grease)	มิลลิกรัม ต่อลิตร	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	≤ 5
7. ค่าของแข็งแขวนลอย (SS)	มิลลิกรัม ต่อลิตร	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	12.0	13.0	10.0	10.0	10.0	10.0	≤ 50
8. ปริมาณออกซิเจนที่ จุลินทรีย์ใช้ในการย่อย สลายสารอินทรีย์ในน้ำ (BOD)	มิลลิกรัม ต่อลิตร	9.0	11.0	4.0	7.0	7.0	17.0	4.0	7.0	14.0	5.0	5.0	17.0	≤ 20
9. อุณหภูมิของน้ำ	องศา เซลเซียส	29.9	25.7	24.7	30.6	25.6	24.7	32.6	26.0	25.4	32.6	25.8	25.4	≤ 40

จากการตรวจวัดค่าน้ำทิ้งทั้งหมด 4 จุดภายในบริเวณบริษัทฯ พบว่าผลการตรวจวัดเป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดทุกค่า ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนรอบข้าง โดยในปี 2567 บริษัทฯ ไม่พบข้อร้องเรียนด้านสิ่งแวดล้อมจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

12. การบริหารจัดการขยะอุตสาหกรรม

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย

ไทยวาโก้ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 ซึ่งได้กำหนดให้มีการจัดการขยะภายในโรงงานอย่างมีระบบ ซึ่งได้มีการคัดแยกขยะโดยแบ่งออกเป็น ขยะทั่วไป ขยะเศษอาหาร ขยะรีไซเคิล ขยะอุตสาหกรรม และขยะอันตราย เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการจัดการและนำไปกำจัดได้อย่างถูกต้องและเป็นการแยกขยะเพื่อนำมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล โดยได้ตั้งเป้าหมายในปี 2567 คือ สัดส่วนการจัดการขยะอุตสาหกรรมเพื่อให้ผู้รับเหมานำไปรีไซเคิลคิดเป็น 90% ของปริมาณขยะอุตสาหกรรมทั้งหมด

แนวทางการบริหารจัดการ

- **Reduce** : ใช้เทคโนโลยี Computer Grading ในการวางแผนกระดาชแบบลงบนผ้าโดยให้มีเศษผ้าเหลือในการตัดให้น้อยที่สุด ซึ่งจะเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าที่สุดและเป็นการลดการเกิดปริมาณขยะที่ไม่จำเป็น
- **Reuse** : นำบรรจุภัณฑ์ที่มีสภาพดีและยังสามารถใช้งานได้ เช่น กล่องกระดาช ถังพลาสติก จากคลังสินค้าและจากกระบวนการต่าง ๆ จากการผลิตมาหมุนเวียนใช้ซ้ำ หรือการนำกลับมาใช้ใหม่

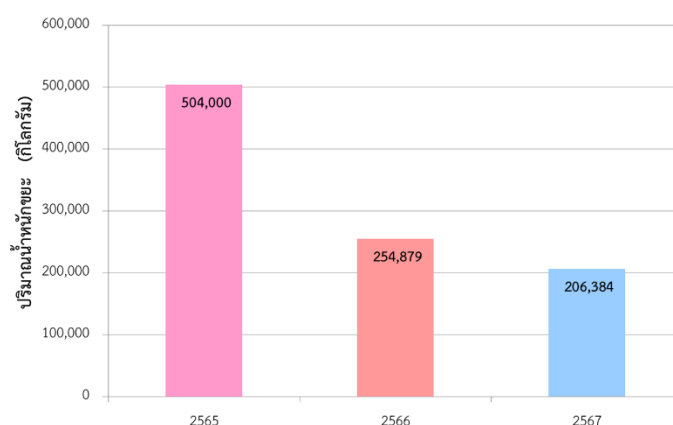


- **Recycle** : นำเศษวัสดุที่ไม่ใช้งานแล้วมารีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ โดยการจำหน่ายให้กับผู้รับซื้อที่นำขยะไปรีไซเคิล เช่น ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระจกเครื่องดื่ม กระจกที่ใช้แล้ว เศษกระจก เป็นต้น และมีการจัดการบริหารขยะที่เกิดจากกระบวนการผลิต ด้วยการเปลี่ยนขยะไปเป็นขยะพลังงานอีกด้วย

