

# Sustainable Development Showcases 2019



ข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียน

กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

การตอบสนองต่อ Disruption

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)



# Sustainable Development Showcases 2019

**พิมพ์ครั้งที่ 1**

มกราคม 2563

**จำนวนพิมพ์**

2,500 เล่ม

**ISBN**

978-616-415-053-9

**กองบรรณาธิการ**

ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**ผู้จัดพิมพ์ เผยแพร่ และสงวนลิขสิทธิ์โดย**

ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ 0 2009 9000

**ออกแบบและพิมพ์ที่**

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)  
376 ถนนชัยพฤกษ์ แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170  
โทรศัพท์ 0 2422 9000 โทรสาร 0 2433 2742  
E-mail : [aprint@amarin.co.th](mailto:aprint@amarin.co.th) Homepage : [www.amarin.com](http://www.amarin.com)

# Sustainable Development Showcases 2019



ข้อมูลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียน

กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

การตอบสนองต่อ Disruption

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)



# สารบัญ

กลุ่มที่  
1

บริษัทจดทะเบียนใน SET ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

14	<b>IRPC</b> Sustainability Awards of Honor	32	<b>CPF</b> Highly Commended in Sustainability Awards	46	<b>EGCO</b>
16	<b>PTTGC</b> Sustainability Awards of Honor	34	<b>HMPRO</b> Highly Commended in Sustainability Awards	47	<b>GULF</b>
18	<b>SCC</b> Sustainability Awards of Honor	36	<b>KBANK</b> Highly Commended in Sustainability Awards	48	<b>INTUCH</b>
20	<b>TOP</b> Sustainability Awards of Honor	38	<b>ADVANC</b>	49	<b>IVL</b>
22	<b>CPN</b> Best Sustainability Awards	39	<b>AOT</b>	50	<b>KTB</b>
24	<b>MINT</b> Best Sustainability Awards	40	<b>BAY</b>	51	<b>MTC</b>
26	<b>PTT</b> Best Sustainability Awards	41	<b>BBL</b>	52	<b>SCB</b>
28	<b>PTTEP</b> Best Sustainability Awards	42	<b>BEM</b>	53	<b>TRUE</b>
30	<b>CPALL</b> Highly Commended in Sustainability Awards	43	<b>BTS</b>		
		44	<b>DTAC</b>		
		45	<b>EA</b>		

กลุ่มที่  
2

บริษัทจดทะเบียนใน SET ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
ระหว่าง 30,000-100,000 ล้านบาท

56	<b>BANPU</b> Sustainability Awards of Honor	66	<b>RATCH</b> Rising Star Sustainability Awards	74	<b>SCCC</b>
58	<b>BCP</b> Sustainability Awards of Honor	68	<b>BGRIM</b>	75	<b>SPALI</b>
60	<b>DELTA</b> Best Sustainability Awards	69	<b>BPP</b>	76	<b>SPI</b>
62	<b>TU</b> Best Sustainability Awards	70	<b>CENDEL</b>	77	<b>TFMAMA</b>
64	<b>GPSC</b> Rising Star Sustainability Awards	71	<b>KKP</b>	78	<b>TISCO</b>
		72	<b>KTC</b>	79	<b>TMB</b>
		73	<b>PSH</b>	80	<b>TTW</b>

กลุ่มที่  
3

บริษัทจดทะเบียนใน SET ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
ระหว่าง 10,000-30,000 ล้านบาท

84	<b>AMATA</b> Highly Commended in Sustainability Awards	92	<b>AAV</b>	98	<b>S</b>
	<b>SC</b> Highly Commended in Sustainability Awards	93	<b>BAFS</b>	99	<b>STA</b>
86	<b>EASTW</b> Rising Star Sustainability Awards	94	<b>GFPT</b>	100	<b>TFG</b>
88	<b>TASCO</b> Rising Star Sustainability Awards	95	<b>GGC</b>	101	<b>TVO</b>
90		96	<b>PCSGH</b>		
		97	<b>PTG</b>		

กลุ่มที่  
4

บริษัทจดทะเบียนใน SET ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
ระหว่าง 3,000-10,000 ล้านบาท

104	<b>SAT</b> Sustainability Awards of Honor	112	<b>ICHI</b>	119	<b>SFP</b>
106	<b>S &amp; J</b> Highly Commended in Sustainability Awards	113	<b>IRC</b>	120	<b>SYNTEC</b>
108	<b>SNC</b> Highly Commended in Sustainability Awards	114	<b>JWD</b>	121	<b>THCOM</b>
110	<b>BWG</b>	115	<b>LPN</b>	122	<b>TSC</b>
111	<b>DRT</b>	116	<b>NYT</b>	123	<b>TSTH</b>
		117	<b>PM</b>	124	<b>TTCL</b>
		118	<b>SCG</b>	125	<b>TWPC</b>

กลุ่มที่  
5

บริษัทจดทะเบียนใน SET ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
ไม่เกิน 3,000 ล้านบาท

128	<b>CFRESH</b> Sustainability Awards of Honor	134	<b>ILINK</b> Rising Star Sustainability Awards	140	<b>M-CHAI</b>
130	<b>SSSC</b> Highly Commended in Sustainability Awards	136	<b>NSI</b> Rising Star Sustainability Awards	141	<b>PPP</b>
132	<b>HTC</b> Rising Star Sustainability Awards	138	<b>TBSP</b> Rising Star Sustainability Awards	142	<b>PT</b>
				143	<b>THIP</b>

mai

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์  
เอ็ม เอ ไอ (mai)

146	<b>FPI</b> Highly Commended in Sustainability Awards	150	<b>UAC</b> Rising Star Sustainability Awards	154	<b>CHO</b>
148	<b>PPS</b> Highly Commended in Sustainability Awards	152	<b>AGE</b>	155	<b>COLOR</b>
		153	<b>AKP</b>	156	<b>PHOL</b>



# บทนำ



## Thailand Sustainability Investment

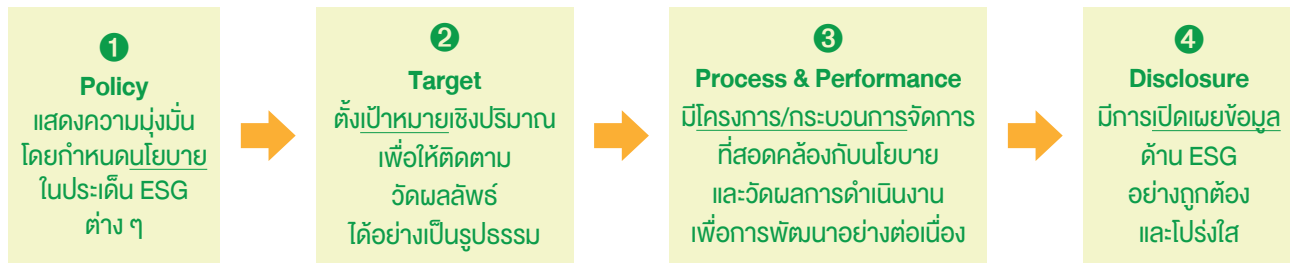
# “สร้างโอกาสการลงทุนด้วยหุ้นยั่งยืน”

Thailand Sustainability Investment (THSI) หรือ **หุ้นยั่งยืน** เป็นหุ้นของบริษัทจดทะเบียนที่ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) นั่นคือ การพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคงต่อเนื่องในระยะยาว โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างรอบด้าน การเตรียมความพร้อมในการรับมือกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การนำนวัตกรรมมาขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ยึดหลักบรรษัทภิบาล คำนึงถึงประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการทำงาน ตลอดจนให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย นอกเหนือจากการมุ่งทำกำไรแต่เพียงอย่างเดียว

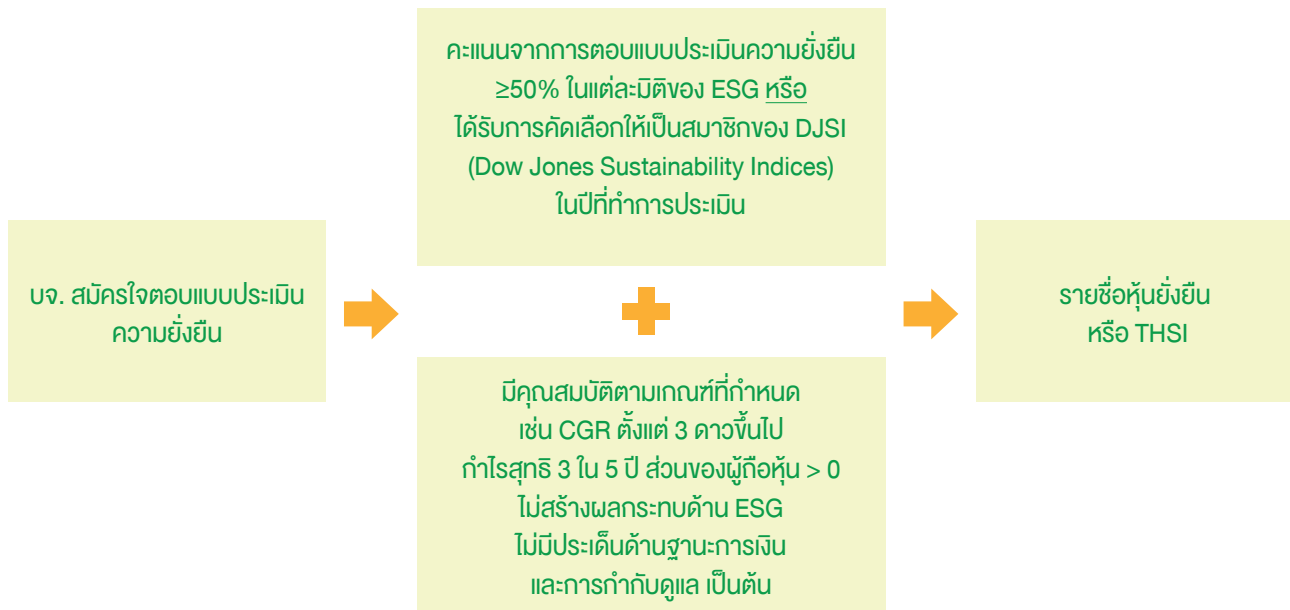
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดทำรายชื่อหุ้นยั่งยืนมาตั้งแต่ปี 2558 เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบริษัทจดทะเบียนให้เติบโตตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนสำหรับผู้ลงทุนที่สนใจลงทุนตามแนวทางการลงทุนอย่างยั่งยืน (Sustainable Investing) นั่นคือ **ให้ความสำคัญกับการพิจารณาคุณค่าและประเมินความสำเร็จของธุรกิจอย่างสมดุลในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และ** **ussชัทธิภบาล (ESG: Environmental, Social and Governance) ควบคู่ไปกับการพิจารณาผลประกอบการทางการเงิน เพื่อนำไปสู่ผลตอบแทนทางการเงินที่ต่อเนื่องในระยะยาว**

ในการจัดทำรายชื่อหุ้นยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้พัฒนาแบบประเมินความยั่งยืนซึ่งครอบคลุมคำถามทั่วไปสำหรับทุกกลุ่มอุตสาหกรรมในมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจซึ่งรวมถึงบรรษัทภิบาล ประกอบด้วย 19 หมวด รวม 142 ตัวชี้วัด ซึ่งครอบคลุมประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ เช่น บรรษัทภิบาลและจรรยาบรรณทางธุรกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยงด้าน ESG การส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมขององค์กร การจัดการความเสี่ยงด้าน Climate Change และการเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การดูแลและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืนผ่านกระบวนการทางธุรกิจ เป็นต้น รวมถึงข้อคำถามเฉพาะแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry-Specific Questions) ซึ่งสอดคล้องกับบริบทและสาระสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 8 กลุ่ม

การประเมินใช้ข้อมูลเชิงลึกจากบริษัทและข้อมูลที่บริษัทเปิดเผยสู่สาธารณะ เพื่อนำมาพิจารณาความสมบูรณ์ของกระบวนการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนของบริษัทใน 4 ระดับ ได้แก่

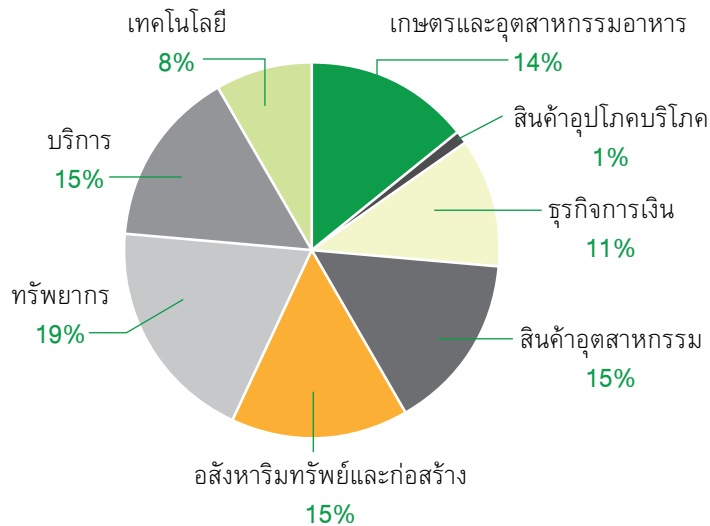


บริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วมประเมินความยั่งยืนจะได้รับผลคะแนนและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนากระบวนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัท ทั้งนี้ มีคณะทำงานเพื่อการลงทุนอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคมและหน่วยงานในตลาดทุนเป็นผู้กลั่นกรอง ให้การคัดเลือกหุ้นยั่งยืน เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเชื่อถือได้ โดยมีกระบวนการประเมินความยั่งยืน ดังนี้



ในปี 2562 มีบริษัทจดทะเบียนอยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนจำนวน 98 บริษัท เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ (SET) 93 บริษัท และตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) 5 บริษัท มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) รวม 11 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 65 เมื่อเทียบกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดทั้งหมดของ SET และ mai ซึ่งเท่ากับ 17 ล้านล้านบาท (ณ วันที่ 11 ธันวาคม 2562)

### สัดส่วนบริษัทจดทะเบียนใน THSI ตามแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม



ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะนำรายชื่อหุ้นยั่งยืน หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) มาพิจารณาคัดเลือกหุ้นเข้าสู่ดัชนี SETTHSI และคัดเลือกบริษัทจดทะเบียนเข้ารับรางวัลด้านความยั่งยืน SET Awards กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence

## SETTHSI Index

# “ชวนมาลงทุนในหุ้นยั่งยืน”

ดัชนี SETTHSI (SETTHSI Index) เป็นดัชนีที่ใช้แสดงระดับและความเคลื่อนไหวของราคาหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนในรายชื่อหุ้นยั่งยืนที่ผ่านเกณฑ์คัดกรองในการทำดัชนี SETTHSI เพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถเปรียบเทียบผลตอบแทนจากการลงทุน (Benchmark) ในหุ้นยั่งยืน หรือใช้อ้างอิงในการออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ลงทุนมากยิ่งขึ้น เช่น กองทุนรวมที่อ้างอิงหุ้นยั่งยืน (Exchange Traded Fund: ETF) กองทุนเปิดที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อให้ซื้อขายได้สะดวกเหมือนหุ้น เป็นต้น อีกทั้งทำให้บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนได้รับความสนใจจากผู้ลงทุนมากขึ้น

สำหรับรอบมกราคมถึงมิถุนายน 2563 มีบริษัทจดทะเบียนอยู่ใน SETTHSI Index จำนวน 63 บริษัท

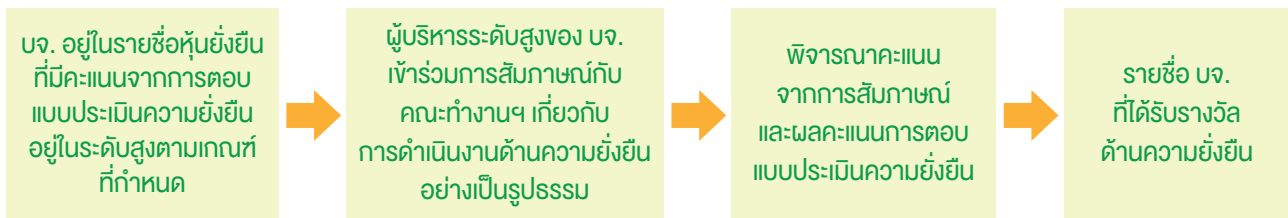


# SET AWARDS 2019

## SET Awards กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence “ต้นแบบองค์กรธุรกิจที่ยั่งยืน”

SET Awards กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence เป็นรางวัลด้านความยั่งยืนที่ยกย่องบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้อย่างโดดเด่นในแต่ละกลุ่มบริษัทจดทะเบียนตามมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) ซึ่งมีคณะกรรมการพิจารณารางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนยอดเยี่ยมเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกบริษัทจดทะเบียน “ต้นแบบองค์กรธุรกิจที่ยั่งยืน” โดยมีกระบวนการคัดเลือกดังนี้

10



ในปี 2562 มี 34 บริษัทจดทะเบียนได้รับรางวัลด้านความยั่งยืนซึ่งสามารถเป็น “องค์กรต้นแบบ” ในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน แผนงาน/เป้าหมาย รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการนำกลยุทธ์ไปดำเนินงาน เพื่อรับมือกับความท้าทายและสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยสามารถระบุและอธิบายได้ชัดเจนถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ห่วงโซ่คุณค่า และผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาหรือปรับปรุงโครงสร้าง/ระบบการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้การกำกับดูแลองค์กรเป็นไปตามกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

### บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัลประกอบด้วย

ประเภทรางวัล	จำนวนรางวัล
1 รางวัลเกียรติยศบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัลด้านความยั่งยืนยอดเยี่ยมติดต่อกันตั้งแต่สามปีขึ้นไป (Sustainability Awards of Honor)	8
2 รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนยอดเยี่ยม (Best Sustainability Awards)	6
3 รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนดีเด่น (Highly Commended in Sustainability Awards)	11
4 รางวัลบริษัทจดทะเบียนที่มีพัฒนาการด้านความยั่งยืนโดดเด่น (Rising Star Sustainability Awards)	9

# รายนามคณะทำงาน

## Thailand Sustainability Investment

### คณะทำงานเพื่อการลงทุนอย่างยั่งยืน

คุณปกรณ์	มาลากุล ณ อยุธยา	ประธานคณะทำงาน
คุณยุทธ	วรฉัตรธาร	คณะทำงาน
คุณภัทริยา	เบญจพลชัย	คณะทำงาน
คุณวีรศักดิ์	โสมสิตไพศาล	คณะทำงาน
คุณชลธร	ดำรงศักดิ์	คณะทำงาน
ดร. ภากร	ปีตราชัย	คณะทำงาน

### ที่ปรึกษาคณะทำงานเพื่อการลงทุนอย่างยั่งยืน

ดร. ชัยวัฒน์	วิบูลย์สวัสดิ์	ประธานกรรมการ ตลาดหลักทรัพย์
คุณสิริวิภา	สุพรรณธเนศ	รองเลขาธิการ สำนักงานคณะกรรมการ กำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
คุณวศิน	วณิชยวรรณต์	นายกสมาคมบริษัทจัดการลงทุน

## SET Awards กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence

### คณะทำงานผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาตัดสินรางวัล SET Awards

ดร. ชัยวัฒน์	วิบูลย์สวัสดิ์	ประธานคณะทำงาน
ดร. มารวย	ผดุงสิทธิ์	คณะทำงาน
คุณเสรี	จินตนาเสรี	คณะทำงาน
คุณสันติ	วิริยะรังสฤษฎ์	คณะทำงาน
คุณยุทธ	วรฉัตรธาร	คณะทำงาน
คุณภัทริยา	เบญจพลชัย	คณะทำงาน
คุณธีรพันธ์	ศรีหงส์	คณะทำงาน
ดร. ภากร	ปีตราชัย	คณะทำงาน
ดร. กฤษฎา	เสกตระกูล	คณะทำงาน
คุณแมนพงศ์	เสนาณรงค์	คณะทำงาน
คุณอำนาจ	จิรมหาโกภา	เลขานุการคณะทำงาน

### คณะทำงานพิจารณารางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนยอดเยี่ยม

คุณยุทธ	วรฉัตรธาร	ประธานคณะทำงาน
คุณภัทริยา	เบญจพลชัย	คณะทำงาน
คุณวีรศักดิ์	โสมสิตไพศาล	คณะทำงาน
คุณพันธ์ศักดิ์	เวชอนุรักษ์	คณะทำงาน
คุณชลธร	ดำรงศักดิ์	คณะทำงาน
คุณกุลเวช	เจนวัฒนวิทย์	คณะทำงาน



# กลุ่ม 1

บริษัทจดทะเบียนใน SET  
ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
สูงกว่า 100,000 ล้านบาท



บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)  
IRPC Public Company Limited



# IRPC

บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

ทรัพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.irpc.co.th

**ธุรกิจหลัก** ① ธุรกิจปิโตรเลียม โดยมีโรงกลั่นน้ำมันเพื่อผลิตและจำหน่าย น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน น้ำมันหล่อลื่นพื้นฐาน และ น้ำมันเตา เป็นต้น ② ธุรกิจปิโตรเคมี โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ เบ็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี ③ ธุรกิจสนับสนุนอื่น ๆ เช่น ก๊าซธรรมชาติ กังเก็บบผลิตภัณฑ์ และธุรกิจบริหารจัดการทรัพยากร เป็นต้น

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ไออาร์พีซียึดมั่นเจตนารมณ์ในการขับเคลื่อนองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส มุ่งมั่นและทุ่มเทเพื่อความสำเร็จ โดยบุคลากรที่เปี่ยมไปด้วยความสามารถและความรับผิดชอบ เป็นองค์กรที่ใส่ใจและมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมให้กับผู้มีส่วนได้เสีย มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อย่างไม่หยุดนิ่ง ผ่านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

บริษัทกำหนดนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืน และกลยุทธ์การบริหารจัดการความยั่งยืนที่เป็นเลิศ (Sustainability Management Excellence) ซึ่งเป็นแนวทางการบริหารจัดการเพื่อให้ไออาร์พีซีดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้แก่ การดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพเชิงพาณิชย์และมีความโปร่งใส (Business Optimization and Transparency) การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Advanced Technology and Innovation) การมุ่งสู่เป้าหมายระยะยาว (Long Term Focus) บุคลากรที่มีความรับผิดชอบ (Accountable People) ความใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Neighbor Caring) การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendly Operation)

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทได้วิเคราะห์ความท้าทายสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของไออาร์พีซี คือ **ความเสี่ยงเกี่ยวกับ Peak Oil** และ **การเติบโตของ EV Car** ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และทำให้ปริมาณการใช้น้ำมันและน้ำมันหล่อลื่นลดลง ส่งผลให้ยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทลดลง บริษัทจึงมุ่งแสวงหาแนวทางขยายขอบเขตการลงทุนเพื่อการเติบโต โดยมีทิศทางในธุรกิจดังนี้







**ธุรกิจปีโตรเคมี** บริษัทมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงสุดและเป็นวัตถุดิบให้กับผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี รวมทั้งเตรียมการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามกฎข้อบังคับเพื่อเพิ่มการเข้าตลาดในประเทศและกลุ่ม CLMV สำหรับ**ธุรกิจปีโตรเคมี** บริษัทมุ่งเพิ่มกำลังการผลิตในผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เพื่อต่อยอดขยายการลงทุนสู่ผลิตภัณฑ์ข้างเคียง ควบคู่ไปกับการสร้างมูลค่าในผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีเป็นผลิตภัณฑ์ Specialty ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงมุ่งสู่การเป็นผู้นำ Solution Provider ตลอดห่วงโซ่การผลิต Value Chain

นอกจากนี้ บริษัทยังได้กำหนดกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่ **โครงการ IRPC 4.0** ซึ่งเป็นโครงการที่นำระบบดิจิทัลและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร และพัฒนาการบริการลูกค้าสู่ความเป็นดิจิทัลทั้งระบบ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกายจำนวน 942,658 คน (ข้อมูลจากฐานข้อมูลทะเบียนกลางคนพิการกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561) ซึ่งผู้พิการขาขาดในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่มีฐานะยากจนและอาศัยอยู่ในชนบทที่ห่างไกล ทำให้ขาดโอกาสในการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพ ผู้พิการเหล่านี้จึงไม่สามารถประกอบอาชีพเพื่อหารายได้และไม่สามารถพึ่งพาตนเอง ทำให้ถูกมองว่าเป็นภาระของครอบครัวและสังคม

บริษัทได้ดำเนินการ **“โครงการขาเทียม”** มาตั้งแต่ปี 2554 เพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้พิการ ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ทำให้ผู้พิการสามารถดำเนินชีวิตได้เช่นเดียวกับผู้ที่มีร่างกายปกติ และสามารถประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ โดยร่วมวิจัยและพัฒนากับทางมูลนิธิขาเทียม ในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมที่สามารถนำไปผลิตขาเทียมและอุปกรณ์ขาเทียมที่มีคุณภาพ น้ำหนักเบา มีความแข็งแรง ทนทาน ถูกสุขอนามัย ลดความเจ็บปวดจากการสวมใส่ขาเทียม ช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการผลิตขาเทียมให้แก่ผู้พิการ รวมถึงบริจาคผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติกให้แก่มูลนิธิปีละประมาณ 20 ตัน ซึ่งขาเทียมที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกของโออาร์พีซี ตั้งแต่ปี 2554 จนถึงเดือนธันวาคมปี 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 21,693 ขา โครงการดังกล่าวได้ช่วยสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 10 “Reduced Inequalities”

## “โออาร์พีซี ดำเนินธุรกิจด้วยแผน 3 พลัง ‘GDP’ อันได้แก่ พลังการเติบโต พลังเทคโนโลยี พลังคน และขยายความร่วมมือไปยังลูกค้าและพันธมิตร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าไปสู่ High Value Products”

คุณอพล ปันสุภา กรรมการผู้จัดการใหญ่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	214,101	280,551	183,557
ต้นทุนขาย	192,946	264,637	180,412
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	21,155	15,914	3,145
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	11,354	7,735	(661)
สินทรัพย์รวม	184,544	182,446	177,920
หนี้สินรวม	96,894	95,066	93,005
ส่วนผู้ถือหุ้น	87,513	87,286	84,777
EPS (บาท)	0.56	0.38	(0.03)
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	9.88	5.67	1.71
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	5.24	2.74	(0.36)
ROE (%)	13.48	8.85	(2.63)
Dividend Yield (%)**	3.26	5.04	5.43

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# PTTGC

บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์  
www.pttgcgroup.com

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์ของบริษัทในการเป็น “ผู้นำในธุรกิจเคมีภัณฑ์ระดับสากล เพื่อสร้างสรรค์คุณภาพชีวิต” และพันธกิจในการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) เชื่อว่าการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องสร้างความสมดุลใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ① **ด้านเศรษฐกิจ** บริษัทมีเป้าหมายในการพัฒนาองค์กรให้เติบโต โดยยึดหลักเกณฑ์ด้านความยั่งยืนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผ่านการนำนวัตกรรมไปใช้ทั้งในเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงาน ② **ด้านสังคม** บริษัทมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามเกณฑ์ขั้นสูงสุดของข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact LEAD level) อย่างต่อเนื่องในทุกด้านของการดำเนินงาน

**ธุรกิจหลัก** เป็นผู้นำธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่นครบวงจรทั้งในประเทศและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีหน่วยธุรกิจหลัก 8 หน่วย เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมส์ ผลิตภัณฑ์ท่อ-โพรบตีกลัด ผลิตภัณฑ์โพลีเมอร์ เป็นต้น

③ **ด้านสิ่งแวดล้อม** บริษัทขับเคลื่อนให้มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น ผ่านกระบวนการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทานของบริษัท

บริษัทมีการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนจากผู้บริหารระดับสูง และกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Framework) ของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์หรือกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและสากล เช่น Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) เป็นต้น และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs) อีกด้วย

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ จากภายในและภายนอกองค์กรที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน รวมถึงติดตามตรวจสอบ และเฝ้าระวังความเสี่ยงใหม่ ๆ เพื่อจัดเตรียมมาตรการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม สำหรับในปี 2562 นี้ บริษัทได้ติดตาม **ปัจจัยด้านขยะพลาสติก** จากกระแสสังคมและโลกที่ให้ความสำคัญและตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสัตว์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากขยะพลาสติกต่าง ๆ นั้น ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปและมีแนวโน้มการใช้งานพลาสติกลดลง โดยเฉพาะประเด็นเรื่องการลดการใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียว (Single Use Plastic) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน รวมทั้งชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท

บริษัทจึงได้นำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อความยั่งยืนผ่านการดำเนินงานที่หลากหลายตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการต่าง ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาธุรกิจด้านไบโอพลาสติก โรงงานพลาสติกรีไซเคิลเพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนแบบครบวงจร และ



“ในโอกาสที่ได้รับคัดเลือกเป็นองค์กรที่ 1 ของโลกด้านความยั่งยืน จาก DJSI ในปี 2562 และอยู่ในระดับ Top10 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจที่ผ่านมา GC มีความมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติความยั่งยืนสากลมาโดยตลอด นอกเหนือจากรากฐานการเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบในทุกมิติอย่างสมดุลแล้ว GC ยังได้ขยายผลต่อยอดความยั่งยืนออกสู่สังคมในวงกว้าง และพร้อมจะเป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทย โดยพร้อมเดินเคียงตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พลิกฟื้นความยั่งยืนให้กับบริษัทจดทะเบียนไทย เพื่อเป็นแบบอย่างและเป็นผู้นำธุรกิจยั่งยืนอย่างแท้จริง อันจะเกิดประโยชน์ต่อประเทศไทยโดยรวม”

ดร. คงกระพัน อินทรแจ้ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



การประสานความร่วมมือและเชื่อมโยงกับชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าในการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับพลาสติก และส่งเสริมให้เกิดสังคมการใช้พลาสติกหมุนเวียน (Plastic Circular Economy) ในประเทศไทย

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

นอกจากที่บริษัทเป็นสมาชิกของ UN Global Compact ในระดับ LEAD แล้ว บริษัทยังมุ่งมั่นที่จะมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามเป้าหมาย SDGs จากโครงการต่าง ๆ (Collaborative Projects) ที่บริษัทร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการดำเนินงานตามแนวคิด Circular Living ได้แก่ **โครงการ Upcycling the Oceans, Thailand** **โครงการ Upcycling Plastic Waste** **โครงการ ThinkCycle Bank** **โครงการ Public Private Partnership (PPP Plastic)** และ **โครงการ Our Khung BangKachao** ซึ่งโครงการทั้งหมดมีส่วนสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production” เป้าหมายที่ 13 “Climate Action” และเป้าหมายที่ 17 “Partnerships for the Goals”

โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผลลัพธ์ด้านการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพให้กับชุมชน ลดการเกิดขยะและของเสีย ลดการใช้ทรัพยากร และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการกำจัดขยะพลาสติก โดยการนำขยะพลาสติกมาเพิ่มมูลค่ากลายเป็นผลิตภัณฑ์ Upcycling ที่มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือได้ว่าเป็นการปฏิวัติการใช้ทรัพยากรและการ

อนุรักษ์ทรัพยากร (Resource Revolution) ด้วยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน จะเป็นพลังขับเคลื่อนให้ชุมชน สังคม ผสมผสานนวัตกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และช่วยในการรักษาและพัฒนาสังคมให้น่าอยู่และยั่งยืน

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	439,921	518,655	327,045
ต้นทุนขาย	382,271	466,026	307,473
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	57,650	52,629	19,572
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	39,298	40,069	11,308
สินทรัพย์รวม	434,964	469,255	452,565
หนี้สินรวม	154,700	165,773	158,080
ส่วนผู้ถือหุ้น	274,870	296,046	286,927
EPS (บาท)	8.79	8.89	2.51
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	13.10	10.15	5.98
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	8.75	7.56	3.38
ROE (%)	15.09	14.04	5.31
Dividend Yield (%)**	3.32	5.94	7.93

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# SCC

## บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / วัสดุก่อสร้าง

www.scg.com

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทจนถึงปัจจุบัน เอสซีจีเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งหนึ่งที่เอสซีจียึดมั่นอยู่เสมอมา คือ การดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคมตาม “อุดมการณ์ 4” ของเอสซีจี ได้แก่ ① ตั้งมั่นในความเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ได้รับความเป็นธรรม ② มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ มุ่งกระทำให้สิ่งที่ถูกต้องด้วยความตั้งใจให้เกิดผลในทางที่เป็นเลิศเสมอ ③ เชื่อมมั่นในคุณค่าของคน ถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรอันมีค่าที่สุด ④ ถิ่นมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดีในทุกชุมชนและทุกประเทศที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ใน 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ ① เอสซีจี ซิเมนต์-ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง: ผลิตและจำหน่ายปูนซิเมนต์และคอนกรีตรูปแบบต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง ② เอสซีจี เคมิคอลส์: ผลิตและจำหน่ายเคมีภัณฑ์แบบครบวงจร ③ เอสซีจี แพคเกจจิ้ง: ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

ไม่ว่าองค์กรจะก้าวล้ำไปมากเพียงใด แต่อุดมการณ์ 4 ยังเป็นปรัชญาสำคัญที่ผู้บริหารและพนักงานเอสซีจียึดถือปฏิบัติจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายเดียวกัน คือ มุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจในกลุ่มภาคตามวิสัยทัศน์ ที่ให้ความสำคัญกับการขยายการดำเนินธุรกิจในภูมิภาคเพื่อสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Regional Strategy) การสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้า บริการ กระบวนการ ตลอดจนโมเดลธุรกิจที่ตอบโจทย์ลูกค้าอย่างครบวงจร (Innovation Strategy) และการดูแลกระบวนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าให้มีประสิทธิภาพและความปลอดภัย ช่วยลดผลกระทบและสร้างประโยชน์เชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Sustainability Strategy)

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) มีบทบาทอย่างมากต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงสภาพการณ์และรูปแบบในการแข่งขันทางธุรกิจ แม้ปัจจัยดังกล่าวจะเป็นความเสี่ยงซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจและช่องทางการขายในปัจจุบัน แต่ก็เป็นโอกาสของเอสซีจีในการปรับกระบวนการทางธุรกิจให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และค้นหาโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อรักษาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

เอสซีจีได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยเปลี่ยนจากการเป็นผู้ผลิต (Manufacturing) ไปสู่การเป็นผู้นำเสนอสินค้า บริการ ในรูปแบบโซลูชันครบวงจรมากขึ้น เช่น การพัฒนาช่องทางการค้าปลีกแบบ Omni-channel หรือ O2O (Offline to Online) เพื่อให้บริการลูกค้าเรื่องบ้านอย่างครบวงจร นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาแอปพลิเคชัน Home Buddy เปลี่ยนเรื่องบ้านให้กลายเป็นเรื่องง่ายสำหรับทุกคนด้วยการรวมทุกเรื่องเกี่ยวกับ



บ้านไว้ในแอปพลิเคชันเดียว อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ (Big Data Analytics) เพื่อปรับปรุงการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ให้แก่ลูกค้าได้อีกด้วย

ขณะเดียวกัน เอสซีจีให้ความสำคัญกับการค้นหาและสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ส่วน คือ **1 Internal Startup** การสร้างและพัฒนาสตาร์ทอัพในองค์กรให้สามารถเติบโตไปได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น โดยการสร้างกระบวนการคิดแบบ Digital Mindset ให้แก่พนักงาน **2 External Startup** การจัดตั้ง AddVentures เพื่อร่วมลงทุนในสตาร์ทอัพชั้นนำทั่วโลก เพื่อให้เอสซีจีสามารถค้นหานวัตกรรมที่น่าสนใจเข้ามาพัฒนาธุรกิจขององค์กร และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

เพื่อตอบสนองต่อปัญหาทรัพยากรธรรมชาติที่ลดน้อยลง ในขณะที่ความต้องการใช้ทรัพยากรยังคงเพิ่มขึ้นจากจำนวนประชากรบนโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรแบบ “นำมา-ผลิต/ใช้-ทิ้ง” เอสซีจีจึงให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาใช้เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดแบบ “ผลิต-ใช้-วนกลับ” ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production” ผ่านการขับเคลื่อนกลยุทธ์ คือ **1** การลดการใช้วัสดุและการออกแบบสินค้าให้มีอายุยาวนานขึ้น **2** การเพิ่มประสิทธิภาพและการเปลี่ยนวัสดุที่มีประสิทธิภาพมาทดแทน **3** การใช้ซ้ำและการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่

เอสซีจีดำเนินโครงการเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าสูงสุดด้วย BIM (Building Information Modeling) เพื่อลดการเกิดของเสีย (Waste) จำนวนมาก โดยเฉพาะการสำรองปริมาณวัสดุก่อสร้างเกินความจำเป็น ที่ทำให้สูญเสียทรัพยากรวัตถุดิบ แรงงานคน เวลา และงบประมาณ โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยตอบโจทย์การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าสูงสุด BIM (Building Information Modeling) เป็นโมเดล 3 มิติ ที่รวมแบบสถาปัตยกรรม โครงสร้าง และงานระบบเข้าด้วยกันในการออกแบบก่อสร้างอาคารตั้งแต่เริ่มต้น ทำให้สามารถวางแผนสั่งวัสดุต่าง ๆ ได้อย่างแม่นยำ และสามารถตรวจสอบตำแหน่งหรือความผิดพลาดในจุดต่าง ๆ ผ่านโมเดลได้ก่อนลงมือสร้างจริง จึงช่วยลดของเสียจากการเผื่อวัสดุ ประหยัดพื้นที่จัดเก็บ เวลา และต้นทุนการก่อสร้าง รวมถึงการนำวัสดุเหลือใช้ในงานก่อสร้าง เช่น เศษคอนกรีต หมุนเวียนกลับมาเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตอีกครั้ง



**“แม้ธุรกิจจะเผชิญกับความท้าทายต่าง ๆ แต่เอสซีจียังคงมุ่งสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและบริการ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าทุกกลุ่มอย่างครบวงจร รวมทั้งยังนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ ผ่านการร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโต ควบคู่การสร้างประโยชน์กับสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ภูมิภาคว่างอย่างยั่งยืน”**

คุณรุ่งโรจน์ ริงส์โยภาส กรรมการผู้จัดการใหญ่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	450,921	478,438	331,803
ต้นทุนขาย	349,307	383,463	268,558
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	101,614	94,974	63,246
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	55,041	44,748	24,910
สินทรัพย์รวม	573,412	589,787	611,503
หนี้สินรวม	271,587	271,918	289,775
ส่วนผู้ถือหุ้น	261,098	277,097	275,175
EPS (บาท)	45.87	37.29	20.76
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	22.53	19.85	19.06
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	11.41	8.86	7.18
ROE (%)	21.97	16.63	13.04
Dividend Yield (%)**	3.93	4.36	4.72

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# TOP

## บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)

ทรัพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.thaioilgroup.com

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ไทยออยล์ให้ความสำคัญในการรับผิดชอบต่อสังคม การยึดมั่นในจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ และการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยวิสัยทัศน์ปี 2030 ที่ต้องการ “สร้างสรรคคุณค่าชีวิตด้วยพลังงานและเคมีภัณฑ์ที่ยั่งยืน” บริษัทใช้หลักการสร้างคุณค่าใน 3 ด้าน ได้แก่ ① การรักษาคุณค่าทางธุรกิจ (Value Protection) ปฏิบัติตามหลักปฏิบัติทางธุรกิจ กฎหมาย จรรยาบรรณ และบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ② การพัฒนาคุณค่าทางธุรกิจ (Value Enhancement) สนับสนุนและปรับปรุงกระบวนการทำงานและกิจกรรมทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ③ การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน (Sustainable

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจการกลั่น และจำหน่ายน้ำมันปิโตรเลียมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีบริษัทในเครือไทยออยล์ที่ประกอบธุรกิจการผลิตสารอะโรมาติกส์และสารตั้งต้นสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์สารทำความสะอาด ธุรกิจการผลิตน้ำมันหล่อลื่นพื้นฐาน ธุรกิจผลิตไฟฟ้า ธุรกิจขนส่งและบริการจัดเก็บน้ำมันปิโตรเลียมและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีทางเรือและแก่งท่อก่อ ธุรกิจพลังงานทางเลือก และธุรกิจเคมีภัณฑ์

**Value Creation**) เพิ่มขีดความสามารถของบริษัทในระยะยาวด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการดึงดูดรักษาและพัฒนาศักยภาพของพนักงานที่มีคุณภาพ และให้ความสำคัญเรื่องการบริหารจัดการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย

กลยุทธ์ความยั่งยืนทั้ง 3 ด้านและค่านิยมองค์กร “POSITIVE” ส่งผลให้เกิดรากฐานที่เข้มแข็งของระบบการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ ซึ่งไทยออยล์ให้ความสำคัญควบคู่ไปกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม การจัดการพอร์ตการลงทุนเพื่อรองรับธุรกิจที่ยั่งยืนในอนาคต การหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ให้คุ้มค่า การกำกับดูแลกิจการอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ สิ่งเหล่านี้ได้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของไทยออยล์ในระยะยาว

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ธุรกิจน้ำมันและก๊าซมีความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ **การเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)** อาทิ การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในการใช้พลังงานทางเลือกทดแทนน้ำมันจากฟอสซิล เป็นต้น สำหรับประเทศไทยได้ลงนามที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงร้อยละ 20-25 ภายในปี 2573 เมื่อเทียบกับปีฐาน 2558 ตลอดจนภาครัฐมีแผนส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้าอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งหากผู้บริโภคมีการเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้ยานยนต์ไฟฟ้าอย่างแพร่หลายและรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

ไทยออยล์วางแผนงานรองรับและเริ่มปรับตัวทั้งในส่วนของการดำเนินธุรกิจปัจจุบันและการลงทุนในอนาคต โดยตั้งเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการผลิตทั้งทางตรงและทางอ้อม (Scope



1 and 2) ลงร้อยละ 4 และ 6 จากการดำเนินงานปกติ (Business as Usual) ภายในปี 2565 และ 2573 ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต การจัดทำบัญชีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร (Life Cycle Inventory) รวมถึงการติดตามและศึกษาการพัฒนาภาวะเสี่ยงและกลไกทางเศรษฐศาสตร์ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของประเทศ เพื่อนำมาปรับปรุงแผนงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ตั้งไว้

นอกจากนี้ ไทยออยล์ยังได้จัดทำ Portfolio Restructure โดยเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจการกลั่นน้ำมัน (Non-refining) ผ่านการลงทุนใหม่ ๆ เช่น การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง (Specialty Product) การพัฒนากลยุทธ์ New S - Curve ผ่านการลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพ การลงทุน Corporate Venture Capital ในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ไทยออยล์วิเคราะห์ความสอดคล้องของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนกับเป้าหมาย SDGs โดยอ้างอิงการประเมินและวัดผลจาก Integrating the SDGs into Corporate Reporting: a Practical Guide ซึ่งเป้าหมายที่บริษัทจะสนับสนุนความก้าวหน้าประกอบด้วย 2 เรื่อง ดังนี้ ❶ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน (Energy Efficiency) สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ย่อยที่ 7.3 “Double the global rate of improvement in energy efficiency by 2030” ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของไทยออยล์และถูกกำหนดเป็นเป้าหมายระดับองค์กร มีการกำหนดกลยุทธ์ แผนงาน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและโครงการอนุรักษ์พลังงานอย่างเป็นระบบ ในปี 2561 บริษัทดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 25 โครงการ ทำให้สามารถลดการใช้พลังงานได้ 759,147 กิโลจูลหรือเทียบเท่า 43,207 ตันคาร์บอนไดออกไซด์ต่อปี

❷ การสนับสนุนการเข้าถึงบริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพแก่ชุมชน ซึ่งตอบสนองต่อเป้าหมาย SDGs ย่อยที่ 3.8 “Achieve universal health coverage, including financial risk protection, access to quality essential health-care services and access to safe, effective, quality and affordable essential medicines and vaccines for all” ไทยออยล์มีโครงการสำคัญ เช่น โครงการส่งเสริมทันตสุขภาพ โดยจัดกิจกรรมแก่นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ใน 8 โรงเรียนรอบโรงกลั่น ให้มีการตรวจสุขภาพช่องปากและการรักษา ป้องกัน โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในปี 2561 มีผู้เข้ารับบริการกว่า 6,154 คน จากการดำเนินงานต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันพบว่านักเรียนมีสุขภาพช่องปากที่ดีขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยของภาวะเหงือกอักเสบของนักเรียนในเขตแหลมฉบัง 10 ชุมชนที่เข้ารับบริการของโครงการฯ ที่ร้อยละ 17.11 ซึ่งดีกว่าค่าเฉลี่ยระดับประเทศของนักเรียนวัยเดียวกัน



“ไทยออยล์มุ่งสร้างสรรค์คุณภาพชีวิตด้วยพลังงานและเคมีภัณฑ์ที่ยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสียมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีผลตอบแทนที่ยั่งยืนให้กับผู้ถือหุ้นควบคู่กับการสร้างความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ”

คุณวิรัตน์ เอื้อนฤมิตร  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	337,388	389,344	265,916
ต้นทุนขาย	305,386	373,128	261,357
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	32,002	16,216	4,559
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	24,856	10,149	4,293
สินทรัพย์รวม	228,108	268,613	255,863
หนี้สินรวม	100,960	142,141	133,375
ส่วนผู้ถือหุ้น	122,223	121,712	118,487
EPS (บาท)	12.18	4.97	2.10
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	9.49	4.16	1.71
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.24	2.58	1.58
ROE (%)	21.70	8.32	(0.42)
Dividend Yield (%)**	4.35	7.92	3.84

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



A Member of Central Group

# CPN

## บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

www.cpn.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจพัฒนาศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่อง ประกอบด้วยศูนย์การค้า 34 แห่ง อาคารสำนักงาน 7 แห่ง โรงแรม 2 แห่ง และโครงการที่พักอาศัยและโครงการคอนโดมิเนียมรวม 9 โครงการ และโครงการบ้านเดี่ยว 1 โครงการ อีกทั้งลงทุนในรีเสดท์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ซีพีอินริทอล โกรท (CPNREIT) และกองทุนรวมสิทธิการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ซีพีอินคอมเมอร์เชียล โกรท (CPNCG)

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ซีพีเอ็นได้นำหลักบรรษัทภิบาล และการกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นพื้นฐานในการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการที่ใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน มุ่งตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสมและครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามค่านิยม **i-CARE** ของซีพีเอ็น ที่เน้นการยึดถือลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ใส่ใจ รับฟัง และปรับปรุงพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ด้วยความร่วมมือร่วมใจทั้งภายในองค์กร ภายในกลุ่มธุรกิจ และกับพันธมิตรคู่ค้า ร้านค้า ชุมชน และสังคม โดยพนักงานทุกคนจะได้รับการปลูกฝังค่านิยม **i-CARE** เพื่อสร้างวัฒนธรรมอันดีมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันทั้งองค์กร

ค่านิยม **i-CARE** ประกอบด้วย **I-INNOVATION** สร้างสรรค์คิดสิ่งใหม่ เปิดกว้างสำหรับทุกโอกาสเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น **C-CUSTOMER** ใส่ใจในลูกค้า มุ่งมั่นพัฒนาด้านบริการสู่ความเป็นเลิศ **A-ALLIANCE** ทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อความก้าวหน้าทั้งกลุ่มธุรกิจ **R-RELATIONSHIP** จิตผูกพันพึ่งพากับทั้งเพื่อนพนักงาน คู่ค้า และสังคม เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน **E-ETHIC** มุ่งรักษาจริยธรรม ในการดำเนินธุรกิจ และกำกับดูแลกิจการตามหลักบรรษัทภิบาลที่บริษัทได้กำหนดไว้

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ซีพีเอ็นเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัจจัยความท้าทายต่าง ๆ โดยในปี 2562 ปัจจัยความสำคัญที่คำนึงถึงคือ การเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค การแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และความใส่ใจในเรื่องสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล จากนั้นจึงนำประเด็นดังกล่าว มาร่วมกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร แบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่

- 1 Business Transformation** ปรับเปลี่ยนและพัฒนาศูนย์การค้าให้เป็น Center of Life - เป็นสถานที่ที่เป็นจุดมุ่งหมายในการใช้ชีวิตที่มากกว่าการซื้อขายสินค้า เป็นจุดมุ่งหมายในการทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการสร้างผูกพันกับผู้มีส่วนได้เสีย





ส่วนได้เสียที่สำคัญ อาทิ พัฒนาและสนับสนุนให้ร้านค้าเติบโตได้ สร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้คนในท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองได้ ปรับเปลี่ยนองค์กรให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง และนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ **2 Business Diversification** การลงทุนเพื่อส่งเสริมการเป็น Center of Life และการกระจายฐานธุรกิจทั้งในเชิงภูมิศาสตร์และประเภทการลงทุน **3 Sustainable Operation** มุ่งเน้นการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดการใช้ทรัพยากร เพิ่มการใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

จากแนวคิดการสร้างสรรค์คุณค่าร่วมกับสังคม (CSV) โดยมีเป้าหมายเพื่อมุ่งสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างชุมชน และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน ผสานความร่วมมือเป็นหนึ่งเดียวในทุกกลุ่มธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลและกับหน่วยงานภายนอก บริษัทได้ริเริ่ม “โครงการตลาดจริงใจ Farmers’ Market” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้เกษตรกรชุมชนได้มีพื้นที่ในการจัดจำหน่ายและทำการตลาดสินค้าชุมชน โดยเริ่มจากการจัดเป็นกิจกรรมขายสินค้าเกษตรหมุนเวียนจัดปีละหนึ่งครั้ง จนปัจจุบันได้พัฒนาเป็นพื้นที่ตลาดค้าปลีกชุมชนรูปแบบใหม่ ตั้งอยู่บนพื้นที่ถาวรที่จัดสรรให้โดยเฉพาะ ขนาดกว่า 400 ตารางเมตร ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา อุดรธานี เป็นแห่งแรก เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนและเปิดโอกาสให้เกษตรกรพบปะผู้ซื้อโดยตรง โดยมุ่งไปที่ผักผลไม้ปลอดสารพิษ เกษตรอินทรีย์ และอาหารพร้อมรับประทาน ในปี 2562 มีการขยายรูปแบบ “ตลาดจริงใจ” ดังกล่าวไปยังพื้นที่ถาวรภายในศูนย์การค้าที่บริหารงานโดยซีพีเอ็นเพิ่มอีก 9 แห่ง

ปัจจุบันมีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการแล้วทั้งหมดจาก 278 ตำบล จำนวน 2,568 ครัวเรือน มีสมาชิกจำนวน 9,463 คน สร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ จากเดิมที่รายได้ต่อหัวต่อเดือนอยู่ที่ 13,500 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 42,850 บาทต่อเดือน โครงการดังกล่าวได้ตอบสนองต่อเป้าหมาย SDGs ที่ 10 “Reduced Inequalities” ในเป้าหมายย่อยที่ 10.1 บรรลุและรักษาการเจริญเติบโตทางรายได้ของประชาชนกลุ่มล่างสุด



**“CPN ดำเนินธุรกิจโดยสร้างศูนย์กลางของการใช้ชีวิตของผู้คนและชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับคนไทย สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างโอกาสให้คู่ค้าได้ประกอบธุรกิจให้ทุกฝ่ายพัฒนาเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกับเรา”**

คุณปริชา เอกคุณากุล กรรมการผู้จัดการใหญ่และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	28,785	33,887	25,587
ต้นทุนขาย	14,518	17,579	13,108
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	14,267	16,308	12,479
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	13,568	11,216	8,068
สินทรัพย์รวม	120,574	161,708	169,418
หนี้สินรวม	56,694	87,532	92,676
ส่วนผู้ถือหุ้น	61,801	65,726	68,461
EPS (บาท)	3.02	2.50	1.80
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	49.56	48.12	48.77
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	38.27	29.78	28.38
ROE (%)	23.84	17.59	16.00
Dividend Yield (%)**	0.97	1.87	1.77

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

## MINT

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

www.minorinternational.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม รวมถึงโครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขาย โครงการพักผ่อนแบบปันส่วนเวลา (Point-based Timeshare Project) และให้เข้าศูนย์การค้าและอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงธุรกิจบันเทิงและธุรกิจจัดจำหน่าย

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ยึดมั่นในวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืนด้วยความเชื่อมั่นว่าองค์กรจำเป็นต้องพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพระยะยาวของทั้งองค์กรเองควบคู่ไปกับของผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง จึงจะสามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้บริษัทสามารถเดินหน้าได้อย่างแข็งแกร่ง ได้แก่ **วิสัยทัศน์ของบริษัท ค่านิยมองค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย** ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย และนำมาพัฒนาแนวทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของไมเนอร์ขึ้น

แนวทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของไมเนอร์ ประกอบด้วย ค่านิยมองค์กรทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ มุ่งเน้นที่ลูกค้า การทำงานต้องมีผล มุ่งมั่นพัฒนาคน ปรับเปลี่ยนตนปรับปรุงงาน และประสานพันธมิตรเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืน และปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ การมุ่งมั่นพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับพันธมิตร และการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยเหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยเสริมอีก 2 ประการ คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดีในองค์กรและการส่งเสริมการทำให้เกิดจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ไมเนอร์ดำเนินกิจการครอบคลุมภูมิภาคทั่วโลก จึงมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะจากการเปลี่ยนแปลงทางภูมิทัศน์ ภัยธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทางอาหาร ความเสี่ยงเหล่านี้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเกษตรกรรมโดยรวม ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการดำเนินงานการจัดซื้อและกระจายสินค้าของทุกธุรกิจ

นอกเหนือจากการจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนบริหารความต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ไมเนอร์มุ่งมั่นในการสนับสนุนการบรรเทาปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ โดยมุ่งมั่นลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ รวมถึงการอนุรักษ์



ความหลากหลายทางชีวภาพในทุกกิจกรรม ตั้งแต่การออกแบบ การก่อสร้าง การดำเนินงาน และการปรับปรุง โดยมีเป้าหมายด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน คือ ① อัตราการใช้พลังงานและน้ำในโรงแรมลดลง 10% ภายในปี 2566 เทียบกับปี 2559 ② อัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในโรงแรมลดลง 20% ภายในปี 2566 เทียบกับปี 2559 และ ③ 100% ของโรงแรมที่มีพื้นที่ติดกับแหล่งธรรมชาติมีโครงการด้านการอนุรักษ์ในระยะยาวอย่างน้อย 1 โครงการ ไม่เพียงแต่การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินการของเราเท่านั้น เรายังสนับสนุนให้ลูกค้าของเราปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ไมเนอร์ดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ 5 ปี ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติใน 7 หัวข้อ โดยหนึ่งในกลยุทธ์หลัก คือ **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แบบองค์รวม** ที่มุ่งเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรให้เป็นตัวแทนการเปลี่ยนแปลงที่สร้างผลกระทบเชิงบวกทั้งกับภายในบริษัทและต่อสังคมภายนอก และสอดคล้องกับการสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 4 “Quality Education” และเป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economic Growth”

ไมเนอร์ได้พัฒนาโครงการฝึกอบรมและการพัฒนาขึ้นอย่างหลากหลายให้กับพนักงาน เพื่อให้โอกาสพนักงานในทุกระดับได้เรียนรู้ เติบโต และทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ พร้อมรับข้อเสนอแนะและการสนับสนุนเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ โครงการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาร่วมกับสถาบันการศึกษา (Minor Corporate University หรือ MCU) เป็นโครงการฝึกอบรมสำหรับนักศึกษาอาชีวศึกษาที่สามารถสร้างผลกระทบทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากเป็นโครงการที่สร้างบุคลากรระดับปฏิบัติการให้กับบริษัท และยังช่วยให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์การทำงานจริง สร้างรายได้ระหว่างเรียน และสามารถได้หน่วยกิตในการเรียนอีกด้วย

ในปี 2561 มีนักเรียนใหม่ที่ลงทะเบียนในโครงการ MCU รวม 8,862 คน โครงการนี้สามารถลดการขาดแคลนแรงงาน รวมถึงลดต้นทุนประกันสังคมกว่า 6 ล้านบาท ลดค่าใช้จ่ายการจ้างงานลงประมาณ 1.6 ล้านบาท และได้รับสิทธิการลดหย่อนภาษีถึง 49 ล้านบาทต่อปี



**“รากฐานสำคัญของความยั่งยืน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการแข่งขันของบริษัท และความอยู่ดีมีสุขของชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ เราวางเป้าหมายด้านความยั่งยืนไว้อย่างชัดเจน และมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย”**

คุณวิลเลียม เอ็ลล์วูด โชนิค ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	55,001	74,938	87,286
ต้นทุนขาย	22,646	32,767	48,034
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	32,355	42,171	39,253
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	5,415	5,445	6,929
สินทรัพย์รวม	118,444	267,700	249,035
หนี้สินรวม	68,423	184,626	166,270
ส่วนผู้ถือหุ้น	47,329	71,924	72,672
EPS (บาท)	1.22	1.18	1.29
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	58.83	56.27	44.97
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.23	6.86	7.31
ROE (%)	12.78	9.13	12.62
Dividend Yield (%)**	0.76	1.18	1.04

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# PTT

## บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ทรัพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.pttplc.com

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

การขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน ปตท. ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ **Pride and Treasure of Thailand** หรือ “PTT” โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความยั่งยืน 3 ด้าน (3P) อย่างสมดุล ได้แก่ การทำธุรกิจควบคู่กับการดูแลชุมชนและสังคม (People) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Planet) และการเป็นฐานความมั่นคงให้แก่ภาคเศรษฐกิจและสังคมให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน (Prosperity)

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมและปิโตรเคมีครบวงจร โดยผ่านธุรกิจที่ดำเนินงานเองและธุรกิจที่ลงทุนผ่านบริษัทในกลุ่ม ได้แก่ การสำรวจและผลิต จัดหาและจัดจำหน่าย ขนส่ง และแยกก๊าซธรรมชาติ ดำเนินกิจการค้าระหว่างประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมันและปิโตรเคมี และมีการลงทุนในธุรกิจการกลั่นและปิโตรเคมีในประเทศ และดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ดังกล่าว ปตท. ผลักดันวัฒนธรรมองค์กรผ่าน**ค่านิยม SPIRIT** ซึ่งเป็นแนวทางในการสร้างกรอบความคิดและความเชื่อที่นำไปสู่พฤติกรรมและแนวปฏิบัติให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนเป็นคนดี (Responsibility for Society, Integrity and Ethics, Trust and Respect) และคนเก่ง (Synergy, Performance Excellence and Innovation) ขององค์กรและสังคม ทำให้กลุ่ม ปตท. มีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง รวมถึงมีทิศทางและวิถีการทำงานสอดคล้องกัน เพื่อผลักดันองค์กรให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ปัจจุบัน ปตท. เล็งเห็นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงภายใต้สังคมในยุคดิจิทัล จึงได้นำ D (Digitalization) เข้ามาต่อยอดค่านิยม SPIRIT เกิดเป็น SPIRIT+D ที่นอกจากจะสะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม ปตท. แล้วยังแสดงถึงความพร้อมในการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์โลกในยุคดิจิทัล

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ต่าง ๆ มากมาย และกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ปตท. เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะการยกระดับความสามารถของบุคลากรองค์กรที่จะสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้ทันต่อความต้องการในการใช้เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงส่งเสริมความสามารถในการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อแสวงหาธุรกิจใหม่ที่จะรองรับอนาคตที่เปลี่ยนไป

ปตท. เตรียมความพร้อมในการปรับรูปแบบการทำงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล ทั้งในด้านของเทคโนโลยีและเครื่องมือที่สนับสนุนการทำงาน เดินหน้าสู่การเป็นองค์กรต้นแบบที่ส่งเสริมการทำงานแบบ Digital Workplace



อย่างเต็มรูปแบบ เป็นทางเลือกในการทำงานรูปแบบใหม่ที่อาศัย เครื่องมือทางดิจิทัลในการเชื่อมต่อสื่อสารและทำงานร่วมกันได้ สะดวกขึ้น รัฐบาลและการทำงานได้แบบเรียลไทม์ สามารถเชื่อมต่อกับเพื่อนร่วมงานและข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลาจากทุกอุปกรณ์

นอกจากนี้ เพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ปตท. ได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการ โดยจัดตั้งธุรกิจเทคโนโลยีและวิศวกรรมขึ้น เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมและผลักดันการกำกับดูแลนโยบายและมาตรฐานด้านนวัตกรรมและดิจิทัล มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจใหม่หรือ New Business S-Curve จากการนำดิจิทัลและเทคโนโลยีมาต่อยอดการวิจัยและพัฒนา เสริมสร้างโอกาสใหม่ทางธุรกิจจากสินทรัพย์ที่มีอยู่

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ปตท. นำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หรือ SDGs มาเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดทิศทางธุรกิจของ ปตท. โดยการดำเนินงานหลักที่ ปตท. มุ่งเน้นอย่างเร่งด่วนในระยะเวลา 5 ปีนี้ ได้แก่ การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 7, 12, 13, 14 และ 15 โดยมีกลยุทธ์ PTT Group Clean & Green Strategy ซึ่งผนวกกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ และกำหนดเป้าหมายที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของกลุ่ม ปตท. ลงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับการดำเนินงานโดยปกติภายในปี 2573

การดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตาม SDGs เป้าหมายที่ 13 “Climate Action” ปตท. มุ่งเน้นการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานภายในธุรกิจ ปตท. เช่น การบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การลดการรั่วไหลของก๊าซมีเทน การใช้พลังงานหมุนเวียนในกระบวนการผลิต การใช้วัตถุดิบหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์อีกครั้งตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นต้น

นอกจากนี้ ปตท. ยังพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีส่วนตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มน้ำมัน พลาสติกและปิโตรเคมี ตลอดจนสถานีบริการที่มีการใช้พลังงานหมุนเวียน ปัจจุบันกลุ่ม ปตท. มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับการรับรองโดยฉลาก GREEN FOR LIFE ในรูปแบบของการรับรองตนเองสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมากกว่า 350 รายการ



**“ปตท. นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ และเตรียมความพร้อมให้พนักงานก้าวข้ามยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงรุนแรง เพื่อให้ ปตท. เป็นองค์กรแห่งความภาคภูมิใจ เน้นความโปร่งใสสู่ความยั่งยืน”**

คุณชาญศิลป์ ศรีอุษกร ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	1,995,722	2,336,155	1,659,633
ต้นทุนขาย	1,702,339	2,023,002	1,479,207
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	293,383	313,153	180,426
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	135,180	119,684	75,505
สินทรัพย์รวม	2,232,314	2,355,484	2,419,144
หนี้สินรวม	983,758	1,036,990	1,130,042
ส่วนผู้ถือหุ้น	818,672	875,084	865,752
EPS (บาท)	46.74	4.15	2.61
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	14.70	13.40	10.87
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	6.61	5.05	4.47
ROE (%)	17.09	14.13	11.05
Dividend Yield (%)**	3.64	4.35	4.62

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



PTTEP

PTTEP

บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม  
จำกัด (มหาชน)

ทรัพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค  
www.pttep.com



**ธุรกิจหลัก** ประกอบธุรกิจด้านการสำรวจและผลิตปิโตรเลียม  
ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ธุรกิจขนส่งก๊าซทางท่อในต่าง-  
ประเทศ และการลงทุนในธุรกิจต่อเนื่อง

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ปตท.สผ. มุ่งมั่นพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ด้วยการ**เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน**  
ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อสร้างการเติบโตทางธุรกิจ ความมั่นคง  
ทางพลังงาน รวมถึงความยั่งยืนทางสังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน โดยมีกรอบการดำเนินงาน  
ด้านความยั่งยืน 3 ด้าน ประกอบด้วย

**1 การพัฒนาสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง (High Performance Organization)** สร้าง  
องค์กรที่มีสมรรถนะสูง ด้วยผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศในทุกองค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจ  
เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและพร้อมรับความเปลี่ยนแปลง **2 การกำกับดูแลกิจการที่ดี**  
**การบริหารความเสี่ยง และการกำกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (Governance, Risk Management**  
**and Compliance)** มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความถูกต้อง โปร่งใส ยุติธรรม อยู่บนพื้นฐานความเท่าเทียม  
กัน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายของ “การเติบโตอย่างมั่นคง ยั่งยืน และสง่างาม” **3 การสร้าง**  
**คุณค่าในระยะยาวให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Value Creation)** สร้างคุณค่าในระยะยาว  
แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามวิสัยทัศน์ Energy Partner of Choice

ตลอดทั้งกระบวนการดำเนินงานจะมีคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการจัดการเป็น  
ผู้กำหนดกลยุทธ์และกำกับดูแลให้มีการดำเนินงานตามนโยบายต่าง ๆ รวมทั้งมีพนักงานและ  
ตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสนับสนุนให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร  
ที่มุ่งก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็น  
รูปธรรม

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันธุรกิจการแสวงหาแหล่งพลังงานต้องพบ  
กับความท้าทายอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นราคาน้ำมัน  
ในตลาดโลก การเติบโตของพลังงานทดแทนและพลังงาน  
หมุนเวียน กลุ่มธุรกิจใหม่ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมที่เติบโต  
ขึ้นอย่างรวดเร็ว และอีกหลายปัจจัยที่ทำให้รูปแบบการดำเนิน  
ธุรกิจพลังงานเปลี่ยนแปลงไป ปตท.สผ. จึงได้จัดตั้ง**โครงการ**  
**“Transformation”** มาตั้งแต่ปลายปี 2560 อันเป็นโครงการหลัก  
ในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม  
เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ โดยมุ่งเน้น  
ใน 2 ด้าน ได้แก่





**1 Digital Transformation** การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ การเชื่อมโยงข้อมูลจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการใช้เทคโนโลยีโลกเสมือน (Augmented Reality/Virtual Reality - AR/VR) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและขีดความสามารถในการพัฒนาแหล่งปิโตรเลียม **2 Organization Transformation** การปรับเปลี่ยนองค์กรให้มีโครงสร้างกระบวนการจัดการที่คล่องตัว รวมถึงการปรับวิธีคิดและพฤติกรรมของคนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาธุรกิจใหม่ที่อาศัยความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของ ปตท.สผ. อีกทั้งยังมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และได้เล็งเห็นถึงโอกาสการลงทุนในธุรกิจอื่น เช่น การลงทุนธุรกิจใหม่ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านเทคโนโลยีหุ่นยนต์และปัญญาประดิษฐ์

**“ปตท.สผ. เชื่อมั่นว่า การดำเนินงานภายใต้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนจะสามารถสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจควบคู่ไปกับการส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน สังคม และประเทศชาติ และตอบสนองต่อ UN SDGs ได้ในที่สุด”**

คุณพงษ์พร ทวีสิน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

**การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)**

ปตท.สผ. มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการดำเนินงานผ่านโครงการต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองและสนับสนุนต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs) โดยหนึ่งในโครงการเหล่านั้นคือ **โครงการศูนย์การเรียนรู้เพาะฟักลูกปู** ซึ่งเป็นตัวอย่างหนึ่งของการสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 14 “Life Below Water”

โครงการศูนย์การเรียนรู้เพาะฟักลูกปูเริ่มต้นขึ้นจากความพยายามในการสร้างรายได้ให้ชุมชนในพื้นที่รอบฐานสนับสนุนการพัฒนาปิโตรเลียม จังหวัดสงขลา ซึ่งได้ขยายประโยชน์และคุณค่าสู่พื้นที่ข้างเคียง และสร้างองค์ความรู้สำคัญให้แก่การอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลในประเทศไทย โดยศูนย์การเรียนรู้เพาะฟักลูกปูได้ติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อนำกระแสไฟฟ้ามาใช้ในการเพาะฟัก ควบคู่ไปกับการพัฒนาความรู้ด้านการเพาะฟักให้เป็นระบบและมีมาตรฐาน ทำให้ประสบความสำเร็จในการเพาะฟักทั้งลูกปูน้ำกร่อยและน้ำเค็ม โครงการฯ ดังกล่าวจึงช่วยเพิ่มจำนวนประชากรปูอย่างต่อเนื่องและส่งผลให้ชาวประมงพื้นบ้านทำการประมงอย่างยั่งยืน

จนถึงปี 2561 โครงการได้เพาะฟักลูกปูกลับสู่ธรรมชาติปีละ 200-400 ล้านตัว และทำให้รายได้ของชาวประมงเพิ่มขึ้นจากการขายปูประมาณเป็น 60,000 บาทต่อครัวเรือนต่อปี

**ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น**

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	147,725	171,809	137,160
ต้นทุนขาย	12,472	36,060	12,357
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	135,253	135,749	124,803
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	20,579	36,206	37,182
สินทรัพย์รวม	628,121	635,087	606,862
หนี้สินรวม	251,747	245,024	240,965
ส่วนผู้ถือหุ้น	376,375	390,063	365,897
EPS (บาท)	4.54	8.69	9.03
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	91.56	79.01	90.99
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	13.40	20.46	25.95
ROE (%)	5.25	9.45	12.31
Dividend Yield (%)**	3.25	3.74	4.17

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

บริการ / พาณิชยกรรม  
www.cpall.co.th

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ซีพี ออลล์ กำหนดนโยบายและกรอบการดำเนินการด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs) 15 เป้าหมาย พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ ผู้รับผิดชอบ และแผนดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวภายในปี 2563 ตามกรอบการทำงาน 3 เสาหลัก คือ 1 มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่เป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ (Heart) 2 มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน มีคุณภาพชีวิตที่ดี (Health) และ 3 มุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Home) โดยผนวกการดำเนินงานด้านความยั่งยืน เข้าเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างการบริหารและงานประจำวันขององค์กร



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจต่างๆ ที่สนับสนุนธุรกิจหลัก ประกอบด้วย 3 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ ค้าปลีก ค้าส่ง และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 8 หมวดบริการ

ขณะเดียวกัน ซีพี ออลล์ ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงกว่าอดีตที่ผ่านมา บริษัทจึงได้ระดมความคิดจากทั้งผู้บริหารและตัวแทนพนักงานรวมกว่า 4,000 คน เพื่อค้นหาแนวทางในการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัทไปอีกอย่างน้อย 30 ปี ทำให้บริษัทได้ค่านิยม (Core Value) ที่สำคัญและจำเป็นต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนที่เรียกว่า “Our Way” (5 พัตมยา) ประกอบด้วย เชื่อใจ (Trust) ใช้โค้ชชิ่ง (Coaching) ใช้นวัตกรรม (Innovation) ขยันทำฉลาดคิด (Smart) มีจิตสาธารณะ (Community Awareness)

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

หนึ่งในประเด็นความท้าทายที่สำคัญของซีพี ออลล์ คือ ความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและวิธีการทำงานที่พึ่งพิงเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น บริษัทมีการให้บริการระบบต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การเปิดให้บริการออนไลน์ (Web Application) และการนำคอมพิวเตอร์ทำงานนอกสถานที่และรีโมทจากระยะไกล (Remote Access) เข้ามาเครือข่ายภายในมากขึ้น ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีความเสี่ยงต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์มากขึ้น อาทิ การถูกโจรกรรมข้อมูลทางการค้า และข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าและพนักงาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทางการเงิน ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท

ซีพี ออลล์ ได้แต่งตั้งประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายรักษาความปลอดภัยไซเบอร์ (Chief Security Officer) รับผิดชอบด้านการดูแลรักษาความปลอดภัยด้านไอทีของบริษัท ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ด้านความปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องทางธุรกิจและการควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมทั้งกำหนดให้ทบทวนกลยุทธ์ดังกล่าวอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการสร้างความรู้ตระหนักรู้ในการใช้เทคโนโลยี (Cyber Security Awareness) ให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางสื่อสาร





“เพราะเราเห็นการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาส... ในยุค 4.0 อะไรที่ไม่เคยเกิดขึ้นก็เกิดขึ้นได้ ซึ่งเป็นได้ทั้งโอกาสและวิกฤตขององค์กร หากปรับตัวไม่ทันธุรกิจอาจล้มหายไป คนที่เจอโอกาสนี้จะก้าวกระโดดอย่างที่ไม่เคยเห็นมาก่อน ดังนั้นเราต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำทุกวันให้ดีกว่าเมื่อวาน มุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ใช้ข้อมูลขับเคลื่อนการทำงาน เพื่อสามารถสร้างการเติบโตให้กับองค์กร โอกาสที่เกิดขึ้นไม่ใช่ของซีพีออลส์เพียงคนเดียว แต่เราต้อง ‘สร้างสรรคและแบ่งปันโอกาสให้ทุกคน’ (Giving and Sharing Opportunities) เพื่อให้ชุมชนและสังคมเจริญเติบโตยั่งยืนไปด้วยกัน”

คุณธานีกร บูรณมานิต  
กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



ภายในและทดสอบผ่าน Cyber Simulation Program เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีอย่างถูกต้อง และมีความปลอดภัยจากการถูกคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งแนวทางการจัดการดังกล่าวเป็นไปตามมาตรฐานสากล เช่น ISO 20000 และ ISO 27001

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ซีพี ออลล์ ได้กำหนดนโยบายและกลยุทธ์ระยะยาวปี 2561-2565 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของบริษัทในการ “เป็นองค์กรที่อำนวยความสะดวกให้ทุกชุมชน สังคมมีความกินดีอยู่ดีมีความสุข” ภายใต้แนวทาง “Build Trust and Creating Shared Value” ผ่านการใช้ความสามารถหลักของธุรกิจ เพื่อร่วมผลักดันการบรรลุเป้าหมาย SDGs เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินธุรกิจและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production”

บริษัทมุ่งให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจตลอดจนผลิตภัณฑ์และบริการ ด้วยการผนวกเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์บริษัท 7 Go Green อาทิ โครงการรณรงค์ “ลดวันละถุง... คุณทำได้” ที่มุ่งเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคในการลดและเลิกใช้ถุงพลาสติก พร้อมส่งต่อโอกาสด้วยการกำหนดให้ทุกการปฏิบัติการรับถุงพลาสติกเพียง 1 ครั้ง จะเท่ากับบริจาคเงิน 0.20 บาท ต่อถุง บริจาคเงินสมทบทุนซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อสมทบทุน

ให้แก่ โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลในชุมชน และโรงพยาบาลในถิ่นทุรกันดาร รวม 77 โรงพยาบาลใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ โดยสามารถลดการใช้ถุงพลาสติกจากทุกแคมเปญ กว่า 712 ล้านใบ คิดเป็นยอดบริจาคกว่า 142 ล้านบาท

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	471,069	508,552	408,390
ต้นทุนขาย	366,002	395,317	315,925
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	105,067	113,235	92,466
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	19,908	20,930	16,176
สินทรัพย์รวม	360,299	373,742	365,136
หนี้สินรวม	280,070	273,923	262,326
ส่วนผู้ถือหุ้น	75,333	84,831	88,303
EPS (บาท)	2.14	2.22	1.72
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	22.30	22.27	22.64
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	4.07	3.97	3.82
ROE (%)	30.50	26.14	25.89
Dividend Yield (%)**	1.30	1.60	1.58

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# CPF

**บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)**

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

www.cpfworldwide.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารครบวงจร ครอบคลุมธุรกิจหลัก 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจอาหารสัตว์ ธุรกิจเลี้ยงสัตว์ และธุรกิจอาหาร รวมทั้งประกอบกิจการค้าปลีกและร้านอาหาร โดยดำเนินธุรกิจใน 17 ประเทศและส่งออกไปมากกว่า 30 ประเทศใน 5 ทวีปทั่วโลก ภายใต้วิสัยทัศน์ “ครัวของโลก”

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอฟ ขับเคลื่อนความยั่งยืนภายใต้ทิศทางกลยุทธ์ 3 เสาหลัก **“อาหารมั่นคง สังคมพึ่งตน และดินน้ำป่าคงอยู่”** ซึ่งมีรากฐานมาจากปรัชญาในการดำเนินธุรกิจของซีพีเอฟ คือ ปรัชญา 3 ประโยชน์สู่ความยั่งยืน กล่าวคือ ประโยชน์ต่อประเทศ ประชาชน และบริษัท โดยทิศทางกลยุทธ์ความยั่งยืนของซีพีเอฟอยู่บนพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่

- 1 **การกำกับดูแลกิจการสู่ความยั่งยืน** เพื่อนำมาซึ่งความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และความไว้วางใจจากสังคม
- 2 **การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติด้านแรงงาน** โดยดำเนินงานตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทที่สอดคล้องกับหลักปฏิบัติของสหประชาชาติว่าด้วยการดำเนินธุรกิจและสิทธิมนุษยชน (UNGPs)
- 3 **ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ตลอดห่วงโซ่อุปทานตามหลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข คือ พอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวเอง มีความรู้และคุณธรรม
- 4 **ดำเนินงานตามหลักการสากลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเพื่อการพัฒนายั่งยืน** ได้แก่ UN Global Compact และเป้าหมาย SDGs เพื่อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความท้าทายในด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหาร ตลอดจนการดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ขณะเดียวกัน **ความก้าวหน้าทางนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Digital Disruption)** สามารถทำให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัจจัยความท้าทายต่าง ๆ ด้วยการปรับตัวและการวางมาตรการเชิงรุกถือเป็นความท้าทายในการดำเนินธุรกิจของ ซีพีเอฟ ณ ปัจจุบัน



## “ซีพีเอฟวางกลยุทธ์หลัก ‘Value Creation’ ‘Digital Transformation’ และ ‘Driving Sustainability’ ในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโต พร้อมกับการดูแลสังคม สิ่งแวดล้อม และสร้างธรรมาภิบาลในกระบวนการธุรกิจ เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย”

คุณประสิทธิ์ บุญดวงประเสริฐ ประธานคณะผู้บริหาร



บริษัทจึงมีแนวทางขับเคลื่อนองค์กร 3 ประการ ประกอบด้วย **1 Value Creation** บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน **2 Digital Transformation** บริษัทนำเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานกับระบบต่าง ๆ และกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้สามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มความสามารถในการผลิต ลดการสูญเสียระหว่างการผลิต รวมทั้งสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น **3 Driving Sustainability** บริษัทขับเคลื่อนให้ธุรกิจเติบโตควบคู่ไปกับการสร้างความยั่งยืน โดยบริษัทมี Key Focuses 4 เรื่อง ได้แก่ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน การปรับตัวและบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การลดพลาสติก และการลดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ซีพีเอฟมุ่งนำความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ มาช่วยสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ รวม 11 เป้าหมายจาก 17 เป้าหมาย เพื่อร่วมพัฒนาสังคมและปกป้องสิ่งแวดล้อม โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ซึ่งหนึ่งในการดำเนินงานที่สำคัญของบริษัทที่มีส่วนสนับสนุน SDGs คือ การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์อย่างยั่งยืนผ่านโครงการ “เกษตรกรพึ่งตน ข้าวโพดยั่งยืน” ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 2 “Zero Hunger” ภายในปี 2562 บริษัทดำเนินการมีส่วนร่วมพัฒนาการเกษตรข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศอย่างยั่งยืน โดยร่วมมือกับสำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) จัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์ให้สามารถเพาะปลูกอย่างถูกต้อง รู้จักวิเคราะห์ดินด้วยตนเอง

สามารถใส่ปุ๋ยให้เหมาะกับดินได้โดยผู้เชี่ยวชาญของบริษัท และส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในการเพาะปลูกอย่างยั่งยืน ทำให้ผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น มีต้นทุนต่อหน่วยลดลง ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น ทั้งยังช่วยลดปัญหาสุขภาพของเกษตรกรจากการใช้สารเคมี และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการทำการเกษตรที่ไม่เหมาะสม ตั้งแต่ปี 2557 มีเกษตรกรเข้าร่วมในโครงการแล้ว 8,720 ราย คิดเป็นพื้นที่การเกษตร 225,694 ไร่ ใน 23 จังหวัด

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	501,508	541,937	391,780
ต้นทุนขาย	441,422	476,228	337,558
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	60,086	65,709	54,222
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	15,259	15,531	14,445
สินทรัพย์รวม	593,497	628,091	626,509
หนี้สินรวม	366,855	409,433	410,745
ส่วนผู้ถือหุ้น	168,015	165,533	167,007
EPS (บาท)	1.91	1.82	1.71
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	11.98	12.12	13.84
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	2.92	2.74	3.53
ROE (%)	10.12	9.31	9.70
Dividend Yield (%)**	3.56	3.05	2.36

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# HMPRO

บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)

บริการ / พาณิชยกรรม

www.homepro.co.th

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจค้าปลีก โดยจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ตกแต่ง ปรับปรุง อาคาร บ้าน และที่อยู่อาศัยแบบครบวงจร (One Stop Shopping Home Center) ปัจจุบันมีสาขาครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 111 สาขา

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

โฮมโปรตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทที่มุ่งเน้นรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และสอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระดับโลก โดยมีคณะกรรมการกลยุทธ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขับเคลื่อนองค์กรสู่ความอย่างยั่งยืนครอบคลุมทุกมิติ ดังนี้

- ① **ด้านเศรษฐกิจ:** มุ่งพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนผ่านการขยายธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ② **ด้านสังคม:** ยกระดับความเป็นอยู่ให้กับสังคมและชุมชน ตลอดจนสร้างคุณค่าร่วมผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ
- ③ **ด้านสิ่งแวดล้อม:** ปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงาน เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
- ④ **ด้านการกำกับดูแล:** ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้
- ⑤ **ด้านการบริหารความเสี่ยง:** กำหนดนโยบาย และแนวปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

โฮมโปรมีกระบวนการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน พร้อมเฝ้าระวังและติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิด โดยหนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญ คือ **ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technology Disruption)** เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้า ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อรองรับกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ โฮมโปรกำหนดแนวทางการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว โดยจัดตั้งหน่วยงาน Digital Business เพื่อรองรับและศึกษาแนวทางในการบริหารจัดการด้านดิจิทัลอย่างยั่งยืน ซึ่งมีหน้าที่ศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลจาก Big Data Analytics





บริษัทยังได้พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ของบริษัทให้ก้าวสู่องค์กรที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ทุกช่องทาง (Omni channel) พัฒนาการ Home Service Online ตลอดจนนำเทคโนโลยี Automated Storage and Retrieval System (ASRS) เข้ามาใช้ในการบริหารคลังสินค้าอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน นอกจากนี้ โคมไประยังตระหนักถึงความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Risk) โดยยกระดับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลครอบคลุมข้อมูลที่สำคัญของบริษัท คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

**การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)**

โคมไประมุ่งสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับสังคมและชุมชน ผ่านการเสนอสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับลูกค้าและสังคม รวมถึงคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ข้อที่สำคัญ เช่น เป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production” เป้าหมายที่ 13 “Climate Action” และเป้าหมายที่ 15 “Life on Land”

บริษัทได้ร่วมมือกับลูกค้าในการจัดหาสินค้าในกลุ่ม Eco Product ซึ่งประกอบด้วยสินค้ากลุ่มประหยัดพลังงาน (Energy Saving) รักษาป่าไม้ (Sustainable Forest) ประหยัดน้ำ (Water Saving) สุขภาพและความปลอดภัย (Health & Safety) เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendly) และลดก๊าซเรือนกระจก (Carbon Care) พร้อมทั้งยกระดับสินค้ากลุ่ม Eco Product ให้เป็นสินค้า ECO Choice ที่คัดสรรพิเศษเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับลูกค้า เช่น สินค้ากลุ่มผ้าทอจากชาวบ้านบุรีรัมย์ (BU Crafts) ที่ใช้สีจากธรรมชาติในการฟอกย้อม ปลอดภัยไม่มีอันตรายต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้ากลุ่มจานลดไขมัน (Absorbplate & Moonplate) ซึ่งเป็นการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับลูกค้าในการออกแบบสินค้าให้มีคุณสมบัติส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภค

**“ด้วยเชื่อว่าชีวิตความเป็นอยู่ในบ้านที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเติมเต็มคุณภาพชีวิตที่ดี โคมไประจึงไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาวัตกรรมของสินค้าและบริการเพื่อให้ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ในฐานะผู้นำด้าน Home Solution and Living Experience ในประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้”**

**คุณคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล กรรมการผู้จัดการ**

**ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น**

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	59,888	63,556	48,998
ต้นทุนขาย	44,050	44,644	35,681
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	15,839	18,912	13,317
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	4,886	5,613	4,429
สินทรัพย์รวม	50,949	54,811	50,542
หนี้สินรวม	32,315	34,897	31,066
ส่วนผู้ถือหุ้น	18,635	19,914	19,476
EPS (บาท)	0.37	0.43	0.34
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	26.45	29.76	27.18
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.61	8.50	8.77
ROE (%)	27.05	29.12	32.44
Dividend Yield (%)**	2.11	2.04	2.12

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# KBANK

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ธนาคาร  
www.kasikornbank.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องตามที่ได้รับอนุญาตไว้ในพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงินฯ และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ และประกาศที่เกี่ยวข้อง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ธนาคารกสิกรไทยเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโต โดยดำเนินงานบนรากฐานของการเป็นธนาคารแห่งความยั่งยืน เพื่อสร้างความสมดุลทั้ง 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง และการบริหารจัดการต้นทุนที่เหมาะสม โดยใช้ยุทธศาสตร์การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centricity) ธนาคารมุ่งพัฒนาความสามารถในการเข้าใจความต้องการของลูกค้าในระดับปัจเจกบุคคล และนำเสนอนวัตกรรมการบริหารผลิตภัณฑ์ทางการเงิน รวมถึงนวัตกรรมอื่น เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าภายใต้ปณิธาน **“บริการทุกระดับประทับใจ”**

แนวคิดด้านการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนนี้ได้ถูกปลูกฝังและหล่อหลอมในทุกกระบวนการทำงานอย่างเป็นรูปธรรมจนเป็นกรีนดีเอ็นเอขององค์กร เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ด้วยการประสานความร่วมมือระหว่างธนาคารกสิกรไทย บริษัทของธนาคารกสิกรไทยและพันธมิตรทางธุรกิจ โดยใช้ข้อมูลในการขับเคลื่อนองค์กรเชิงกลยุทธ์เพื่อประกอบการตัดสินใจ เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อผลตอบแทนและความเป็นผู้นำธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสามารถสร้างโอกาสในการแข่งขัน ขณะเดียวกันก็อาจนำความเสี่ยงมาสู่ธุรกิจได้เช่นเดียวกัน ซึ่งหากความเสี่ยงนั้นเกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดความเสียหายทั้งที่เป็นตัวเงินและมีใช้ตัวเงินต่อธนาคารและลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม และยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และกฎหมายระเบียบข้อปฏิบัติต่าง ๆ ซึ่งความเสี่ยงด้านดิจิทัลอาจเกิดขึ้นจากการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัล การจัดการข้อมูล ภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ



จากการที่ธนาคารมีเป้าหมายอันท้าทายในการรักษาการเติบโตและการเป็นผู้นำการให้บริการดิจิทัลแบงก์ของไทย จึงจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นเพื่อให้ลูกค้าใช้บริการได้อย่างมั่นใจ และปลอดภัย ธนาคารให้ความสำคัญต่อการบริหารความเสี่ยงด้านดิจิทัล โดยจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง อาทิ ISO 27001 และ ISO 31000 ตลอดจนเป็นไปตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ดีของธนาคารแห่งประเทศไทย ปัจจุบันธนาคารได้ปรับปรุงแผนพัฒนาระบบการควบคุมความเสี่ยงด้านดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการควบคุมความเสี่ยงทั้งในเชิงการป้องกัน การตรวจจับ และการตอบสนอง ที่ครอบคลุมกระบวนการทางธุรกิจ ใน 4 ด้าน คือ ด้านการกำกับดูแล ด้านนโยบาย ด้านกระบวนการและระบบเทคโนโลยี และด้านบุคลากร

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ธนาคารได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยนำเทคโนโลยีมาช่วยวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า เพื่อพัฒนานวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ โดยธนาคารได้พัฒนาและปรับรูปแบบ K PLUS แอปพลิเคชันใหม่ของธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ด้วยแนวคิด “เปลี่ยนเพื่อรู้ใจขึ้น” เพิ่มฟังก์ชันใหม่ในการตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้ใช้งานแต่ละบุคคล และมุ่งเน้นนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ Artificial Intelligence (AI) เป็นตัวขับเคลื่อน

นอกจากนี้ ธนาคารได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีรูปแบบโอเพ่นแพลตฟอร์ม เพื่อให้สามารถต่อยอดในการเพิ่มสิทธิประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี อาทิ การพัฒนา K PLUS SME เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาการเข้าถึงสินเชื่อของลูกค้ากลุ่ม SME ซึ่งมีอุปสรรคหลัก คือ การไม่มีหลักประกัน ไม่มีข้อมูลการเงินเพียงพอ โดยการใช้ AI มาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลการเงินของลูกค้า ซึ่งช่วยให้ธนาคารรู้ว่าจะต้องนำเสนอสินเชื่อได้อย่างเหมาะสม และเพียงพอกับลูกค้า บริการดังกล่าวข้างต้นนี้เป็นเพียงตัวอย่างส่วนหนึ่งที่ธนาคารมุ่งมั่นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อนำนวัตกรรมมาอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนทุกคนได้เข้าถึงบริการทางการเงิน ลดความไม่เสมอภาค สอดคล้องกับเป้าหมาย SDG ที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” และเป้าหมายที่ 10 “Reduced Inequalities”



**ธนาคารกสิกรไทยยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจบนรากฐานของการเป็นธนาคารแห่งความยั่งยืน ด้วยเชื่อว่า จะสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย**

คุณบัณฑิต ลำคำ ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)	รอบบัญชี: 31 ธันวาคม		
รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	119,337	123,922	97,612
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	25,176	25,384	20,494
กำไรขั้นต้น	94,161	98,538	77,118
กำไรสุทธิ	34,338	38,459	29,925
สินทรัพย์รวม	2,900,841	3,155,091	3,240,134
หนี้สินรวม	2,513,018	2,737,269	2,791,551
ส่วนผู้ถือหุ้น	348,625	376,298	401,045
EPS (บาท)	14.35	16.07	12.50
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	78.90	79.52	79.00
อัตรากำไรสุทธิ (%)	19.03	21.10	21.47
ROE (%)	10.24	10.61	9.58
Dividend Yield (%)**	1.72	2.16	2.58