ผลการดำเนินงาน ปี 2567

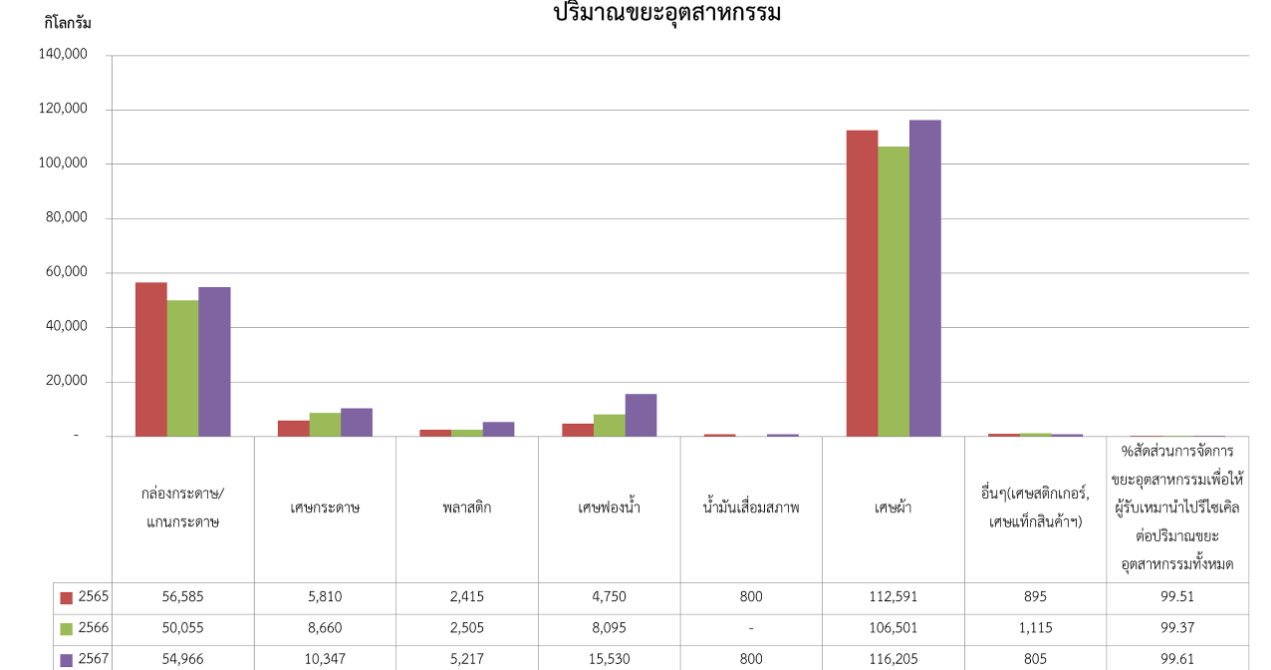
1. **ขยะทั่วไป** หมายถึง ขยะที่เกิดจากการบริโภคของพนักงาน โดยในปี 2565 ปริมาณขยะทั่วไปมีจำนวน 504,000 กิโลกรัม ปี 2566 มีจำนวน 254,879 และในปี 2567 บริษัทฯ ได้นำหลักการ 3Rs คือ Reduce, Reuse และ Recycle มาปรับใช้ในองค์กรอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการจัดการขยะในโรงอาหาร โดยการแยกทิ้งเศษอาหารและนำไปใช้เป็นอาหารสัตว์ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง และช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดโดยวิธีฝังกลบให้มีปริมาณน้อยลง จึงทำให้ในปี 2567 ปริมาณขยะทั่วไปเหลือเพียง 206,384 กิโลกรัม

ปริมาณขยะทั่วไป



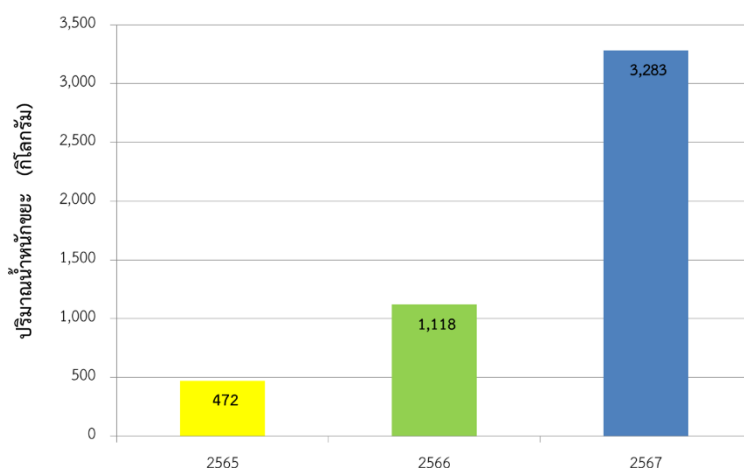
2. **ขยะอุตสาหกรรม** หมายถึง ขยะที่เกิดจากกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย กล่องกระจก เศษกระจก พลาสติก เศษฟองน้ำ น้ำมันเสื่อมสภาพ เศษผ้า และอื่น ๆ เช่น เศษสติ๊กเกอร์ เศษแท่งสินค้า เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้มีการคัดแยกขยะอุตสาหกรรมเพื่อให้ผู้รับเหมานำกลับมาใช้ซ้ำและใช้ใหม่ไม่น้อยกว่า 90% ของปริมาณขยะอุตสาหกรรมทั้งหมดในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา และสามารถบรรลุเป้าหมายในการจัดการขยะอุตสาหกรรมที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง ในปี 2567 สัดส่วนการจัดการขยะอุตสาหกรรมเพื่อให้ผู้รับเหมานำไปรีไซเคิลคิดเป็น 99.61% ของปริมาณขยะอุตสาหกรรมทั้งหมด

ปริมาณขยะอุตสาหกรรม



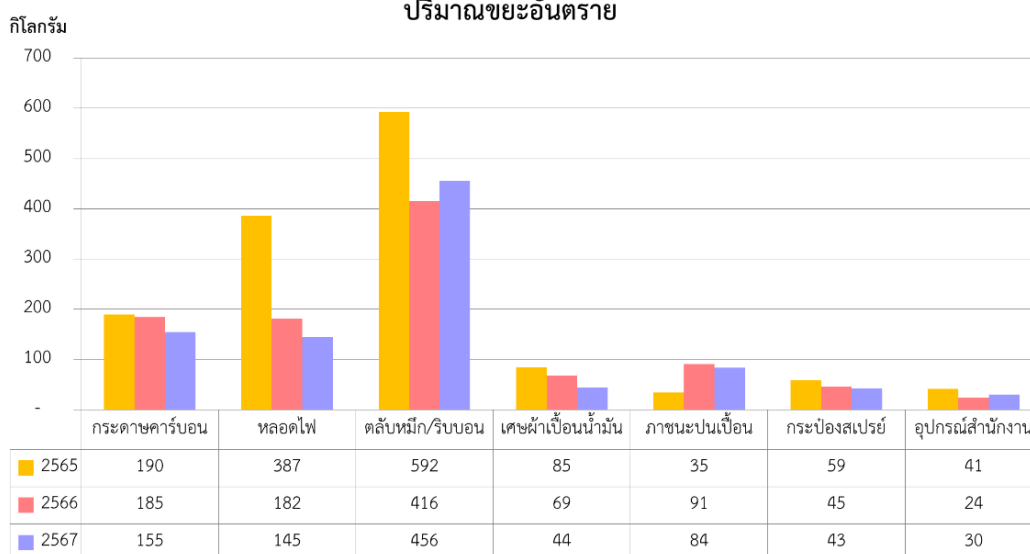
3. **ขยะรีไซเคิล** ประกอบด้วย ขวดพลาสติก แก้ว กระป๋อง ที่คัดแยกจากขยะทั่วไปที่เกิดขึ้นในองค์กร ในปี 2565 มีปริมาณขยะรีไซเคิลจำนวน 472 กิโลกรัม ในปี 2566 ปริมาณขยะรีไซเคิลเพิ่มขึ้นเป็น 1,118 กิโลกรัม โดยในปี 2567 บริษัทฯ ได้นำหลักการ 3Rs คือ Reduce, Reuse และ Recycle มาใช้ในองค์กรอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ปริมาณขยะรีไซเคิลเพิ่มขึ้นอีกเป็น 3,283 กิโลกรัม ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดโดยวิธีฝังกลบให้มีปริมาณน้อยลง นอกจากนี้ การรีไซเคิลยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตวัสดุใหม่ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความยั่งยืนทั้งในระดับองค์กรและสังคมโดยรวม

ปริมาณขยะรีไซเคิล



4. **ขยะอันตราย** ประกอบด้วย กระดาศคาร์บอน หลอดไฟ ตลับหมึก เศษผ้าปนเปื้อนน้ำมัน ภาชนะปนเปื้อน กระจกสเปรย์ และอุปกรณ์สำนักงานที่อาจมีสารเคมีหรือวัสดุอันตรายปนเปื้อน ซึ่งปริมาณขยะอันตรายมีน้อยมากเมื่อเทียบกับขยะประเภทอื่น ๆ แต่การจัดการกับขยะเหล่านี้ยังมีความสำคัญ โดยบริษัทฯ ได้มีการเก็บรวบรวมขยะอันตรายดังกล่าวแยกออกจากขยะประเภทอื่น ๆ และดำเนินการจัดการอย่างถูกต้องตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง โดยส่งขยะอันตรายไปยังสถานที่กำจัดที่ได้รับอนุญาตและมีระบบการจัดการที่ปลอดภัย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ปริมาณขยะอันตราย