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# ADVANC



บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

<http://investor.ais.co.th>

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม ธุรกิจให้บริการโทรศัพทเคลื่อนที่ ธุรกิจอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และธุรกิจดิจิทัล เซอร์วิส

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

เอไอเอส เชื่อว่าในการดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงปัจจัยที่นอกเหนือจากตัวชี้วัดด้านการเงินแล้ว บริษัทยังต้องดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยงและเตรียมพร้อมรองรับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมยึดมั่นในหลักบรรษัทภิบาลที่ดี เพื่อส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน เอไอเอสได้วางกลยุทธ์ด้านสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน 7 ด้าน โดยพิจารณาจากประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน ได้แก่ การมุ่งพัฒนานวัตกรรมด้านดิจิทัล การปกป้องระบบสารสนเทศและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า การพัฒนาและดูแลบุคลากรแบบองค์รวม การสร้างคุณค่าในการเข้าถึงเทคโนโลยีแก่ชุมชนและสังคม การส่งเสริมความเหมาะสมและปลอดภัยในการใช้อินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดปริมาณคาร์บอน รวมถึงการลดและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันดิจิทัลเทคโนโลยีได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนเข้ามามีบทบาทหลักในการเปลี่ยนโลก จากการสำรวจพบว่าประชากรไทยใช้เวลาบนโซเชียลมีเดียมากเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก อย่างไรก็ตาม ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความตระหนักรู้ต่อ **อันตรายในดาต้าไซเบอร์ต่ำ** ซึ่งนำมาสู่ความเสี่ยงจากการแชร์ข้อมูลส่วนบุคคลบนโซเชียลมีเดีย

ด้วยบทบาทผู้ให้บริการด้านดิจิทัลไลฟ์ เอไอเอส เล็งเห็นความสำคัญต่อการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ และได้เปิดตัว **“โครงการอุ่นใจ CYBER”** ในปี 2562 เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อภัยไซเบอร์โดยพัฒนาทักษะและความฉลาดทางด้านดิจิทัล DQ (Digital Quotient) พร้อมนำเสนอเครื่องมือป้องกันเนื้อหาบนโลกออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม ด้วย AIS Secure Net และ Google Family Link ขณะเดียวกันบริษัทมีกระบวนการเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล โดยใช้กระบวนการ Data Protection Impact Assessment (DPIA) การจำกัดการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญ (Sensitive Information) เพื่อยกระดับความปลอดภัยด้านข้อมูลให้แก่ลูกค้า

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

เอไอเอสมุ่งมั่นที่จะนำศักยภาพและนวัตกรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจและส่งเสริมสังคมไทย ซึ่งจะช่วยสร้างคุณค่าในระยะยาวและส่งเสริมเป้าหมาย SDGs โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” และเป้าหมายที่ 11 “Sustainable Cities and Communities”

บริษัทมีโครงการที่สำคัญ เช่น การพัฒนาระบบติดตามและบำรุงรักษาท่อส่งก๊าซร่วมกับ บมจ. ปตท. โดยนำเทคโนโลยี NB-IoT (Narrow band Internet of Things) และโครงข่ายดิจิทัลมาช่วยลดขั้นตอน และเพิ่มความสามารถในการตรวจสอบระบบ Cathodic Protection เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพของงานบำรุงรักษาท่อส่งก๊าซธรรมชาติ รวมถึงพัฒนาประสิทธิภาพของต้นทุนโดยช่วยประหยัดเวลาการลงพื้นที่ ด้วยระบบตรวจสอบแบบ Real Time ส่งผลให้บริษัทสามารถลดค่าบริหารจัดการลงกว่า 2,400 บาทต่อปี ต่อความยาวของท่อในทุก ๆ หนึ่งกิโลเมตร

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	157,722	169,856	132,076
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	92,259	103,456	80,491
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	65,463	66,400	51,585
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	30,077	29,682	24,125
สินทรัพย์รวม	284,067	290,505	283,593
หนี้สินรวม	233,641	232,836	221,495
ส่วนผู้ถือหุ้น	50,320	57,521	61,971
EPS (บาท)	10.12	9.98	8.11
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	41.51	39.09	39.06
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	18.98	17.37	18.19
ROE (%)	64.76	55.05	54.98
Dividend Yield (%)**	5.28	4.10	3.34

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





# AOT

## บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

บริการ / ขนส่งและโลจิสติกส์  
www.airportthai.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจท่าอากาศยานของประเทศไทย โดยธุรกิจหลักประกอบด้วย การบริหารจัดการและการพัฒนาท่าอากาศยาน โดยมีท่าอากาศยานในความรับผิดชอบ 6 แห่ง ซึ่งท่าอากาศยานทั้ง 6 แห่งนี้ ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท. นำประเด็นด้านการพัฒนาประเทศ ความผาสุกและผลประโยชน์ของสังคมมาเป็นส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์และการปฏิบัติงานประจำวัน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้มีค่านิยมและพฤติกรรมที่พึงประสงค์สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร ผ่านการให้ความรู้และพัฒนาทักษะ (Skill Set) ทักษะคิด (Mind Set) และเครื่องมือ (Tool Set) เพื่อให้บุคลากรสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนและผลักดันค่านิยมที่ประกอบด้วย 5 ใจ ให้ครอบคลุมทุกส่วนงาน ได้แก่ **หัวใจ:** มีจิตสำนึกในการให้บริการ **บันใจ:** คำนึงถึงความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย **ร่วมใจ:** มีส่วนร่วมและสื่อสารทั้งภายในองค์กรและหน่วยงานภายนอก **เปิดใจ:** เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง **ภูมิใจ:** มีความโปร่งใสและสำนึกในความรับผิดชอบ

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ทอท. มีกระบวนการประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อการรับมือกับบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปีที่ผ่านมา มีความเสี่ยงที่สำคัญ เช่น **การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)** ปัจจุบันโครงสร้างประชากรทั่วโลกกำลังปรับเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้แนวโน้มสัดส่วนผู้โดยสารสูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นท่าอากาศยานจึงจำเป็นต้องจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการที่เหมาะสมและเพียงพอ เพื่อลดอุปสรรคต่อผู้โดยสารกลุ่มดังกล่าวในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือรับบริการทางการแพทย์ซึ่งคาดว่าจะเป็กลุ่มผู้โดยสารหลักในอนาคต และเป็นปัจจัยสำคัญต่อรายได้ของประเทศ

ทอท. มีมาตรการรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าวโดยออกแบบโครงสร้างและจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามแนวคิดอารยสถาปัตย์ (Universal Design) อย่างเพียงพอและเหมาะสมในทุกท่าอากาศยาน มีการฝึกอบรมแก่พนักงานเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่กลุ่มผู้โดยสารสูงอายุและกลุ่มผู้มีความต้องการ

พิเศษอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนยกระดับคุณภาพในการให้บริการ (Level of Service) ที่ดี เพื่อเพิ่มความสะดวสบายและลดระยะเวลาการให้บริการแก่ผู้โดยสาร

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ทอท. ได้เชื่อมโยงเป้าหมาย SDGs เข้ากับกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งสิ้น 12 เป้าหมาย โดยมีเป้าหมายสำคัญที่มุ่งตอบสนอง คือ เป้าหมาย SDGs ที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” ในปี 2562 ทอท. ได้เปิดตัว **AOT Digital Airports: สนามบินที่มีชีวิต** ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่เชื่อมโยงระบบ IT ทั้งหมดในท่าอากาศยาน เพื่ออำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน โดยการดำเนินการต่อจากนี้ ทอท. จะมีการเชื่อมโยงระบบไปยังอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนอกท่าอากาศยาน ทั้งการคมนาคมและแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ และเชื่อมโยงไปยังท่าอากาศยานพันธมิตร 16 แห่งทั่วโลก

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 30 กันยายน

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	50,962	54,901	62,783
ต้นทุนขาย	-	-	4,357
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	50,962	54,901	58,426
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	19,571	20,684	25,026
สินทรัพย์รวม	172,216	178,410	198,382
หนี้สินรวม	50,638	46,721	43,843
ส่วนผู้ถือหุ้น	121,322	131,376	153,899
EPS (บาท)	13.70	1.45	1.75
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	0.00	100.00	93.06
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	0.00	36.45	38.51
ROE (%)	0.00	16.37	16.81
Dividend Yield (%)**	1.26	1.63	1.39

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BAY

## ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ธนาคาร  
www.krungsri.com



**ธุรกิจหลัก** ธนาคารในเครือของมิทซูบิชิ ยูเอฟเอ ไฟแนนเชียล กรุ๊ป (MUFG) กลุ่มสถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่น และเป็นหนึ่งในกลุ่มสถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดระดับโลก โดยธนาคารให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรแก่ลูกค้าธุรกิจ และลูกค้าบุคคล

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (หรือ “กรุงศรี”) ดำเนินธุรกิจภายใต้พันธกิจ “มุ่งสู่การเป็นสถาบันการเงินชั้นนำระดับโลก ที่ก้าวสู่ทั่วโลกด้วยการเติบโตที่ยั่งยืน รับผิดชอบต่อสังคม และสนองต่อความต้องการของลูกค้า” สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน

กรุงศรีตระหนักดีว่ากลไกสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จและการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน คือ ทรัพยากรบุคคล จึงได้สร้างสรรค์วัฒนธรรมองค์กร โดยปลูกฝังค่านิยม กรุงศรี (Krungsri Core Values) ประกอบด้วย ลูกค้าคือคนสำคัญ (Customer Centricity) ซื่อสัตย์ปฏิบัติถูกต้อง (Integrity) ร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำ (Team Spirit) มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ (Passion for Excellence) เปลี่ยนแปลงอย่างสร้างสรรค์ (Making Innovative Changes) ก้าวสู่เวทีระดับโลก (Global Awareness)

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ด้วยการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ธนาคารจึงได้ดำเนินงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าว ทั้งการพัฒนากระบวนการทำงานที่เป็นรูปแบบดิจิทัลมากยิ่งขึ้น อาทิ การทดลองใช้กระบวนการทำงานอัตโนมัติโดยใช้หุ่นยนต์ (Robotic Process Automation: RPA) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ประหยัดค่าใช้จ่าย และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

ขณะเดียวกัน ธนาคารตระหนักถึงภัยคุกคามในโลกไซเบอร์ที่เกิดขึ้นและสร้างความเสียหายไปทั่วทุกมุมโลก ธนาคารจึงได้เตรียมความพร้อมรับมือต่อภัยคุกคามด้านไซเบอร์ (Cybersecurity) อย่างต่อเนื่อง โดยจัดให้มีการทดสอบผ่านสถานการณ์จำลองในการโจมตีแบบฟิชซิง (Phishing) ทั่วทั้งองค์กร ทั้งนี้ ธนาคารมีเป้าหมายที่จะลดอัตราความเสี่ยงที่อาจถูกโจมตีแบบฟิชซิงให้เหลือน้อยลง 0

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

กรุงศรีดำเนินธุรกิจบนหลักการ “การธนาคารอย่างยั่งยืน” จึงมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการบนหลักการการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในปี 2562 กรุงศรีได้ออกพันธบัตรเพื่อสังคม (Gender Bonds) ให้แก่ผู้ลงทุนต่างประเทศเป็นธนาคารแรกในเอเชียแปซิฟิก เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีผู้หญิงเป็นเจ้าของหรือผู้บริหารในประเทศไทย

การออกพันธบัตรเพื่อสังคมนี้จะช่วยสนับสนุนวงเงินสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการหญิง ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและช่วยเพิ่มอัตราการจ้างงานในประเทศ ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนในสังคมไทยและภูมิภาคเอเชีย ถือเป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่นในการบรรลุเป้าหมาย SDGs ที่ 5 “Gender Equality” เป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economy Growth” รวมถึงเป้าหมายที่ 17 “Partnerships for the Goals” อีกด้วย

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	94,998	107,132	82,709
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	26,463	31,803	25,414
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	68,535	75,328	57,295
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	23,209	24,813	26,311
สินทรัพย์รวม	2,088,772	2,173,622	2,269,188
หนี้สินรวม	1,862,785	1,929,904	2,005,518
ส่วนผู้ถือหุ้น	225,131	242,637	262,433
EPS (บาท)	3.16	3.37	3.58
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	72.14	70.31	69.27
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	18.11	17.28	23.73
ROE (%)	10.71	10.61	12.99
Dividend Yield (%)**	2.14	2.22	2.64

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BBL

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ธนาคาร  
www.bangkokbank.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจร ประกอบด้วย การจัดการสินเชื่อร่วม การรับประกัน การจัดทำนายตราสารทุน สินเชื่อเพื่อการค้าระหว่างประเทศ สินเชื่อโครงการ บริการรับฝากหลักทรัพย์ สินเชื่อเพื่อเอสเอ็มอี บริการการเงินธนกิจและบริการให้คำแนะนำทางธุรกิจ โดยมีสาขาในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ และมีเครือข่ายในต่างประเทศครอบคลุมเขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ธนาคารกรุงเทพยึดมั่นกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่มุ่งเน้นสนับสนุนผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยยึดแนวทางสู่ความยั่งยืน 5 ด้าน ได้แก่ การใส่ใจดูแลสังคม การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล การเสริมสร้างศักยภาพของห่วงโซ่คุณค่า การดูแลและพัฒนาพนักงาน และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้คุณค่าหลักของธนาคารที่บุคลากรทุกคนในธนาคารจะต้องร่วมกันรักษาไว้ โดยจะต้องคำนึงถึงและนำมาใช้ดำเนินการในทุกกรณี คือ **“การให้บริการทางการเงินที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า”** ตามแนวทาง **“เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน”**

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ธนาคารพิจารณาความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว เพื่อเตรียมความพร้อมให้ธนาคารสามารถรับมือและบริหารจัดการส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่ธนาคารพิจารณาว่ามีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ **ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity)** เนื่องจากเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งาน อาจเป็นสาเหตุในการสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าผู้ให้บริการ และผู้มีส่วนได้เสียของธนาคาร อีกทั้งยังเป็นต้นทุนของธนาคารทั้งด้านการเงินและการบริหารจัดการ ดังนั้น ธนาคารจึงให้ความสำคัญกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) ขณะเดียวกันยังตระหนักถึงกระบวนการของการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อสร้างศักยภาพในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สร้างความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าว

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ธนาคารตระหนักถึงความสำคัญของพลังงานทดแทนและได้ให้การสนับสนุนธุรกิจพลังงานทดแทนอย่างต่อเนื่อง โดยตลอดหลายปีที่ผ่านมา ธนาคารมีสัดส่วนการให้สินเชื่อธุรกิจพลังงานทดแทนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะสินเชื่อธุรกิจพลังงานน้ำซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14 ของยอดคงค้างสินเชื่อพลังงานในปี 2558 เป็นร้อยละ 22 ในปี 2561

นอกจากนี้ ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา ธนาคารได้สนับสนุนวงเงินกู้ระยะยาวให้กับโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทนไปแล้วทั้งสิ้นกว่า 47,635 ล้านบาท อีกทั้งธนาคารได้สนับสนุนสินเชื่อแก่ธุรกิจติดตั้งแผงโซลาร์บนหลังคาโรงงานเพื่อจำหน่ายไฟฟ้าให้กับโรงงานในอัตราค่าไฟที่ต่ำกว่าอัตราของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งนอกจากจะช่วยให้โรงงานประหยัดค่าไฟแล้วยังช่วยลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลของประเทศด้วย การสนับสนุนสินเชื่อธุรกิจพลังงาน ได้ช่วยสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 7 “Affordable and Clean Energy” และเป้าหมายที่ 13 “Climate Action”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	105,476	110,781	84,851
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	38,851	39,405	30,972
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	66,625	71,376	53,878
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	33,009	35,330	27,814
สินทรัพย์รวม	3,076,310	3,116,750	3,228,092
หนี้สินรวม	2,674,303	2,703,591	2,797,654
ส่วนผู้ถือหุ้น	401,724	412,814	430,178
EPS (บาท)	17.29	18.51	14.57
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	63.17	64.43	63.50
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	22.40	22.90	23.50
ROE (%)	8.46	8.67	8.60
Dividend Yield (%)**	3.22	3.20	3.68

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BEM

## บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์  
www.bemplc.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจก่อสร้างและบริหารทางพิเศษและบริหารจัดการโครงการระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า รวมถึงธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

### กลยุทธ์และวิสัยทัศน์เพื่อความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นเป็นผู้นำด้านการให้บริการระบบคมนาคมขนส่งที่ครบวงจรของประเทศและในภูมิภาคอาเซียน โดยมีพันธกิจทางสังคมในการส่งมอบการบริการคมนาคมขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อส่งมอบ **“เส้นทางแห่งความสุขเพื่อวิถีการเดินทางที่ดีกว่า”**

บริษัทเชื่อมั่นว่าบุคลากรที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน เพื่อให้บุคลากรสามารถส่งมอบคุณภาพของการบริการ โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย บริษัทจึงมุ่งมั่นพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงานควบคู่กับคุณภาพชีวิตของพนักงาน ผ่านการปลูกฝังแนวคิดและค่านิยมเกี่ยวกับนโยบายคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาบุคลากร การทำงานเป็นทีม การสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมในการทำงาน และความรับผิดชอบต่อของผู้บริหารและพนักงาน

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทวิเคราะห์ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยพิจารณาความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ใน 2 ประเด็น ดังนี้ **1 ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** เนื่องจากธุรกิจของบริษัทต้องนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงาน ซึ่งอาจเกิดความเสี่ยงต่อระบบงานที่มีความสำคัญขัดข้อง ทำให้การบริการต้องหยุดชะงัก บริษัทได้จัดทำแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยมีแผนทั้งการป้องกัน (Preventive) และการบำรุงรักษา (Corrective) อุปกรณ์และระบบอย่างสม่ำเสมอ **2 ความเสี่ยงจากอุบัติเหตุร้ายแรง เหตุการณ์ความไม่สงบ หรือภัยธรรมชาติ** ธุรกิจของบริษัททั้งก่อสร้างและบริหารงานทางพิเศษและรถไฟฟ้า มีความเสี่ยงต่อเหตุการณ์สุดวิสัยกะทันหัน ซึ่งอาจทำให้บริษัทต้องระงับการให้บริการ บริษัทจึงมีการกำหนดแผนสำรองฉุกเฉินเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อให้พนักงานที่รับผิดชอบสามารถแก้ไขปัญหา

ได้ทันทีเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉิน และจัดตั้งหน่วยงานติดตามและประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงและพร้อมปฏิบัติการกู้ภัย

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินธุรกิจตามแนวทางที่สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs โดยมุ่งมั่นพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางแก่ประชาชน สำหรับทางพิเศษศรีรัช-วงแหวนรอบนอก และโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย เป็นอีกหนึ่งโครงข่ายที่เชื่อมการเดินทางอย่างไร้รอยต่อ ทำให้เกิดการคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ เชื่อมโยงอนาคต เชื่อมความสุขในการเดินทางระหว่างฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรีให้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการจราจรและยกระดับคุณภาพชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” และ SDGs ที่ 11 “Sustainable Cities and Communities”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	15,153	15,614	11,905
ต้นทุนขาย	5,207	5,487	4,307
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	9,947	10,127	7,598
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	3,123	5,317	4,914
สินทรัพย์รวม	98,919	103,831	112,378
หนี้สินรวม	67,740	68,219	73,024
ส่วนผู้ถือหุ้น	31,068	35,499	39,313
EPS (บาท)	0.20	0.35	0.32
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	65.64	64.86	63.82
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	19.77	27.24	30.20
ROE (%)	10.28	15.98	14.43
Dividend Yield (%)**	1.43	1.34	1.39

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BTS

บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์  
www.btsgroup.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการลงทุนใน 4 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจระบบขนส่งมวลชน ธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบริการ ผ่านการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มบริษัทบีทีเอส กว่า 100 บริษัท โดยมีธุรกิจระบบขนส่งมวลชน เป็นตัวขับเคลื่อนหลัก

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

“CITY SOLUTIONS” คือ กลยุทธ์การดำเนินงานอย่างยั่งยืน และเป็นวัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มบริษัทบีทีเอส โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของทั้ง 4 กลุ่มธุรกิจให้ร่วมกันดำเนินงานให้ครอบคลุมตามศักยภาพที่สอดคล้องกับธุรกิจแต่ละประเภท โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงาน รวมถึงชุมชนและสังคม

แนวคิด CITY SOLUTIONS ประกอบด้วย **1 ด้านเศรษฐกิจ** ดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลมุ่งผลสัมฤทธิ์ของพลังของกลุ่มธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ **2 ด้านสิ่งแวดล้อม:** บริหารจัดการการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งดำเนินนโยบายลดการใช้ทรัพยากร **3 ด้านสังคม:** ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านอุบัติเหตุและความปลอดภัย ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม และส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนและสังคม

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Disruptive Technology) ส่งผลให้รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป สามารถทำงาน เรียนหนังสือ หรือติดต่อธุรกิจระหว่างกันได้ทั่วโลก โดยไม่จำเป็นต้องเดินทาง ซึ่งในอนาคตอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจระบบขนส่งมวลชน ดังนั้น เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นดังกล่าว บริษัทจึงได้วางมาตรการป้องกันเพื่อลดผลกระทบ ดังนี้

- 1 พัฒนาแบบบิที** ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถรองรับการชำระเงินได้ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์
- 2 กระจายธุรกิจ** ของกลุ่มบริษัทบีทีเอสไปยังธุรกิจอื่น ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น การลงทุนใน Kerry Logistics
- 3 การผสมผสาน** ศักยภาพทางธุรกิจภายในกลุ่มบริษัทบีทีเอส เช่น วีจีไอ และแบบบิที ที่มีลักษณะทางธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงต่อเนื่องกัน เพื่อพัฒนา

รูปแบบสื่อโฆษณาไปสู่ศูนย์กลางสื่อโฆษณาภายใต้ฐานข้อมูลแบบครบวงจร

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

กลุ่มบริษัทบีทีเอสมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสานต่อเป้าหมาย SDGs โดยหนึ่งในเป้าหมายหลักที่กลุ่มบริษัทบีทีเอสสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกได้อย่างมีนัยสำคัญ คือ เป้าหมาย SDGs ที่ 11 “Sustainable Cities and Communities” ด้วยระบบขนส่งมวลชนเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดแนวทางการขยายตัวของเมือง บริษัทจึงมุ่งพัฒนาระบบขนส่งมวลชนทางรางด้วยรถไฟฟ้าที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับความต้องการการเดินทางโดยระบบสาธารณะในกรุงเทพมหานคร พร้อมขยายโอกาสทางธุรกิจไปยังระบบขนส่งมวลชนเส้นทางอื่น ๆ ปัจจุบันรถไฟฟ้าบีทีเอสให้บริการขนส่งผู้โดยสารกว่า 900,000 เที่ยวคนต่อวัน ครอบคลุมการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมระยะทางให้บริการ 54.12 กิโลเมตร ใน 48 สถานี

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 มีนาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	12,171	45,895	19,242
ต้นทุนขาย	8,085	40,178	16,067
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	4,086	5,717	3,174
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	4,416	2,873	2,171
สินทรัพย์รวม	106,058	144,315	163,496
หนี้สินรวม	59,702	92,164	97,912
ส่วนผู้ถือหุ้น	40,605	38,747	50,499
EPS (บาท)	0.37	0.24	0.18
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	33.57	12.46	16.50
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	25.31	5.76	9.92
ROE (%)	10.67	7.24	8.87
Dividend Yield (%)**	4.10	3.66	2.95

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 2 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# DTAC

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)

เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

www.dtac.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการโทรคมนาคมและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ปี 2562 ถือเป็นปีที่ท้าทายสำหรับดีแทคเป็นอย่างยิ่ง ดีแทคจึงเริ่มจากการสร้างกลยุทธ์องค์กรใหม่เป็น **“Human, Honest, Fun”** และปรับปรุงค่านิยมหลักให้สอดคล้องกับการดำเนินงานที่มุ่งไปสู่การเติบโตทางธุรกิจควบคู่กับการสร้างคุณค่าสู่สังคม ประกอบด้วย **1 Challenge the Status Quo:** ส่งเสริมให้ทุกคนกล้าสร้างผลลัพธ์ใหม่ **2 Fun:** เป็นองค์กรที่สร้างความสุขให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย **3 Stakeholder Obsessed:** ส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจผู้มีส่วนได้เสียอย่างแท้จริง **4 Honesty:** ส่งเสริมให้พนักงานทำงานอย่างซื่อสัตย์ **5 Simple:** ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานและการดำรงชีวิตให้ง่ายดาย นอกจากนี้ ดีแทคได้ประเมินกิจกรรมทางธุรกิจที่ก่อให้เกิดความไม่โปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้เสียและทำการปรับปรุงทันที อีกทั้งมีมาตรการเพื่อตรวจสอบและยกเลิกคู่ค้าที่ไม่มีมีการควบคุมดูแลหรือสร้างความสูญเสียแก่ลูกค้า ส่งผลให้จำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สำหรับอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและเทคโนโลยี ประเด็นหลักที่บริษัทให้ความสำคัญมาโดยตลอดคือ **Technology Disruption** โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี 5G ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับโลกดิจิทัลแห่งอนาคต อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าว อาจมีความเสี่ยง เช่น การเตรียมความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากร การทำงานร่วมกับภาครัฐ

ดีแทคจึงได้ร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลและหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นในการออกแบบนโยบายกระบวนการทำงานเพื่อพัฒนา รวมถึงการจัดสรรคลื่นความถี่และการกำหนดเงื่อนไขการประมูลคลื่น นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินแผนการมุ่งสร้างดีแทคให้เป็น **“Data-Driven Organization”** หรือเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจและดำเนินงาน อีกทั้งออกแบบโปรแกรมอบรมเรื่องการบริหารจัดการและการใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลขนาดใหญ่สำหรับพนักงานจากทุกแขนง เพื่อเตรียมความพร้อมให้บุคลากรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุดแก่ผู้บริโภค

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทเล็งเห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะความเหลื่อมล้ำตามกรอบ SDGs ที่ 10 “Reduced Inequalities” จึงดำเนินโครงการที่สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว เช่น **โครงการ Smart Farmer** ที่มีเป้าหมายในการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรรายย่อย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลุ่มประชากรที่มีรายได้น้อยที่สุดของประเทศ ด้วยการใช้เทคโนโลยี Internet of Things, Satellite Imagery และ Big Data ที่ช่วยให้เกษตรกรรายย่อยสามารถเข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์แบบ Real-time ผ่านสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ให้สามารถบริหารจัดการการเกษตรของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถลดต้นทุนการผลิตได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเกษตรกรรายย่อยที่เข้าร่วมโครงการสามารถเพิ่มรายได้กว่าร้อยละ 15 หลังจากที่ใช้เทคโนโลยี

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	78,275	74,980	60,443
ต้นทุนขาย	59,529	57,280	41,715
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	18,746	17,700	18,728
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	2,115	(4,369)	4,920
สินทรัพย์รวม	114,501	150,958	140,579
หนี้สินรวม	85,266	129,028	116,187
ส่วนผู้ถือหุ้น	29,234	21,929	24,392
EPS (บาท)	0.89	(1.85)	2.08
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	23.95	23.61	30.98
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	2.69	(5.78)	8.13
ROE (%)	7.50	(17.08)	(0.08)
Dividend Yield (%)**	0.86	0.55	1.89

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# EA

## บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน)

กริพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค  
www.energyabsolute.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำมันไบโอดีเซลแก่โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียมที่ครองตลาดอยู่ในประเทศ โดยใช้วัตถุดิบหลักจากน้ำมันปาล์มดิบ ผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลมและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้แก่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตลอดจนลงทุนในธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อบริหารจัดการและจัดเก็บพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์มุ่งสู่การเป็น “ผู้นำธุรกิจพลังงานทางเลือก โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้ ผู้ถือหุ้น ผู้ร่วมค้า และพนักงาน อย่างเป็นธรรม” และเพื่อเน้นย้ำต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จึงได้กำหนดเป็นคำขวัญประจำบริษัทไว้ว่า “พลังงานบริสุทธิ์พลังเพื่ออนาคต” ในการนี้ได้มีการปลูกฝังวัฒนธรรมขององค์กรขึ้นภายใต้ค่านิยม **“FIRST”** ซึ่งประกอบด้วย **1 Friend:** การเป็นพันธมิตรที่ดีของผู้มีส่วนได้เสีย **2 Integrity:** ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง เชื่อถือได้ **3 Resourcefulness:** ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ **4 Security:** การสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน และ **5 Transparency:** โปร่งใส มีธรรมาภิบาล

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ธุรกิจของบริษัทมีแผนงานและโครงการลงทุนมูลค่าสูงจำนวนมาก อีกทั้งยังอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้หลากหลาย บริษัทได้ตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงใหม่ที่สำคัญ ได้แก่ **1 การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี** เช่น Bio Technology, Energy Storage, Electrical Vehicle, Charging Equipment เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อโครงการลงทุนของบริษัทได้ ในการนี้ บริษัทจึงได้ทำข้อตกลงความร่วมมือในการพัฒนาเทคโนโลยีกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้มีความสามารถในการปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีทีมงานของกลุ่มบริษัทฯ ทำการศึกษา วิจัยและพัฒนา **2 ความเสี่ยงด้านการออกกฎระเบียบใหม่ ๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม** เนื่องจากธุรกิจของบริษัทมีการลงทุนในเครื่องมือและอุปกรณ์จำนวนมาก ในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายในการควบคุมการจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้น ทีมงานของบริษัทจึงได้ติดตามพัฒนาการทางเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิดตลอดจนใช้มาตรการบำรุงรักษาเพื่อยืดอายุการใช้งานให้ยาวนานที่สุด

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทได้สร้างทางเลือกอาชีพให้แก่ชุมชนตามแนวคิดกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเพิ่มรายได้ และคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของโรงงานและโรงไฟฟ้าของบริษัท โดยมีโครงการตามแนวทางกิจการเพื่อสังคมของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 3 “Good Health and Well-Being” และ 15 “Life On Land” คือ **โครงการเกษตรอินทรีย์ที่ยั่งยืน** บริษัทได้ส่งเสริมการปลูกพืชแนวทางเกษตรอินทรีย์แบบผสมผสานกับการเลี้ยงสัตว์ต่าง ๆ ชนิดอยู่ในพื้นที่เดียวกัน โดยไม่ใช้สารเคมีเพื่อฟื้นฟูสภาพผืนดิน เกิดเป็นระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ช่วยสร้างประสิทธิผล และลดต้นทุนการเพาะปลูก

นอกจากนี้ **บริษัทยังส่งเสริมการปรับปรุงดินแบบลดต้นทุน** โดยนำวัสดุที่ไม่มีมูลค่ามาเพิ่มคุณค่า เน้นการลดต้นทุนและสร้างคุณค่าเพิ่มจากสิ่งใกล้ตัว อาทิ การทำปุ๋ยหมักอินทรีย์จากผักตบชวา การนำกากปาล์มที่เป็นวัสดุเหลือทิ้งจากการผลิตน้ำมันไบโอดีเซลไปทำเป็นปุ๋ยแจกจ่ายให้ชุมชน เป็นต้น

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	11,580	11,552	10,804
ต้นทุนขาย	6,046	5,668	4,960
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	5,534	5,884	5,844
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	3,817	4,975	4,332
สินทรัพย์รวม	44,530	59,208	67,789
หนี้สินรวม	29,787	39,690	44,677
ส่วนผู้ถือหุ้น	14,668	18,139	21,401
EPS (บาท)	1.02	1.33	1.16
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	47.79	50.93	54.09
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	32.53	39.31	39.60
ROE (%)	29.31	30.33	26.16
Dividend Yield (%)**	0.29	0.47	0.58

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# EGCO

บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

กริพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.egco.com



**ธุรกิจหลัก** เป็น Holding company โดยถือหุ้นในบริษัทต่าง ๆ ที่ประกอบธุรกิจ 1 ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าทั้งในฐานะรายใหญ่ (IPP-Independent Power Producer) และรายเล็ก (SPP-Small Power Producer) 2 ธุรกิจการให้บริการด้านเทคนิคการจัดการแก่โรงไฟฟ้าและโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ และ 3 ธุรกิจน้ำที่ผลิตและจำหน่ายน้ำประปาให้การประปาส่วนภูมิภาค

## กลยุทธ์และวิสัยทัศน์องค์กรเพื่อความยั่งยืน

ด้วยตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อในการสร้างมูลค่าเชิงบวก และลดผลกระทบเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสียตลอดกระบวนการดำเนินธุรกิจขององค์กร กลุ่มเอ็กโกมีเป้าหมายและพันธกิจในการเติบโตอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เสริมสร้างความมั่นคงของระบบไฟฟ้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้บุคลากรอย่างต่อเนื่องและมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมให้เข้มแข็ง

บริษัทเชื่อมั่นว่า **นวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน** เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความยั่งยืนในอนาคตให้กับองค์กร โดยกำหนดให้นวัตกรรมเป็นหนึ่งในค่านิยมหลักขององค์กร อีกทั้งสนับสนุนการค้นคว้าและพัฒนา นวัตกรรมภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ในปี 2561 บริษัทได้ระบุนความเสี่ยอันอาจส่งผลกระทบต่อ การปฏิบัติงานของบริษัท คือ **ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** บริษัทจึงมุ่งใส่ใจและดูแลประสิทธิภาพของการผลิตไฟฟ้า โดยกำหนดให้มีการตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพของเครื่องจักรสำคัญอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงานในกระบวนการผลิต สำหรับการลงทุนในโรงไฟฟ้า เอ็กโกพิจารณาเลือกใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ใหม่และเหมาะสมที่สุดในปัจจุบันที่ช่วยลดอัตราการใช้เชื้อเพลิงและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตไฟฟ้า เพื่อลดการปล่อยมลพิษทางอากาศและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมโดยรวม รวมถึงวางแผนจะเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในพลังงานทดแทนให้ได้ร้อยละ 30 ภายในปี 2569

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

กลุ่มเอ็กโกนำหลักการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนมา กำหนดเป้าหมายของการดำเนินงานตามประเด็นด้านความยั่งยืนขององค์กร พร้อมทั้ง สนับสนุนเป้าหมาย SDGs โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป้าหมายที่ 13 “Climate Action” ในฐานะที่เอ็กโกเป็นหนึ่งในผู้ผลิตไฟฟ้าเอกชนรายแรกของประเทศไทย บริษัทจึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความมั่นคงทางพลังงานให้กับประเทศไทย โดยหน้าที่ของบริษัท คือ การส่งมอบไฟฟ้าที่เพียงพอและเข้าถึงได้แก่ประชาชน ในขณะเดียวกัน เอ็กโกยังมุ่งมั่นที่จะส่งมอบไฟฟ้าพลังงานสะอาดจากโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนของบริษัท เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ควบคู่ไปกับการนำพาอุตสาหกรรมไฟฟ้าและสาธารณูปโภคของประเทศไทย ไปสู่นาถพลังงานที่สะอาด ปัจจุบัน เอ็กโก กรุ๊ป มีโรงไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนที่เดินเครื่องเชิงพาณิชย์แล้วทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.86 ของกำลังการผลิตทั้งหมดของกลุ่มเอ็กโก

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	30,018	35,522	28,573
ต้นทุนขาย	21,332	26,606	21,585
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	8,686	8,916	6,988
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	11,818	21,073	10,520
สินทรัพย์รวม	200,333	206,428	208,168
หนี้สินรวม	113,476	105,577	104,580
ส่วนผู้ถือหุ้น	86,238	100,239	102,975
EPS (บาท)	22.45	40.03	19.98
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	28.94	25.10	24.46
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	31.05	36.19	29.33
ROE (%)	14.05	22.60	9.66
Dividend Yield (%)**	3.01	2.82	2.75

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# GULF

บริษัท กัลฟ์ เอ็นเนอร์จี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

กริพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค  
www.gulf.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจ Holding Company โดยถือหุ้นในบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักด้านการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า ไอน้ำ และน้ำเย็น และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีบริษัท กัลฟ์ วิทีพี จำกัด (GVTP) เป็นบริษัทแทน

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ด้วยการบริหารจัดการผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจของบริษัทจะสามารถตอบสนองความต้องการของสังคมทั้งในปัจจุบันและอนาคต บริษัทจึงพัฒนากรอบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่มุ่งสร้างสมดุลในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการสร้างโอกาสให้กับผู้มีส่วนได้เสียและคนในสังคม ด้วยหลักปฏิบัติ **“GULF HELPS the WORLD”**

กลยุทธ์ของบริษัทครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ **1 มิติ เศรษฐกิจ:** บริษัทมุ่งสนับสนุนการเติบโตของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศและระดับภูมิภาค ผ่านการลงทุนโครงการด้านพลังงานและโครงสร้างพื้นฐาน **2 มิติสังคม:** มุ่งมั่นที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมด้วยผลกระทบเชิงบวกที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ **3 มิติสิ่งแวดล้อม:** มุ่งบริหารจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อชะลอการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

**การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นตามลำดับ การตระหนักเรื่องผลกระทบดังกล่าวจึงนำมาสู่ยุคของการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมพลังงาน หรือ Energy Transition ที่มุ่งสร้างระบบเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ ด้วยการส่งเสริมการลงทุนในเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียน และเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดการพึ่งพิงการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล

บริษัทมองว่าการมุ่งสู่ระบบเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำถือเป็นโอกาสทางธุรกิจ บริษัทจึงได้พัฒนากลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจเพื่อเตรียมความพร้อมให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงด้วยการเพิ่มการลงทุนในธุรกิจพลังงานหมุนเวียนและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เสริมด้วยความมุ่งมั่นที่จะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูง เพื่อตอบรับกับทิศทางการพัฒนาพลังงานที่มุ่งเน้นการลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลและการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงมุ่งสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ในทุกข้อ โดยให้ความสำคัญกับเป้าหมายที่สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจ 4 ลำดับแรก คือ เป้าหมาย SDGs ที่ 7 “Affordable and Clean Energy” เป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” เป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” และเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” โดยมีการดำเนินโครงการที่สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว เช่น **การนำระบบบริหารจัดการสังคมและสิ่งแวดล้อม (Environmental and Social Management System : ESMS)** มาใช้เป็นแนวทางบริหารการดำเนินงาน ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีโครงการที่ช่วยส่งเสริมการผลิตพลังงานสะอาด เช่น การทำระบบ Tie-line ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้เกือบ 50,000 tons CO2e ต่อโครงการต่อปี

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,350	17,181	22,036
ต้นทุนขาย	3,286	12,681	16,713
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,064	4,500	5,323
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	3,451	3,028	3,982
สินทรัพย์รวม	100,652	123,669	130,566
หนี้สินรวม	61,304	78,880	82,333
ส่วนผู้ถือหุ้น	34,565	36,537	37,790
EPS (บาท)	3.18	1.42	1.87
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	24.46	26.19	24.16
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	36.24	14.97	15.49
ROE (%)	18.71	8.52	12.26
Dividend Yield (%)**	N/A	0.49	0.72

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# INTOUCH

บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

www.intouchcompany.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจ Holding company โดยถือหุ้นในธุรกิจ โทรคมนาคม สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และดิจิทัลคอนเทนต์ ปัจจุบัน การลงทุนของอินทัช สามารถจำแนกออกเป็น 3 สายธุรกิจหลัก คือ ① ธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมไร้สาย ② ธุรกิจดาวเทียมและธุรกิจ ต่างประเทศ ③ ธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธุรกิจทีวีโฮมช้อปปิ้ง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

อินทัชกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยกรอบ การพัฒนาภายใต้แนวคิด “การสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน” (Sustainable Value Creation) ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ① การลงทุน เพื่อสร้างผลกระทบอย่างยั่งยืน (Sustainable Impact Investing) มุ่งเน้นการลงทุนที่ช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไป กับการเติบโตของบริษัท ② การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อความยั่งยืน (Human Capital Development) สนับสนุนให้พนักงานพัฒนา ศักยภาพอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการ พัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ③ การลงทุนทางสังคมและชุมชน (Social & Community Investment) สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและ สังคมด้วยการส่งเสริมทักษะความรู้ สร้างเสริมศักยภาพ และการ เข้าถึงเทคโนโลยีตามความต้องการของแต่ละชุมชน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จากการที่บริษัทเผชิญกับปัจจัยความท้าทายต่าง ๆ มากมาย ทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของ ผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ บริษัทได้นำประเด็นความท้าทายต่าง ๆ มาพิจารณาผลกระทบและ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นภายในกลุ่มบริษัท และได้ปรับเปลี่ยน กลยุทธ์การดำเนินงาน โดยเตรียมความพร้อมและเปิดรับกับ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งหนึ่งในวิธีการแสวงหาโอกาสให้แก่บริษัท คือ การก่อตั้งโครงการอินวันท์ ตั้งแต่ปี 2555 ที่ลงทุนในบริษัท สตาร์ทอัพที่มีความคิดใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์บริการที่เกี่ยวข้อง กับเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้บริษัทได้ทราบถึงการพัฒนาเทคโนโลยี รวมทั้งการลงทุนใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในกลุ่มเทคโนโลยีและดิจิทัล โดยปัจจุบันมูลค่าการลงทุนในบริษัทสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ ประมาณ 1,000 ล้านบาท และเป็นโอกาสสร้างการเติบโตของรายได้ ให้เกิดขึ้นในระยะยาวได้อีกด้วย

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

อินทัชให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีของ คนในสังคมควบคู่กัน เพื่อสร้างความสมดุลของการพัฒนา โดยมี เป้าหมายของการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม คือ “คนไทยแข็งแรง ประเทศไทยแข็งแรง”

หนึ่งในโครงการที่สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนิน กิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทและยังตอบสนองต่อเป้าหมาย SDGs ที่ 4 “Quality Education” คือ โครงการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต นักเรียนในโรงเรียนด้อยโอกาส บริษัทเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ให้แก่นักเรียนในโรงเรียนด้อยโอกาส เพื่อมุ่งให้โอกาสการเข้าถึง การศึกษาและมีคุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับนักเรียน ด้วยการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค การให้ความรู้และเทคโนโลยี เพื่อการเรียนรู้ ด้านสุขอนามัย และด้านทักษะอาชีพให้กับโรงเรียน มาตั้งแต่ปี 2559 ทำให้นักเรียนมีสภาพแวดล้อมและอุปกรณ์ ด้านการศึกษาพร้อมกับสุขภาวะอนามัยที่ดี โดยมีนักเรียนและครู ได้รับประโยชน์จากโครงการนี้ตลอด 3 ปี จำนวน 1,321 คน

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	9,628	6,389	3,810
ต้นทุนขาย	7,146	4,498	2,908
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,482	1,891	902
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	10,673	11,491	9,193
สินทรัพย์รวม	50,960	50,009	51,017
หนี้สินรวม	13,633	12,068	11,580
ส่วนผู้ถือหุ้น	28,915	30,768	32,460
EPS (บาท)	3.33	3.58	2.87
อัตรากำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น (%)	25.78	29.60	23.68
อัตรากำไร(ขาดทุน) สุทธิ (%)	47.34	56.31	67.32
ROE (%)	38.07	38.51	35.97
Dividend Yield (%)**	8.18	8.65	4.61

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# IVL

**บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน)**

สินค้าอุตสาหกรรม / ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์  
www.indoramaventures.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินงานในรูปแบบ Holding Company ซึ่งลงทุนในบริษัทต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีแบบครบวงจร

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

อินโดรามา เวนเจอร์ส ได้กำหนดให้การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนถูกนำไปผนวกในกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร และผลักดันผ่านการบริหารจัดการในทุกหน่วยธุรกิจ โดยเปิดรับการมีส่วนร่วมจากพนักงานและมีคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลและให้คำปรึกษาในกิจกรรมทางกลยุทธ์พร้อมทั้งมีการสื่อสารทั่วทั้งองค์กรและประยุกต์ใช้กับพนักงานในทุกระดับ

กลยุทธ์การดำเนินงานของบริษัทมุ่งเน้นการส่งเสริมประสิทธิภาพและการใช้ทรัพยากรและพลังงานหมุนเวียน ตลอดจนพัฒนาโครงการด้านกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศรวมทั้งพัฒนาแนวทางและวิธีการในการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์สีเขียว

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรสามารถสร้างผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง **วิกฤตน้ำ** ที่ปริมาณและคุณภาพของน้ำสะอาดลดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทั้งภาคสังคมและภาคธุรกิจ

บริษัทวิเคราะห์ความอ่อนไหวของทรัพยากรน้ำ (Water Sensitivity Analysis) โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ความเสี่ยงของน้ำ ซึ่งพัฒนาโดย World Resources Institute (WRI) เพื่อระบุพื้นที่ที่มีความตึงเครียดด้านน้ำ และยังวิเคราะห์สถานการณ์จำลองต่าง ๆ (Scenario Analysis) เพื่อประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านทรัพยากรน้ำ มีการสื่อสารกับหน่วยงานท้องถิ่นในการตรวจสอบระดับน้ำใต้ดินและระดับน้ำในอ่างเก็บน้ำ เพื่อให้มั่นใจว่ามีปริมาณน้ำอย่างเพียงพอและไม่มีประเด็นขัดแย้งกับผู้มีส่วนได้เสียบริเวณใกล้เคียง ตลอดจนนำน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของ Zero Liquid Discharge