3.6 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติการกำกับดูแลกิจการ

ผลการดำเนินงานด้านการกำกับดูแลกิจการ

Good Corporate Governance หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

13. การดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรม

ความมุ่งมั่นและเป้าหมาย



บริษัทฯ ได้กำหนดพันธกิจที่จะยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งความเชื่อมั่นและความไว้วางใจซึ่งกันและกันของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ควบคู่ไปกับการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีไว้เป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงนโยบายและแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างชัดเจน เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ หลีกเลี่ยงการดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยเคารพในสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดร่วมกัน

13.1 การแข่งขันที่เป็นธรรม

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับคู่ค้าเพื่อการเติบโตร่วมกันในระยะยาว โดยดำเนินการภายใต้กรอบกติกาการแข่งขันที่เป็นธรรม ตามระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง จรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) และระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 พร้อมทั้งต่อต้านการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม (Anticompetitive practices) บริษัทฯ ได้กำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนเกี่ยวกับการรับเลี้ยงรับรองหรือการเลี้ยงรับรอง การรับหรือการให้ของขวัญ การรับหรือให้บริการต้อนรับ โดยให้สอดคล้องกับธรรมเนียมปฏิบัติที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการเรียกรับผลประโยชน์ที่อยู่นอกเหนือข้อตกลงทางการค้า รวมทั้งไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่ง หลีกเลี่ยงการแสวงหาข้อมูลด้วยวิธีที่ไม่สุจริต และไม่ลอกเลียนแบบหรือนำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจโดยไม่ได้รับอนุญาต

ผลการดำเนินงานปี 2567

- ส่งเสริมการแข่งขันโดยเสรี โดยไม่มีการทำข้อตกลงกับคู่แข่งหรือผู้ประกอบการอื่นที่เป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขันในตลาด หรือก่อให้เกิดการบิดเบือนราคาตลาด ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อผู้บริโภค
- บริษัทฯ ไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

13.2 การเคารพสิทธิในทรัพย์สินของผู้อื่น

แนวทางการบริหารจัดการ

- เคารพในสิทธิแห่งความเป็นเจ้าของของผู้ถือหุ้น ดูแลผลประโยชน์ สนับสนุน ส่งเสริม เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรมเท่าเทียมกัน โดยจัดให้มีหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลแก่ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ตลอดจนมีการจัดทำนโยบายการเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนทุกประเภทสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความสุจริต โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้
- คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รักษาสัญญา และข้อตกลงในการขายสินค้า ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองต่อความต้องการ ตลอดจนข้อร้องเรียนของลูกค้า มีนโยบายรับประกันความพอใจในสินค้าและสามารถเปลี่ยนสินค้าได้กรณีพบปัญหาด้านคุณภาพ โดยจัดให้มีหน่วยงานลูกค้าสัมพันธ์ และระบบ Call Center เพื่อดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด
- เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และสิทธิของพนักงานทุกคน โดยไม่เลือกปฏิบัติทางเชื้อชาติ ศาสนา เพศ และอื่น ๆ

4. บริหารงานเพื่อให้เจ้าหนี้มั่นใจในฐานะทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ที่ดี พร้อมทั้งปฏิบัติตามสัญญาหรือเงื่อนไขต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด

5. เคารพและไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ไม่นำผลงานของบุคคลอื่นมาใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับอนุญาตและไม่สนับสนุนสินค้าหรือการกระทำที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ในขณะเดียวกันได้ตรวจสอบ ดูแล รักษาผลงานซึ่งถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ โดยดำเนินการจดสิทธิบัตรผลงานนวัตกรรมต่าง ๆ ไม่ยินยอมให้ถูกละเมิดหรือให้บุคคลอื่นนำไปใช้โดยมิได้รับอนุญาต

ผลการดำเนินงานปี 2567

บริษัทฯ ไม่มีข้อร้องเรียนหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินของผู้อื่น

13.3 การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

แนวทางการบริหารจัดการ

1. บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม โดยจัดให้มีแนวทางในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงการสร้างจิตสำนึก ค่านิยม ทักษะ และปลูกฝังจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่จะส่งเสริมให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนไม่สนับสนุนให้มีการสร้างความสำเร็จของงานด้วยวิธีการทุจริต

2. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2557 เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2558 ได้กำหนดนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ต่อมาได้มีการทบทวนและแก้ไขนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปีเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

“บริษัทฯ มีนโยบายปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับต่อต้านการคอร์รัปชันของประเทศไทย โดยกำหนดให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ห้ามกระทำ หรือยอมรับ หรือสนับสนุนการคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งครอบคลุมถึงทุกธุรกิจและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง”

แนวทางปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน มีดังนี้

1. บริษัทฯ ไม่กระทำ และไม่สนับสนุนการให้สินบนและการจ่ายค่าอำนวยความสะดวกในรูปแบบใด ๆ
2. กรณีที่บริษัทฯ มีการบริจาคเพื่อการกุศลหรือการรับบริจาค การเป็นผู้ให้หรือผู้รับการสนับสนุน การช่วยเหลือทางการเงิน การจ้างพนักงานรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ รวมถึงการให้หรือรับของขวัญ การให้หรือรับเลี้ยงรับรอง และการให้หรือรับบริการต้อนรับ บริษัทฯ จะดำเนินการตามระเบียบและวิธีปฏิบัติที่กำหนด
3. ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึก และค่านิยมในการต่อต้านคอร์รัปชันให้แก่กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ประกาศ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง โดยจัดทำเอกสารเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ
4. ห้ามกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน กระทำการใด หรือเป็นตัวกลางในการเรียกรับหรือเสนอให้ทรัพย์สินหรือผลประโยชน์ใดจากหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน เพื่อจูงใจหรือกระทำการผิดกฎหมาย รวมถึงการใช้ตำแหน่งหน้าที่และ/หรือนำข้อมูลของบริษัทฯ ไปแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองหรือผู้อื่น
5. จัดให้มีกลไกการรายงานสถานะทางการเงินที่โปร่งใสและถูกต้อง มีระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพ มีการตรวจสอบและถ่วงดุลการใช้อำนาจให้เหมาะสม เพื่อป้องกันมิให้เกิดการทุจริตหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตการคอร์รัปชัน
6. กำหนดให้มีการสอบทานการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการทบทวนแนวทางการปฏิบัติ และข้อกำหนดในการดำเนินการ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ กฎหมาย และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

7. จัดให้มีช่องทางในการสื่อสารเพื่อให้ผู้แจ้งเบาะแสสามารถแจ้งเบาะแสด้านการคอร์รัปชัน โดยให้ความมั่นใจว่าผู้แจ้งเบาะแสะจะได้รับการคุ้มครอง

นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติระเบียบปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและแนวทางการปฏิบัติในการต่อต้านการคอร์รัปชัน ตลอดจนจัดให้มีมาตรการในการแจ้งเบาะแสะหรือข้อร้องเรียนเมื่อพบเห็นหรือมีหลักฐานว่ามีการคอร์รัปชันเกิดขึ้นในบริษัทฯ และมีกลไกในการให้ความคุ้มครองและให้เป็นธรรมกับผู้แจ้งเบาะแสะหรือผู้ถูกร้องเรียน รวมถึงมีบทลงโทษผู้กระทำความผิด ผู้ข่มขู่หรือคุกคาม หรือผู้ที่เพิกเฉยต่อการกระทำผิด

3. เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายหุ้นส่วนด้านทุจริตเพื่อประเทศไทย (PACT Network) และเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านการคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption : CAC) ด้วยความสมัครใจ และบริษัทฯ ได้รับการรับรองต่ออายุการเป็นสมาชิก CAC เป็นครั้งที่ 2

4. จัดตั้งคณะทำงานด้านต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อดำเนินการให้บริษัทฯ มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีวัฒนธรรมองค์กรที่จะไม่ยอมรับการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ มีความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งมีการรายงานความคืบหน้าและผลการปฏิบัติงานของคณะทำงานฯ ต่อคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี

5. จัดให้มีระบบการบริหารความเสี่ยง และระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 กระบวนการในการประเมินความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้จัดทำแผนดำเนินงานบริหารจัดการความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี ซึ่งรวมถึงการประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้น โดยทำการประเมินแยกออกจากความเสี่ยงด้านอื่น ๆ มีการกำหนดเกณฑ์การประเมินระดับความเสี่ยงทั้งโอกาสเกิดและผลกระทบ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการดำเนินการที่เหมาะสมกับความเสี่ยงที่ประเมินได้ รวมทั้งมีมาตรการในการควบคุมและป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

5.2 การกำกับดูแลและควบคุมดูแลเพื่อป้องกันและติดตามความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน

บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการตรวจสอบ ประเมินความเสี่ยงพหุระบบควบคุมภายในและการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันในระบบงานสำคัญ เช่น ระบบการขาย การจัดซื้อจัดจ้าง ระบบการบันทึกบัญชีและการชำระเงิน เป็นต้น ตลอดจนจัดให้มีช่องทางการรับแจ้งข้อมูล หรือข้อร้องเรียนในเรื่องที่อาจทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทฯ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความถูกต้องของรายงานทางการเงิน ระบบการควบคุมภายในที่บกพร่อง หรือการกระทำผิดกฎหมายและผิดจรรยาบรรณ หรือเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน โดยมีมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียนที่เป็นระบบและยุติธรรม ตลอดจนมีขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริงและกำหนดบทลงโทษทั้งทางวินัยและ/หรือกฎหมาย และในกรณีที่สามารถติดต่อผู้ร้องเรียนได้ บริษัทฯ จะแจ้งผลการสอบสวนข้อเท็จจริงให้รับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