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

จาก**วิกฤตขยะพลาสติกในทะเลและบนบก** ทำให้เกิดการแสวงหาการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มข้นด้วยการเลิกและ/หรือลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single Use) และส่งเสริมการนำพลาสติกมารีไซเคิล จึงเป็นโอกาสให้ PET กลายเป็นวัสดุทดแทน เพราะมีคุณสมบัติที่สามารถรีไซเคิลได้ 100%

บริษัทตอบสนองต่อประเด็นทางสังคมโดยสนับสนุนการบริโภคอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการจัดการขยะทันทีเมื่อสิ้นสุดการบริโภค เพื่อส่งเสริมให้อัตราการรีไซเคิลพลาสติก PET ให้สูงขึ้น สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production” โดยได้ตั้งเป้าหมายลดปริมาณของเสียประเภทพลาสติก PET ที่ถูกส่งไปยังหลุมฝังกลบและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน มุ่งสร้างธุรกิจจากผลิตภัณฑ์เส้นใยรีไซเคิล 100% รวมไปถึงการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการคัดแยกขยะพลาสติกและการรีไซเคิลแก่คนในสังคม

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	286,332	347,171	275,184
ต้นทุนขาย	240,889	289,232	240,053
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	45,444	57,939	35,131
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	20,883	26,465	6,768
สินทรัพย์รวม	282,358	379,195	384,753
หนี้สินรวม	163,372	227,339	240,240
ส่วนผู้ถือหุ้น	117,062	144,838	135,127
EPS (บาท)	3.98	4.61	1.07
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	15.87	16.69	12.77
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.17	7.51	2.44
ROE (%)	20.26	20.21	6.53
Dividend Yield (%)**	1.14	1.74	4.02

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# KTB

## ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ธนาคาร  
www.ktb.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ โดยมีสาขาอยู่ทั่วประเทศในประเทศไทย และในบางภูมิภาคหลักของโลก

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ธนาคารกรุงไทยยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม ปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎหมาย รับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยดำเนินการขับเคลื่อนสู่การเป็นธนาคารต้นแบบคุณธรรม ซึ่งมีประธานกรรมการธนาคาร กรรมการธนาคาร กรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสายงานและพนักงานของธนาคาร ได้ร่วมประกาศเจตนารมณ์เจตจำนง **“ความดีที่อยากทำ สู่กรุงไทยที่ยั่งยืน”** เพื่อนำองค์กรสู่การเป็น **“กรุงไทยคุณธรรม”** และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ทนต่อการทุจริต (Zero Tolerance) โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริหารและพนักงานมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็น ปัญหาที่อยากแก้ ความดีที่อยากทำ เพื่อพัฒนามาตรฐานด้านคุณธรรมจริยธรรม สร้างค่านิยม และจิตสำนึกที่ดี พร้อมทั้งได้ดำเนินการยกระดับมาตรฐานด้านบรรษัทภิบาลสู่การนำไปประพฤติปฏิบัติจนเกิดผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทั้งองค์กร

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จากการที่นวัตกรรมเทคโนโลยีในยุค Digital Economy มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจธนาคารจึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับ Digital Trend ธนาคารมีการจัดตั้งทีม Business Innovation Lab เพื่อวางแผนพัฒนานวัตกรรมเพื่อเป็นรากฐานของแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และโครงสร้างพื้นฐานของธนาคารในอนาคต โดยแต่ละโครงการจะมีการติดตามความคืบหน้าจากคณะกรรมการ Future Banking

ขณะเดียวกัน ธนาคารมีแผนการบริหารความเสี่ยงจาก Digital Trend และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิ การจัดทำ Branch Channel Strategy เพื่อรองรับการปิด/ปรับรูปแบบสาขาจำนวนมาก พร้อมจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้าน HR ให้สอดคล้องกับทิศทางการทำงานของธนาคาร โดยการ Refunction และ Reskill ให้แก่พนักงาน นอกจากนี้ ยังกำหนดแผนการบริหารความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีทางการเงิน เช่น การสร้างสรรค์ Application **“Krunghai NEXT”** เพื่อรองรับการทำธุรกรรมรูปแบบอื่นในอนาคต

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ธนาคารกรุงไทยมีภารกิจสำคัญในการสนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการสร้างสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ผ่านการดำเนินนโยบาย National e-Payment เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานของการชำระเงิน การจัดเก็บภาษี การเข้าถึงบริการทางการเงิน และส่งเสริมระบบ e-Payment ในทุกภาคส่วน โดยธนาคารได้ใช้ศักยภาพทางการเงินของธนาคารเพื่อสนับสนุนนโยบาย National e-Payment ด้วยการสร้าง Ecosystem เพื่อรองรับสังคมไร้เงินสด เช่น การสนับสนุนเพิ่มประสิทธิภาพการรับ-จ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ KTB Corporate Online การบูรณาการการชำระเงินสวัสดิการสังคมและเงินช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยผ่านระบบ KTB Corporate Online การสนับสนุนระบบสาธารณสุขด้วยการสร้างระบบ Health TMS Platform เพื่อตรวจสอบสิทธิและแจ้งสิทธิในการรักษาพยาบาล เป็นต้น

โครงการเหล่านี้ได้มีส่วนช่วยสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ในหลากหลายเป้าหมาย เช่น เป้าหมายที่ 1 “No Poverty” เป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” เป้าหมายที่ 10 “Reduced Inequalities” เป็นต้น

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	122,507	119,770	93,466
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	36,729	36,081	25,859
กำไรขั้นต้น	85,778	83,689	67,607
กำไรสุทธิ	22,440	28,491	21,825
สินทรัพย์รวม	2,854,210	2,739,203	2,913,359
หนี้สินรวม	2,559,991	2,425,062	2,568,226
ส่วนผู้ถือหุ้น	287,861	305,875	335,738
EPS (บาท)	1.61	2.04	1.56
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	70.02	69.87	72.33
อัตรากำไรสุทธิ (%)	14.30	18.49	18.29
ROE (%)	7.99	9.60	8.84
Dividend Yield (%)**	4.48	3.18	4.38

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# MTC

บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / เงินกู้และหลักทรัพย์

www.muangthaicap.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจประเภทสินเชื่อโดยเน้นการปล่อยสินเชื่อรถจักรยานยนต์ นอกจากนี้ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น บริษัทได้เพิ่มสินเชื่อประเภทอื่น เช่น สินเชื่อรถยนต์ ทั่วประเทศ สินเชื่อรถเพื่อการเกษตร สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อนาไอโฟน สินเชื่อไอโฟนก็คืน

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทยึดมั่นในแนวทางการเป็น “ผู้ให้บริการสินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม” เช่น ไม่หลอก ไม่บังคับ ไม่รบกวน และไม่เอาเปรียบลูกค้า เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างความเป็นธรรมในการให้บริการด้านการเงินและการกระจายการเข้าถึงการบริการด้านการเงินอย่างทั่วถึง บริษัทมีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง ได้แก่ ซื่อสัตย์สุจริต ทุ่มเทเพื่อนงาน ทัศนคติดี สามัคคีรวมใจ และมีวินัยเคร่งครัด รวมถึงให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของบริษัท ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีกลยุทธ์การดำเนินงาน โดยกระจายความเสี่ยงไปทุกภูมิภาคของประเทศและตามประเภทธุรกิจของลูกค้า ตลอดจนมุ่งสร้างสมดุลของคุณภาพของสินทรัพย์ กล่าวคือ บริษัทจะขยายธุรกิจเชิงรุก แต่บริหารจัดการความเสี่ยงแบบเชิงรับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นในรูปของหนี้เสีย หรือ NPL ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าทุกบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกัน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มีผลต่อผลผลิตทางการเกษตรซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้หลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายอย่างยิ่งสำหรับภาคการเกษตร ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มลูกค้าสำคัญของบริษัท การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจึงอาจส่งผลทำให้รายได้ของเกษตรกรลดลงอันจะทำให้ความต้องการสินเชื่อเพิ่มขึ้นแต่คุณภาพหนี้ลดลง

บริษัทส่งเสริมกลุ่มลูกค้าให้ทำการเกษตรอินทรีย์แบบผสมผสาน ตามแนวพระราชดำริการทำเกษตรแบบพอเพียงแทนการทำเกษตรเชิงเดี่ยว เพื่อลดความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศและความผันผวนของราคาผลผลิต

ขณะเดียวกันบริษัทดำเนินแนวทางการให้บริการสินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการปล่อยเงินกู้แก่เกษตรกรที่มีความเสี่ยงต่ำให้มีรายได้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนขยายสาขาไปยังพื้นที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อด้วยความรับผิดชอบต่อลูกค้า จึงได้ออกแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อและอัตราดอกเบี้ยให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม ด้วยระบบการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนแก่คนในสังคม

ขณะเดียวกัน บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างวินัยทางการเงินให้แก่ลูกค้า โดยเข้าร่วมโครงการ “คลินิกแก้หนี้” เพื่อช่วยเหลือลูกค้ารายย่อยที่มีหนี้กับเจ้าหนี้หลายรายมีโอกาสดำเนินการหนี้ สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 1 “No Poverty” เป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” และเป้าหมายที่ 10 “Reduced Inequalities”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	6,795	9,544	8,632
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	673	1,100	1,101
กำไรขั้นต้น	6,122	8,444	7,531
กำไรสุทธิ	2,501	3,713	3,107
สินทรัพย์รวม	36,953	49,146	59,207
หนี้สินรวม	28,010	36,847	44,351
ส่วนผู้ถือหุ้น	8,943	12,299	14,856
EPS (บาท)	1.18	1.75	1.47
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	90.09	88.47	87.24
อัตรากำไรสุทธิ (%)	33.47	35.65	33.65
ROE (%)	31.99	34.96	31.43
Dividend Yield (%)**	0.26	0.37	0.43

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# SCB

## ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ธนาคาร  
www.scb.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการทางการเงินครบวงจรสำหรับลูกค้าทุกประเภท เช่น รับฝากเงิน โอนเงิน ให้กู้ยืมประเภทต่าง ๆ บริการด้านปริวรรตเงินตรา บริการด้านแบงก์เอสซีบีวี บริการด้านการค้าต่างประเทศ บริการ Cash Management รวมถึงบริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์ บริการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพและกองทุนส่วนบุคคล บริการด้านบัตรเครดิตและการรับฝากทรัพย์สิน

### กลยุทธ์และวิสัยทัศน์เพื่อความยั่งยืน

ธนาคารให้ความสำคัญกับการผนวกแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลในการบริหารจัดการครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ประกอบด้วย การเจริญเติบโตขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคม ซึ่งการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบแนวคิดด้านความยั่งยืนของธนาคารนั้น ตั้งอยู่บนรากฐานของการสร้างความเจริญและมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมผ่านการให้บริการทางการเงินที่หลากหลาย ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ส่งเสริมให้ประชาชนไทยสามารถเข้าถึงบริการทางการเงิน และมีความรู้ในการบริหารจัดการเงินที่จะช่วยสร้างความมั่นคง ตลอดจนสร้างคุณค่าเพิ่มและความไว้วางใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเพื่อมุ่งสู่การเป็น “ธนาคารที่น่าชื่นชมที่สุด” ตามวิสัยทัศน์ของธนาคาร

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ธนาคารต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานภายในองค์กรภายใต้กระบวนการเปลี่ยนผ่าน “SCB Transformation” ซึ่งธนาคารได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีกรอบระยะเวลาการดำเนินงาน 5 ปี (2559-2563) มุ่งเน้นการปรับรากฐานองค์กร (Foundation Transformation) ควบคู่กับการปรับเปลี่ยนด้านธุรกิจ (Business Transformation) ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถโดยรวมของธนาคาร

ในกระบวนการ SCB Transformation ประกอบด้วย การปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กรและวิธีการดำเนินธุรกิจ เช่น การขยายฐานลูกค้าบนระบบดิจิทัล การสร้างขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล การปรับปรุงรูปแบบธุรกิจให้ธนาคารเป็นจุดเชื่อมต่อกับทุกภาคส่วน การเติบโตในธุรกิจใหม่ (สินเชื่อดิจิทัลและธุรกิจการบริหารความมั่งคั่ง) ซึ่งจะนำไปสู่ต้นทุนธุรกิจของธนาคารที่ลดลงและการสร้างรายได้ในมิติใหม่ให้แก่ธนาคาร

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ช่วยส่งเสริมศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ตลอดจนสร้างโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการเงินให้แก่ประชาชนทุกกลุ่ม สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 1 “No Poverty”

ธนาคารไทยพาณิชย์จึงมุ่งพัฒนาขีดความสามารถด้านดิจิทัลผ่านการสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลครบวงจร ภายใต้แนวคิด “Bank as a Platform” โดยปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน อาทิ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) บล็อกเชน (Blockchain) ตลอดจนสร้างระบบนิเวศทางการเงิน (Financial Ecosystem) ที่แข็งแกร่งให้กับประเทศเพื่อยกระดับการให้บริการทางการเงินและผลักดันประเทศสู่สังคมไร้เงินสดในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธนาคารเดินทางพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีเสถียรภาพสูงสุด ปลอดภัย รวดเร็ว และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งาน ปัจจุบันมีจำนวนผู้ใช้บริการ SCB Easy มากกว่า 9 ล้านราย

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	125,113	129,127	103,306
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	32,804	32,758	26,865
กำไรขั้นต้น	92,310	96,369	76,441
กำไรสุทธิ	43,152	40,068	34,930
สินทรัพย์รวม	3,024,032	3,187,340	2,981,218
หนี้สินรวม	2,660,269	2,806,357	2,585,232
ส่วนผู้ถือหุ้น	363,464	380,027	395,472
EPS (บาท)	12.69	11.79	10.28
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	73.78	74.63	73.99
อัตรากำไรสุทธิ (%)	25.86	23.76	26.48
ROE (%)	12.37	10.78	10.94
Dividend Yield (%)**	3.67	4.12	4.55

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TRUE

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
www.truecorp.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมครบวงจร และเป็นผู้นำคอนเวอร์เจนซ์ในประเทศไทย โดยธุรกิจหลักประกอบด้วย ① ทรูมูฟ เอช ② ทรูออนไลน์ ③ ทรูวิชั่นส์ และ ④ ดิจิทัลแพลตฟอร์มและบริการด้านดิจิทัล

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มทรูเป็นผู้ให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีดิจิทัลครบวงจรรายแรกในประเทศไทย และเป็นผู้นำในการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่หลากหลาย มีเป้าหมายเพื่อผลักดันให้คนไทยเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารและสาระความบันเทิงที่เป็นประโยชน์ และเชื่อมโยงทุกการสื่อสารให้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยการมอบสินค้าและบริการคุณภาพสูง ตอบสนองต่อการใช้ชีวิตที่แตกต่าง บริษัทปลูกฝังวัฒนธรรมเพื่อความยั่งยืนให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนยึดมั่นและปฏิบัติตามวัฒนธรรมและคุณค่าความเป็นทรู (Core Values) 4Cs อันได้แก่ **เอาใจใส่ (Caring) เชื่อถือได้ (Credible) สร้างสรรค์ (Creative) และกล้าคิดกล้าทำ (Courageous)** ส่งเสริมพนักงานให้มีการแบ่งปันคุณค่าแก่เพื่อนร่วมงาน และสังคม ทำงานด้วยความซื่อสัตย์ มีความคิดสร้างสรรค์ และมีส่วนร่วมพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรเป็นส่วนสำคัญในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผันที่อาจเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม กลุ่มทรูจึงกำหนดนโยบายและกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรที่สอดคล้องตามมาตรฐานสากล ตลอดจนระบุความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คือ **ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและนวัตกรรม** บริษัทเตรียมพร้อมรับมือต่อความเปลี่ยนแปลงด้วยการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรมเพื่อการบริการที่ดีขึ้น มุ่งเน้นและแสวงหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเข้าสู่การเป็นผู้ 선도ด้านดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) และบริการด้านดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย รวมทั้งผสมผสานนวัตกรรมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร จัดให้มีโครงการทรู อินโนเวชัน อวอร์ด (True Innovation Awards) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานสร้างสรรค์ผลงานและส่งเข้าประกวดเพื่อสร้างโอกาสที่ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ขององค์กรในอนาคต

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมุ่งเน้นการขับเคลื่อนเป้าหมาย SDGs โดยมีเป้าหมายสำคัญที่สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง คือ เป้าหมายที่ 4 “Quality Education” เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยตรง ผ่านการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้อง เช่น **โครงการสวนพลังประชารัฐ CONNEXT ED ด้านการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำ (E5)** เป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง 3 ภาคส่วนคือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อร่วมขับเคลื่อนและยกระดับมาตรฐานการศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาผู้นำซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างยั่งยืน บริษัทในฐานะองค์กรที่มีความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีสื่อสาร จึงร่วมสร้างโอกาสให้นักเรียนเข้าถึงอุปกรณ์ไอซีทีและสื่อมัลติมีเดียที่เชื่อมโยงองค์ความรู้จากทั่วทุกมุมโลก ด้วยการสนับสนุนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและการเรียนการสอนดิจิทัล โดยในปี 2561 สามารถยกระดับมาตรฐานการศึกษาพื้นฐานในโรงเรียนประชารัฐ จำนวน 4,719 โรงเรียน

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	141,290	161,820	103,263
ต้นทุนขาย	102,096	105,780	77,663
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	39,194	56,041	25,600
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	2,323	7,035	5,426
สินทรัพย์รวม	465,311	495,569	485,074
หนี้สินรวม	331,108	361,685	358,587
ส่วนผู้ถือหุ้น	133,533	133,291	125,784
EPS (บาท)	0.07	0.21	0.16
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	27.74	34.63	24.79
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	1.57	3.96	4.68
ROE (%)	1.76	5.27	1.81
Dividend Yield (%)**	N/A	0.60	2.03

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





# กลุ่ม 2

บริษัทจดทะเบียนใน SET  
ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
ระหว่าง 30,000-100,000 ล้านบาท

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บ้านปูฯ เชื่อว่าทรัพยากรบุคคลเป็นหัวใจหลักของการสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร การดูแลพนักงานให้มีความผูกพันกับองค์กรจึงเป็นประเด็นที่บริษัทให้ความสำคัญ ทั้งนี้ ด้วยความหลากหลายของบุคลากรในแต่ละพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจทั้งในด้านภาษา เชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม การสร้างวัฒนธรรมขององค์กร “Banpu Heart” ให้แข็งแกร่งจึงเป็นหัวใจหลักในการบริหารจัดการ

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจหลัก คือ ① ธุรกิจผลิตถ่านหินจากเหมืองที่บริษัทเข้าไปลงทุนในสาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน และออสเตรเลีย ② ธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าและไอน้ำจากโรงไฟฟ้าที่อยู่ในประเทศไทย (มาบตาพุด ระยอง) และที่ลงทุนในสาธารณรัฐประชาชนจีน

ทั้งนี้ เพื่อให้วัฒนธรรมองค์กรได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทมีการวางแผนการดำเนินการอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่กระบวนการสรรหาพนักงานใหม่ การปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ไปจนถึงกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยมีคณะทำงาน Banpu Change Leader (BCL) เป็นผู้ขับเคลื่อนการดำเนินงานผ่านทางกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบระดับความคืบหน้าของการดำเนินงาน บริษัทมีการสำรวจระดับความสอดคล้องของพฤติกรรมพนักงานกับวัฒนธรรมองค์กรโดยหน่วยงานภายนอก (Third Party) เป็นประจำทุกปี โดยรูปแบบการดำเนินกิจกรรมตลอดจนแบบสำรวจดังกล่าวจะได้รับการแปลเป็นภาษาท้องถิ่นของแต่ละประเทศเพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนจะเข้าถึงวัฒนธรรมองค์กร “Banpu Heart” อย่างแท้จริง

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เพื่อให้ธุรกิจก้าวทันความต้องการของลูกค้าและสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจพลังงานที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ภาคส่วนต่าง ๆ ให้ความสำคัญเรื่องพลังงานที่สะอาดขึ้น (Decarbonization) การกระจายตัวของแหล่งผลิตพลังงาน (Decentralization) และความเชื่อมโยงทางเทคโนโลยี (Digitalization)

บริษัทจึงขับเคลื่อนองค์กรด้วย **กลยุทธ์ Greener & Smarter** ผ่านการผนึกกำลังของ 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจแหล่งพลังงาน กลุ่มธุรกิจผลิตพลังงาน และกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีพลังงาน นอกจากนี้ ยังเดินหน้านวัตกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีพลังงาน รวมถึงพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและระบบบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง



ขณะเดียวกัน บริษัทได้จัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Risk) ซึ่งเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อบริษัททั้งในฐานะผู้ผลิตพลังงานและผู้ใช้พลังงานในกระบวนการผลิต ผ่าน 2 แนวทางหลัก คือ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ลงร้อยละ 25 สำหรับธุรกิจถ่านหิน และร้อยละ 15 สำหรับธุรกิจไฟฟ้าภายในปี 2563 รวมถึงการลงทุนในพลังงานทางเลือกด้วยเป้าหมายสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนมากกว่าร้อยละ 20 ภายในปี 2568

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทเห็นโอกาสของการสร้างความยั่งยืนในธุรกิจพลังงาน โดยการนำเป้าหมาย SDGs มากำหนดเป้าหมายระยะยาวในการดำเนินงาน โดยมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น เป้าหมายที่ 7 “Affordable and Clean Energy” ด้วยการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์แบบครบวงจร 300 เมกะวัตต์ภายในปี 2565 และการเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทนให้มากกว่าร้อยละ 20 ภายในปี 2568 เป้าหมายที่ 15 “Life on Land” โดยดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลกระทบสุทธิเชิงบวกด้านความหลากหลายทางชีวภาพหลังการปิดเหมือง สำหรับเหมืองที่ปิดหลังปี 2568

นอกจากนี้ บริษัทยังกำหนดเป้าหมายและพัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับ SDGs เช่น “โครงการเข้าถึงน้ำสะอาด” ของเหมืองอินโดมินโคในอินโดนีเซียซึ่งตั้งเป้าหมายให้ชุมชนมีน้ำอุปโภคและบริโภคที่ถูกสุขอนามัย โดยไม่จำเป็นต้องจัดหาจากแหล่งภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDG ที่ 6 “Clean Water and Sanitation” ในการจัดปัญหาการขาดแคลนน้ำสะอาดของชุมชนและสร้างหลักประกันให้ชุมชนสามารถเข้าถึงน้ำที่สะอาดและปลอดภัย โดยมีชุมชนได้รับประโยชน์จำนวนกว่า 440 ครัวเรือน และมีผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมของโครงการเข้าถึงน้ำสะอาด เท่ากับ 1.13 ซึ่งแสดงถึงว่ามูลค่าการลงทุนทุก ๆ 1 รูเปีย จะสร้างผลตอบแทนทางสังคมคิดเป็นมูลค่า 1.13 รูเปีย



“บ้านปูฯ ขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยกลยุทธ์ Greener & Smarter เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตามพันธสัญญา Our Way in Energy: พลังบ้านปูฯ สู่พลังงานที่ยั่งยืน”

คุณสมฤดี ชัยมงคล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	97,324	112,771	65,272
ต้นทุนขาย	68,869	82,390	54,482
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	28,455	30,380	10,790
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	7,900	6,694	896
สินทรัพย์รวม	268,751	274,317	257,044
หนี้สินรวม	163,822	171,305	164,492
ส่วนผู้ถือหุ้น	85,315	83,060	73,838
EPS (บาท)	1.55	1.30	0.17
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	29.24	26.94	16.53
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.47	5.43	1.20
ROE (%)	9.62	7.95	3.05
Dividend Yield (%)**	2.19	4.39	6.14

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BCP

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ทรัพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.bangchak.co.th

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจโรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียมตั้งแต่การจัดการน้ำมันดิบ การกลั่นน้ำมันสำเร็จรูปที่ได้มาตรฐาน และจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายสถานีบริการน้ำมันบางจาก รวมถึงขยายกิจการสู่ธุรกิจผลิตไฟฟ้าจากเซลล์แสงอาทิตย์ ธุรกิจพลังงานชีวภาพ ธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม และธุรกิจเกี่ยวเนื่องด้านนวัตกรรม

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มบริษัท บางจากฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของพนักงาน มุ่งเน้นการเป็นคนดีและคนเก่ง สร้างความสำคัญและคุณค่าในตัวพนักงานตามค่านิยม **i AM BCP** ซึ่งประกอบด้วย **i : Innovation** ร่วมสร้างสรรค์สิ่งใหม่ **AM : Agility & Mobility** พร้อมใจเปลี่ยนแปลง **B : Beyond expectation** แสวงหาความเป็นเลิศ **C : Continuous development** ก่อเกิดการพัฒนา **P : Pursuit of sustainability** นำพาสู่ความยั่งยืน

ในการบริหารจัดการความยั่งยืน บริษัทได้นำปัจจัยการเปลี่ยนแปลงภายในและภายนอก แนวโน้มและทิศทางด้านความยั่งยืนของโลก นวัตกรรมด้านความยั่งยืน ตลอดจนความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมาพิจารณาเพื่อกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนงานตอบสนองประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่าง ๆ ตลอดจนนำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หนทางสากลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 การปฏิบัติต่อข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (DJSI) และเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA) มาใช้เป็นแนวทางในการบริหารความยั่งยืน และนำผลลัพธ์มาใช้ปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมของบริษัท

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและรวดเร็ว การบริหารความเสี่ยงจึงนับเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยในการจัดการวางแผนรองรับความไม่แน่นอนทางธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ บริษัทได้ใช้การบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐานสากล COSO ERM และ ISO 31000 มาประยุกต์และพัฒนาในทุกระดับขององค์กร โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทได้พิจารณาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คือ **การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมพลังงาน (Technology Disruption)** เช่น การเพิ่มขึ้นของรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EVs) ในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้จากธุรกิจโรงกลั่นและการค้าน้ำมันมีการเติบโตที่ลดลง





บริษัทมีมาตรการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองและลดความเสี่ยงของปัจจัยข้างต้น โดยลงทุนในหุ้นเหมืองแร่ลิเทียมเพื่อรองรับการเติบโตด้านพลังงานทดแทนที่ใช้แบตเตอรี่ รวมถึงรถยนต์ EV ในอนาคต และมีสถาบันนวัตกรรมและบ่มเพาะธุรกิจ Bangchak Initiative and Innovation Center (BiiC) ซึ่งได้ร่วมมือกับเครือข่ายและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างระบบนิเวศสำหรับนวัตกรรมสีเขียว (Green Ecosystem) ส่งเสริมและผลักดันนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สนับสนุนการก้าวกระโดดของพลังงานสีเขียวและผลิตภัณฑ์ชีวภาพ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

การดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ผ่านมาได้ตอบสนองต่อเป้าหมาย SDGs ทุกเป้าหมายในระดับที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการให้มากขึ้นในเป้าหมายที่สอดคล้องกับสมรรถนะและความสนใจของบริษัทจึงได้เลือกเป้าหมาย ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม โดยหนึ่งในนั้น คือเป้าหมาย SDGs ที่ 7 “Affordable and Clean Energy”

บริษัทมีระบบการจัดการพลังงานให้มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามมาตรฐาน ISO 50001 มีแผนการดำเนินงานด้านอนุรักษ์พลังงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีโครงการที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง คือ การพัฒนาประสิทธิภาพการใช้พลังงานของธุรกิจโรงกลั่นฯ และการขยายกำลังการผลิตของธุรกิจพลังงานหมุนเวียน สำหรับธุรกิจโรงกลั่น บริษัทตั้งเป้าหมายดัชนีการใช้พลังงาน (Energy Intensity Index : EII) ที่ 98.0 ในปี 2563

ในปี 2561 บริษัทมีดัชนีการใช้พลังงาน (EII) ของโรงกลั่นฯ อยู่ที่ 100.5 ลดลงจากปี 2560 (ค่า EII น้อย ประสิทธิภาพสูง) เป็นผลจากการลงทุนในโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เช่น โครงการติดตั้งตัวจำกัดกระแสลัดวงจรค่าความต้านทานต่ำเพื่อลดการสูญเสียกำลังไฟฟ้าที่โรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนร่วม เป็นต้น

“บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะตอบโจทยการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการนำนวัตกรรมสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมและความมั่นคงด้านพลังงานให้กับประเทศ ตามหลัก Greenovate our Tomorrow”

คุณชัยวัฒน์ ไคววีสาริธ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	172,138	192,025	140,343
ต้นทุนขาย	158,596	180,594	133,127
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	13,543	11,431	7,215
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	5,778	2,463	1,112
สินทรัพย์รวม	114,110	117,369	122,321
หนี้สินรวม	61,979	67,831	73,533
ส่วนผู้ถือหุ้น	45,650	42,715	41,756
EPS (บาท)	4.20	1.79	0.81
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	7.87	5.95	5.14
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	3.29	1.27	0.79
ROE (%)	13.57	5.57	(1.00)
Dividend Yield (%)**	4.42	6.77	5.40

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# DELTA

**บริษัท เดลต้า อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)**

เทคโนโลยี / ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

www.deltathailand.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ บางประเภท เช่น พัดลมอิเล็กทรอนิกส์ (DC Fan) อิ้อิมโพลเตอร์ และโซลินอยด์ รวมถึงและจำหน่าย โซลูชันส์อิเล็กทรอนิกส์กำลัง (Power Electronics) ระบบอัตโนมัติ (Automation) ระบบโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) อาทิ ระบบจัดการพลังงานและพลังงานทดแทน ระบบอัดประจุรถยนต์ไฟฟ้า ระบบอาคารอัจฉริยะ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ด้วยพันธกิจมุ่งมั่น “สร้างสรรคนวัตกรรมการใช้พลังงานสะอาด และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานเพื่ออนาคตที่ดีกว่า” ควบคู่ไปกับการพิจารณาอย่างรอบด้าน เดลต้า มุ่งเติบโตด้วยการส่งมอบนวัตกรรม ควบคู่ไปกับการดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรอย่างรู้ค่า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเร่งด่วนของสังคม โดยบริษัทตระหนักดีว่าการพัฒนาคุณค่าร่วมในห่วงโซ่แห่งคุณค่า ต้องได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่แห่งคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับ **แนวคิด Smarter. Greener. Together.** ที่บุคลากรเดลต้า ทุกคนยึดถือเป็นคุณค่าหลักขององค์กรและสื่อสารสู่สังคมและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทตระหนักดีว่าการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ยังไม่เพียงพอที่จะช่วยให้บริษัทเติบโตได้อย่างยั่งยืนในบริบททางธุรกิจและความจำเป็นของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทจึงผนวกรวมกลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนและกลยุทธ์ด้านธุรกิจเข้าด้วยกัน โดยมุ่งดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความรับผิดชอบต่อสังคมในกระบวนการ (CSR in-process) และโมเดลธุรกิจอย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทให้ความสำคัญกับการติดตาม ตรวจสอบ และดำเนินการลดช่องว่างที่อาจเกิดจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัท โดยในปีที่ผ่านมา มีความเสี่ยงที่สำคัญ เช่น **การขยายตัวอย่างรวดเร็วของสังคมเมืองและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** ทำให้มีการใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยในการผลิตพลังงานเพิ่มขึ้น อาจเกิดความขัดแย้งในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในภาคการผลิตและภาคประชาชน ขณะเดียวกัน มีความต้องการผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีที่เสถียรขึ้น ใช้พลังงานน้อยลง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเช่นกัน





บริษัทดำเนินการเพื่อรับมือกับความเสี่ยงดังกล่าว โดยกำหนดเป้าหมายหลักในการเพิ่มสัดส่วนรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้ได้ร้อยละ 30 ของรายได้รวมภายในปี 2563 และที่ผ่านมาได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์การจัดการพลังงานและระบบอัตโนมัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบอาคารอัจฉริยะ ระบบชาร์จประจุพลังงานรถยนต์ไฟฟ้า โซลูชันส์พลังงานแสงอาทิตย์ อุปกรณ์และระบบกักเก็บพลังงาน ทั้งนี้ ในปี 2561 บริษัทมีรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์และโซลูชันส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน คิดเป็นร้อยละ 16 ของรายได้รวม

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมและสนับสนุนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในยุคอุตสาหกรรม 4.0 สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 4 “Quality Education” เป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” และเป้าหมายที่ 17 “Partnerships for the Goals” นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2559 เป็นต้นมา เดลต้าประเทศไทยได้ให้การสนับสนุนที่นักศึกษาในระดับอุดมศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำ อาทิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มาอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทจัดอบรมและให้การสนับสนุนหลักสูตรระบบอุตสาหกรรมอัตโนมัติ มอบห้องปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้การสอนระบบอุตสาหกรรมอัตโนมัติ รวมทั้งจัดแข่งขันความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมระบบอัตโนมัติ (เดลต้าคัพ) ซึ่งในปี 2561 จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 5

จากการสนับสนุนต่าง ๆ เหล่านี้ ได้ช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ภาคสนามในการประยุกต์ใช้อุปกรณ์และการใช้ความรู้ความสามารถให้วิศวกรรุ่นใหม่เหล่านี้ได้พัฒนาความรู้และทักษะ กลายเป็นเสาหลักที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรม ICT ได้ในระยะยาว

**“การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน และมีความพร้อมที่จะรับมือกับ Disruption ต่าง ๆ ได้นั้น จะต้องมาจากความศรัทธา และเชื่อมั่นว่าการทำธุรกิจภายใต้กลยุทธ์อย่างยั่งยืนจะนำพาให้ธุรกิจเราประสบความสำเร็จ ในแต่ละปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ ปิหน้าหรือในอีกสิบปีข้างหน้า จะไม่มีคำว่าแก้ไม่ได้”**

คุณเชียว เชน เยน ประธานบริหารและประธานคณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	49,269	53,067	39,269
ต้นทุนขาย	36,723	40,944	31,145
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	12,547	12,123	8,123
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	4,931	5,137	2,577
สินทรัพย์รวม	46,154	48,201	46,474
หนี้สินรวม	13,680	14,260	13,530
ส่วนผู้ถือหุ้น	32,459	33,937	32,948
EPS (บาท)	3.95	4.12	2.07
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	25.47	22.84	20.69
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.80	9.52	6.48
ROE (%)	15.33	15.47	10.84
Dividend Yield (%)**	4.10	3.17	4.95

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# TU

## บริษัท ไทยยูเนียน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม  
<http://thaiunion.com>

**ธุรกิจหลัก** ผลิตและส่งออกอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งและบรรจุกระป๋อง และขยายธุรกิจให้ครอบคลุมด้วยธุรกิจอาหารสำเร็จรูปและอาหารว่าง โดยเน้นอาหารทะเล ธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ ธุรกิจการตลาดภายในประเทศ ธุรกิจอาหารสัตว์ และธุรกิจพัฒนาสายพันธุ์กุ้งเพื่อจำหน่าย

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีความสำคัญต่ออนาคตธุรกิจและการเติบโตของไทยยูเนียน เพราะความยั่งยืนนับเป็นรากฐานของการเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นแนวทางที่จะทำให้บริษัทบรรลุวิสัยทัศน์ของการเป็นผู้นำด้านอาหารทะเลที่น่าเชื่อถือที่สุดในโลก

บริษัทยึดมั่นในกลยุทธ์ความยั่งยืน **SeaChange®** ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ครอบคลุมทุกแง่มุมของธุรกิจอาหารทะเล โดยครอบคลุมตั้งแต่วิธีการดูแลท้องทะเลไปจนถึงวิธีการจัดการของเสีย รวมถึงความรับผิดชอบต่อพนักงานไปจนถึงการสร้างอนาคตที่ดีขึ้นให้กับชุมชนที่อยู่รอบบริเวณโรงงานของบริษัท ภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าวประกอบด้วย 4 โครงการหลัก ได้แก่ **1** โครงการแรงงานที่ปลอดภัยและถูกกฎหมาย **2** โครงการด้านการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบต่อ **3** โครงการเพื่อให้การดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อ และ **4** โครงการดูแลผู้คนและชุมชน

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง **ปัญหาเกี่ยวกับขยะในท้องทะเล** เป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่บริษัทให้ความสำคัญ ในแต่ละปีมีการทิ้งขยะพลาสติกราว 8 ล้านตันลงสู่ทะเล ส่วนใหญ่เป็นของเสียจากในเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งขยะพลาสติกและเศษพลาสติก โดยขยะประเภทอุปกรณ์ประมงมีถึง 70 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักขยะพลาสติกขนาดใหญ่ในทะเล ขยะเหล่านี้ถูกพัดพาขึ้นชายหาด ทำลายปะการัง และเป็นกับดักที่อันตรายต่อสัตว์ทะเล นอกจากนี้ ยังส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหารของโลกและระบบห่วงโซ่อุปทานของอาหารทะเล รวมถึงผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนแนวชายฝั่ง

ในปี 2561 ไทยยูเนียนมีการทำงานร่วมกับโครงการ Global Ghost Gear Initiative (GGGI) เพื่อสนับสนุนการแก้ปัญหาในเรื่องการลดขยะพลาสติก และลดซากอุปกรณ์ประมง การสูญเสียหรือการทิ้งอุปกรณ์ประมงลงทะเล โดยมีแผนดำเนินงาน 3 ปีร่วมกันในประเด็นดังนี้





1 ส่งเสริมและยกระดับการตระหนักรู้ในปัญหาอุปสรรค ประมงในทะเลผ่านเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ ในประเด็นดังกล่าว 2 ดำเนินงานตามแนวทางโครงการ พัฒนาการประมงทวน้ำ (FIPs) สำหรับเรืออวนล้อมในมหาสมุทร แอตแลนติกตะวันออกและมหาสมุทรอินเดีย 3 ร่วมกับรัฐบาล ซีเชลล์ (Seychelles) เพิ่มการเฝ้าระวังการทำประมงเรืออวนซั้ง ในมหาสมุทรอินเดีย เพื่อลดจำนวนซั้ง (FADs) ที่สูญหายในทะเล 4 ปรับปรุงการจัดการ ลดซากอุปกรณ์ประมง การสูญหาย และ การทิ้งอุปกรณ์ประมงลงทะเล (Abandoned, Lost and Discarded Fishing Gear: ALDFG) ในประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ที่สร้าง มลพิษจากพลาสติกสู่อ่างทะเล

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

การดำเนินงานตามกลยุทธ์ SeaChange® ของไทยยูเนียนตอบโจทย์ เป้าหมาย SDGs ใน 3 เป้าหมายหลัก ได้แก่ เป้าหมายที่ 2 “Zero Hunger” เป้าหมายที่ 8 “Decent work and Economic Growth” และเป้าหมายที่ 14 “Life Below Water” จาก การที่อุตสาหกรรมอาหารทะเลเป็นอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อน ดังนั้น การตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบเป็นเรื่อง สำคัญในการปรับปรุงแนวทางด้านความโปร่งใส และการดำเนินงาน ของห่วงโซ่อุปทานอาหารทะเลทั้งหมด เมื่อมีการตรวจสอบ ย้อนกลับ จะทำให้บริษัทสามารถสอบกลับทุกผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ การจับไปจนถึงผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค

ในพันธกิจการจัดการปลาทูน่า บริษัทมุ่งมั่นที่จะให้ ผลิตภัณฑ์แบรนด์ปลาทูน่าทั้งหมดของไทยยูเนียนมีการจัดหามา จากแหล่งที่มีการทำประมงที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก Marine Stewardship Council (MSC) หรือเข้าร่วมในโครงการพัฒนา การประมงเพื่อไปสู่การได้รับการรับรองมาตรฐานจาก MSC ซึ่ง ปัจจุบันเป็นมาตรฐานที่ทั่วโลกให้การยอมรับว่าเป็นมาตรฐานความ ยั่งยืนที่ดีที่สุดในการประมง บริษัทจึงใช้หลักการของ MSC เป็นเครื่องมือมาตรฐานเพื่อวัดผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ของแหล่งที่มาของการทำประมงต่าง ๆ ที่บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบ



“บริษัทดำเนินกลยุทธ์ความยั่งยืน SeaChange® ที่ไม่เพียงทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคตเท่านั้น แต่จะช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่ยั่งยืน ต่ออุตสาหกรรมอาหารทะเลทั่วโลกอีกด้วย”

คุณธีรพงศ์ จินศิริ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	136,535	133,285	93,421
ต้นทุนขาย	118,395	114,393	78,598
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	18,141	18,892	14,822
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	6,021	3,256	2,759
สินทรัพย์รวม	146,268	141,916	139,323
หนี้สินรวม	98,040	95,422	94,144
ส่วนผู้ถือหุ้น	44,459	43,233	41,794
EPS (บาท)	1.26	0.68	0.58
อัตรากำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น (%)	13.29	14.17	15.87
อัตรากำไร(ขาดทุน) สุทธิ (%)	4.29	2.38	2.87
ROE (%)	13.73	7.43	9.08
Dividend Yield (%)**	3.17	4.07	2.90

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# GPSC

**บริษัท โกลบอล เพาเวอร์ ซินเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)**

ทรัพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.gpscgroup.com

**ธุรกิจหลัก** เป็นแกนนำในการดำเนินธุรกิจไฟฟ้า เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจของกลุ่ม ปตท. และอุตสาหกรรมอื่น ๆ รวมถึงการแสวงหาโอกาสการลงทุนโครงการโรงไฟฟ้าทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งมุ่งเน้นในการพัฒนาธุรกิจระบบกักเก็บพลังงาน เพื่อก้าวเป็นบริษัทไฟฟ้าชั้นนำด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนในระดับสากล

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงด้านพลังงานไฟฟ้าและสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่ม ปตท. และอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกทั้งมุ่งมั่นในการพัฒนาเทคโนโลยีการจัดเก็บพลังงาน เพื่อก้าวเป็นบริษัทไฟฟ้าชั้นนำด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนในระดับสากล ภายใต้วิสัยทัศน์ **“บริษัทผลิตไฟฟ้าชั้นนำด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนในระดับสากล”**

เพื่อสนับสนุนให้กลยุทธ์ทางธุรกิจบรรลุเป้าหมาย การดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคล ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ของบริษัทจึงได้กำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล ดังนี้ **1 Design and Maximize Deal Value Creation:** การออกแบบองค์กรเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการควบรวมกิจการ **2 Strengthen Capabilities for Growth:** การเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากร เพื่อสนับสนุนการเติบโตขององค์กร **3 Building People for the Future:** เสริมสร้างทักษะ เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจใหม่ในอนาคต

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันแนวโน้มการใช้พลังงานไฟฟ้าที่สูงขึ้นและพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าและสาธารณูปโภค

ส่งผลให้อุตสาหกรรมผลิตไฟฟ้าและสาธารณูปโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญจากการผลิต การกระจาย และการใช้งานโดยผู้บริโภค ได้ผันตัวไปสู่การผลิตทั้งจากโรงไฟฟ้าและภาคครัวเรือน การส่งไฟฟ้าจากระบบสายส่งมาสู่ระบบกักเก็บพลังงาน เป็นต้น

บริษัทตระหนักถึงสถานการณ์ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงมีนโยบายในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อต่อยอดจากธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง เช่น ธุรกิจระบบกักเก็บพลังงานไฟฟ้าและแบตเตอรี่ และมีแผนการบริหารจัดการผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยใช้หลัก 3D (Decentralize, Decarbonize, Disruptive Energy Technologies) คือ

**De-centralize:** ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิต และ





การบริโภคพลังงานโดยการกระจายการรวมศูนย์เพื่อประสิทธิภาพในการผลิตและการใช้พลังงาน **De-carbonize**: ลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ **Disruptive**: พัฒนาด้านเทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนรูปแบบในการทำธุรกิจเพื่อสอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การประยุกต์ใช้ระบบกักเก็บพลังงานไฟฟ้าร่วมกับพลังงานหมุนเวียน การใช้เทคโนโลยีด้าน Blockchain และ Internet of Things มาพัฒนาเป็น Power Peer to Peer Trading Platform เป็นต้น

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ในฐานะเป็นผู้ดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าและสาธารณูปโภค บริษัทตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อมด้วยการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้ง ลดการใช้ทรัพยากรที่อาจหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และสุขภาพควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์ระหว่างการเดินทางเศรษฐกิจและการรักษาระบบนิเวศ โดยกำหนดให้มีการบริหารจัดการ ควบคุม ป้องกัน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production”

บริษัทมีการดำเนินงานเพื่อลดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด เช่น **การลดปริมาณของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต** และเพิ่มขีดความสามารถในการนำวัสดุหรือสิ่งของเหลือใช้ไปใช้ประโยชน์ตามหลัก 3Rs และนำทรัพยากรกลับมาหมุนเวียนใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยประสานงานร่วมกับคู่ค้าผู้รับเหมาในการคัดแยกวัสดุหลังจากกิจกรรมต่างๆ ในงานซ่อมบำรุง งานเดินเครื่อง รวมถึงงานสำนักงาน ก่อนนำมารวบรวมส่งกำจัด การจัดการน้ำในกระบวนการผลิต ลดการใช้น้ำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงดำเนินการจัดเก็บฐานข้อมูลการใช้น้ำเพื่อพิจารณากำหนดแนวทางบริหารจัดการน้ำตามหลัก 3Rs มีการลดปริมาณการใช้น้ำในกระบวนการผลิตด้วยการเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและนำน้ำที่ใช้แล้วในกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่