5.3 แนวทางในการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน มีดังนี้

- คณะทำงานด้านต่อต้านการคอร์รัปชันสอบทานและติดตามการดำเนินงานตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของ บริษัทฯ ในด้านการช่วยเหลือทางการเงิน การบริจาคเพื่อการกุศลหรือการรับบริจาค การเป็นผู้ให้หรือผู้รับการสนับสนุน การรับของขวัญ การรับเลี้ยงรับรอง และการให้บริการต้อนรับ การให้ของขวัญ การเลี้ยงรับรอง และการให้บริการต้อนรับ และการจ้างพนักงานรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ตลอดจนติดตามการแจ้งเบาะแสะทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางต่าง ๆ รวมทั้งมีการรายงานผลจากมาตรการป้องกันการคอร์รัปชันของ บริษัทฯ ต่อคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท ตามลำดับ
- คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการติดตามและทบทวนการประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นของ บริษัทฯ พร้อมทั้งรายงานผลการติดตามการจัดการความเสี่ยงดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริษัท
- บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการตรวจสอบอย่างเหมาะสม โดยมีสำนักงานตรวจสอบภายในดำเนินการตรวจสอบระบบการควบคุมภายในตามแผนการตรวจสอบประจำปีและรายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งทำหน้าที่สอบทานระบบควบคุมภายใน ในกรณีที่ตรวจพบการทุจริตคอร์รัปชัน สำนักงานตรวจสอบภายใน

จะรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการตรวจสอบจะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท ตามลำดับ

- ในกรณีที่บริษัทฯ ได้รับการร้องเรียนและสืบสวนข้อเท็จจริงแล้วพบว่าข้อร้องเรียนมีหลักฐานหรือมีเหตุอันควรเชื่อว่าจะมีการกระทำที่อาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินหรือผลการดำเนินงานของบริษัทฯ หรือมีการกระทำผิดกฎหมายหรือจรรยาบรรณ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน กรรมการผู้จัดการจะรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการธรรมาภิบาลและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเพื่อทราบ และสรุปความเห็น ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการดังกล่าวเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทรับทราบต่อไป

6. กำหนดให้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมทุนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ ไปเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ ร่วมกันสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการปฏิเสธคอร์รัปชัน

7. สื่อสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องให้กับบุคคลภายนอกและบุคลากรของบริษัทฯ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์บริษัทฯ ระบบอินทราเน็ต จดหมาย บอร์ดประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย เป็นต้น

8. จัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ กับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เช่น การเป็นผู้ให้การสนับสนุน การให้และรับของขวัญ โทษทางวินัย รายละเอียดขั้นตอนและช่องทางในการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน กลไกในการให้ความคุ้มครองและเป็นธรรมแก่ผู้ที่แจ้งเบาะแสดังกล่าว พร้อมทั้งให้พนักงานทุกคนจัดทำแบบทดสอบวัดความรู้ในการปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงการอบรมและทำความเข้าใจในเรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชันกับพนักงานใหม่ในการปฐมนิเทศ

นอกจากนี้ได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมภายในไปทัศนศึกษาดูงานและฝึกอบรมด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน เช่น หลักสูตร “Road to Certify CAC” เพื่อนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรต่อไป

9. กำหนดช่องทางการสื่อสาร รับข้อร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมทั้งมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน โดยผู้แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนจะได้รับการคุ้มครอง ดูแล และเก็บรักษาเป็นความลับและเรื่องที่ได้รับแจ้งเบาะแสจะนำเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบด้วยความระมัดระวัง รอบคอบ และเป็นธรรม

ผลการดำเนินงานปี 2567

1. ทบทวนและแก้ไขนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน รวมทั้งปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันเพื่อให้บุคลากรของบริษัทฯ ได้ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

2. เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ผ่านช่องทางเว็บไซต์ อินทราเน็ต บอร์ดประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย และ Line HRJaidee ของบริษัทฯ เพื่อสร้างความเข้าใจ ปลุกจิตสำนึกในการต่อต้านการคอร์รัปชัน และร่วมกันสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการปฏิเสธคอร์รัปชัน ด้วยการยึดถือและปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ

3. จัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายและระเบียบปฏิบัติในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้กับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ในหลักสูตร “เสริมสร้างธรรมาภิบาล ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน” โดยมีผู้บริหารจำนวน 2 คน และพนักงานจำนวน 1,486 คน เข้าร่วมอบรมในหลักสูตรดังกล่าว ตลอดจนจัดให้มีการปฐมนิเทศในเรื่องดังกล่าวให้แก่พนักงานใหม่จำนวน 142 คน นอกจากนี้กรรมการบริษัทและผู้บริหารทุกคนได้ลงนามรับทราบการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 100 ของกรรมการบริษัทและผู้บริหารทั้งหมด

นอกจากนี้ ยังได้เข้าร่วมกิจกรรมวันต่อต้านการคอร์รัปชัน ประจำปี 2567 ภายใต้แนวคิด “โกง แบบโปร่งใส ESG...G เหมือนมีแต่มองไม่เห็น” ผ่านช่องทางออนไลน์ ร่วมกับองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) โดยมุ่งหวังให้ทุกพลังร่วมตื่นรู้และต่อต้านการทุจริตอย่างจริงจัง



4. สื่อสารประชาสัมพันธ์นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัทฯ ให้กับคู่ค้ารายใหม่ปี 2567 เพิ่มขึ้นจำนวน 137 ราย รวมทั้งแจ้งคู่ค้าจำนวน 678 ราย ให้งดการมอบของขวัญในทุกเทศกาล ซึ่งได้ดำเนินการติดต่อกันมาเป็นปีที่ 10 ในขณะเดียวกันได้ประชาสัมพันธ์ให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบและให้ความร่วมมือในการงดรับและให้ของขวัญในช่วงเทศกาลและโอกาสต่าง ๆ

5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทย่อยจัดทำระเบียบและวิธีปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อให้บริษัทย่อยมีกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจน อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลในทุกกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้การต่อต้านการทุจริตเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

6. บริษัทฯ ไม่ได้รับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสของบริษัทฯ

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ ปี 2567

ผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ระดับ A ประจำปี 2567

ได้รับผลประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings ระดับ A ประจำปี 2567 ติดต่อกันเป็นปีที่ 2 จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ผลการประเมินดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และมีการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance : ESG)



การประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

ได้รับผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” ติดต่อกันเป็นปีที่ 10 จากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2567 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ผลการประเมินดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินกิจการภายใต้หลักการ



กำกับดูแลกิจการที่ดีมาโดยตลอด ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างสมดุลตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

รับโล่เกียรติยศโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4 (GI 4)

ได้รับการรับรองโรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Eco Factory) จากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และรับโล่รางวัลประกาศเกียรติคุณโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4 (GI 4 : วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture)) จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมติดต่อกันเป็นครั้งที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน (Green Product & Green Process) โรงงานอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Eco Factory) และโรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว เป็นความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ที่ต้องการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อบูรณาการการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเป็นระบบ นับเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)



รับมอบเกียรติบัตรฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน

ได้รับเกียรติบัตรฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (Circular Mark) เป็นรายแรกของประเทศไทยสำหรับผลิตภัณฑ์ชุดชั้นใน จากสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (TEI) โดยชุดชั้นในวาโก้ รุ่น WB5X52, WR1501 และ MM1H33 ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนระดับองค์กร และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยนำเศษวัสดุหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ ลดการใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป ปลอดภัยจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์



และกระบวนการผลิต (Green Product & Green Process) ซึ่งผลการดำเนินงานตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์ และสวัสดิการแรงงาน ระดับประเทศ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

ได้รับรางวัล สถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์
และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2567 ระดับประเทศ ต่อเนื่องเป็น
ปีที่ 2 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน
ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ไทยวาโก้ให้ความสำคัญกับพนักงาน มีการเสริม
สร้างแรงงานสัมพันธ์ที่ดี และมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตการทำงาน)



รางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อม ในการทำงาน ระดับประเทศระดับเพชร ประจำปี 2567



ได้รับรางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย
อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ
ระดับเพชร ประจำปี 2567 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 จากกรมสวัสดิการ
และคุ้มครองแรงงาน ไทยวาโก้ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย
เป็นอันดับแรก มีการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยเป็นไปตาม
กฎหมายกำหนด โดยมีการประเมินความเสี่ยงในทุกขั้นตอนการ
ปฏิบัติงานพร้อมทั้งจัดทำมาตรการป้องกันและแก้ไข เพื่อให้
พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัยและมีสุขอนามัยที่ดี มีเป้าหมาย
ลดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์

รางวัล No. 1 Brand Thailand 2024 Award

รับมอบรางวัล No. 1 Brand Thailand 2024 Award หมวด
Underwear ซึ่งแบรนด์ Wacoal ได้รับคัดเลือกเป็นแบรนด์
ยอดเยี่ยมอันดับ 1 ในหมวดชุดชั้นในต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 จาก
ผลสำรวจความนิยมของผู้บริโภคจากกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ
โดยนิตยสาร Marketeer และสถาบันวิจัยการตลาดระดับโลก



รางวัล e-Commerce Brand Excellence Awards 2024 สาขา Fashion and Apparel



ได้รับรางวัล e-Commerce Brand Excellence Awards 2024
สาขา Fashion and Apparel จากสมาคมผู้ประกอบการอิเล็กทรอนิกส์
ในงาน Thailand e-Commerce Awards 2024 ที่จัดขึ้นเพื่อประกาศ
เกียรติคุณและเชิดชูเกียรติองค์กร หน่วยงานวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) และแบรนด์ชั้นนำในวงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ของประเทศไทย รางวัลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่น
ของบริษัทฯ ในการพัฒนาและปรับปรุงการขายสินค้าและการ
ให้บริการผ่านช่องทาง e-Commerce อย่างต่อเนื่อง

GRI Standards Content Index

Statement of use	Thai Wacoal Public Company Limited has reported in accordance with the GRI Standards for the period 1 January - 31 December 2024
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	Not Currently available

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
General disclosures						
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	16, 28, 34				
	2-2 Entities included in the organization’s sustainability reporting	40				
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	40				
	2-4 Restatements of information	43 - 44				
	2-5 External assurance	-				
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	6 - 10, 16 - 24, 28, 34, 44 - 46, 49 - 50				
	2-7 Employees	67				
	2-8 Workers who are not employees	-				
	2-9 Governance structure and composition	145 - 146, 148 - 160				
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	123 - 126, 155, 168 - 169				
	2-11 Chair of the highest governance body	145 - 146, 149 - 151				
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	151 - 152, 158 - 160				
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	157 - 158, 190 - 191				
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	48 - 49, 157 – 158				
	2-15 Conflicts of interest	140, 177 - 178				
	2-16 Communication of critical concerns	46 - 48				
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	127, 169 - 171, 302 - 315				
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	127, 171 - 172				
	2-19 Remuneration policies	126 - 127, 161, 175 - 176				
	2-20 Process to determine remuneration	126 - 127, 175				
	2-21 Annual total compensation ratio	-				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
	2-22 Statement on sustainable development strategy	41				
	2-23 Policy commitments	122, 128 - 143				
	2-24 Embedding policy commitments	46 - 48, 122, 141 - 142, 145				
	2-25 Processes to remediate negative impacts	140 - 141				
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	179 - 181				
	2-27 Compliance with laws and regulations	121				
	2-28 Membership associations	97				
	2-29 Approach to stakeholder engagement	46 - 48				
	2-30 Collective bargaining agreements	66				
Material topics						
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	40, 48				
	3-2 List of material topics	49				
Economic performance						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	50, 53, 55 - 56				
GRI 201: Economic Performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	49 - 50				
	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	38 - 39, 71 - 94				
	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans	63				
Procurement practices						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	55 – 56				
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	56				
Anti-corruption						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	96 - 98				
GRI 205: Anti- corruption 2016	205-1 Operations assessed for risk related to corruption	39, 97 - 98				
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	98 - 99				
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	99				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
Energy						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	87 - 88				
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	88 - 89				
	302-3 Energy intensity	88 - 90				
	302-4 Reduction of energy consumption	88 - 90				
Water and effluents						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	90 - 91				
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-2 Management of water discharge-related impacts	91				
	303-4 Water discharge	91 - 92				
	303-5 Water consumption	90 – 91				
Emissions						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	79 – 80				
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	80 - 81				
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	80 - 81				
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	80 - 82				
	305-5 Reduction of GHG emissions	82 - 87				
Waste						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	92 - 93				
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	92 - 93				
	306-3 Waste generated	93 - 94				
	306-4 Waste diverted from disposal	-				
	306-5 Waste directed to disposal	93 - 94				
Employment						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	58 - 59				
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	59, 67				
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	63 - 64				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	LOCATION	OMISSION			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMITTED	REASON	EXPLANATION	
	401-3 Parental leave	63				
Occupational health and safety						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	73				
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	73 - 75				
	403-5 Worker training on occupational health and safety	74				
	403-6 Promotion of worker health	74 - 75				
	403-9 Work-related injuries	73 - 74				
Training and education						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	60 - 62				
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	60				
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	60 - 62				
Diversity and equal opportunity						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	58, 75				
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	67, 76				
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	67				
Local Communities						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	68, 91				
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	68 - 72, 92				