**“GPSC มุ่งมั่นในการดูแลผู้มีส่วนได้เสีย และแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้จากธุรกิจในรูปแบบใหม่ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รองรับการเปลี่ยนแปลงของการทำธุรกิจพลังงานในอนาคต (Energy Transformation) และเป็น Flagship ด้าน Energy Solution Provider ของกลุ่ม ปตท.”**

คุณชวลิต ทิพพานิช ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	19,917	24,777	48,283
ต้นทุนขาย	16,376	20,201	39,315
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	3,541	4,576	8,968
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	3,175	3,359	2,916
สินทรัพย์รวม	59,968	64,439	252,937
หนี้สินรวม	19,595	22,090	211,332
ส่วนผู้ถือหุ้น	38,547	39,992	27,998
EPS (บาท)	2.12	2.24	1.95
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	17.78	18.47	18.57
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	14.91	12.97	5.88
ROE (%)	8.39	8.55	10.08
Dividend Yield (%)**	1.60	2.14	0.81

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# RATCH

บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ทรัพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.ratch.co.th

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจ Holding Company ที่ลงทุนในบริษัทที่ประกอบธุรกิจผลิตไฟฟ้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และการเข้าร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจในโครงการต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมีกลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย “การเป็นบริษัทชั้นนำด้านพลังงานและระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก” ประกอบด้วย

- 1 การบริหารประสิทธิภาพและความสามารถในการสร้างรายได้ของสินทรัพย์ที่มีอยู่อย่างเต็มศักยภาพ
- 2 ขยายการลงทุนด้านพลังงานและระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในฐานการลงทุนที่มีอยู่แล้ว ได้แก่ ประเทศไทย สปป.ลาว และออสเตรเลีย
- 3 แสวงหาโอกาสการลงทุนในตลาดใหม่
- 4 แสวงหาความร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพในการลงทุนและความสามารถในการแข่งขัน
- 5 เสริมสร้างความสามารถภายในองค์กรให้พร้อมตอบสนองเป้าหมายขององค์กรภายใต้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงาน โดยมีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงองค์กรเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

เพื่อขับเคลื่อนวัฒนธรรมด้านความยั่งยืนไปทั่วทั้งองค์กร บริษัทยังได้หล่อหลอมและปลูกฝังพนักงานให้แสดงออกถึงคุณลักษณะ 3 ด้าน คือ ความเป็นมืออาชีพ (Professional) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) และกล้าคิดกล้าทำสิ่งใหม่ (Innovation) เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทมีการประเมินและติดตามปัจจัยความท้าทายต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง **การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก** ซึ่งนำไปสู่ข้อตกลงการลดก๊าซเรือนกระจกเพื่อยับยั้งอุณหภูมิโลกไม่ให้ร้อนขึ้นเกิน 2 องศาเซลเซียสของนานาประเทศ รวมทั้งประเทศไทย โดยมีภาคพลังงานเป็นเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ส่งผลให้การใช้เชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า (Generation Mix) เปลี่ยนแปลง เชื้อเพลิงฟอสซิลโดยเฉพาะถ่านหินมีสัดส่วนลดลง และเชื้อเพลิงจากพลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้น



จากปัจจัยความท้าทายดังกล่าว บริษัทได้ปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ทางธุรกิจด้วยการขยายขอบเขตการลงทุนให้ครอบคลุมระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทุกด้าน นอกเหนือจากไฟฟ้าและพลังงาน เพราะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเช่นเดียวกับไฟฟ้า มีการปรับเปลี่ยนเป้าหมายภายใต้วิสัยทัศน์ “**บริษัทชั้นนำด้านพลังงานและระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก**” และขยายขอบเขตธุรกิจเป็น 3 ธุรกิจ ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ใหม่ของบริษัท คือ ธุรกิจผลิตไฟฟ้า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้าและพลังงาน และระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน โดยมุ่งแสวงหาความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจในลักษณะของพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ และพันธมิตรทางธุรกิจมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทได้กำหนดเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกของโรงไฟฟ้า และมุ่งมั่นที่จะตอบสนองต่อเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production” และเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” เป็นลำดับแรก เนื่องจากก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม บริษัทจึงได้ดำเนินโครงการพลังงานชุมชน (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูนและจังหวัดน่าน) โดยมีเป้าหมายในการลดการใช้พลังงานในชุมชนให้ได้ร้อยละ 5

บริษัทร่วมมือกับสำนักงานพลังงานจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และน่าน จัดทำโครงการพลังงานชุมชน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนได้ตระหนักถึงคุณค่าของพลังงาน รู้จักนำทรัพยากรในท้องถิ่นของตนเองมาใช้ประโยชน์ด้านพลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด รู้จักใช้เทคโนโลยีพลังงานที่เหมาะสม ตลอดจนสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้านพลังงาน และเป็นต้นแบบให้ชุมชนอื่นจัดทำแผนพลังงานชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความยั่งยืนด้านพลังงานให้กับชุมชน ผ่านการส่งเสริมเทคโนโลยีพลังงานต่าง ๆ เช่น เตาชีวมวล ตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ ปอหมัก แก๊สชีวภาพ

โครงการดังกล่าวทำให้ชุมชนสามารถลดการใช้พลังงานได้มากกว่าร้อยละ 5 และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 7.18 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลก



### “บริษัทนำแนวคิด High Performance Organization มาปรับกระบวนการทำงานให้เชื่อมโยง และตอบสนองเป้าหมายการเติบโต ที่ช่วยให้รับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างมั่นคง และเติบโตไปอย่างยั่งยืน”

คุณกิจจา ศรีพิทักษ์ภรกร กรรมการผู้จัดการใหญ่

#### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	42,241	39,759	29,778
ต้นทุนขาย	36,847	35,170	25,352
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	5,393	4,589	4,426
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	6,107	5,588	5,058
สินทรัพย์รวม	94,225	101,252	96,557
หนี้สินรวม	30,944	41,316	37,980
ส่วนผู้ถือหุ้น	63,265	59,936	58,577
EPS (บาท)	4.21	3.85	3.49
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	12.77	11.54	14.86
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	13.02	12.39	15.05
ROE (%)	9.73	9.07	9.64
Dividend Yield (%)**	4.33	4.73	3.39

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BGRIM

บริษัท บี.กริม เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)

กริพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.bgrimmpower.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจหลักด้านการผลิตและขายไฟฟ้าและไอน้ำสำหรับอุตสาหกรรมเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า SPP (Small Power Producer) รายใหญ่ที่สุดของประเทศและเป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกอุตสาหกรรมการผลิตไฟฟ้าภาคเอกชนของประเทศไทย

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บี.กริม เพาเวอร์ มีวิสัยทัศน์ในการ “สร้างพลังให้กับสังคมโลกด้วยความโอบอ้อมอารี” (Empowering the World Compassionately) ดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพด้วยความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทปลูกฝังและหล่อหลอมวัฒนธรรมและค่านิยมหลัก 4 ประการ (4Ps) ให้แก่พนักงานทุกระดับ คือ ทศนคติที่ดี (Positivity) ความร่วมมือกัน (Partnership) ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Pioneering Spirit) ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและหล่อหลอมให้พนักงานทุกคนมีความรัก สามัคคี และห่วงใยในศักดิ์ศรีขององค์กรและตนเอง ซึ่งถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมีคุณภาพที่ยั่งยืน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เป็นประเด็นความเสี่ยงที่บริษัทให้ความสำคัญและมีการติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากหากบริษัทขาดการวางแผนและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน การบริหารจัดการทรัพยากร และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย

บี.กริม เพาเวอร์ จึงได้กำหนดกลยุทธ์และแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อบรรเทาผลกระทบด้านสภาพภูมิอากาศ โดยบริษัทได้วางแผนและเป้าหมายการขยายสัดส่วนพัฒนาโครงการลงทุนด้านการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนทั้งในประเทศและต่างประเทศให้มีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของโครงการทั้งหมดภายในปี 2565 การใช้เทคโนโลยีสะอาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานโดยใช้มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) การปลูกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมตามปรัชญาและวัฒนธรรมขององค์กร ตลอดจนการติดตามเฝ้าระวังและการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายการลงทุนด้านพลังงานหมุนเวียนที่เป็นพลังงานสะอาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องตามเป้าหมาย SDGs ที่ 7 “Affordable and Clean Energy” เป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” และเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” โดยบริษัทเป็นผู้ดำเนินโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ DAU TIENG 1 และ DAU TIENG 2 (DT1 & DT2) ขนาดกำลังการผลิตติดตั้งรวม 420 MW ซึ่งเป็นโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน อีกทั้งยังมีโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ Phu Yen TTP โรงไฟฟ้าทั้ง 2 แห่งนี้จึงเป็นการช่วยพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในประเทศเวียดนาม สร้างเสถียรภาพและความมั่นคงด้านพลังงานเพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจรวมทั้งเป็นแหล่งพลังงานสะอาด และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอีกด้วย

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	31,482	36,585	32,874
ต้นทุนขาย	24,742	29,732	26,804
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	6,740	6,853	6,070
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	2,127	1,863	1,922
สินทรัพย์รวม	89,241	100,636	114,038
หนี้สินรวม	63,497	72,897	84,576
ส่วนผู้ถือหุ้น	18,653	19,253	19,964
EPS (บาท)	0.96	0.71	0.74
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	21.41	18.73	18.46
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	6.76	5.00	5.78
ROE (%)	17.32	9.83	10.50
Dividend Yield (%)**	N/A	1.13	0.60

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BPP

บริษัท บ้านปู เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)

กริพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค  
www.banpupower.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจ Holding Company โดยถือหุ้นในบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักด้านการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัท บ้านปู เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบพลังงานที่ยั่งยืนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ Affordable: เป็นพลังงานที่สามารถเข้าถึงได้ ด้วยราคาที่เหมาะสม Reliable: เป็นพลังงานที่เชื่อถือได้ สามารถส่งมอบได้อย่างต่อเนื่อง และ Eco-Friendly พลังงานนั้นต้องเป็นมิตรต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม บริษัทได้ผสมความยั่งยืนเข้าไปในการวางแผนกลยุทธ์ 5 ปีและแผนงานรายปี โดยได้จัดตั้งคณะกรรมการการพัฒนาที่ยั่งยืนขึ้นเพื่อกำกับดูแลความยั่งยืนขององค์กร พร้อมทั้งมีการกำหนดตัวชี้วัดทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอันนำมาซึ่งการปฏิบัติในทุกประเทศ รวมถึงขับเคลื่อนความยั่งยืนให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กรผ่านวัฒนธรรมองค์กร “Banpu Heart”

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นความท้าทายและโอกาสที่สำคัญของธุรกิจ โดยในบางประเทศที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจ ภาครัฐกำหนดนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เข้มงวดมากขึ้น เพิ่มการสนับสนุนพลังงานทดแทนและการผลิตไฟฟ้าในแบบกระจายตัว (Decentralize Energy) บริษัทจึงมีแนวทางการบริหารจัดการ ดังนี้ ① กำหนดเป้าหมายในการลดอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ภายในปี 2563 เมื่อเทียบกับปี 2555 ② แสวงหาโอกาสการลงทุนในพลังงานหมุนเวียน ด้วยเป้าหมายสัดส่วนในการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ภายในปี 2568 ③ ปรับปรุงประสิทธิภาพของการผลิตและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในโรงไฟฟ้าที่ดำเนินการผลิตในปัจจุบัน ④ พัฒนาโครงการใหม่โดยใช้เทคโนโลยีที่สะอาด รวมถึงนำการกำหนดราคาคาร์บอน (Carbon Pricing) มาร่วมในการพิจารณาความคุ้มค่าของโครงการ ⑤ ศึกษาและเฝ้าระวังผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมทั้งนำระบบการบริหารความต่อเนื่องของธุรกิจมาใช้ในการเตรียมความพร้อมในกรณีเกิดภาวะวิกฤต

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

จากประเด็นคุณภาพอากาศในจีน ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพของประชาชน ทำให้มีการกำหนดนโยบายคุณภาพอากาศที่เข้มงวดมากขึ้น ทำให้โรงไฟฟ้าในจีนหลายแห่งต้องเร่งปรับตัวเพื่อให้การปล่อยมลสารเป็นไปตามค่ามาตรฐานใหม่ โรงไฟฟ้าจึงตั้งเป็นหนึ่งในโรงไฟฟ้าของบริษัทต้องการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านกฎระเบียบข้อบังคับ จึงริเริ่มโครงการลดการปล่อยออกไซด์ของไนโตรเจน (NOx) ที่โรงไฟฟ้าเจ็ดตั้ง โดยพนักงานของบริษัทได้ร่วมกันศึกษากระบวนการเกิด NOx และการปรับปรุงเครื่องจักรหลายจุด เช่น การติดตั้งหัวฉีดพ่นน้ำเพื่อควบคุมอุณหภูมิภายในเตาเผา เป็นต้น ส่งผลในการลดการปล่อย NOx ให้อยู่ในระดับมาตรฐานและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของหม้อต้มไอน้ำ โดยสามารถคำนวณคุณค่าเชิงเศรษฐกิจได้ถึงประมาณ 4 ล้านเหรียญสหรัฐในระยะเวลา 5 ปี โครงการดังกล่าวสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 3 “Good Health and Well-Being” และเป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	6,419	6,322	4,014
ต้นทุนขาย	4,879	5,051	3,286
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,540	1,271	728
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	4,155	3,813	3,338
สินทรัพย์รวม	47,698	51,566	49,582
หนี้สินรวม	7,913	10,385	9,320
ส่วนผู้ถือหุ้น	39,006	40,410	39,549
EPS (บาท)	1.36	1.25	1.09
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	23.99	20.10	18.13
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	38.32	33.00	41.19
ROE (%)	10.91	9.60	9.72
Dividend Yield (%)**	0.98	2.69	3.41

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# CENTEL



บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)

บริการ / การท่องเที่ยวและสันทนาการ  
www.centarahotelsresorts.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ① ธุรกิจโรงแรมในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้แบรนด์ของตนเอง เช่นการา โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท การา และธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรมภายใต้สัญญาบริหารโรงแรม ② ธุรกิจอาหารจานด่วนในประเทศไทย ภายใต้แบรนด์ของตนเอง และเฟรนไชส์

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทขับเคลื่อนนโยบายความยั่งยืนภายใต้แนวคิด “I-CARE” เป็นแกนหลักในกระบวนการดำเนินงาน เพื่อสร้างความสมดุลในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

① **การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ** บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรม คิดค้นสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม

② **การพัฒนาด้านสังคม** บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาทักษะ ศักยภาพของพนักงานเพื่อสร้างคนที่มีคุณภาพสูงสังคม และสร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

③ **การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม** บริษัทดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด บริหารจัดการของเสียจากกระบวนการให้บริการอย่างเป็นระบบ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยง Digital Disruption ที่พฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยี ในธุรกิจโรงแรมลูกค้าสามารถจองห้องพักได้ง่ายขึ้นด้วยระบบออนไลน์ ในขณะที่มีผู้ให้บริการรูปแบบใหม่ให้บริการรับจองห้องพักออนไลน์มีให้เลือกหลากหลายมากขึ้น (OTA: Online Travel Agency) ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ามากขึ้นในการเลือกจองที่พัก

บริษัทจึงจำเป็นต้องเพิ่มช่องทางและพัฒนาระบบการจองห้องพักออนไลน์ของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราโดยตรง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันและยุคอนาคต รวมถึงการปรับปรุงระบบการจัดการ ระบบการสำรองห้องพักส่วนกลาง และระบบการบริหารรายได้ ส่งผลให้ยอดการจองห้องพักผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นเป็น 33 % สำหรับธุรกิจอาหาร บริษัทได้ร่วมมือกับผู้ให้บริการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อขยายช่องทางการสั่งอาหารให้ครอบคลุมมากขึ้น

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ Food Waste อย่างเป็นระบบ โดยจัดทำโครงการสำคัญ 2 โครงการที่สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 2 “Zero Hunger” และเป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production” ได้แก่ **โครงการบริจาคอาหารคุณภาพดีที่ยังรับประทานได้** โดยรวบรวมอาหารส่วนเกินจากห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยงและร้านเบเกอรี่ เพื่อนำไปบริจาคให้กับผู้ยากไร้และองค์กรการกุศลต่าง ๆ ตลอด 2 ปีที่ผ่านมา บริษัทบริจาคอาหารส่วนเกินที่ยังมีคุณภาพดีทั้งสิ้น 31,448.28 กิโลกรัม หรือเทียบเท่ากับ 94,345 มื้อให้กับผู้ที่ต้องการ

**โครงการผลิตปุ๋ยจากเศษอาหาร** ในปี 2561 โรงแรมเซ็นทาราบาย เซ็นทารามารีสอร์ทจอมเทียน ติดตั้งเครื่องผลิตปุ๋ยหมักและก๊าซชีวภาพ (Cowtech) เพื่อช่วยบริหารจัดการขยะอินทรีย์จากห้องครัว โรงอาหารของพนักงาน และจากการทำสวน สามารถกำจัดขยะอินทรีย์รวมทั้งสิ้น 5,700 กิโลกรัม หรือ 30 กิโลกรัมต่อวัน และผลิตก๊าซชีวภาพได้ถึง 262.2 กิโลกรัม

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	19,814	21,263	15,447
ต้นทุนขาย	11,532	12,368	9,195
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	8,283	8,895	6,252
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,991	2,178	1,273
สินทรัพย์รวม	25,037	26,447	26,451
หนี้สินรวม	12,979	13,028	12,745
ส่วนผู้ถือหุ้น	11,541	12,902	13,217
EPS (บาท)	1.48	1.61	0.94
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	41.80	41.83	40.47
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.79	9.99	7.98
ROE (%)	18.15	17.82	13.68
Dividend Yield (%)**	0.94	1.50	2.34

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





# KKP

## ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ธนาคาร  
www.kiatnakin.co.th



**ธุรกิจหลัก** ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบที่ให้บริการแก่ลูกค้าบุคคลทั่วไปและลูกค้าธุรกิจ โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่สำคัญทั้งรูปแบบของเงินฝาก สินเชื่อ การลงทุน ผลิตภัณฑ์ประกัน รวมถึงธุรกิจบริหารทรัพย์สิน รองขาย และธุรกิจตลาดเงิน

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ภายใต้วิสัยทัศน์ **“การเติบโตไปพร้อมกับความสำเร็จของลูกค้าและสังคม”** ธนาคารมุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการและยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค อีกทั้งยังส่งเสริมการเพิ่มโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงินและสนับสนุนนโยบายภาครัฐเรื่องการก้าวสู่สังคมไร้เงินสด

ด้านแนวทางการดำเนินธุรกิจ ธนาคารยึดถือหลักการกำกับกิจการที่ดีและมีธรรมาภิบาล การบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติของการดำเนินงาน ตลอดจนคำนึงถึงผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมโดยรวมในทุกกระบวนการทำงาน รวมทั้งใช้ความเชี่ยวชาญด้านการเงินของธนาคารส่งต่อความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

**ความเสี่ยงด้านไซเบอร์ (Cyber Risk)** เป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งธนาคารได้ตระหนักและให้ความสำคัญ โดยจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านไซเบอร์เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารจัดการ ตลอดจนติดตามและทบทวนความเสี่ยงด้านไซเบอร์ รวมไปถึงจัดให้มีการประเมินความพร้อมเพื่อรับมือกับภัยไซเบอร์อย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยีที่นำมาใช้อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ยังมีการจัดอบรมให้ความรู้และทดสอบความตระหนักด้านความเสี่ยงด้านไซเบอร์แก่พนักงานของธนาคารเป็นประจำในทุกๆ ปี เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความร้ายแรงของภัยไซเบอร์ อีกทั้งเพื่อเป็นการยกระดับความปลอดภัยด้านไซเบอร์ของธนาคารด้วย

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ธนาคารมีเจตนารมณ์ร่วมสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ในหัวข้อที่สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจและแนวทางการดำเนินงาน โดยตัวอย่างการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในปี 2562 เช่น **การรณรงค์ให้ความรู้ทางการเงินและวินัยการออม (Financial Literacy)** เนื่องจากตระหนักดีว่าเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนไทย โดยมีทั้งโครงการที่ธนาคารจัดให้กับพนักงานภายในองค์กร ภายใต้ชื่อ “Happiness Inside: Sook Money” และโครงการที่จัดให้กับบุคคลทั่วไป อาทิ นักศึกษา ชุมชน ตลอดจนกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ซึ่งมีทั้งโครงการที่ธนาคารดำเนินการเอง โครงการที่ร่วมมือกับสมาคมธนาคารไทย และโครงการที่ร่วมมือกับพันธมิตรอื่นๆ อาทิ สหพันธ์สมาคมสตรีนักธุรกิจและวิชาชีพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นต้น โดยระหว่างวันที่ 1 ม.ค. - 31 ต.ค. 2562 มีการจัดอบรมทั้งสิ้น 11 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 1,325 คน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ SDGs 4 “Quality Education”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	14,844	16,294	13,479
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	4,216	5,033	4,281
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	10,628	11,262	9,198
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	5,737	6,042	4,309
สินทรัพย์รวม	259,335	306,330	320,263
หนี้สินรวม	217,787	263,989	277,615
ส่วนผู้ถือหุ้น	41,332	42,180	42,538
EPS (บาท)	6.78	7.14	5.09
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	71.60	69.11	68.24
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	28.04	26.65	24.00
ROE (%)	14.06	14.47	13.70
Dividend Yield (%)**	7.57	7.55	7.30

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

#ลุยไม่จำกัด  
ไปกับทุกไลฟ์สไตล์  
กับบัตร KTC

KTC

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / เงินทุนและหลักทรัพย์  
www.ktc.co.th

THSI  
THAILAND  
SUSTAINABILITY  
INVESTMENT 2019

**ธุรกิจหลัก** ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการชำระเงินภายใต้การกำกับประเภทการให้บริการบัตรเครดิต การให้บริการแก่ผู้รับบัตรและการให้บริการรับชำระเงินแทน

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

เคทีซีมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาลบนความตั้งใจที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโต รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและสมาชิก ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมไทยให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน โดยมีพันธกิจสำคัญ คือ **“เคทีซีจะเป็นแบรนด์ที่เข้าไปอยู่ในใจสมาชิก เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพให้เติบโตอย่างยั่งยืน”**

เคทีซียังได้ผสมมิติของความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายและแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานและการบริหารแบบ Membership Company ที่มีสมาชิกเป็นศูนย์กลางทั้งองค์ภาพพตามค่านิยมหลัก ซึ่งประกอบด้วย ① กล้าที่จะทำในสิ่งที่ถูกต้อง (Courageous) ② ผลลัพธ์ที่จะทำให้ง่ายไม่ซับซ้อน (Smart Simplicity) และ ③ ทำสิ่งที่มีความหมายและมีประโยชน์ (Meaningful)

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เคทีซีมุ่งพัฒนาองค์กรสู่ Organism Organization ที่ให้ความสำคัญกับ 5 องค์ประกอบ คือ คน (People) - กระบวนการ (Process) - ระบบและเทคโนโลยี (System & Technology) - โครงสร้าง (Structure) - กลยุทธ์ (Strategy) เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อภาวะการแข่งขันของธุรกิจที่สูงขึ้น และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงการพัฒนาด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ซึ่งล้วนเป็นความท้าทายและความเสี่ยงของธุรกิจ โดยเฉพาะ**ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี** ที่ถือว่าเป็นความเสี่ยงที่ค่อนข้างสูง

เคทีซีให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง โดยจัดให้มีการสร้างระบบการป้องกัน การติดตามตรวจสอบ และการวางมาตรการแก้ไข รวมถึงจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังภัยคุกคามระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Security Operation Center) และติดตั้งระบบตรวจจับและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

เคทีซีพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน โดยมีกระบวนการหลักในการดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองต่อเป้าหมาย SDGs คือ บริษัทได้ร่วมกับธนาคารกรุงไทยจัดตั้ง Pico and Nano Finance ซึ่งเป็นบริษัทลูกเพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้การกำกับ (Pico Finance) ประเภท Pico Plus และสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ (Nano Finance) เพื่อให้บริการสินเชื่อรายย่อยแก่บุคคลธรรมดาที่ต้องการเข้าถึงบริการทางการเงิน รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบ โดยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้านำเงินที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อไปใช้เสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น และบรรเทาความเดือดร้อนจากการกู้ยืมเงินนอกระบบที่ดอกเบี้ยสูงเกินควร อีกทั้งให้ความรู้ทางการเงินและสร้างเสริมวินัยทางการเงินไปพร้อมกัน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDG ที่ 1 “No Poverty” เป้าหมายที่ 4 “Quality Education” และ SDG ที่ 8 “Decent Work and Economic Growth”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	8,093	8,796	6,966
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	1,629	1,555	1,167
กำไรขั้นต้น	6,464	7,240	5,799
กำไรสุทธิ	3,304	5,140	4,205
สินทรัพย์รวม	73,636	79,648	79,028
หนี้สินรวม	61,059	63,296	60,558
ส่วนผู้ถือหุ้น	12,577	16,352	18,442
EPS (บาท)	12.82	1.99	1.63
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	79.88	82.32	83.25
อัตรากำไรสุทธิ (%)	19.99	29.02	30.06
ROE (%)	28.86	35.53	32.38
Dividend Yield (%)**	2.15	1.74	2.00

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# PSH

บริษัท พุกษา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์  
www.psh.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ปัจจุบันมีบริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เป็นบริษัทแกน

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์ที่มุ่งมั่นจะเป็นบริษัทอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของประเทศไทยที่มีธุรกิจและบริการที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตสมัยใหม่และสามารถตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน บริษัทกำหนดค่านิยมขององค์กรเพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานพุกษาทุกคนปฏิบัติตามและให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 5 ประการ คือ

- 1 **การมุ่งเน้นลูกค้า:** มุ่งมั่น ตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้าด้วยบ้านที่มีคุณค่าและบริการที่ประทับใจ
- 2 **สร้างนวัตกรรมที่สร้างสรรค:** คิดสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและบริการที่เหนือความคาดหมายเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า
- 3 **ร่วมมือร่วมใจทำงานเป็นทีม:** ร่วมมือร่วมใจทำงานเป็นทีมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
- 4 **มีวินัยปฏิบัติตาม:** มีวินัยในการปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จทันเวลาตรงตามแผนงานด้วยผลงานที่มีคุณภาพ
- 5 **ยึดมั่นจริยธรรม:** คิด พูด และกระทำเป็นธรรม โปร่งใส เพื่อประโยชน์ลูกค้า

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงในด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นที่ทวีความรุนแรงในปัจจุบัน เช่น ผลกระทบด้านพลังงานมลพิษอากาศ น้ำเสีย เป็นต้น บริษัทจึงได้ผสมผสานนวัตกรรมคือ ธรรมชาติและเทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกัน เป็น **Pruksa Living Tech** ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่จะสร้างคุณภาพมาตรฐานและสมดุลใหม่ให้การอยู่อาศัยและการใช้ชีวิตของลูกค้าพุกษาทุกโครงการไปอีกขั้น โดยมีองค์ประกอบครอบคลุม 4 เรื่องของความ “ใส่ใจ” การอยู่อาศัย คือ 1 เทคโนโลยีการอยู่อาศัยเพื่อสุขภาพ (Healthy) เช่น O2 Lounge, Wellness Solutions, Precast 2 เทคโนโลยีการอยู่อาศัยเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green) ได้แก่ Vertical Green Wall, Solar Cell, Pruksa Fresh Air System 3 เทคโนโลยีการอยู่อาศัยเพื่อความปลอดภัยอุ่นใจ (Safety) ได้แก่ Smart Camera, Digital Door Lock, Access Control 4 เทคโนโลยีการอยู่อาศัยเพื่อความสะดวกสบายเชื่อมต่อเทคโนโลยี (Smart) ได้แก่ Home Automation, Sensor Lighting, Smart Mirror

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ในฐานะที่เป็นผู้นำอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของไทย บริษัทได้ใช้ศักยภาพทางธุรกิจมาช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตผู้รับเหมาและคู่ค้าให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและเติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านการพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้รับเหมาในงานสำคัญ เช่น งานถมดิน งานเสาเข็ม งานรับเหมาก่อสร้างอาคาร ให้เป็นคู่ค้าพันธมิตรของบริษัทเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ที่ยั่งยืน ตลอดจนสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญมาช่วยฝึกอบรมแรงงานของผู้รับเหมา เพื่อพัฒนามาตรฐานการทำงาน ของแรงงานและลดปริมาณของ Defect ที่เกิดขึ้นได้

บริษัทยังได้ดำเนินโครงการ “**ครูอาชีพ: 4.0 By Pruksa**” ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ เพื่อถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้กับนักเรียนอาชีวศึกษา สาขาอุตสาหกรรม ประมาณ 500,000 คน ช่วยสร้างช่างที่มีคุณภาพด้านการก่อสร้างสู่วงการอุตสาหกรรมก่อสร้างต่อไปในอนาคต ซึ่งทั้งสองโครงการนี้ช่วยสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 10 “Reduced Inequalities”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	43,935	44,901	28,179
ต้นทุนขาย	28,222	28,815	18,312
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	15,713	16,086	9,868
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	5,456	6,022	3,534
สินทรัพย์รวม	72,244	81,845	85,320
หนี้สินรวม	33,584	39,971	43,363
ส่วนผู้ถือหุ้น	37,909	41,171	41,255
EPS (บาท)	2.50	2.75	1.61
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	35.76	35.83	35.02
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	12.37	13.36	12.50
ROE (%)	14.88	15.23	13.78
Dividend Yield (%)**	2.61	12.07	10.00

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# SCCC

บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / วัสดุก่อสร้าง

www.siamcitycement.com



**ธุรกิจหลัก** ผลิตและจำหน่ายปูนซีเมนต์และปูนสำเร็จรูป ภายใต้ตราสินค้า ออนร์ ทั้งในลักษณะผงและเม็ด รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ตลอดระยะเวลา 50 ปีในการดำเนินงาน บริษัทยึดมั่นหลักธรรมาภิบาลที่ดีในการดำเนินธุรกิจและยึดมั่นในแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการรักษาสมดุลในการสร้างคุณค่า 3 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจหรือผลประโยชน์ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อชุมชนรอบหน่วยผลิต รวมถึงสังคมประเทศชาติโดยรวม โดยมุ่งหวังให้บริษัทเป็นที่ยอมรับและสร้างความพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียสำคัญทุกฝ่าย

บริษัทกำหนดค่านิยมองค์กร คือ **“ห่วงใย ใส่ใจอนาคต”** (Caring about our Future) เพื่อปลูกฝังทัศนคติ พฤติกรรมของพนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียสำคัญให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันในการดำเนินงานด้วยการมีธรรมาภิบาลที่ดี มีความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคม จนกลายเป็นรากฐานสำคัญของวัฒนธรรม ที่นำพาองค์กรสู่ความยั่งยืน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการธรรมาภิบาลและความเสี่ยง เพื่อควบคุมและดูแลการบริหารความเสี่ยงสำคัญต่าง ๆ ขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยหนึ่งในความเสี่ยงของธุรกิจ คือ **การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** ที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์และสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ อย่างมากในปัจจุบัน

บริษัทจึงได้ตั้งเป้าหมายในระยะยาวและมีการดำเนินงานที่จะลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ด้วยการมุ่งเน้นกิจกรรมสำคัญ ๆ หลายประการด้วยกัน เช่น การส่งเสริมการใช้เชื้อเพลิงทดแทนแทนการใช้เชื้อเพลิงจากถ่านหิน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปูนซีเมนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่เรียกว่า ปูนซีเมนต์ไฮดรอลิก เพื่อตอบสนองการก่อสร้างตามแนวคิดริ้วโลก การดำเนินโครงการใช้พลังงานไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ปัจจุบันแผนงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนโยบายด้านการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทที่ดำเนินการ มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ในหลายเป้าหมายด้วยกัน เช่น **โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production” โดยบริษัทเป็นผู้ผลิตปูนซีเมนต์รายแรกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) ระดับที่ 5 (เครือข่ายสีเขียว) ครบทุกโรงงานผลิต ซึ่งเป็นระดับสูงสุดจากกระทรวงอุตสาหกรรมของประเทศไทย สะท้อนถึงกระบวนการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ตลอดจนการส่งเสริมแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปยังพนักงาน ลูกค้า คู่ค้าและชุมชน นอกจากนี้ บริษัทยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปูนซีเมนต์ไฮดรอลิกที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และช่วยลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	43,634	44,764	35,733
ต้นทุนขาย	29,187	29,300	24,348
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	14,447	15,464	11,385
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,818	3,022	2,678
สินทรัพย์รวม	81,466	79,563	77,607
หนี้สินรวม	45,527	45,022	44,586
ส่วนผู้ถือหุ้น	34,464	33,030	31,799
EPS (บาท)	6.59	10.14	8.99
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	33.11	34.55	31.86
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	4.13	6.66	7.34
ROE (%)	6.42	8.95	9.08
Dividend Yield (%)**	4.40	4.88	4.15

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# SPALI

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์  
www.supalai.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ทั้งบ้านและที่ดินจัดสรร อาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด รวมถึงอสังหาเพื่อการพาณิชย์

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้ถือหุ้น สร้างความยั่งยืนให้แก่กิจการ ซึ่งนำไปสู่การขยายผลความยั่งยืนไปสู่สังคม บริษัทกำหนดให้มีการกำกับดูแลที่ดีเพื่อให้กิจการสามารถสร้างผลประกอบการที่ดี มีความยั่งยืน โดยเน้นการปฏิบัติอย่างจริงจัง ยึดมั่นดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อในทุกกระบวนการ หรือ CSR in Process และผลักดันให้ผู้มีส่วนได้เสียร่วมดำเนินการ รวมถึงการเป็นบริษัทต้นแบบด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ที่มีแผนปฏิบัติอย่างจริงจังในทุกระดับ และสร้างวัฒนธรรมการไม่คอร์รัปชันในภาคธุรกิจไทย โดยมีปรัชญาการดำเนินงาน SPL ประกอบด้วย **SUPERIORITY** เน้นความเป็นเลิศในด้านสินค้า บริการและการจัดการที่ดี **PROFITABILITY** คำนึงถึงผลประโยชน์สำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้รับเหมา คู่ค้าและสังคม **LONGEVITY** ประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนและมั่นคง

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทตระหนักถึงแนวโน้มการให้ความสำคัญต่อ **ความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right Risk)** ซึ่งภาครัฐและสังคมมีความคาดหวังเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชนจากภาคธุรกิจ ทั้งกระบวนการ บริษัทจึงต้องเพิ่มการเฝ้าระวังการดำเนินธุรกิจ ของบริษัทและพันธมิตรทางธุรกิจที่อาจเกิดการละเมิดสิทธิ ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และค่าใช้จ่ายในการเยียวยา บริษัทจึงได้ แสดงความมุ่งมั่นในการเคารพสิทธิมนุษยชนโดยบูรณาการ หลักการชี้แนะ UNGP เข้ากับการดำเนินธุรกิจในทุกกระบวนการ ทำงาน รวมถึงการปลูกฝังและเผยแพร่ให้เกิดการตระหนักในเรื่องของการเคารพสิทธิมนุษยชนทั้งกับพนักงานภายในบริษัท และพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทยังปลูกฝังแนวคิดในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและการบริหารความเสี่ยงให้เป็น ส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิผลและความ สม่าเสมอผ่านแนวคิด 4 ด้าน ได้แก่ เปิดใจ เปิดโอกาส สนับสนุน เอื้ออาทร

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทใส่ใจถึงการพัฒนายั่งยืนของทุกชีวิตใน กระบวนการทางธุรกิจ เริ่มตั้งแต่คนงานก่อสร้างภายในโครงการ ชุมชนในพื้นที่รอบโครงการ ไปจนถึงพนักงาน โดยสร้างสรรค์ โครงการสนับสนุนช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการ “Happiness Camp” ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 1 “No Poverty” เป้าหมายที่ 2 “Zero Hunger” เป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” และเป้าหมายที่ 17 “Partnerships for the Goals” โดยพัฒนาพื้นที่ภายในแคมป์คนงานก่อสร้างให้กลายเป็น สวนครัวเกษตรอินทรีย์ มีการจัดสอนเทคนิคการปลูกผักสวนครัว ไร่สารเคมี ให้คนงานก่อสร้างได้ร่วมแรงร่วมใจกันสร้างสวนครัว ขนาดใหญ่ในพื้นที่แคมป์คนงาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของ คนงานก่อสร้าง และยังสร้างเสริมให้เกิดทักษะในการทำงานร่วมกัน เป็นทีม ตลอดจนจัดอบรมความรู้ด้านสิทธิประโยชน์กองทุนประกัน สังคมแก่ผู้รับเหมา เพื่อสร้างความตระหนัก ให้คนงานก่อสร้างใส่ใจ และได้รับการดูแลด้านสุขภาพอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	25,020	25,203	16,469
ต้นทุนขาย	15,444	15,744	10,057
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	9,576	9,459	6,412
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	5,812	5,770	3,564
สินทรัพย์รวม	55,702	57,704	58,866
หนี้สินรวม	27,321	22,982	22,916
ส่วนผู้ถือหุ้น	27,682	33,986	35,196
EPS (บาท)	3.39	2.92	1.66
อัตรากำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น (%)	38.27	37.53	38.93
อัตรากำไร(ขาดทุน) สุทธิ (%)	22.54	22.36	21.18
ROE (%)	22.96	18.71	18.04
Dividend Yield (%)**	4.43	N/A	5.69

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# SPI

บริษัท สหพัฒนาอินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)

บริการ / พาณิชย  
www.spi.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจใน 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ❶ ธุรกิจการลงทุน ในธุรกิจสินค้าอุปโภค อันได้แก่ ธุรกิจสิ่งทอแฟชั่น ของใช้ในบ้าน เครื่องสำอางและความงาม ❷ ธุรกิจการลงทุนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ❸ ธุรกิจการพัฒนาสวนอุตสาหกรรมและลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยวิสัยทัศน์ **“เป็นหนึ่งในการลงทุน บริการด้วยใจ มุ่งมั่นพัฒนา สร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน”** เพื่อให้พนักงานทุกคนมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกันและเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กร บริษัทได้กำหนดค่านิยมองค์กร **“SPI”** ซึ่งประกอบด้วย **S** มุ่งมั่นสร้างความสำเร็จ จากการรวมพลัง และการแบ่งปันอย่างเหมาะสม **P** หมั่นสร้างความสำเร็จที่มั่นคง สรรสร้างพันธมิตร ด้วยทัศนคติเชิงบวก อย่างจริงใจ **I** ร่วมใจสร้างผลผสมผสาน การลงทุนที่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับคุณธรรมทางธุรกิจอย่างลงตัว นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม **“คนดี สินค้าดี สังคมดี”** เพื่อประสานประโยชน์ให้เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างแท้จริง

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบัน การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคตะวันออก ซึ่งมีโครงการ Eastern Seaboard โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development) ทำให้ปริมาณการใช้น้ำในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น อาจเป็นผลให้เกิด**การขาดแคลนน้ำใช้ (Water Scarcity)**

บริษัทซึ่งดำเนินธุรกิจสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ศรีราชา มีการบริหารจัดการน้ำให้เพียงพอครอบคลุมทุกช่วงฤดูกาล รวมถึงการนำเทคโนโลยีไอโซนในการปรับปรุงคุณภาพน้ำ สามารถนำน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติที่มีคุณภาพต่ำในช่วงฤดูแล้ง มาผลิตเป็นน้ำดิบ ในขณะที่สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ ทั้ง 4 แห่ง มีอ่างเก็บน้ำที่สามารถรองรับการใช้น้ำได้อย่างพอเพียง และมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนน้ำ นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีการบริหารจัดการน้ำเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม และนำกลับมาใช้ใหม่ ช่วยลดการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมุ่งการสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ในสวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ โดยการยกระดับมาตรฐานสิ่งแวดล้อมให้เป็น**เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Eco Industrial Town)** ด้วยระบบบริหารจัดการที่ดี มีความโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต เพื่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันทั้งภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม สิ่งแวดล้อม และสังคม

บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการพัฒนาระบบอุตสาหกรรมใหม่ ให้คล้ายคลึงกับระบบนิเวศทางธรรมชาติ เป็นเมืองน่าอยู่คู่กับอุตสาหกรรมและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อคงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีโครงการย่อยที่สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs จำนวน 9 เป้าหมาย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ เป้าหมายที่ 1 **“No Poverty”** คือ การส่งเสริมกิจกรรมการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เช่น ส่งเสริมอาชีพการทำไม้กวาด สนับสนุนการเลี้ยงปลาในกระชัง เป็นต้น

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	2,727	2,128	1,909
ต้นทุนขาย	2,248	2,397	1,778
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	479	(269)	131
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	3,165	2,595	1,700
สินทรัพย์รวม	35,130	38,788	40,368
หนี้สินรวม	10,401	9,783	9,571
ส่วนผู้ถือหุ้น	24,701	28,991	30,403
EPS (บาท)	6.41	4.87	2.97
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	17.57	(12.65)	6.86
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	47.01	45.66	43.07
ROE (%)	13.45	9.67	7.59
Dividend Yield (%)**	0.60	0.76	1.09

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TFMAMA



บริษัท ไทยเฟรมชิลด์ จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม  
www.mama.co.th

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบะหมี่และอาหารกึ่งสำเร็จรูป ขนบึงกรอ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

เพื่อขับเคลื่อนความยั่งยืนในกระบวนการธุรกิจ บริษัทเสริมสร้างค่านิยมองค์กร “TF-POWERS” ให้พนักงานยึดถือเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารในระดับโลก ประกอบด้วย **P: Participation** ร่วมมือร่วมใจเต็มใจ ช่วยเหลือเกื้อกูลตั้งคนในครอบครัว ใส่ใจดูแลกันและกัน การประสานงานเป็นอันหนึ่งอันเดียว **O: Organization that learns** กระตือรือร้นที่จะหาความรู้และทักษะใหม่ ยอมรับและเรียนรู้จากข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น **W: World Class** พัฒนาผลิตภัณฑ์ แปรนต ภาพลักษณ์ขององค์กร บุคลากร และการทำงานตามมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล **E: Ethics** ทำงานมีจริยธรรม ตามกฎเกณฑ์ กฎหมาย และสอดคล้องตามหลักจริยธรรมสากล **R: Responsibility** ทำธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมสำนึกในหน้าที่รับผิดชอบต่อตนเอง เพื่อนร่วมงาน องค์กร ผู้บริโภค และสังคม **S: Sustainability** ประกอบธุรกิจยั่งยืน คำนึงถึงธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเท่าเทียมกัน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

หนึ่งในปัจจัยความท้าทายที่บริษัทได้ติดตามเฝ้าระวัง คือ กรณีการออกกฎหมายยกเลิกการใช้ไขมันปาล์มในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิง รวมถึงการที่ประชาชนในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปเริ่มมีการรณรงค์ไม่บริโภคไขมันปาล์ม อาจทำให้เกษตรกรหันไปปลูกพืชอย่างอื่นที่มีผลตอบแทนด้านราคาที่สูงกว่า ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นคงของวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมอาหารที่ใช้ไขมันปาล์มเป็นวัตถุดิบ

บริษัทจึงได้กำหนดแผนธุรกิจรองรับโดยการดำเนินการศึกษาวิจัยการใช้ไขมันรำข้าวทดแทนไขมันปาล์ม ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และได้เริ่มมีการส่งออกผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป “Palm oil Free” ไปยังประเทศแถบสแกนดิเนเวียบางประเทศแล้ว นอกจากนี้ บริษัทยังได้คิดค้นวิจัยการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ใช้ลมร้อนแทนการทอดในน้ำมันปาล์ม เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้บริโภค

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ในนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” โดยในเบื้องต้นได้พัฒนานำหุ่นยนต์มาทำงานในการจับของผลิตภัณฑ์บรรจุลงกล่องแทนตำแหน่งคนที่ต้องทำงานซ้ำ ๆ เพื่อแก้ปัญหาภาวะขาดแคลนแรงงานการเจ็บป่วยจากการทำงาน และปัญหาความผิดพลาดที่เกิดจากความเหนื่อยล้า

นอกจากนี้ การใช้หุ่นยนต์ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดการสูญเสียเนื่องจากลดความผิดพลาด ทำให้ปริมาณงานที่ได้มีคุณภาพสม่ำเสมอและแน่นอน ในปี 2561 บริษัทได้เลือกสายการผลิตสายหนึ่งในโรงงานผลิตที่จังหวัดลำพูน ให้เป็นสายการผลิตต้นแบบ ซึ่งเป็นโครงการนำร่องที่จะใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาปรับปรุงพัฒนา และเมื่อทำการทดลองแล้ววัดประสิทธิภาพได้ผลเป็นที่น่าพอใจก็จะดำเนินการขยายผลนำไปใช้กับสายการผลิตอื่น ๆ ที่โรงงานผลิตสาขาอื่นต่อไป

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	21,631	22,437	17,822
ต้นทุนขาย	14,355	14,528	11,400
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	7,276	7,909	6,422
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	2,853	3,404	2,904
สินทรัพย์รวม	29,423	30,842	33,714
หนี้สินรวม	3,706	4,019	4,931
ส่วนผู้ถือหุ้น	19,877	20,900	22,417
EPS (บาท)	8.65	10.33	8.81
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	33.64	35.25	36.03
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	12.84	14.74	15.58
ROE (%)	15.07	16.70	17.87
Dividend Yield (%)**	N/A	1.02	2.17

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TISCO

บริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ธนาคาร  
www.tisco.co.th



**ธุรกิจหลัก** เป็น Holding Company ของกลุ่มธุรกิจทางการเงิน ทีสโก้ ประกอบด้วยธุรกิจธนาคารพาณิชย์และธุรกิจตลาดทุนที่มีผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินสำหรับลูกค้าธุรกิจและรายย่อย ทั้งเงินฝาก สินเชื่อ ตัวแทนประกันภัย วาณิชธนกิจ อนุบัตรธกิจ นายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ และการจัดการกองทุน

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มทีสโก้มีวัฒนธรรมและสังคมที่ผสมผสานมาตรฐานการทำงานแบบตะวันตกกับการดูแลใกล้ชิดเหมือนครอบครัวแบบตะวันออก โดยมีผู้บริหารเป็นต้นแบบในการสร้างค่านิยมและเป็นแบบอย่างของวิถีการปฏิบัติตนในองค์กร และถ่ายทอดวัฒนธรรมการทำงานที่ดีแก่พนักงานในทุกระดับ เพื่อสร้างรากฐานที่ยั่งยืนผ่านค่านิยมหลัก 6 ประการ ได้แก่ ลูกค้าเป็นหลัก (Customer Priority) เชี่ยวชาญอย่างผู้นำ (Mastery) ซื่อสัตย์มีคุณธรรม (Integrity) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) สร้างผลงานน่าเชื่อถือ (Reliability) และการให้คำแนะนำ (Guidance) เพื่อหล่อหลอมให้พนักงานทีสโก้มีทัศนคติของการทำงานอย่างมืออาชีพ มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อ มีวินัย สามัคคี และมีส่วนร่วมในองค์กร

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กลุ่มทีสโก้มีการพิจารณาบทวนปัจจัยความท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และกฎหมายกฎระเบียบ โดยหนึ่งในปัจจัยสำคัญ คือ **การเปลี่ยนแปลงด้านภูมิศาสตร์ประชากร** โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่สังคมไทยเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้มีความจำเป็นในการวางแผนการเงินเพื่อการเกษียณเพิ่มสูงขึ้น

กลุ่มทีสโก้ได้ออกแบบและนำเสนอกองทุนที่มีนโยบายการลงทุนที่หลากหลาย ให้ลูกค้าเลือกตามความสามารถในการรับความเสี่ยงและการตั้งเป้าหมายการลงทุนที่แตกต่างกันตลอดช่วงอายุของลูกค้า ตลอดจนจนให้ความรู้ด้านการวางแผนทางการเงิน และให้คำแนะนำแก่ลูกค้าและพนักงานผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุมทั้งการออม การลงทุน การใช้จ่ายอย่างชาญฉลาด และการคุ้มครองจากความเสียหายด้วยผลิตภัณฑ์ประกันภัยและประกันสุขภาพที่คุ้มค่าและเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าและพนักงานสามารถบรรลุเป้าหมายการออมและสามารถใช้ชีวิตในวัยเกษียณได้อย่างมีคุณภาพ

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

กลุ่มทีสโก้ตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนเป้าหมาย SDGs และมีนโยบายให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อเป้าหมายที่ 1 “No Poverty” เป้าหมายที่ 4 “Quality Education” เป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” และเป้าหมายที่ 10 “Reduced Inequalities” โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินและช่องทางให้บริการที่ช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้รับอัตราดอกเบี้ยและการปฏิบัติที่เป็นธรรม และสามารถนำเงินทุนไปใช้จ่ายธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ภายใต้โครงการบริการสินเชื่อที่มีหลักประกันแก่ลูกค้ารายย่อยในแบรนด์ “สมหวัง เงินสั่งได้” ควบคู่ไปกับการดำเนินกิจกรรมให้ความรู้ทางการเงินของกลุ่มทีสโก้เองภายใต้โครงการ “ฉลาดเก็บฉลาดใช้” ซึ่งในปี 2561 มีผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 19,771 คน การขยายสาขาของทีสโก้ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนแก่ผู้มีรายได้น้อยแล้ว ยังช่วยให้เกิดการจ้างงาน และการใช้ทรัพยากรในพื้นที่อีกด้วย

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	16,470	17,690	13,146
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	4,815	5,076	3,826
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	11,655	12,615	9,320
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	6,090	7,016	5,405
สินทรัพย์รวม	303,388	302,545	283,866
หนี้สินรวม	268,657	264,715	246,471
ส่วนผู้ถือหุ้น	34,605	37,697	37,391
EPS (บาท)	7.61	8.76	6.75
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	70.77	71.31	70.90
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	25.11	28.49	29.92
ROE (%)	18.50	19.41	19.49
Dividend Yield (%)**	3.95	6.39	7.18

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





# TMB

ธนาคารไทย จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ธนาคาร  
www.tmbbank.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบแก่ลูกค้า 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ ลูกค้าเอสเอ็มอี และลูกค้ารายย่อย โดยมีกลุ่ม ไอเอ็นจี สถาบันการเงินของประเทศ เบนโรแลนด์ เป็นพันธมิตรทางธุรกิจและผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกับ กระทรวงการคลัง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

รากฐานของทีเอ็มบีหล่อหลอมขึ้นจากค่านิยมขององค์กร ที่ต้องการสร้างความแตกต่าง ผนวกกับการดำเนินงาน ภายใต้ปรัชญา **“สร้างความแตกต่าง” (Make THE Difference)** โดยเป้าหมายของทีเอ็มบี คือ การได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและเป็น “ธนาคารที่ลูกค้าชื่นชอบและบอกต่อมากที่สุด” พร้อมกับผสมผสานความยั่งยืนในธุรกิจและวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ของธนาคาร ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ทั้งนี้ ธนาคารมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมรวมทั้งการเคารพกฎหมาย คุ่มครองสิทธิมนุษยชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างคุณค่าแก่ชุมชน ธนาคารเชื่อว่าแนวคิดและการปฏิบัติอย่างยั่งยืนจะส่งผลให้ธนาคารสามารถส่งมอบบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า สร้างผลการดำเนินงานด้านการเงินที่เหนือกว่าในระยะยาว และนำพาธนาคารไปสู่อนาคตที่แข็งแกร่ง

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม

### การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ด้วยสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิด **ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค** ธนาคารจึงได้มีการลงทุนในระบบดิจิทัลมากขึ้นทั้งในส่วนของบริษัทเทคโนโลยี และบุคลากร เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย รวดเร็วและต้นทุนในการดำเนินงานต่ำกว่าเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น นอกจากนี้ การปรับเปลี่ยนไปเป็นช่องทางดิจิทัลจะช่วยให้ธนาคารพลิกโฉมรูปแบบการทำธุรกิจ โดยเน้นประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience) มากขึ้น ตลอดจนสามารถใช้ข้อมูลพฤติกรรม การตัดสินใจทำธุรกรรมของลูกค้า (Customer Journey) ซึ่งจะมีข้อมูลขนาดใหญ่มหาดศาล (Big Data) มาใช้วิเคราะห์และใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด สามารถบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถรองรับความผันผวนทางเศรษฐกิจที่อาจจะเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ธนาคารสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” โดยให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมใหม่ ๆ บนหนทางสู่ธนาคารดิจิทัลและดิจิทัลแพลตฟอร์มด้วยความเชื่อมั่นในปรัชญา “สร้างความแตกต่าง” ที่มุ่งสร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์และมีคุณค่าต่อลูกค้าและสิ่งแวดล้อม ธนาคารได้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อยกระดับโครงสร้างพื้นฐานการให้บริการของธนาคารและปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ตลอดจนส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินและปรับปรุงการให้บริการโดยรวม เช่น การสนับสนุนให้สังคมไทยทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้โดยไร้ข้อจำกัด ไม่ว่าจะมีความพิการหรือข้อแตกต่างใด ๆ

นอกจากนี้ ธนาคารยังมีการบริการสำหรับทุกกลุ่มสังคม ไม่ว่าจะอยู่ห่างไกลเพียงใด ผ่านโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจะช่วยให้การเข้าถึงสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีถิ่นที่อยู่ห่างไกลทั่วประเทศได้วิธีดังกล่าวยังช่วยลดขยะ ลดการปล่อยพลังงานและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อทำธุรกิจด้วย

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
รายได้ดอกเบี้ย	34,713	35,128	27,504
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	9,979	10,632	8,718
กำไรขั้นต้น	24,734	24,497	18,786
กำไรสุทธิ	8,687	11,601	5,607
สินทรัพย์รวม	843,872	891,713	900,901
หนี้สินรวม	754,016	792,934	798,309
ส่วนผู้ถือหุ้น	89,856	98,779	102,592
EPS (บาท)	0.20	0.26	0.13
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	71.25	69.73	68.30
อัตรากำไรสุทธิ (%)	17.66	23.89	15.67
ROE (%)	10.01	12.30	7.32
Dividend Yield (%)**	1.99	2.73	2.59

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TTW

บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน)

กริพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.ttwplc.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำประปาให้กับการประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) โดยดำเนินการครอบคลุมพื้นที่อำเภอนครชัยศรี อำเภอสองพี่น้อง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม และ อำเภอเมืองสมุทรสาคร อำเภอกะกุ่มแบบ จังหวัดสมุทรสาคร สำหรับบริษัทย่อยดำเนินการในเขตจังหวัดปทุมธานี

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมของบุคลากรให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน บริษัทจึงได้กำหนดค่านิยม (Core Value) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ① พัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) ② ทำงานเชิงรุกด้วยความคิดริเริ่ม (Proactive & Initiative) และ ③ ทำงานเป็นทีม (Teamwork) เพื่อเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน

บริษัทยังให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อหลักในการผลิตน้ำประปาที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เพื่อตอบสนองความต้องการใช้น้ำประปาแก่ลูกค้าและประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามปณิธานของบริษัทที่กำหนดไว้ว่า **“คุณภาพน้ำเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า”**

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงทุกขั้นตอนของการดำเนินงานที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง **ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม** ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท เช่น การเกิดภัยแล้งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจด้านปริมาณน้ำดิบไม่เพียงพอในการผลิตน้ำประปา การเกิดอุทกภัยส่งผลกระทบต่อธุรกิจด้านระบบการผลิตน้ำประปาไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

บริษัทเฝ้าระวังสถานการณ์น้ำและประสานงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด รวมถึงบริษัทได้นำเทคโนโลยีเมมเบรนมาใช้ในการผลิตน้ำประปา โดยใช้การกรองแบบ Ultra Filtration (UF) สามารถขจัดสิ่งปนเปื้อน เชื้อโรค ไวรัส และแบคทีเรียได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยแก้ไขปัญหาคูณภาพน้ำดิบเสื่อมโทรม ส่งผลให้น้ำประปาสะอาดและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถลดสารเคมีในกระบวนการผลิตได้ด้วย

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของแนวทางการบริหารจัดการน้ำอย่างครบวงจรและพร้อมใช้สำหรับทุกคนควบคู่กับการมีส่วนร่วมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและดูแลสิ่งแวดล้อมสอดคล้องตามเป้าหมาย SDGs ต่างๆ เช่น เป้าหมายที่ 15 “Life on Land” โดยมีโครงการสำคัญ คือ **โครงการศึกษาวิจัยตะกอนน้ำประปาและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์**

บริษัทร่วมกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทำการศึกษาวินิจฉัยตะกอนน้ำประปาที่เหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น เม็ดดูดซับฟลูออไรด์ อิฐบล็อกประสาน กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องดินเผา ปุ๋ยหมัก เชื้อเพลิงอัดแท่ง และอิฐมอญ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทางด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ผลจากดำเนินโครงการดังกล่าวได้ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มจากของเสียที่เหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตน้ำประปา ทำให้ชุมชนจะมีทักษะความรู้จากการนำตะกอนน้ำประปามาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และช่องทางในการต่อยอดเป็นอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	5,595	5,926	4,576
ต้นทุนขาย	1,564	1,722	1,327
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	4,031	4,203	3,249
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	2,663	2,842	2,193
สินทรัพย์รวม	23,277	23,330	22,154
หนี้สินรวม	11,399	10,966	9,975
ส่วนผู้ถือหุ้น	11,836	12,322	12,140
EPS (บาท)	0.67	0.71	0.55
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	72.04	70.94	71.00
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	46.02	46.59	46.85
ROE (%)	22.83	23.53	24.10
Dividend Yield (%)**	4.76	4.84	4.41

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





กลุ่ม  
3

บริษัทจดทะเบียนใน SET  
ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
ระหว่าง 10,000-30,000 ล้านบาท

# AMATA

POSSIBILITIES HAPPEN

## AMATA

บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

www.amata.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้งในประเทศไทยและเวียดนาม โดยมีบริษัทในกลุ่มดำเนินธุรกิจด้านสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการหลังการขาย ทั้งน้ำประปา กระแสไฟฟ้า และจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ เป็นต้น

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มอมตะมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจและเศรษฐกิจไทยให้เติบโตไปพร้อมกับการรักษาสมดุลระหว่างอุตสาหกรรมและชุมชนโดยรอบให้อยู่ร่วมกันอย่างมีคุณภาพ บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ด้วยลักษณะของธุรกิจเมืองอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ต้องใช้ทรัพยากรมาก การดำเนินธุรกิจของบริษัทจึงก่อให้เกิดผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงได้ยึดมั่นการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญา “ALL WIN” ตลอดมา แนวทางการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญา “ALL WIN” นั้น บริษัทไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะผลประโยชน์ของตนเองเป็นที่ตั้ง แต่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดในห่วงโซ่ธุรกิจด้วย

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เข้มแข็งและเกื้อหนุนการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน บริษัทจึงได้ปลูกฝัง ค่านิยม พฤติกรรม และทัศนคติ ผ่าน “AMATA DNA” ซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรของบริษัท ประกอบด้วยหลัก 5 ประการ ได้แก่ นำเชื่อถือ วางใจได้ (Dependable) พร้อมให้การตอบสนอง (Responsive) ลองคิดสิ่งใหม่ (Innovative) มองไกลไปข้างหน้า (Visionary) เต็มคุณค่ามีประสิทธิภาพ (Efficient) เพื่อเป็นรากฐานในการนำพาบริษัทให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ท้าทายต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มในห่วงโซ่คุณค่า ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศที่เพิ่มขึ้นมากในปัจจุบันทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการบริหารจัดการน้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของธุรกิจนิคมอุตสาหกรรมที่ต้องจัดหา น้ำสะอาดที่ได้มาตรฐานให้แก่ผู้ประกอบการโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม



บริษัทจึงได้กำหนดกลยุทธ์และแนวทางการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ **1 การลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ** บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน โดยการนำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาใช้ใหม่เพื่อลดการพึ่งพาน้ำดิบจากแหล่งธรรมชาติ จัดหาแหล่งสำรองน้ำดิบให้มีมากกว่าความต้องการใช้ในนิคมอุตสาหกรรมอย่างน้อย 150% และพัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อเตรียมรับมือและป้องกันภาวะน้ำท่วม **2 ด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก** บริษัทกำหนดนโยบายและแนวทางการจัดการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานและมุ่งสู่การเป็นเมืองคาร์บอนต่ำ โดยการขับเคลื่อนโครงการเมืองอัจฉริยะ (AMATA Smart City) ที่มุ่งเน้นการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพจากการใช้เทคโนโลยีและแหล่งพลังงานคาร์บอนต่ำ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า จึงได้จัดทำโครงการขยายกำลังการผลิตน้ำคุณภาพสูงจากน้ำรีไซเคิลด้วยระบบ Reclamation ตามหลักการ Zero Discharge โดยตั้งเป้าหมายในการลดการพึ่งพาน้ำดิบจากแหล่งธรรมชาติให้มากที่สุดและไม่มีการปล่อยน้ำเสียออกจากนิคมอุตสาหกรรมโดยการนำน้ำเสียกลับมาใช้ใหม่ให้มากที่สุด สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 6 “Clean Water and Sanitation” และเป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production”

น้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วหรือเรียกว่าน้ำรีไซเคิลจะถูกนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ภายในนิคมอุตสาหกรรมทั้งหมด เช่น ส่งเข้าระบบหล่อเย็นและ Steam Turbine ของโรงไฟฟ้าในนิคมอุตสาหกรรมอมตะ นำน้ำไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ส่วนกลางและสนามกอล์ฟ น้ำรีไซเคิลจำนวนหนึ่งจะถูกส่งเข้าระบบ Reclamation เพื่อผลิตเป็นน้ำคุณภาพสูงและนำไปใช้ทดแทนน้ำดิบจากแหล่งธรรมชาติในกระบวนการผลิตน้ำประปาป้อนให้กับโรงงานภายในนิคมอุตสาหกรรม ในปี 2561 บริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการใช้น้ำรีไซเคิลในส่วนที่ส่งเข้าระบบ Reclamation เพื่อผลิตน้ำคุณภาพสูงจากเดิมร้อยละ 40 ในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 45 ของปริมาณน้ำรีไซเคิลทั้งหมด ทำให้บริษัทสามารถลดสัดส่วนน้ำดิบจากแหล่งธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตน้ำประปาจากร้อยละ 78 ของน้ำใช้ทั้งหมดในปี 2560 เหลือร้อยละ 63



## “อมตะดำเนินธุรกิจตามปรัชญา ‘ALL WIN’ และบูรณาการแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เข้ากับแผนพัฒนาธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อภาวะแวดล้อมโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยแนวคิด ‘SAVE EARTH, SAFE US’”

คุณวิกรม กรมดิษฐ์ ประธานกรรมการและรักษาการประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,491	4,354	4,623
ต้นทุนขาย	2,078	2,101	2,289
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,413	2,253	2,334
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,409	1,018	1,492
สินทรัพย์รวม	29,280	33,021	34,485
หนี้สินรวม	14,308	17,452	17,835
ส่วนผู้ถือหุ้น	12,556	12,967	13,941
EPS (บาท)	1.32	0.95	1.40
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	53.73	51.75	50.49
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	26.46	19.33	27.77
ROE (%)	11.50	7.98	12.01
Dividend Yield (%)**	1.73	2.57	1.89

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# SC

## บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

www.scasset.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายและเช่าในรูปแบบคอนโดมิเนียม บ้านเดี่ยว ทาวน์โฮมและอาคารสำนักงานให้เช่า

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

เอสซี แอสเสท ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรใหม่เพื่อมุ่งสู่การเป็น Living Solutions Provider เพราะการเปลี่ยนแปลงทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกที่กระทบสู่ธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นอัตลักษณ์ มุมมอง และความคาดหวังของลูกค้าที่ซับซ้อนขึ้น ตลอดจนวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร บังคับให้บริษัทต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน กลไกสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กร คือ พนักงาน ซึ่งควรมีคุณลักษณะที่ตอบโจทย์การเป็น Living Solutions Provider บริษัทจึงปลูกพลังให้พนักงานกว่า 900 คน ลุกขึ้นสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น โดยเมื่อต้นปี 2562 ได้ประกาศวัฒนธรรมองค์กรใหม่ร่วมกันภายใต้แนวคิด **“SKYDIVE”**

แนวคิด SKYDIVE ประกอบด้วยค่านิยม (Core Value) สำคัญในการดำเนินธุรกิจ 4 ประการ คือ **1 Care** ใส่ใจเพื่อน รู้ใจลูกค้า **2 Courage** กล้าคิด กล้าพูด กล้าทำ เพื่อนำเสนอสิ่งใหม่ **3 Collaboration** ทำงานร่วมต่างแผนก ต่างบริษัท มุ่งมั่นไปสู่จุดมุ่งหมายร่วมกัน **4 Continuous Improvement** เรียนรู้สิ่งใหม่ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี (Disruptive Technology) ทำให้พฤติกรรมมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และมหาดล IoT (Internet of Things) และ AI (Artificial Intelligence) จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคน อีกทั้งความสำคัญของ Data จะเป็นวัตถุดิบสำคัญในการดำเนินธุรกิจในทุกอุตสาหกรรม เพื่อรับมือต่อปัจจัยที่กระทบต่อธุรกิจ เอสซีฯ ได้ดำเนินการตามกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่วางไว้ เช่น การใช้ OKRs (Objectives Key Results) เป็นเครื่องมือในการบริหาร โดยมุ่งเน้นใน 3 เรื่อง คือ **1 SC ASSET Profit Growth** กำไรดี หนี้ลด มุ่งสร้างการเติบโตของกำไรสุทธิอย่างต่อเนื่อง **2 SC ASSET is Quality** เติบโตโดยรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพสูง **3 SC ASSET as Living Solutions Provider** รู้ใจผู้อยู่อาศัย ประสานนวัตกรรมสู่ที่อยู่อาศัยและบริการ







นอกจากนี้ บริษัทยังสร้าง Living Solutions Platform ร่วมกับพันธมิตรที่หลากหลายใน Ecosystem โดยที่อยู่อาศัยและบริการต่าง ๆ จะถูกต่อประสานเข้ากับเทคโนโลยี เพื่อแก้ปัญหาการใช้ชีวิตของมนุษย์ให้ได้รับความสะดวกสบายและความปลอดภัยผ่าน Baan Ruejai Application

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ใน 5 ประเด็น ครอบคลุมทั้งมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้ เป้าหมายที่ 3 “Good Health And Well-Being” เป้าหมายที่ 4 “Quality Education” เป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” เป้าหมายที่ 9 “Innovation and Infrastructure” และ เป้าหมายที่ 17 “Partnerships For The Goals” โดยเอสซีซีให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทั้งด้านความรู้ ทักษะ และระบบปฏิบัติงานภายในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง บริษัทยังจัดให้มี CO.Labs หรือ Co-working Space โดยจัดพื้นที่สร้างสรรค์งานสำหรับพนักงาน เพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กร SKYDIVE มุ่งเน้นการสร้างบรรยากาศแห่งความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และความสนุกสนานในการทำงาน เพื่อส่งเสริมการทำงานร่วมกันในการพัฒนาโซลูชันที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้มากที่สุด ขณะเดียวกัน บริษัทส่งเสริมความร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อร่วมขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้แนวคิด Circular Living โดยหมุนเวียนใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ให้คุ้มค่าผ่านกระบวนการธุรกิจเพื่อการจัดการทรัพยากรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

## “SC ปรับตัว เปลี่ยนวิธีคิดและวิธีทำธุรกิจจาก Property Developer เป็น Living Solutions Provider เพื่อแก้ปัญหาการใช้ชีวิตของลูกค้า และขับเคลื่อนด้วยวัฒนธรรมองค์กรใหม่ SKYDIVE”

คุณณัฐพงศ์ คุณากรวงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	12,450	14,784	10,922
ต้นทุนขาย	7,992	10,188	7,322
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	4,458	4,596	3,600
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,259	1,782	1,039
สินทรัพย์รวม	38,498	42,574	46,608
หนี้สินรวม	23,583	26,369	30,005
ส่วนผู้ถือหุ้น	14,913	16,205	16,613
EPS (บาท)	0.30	0.43	0.25
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	35.81	31.09	32.96
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	10.09	11.39	9.49
ROE (%)	8.58	11.45	10.73
Dividend Yield (%)**	4.87	4.44	6.90

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



eastwater

# EASTW

บริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)

ทรัพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค  
www.eastwater.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ด้วยระบบโครงข่ายท่อส่งน้ำในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา โดยจำหน่ายน้ำดิบให้แก่นิคมอุตสาหกรรม โรงงานทั่วไป และกิจการประปา

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) หรือ อีสท์ วอเตอร์ พร้อมเดินทางรุกธุรกิจใหม่ต่อยอดธุรกิจน้ำดิบสู่น้ำครบวงจร หรือ Total Water Solutions ภายใต้วิสัยทัศน์ “**เป็นผู้นำในการบริหารจัดการน้ำครบวงจรของประเทศ**” นำมาสู่การกำหนดสมรรถนะหลักของกลุ่มบริษัทฯ ว่า “SHARP” ซึ่งอีสท์ วอเตอร์ เน้นย้ำและมุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องการบริหารจัดการน้ำอย่างครบวงจร พร้อมเรียนรู้ให้เท่าทันเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และสร้างให้เป็นพฤติกรรมของพนักงาน ดังนี้

- 1 Stakeholder Focus: การให้ความสำคัญผู้มีส่วนได้เสีย
  - 2 Holistic Thinking: การคิดในมุมมององค์รวม
  - 3 Adaptability: ความสามารถในการปรับเปลี่ยน
  - 4 Result Acceleration: กระตือรือร้นทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์
  - 5 Proactive and Creative Thinking: ความคิดเชิงรุกและความคิดสร้างสรรค์
- อีสท์ วอเตอร์เชื่อว่าการสร้างความยั่งยืนและมั่นคงให้กับธุรกิจนั้น ต้องมีการพัฒนาศักยภาพความเป็นมืออาชีพควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานการดำเนินงานที่โปร่งใส รับผิดชอบ มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

อีสท์ วอเตอร์ ได้มองภาพรวมสถานการณ์โลกและแนวทางด้านความยั่งยืน โดยปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรเติบโตในอนาคตได้อย่างยั่งยืน สามารถรับมือกับปัจจัยที่ท้าทาย เช่น **การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิกฤตน้ำและคุณภาพน้ำในแหล่งน้ำ ดังนั้น อีสท์ วอเตอร์จึงร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนวางแผนรองรับและเฝ้าระวัง รวมถึงคาดการณ์สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและปริมาณน้ำ เพื่อทำให้เกิดการจัดสรรน้ำที่มีความเสมอภาค และเหมาะสมกับทุกภาคส่วน ตลอดจนมีการติดตามและตรวจสอบคุณภาพในแหล่งน้ำต้นทุนเป็นประจำรายเดือน



นอกจากนี้ บริษัทยังมีมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพโครงข่ายท่อส่งน้ำดิบ เช่น ① การเพิ่มศักยภาพแหล่งน้ำต้นทุน โดยจัดทำแผนพัฒนาแหล่งน้ำต้นทุนทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อสร้างเสถียรภาพของแหล่งน้ำดิบ ② การพัฒนาระบบโครงข่ายท่อส่งน้ำดิบ (Water Grid) ดำเนินโครงการเพิ่มศักยภาพให้กับระบบโครงข่ายท่อส่งน้ำดิบขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ③ การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการคาดการณ์สภาพภูมิอากาศล่วงหน้า เพื่อให้สามารถวางแผนการบริหารจัดการน้ำที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน



“เพราะเราตระหนักถึงความสำคัญของน้ำที่มีอยู่อย่างจำกัด การสร้างความสมดุลในการบริหารจัดการน้ำจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงแหล่งน้ำสะอาดสำหรับอุปโภคและบริโภค โดยไม่ลดทอนคุณภาพชีวิตของชุมชน ภายใต้การดำเนินธุรกิจที่มีความโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล ควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมกับการก้าวเข้าสู่ธุรกิจน้ำครบวงจรอย่างเต็มรูปแบบ รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนให้ประเทศบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนเติบโตเคียงคู่กับบริษัทอย่างยั่งยืน”

คุณจิรายุทธ รุ่งศรีทอง กรรมการผู้อำนวยการใหญ่

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

อีสท์ วอเตอร์กำหนดนโยบายการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนที่สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ใน 6 เป้าหมาย โดยการใช้ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการน้ำไปพัฒนาสาธารณูปโภคด้านน้ำ เพื่อให้ทุกภาคส่วนเข้าถึงแหล่งน้ำสะอาด และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมถึงจัดทำโครงการส่งเสริมสาธารณูปโภคด้านน้ำ โดยร่วมกับชุมชนจัดกิจกรรมดูแลรักษาแหล่งน้ำ ตลอดจนพัฒนาระบบสาธารณูปโภคของชุมชนตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

หนึ่งในตัวอย่างโครงการของบริษัทที่ตอบสนองต่อเป้าหมาย SDGs เช่น การดำเนินโครงการร่วมกับสถาบันการศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ทำให้ชุมชนมีประปาหมู่บ้านที่ผลิตน้ำสะอาด 9 แห่ง และดำเนินการร่วมกับกรมชลประทานและผู้นำภาคการเกษตรพิจารณาโครงการด้านสาธารณูปโภคด้านน้ำ ทำให้ชุมชนเข้าถึงน้ำสะอาดสำหรับอุปโภคและเกษตรกรรมกว่า 15,000 ครัวเรือน ตลอดจนทำให้โรงเรียนสามารถนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ จำนวน 4 แห่ง การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ภายในโรงเรียน ทำให้เด็กมีอาหารกลางวันครบ 5 หมู่ ลดค่าใช้จ่ายน้ำสำหรับรดน้ำต้นไม้ รวมถึงสร้างรายได้จากการจำหน่ายพืชผักสวนครัวและน้ำยาอเนกประสงค์แก่ผู้ปกครอง ซึ่งตอบสนองต่อเป้าหมายที่ SDGs ที่ 6 “Clean Water and Sanitation”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,308	4,221	3,520
ต้นทุนขาย	2,225	2,219	2,003
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,083	2,002	1,517
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,221	1,118	839
สินทรัพย์รวม	19,483	20,141	20,474
หนี้สินรวม	9,053	9,336	9,672
ส่วนผู้ถือหุ้น	10,243	10,625	10,627
EPS (บาท)	0.73	0.67	0.50
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	48.36	47.42	43.10
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	28.03	26.26	23.60
ROE (%)	12.16	10.71	10.23
Dividend Yield (%)**	3.79	4.39	4.31

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TASCO

บริษัท ทีปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / วัสดุก่อสร้าง

www.tipcoasphalt.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางมะตอยสำหรับนำไปใช้ในการก่อสร้างถนน และซ่อมบำรุงผิวการจราจรทางยกระดับ ผิวทางวิ่งขึ้นลง ของสนามบิน ทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กลุ่มบริษัทฯ ยังได้ส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังผู้นำเข้าและผู้รับเหมาก่อสร้างและซ่อมบำรุงถนนในทวีปแอฟริกา ออสเตรเลีย และอเมริกาเหนือ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มบริษัททีปโก้แอสฟัลท์ มุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความคุ้มค่าและความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรได้ส่งมอบ ถือเป็น การสร้างสรรค ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้มีการพัฒนาเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน สิ่งที่ทำให้องค์กรดำเนินธุรกิจ ก้าวผ่านอุปสรรคและปัญหานานับประการมาได้ เพราะยึดถือคุณค่าหลักขององค์กร **TIPCO** ที่ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น และเป็นสิ่งที่คนในองค์กรยึดมั่น ประกอบด้วย **TEAMWORK** การทำงานเป็นทีม **INTEGRITY** ความซื่อตรง **PRUDENCE** ความรอบคอบ **COMMITMENT** คำมั่นสัญญา **OPEN-MIND** การเปิดรับความเห็นที่แตกต่าง

บริษัทได้กำหนดทิศทาง การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน **1** มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม (Innovation Leader) **2** การบริหารจัดการธุรกิจให้มีศักยภาพสูงในการแข่งขัน (Eco-Efficient Operations) และ **3** การตระหนักถึงความปลอดภัย (Safety Awareness) โดยการดำเนินการทุกอย่างต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดแผนงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของกลุ่มบริษัท

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กลุ่มบริษัททีปโก้แอสฟัลท์มุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัจจัยความท้าทายต่าง ๆ และสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อย่างเป็นระบบผ่านการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร หนึ่งในความเสี่ยงที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง คือ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับอาชวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์ของบริษัท และส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทเช่นเดียวกัน



บริษัทมีแนวมาตรการจัดการความเสี่ยงซึ่งถูกนำมาปฏิบัติในทุกโรงงาน ระบบจัดการความเสี่ยงนี้มุ่งเน้นที่ความเสี่ยงที่เกิดตามลักษณะของกิจกรรมการทำงานในแต่ละหน่วยงาน โดยการประเมินความเสี่ยงจะสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น Occupational Health and Safety (ISO45001:2018 Standard) และ Environment Impact Assessment (ISO14001:2015 Standard)

นอกจากนี้ ในกระบวนการขนส่งสินค้าอย่างมตะตอย บริษัทนำระบบ Road Traffic Safety Management System (RTS) (ISO39001:2012 Standard) มาประยุกต์ใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 อีกทั้งกำหนดมาตรการควบคุมโดยการติดตั้งระบบกล้องวงจรปิด CCTV & GPS ในรถบรรทุกทุกคันและมาตรการการประเมินเส้นทางก่อนการขนส่งในแต่ละครั้ง

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทได้จัดทำโครงการความปลอดภัยในการขับรถบรรทุกอย่างมตะตอยสำหรับพนักงานขับรถ (Safety Drive) ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 3 “Good Health and Well-Being” เป้าหมายที่ 11 “Sustainable Cities and Communities” เป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production” และเป้าหมายที่ 17 “Partnerships for the Goals”

โครงการดังกล่าวมีเป้าหมายที่ต้องการลดอุบัติเหตุทางถนน ซึ่งเป็นปัญหาทั้งการสูญเสียทรัพยากรบุคคล ทรัพย์สิน เสียเวลา รวมทั้งการสร้างมลพิษหรือเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลกระทบต่อไปยังชุมชนและสังคม และยังเป็นการต่อยอดจากการพัฒนาศักยภาพงานโดยนำปัญหาในด้านความปลอดภัยและการเพิ่มประสิทธิภาพงานบริการขนส่งสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความประทับใจ รวมทั้งบริหารต้นทุนการขนส่งให้ดีที่สุด

บริษัทกำหนดให้พนักงานขับรถระบุจุดอันตรายที่พบในเส้นทางขนส่งสินค้าประจำส่งให้เจ้าหน้าที่ควบคุมระบุพิกัดลงในแผนที่ระบบติดตามรถขนส่ง (GPS) พนักงานขับรถทุกคนจะศึกษาเส้นทางและวางแผนการเดินทาง เพื่อป้องกันอุบัติเหตุตลอดเส้นทางก่อนออกเดินทางทุกครั้ง มีการศึกษาวิธีการป้องกันและจัดหาอุปกรณ์ช่วยให้เกิดความปลอดภัยสูงสุด และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการแจ้งเตือนจุดอันตรายมีความเป็นปัจจุบัน (Real-Time) ที่สุด



“บริษัทเตรียมพร้อมปรับองค์กร โดยนำหลักการบริหารความเสี่ยงมาใช้ในทุกหน่วยงานหลัก ไม่ใช่เพื่อส่งเสริมให้บริษัทสามารถแข่งขันได้เท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันเป็นการสร้างคุณค่าร่วม (CSV) กับผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว”

คุณชัยวัฒน์ ศรีวรรณวัฒน์ กรรมการผู้จัดการใหญ่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

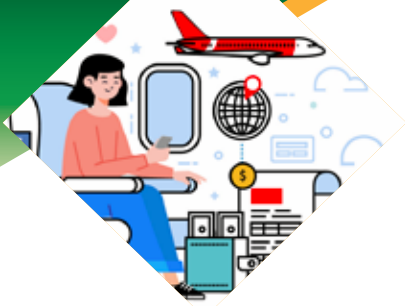
รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	28,260	27,632	27,325
ต้นทุนขาย	24,782	25,268	24,164
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	3,479	2,364	3,160
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	2,537	564	2,483
สินทรัพย์รวม	19,513	24,253	25,571
หนี้สินรวม	6,583	11,716	12,424
ส่วนผู้ถือหุ้น	12,801	12,382	12,982
EPS (บาท)	1.63	0.36	1.58
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	12.31	8.55	11.56
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	8.75	2.02	8.91
ROE (%)	20.33	4.48	21.25
Dividend Yield (%)**	4.01	8.22	1.34

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# AAV

## บริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน)

บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์  
www.aavplc.com



**ธุรกิจหลัก** ประกอบธุรกิจด้านการลงทุนโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ปัจจุบันถือหุ้นใน บจ. ไทยแอร์เอเชีย ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการสายการบินราคาประหยัดโดยมีวิสัยทัศน์เป็นบริษัทชั้นนำทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเดินทางที่ยั่งยืนในเอเชีย พร้อมให้บริการที่คุ้มค่ามากกว่าราคา

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้าง “**เกี่ยวกับแห่งความยั่งยืน**” ที่เริ่มจากภายในพร้อมส่งต่อไปสู่ภายนอกองค์กร ประกอบด้วย “**เก่ง**” คือ ทำให้ธุรกิจของเราเติบโต มีประสิทธิภาพ มีผลกำไร และ “**ดี**” คือ รับผิดชอบต่อ คู่แลสังคม สิ่งแวดล้อม มีธรรมาภิบาล โดยมีกลยุทธ์หลักที่สำคัญ 2 ประการ คือ ❶ สร้างโอกาสการเติบโตพร้อมทั้งบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลงานที่เป็นเลิศ ❷ การจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ พร้อมสร้างความแข็งแกร่งครอบคลุมทุกมิติ ได้แก่ **ด้านเศรษฐกิจ:** การทำธุรกิจให้พร้อมรับโอกาสการขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินและท่องเที่ยว ด้วยการนำนวัตกรรมพร้อมข้อมูลเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน **ด้านสังคม:** พัฒนาความสามารถของบุคลากร และร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างจิตสำนึกของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ❸ **ด้านสิ่งแวดล้อม:** ให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องบินที่ประหยัดพลังงาน และลดมลภาวะทางเสียง

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทประเมินและทบทวนความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งความเสี่ยงทั่วโลกที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน อาทิ **การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ** ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงฝึกอบรมนักบินให้มีประสิทธิภาพและมีความเชี่ยวชาญ รวมทั้งมีวิธีปฏิบัติการบินอย่างประหยัดพลังงาน ควบคุมการใช้เครื่องบินที่ประหยัดพลังงาน ลดมลภาวะทางเสียง รวมถึงการจัดการขยะจากการปฏิบัติการบิน

**ความเสี่ยงที่เกิดจากธุรกิจการเดินทาง** มุ่งเน้นด้านความปลอดภัยซึ่งเป็นสิ่งสำคัญหลักในธุรกิจ โดยจัดทำระบบจัดการด้านความปลอดภัย (Safety Management System) ที่ทำหน้าที่ผสมผสานระบบเทคนิคและระบบปฏิบัติการผนวกกับด้านการเงิน และด้านทรัพยากรบุคคล เพื่อบรรลุเป้าหมายที่จะทำให้เกิดความ

ปลอดภัยในการปฏิบัติงาน และควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทได้เชื่อมโยงเป้าหมาย SDGs เข้ากับกลยุทธ์ในการดำเนินงานภายในองค์กร โดยมีโครงการสำคัญคือ **โครงการ Journey D** ที่มุ่งตอบสนอง SDGs เป้าหมายที่ 11 “Sustainable Cities and Communities” เป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production” เป้าหมายที่ 17 “Partnership for the Goals”

Journey D หรือ the Journey of Development คือ โครงการลงทุนทางสังคมระยะยาว ที่มีเป้าหมายหลักในการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกของการเดินทางอย่างรับผิดชอบต่อ โดยทำงานผ่านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสร้างจิตสำนึกของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ ตลอดจนช่วยพัฒนาทักษะในการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐานให้ชุมชน

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	35,932	38,905	30,183
ต้นทุนขาย	31,029	36,424	28,957
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	4,903	2,481	1,226
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,477	70	(402)
สินทรัพย์รวม	62,774	61,747	61,066
หนี้สินรวม	31,320	33,124	33,310
ส่วนผู้ถือหุ้น	22,006	20,455	19,980
EPS (บาท)	0.30	0.01	(0.08)
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	13.64	6.38	4.06
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	3.96	0.17	(1.29)
ROE (%)	6.83	0.33	(3.30)
Dividend Yield (%)**	2.44	3.57	15.23

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BAFS



## บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

กริพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค  
www.bafsthai.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการระบบเติมน้ำมันอากาศยาน ประกอบด้วย ① การจัดเก็บน้ำมันอากาศยาน ② การจัดส่งน้ำมันอากาศยานผ่านระบบโครงข่ายท่อแรงดันสูง และ ③ การบริการเติมน้ำมันอากาศยาน ปัจจุบัน ให้บริการ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดอนเมือง และท่าอากาศยานภูมิภาค 3 แห่ง

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเพื่อการสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงานที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย รวมถึงสร้างมูลค่าทางสังคมและมุ่งมั่นในการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ด้วยวิสัยทัศน์ **“บริการธุรกิจพลังงานอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงคุณภาพความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม”**

กระบวนการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนของบริษัท เริ่มตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัทและพนักงานทุกคนที่ดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบ คำนึงถึงการส่งมอบคุณค่าด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่ การสร้างค่านิยมองค์กรให้สอดคล้องต่อเป้าหมายของความยั่งยืน การมีแบบอย่างที่ดีและภาวะผู้นำ และการเชื่อมโยงกรอบความยั่งยืนเข้าสู่กลยุทธ์องค์กร

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมการบินซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัทในอนาคต เช่น การเก็บภาษีคาร์บอนในธุรกิจการบิน รวมทั้งการที่ประเทศไทยได้เข้าร่วม Global Market Base Measure GMBM in Pilot Phase 2021-2023 ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในประเด็นของกฎระเบียบภาคบังคับที่ให้ธุรกิจการบินควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป

เพื่อเตรียมการรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว บริษัทจึงมีการจัดตั้งคณะทำงานลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งรวมผู้แทนจากบริษัทย่อย ร่วมกันศึกษาหาแนวทางการพัฒนาพลังงานทางเลือกและพลังงานทดแทน รวมทั้งดำเนินการขึ้นทะเบียนโครงการที่สามารถลดก๊าซเรือนกระจกเพื่อสร้างคาร์บอนเครดิตและผลักดันให้กลุ่มบริษัทเป็นบริษัทที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเท่ากับศูนย์ (Carbon Neutral Company) ตลอดจนเข้าร่วมโครงการเปิดเผยข้อมูลก๊าซเรือนกระจกในระดับสากล

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืน เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างนวัตกรรม โดยมีพื้นฐานการดำเนินงานในเรื่องนี้จากการดำเนินโครงการจัดการความรู้ (KM) เพื่อต่อยอดเป็นธุรกิจศูนย์ฝึกอบรมบาวฟส์ หรือ BAFS Training Center และที่ปรึกษาด้าน Fuel Facility ไปสู่การรับเป็นที่ปรึกษาเพื่อวางระบบให้บริการน้ำมันอากาศยานแบบครบวงจรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทยังได้จัดตั้งบริษัท BAFS Innovation Development (BID) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ วิจัย พัฒนา ปรับปรุง ออกแบบ ผลิตภัณฑ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการให้สิทธิและให้บริการด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี จากการดำเนินการต่าง ๆ นี้ ได้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ขณะเดียวกันเป็นการส่งเสริมและพัฒนางานวิจัยทางด้านสังคม เพื่อพัฒนาสังคมในระดับท้องถิ่นและต่อยอดไปสู่นวัตกรรมทางสังคม สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 9 “Industry, Innovation, and Infrastructure”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	3,581	3,754	2,869
ต้นทุนขาย	1,606	1,659	1,305
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,975	2,095	1,564
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	971	1,051	780
สินทรัพย์รวม	12,414	16,290	17,094
หนี้สินรวม	4,845	8,437	9,337
ส่วนผู้ถือหุ้น	6,230	6,477	6,383
EPS (บาท)	1.52	1.65	1.22
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	55.16	55.81	54.50
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	26.66	27.60	26.54
ROE (%)	15.80	16.54	15.16
Dividend Yield (%)**	3.21	3.82	4.64

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# GFPT

บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / ธุรกิจการเกษตร

www.gfpt.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจการเกษตรครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจอาหารสัตว์ ฟาร์มเลี้ยงไก่ ธุรกิจฆ่าและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ โดยผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มบริษัท ได้แก่ อาหารสัตว์บด อาหารสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทกำหนดนโยบายดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูปสินค้าปศุสัตว์และเกษตรอย่างครบวงจร เน้นความปลอดภัยทางด้านอาหาร ตลอดจนความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับ อีกทั้งความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว บริษัทได้กำหนดกรอบแนวทางในการดำเนินการ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ทุกคนในองค์กรมีความรับผิดชอบต่ออย่างยั่งยืน เริ่มจากการพิจารณากรอบนโยบายธุรกิจ และปรับกลยุทธ์การบริหารงาน เพื่อให้องค์กรสามารถปฏิบัติพันธกิจหน้าที่ให้บรรลุสู่เป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย การกำกับดูแลกิจการที่ยึดหลักธรรมาภิบาลเพื่อดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อเฝ้าระวังและควบคุมสถานการณ์ความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น เกิดเป็นคุณค่าร่วมกันทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่กระบวนการดำเนินการสู่ความยั่งยืน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม

### การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

**การเกิดโรคระบาดในสัตว์** ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการบริโภคเนื้อสัตว์ ซึ่งกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของบริษัท โดยเฉพาะโรคไข้หวัดนกที่ระบาดในฟาร์มเลี้ยงไก่ แม้ว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตของบริษัทแต่ก็ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ และหากโรคระบาดมีความรุนแรง อาจส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงการส่งออกกระหว่างประเทศที่ถูกจำกัดสิทธิ และกระทบต่ออุตสาหกรรมในภาพรวม

บริษัทได้มีการติดตาม ดูแล และเฝ้าระวังการเกิดโรคระบาดในสัตว์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการบริหารความเสี่ยงโดยการใช้เทคโนโลยีระบบการเลี้ยงไก่ที่ทันสมัย กำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์และความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ตามมาตรฐานสากล และดำเนินการปรับปรุงมาตรฐานสุขอนามัยของฟาร์ม อีกทั้งมีมาตรการดูแลป้องกันไม่ให้เกิดโรคระบาดในฟาร์มเลี้ยงไก่ นอกจากนี้ ยังได้มีการพัฒนาบุคลากรของบริษัทให้

มีความรู้เกี่ยวกับโรคระบาดในสัตว์ รวมทั้งประเมินหาปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรคระบาด ตลอดจนจัดทำการศึกษาภัยล่วงหน้า (Early Warning) เพื่อป้องกันการเกิดหรือแพร่กระจายของโรคระบาด

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทให้ความสำคัญต่อการจ้างงานและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม จึงมีนโยบายและข้อปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน และให้ความสำคัญต่อพนักงานทุกระดับ กำหนดนโยบายสนับสนุนและเคารพการปกป้องสิทธิมนุษยชน มีการดูแลไม่ให้อุตสาหกรรมของบริษัทเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน (Forced Labour) ต่อด้านการใช้แรงงานเด็ก (Child Labour) ตลอดจนส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี รวมถึงดูแลสถานที่ทำงานให้ถูกสุขลักษณะ และมีความปลอดภัยอยู่เสมอ จากการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัทได้มีส่วนสนับสนุนเป้าหมาย SDGs ที่ 8 “Decent Work and Economic Growth”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	16,928	16,647	12,857
ต้นทุนขาย	14,151	14,264	11,007
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,778	2,383	1,850
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,748	1,038	945
สินทรัพย์รวม	17,366	18,130	18,687
หนี้สินรวม	5,205	5,403	5,325
ส่วนผู้ถือหุ้น	12,030	12,603	13,234
EPS (บาท)	1.39	0.83	0.75
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	16.41	14.32	14.39
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.98	6.10	7.16
ROE (%)	15.41	8.43	9.29
Dividend Yield (%)**	2.13	2.50	2.02

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





# GGC

บริษัท โกลบอลกรีนเคมิคอล จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์  
www.ggcplc.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์เคมีเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยมิผลิตภัณฑ์ คือ เมทิลเอทิลเอทิล เอพดีแอลกอฮอล์ กลีเซอรอลบริสุทธิ์ และผลิตภัณฑ์พลอยได้หลายประเภท

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัท โกลบอลกรีนเคมิคอล จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นด้วยความเชื่อเรื่องการสร้าง “ความยั่งยืน” หรือ “Sustainability” ให้เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียและสังคมวงกว้าง ประกอบด้วย

- 1 การสร้าง Sustainability ในแง่การดำเนินธุรกิจ** โดยการเป็นธุรกิจ Green ที่รับผิดชอบต่อสังคมชาติเพื่อสร้างอนาคต สร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ใช้งาน
- 2 การสร้าง Sustainability ให้กับเกษตรกร** ทำให้ธุรกิจของบริษัทสามารถเพิ่มมูลค่าให้ผลผลิตทางการเกษตรได้
- 3 การสร้าง Sustainability ให้กับประเทศ** ในฐานะที่เป็น Agricultural Country

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นหนึ่งในบริษัทต้นแบบด้านความยั่งยืน จึงกำหนดให้มีคณะกรรมการกำกับดูแลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและคณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นผู้กำกับดูแลและผลักดันให้นำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนไปปฏิบัติ ควบคู่ไปกับการสนับสนุนให้บุคลากรยึดมั่นในการปฏิบัติ ตามวัฒนธรรมองค์กร 6 ประการ คือ กล้า เก่ง ดี มีวินัย ใส่ใจ รักรักษ์สิ่งแวดล้อม

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจรวมถึงแนวโน้มด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี อุตสาหกรรม และพิจารณา ทบทวนปัจจัยความเสี่ยงด้าน ESG ที่สำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อ เป้าหมายและผลการดำเนินธุรกิจของบริษัท เช่น ความเสี่ยงทางด้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทได้ปรับปรุงคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจและส่งเสริมให้พนักงานจัดทำแบบประเมินจริยธรรม (Ethics Test) เพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจของพนักงาน ปรับปรุงคู่มือการมอบอำนาจ (Manual of Delegated Authorities “MODA”) เพื่อมอบอำนาจในการบริหารจัดการให้พนักงานในระดับต่าง ๆ ตามความเหมาะสม สอดคล้องกับกระบวนการทางธุรกิจ ตลอดจนสื่อสารให้ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น คู่ค้าและลูกค้าได้รับทราบนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมีแผนการดำเนินธุรกิจที่มุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตและปกป้องสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production” เช่น **โครงการติดตั้งระบบนำความร้อนกลับมาใช้ใหม่** โดยติดตั้งระบบความร้อนกลับมาใช้ใหม่ที่กระบวนการผลิตแพตตี้แอลกอฮอล์ เพื่อลดการใช้พลังงานไอน้ำในการแลกเปลี่ยนความร้อนที่หน่วยกลั่นเมทานอลบริสุทธิ์ ส่งผลให้ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 4,292 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

**โครงการผลิตไอน้ำจากความร้อนที่เหลือในกระบวนการผลิต** โดยนำพลังงานความร้อนเหลือใช้กลับมาผลิตเป็นไอน้ำความดันต่ำ เพื่อใช้งานในกระบวนการกลั่นแพตตี้แอลกอฮอล์ ซึ่งในปี 2561 บริษัทสามารถลดปริมาณการใช้พลังงานไอน้ำในกระบวนการผลิตได้ 13,600 ตันต่อปี และลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1,890 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	19,472	16,225	9,213
ต้นทุนขาย	18,219	15,139	8,746
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,254	1,086	467
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	521	(1,161)	(97)
สินทรัพย์รวม	14,535	13,084	12,468
หนี้สินรวม	3,462	3,377	3,011
ส่วนผู้ถือหุ้น	11,073	9,708	9,457
EPS (บาท)	0.56	(1.13)	(0.09)
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	6.44	6.69	5.07
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	2.65	(7.04)	(1.04)
ROE (%)	5.48	(11.17)	3.69
Dividend Yield (%)**	N/A	3.55	N/A

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# PCSGH

บริษัท พี.ซี.เอส.แมชชีน กรุ๊ปโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / ยานยนต์

www.pcsgh.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจ Holding Company ที่ลงทุนในบริษัทที่ประกอบธุรกิจการผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทกำหนดวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งเป็นรากฐานที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับต่อบุคคลภายนอก ประกอบด้วย **Professional เป็นมืออาชีพ** ยึดมั่นคุณธรรม มีความมุ่งมั่นทุ่มเท ทำงานเป็นระบบ มีการวางแผนเชิงรุก และติดตามปรับปรุง **Customer - focus ใส่ใจลูกค้า** ให้ความสำคัญกับลูกค้า มุ่งสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าทั้งภายนอกและภายในองค์กร **Synergy ทำงานเป็นทีม** มีความสามัคคี ร่วมแรงร่วมใจ มีความสัมพันธ์ที่ดี คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ

บริษัทได้ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท ทั้งกิจกรรมภายในองค์กรกับพนักงานในทุกระดับ เพื่อให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจ และสืบสานปณิธานของบริษัทต่อไปในอนาคต

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยียานยนต์ไปสู่ยานยนต์สมัยใหม่ในอนาคตที่ใช้พลังงานไฟฟ้าเป็นแรงขับเคลื่อนมีความชัดเจนเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางกระแสความตื่นตัวด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงเริ่มยุทธศาสตร์สำคัญในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งในเบื้องต้นประสบความสำเร็จจนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวให้เริ่มวางสายการผลิต ผลิตชิ้นส่วนตัวอย่าง และเตรียมการผลิตเพื่อส่งมอบอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นไป

ขณะเดียวกันบริษัทแสวงหาโอกาสการเติบโตด้วยการควบรวมกิจการหรือการลงทุนในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยคัดสรรเป้าหมายที่มีความเหมาะสม มีธุรกิจที่ใกล้เคียงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของบริษัท โดยในปี 2561 บริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยในประเทศเยอรมนี และประเทศฮังการี ซึ่งประเทศดังกล่าวเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและผลิตยานยนต์อนาคต หรือ Electro Mobility จึงถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงโอกาสในการเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนสำหรับยานยนต์อนาคตในภูมิภาคดังกล่าว

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พลังงานมาโดยตลอด โดยมีคณะทำงานอนุรักษ์พลังงานเป็นผู้ขับเคลื่อนมาตรการต่าง ๆ กำหนดแผนงาน เป้าหมายในการจัดการพลังงาน ตลอดจนส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านอนุรักษ์พลังงาน เพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าและบริหารจัดการพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs 13 “Climate Action”

บริษัทได้ดำเนินโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่สามารถผลิตไฟฟ้าจากโครงการบนหลังคาโรงงานได้เฉลี่ยอยู่ที่ 500,000 กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อเดือน มีการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักร เครื่องปรับอากาศ และระบบไฟฟ้าแสงสว่างต่าง ๆ ช่วยให้บริษัทสามารถประหยัดพลังงานและลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลงได้ 4,332.90 ตันคาร์บอนในปี 2561

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	3,927	5,586	4,096
ต้นทุนขาย	3,157	4,615	3,456
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	770	971	640
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	641	341	63
สินทรัพย์รวม	5,544	5,587	5,442
หนี้สินรวม	446	548	669
ส่วนผู้ถือหุ้น	5,098	5,040	4,774
EPS (บาท)	0.42	0.22	0.04
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	19.61	17.38	15.62
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	16.10	5.98	1.50
ROE (%)	12.85	6.72	(1.80)
Dividend Yield (%)**	2.82	4.03	4.58

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# PTG

บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)

กริพยากร / พลังงานและสาธารณูปโภค

www.ptgenergy.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจ 6 กลุ่มหลัก ดังนี้ ❶ ธุรกิจค้าน้ำมันเชื้อเพลิง ภายใต้สถานีบริการน้ำมัน PT ❷ ธุรกิจค้าส่งน้ำมันเชื้อเพลิง ❸ ธุรกิจค้าปลีกแก๊ส LPG ผ่านสถานีที่บริษัทเป็นเจ้าของ ❹ ธุรกิจขนส่งและขนถ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ❺ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อ Max Mart ธุรกิจร้านอาหารแฟรนไชส์ไทย และร้านคอฟฟี่ เวลด์ ❻ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและการให้บริการอื่น

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทกำหนดกลยุทธ์หลักขององค์กร โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีนโยบายในการปลูกฝังวัฒนธรรม **“วิถีแห่งพีทีจี” (PTG Way)** เพื่อเป็นหลักการในการขับเคลื่อนพฤติกรรมการทำงานของคนในองค์กรสู่เป้าหมาย พีทีจีมีค่านิยม (Values) 4 ประการ ดังนี้ ❶ **Customer Service** การแสดงออกถึงความพยายามที่จะรับฟังและเข้าใจลูกค้า ❷ **Team Work** ความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของตนเองในฐานะที่เป็นสมาชิกหนึ่งของทีม รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการทำงาน ❸ **Integrity & Ethics** ความสามารถในการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ และการแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ในการทำงาน ❹ **Continuous Improvement** การคิดหาวิธีการที่จะพัฒนา และประยุกต์ใช้ระบบงาน กระบวนการ และขั้นตอนใหม่ ๆ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความท้าทายเป็นอย่างมาก ต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ตามกระแสหลักของโลก (Mega Trends) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าสู่สังคมเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งหากบริษัทไม่สามารถปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันได้

เพื่อรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ บริษัทยังคงเดินหน้าด้านการผลิตพลังงานทดแทน ทั้งทางด้านไบโอดีเซล และโรงไฟฟ้าขยะ รวมทั้งการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาปรับใช้ในสถานประกอบการและสำนักงาน การใช้น้ำมัน B20 กับรถขนส่งของบริษัทเพื่อลดต้นทุนในกิจการ ขณะเดียวกันเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ บริษัทมีเป้าหมายที่จะพัฒนาระบบนิเวศทางธุรกิจแบบ Multi – Ecosystem ที่เชื่อมโยงไปยังการให้สิทธิประโยชน์ร่วมกันกับคู่ค้าพันธมิตร (Strategic Business Partners) ของกลุ่มบริษัท เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าอย่างแท้จริง

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทประกอบธุรกิจจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงที่ให้บริการในรูปแบบของสถานีบริการปั้มน้ำมันริมถนนสายหลัก ชุมชน ทั้งนอกและในเมือง ด้วยต้นทุนค่าขนส่งที่ประกอบไปด้วย ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าจ้างพนักงานขับรถ ค่าซ่อมบำรุงและเปลี่ยนอะไหล่ ค่าติดตั้งอุปกรณ์ในรถเสริม ค่าเบี้ยประกันภัยและภาษี บริษัทจึงได้จัดให้มี **“โครงการยางหล่อดอก”** สำหรับหัวลากรถบรรทุกอู่ซุซุ และหัวลากรถวอลโว่ พร้อมทั้งทางเทรลเลอร์ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 12 “Responsible Consumption and Production” โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายให้คุ้มค่ามากขึ้นและช่วยลดขยะของยางที่ไม่ใช้งานแล้ว รวมถึงลดปริมาณการใช้จ่ายใหม่ได้ ประหยัดค่าใช้จ่ายให้อัตราการจาก การนำยางเก่ามารีไซเคิลใหม่ โดยในปี 2561 บริษัทมีเป้าหมายจากการลดค่าใช้จ่ายจากการใช้จ่ายใหม่ 5,266,400 บาท ซึ่งบริษัทสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 7,571,700 บาท

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	84,625	107,829	88,983
ต้นทุนขาย	78,371	100,386	81,585
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	6,254	7,443	7,399
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	913	625	1,204
สินทรัพย์รวม	17,985	20,940	21,310
หนี้สินรวม	12,867	15,464	14,956
ส่วนผู้ถือหุ้น	5,105	5,444	6,297
EPS (บาท)	0.55	0.37	0.72
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	7.39	6.90	8.31
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	1.08	0.58	1.35
ROE (%)	18.87	11.85	23.88
Dividend Yield (%)**	1.38	1.98	1.03

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# S

## บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์  
www.singhaestate.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจพัฒนาและลงทุนในอสังหาริมทรัพย์

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

“PRIDE” คือ วัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมหลักของกลุ่มบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) (S) ประกอบด้วย Partnership Refined Integrity Dynamic Entrepreneurship เป็นคุณลักษณะและบรรทัดฐานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ S เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนได้ปฏิบัติ บริษัทเชื่อว่า PRIDE จะช่วยสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย

Partnership เปรียบเสมือนการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย อันเป็นหัวใจสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน Refined สะท้อนอัตลักษณ์ความประณีตบรรจงและการรักษามาตรฐานสิงห์ผ่านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ Integrity รับผิดชอบต่อผลกระทบและปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาที่ได้ให้ต่อสังคม Dynamic พร้อมปรับเปลี่ยนสู่นาคตที่ยั่งยืน และ Entrepreneurship คือการร่วมมือทำเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัจจัยความท้าทายต่างๆ และสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และโดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นมิติผลกระทบที่มีนัยสำคัญสำหรับกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง จากการแผ่ขยายธุรกิจโรงแรมของสิงห์ เอสเตท ไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงพื้นที่แนวชายฝั่งและหมู่เกาะทำให้บริษัทต้องเพิ่มความระแวดระวังในการประกอบธุรกิจที่อาจกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลมากยิ่งขึ้น

“SEA You Tomorrow: ทะเลในอันพวงนี้” เป็นแนวคิดและการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของ S โดยเฉพาะการร่วมปกป้องและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ที่ริเริ่มจากความตระหนักว่ากิจกรรมทางธุรกิจบนภาคพื้นดิน (Land-based activities) อาจกระทบต่อสิ่งมีชีวิตในทะเล (Marine-life) บริษัทจึงมุ่งสร้างความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานทั้งผืนน้ำและชุมชนโดยรอบ ให้ความสำคัญต่อการลดผลกระทบระหว่างก่อสร้างอย่างการกำหนดเส้นทางขนส่งสีเขียวเพื่อไม่กระทบแนวปะการัง การใช้วัสดุก่อสร้างแบบ Pre-cast เพื่อลดปริมาณเศษวัสดุก่อสร้างในโครงการ Crossroads ประเทศมัลดีฟส์ เป็นต้น

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทตระหนักดีว่าในกระบวนการก่อสร้างหรือกิจกรรมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นระหว่างการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบต่างๆ อาจส่งผลต่อไปยังปลายน้ำ (Downstream) หรือปลายห่วงโซ่อุปทานอย่างทันท่วงที ในขณะที่เดียวกัน บริษัทมีธุรกิจโรงแรมที่กระจายอยู่ทั่วภูมิภาค โดยเฉพาะบริเวณแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญ เป้าหมาย SDG ที่ 14 “Life Below Water” จึงถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญที่สุดที่บริษัทยึดเป็นกรอบการดำเนินธุรกิจในทุกกระบวนการภายใต้แนวคิด SEA You Tomorrow เพื่อลดผลกระทบต่อการใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล และคงความสวยงามของธรรมชาติให้อยู่คู่กับโลกของเราต่อไป

นอกจากนี้ยังกำหนดเป้าหมายอื่นๆ เช่น เป้าหมาย SDG ที่ 11 “Sustainable Cities and Communities” ยกระดับเมืองและที่อยู่อาศัย สร้างพื้นที่สาธารณะสีเขียวสำหรับทุกกลุ่ม เป้าหมาย SDG ที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” ดูแลพนักงานและผู้รับเหมา ให้มีความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตที่ดี และจ้างงานชุมชนท้องถิ่น

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	5,858	7,539	8,875
ต้นทุนขาย	3,424	4,291	5,137
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,434	3,249	3,738
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	572	1,287	646
สินทรัพย์รวม	40,910	58,930	64,808
หนี้สินรวม	21,815	38,837	44,939
ส่วนผู้ถือหุ้น	16,360	17,322	17,095
EPS (บาท)	0.09	0.19	0.09
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	41.55	43.09	42.12
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.19	14.40	6.86
ROE (%)	3.74	7.64	5.58
Dividend Yield (%)**	N/A	N/A	1.36

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# STA

บริษัท ศรีตรังแอกโพรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / ธุรกิจการเกษตร  
www.sritranggroup.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราครบวงจร ทั้งยางธรรมชาติ ยางแผ่นรมควัน (RSS) ยางแท่ง (TSR) และน้ำยางข้น (Concentrated Latex) รวมถึงธุรกิจต่อเนื่อง เช่น ผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากยาง จัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทใส่ใจและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสรรสร้างคุณภาพชีวิตของผู้คน โดยกำหนดค่านิยมองค์กร **STA** อันประกอบด้วย **Specialize** ความเชี่ยวชาญ เรามีสมาชิกผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจของเรา **Teamwork** เราพร้อมใจกันทำงานเป็นทีม พันฝ่าทุกอุปสรรค และ **Accountability** ชื่อสัตย์รับผิดชอบ เราทำงานด้วยความซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อธุรกิจ ทำให้เรามีความมุ่งมั่นใส่ใจในการดำเนินกิจการ จนกลายเป็นธุรกิจยางธรรมชาติที่ครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่การปลูกยางพารา การผลิตผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติ ตลอดจนการผลิตถุงมือยางและบริการด้านอื่น ๆ ที่สร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจ และเป็นส่วนหนึ่งในขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ควบคู่ไปกับการสร้างอาชีพ พัฒนาสังคม และเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็น “The Green Rubber Company”

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ด้วยสถานะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่ได้รับแรงกดดันจากหลายปัจจัย ส่งผลให้เกิดความท้าทายในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น **การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล** ที่ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันอาจเป็นโอกาสในการสร้างกระบวนการทำงานหรือสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ได้เช่นกัน

บริษัทจึงจัดตั้งทีมงาน R&D และ หน่วยงาน IT ในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต เช่น การใช้ Automation ในกระบวนการผลิต และปรับปรุงระบบสารสนเทศในองค์กร ให้มีความทันสมัย โดยพัฒนา Application ต่าง ๆ เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและมีปลอดภัยมากยิ่งขึ้น พร้อมกับรักษามาตรฐานในการบริหารจัดการทรัพยากร และการควบคุมมลพิษที่อาจเกิดจากการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทจัดทำโครงการพลังหญิง 1 โรงงาน 1 โครงการ ซึ่งเป็นโครงการที่โรงงานดำเนินงานร่วมกับชุมชนในพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มสตรีในชุมชน สอดคล้องต่อเป้าหมาย SDGs ที่ 1 “No Poverty” เป้าหมายที่ 4 “Quality Education” และเป้าหมายที่ 5 “Gender Equality” โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้หญิงกลุ่มสตรีในชุมชนได้มีความรู้และได้รับการเสริมพลังเชิงบวก สร้างทักษะเรียนรู้ ในการส่งเสริมสร้างอาชีพ เสริมรายได้ โดยการเชิญปราชญ์ชุมชนและ/หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางมาให้ความรู้ในอาชีพต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพและสร้างคุณค่าของผู้หญิง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางบวกในชีวิตของตนเอง กลุ่มสตรีในชุมชนที่ได้รับความรู้และทักษะสามารถนำไปประกอบอาชีพเสริม เพิ่มรายได้ หรือตั้งกลุ่มอาชีพในชุมชนได้ในปี 2562 มีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 409 คนผ่านการอบรมในโครงการส่งเสริมอาชีพต่าง ๆ สามารถเพิ่มมูลค่าทางสังคมกว่า 194,600 บาทต่อไป

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	89,387	73,493	45,406
ต้นทุนขาย	85,611	66,385	41,930
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	3,776	7,108	3,476
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(1,437)	2,064	(223)
สินทรัพย์รวม	59,708	55,748	55,161
หนี้สินรวม	36,431	30,648	29,762
ส่วนผู้ถือหุ้น	22,908	24,705	24,065
EPS (บาท)	(1.05)	1.34	(0.14)
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	4.22	9.67	7.65
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	(1.57)	2.75	(0.48)
ROE (%)	(6.72)	8.67	(0.34)
Dividend Yield (%)**	2.36	N/A	6.57

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TFG

## บริษัท ไทยฟู้ดส์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / ธุรกิจการเกษตร  
www.tfg.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจด้านเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารประเภทไก่และสุกรแบบครบวงจรทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการดำเนินธุรกิจด้าน FEED-FARM-FOOD และมีการส่งออกไปยังทวีปเอเชียและยุโรป

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ไทยฟู้ดส์มุ่งมั่นในการพัฒนา “อาหารคุณภาพ คุณภาพชีวิต” (Quality Food Quality Life) ภายใต้แนวคิด TFG เพื่อเป็นหลักการบริหารเพื่อความยั่งยืน ประกอบด้วย T-Transparency การดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความโปร่งใสตรวจสอบได้ โดยเฉพาะการตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าเพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้ามีคุณภาพและความปลอดภัย F-Finance การเติบโตขององค์กรและผลตอบแทนต่อผู้มีส่วนได้เสีย รวมไปถึงการเติบโตของชุมชน G-Governance การกำกับดูแลกิจการอย่างสมดุลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สร้างสมดุลเพื่อก้าวเดินไปกับคู่ค้าโดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย ตลอดจนให้ความสำคัญกับการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี เช่น พัฒนาระบบการผลิตให้ลดการปล่อยของเสีย การใช้พลังงานทดแทนในกระบวนการผลิต การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

**ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Climate Risk)** เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความท้าทายที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจด้านการเกษตรของไทยฟู้ดส์ เนื่องจากส่งผลกระทบต่อวัตถุดิบต้นน้ำในการผลิตอาหารสัตว์ไม่ปฏิบัติตามคาดการณ์ อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการผลิตและราคาของอาหารสัตว์ ตลอดจนสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติยังส่งผลกระทบต่อเติบโตและสุขภาพของสัตว์ในฟาร์มทั้งในฟาร์มของบริษัทและฟาร์มของเกษตรกร

ไทยฟู้ดส์มีแนวทางบริหารจัดการโดยให้การอบรมแก่เกษตรกรเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที รวมไปถึงสร้างทีมสัตวบาลเพื่อดูแลเกษตรกรอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งติดตามข้อมูลและข่าวสารเพื่อนำมาวิเคราะห์และคาดการณ์สถานการณ์ให้สามารถวางแผนเตรียมการล่วงหน้าได้อย่างเหมาะสม เช่น การจัดเก็บวัตถุดิบ การลงเลี้ยงสัตว์ให้เหมาะสมกับพื้นที่

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ไทยฟู้ดส์สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ โดยเฉพาะเป้าหมาย SDGs ที่ 5 “Gender Equality” โดยมีการปฏิบัติกับเพศหญิงและเพศชายอย่างเท่าเทียมกันในด้านค่าจ้าง ผลตอบแทน สวัสดิการ และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ เป็นไปตามสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงาน รวมไปถึงเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ นอกจากนี้ ยังมีข้อกำหนดอย่างชัดเจนเพื่อห้ามไม่ให้มีการใช้งานแรงงานที่ผิดกฎหมาย การล่วงละเมิดทางเพศ และการกระทำใดที่ถือเป็นความรุนแรง

สำหรับเป้าหมาย SDGs ที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” บริษัทจัดทำโครงการสอนเย็บจักรผลิตผ้าปิดจมูกเพื่อเป็นการรวมกลุ่มสร้างอาชีพ ทำกิจกรรม ฝึกฝนและพัฒนาทักษะที่ช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ส่งผลให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ทำให้ชุมชนขับเคลื่อนได้ด้วยตนเอง อันเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	25,789	27,986	21,485
ต้นทุนขาย	22,548	25,716	18,648
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	3,242	2,271	2,837
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,516	645	1,312
สินทรัพย์รวม	18,894	22,711	23,379
หนี้สินรวม	11,523	14,876	13,616
ส่วนผู้ถือหุ้น	7,371	7,835	9,757
EPS (บาท)	0.30	0.13	0.24
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	12.57	8.11	13.21
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	5.85	2.27	6.06
ROE (%)	22.46	8.49	14.88
Dividend Yield (%)**	N/A	3.29	1.63

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TVO

## บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม  
www.tvothai.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันข้าวโพด น้ำมันกานตะวัน น้ำมันคาโนลา ตราจอนันต์ และน้ำมันมะกอก ตราโมนินี และวัตถุดิบอาหารสัตว์ ได้แก่ กากถั่วเหลือง

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

การขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืนของบริษัทเริ่มต้นจาก “มุ่งมั่นพัฒนาวัฒนธรรม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับการดูแลสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ยึดหลักธรรมาภิบาล ต่อด้านการคอร์รัปชัน” สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้บริโภค พนักงาน ชุมชน ผู้มีส่วนได้เสีย ตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ตลอดจนการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพถึงมือผู้บริโภค โดยมีกลยุทธ์สู่ความยั่งยืน 3 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ บุคลากรที่มีคุณภาพ และการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

ทีวีโอได้แต่งตั้งคณะทำงานส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดจนให้คำปรึกษาและสนับสนุน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กรสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ทีวีโอประเมินความเสี่ยงใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการบริหารจัดการในหลายด้าน อาทิ การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมอย่างพลิกผัน (Disruption Innovation Risk) อาจเกิดขึ้นได้เมื่อเกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างรวดเร็ว แม้ว่าขณะนี้ธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารจะยังไม่ได้รับผลกระทบ แต่ในอนาคตหากมีการบริโภคสินค้าทดแทนโปรตีนจากเนื้อสัตว์หรือมีแนวโน้มการลดการบริโภคน้ำมันพืช ธุรกิจของบริษัทก็อาจได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก

ทีวีโอ จึงให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ได้มาซึ่งนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมให้พนักงานสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้บริโภค รวมถึงมุ่งเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ทีวีโอให้ความสำคัญในการจัดท้าวัตถุติบอย่างยั่งยืนตั้งแต่ต้นทาง โดยมีนโยบายรับซื้อเมล็ดถั่วเหลืองจากเกษตรกรในประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกรและชุมชน สอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 2 “Zero Hunger” เป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-being” และเป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production” โดยเข้าร่วมสนับสนุนโครงการ “ระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ประชารัฐ (ถั่วเหลือง)” ของสหกรณ์นิคมแม่แตง จ.เชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมวิธีการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตถั่วเหลืองอย่างยั่งยืน รวมทั้งสร้างต้นแบบการพัฒนาการผลิตถั่วเหลืองแบบปลอดภัยให้ผลผลิตสูง ผลจากการสนับสนุนโครงการดังกล่าวพบว่าภาพรวมผลผลิตถั่วเหลืองของปีที่ 2 เฉลี่ยอยู่ที่ 360.44 กิโลกรัมต่อไร่ เพิ่มขึ้นจากปีแรก ในขณะที่ต้นทุนการปลูกถั่วเหลืองต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศไทยอีกด้วย

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	24,568	25,077	17,704
ต้นทุนขาย	21,924	21,799	15,991
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,644	3,278	1,713
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,327	1,867	1,015
สินทรัพย์รวม	11,615	11,038	11,322
หนี้สินรวม	3,049	2,193	2,675
ส่วนผู้ถือหุ้น	8,188	8,469	8,269
EPS (บาท)	1.64	2.31	1.25
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	10.76	13.07	9.68
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	5.35	7.37	5.68
ROE (%)	15.86	22.42	15.60
Dividend Yield (%)**	9.24	5.40	7.38

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





กลุ่ม  
4

บริษัทจดทะเบียนใน SET  
ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
ระหว่าง 3,000-10,000 ล้านบาท



# SAT

บริษัท สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / ยานยนต์  
www.satpcl.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในกลุ่มรถยนต์นั่ง รถกระบะ รถบรรทุกและอุตสาหกรรมเครื่องยนต์การเกษตร โดยกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการยานยนต์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีการทำสัญญาซื้อขายระยะยาว และผู้ค้าชิ้นส่วนอะไหล่

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทในกลุ่มสมบูรณ์ได้นำหลักการทรงงานและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดความยั่งยืนภายใต้ปรัชญา **“3 สมบูรณ์ สร้างสมดุล”** โดยมี **“คน”** เป็นทรัพยากรหลักในการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อสร้างคุณค่าและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุลและอยู่ร่วมกับสังคมได้อย่างมีความสุขและยั่งยืน พร้อมทั้งนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาเป็นแนวปฏิบัติเพื่อการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีธรรมาภิบาล

**“3 สมบูรณ์ สร้างสมดุล”** ประกอบด้วย

**คนสมบูรณ์:** สร้างคุณค่าต่อตนเอง องค์กร และสังคม โดยมุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานสู่ความเป็นมืออาชีพ และเป็นคนดีมีจิตอาสาทำความดีเพื่อสังคม

**ธุรกิจสมบูรณ์:** สร้างมูลค่า ตอบสนองผู้มีส่วนได้เสีย โดยสร้างมูลค่าทางธุรกิจบนหลักธรรมาภิบาล นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความคุ้มค่า และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

**ชุมชนสมบูรณ์:** สร้างโอกาสเพื่อสังคมที่เข้มแข็ง โดยส่งเสริมด้านการศึกษาให้แก่เยาวชน สนับสนุนการเสริมสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทมาจาก**ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในด้านยานยนต์ในอนาคต** คือ เทคโนโลยีแนวคิด CASE (Connected, Autonomous, Shared, Electric) ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อ Value Chain ของอุตสาหกรรมรถยนต์จากการแข่งขันของรถยนต์เทคโนโลยีใหม่และผู้เล่นรายใหม่ โดยมีการคาดการณ์ความเป็นไปได้ในการหดตัวของตลาด 10-30% ภายใน 5 ปีข้างหน้า นอกจากนี้ การพัฒนาของเทคโนโลยี Automation ทำให้บริษัทต่างประเทศสามารถพัฒนากระบวนการที่มีประสิทธิภาพนำสู่การแข่งขันที่สูงขึ้น รวมถึงการส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น Climate Change นำสู่การพัฒนากระบวนการผลิตที่ใช้พลังงาน Renewable Energy และลดการปล่อย GHG หรือความใส่ใจในบรรษัทภิบาลตลอดสายโซ่คุณค่า เป็นต้น



บริษัทจึงมีการพัฒนาบุคลากรผ่านศูนย์การเรียนรู้ เพื่อพัฒนามาตรฐานวิชาชีพพร้อมกับสภาอุตสาหกรรมนำไปสู่การยกระดับการศึกษาโครงการทวิภาคี และการพัฒนาแรงงานเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ พร้อมนี้ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีน้ำหนักเบา ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิตที่ใช้พลังงานน้อยลง หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีน้ำหนักเบาลง อีกทั้งยังมีการกำหนดนโยบายด้านความยั่งยืนให้กับคู่ค้าในการยกระดับและสร้างเครือข่ายตลอดทั้ง Supply Chain



“บริษัทมุ่งเน้นการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดความสมดุลในทุกภาคส่วน จากคณะกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร และพนักงาน ภายใต้ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ ‘3 สมบูรณ์ สร้างสมดุล’ ได้แก่ คนสมบูรณ์ ธุรกิจสมบูรณ์ และชุมชนสมบูรณ์ รวมทั้งนำหลักการกำกับดูแลกิจการมาใช้เป็นแนวปฏิบัติเพื่อการบริหารจัดการที่ดี โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นคนดี คนเก่ง มีคุณธรรม และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการทำงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายของบริษัท เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายธุรกิจ เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมยานยนต์ในอนาคต”

คุณกนิส กิตะพานิชย์ กรรมการผู้อำนวยการ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินงานเพื่อตอบสนองเป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production” ในการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ **โครงการ Zero Plastic Waste** **โครงการพัฒนากระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** ตลอดจนส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ ความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ในปี 2561 ได้ดำเนินโครงการด้านอนุรักษ์พลังงานและลดภาวะโลกร้อน โดยสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 8185 ตัน และลดการใช้พลังงานได้ถึง 14,062,156 kWh ต่อปี

นอกจากนี้ บริษัทมีการดำเนินงานตามเป้าหมายที่ 16 “Peace and Justice Strong Institutions” ภายใต้**โครงการการต่อต้านการทุจริต** บริษัทได้ยกระดับการขยายแนวร่วมในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันไปยังพันธมิตรทางการค้า โดยคู่ค้าของบริษัททุกรายต้องร่วมลงนามประกาศเจตนารมณ์กับบริษัทในกลุ่มสมบูรณ์ในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และได้จัดอบรมเพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าเข้าใจเรื่องการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ปัจจุบันคู่ค้าของบริษัทได้ประกาศเจตนารมณ์กับ CAC รวมทั้งหมด 90 ราย และมีคู่ค้าได้รับรองระบบจาก CAC จำนวน 7 ราย

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	8,593	8,194	6,119
ต้นทุนขาย	7,262	6,684	4,965
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,331	1,510	1,154
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	811	916	684
สินทรัพย์รวม	9,572	9,065	9,430
หนี้สินรวม	3,152	2,178	2,391
ส่วนผู้ถือหุ้น	6,420	6,887	6,997
EPS (บาท)	1.91	2.15	1.61
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	15.49	18.43	18.86
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.12	10.90	10.89
ROE (%)	13.18	13.76	13.75
Dividend Yield (%)**	2.75	5.88	8.54

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# S & J

**บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล  
เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)**

สินค้าอุปโภคบริโภค / ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์  
www.snjinter.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจการออกแบบ วิจัยพัฒนา และผลิตเครื่องสำอางเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมทั้งในส่วนของ Skin Care และ Make Up ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องน้ำ และประเภทชุดของขวัญต่าง ๆ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

การทำให้บริษัทสามารถยืนหยัดและอยู่ได้ในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน องค์กรจำเป็นต้องเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการทำงานจากความคุ้นชินแบบเดิม ๆ มาสู่กระบวนการที่ใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย โดยมุ่งเน้นการสร้าง Value ของผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงจุด ในเวลาอันรวดเร็ว รวมถึงการสร้าง ความหลากหลายและโดดเด่นของตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างไปจากคู่แข่ง บริษัทจำเป็นต้องมีการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าสามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ บริษัทจึงมีการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมอย่างสมบูรณ์แบบตามแนวทางการพัฒนาและขับเคลื่อนของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ด้วยหลักการบริหารนวัตกรรมแบบ 3S 2C ได้แก่ **1** วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์นวัตกรรม **2** โครงสร้างและกระบวนการที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม **3** ผู้นำและบทบาทของผู้นำ **4** เครื่องมือและองค์ประกอบที่ส่งเสริมนวัตกรรม และ **5** การสร้างเสริมวัฒนธรรมและการขับเคลื่อนนวัตกรรมองค์กร

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยภายนอกทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย และแนวโน้มด้านความสวยงามงามที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของ Digital Technology ลูกค้ารายใหญ่ย้ายฐานกลับไปผลิตที่ประเทศของตน อัตราการขยายตัวในประเทศเพื่อนบ้าน CLMV เพิ่มขึ้น คู่แข่งด้านผู้ผลิตเครื่องสำอางรายใหญ่และรายย่อยเพิ่มมากขึ้น ความไม่แน่นอนของราคาวัตถุดิบหลัก อัตราการแลกเปลี่ยน/ค่าเงินบาทผันผวน การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบข้อบังคับด้านเครื่องสำอาง ผู้บริโภคหันมาใส่ใจด้านสุขภาพ ความสวยงามมากขึ้น การเติบโตของเครื่องสำอางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคตระหนักในเรื่องมลภาวะและใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เป็นต้น



บริษัทมีกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อปัจจัยข้างต้น เช่น กรณีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของ Digital Technology บริษัทมีการพัฒนาระบบ Digital Technology ในองค์กร โดยมีแผนงานการจัดตั้งหน่วยงาน Automation Digital Technology และการปรับวัฒนธรรมองค์กรมุ่งสู่ Digital Technology กรณีความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าที่รักษ์โลกและสิ่งแวดล้อม บริษัทวางแผนการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ โดยการใช้สารสกัดจากพืชหรือสมุนไพรแทนการใช้สารเคมี นำเสนอการใช้ Green Packaging กับลูกค้า รวมทั้งการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้เร็ว เป็นต้น



“Innovation Is our Daily Activity คือ ความมุ่งมั่นของบริษัทเอส แอนด์ เจซ ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นบริษัทผู้นำในอุตสาหกรรมความงามครบวงจรทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียอย่างยั่งยืน ด้วยกระบวนการสร้างนวัตกรรมให้กลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ผ่านแนวคิดการสร้างบรรยากาศให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนในองค์กร (Climate) การสร้างทักษะเชิงลึกที่จำเป็นต่อการทำงานในทุกกระดับ (Skill) เพื่อให้เกิดการต่อยอดเป็นนวัตกรรมในการทำงานใหม่ ๆ และการติดตามผลในการเรียนรู้ (Follow Up) ผ่านองค์ประชุมต่าง ๆ ภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ เพื่อลดความเสี่ยงและสามารถรับมือกับการคุกคาม (Disruption) ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต”

คุณธีระศักดิ์ วิจิตร์ศรีกุล กรรมการผู้จัดการ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ในปี 2562 บริษัทจัดให้มีโครงการสร้างนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ระดับเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” เพื่อต่อยอดจากโครงการวิทยาศาสตร์เดิมคือ “โครงการพัฒนาครูวิทยาศาสตร์” โดยเปิดโอกาสให้กับเยาวชนที่เรียนรู้ผ่านครูวิทยาศาสตร์ที่ใช้การเรียนการสอนแบบ Active Learning ได้มีโอกาสประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ ส่งผลที่ดีต่อการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ของเยาวชน โครงการนี้จัดให้มีการประกวดแข่งขันผลงานด้านนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ โดยแบ่งออกเป็นสองระดับ คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีผลงานนวัตกรรมเยาวชนที่ส่งเข้าประกวดในโครงการ 18 ผลงาน และสามารถเข้ารอบในระดับนานาชาติ 2 ผลงาน ซึ่งได้มีโอกาสไปนำเสนอผลงานระดับนานาชาติ ณ ประเทศสิงคโปร์ในเดือนพฤศจิกายน 2562

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,950	4,813	3,408
ต้นทุนขาย	3,799	3,612	2,513
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,151	1,201	895
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	274	347	166
สินทรัพย์รวม	5,054	4,877	5,241
หนี้สินรวม	1,230	992	1,424
ส่วนผู้ถือหุ้น	3,520	3,557	3,494
EPS (บาท)	1.83	2.32	1.11
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	23.25	24.95	26.27
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	5.30	6.78	4.67
ROE (%)	7.93	9.82	8.88
Dividend Yield (%)**	5.45	5.04	4.99

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# SNC

# SNC

บริษัท เอส เอ็น ซี ฟอर्मเมอร์ จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / วัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร

www.sncformer.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิต ① ชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องปรับอากาศสำหรับรถยนต์โดยเป็นส่วนประกอบของท่อที่ทำมาจากอลูมิเนียม และสำหรับรถจักรยานยนต์โดยเป็นส่วนประกอบของพลาสติกและชิ้นเหล็ก ② ชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับเครื่องทำความเย็นที่ทำด้วยทองแดง ชิ้นส่วนโลหะแผ่นขึ้นรูปและพลาสติก ③ รับจ้างผลิตและประกอบเครื่องปรับอากาศสำหรับที่อยู่อาศัย เครื่องทำน้ำอุ่น และ ④ ผลิตเครื่องมือ/อุปกรณ์อุตสาหกรรมที่ใช้ในงานกลึง กัด เจาะ เจียร ตัด ชิ้นส่วน และผลิตแม่พิมพ์ฉีดพลาสติกสำหรับชิ้นส่วนที่มีความละเอียดสูง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

การขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าประสงค์แห่งการเปลี่ยนแปลง **SNC Revolution** บริษัทได้เชื่อมโยงวิสัยทัศน์ขององค์กรกับขีดความสามารถของบุคลากรให้สอดคล้องกัน โดยกำหนดคุณสมบัติของพนักงานต้องมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับ Automation, Robot, Artificial Intelligence, Internet of Thing (ARAI) เพื่อนำมาปรับใช้ในกระบวนการทำงาน

ในปี 2562 บริษัทกำหนดให้พนักงานต้องพัฒนาความรู้และทักษะ 9 Knowledges 9 Skills (9K9S) ซึ่งเป็นความรู้ที่จำเป็นของแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้มีความสามารถเป็น Multi Skills ในสายงานของตนเองและมีความพร้อมต่อการแข่งขัน นอกจากนี้ ได้มีการปลูกฝังค่านิยมหลักขององค์กร ได้แก่ การยอมรับการเปลี่ยนแปลง ใฝ่เรียนรู้ จิตใจบริการ ความคิดสร้างสรรค์ ทำงานเป็นทีม เพื่อร่วมขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางเดียวกันจนบูรณาการเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ในช่วงที่อุตสาหกรรมกำลังก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี บริษัทได้รับแรงกดดันจากลูกค้าซึ่งต้องการสินค้าที่มีคุณภาพในต้นทุนที่แข่งขันได้และจากคู่แข่งที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีการผลิตซึ่งมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ทำให้บริษัทต้องปรับองค์กรให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงดังนี้

**ด้านการเรียนรู้:** มุ่งเน้นการสื่อสารให้ทุกคนตื่นตัวต่อการเปลี่ยนแปลง พัฒนาขีดความสามารถ 9K9S และความสามารถทางด้านเทคโนโลยี เปิดโครงการความร่วมมือด้านการศึกษา ระดับปริญญาตรีร่วมกับทางอาชีวศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีสมรรถนะที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมในอนาคต



“SNC ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้เข้าใจร่วมกัน ในรายละเอียดของวิสัยทัศน์ พันธกิจ และผลสำเร็จสุดท้าย ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อม ด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและเทคโนโลยี พร้อมกับกำหนดแนวทางปฏิบัติ ตัวชี้วัด และการกำกับดูแลให้บรรลุเป้าหมายในระยะสั้นและระยะยาว จนเป็นวัฒนธรรมองค์กร พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานให้ดียิ่งขึ้นอย่างสม่ำเสมอซึ่งจะเป็นพื้นฐานของบริษัทที่จะก้าวไปสู่การเป็นองค์กรที่แข่งขันได้อย่างยั่งยืน”

ดร.สมชัย ไทยสงวนวรรณกุล ประธานคณะกรรมการบริหาร



**ด้านกระบวนการภายใน:** ตั้งทีมพัฒนากระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยี ARAI เพื่อปรับปรุงกระบวนการให้ทันสมัย พร้อมกับปรับ Business Model ใหม่โดยการรวบรวมธุรกิจในลักษณะเดียวกัน เพื่อจัดสรรทรัพยากรด้านการบริหารและด้านการผลิตให้เหมาะสม รองรับต่อความต้องการของลูกค้า

**ด้านการตลาด:** ใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา หลังจากการมุ่งมั่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพจนได้เกรด A

**ด้านการเงิน:** มุ่งเน้นการลงทุนในโครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ปรับเปลี่ยนโครงสร้างต้นทุนจากค่าใช้จ่ายเป็นค่าเสื่อมราคา

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

ในกระบวนการผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและชิ้นส่วนรถยนต์จำเป็นต้องผ่านกระบวนการเชื่อมบัดกรี (Brazing) เพื่อให้โลหะติดกัน ซึ่งต้องใช้แก๊ส LPG ในการทำความร้อนเพื่อให้โลหะหลอมละลาย ทำให้เกิดผลกระทบต่อสภาวะโลกร้อนและสิ้นเปลืองพลังงาน บริษัทจึงได้ปรับปรุงวิธีการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยการเปลี่ยนไปใช้วิธีการ Caulking (การอัดชิ้นงานสองชิ้นให้ติดกัน) แทนการ Brazing ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อลดปริมาณการใช้แก๊ส LPG และช่วยลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะทางด้าน Brazing โดยสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ลดปัญหารอยรั่วของชิ้นงาน เพิ่มกำลังการผลิตจาก 300 ชิ้นต่อคอนต่อวัน เป็น 1,200 ชิ้นต่อเครื่องจักรต่อวัน และในปี 2562 บริษัทได้พัฒนากระบวนการเชื่อมโลหะโดยเปลี่ยนการ Brazing เป็นการ Induction (ใช้การเหนี่ยวนำความร้อน) กับการผลิตชุดท่อในระบบปรับอากาศ ซึ่งส่งผลดังนี้ ❶ ลดเขม่าและฟุ้ง

จากการใช้แก๊สในการเชื่อมได้ 100% ❷ ลดการใช้พลังงานจากแก๊สและทำให้ใช้พลังงานน้อยกว่า อีกทั้งไม่ปล่อย CO<sub>2</sub> ออกสู่ชั้นบรรยากาศ ทำให้ลดต้นทุนค่าพลังงานลงได้ 10% ลดอุณหภูมิในสถานีปฏิบัติงานลงได้ประมาณ 3 องศา ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 13 “Climate Action”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	7,527	6,499	5,225
ต้นทุนขาย	6,640	5,628	4,661
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	887	871	564
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	401	431	684
สินทรัพย์รวม	4,859	4,821	5,104
หนี้สินรวม	2,026	1,861	1,745
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,652	2,789	3,181
EPS (บาท)	1.38	1.50	2.38
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	11.79	13.40	10.79
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	5.29	6.49	11.79
ROE (%)	15.53	15.83	25.63
Dividend Yield (%)**	6.43	6.67	9.01

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# BWG

บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน)

บริการ / บริการเฉพาะกิจ

www.betterworldgreen.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารและจัดการสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว ปรับปรุงคุณภาพและฝังกลบสิ่งปฏิกูลที่เป็นอันตราย บำบัดน้ำเสียและปรับปรุงคุณภาพสิ่งปฏิกูลเพื่อเป็นเชื้อเพลิงทดแทนและวัตถุดิบทดแทน

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มบริษัทประกาศนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม กลยุทธ์และเป้าหมายระยะยาว เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงาน โดยยึดหลักการดำเนินงานที่โปร่งใสตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม ไม่เพียงเพื่อสร้างผลตอบแทนด้านการลงทุนในระยะยาวเท่านั้น แต่เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับสังคมอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังสร้างค่านิยมหลักในการปฏิบัติงานที่จะช่วยให้ทุกคนในองค์กรมีแนวคิดและพฤติกรรมการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดความมุ่งมั่นเพื่อความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน คือ **ใส่ใจลูกค้า มีวินัยทวนหน้า พัฒนากับงาน เชี่ยวชาญรับผิดชอบ รอบคอบเรื่องคุณภาพ** ที่สร้างเป็นวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานทุกคน ทุกระดับ ร่วมเรียนรู้ ร่วมทำ ความเข้าใจ และนำไปปรับใช้ในการทำงาน เพื่อให้เกิดผลสำเร็จร่วมกัน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat) จึงกำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อควบคุมและป้องกันความเสี่ยงโดยกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นกรอบแนวทางในการป้องกันและจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลในทุก ๆ ด้าน ทั้งสำหรับผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการรับ-ส่งข้อมูลผ่านอุปกรณ์พกพา และกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลในระบบงานที่สำคัญ รวมทั้งมีการสื่อสารภายในเพื่อสร้างความตระหนักอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมีการจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Contingency plan) เพื่อให้ระบบเทคโนโลยี

สารสนเทศสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพสามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ทันเวลาที่

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

การดำเนินงานของกลุ่มบริษัทช่วยส่งเสริมการจ้างแรงงานท้องถิ่นในพื้นที่ที่กลุ่มบริษัทดำเนินโครงการ ซึ่งปัจจุบันมีการดำเนินโครงการผลิตและจัดจำหน่ายกระแสไฟฟ้าในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดอยุธยา กำลังการผลิต 7 เมกะวัตต์ และนิคมอุตสาหกรรมพิจิตรตอนล่าง จังหวัดพิจิตร กำลังการผลิต 4 เมกะวัตต์ โดยมีการจ้างคนในพื้นที่ถึงร้อยละ 80 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด พร้อมทั้งมีส่วนช่วยส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจทางอ้อมผ่านการจ่ายภาษีแก่ภาครัฐ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสังคมซึ่งเป็นรากฐานของเศรษฐกิจในระดับประเทศ ผ่าน**โครงการเพื่อสังคมที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของชุมชน** เพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs ที่ 8 “Decent Work and Economic Growth”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	2,028	2,456	1,387
ต้นทุนขาย	1,275	1,649	1,069
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	753	807	317
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	253	234	3
สินทรัพย์รวม	5,947	6,852	7,130
หนี้สินรวม	2,243	2,975	3,515
ส่วนผู้ถือหุ้น	3,148	3,277	3,080
EPS (บาท)	0.07	0.06	0.00
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	37.14	32.86	22.87
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	12.37	9.47	0.20
ROE (%)	8.16	7.28	0.08
Dividend Yield (%)**	2.83	2.82	3.71

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





# DRT

## บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์ก่อสร้าง / วิศวกรรมการก่อสร้าง  
www.dbp.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลังคา แผ่นผนัง ฝ้า ไม้สังเคราะห์ และอิฐมวลเบา รวมถึงสินค้าประกอบการติดตั้งหลังคาและสินค้าโครงสร้างของบ้าน พร้อมให้บริการถอดแบบและติดตั้งหลังคา ภายใต้เครื่องหมายการค้า ตราเพชร ตราหลังคา ตราอาดามัส (Adamas) และตราเจียรโบ

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นทางเลือกที่ดีกว่าด้านวัสดุก่อสร้างและบริการ” บริษัทมีกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนที่ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี มุ่งมั่นดูแลและพัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มต้นดูแล “**คนตราเพชร**” ปลูกฝังให้มีความซื่อสัตย์สุจริต มีน้ำใจ รักการเรียนรู้ ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และสร้างจิตสำนึกในการใช้ชีวิตอย่างพอเพียง “**สังคมตราเพชร**” ดูแลให้มีความสุข และมีความเป็นอยู่อย่างปลอดภัย “**ชุมชนตราเพชร**” ดูแลให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี สร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างการเรียนรู้ให้คนในชุมชน อีกทั้งดูแล “**สิ่งแวดล้อมตราเพชรโดยรอบ**” โดยการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวทางการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืนด้วยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรตามค่านิยมองค์กร “**มุ่งมั่น โปร่งใส ใฝ่พัฒนา รักษาสิ่งแวดล้อม**” หรือ “**D-BUILDS**”

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทตระหนักถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่เพิ่มสูงขึ้นและทำให้เกิดภาวะโลกร้อน เป็นผลให้เกิดการขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ปูนซีเมนต์ ทราย น้ำ เยื่อกระดาษ และพลังงาน เป็นต้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคใช้สินค้าในราคาแพงขึ้น และที่สำคัญ มีผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม บริษัทได้จัดทำโครงการลดการใช้พลังงาน ลดการใช้ก๊าซธรรมชาติ เช่น โครงการนำไอน้ำที่ต้องปล่อยออกสู่บรรยากาศกลับไปใช้ใหม่ เพื่อลดการปล่อยไอน้ำออกสู่บรรยากาศ โครงการควบคุมอากาศส่วนเกินโดยการควบคุมการเผาไหม้ของ Boiler เพื่อทำให้ลดการปล่อยก๊าซเสียออกสู่บรรยากาศ โครงการควบคุมการเตรียมส่วนผสมวัตถุดิบ โดยการปรับลดเวลาในการเตรียมวัตถุดิบที่ชุด Mixer สามารถลดการสูญเสียพลังงานไฟฟ้าได้มากกว่า 50% เป็นต้น

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินการสนับสนุนเป้าหมายที่ 6 “Clean Water and Sanitation” ผ่านการจัดการน้ำและสุขาภิบาลเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะสามารถรักษาระดับคุณภาพน้ำ โดยลดมลพิษ ลดการทิ้งขยะ ลดการปล่อยสารเคมีและวัสดุอันตราย เพิ่มการนำกลับมาใช้ใหม่ รักษาสมดุลการใช้น้ำในการผลิตกับความต้องการใช้น้ำของชุมชนอย่างยั่งยืน โดยจัดทำโครงการด้านสิ่งแวดล้อมหลายโครงการ เช่น โครงการบำบัดน้ำในกระบวนการผลิตแล้วนำกลับไปใช้ใหม่ โครงการติดตั้งระบบท่อส่งน้ำปูนข้ามสายการผลิต เมื่อมีการหยุดเครื่องจักรทำให้ลดการใช้วัตถุดิบ ลดการใช้น้ำ และลดเศษตะกอนที่ต้องนำไปกำจัด โครงการแยกตะกอนและน้ำ โดยติดตั้งเครื่องรีดตะกอนทำให้สามารถนำน้ำกลับมาใช้ใหม่และนำเศษตะกอนไปทำปุ๋ยรองกระเบื้องและทำอิฐตัวหนอน โครงการลดการใช้น้ำประปาโดยนำน้ำที่ผ่านการบำบัดกลับมาใช้แทนน้ำประปาสำหรับล้าง Seal คอปเปล่า ทำให้ลดการใช้ไฟฟาลดค่าสารเคมีในการผลิตน้ำประปา และลดการใช้น้ำจากธรรมชาติ

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,171	4,401	3,693
ต้นทุนขาย	3,031	3,242	2,704
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,141	1,160	989
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	412	423	474
สินทรัพย์รวม	3,017	3,138	3,321
หนี้สินรวม	1,023	1,062	1,125
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,995	2,076	2,196
EPS (บาท)	0.43	0.45	0.50
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	27.35	26.35	26.78
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.84	9.58	12.59
ROE (%)	21.16	20.78	26.85
Dividend Yield (%)**	5.26	6.79	5.81

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# ICHI

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

www.ichitangroup.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่ม “อิชิตัน กรีนที” เครื่องดื่มสมุนไพร “เย็นเย็น โดยอิชิตัน” เครื่องดื่มชาเขียวผสมสมุนไพร “อิชิตัน ชิวชิว” และกลุ่มสินค้าชาพร้อมดื่มพรีเมียม เช่น ชาเขียวช็อคโกแลต เป็นต้น

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

“อิชิตัน ซาทีใส่ใจคุณเป็นก่อ” อิชิตัน กรุ๊ปให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจการที่มีธรรมาภิบาล เคารพสิทธิมนุษยชน คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและผู้มีส่วนได้เสีย เริ่มตั้งแต่การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนที่เน้นการใช้วัตถุดิบใบชาคุณภาพที่ปลูกในระบบออร์แกนิก การสร้างโรงงานที่ใช้พลังงานหมุนเวียน การดูแลบุคลากรที่เน้นการทำงานเป็นทีมพร้อมพัฒนาศักยภาพทั้งร่างกายจิตใจให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมเรื่องดีมีคุณภาพสู่ผู้บริโภคและบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงความรู้ของคุณค่าสารอาหารของผลิตภัณฑ์อิชิตัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนค่านิยมองค์กรที่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของอิชิตัน กรุ๊ป ต้องตระหนัก โดยเริ่มตั้งแต่กำหนดนโยบายจากคณะกรรมการบริษัทสู่แนวทางปฏิบัติหล่อหลอมจนเป็นวัฒนธรรมขององค์กร

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทมีความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องแข่งขันกับเวลาและการบริหารต้นทุนให้ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคและแข่งขันได้ บริษัทได้จัดตั้งฝ่ายวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของบริษัทอย่างสม่ำเสมอภายใต้การบริหารงบประมาณที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านสุขภาพมากขึ้น บริษัทจึงมีนโยบายที่เน้นส่งมอบคุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาและผลิตสินค้ากลุ่มชาพร้อมดื่มพรีเมียม รวมถึงการปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อให้เติบโตได้ท่ามกลางผลกระทบในอุตสาหกรรมชาพร้อมดื่มในประเทศ เช่น ภาษีและการแข่งขันสูง เป็นต้น บริษัทจึงนำ “กลยุทธ์ 3N” (New Product, New Market, New Business) ที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่ดี มีคุณภาพและเติบโต การหาช่องทางขยายตลาดไปต่างประเทศ การพัฒนาโอกาสในธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) และการเข้าสู่ธุรกิจใหม่ เพื่อการเติบโตขององค์กรได้อย่างยั่งยืน

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมายหลายด้านของ SDGs เช่น เป้าหมายที่ 1 “No Poverty” เป้าหมายที่ 2 “Zero Hunger” เป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” เป้าหมายที่ 4 “Quality Education” เป้าหมายที่ 6 “Clean Water and Sanitation” เป็นต้น โดยบริษัทได้พัฒนาชุมชนเกษตรกรผู้ปลูกชากว่า 700 ครอบครัวในพื้นที่ดอยพญาไพร อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบชาของบริษัทให้มีความเป็นอยู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากเดิมที่ประสบปัญหาขาดแคลนน้ำสำหรับอุปโภคบริโภค บริษัทจึงเข้าไปช่วยแก้ปัญหาขาดแคลนน้ำอย่างถาวร ด้วยการติดตั้งแท่นเจาะพื้นหินลึก 80 เมตรให้มีน้ำใช้ได้ตลอดทั้งปี รวมถึงสร้าง “ห้องสมุดชาคืบค้นจากอีโอบอร์ด” ณ โรงเรียนพญาไพร ไตรมิตร ซึ่งเป็นวัดกรรมกรวิไลเฉลิมฉลองผลิตภัณฑ์อิชิตันแบบ UHT พร้อมติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อมอบโอกาสทางการศึกษาให้เด็กนักเรียนลูกหลานเกษตรกรผู้ปลูกชาโดยมุ่งหวังการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับเด็กนักเรียนอย่างยั่งยืน

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	5,688	5,204	4,100
ต้นทุนขาย	4,335	4,431	3,319
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,353	773	781
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	315	44	324
สินทรัพย์รวม	8,626	8,177	7,857
หนี้สินรวม	2,570	2,291	1,721
ส่วนผู้ถือหุ้น	6,056	5,885	6,136
EPS (บาท)	0.24	0.03	0.25
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	23.79	14.85	19.06
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	5.51	0.84	7.87
ROE (%)	5.34	0.73	5.69
Dividend Yield (%)**	2.75	5.03	0.88

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# IRC

บริษัท อีโนเว รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / ยานยนต์  
www.ircthailand.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์ยางอีลาสโตเมอร์ เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมอื่น ๆ และธุรกิจด้านการผลิตยางนอกและยางในของรถจักรยานยนต์

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนตามแผนกลยุทธ์สู่ความยั่งยืนโดยเริ่มจากการมีรากฐานที่มั่นคง คือ ให้พนักงานทุกคนมี IRC DNA ประกอบด้วย **1 บริษัทของเรา คือ บ้านของเรา** **2 วัฒนธรรมองค์กร** และ **3 การพัฒนาทักษะความสามารถและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน** ทั้งนี้ตลอดเส้นทางสู่ความยั่งยืนที่มั่นคงต้องมีการบริหารความเสี่ยงและการบริหารห่วงโซ่อุปทานควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมธุรกิจ

บริษัทมีแผนการดำเนินงาน 4 แผนที่สำคัญ ได้แก่ **1** การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี **2** ความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า **3** คุณภาพในระดับมาตรฐานนานาชาติและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้ **4** การพัฒนาระบบการผลิตโรงงานอัจฉริยะ การจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพ นโยบาย 3Rs และผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐและจีน ส่งผลถึงยอดขายของบริษัท บริษัทจึงมีมาตรการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าว ดังนี้

**ธุรกิจยางรถจักรยานยนต์** บริษัทวางกลยุทธ์กระจายความเสี่ยงด้วยการแบ่งกลุ่มตลาดเป็น 3 กลุ่ม คือ ตลาดกลุ่มลูกค้าโรงงานผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ ตลาดทดแทน และตลาดต่างประเทศ อีกทั้งเร่งศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อรองรับความต้องการของตลาดแบบเฉพาะเจาะจงและสามารถรองรับโมเดลรถจักรยานยนต์ที่หลากหลายยิ่งขึ้น

**ธุรกิจชิ้นส่วนยางอีลาสโตเมอร์ในอุตสาหกรรมยานยนต์** บริษัทใช้กลยุทธ์ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ร่วมกับลูกค้าให้มีรูปแบบตอบโจทย์ความต้องการและมีสมรรถนะที่สูงขึ้น ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ คิดค้นวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขยายสู่กลุ่มตลาดใหม่ ๆ เช่น สังคมผู้สูงอายุ ที่เน้นผลิตภัณฑ์เรื่องความปลอดภัย

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินโครงการ “ให้อาชีพ ให้ชีวิต” ที่เน้นฝึกอาชีพให้ผู้ต้องขังหญิงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพหลังพ้นโทษ ตลอดจนสามารถหาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ โดยจัดการฝึกอบรมทางด้านจริยธรรมและการฝึกอาชีพ รวมถึงจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อพัฒนาผู้ต้องขังหญิง ณ ทัณฑสถานบำบัดหญิงคลองห้า จ.ปทุมธานี ให้เป็นแรงงานที่มีฝีมือภายใต้ความร่วมมือจากกรมราชทัณฑ์ ซึ่งได้ดำเนินโครงการต่อเนื่องมากกว่า 6 ปี

โดยในปี 2562 บริษัทสามารถบ่มเพาะผู้ต้องขังได้แล้วกว่า 945 ราย และยกระดับเป็นแรงงานทักษะอีก 87 ราย ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 1 “No Poverty” สร้างรายได้ให้แก่ผู้ต้องขังหญิง เป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” โดยการมอบโอกาสในการประกอบอาชีพสุจริต และเป้าหมายที่ 16 “Peace, Justice and Strong Institution” ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพมีความรับผิดชอบ

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 30 กันยายน

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,955	5,233	5,430
ต้นทุนขาย	4,028	4,466	4,866
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	927	767	564
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	514	424	167
สินทรัพย์รวม	4,272	4,632	4,849
หนี้สินรวม	1,072	1,215	1,268
ส่วนผู้ถือหุ้น	3,201	3,417	3,581
EPS (บาท)	2.57	2.12	0.83
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	14.65	13.91	10.39
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.95	6.39	3.04
ROE (%)	12.81	10.23	4.64
Dividend Yield (%)**	3.56	4.35	2.72

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# JWD

บริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน)

บริการ / ขนส่งและโลจิสติกส์  
www.jwd-group.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ครบวงจร แบ่งเป็น 5 ธุรกิจ ได้แก่ ① รับฝากและบริหารสินค้า ② ขนส่งสินค้าในประเทศและข้ามแดน ③ ขนย้ายบ้าน สำนักงาน และโรงงานให้กับบุคคลและองค์กรต่าง ๆ ④ จัดการเอกสารและข้อมูล เช่น รับฝากข้อมูล/สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำลายเอกสาร และขนส่งเอกสาร เป็นต้น และ ⑤ ธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่ ให้เช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้า และให้บริการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการโดยใช้หลัก Triple Bottom Lines เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้ ① **มิติเศรษฐกิจ:** บริษัทดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงจุด พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายด้านโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ตลอดจนยึดหลักบรรษัทภิบาลอย่างเคร่งครัด ② **มิติสิ่งแวดล้อม:** บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานระบบคุณภาพการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และรณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้กับพนักงาน ③ **มิติสังคม:** บริษัทมีนโยบายการจ้างงานอย่างเท่าเทียม ให้ความสำคัญกับการดูแลและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียรอบด้าน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทดูแลตู้สินค้าอันตรายทั้งนำเข้าและส่งออกคิดเป็น 70% ของสินค้าอันตรายที่ผ่านเข้าออกประเทศไทย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนและสังคมโดยรอบมากที่สุดหากเกิดภาวะฉุกเฉิน บริษัทจึงจัดตั้งศูนย์ความปลอดภัยสินค้าอันตราย (Dangerous Goods Port Safety: DGPS) ภายใต้แนวคิด “ป้องกันก่อนเกิดเหตุ” มีการจัดฝึกอบรมซ้อมแผนฉุกเฉินทั้งกับภาครัฐ เอกชน ชุมชน โดยที่ผ่านมายังไม่เคยเกิดเหตุวิกฤตฉุกเฉินขึ้น

นอกจากนี้ ธุรกิจโลจิสติกส์ต้องพึ่งพิงแรงงานจำนวนมาก จึงอาจมีความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานและค่าแรงที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น บริษัทจึงนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการคลังและขนส่งมากขึ้น เช่น การนำระบบการจัดเก็บและเรียกคืนสินค้าอัตโนมัติ (Automated Storage and Retrieval Systems) มาใช้

ในคลังสินค้าห้องเย็นอาคารใหม่ที่มหาชัย ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานลงครึ่งหนึ่ง และช่วยประหยัดค่าไฟได้ประมาณ 30%

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนต่อเป้าหมายที่ 9 “Industries, Innovation and Infrastructure” ผ่านการพัฒนา**นวัตกรรมระบบบริหารจัดการสินค้าอันตรายแบบครบวงจร (DG Total)** เพื่อบริหารจัดการสินค้าอันตรายแบบครบวงจร สร้างมาตรการประกันความปลอดภัยตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยมีการพัฒนาระบบแจ้งสถานะข้อมูลตู้สินค้าเข้า-ออกแบบอัตโนมัติ (Codeco) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการจัดสรรการเช่าตู้สินค้าแก่ลูกค้าของสายเรือ พร้อมทั้งพัฒนาช่องทางสืบค้นข้อมูลสินค้าอันตรายเพิ่มเติมบนเว็บไซต์ www.dg-net.org ทำให้บริษัทและลูกค้าทำงานได้สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการนำเข้า-ส่งออกสินค้าอันตรายที่ทำเรือแหลมฉบัง ช่วยยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	2,423	3,208	2,592
ต้นทุนขาย	1,672	2,360	1,876
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	751	848	716
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	612	252	244
สินทรัพย์รวม	5,533	6,357	7,130
หนี้สินรวม	2,433	3,190	3,932
ส่วนผู้ถือหุ้น	3,047	3,045	3,086
EPS (บาท)	0.60	0.25	0.24
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	31.01	26.44	27.64
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	20.66	7.60	8.89
ROE (%)	21.82	8.28	11.10
Dividend Yield (%)**	0.66	3.57	2.55

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# LPN

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์  
www.lpn.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยภายในเมืองสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ในระดับกลางถึงกลาง-ล่าง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

วิถีแอล.พี.เอ็น. (LPN Way) ประกอบด้วยคุณค่า 2 เสาหลัก คือ “การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง” (Continuous Development) และ “การยอมรับนับถือผู้มีส่วนได้เสีย” (Respect for Stakeholders) โดยมีองค์ประกอบค่านิยม 7 ประการ คือ “C-L-A-S-S-I-C” ได้แก่ “C - Cost with Quality”, “L - Lateral Thinking”, “A - Alliance”, “S - Speed with Quality”, “S - Service Minded”, “I - Integrity” และ “C - Collaboration”

ในทุกกระบวนการดำเนินธุรกิจ บริษัทได้นำหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Triple Bottom Line) ที่ให้ความสำคัญกับ 3 องค์ประกอบ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน ภายใต้กลยุทธ์ **6 GREEN LPN** ที่รับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 8 กลุ่ม ใน 10 กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อรักษาสมดุลและสร้างการเติบโตที่มั่นคง

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

10 กระบวนการหลักภายใต้กลยุทธ์ **6 Green LPN** ได้ถูกพัฒนาขึ้น เพื่อรองรับการลงมือปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่ระดับปฏิบัติการ โดยสิ่งหนึ่งที่บริษัทได้ดำเนินการอย่างเข้มข้นมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาเพื่อตอกย้ำนิยาม “ความสุขที่แท้จริงของการอยู่อาศัย” ควบคู่ไปกับการร่วมรับผิดชอบต่อสังคม คือ การพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยและบ้านพักอาศัยด้วยมาตรฐาน Green Design Concept และ Green Construction Process ให้ครอบคลุมตลอดทุกกระบวนการ โดยบริษัทได้พัฒนามาตรฐานดังกล่าวจากเกณฑ์มาตรฐานระดับสากล อย่าง Leadership in Energy and Environmental Design หรือ LEED และเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนของ Thai’s Rating of Energy and Environmental Sustainability หรือ TREES โดยได้ปรับให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย รวมไปถึงการดูแลและบริหารชุมชนตามแนวทาง Green Community Management ภายใต้แนวคิด “ชุมชนน่าอยู่”

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทนำแนวทางและเป้าหมาย SDGs 14 ข้อ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท มาปรับใช้ให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นหนึ่งในการดำเนินงานหลายรูปแบบของบริษัทที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่ 1 “No Poverty”

ด้วยธุรกิจของ LPN ที่ประกอบด้วยพนักงานหญิงเป็นส่วนใหญ่และต้องพึ่งพิงพนักงานแม่บ้าน ซึ่งโดยมากเป็นสตรีที่มีรายได้น้อย มีภาระต้องเลี้ยงดูครอบครัว และมีการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่าประถมศึกษา บริษัทจึงจัดตั้ง LPC Social Enterprise เพื่อแก้ปัญหาสตรีด้อยโอกาสที่เสี่ยงต่อการถูกนายจ้างเอารัดเอาเปรียบโดยมุ่งหวังสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่สตรีกลุ่มนี้ผ่านการให้โอกาสทางการศึกษา ค่าจ้างที่สูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำ 10% ฝึกทักษะอาชีพด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นอาชีพเสริม รวมไปถึงการเป็นตัวกลางในการแก้ปัญหาหนี้นอกระบบ โดยบริษัทจะมีการพิจารณาเงินกู้ปลอดดอกเบี้ยและส่งเสริมวินัยการออมให้แก่พนักงานกลุ่มนี้อีกด้วย

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	9,613	11,252	5,869
ต้นทุนขาย	6,835	7,773	3,894
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,777	3,479	1,975
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,062	1,367	642
สินทรัพย์รวม	21,007	21,250	24,064
หนี้สินรวม	8,593	8,316	11,482
ส่วนผู้ถือหุ้น	12,386	12,901	12,553
EPS (บาท)	0.72	0.93	0.44
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	28.89	30.92	33.65
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	11.00	12.10	10.80
ROE (%)	8.57	10.81	9.37
Dividend Yield (%)**	6.82	7.97	13.12

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# NYT

บริษัท นามยง เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน)

บริการ /ขนส่งและโลจิสติกส์  
www.namyongterminal.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการท่าเทียบเรือเพื่อการส่งออกและนำเข้ารถยนต์แบบครบวงจร โดยมีท่าเทียบเรือและพื้นที่ให้บริการตั้งอยู่ในบริเวณท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยมีบริการที่ครบวงจร คือ ❶ การให้บริการท่าเทียบเรือและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับธุรกิจหลัก เช่น ขนถ่ายสินค้าจากพื้นที่จอดพักเข้ามายังพื้นที่ภายในท่าเทียบเรือ เป็นต้น และ ❷ การให้บริการพื้นที่จัดเก็บสินค้าและคลังสินค้า

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทกำหนดค่านิยมองค์กร “Spirit” ในการขับเคลื่อนแนวคิด การตัดสินใจ และสร้างพฤติกรรมของพนักงานไปในทิศทางเดียวกันจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ภายใต้การนำวัฒนธรรมที่โดดเด่นและสะท้อนความเป็น NYT มาโดยตลอด คือ **การทำงานแบบ**

**Teamwork** และเสริมจุดเด่นด้านอื่นเพื่อเพิ่มศักยภาพของทีมงานในอนาคต เพื่อให้ NYT มีพลังสร้างสรรค์และพร้อมเติบโตไปด้วยกัน

ทั้งนี้ NYT ได้วาง Road Map (ปี 2561-2563) เพื่อมุ่งให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแนวคิดของคนในองค์กร สร้างความตระหนักในเรื่อง Safety Security เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ผ่านการบริหารงานแบบเชิงรุกมากขึ้น รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยคิดให้ครบทั้งระบบชีวิตจะง่ายขึ้น ลดต้นทุนเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เหลือเวลาไป Work Life Balance

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากภัยคุกคามด้านไซเบอร์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการพึ่งพาเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลที่เข้ามา มีบทบาทมากขึ้นในภาคธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการโจรกรรมข้อมูลและการโจมตีผ่านระบบไซเบอร์เพิ่มมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานหรือข้อมูลของลูกค้า

บริษัทมีมาตรการพัฒนา/ปรับปรุงระบบคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายให้มีความทันสมัยและสามารถป้องกันภัยจากการโจมตีทางไซเบอร์และมีแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจที่ครอบคลุมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถกู้คืนระบบได้ภายในระยะเวลาอันสั้น ดังนี้ ❶ **การป้องกันความเสี่ยง (Protection)** เช่น การตั้งระบบงาน การเข้าถึงระบบงานและการจัดการสิทธิ์ การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล การพัฒนาระบบงานที่มีความมั่นคงปลอดภัย เป็นต้น ❷ **การตรวจจับ (Detect)** และการตอบสนอง (Respond) มี Action Plan ในการติดตามเฝ้าระวัง

ตรวจจับเหตุการณ์ และแจ้งเตือนถึงสิ่งผิดปกติต่าง ๆ ❸ **การกู้คืน (Recovery)** ผ่านระบบ DR-site solution (Disaster Recovery Site)

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมีเป้าหมายในการลดการใช้ไฟฟ้าลง 5% โดยควบคุมการใช้พลังงานไฟฟ้าในช่วงวันหยุดและเปลี่ยนกะ งดรงค์ปิดหลอดไฟช่วงพักกลางวัน และการปรับอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศที่ 25 องศาเซลเซียส รวมถึงการเปลี่ยนหลอดไฟเป็น LED ซึ่งในปี 2560 สามารถลดการใช้ไฟลงได้ 21.9 % และปี 2561 ลดลงได้ 7.1 % ทั้งนี้ในปี 2562 มีเป้าหมายรักษาระดับการใช้พลังงานไฟฟ้าให้เท่ากับปีก่อนหน้า จึงได้ทดลองนำพลังงานทางเลือกมาใช้ในท่าเรือ A5 ปัจจุบันบริษัทใช้พลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ (เฟส 1) ซึ่งให้พลังงานได้ยาวนานกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 160 วัตต์ บริษัทจึงขยายเฟส 2 ให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น อีกจำนวน 126 วัตต์ ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่สนับสนุนเป้าหมายที่ 13 “Climate Action”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	1,373	1,428	1,068
ต้นทุนขาย	764	795	589
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	610	633	479
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	389	405	298
สินทรัพย์รวม	4,357	4,452	4,229
หนี้สินรวม	603	631	516
ส่วนผู้ถือหุ้น	3,754	3,821	3,714
EPS (บาท)	0.31	0.33	0.24
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	44.39	44.36	44.84
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	27.33	27.57	27.02
ROE (%)	10.38	N/A	10.46
Dividend Yield (%)**	5.08	6.05	7.43

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# PM

## บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม  
www.premier-marketing.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายและเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ของใช้ส่วนตัวและของใช้ในครัวเรือน และมีธุรกิจย่อยดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าปลาเส้นและปลาแผ่น “ปลาสวรรค์กาโร” ปลาเก๋และอาหารทะเลสำเร็จรูป ผลิตและจำหน่ายซอสมะเขือเทศ ซอสพริก “ตราคิงส์ คิกเซ็น” อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง รวมถึงให้บริการห้องเย็น รวมถึงดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ในการส่งเสริมการปลูกกาแฟอินทรีย์

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายของ “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” (Harmonious Alignment of Success) บริษัทคำนึงถึง 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ “**ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน**” โดยบริษัทพัฒนาแนวปฏิบัติหลัก 5 ประการ ดังนี้

- 1 การมีความคิดสร้างสรรค์ (Innovation):** เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน
- 2 การร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration):** การสนับสนุนให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง
- 3 การนำเสนอสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ (Quality):** พนักงานมีทักษะและทัศนคติที่จำเป็นและสอดคล้องกับการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4 การมีคุณธรรมจริยธรรม (Moral & Ethics):** การไม่ก่อผลกระทบในเชิงลบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- 5 การได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual benefits):** การสร้างรายได้ การส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตลอดจนการมุ่งดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้เกิดประเด็นใหม่ ๆ ในห่วงโซ่ธุรกิจเรื่อง**การใช้ทรัพยากรทางทะเล** ซึ่งบริษัทตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าว จึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบตลอดห่วงโซ่ธุรกิจ บริษัทจึงนำแนวปฏิบัติตามข้อกำหนด IUU : Illegal Unreported and Unregulated Fishing มาปฏิบัติในเรื่องของการป้องกัน ยับยั้งและจัดการประมงที่ผิดกฎหมาย โดยอาศัยความร่วมมือจากผู้ผลิตและผู้ส่งมอบของบริษัทให้ทำการตรวจสอบระบบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบเพื่อให้เกิดความโปร่งใส รวมถึงการนำแนวปฏิบัติดังกล่าวไปใช้กับวัตถุดิบอื่น ๆ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินการสนับสนุนเป้าหมายที่ 15 “Live on Land” ผ่าน**โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา”** ซึ่งมีเป้าหมายหลักในการแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูป่าต้นน้ำที่เสื่อมสภาพในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติขุนแจและอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก จ.เชียงราย ผ่านการสร้างสรรคโมเดลธุรกิจที่ปลูกฝังให้เกษตรกรในพื้นที่มีส่วนร่วมฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ โดยเลือกเพาะปลูกกาแฟ ซึ่งเป็นพืชที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ อีกทั้งเป็นพืชที่ต้องการร่มเงาของไม้ใหญ่ในการเพาะปลูก จึงทำให้เกษตรกรสามารถปลูกกาแฟด้วยระบบเกษตรอินทรีย์ที่ปราศจากสารเคมีในทุกขั้นตอน ส่งผลให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพสูงและได้รับมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล โครงการกาแฟอินทรีย์รักษาป่า “มีวนา” สามารถอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรป่าไม้ได้ถึง 9,250 ไร่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,186	4,472	3,045
ต้นทุนขาย	3,056	3,224	2,160
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,130	1,248	885
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	508	368	194
สินทรัพย์รวม	2,553	2,565	2,430
หนี้สินรวม	834	858	859
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,715	1,707	1,575
EPS (บาท)	0.84	0.61	0.32
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	27.00	27.91	29.07
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	11.70	8.18	6.32
ROE (%)	29.13	21.50	18.41
Dividend Yield (%)**	7.32	9.30	7.18

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจโครงการโรงไฟฟ้าระบบพลังความร้อนร่วมซึ่งใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิง จำหน่ายไฟฟ้าและไอน้ำให้กับโรงงานภายในสวนอุตสาหกรรมหรือสหพัฒน์-ศรีราชา และไฟฟ้าส่วนที่เหลือจำหน่ายให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

Core Value ของบริษัทประกอบด้วย ① ทศนคติบวก ② ความรู้สึกเป็นผู้ประกอบการ ③ การทำงานเป็นทีม ④ การทำงานเชิงรุก ⑤ ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาคนและพัฒนางานให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีแนวทางขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน 2 ด้าน คือ

① **การกำกับดูแลกิจการที่ดี** การเคารพสิทธิมนุษยชน ความเป็นธรรมต่อแรงงาน และการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน มีกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ การพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง การเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดี การปฏิบัติให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และการมีระบบตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ

② **การพัฒนาชุมชนและสังคม** การมีจริยธรรมต่อคู่ค้า การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน และการสร้างและเผยแพร่ นวัตกรรม โดยมีกลยุทธ์หลัก คือ การหลอมรวมทุกนโยบายและ กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นส่วนหนึ่งในทุกขั้นตอนของดำเนินงาน รวมถึงการสร้างพันธมิตรเพื่อเสริมสร้างศักยภาพ สนับสนุน และเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ① นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับการพัฒนาระบบโครงข่ายสมาร์ทกริดของประเทศไทย และการเปิดเสรีด้านพลังงาน (Power Pool) ② การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านการจัดเก็บพลังงาน (Energy Storage) ซึ่งมีระยะเวลาการใช้งานนานขึ้น

บริษัทจึงกำหนดแนวทางการจัดการ ดังนี้ ① สรรหากรรมการที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อกำหนดแนวทางและกำกับดูแลการขยายธุรกิจ ② ร่วมทุนกับบริษัทพันธมิตรก่อสร้างโรงไฟฟ้าชีวมวล และร่วมลงทุนธุรกิจพลังงานแสงอาทิตย์รูปแบบ Solar Rooftop ③ ต่อยอดจากองค์ความรู้ด้านชีวมวลไปสู่ธุรกิจอื่น โดยส่งเสริมการปลูกไม้ไผ่เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ในชื่อทางการค้า Lamboochar ④ สร้างโรงไฟฟ้าใหม่และปรับปรุงประสิทธิภาพของโรงไฟฟ้าเดิม

⑤ ร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่จัดทำโครงการการศึกษาระบบบริหารจัดการระบบไมโครสมาร์ทกริดและระบบสมาร์ทกริด

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทร่วมกับภาครัฐจัดทำโครงการ “ปลูกไผ่คืนผืนป่า สร้างอาชีพ” และโครงการ “คืนไผ่สู่ผืนป่า เพื่อพัฒนาอาชีพและฟื้นฟูดินน้ำ” บริเวณป่าต้นน้ำในเขตตำบลทุ่งผึ้ง อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง โดยภาครัฐจัดสรรพื้นที่ให้ประชาชนปลูกไม้ไผ่เสริมลงในแปลงปลูกป่าทดแทน และบริษัทสนับสนุนการจัดการกล้าไม้ไผ่ช่วงหม่นและชางนวล 60,000 ต้น รวมถึงจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการปลูกและการขยายพันธุ์ เพื่อเป็นแหล่งอาหารและสร้างรายได้ที่มั่นคงจากผลผลิตของไม้ไผ่ให้กับคนในชุมชน และเป็นยังการฟื้นฟูสภาพป่าอย่างยั่งยืน ในขณะที่บริษัทมีความมั่นคงของแหล่งวัตถุดิบสำรองสำหรับการผลิตถ่านอัดแท่งและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้ไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบในการผลิต ซึ่งเป็นการสนับสนุนเป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” และเป้าหมายที่ 15 “Life on Land”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,027	4,199	3,270
ต้นทุนขาย	3,386	3,657	2,910
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	641	542	361
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	299	215	130
สินทรัพย์รวม	7,159	6,982	6,826
หนี้สินรวม	4,544	4,296	4,119
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,556	2,622	2,637
EPS (บาท)	0.31	0.23	0.14
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	15.92	12.91	11.03
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.42	5.11	3.96
ROE (%)	12.10	8.31	6.46
Dividend Yield (%)**	2.89	3.42	3.06

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# SFP

## บริษัท อาหารสยาม จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม  
www.siamfood.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดบรรจุกระป๋อง ผลไม้รวมบรรจุกระป๋อง น้ำสับปะรดเข้มข้นบรรจุในถุงพลาสติก เชื้อ ผลิตได้ตามฤดูกาล ภายใต้เครื่องหมายการค้าของลูกค้า และภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท “SIAM FOOD”

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทกำหนดค่านิยมเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของพนักงานทุกคนให้ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืน สร้างความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายภายใต้ค่านิยม 4 ประการ ได้แก่

- 1 ส่งมอบผลลัพธ์ตามต้องการ (Deliver Results)** บริษัทมุ่งปฏิบัติแต่ในสิ่งที่ถูกต้อง โดยกำหนดแนวทางในการปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และมุ่งเน้นคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก
- 2 พัฒนาให้ดีขึ้น (Get Better)** บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ด้วยทัศนคติที่ว่า “เราทำได้” ด้วยนวัตกรรม มีความรับผิดชอบ ไม่หยุดนิ่งในสิ่งที่เป็นอย่างอยู่
- 3 มอบความเชื่อใจ (Give Trust)** แสดงให้เห็นถึงความไว้วางใจ ใส่ใจดูแลและปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความเคารพ จริงใจที่จะปรับปรุงแก้ไขในสิ่งที่ผิดพลาด และให้เครดิตผู้อื่น
- 4 มีความซื่อสัตย์สุจริต (Have Integrity)** บริษัทยึดหลักการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมด้วยความซื่อตรงและตั้งใจจริง

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทเล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมสังคม และกฎหมายที่มีผลกระทบต่อปัจจัยการผลิตสับปะรดที่เป็นวัตถุดิบหลักของบริษัท ได้แก่ **1 ด้านแรงงาน** ผู้ที่จะสับหอดการทำไร่สับปะรดจาก Contracted Farmer ลดน้อยลง ในขณะที่ความเข้มงวดของกฎหมายด้านการป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ส่งผลต่อการบริหารจัดการคนงานทำไร่สับปะรดที่ส่วนใหญ่เป็นแรงงานข้ามชาติ ทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนแรงงาน

**2 ด้านพื้นที่เพาะปลูก** ส่วนใหญ่อยู่ในเขตพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) จึงทำให้พื้นที่เพาะปลูกเริ่มลดน้อยลง

บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์ด้าน Sustainable Fruit Supply เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะจัดหาวัตถุดิบที่มีปริมาณและราคาที่เหมาะสมด้วยการส่งเสริมและพัฒนาการเพาะปลูกของชาวไร่ให้มีประสิทธิภาพ และขยายฐานจำนวนชาวไร่ให้มากขึ้น รวมไปถึงเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกสับปะรดของบริษัท

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการเพาะปลูกสับปะรดที่ดีภายใต้โครงการ “Siam Food Model” ให้แก่ชาวไร่ที่ขึ้นทะเบียนกับบริษัท โดยครอบคลุมทั้งขั้นตอนการเตรียมดิน การคัดเลือกพันธุ์ ระยะปลูก การกำจัดวัชพืช และการบังคับผล เพื่อให้ผลผลิตสับปะรดของชาวไร่มีปริมาณต่อไร่สูงและมีคุณภาพดี อันจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชาวไร่ ก่อให้เกิดความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 2 “Zero Hunger”

นอกจากนี้ จากแนวทาง Zero Food Waste ที่บริษัทได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการผลิตน้ำสับปะรดเข้มข้นจากเศษสับปะรด การผลิตอาหารสัตว์จากเศษกากสับปะรด การผลิตก๊าซชีวภาพจากน้ำเสียของโรงงานซึ่งเป็นพลังงานทางเลือกทดแทนการใช้พลังงานจากปิโตรเคมี การไถกลบต้นสับปะรดเพื่อเป็นปุ๋ย และปรับปรุงสภาพดินของไร่สับปะรด เป็นต้น ซึ่งเป็นการช่วยลดขยะเหลือทิ้งตามเป้าหมายที่ 12 “Sustainable Consumption and Production”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 30 กันยายน

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	3,077	3,511	1,918
ต้นทุนขาย	2,880	3,048	2,234
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	197	462	(316)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	191	385	(467)
สินทรัพย์รวม	2,792	2,815	1,998
หนี้สินรวม	326	391	276
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,465	2,424	1,722
EPS (บาท)	9.10	18.31	(22.24)
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	13.16	7.00	(16.48)
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	10.22	6.41	(22.87)
ROE (%)	15.73	7.03	(22.77)
Dividend Yield (%)**	7.05	4.49	N/A

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# SYNTEC

บริษัท ซินเท็ค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / บริการรับเหมาก่อสร้าง

www.synteccon.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ให้บริการรับงานทั้งหน่วยงานราชการ และเอกชน โดยให้บริการตั้งแต่งานวางรากฐาน จนกระทั่งก่อสร้างอาคารเสร็จสมบูรณ์ในลักษณะที่เรียกว่า บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของธรรมาภิบาลเนื่องจาก การที่บริษัทมีการบริหารจัดการที่ดี มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและตรวจสอบได้ จะสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมทั้งบริษัทได้กำหนดนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้มีแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนต่อสังคมและชุมชนโดยรอบ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และเชื่อมโยงความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจก่อสร้างที่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน โดยบริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมถึงได้มีการพัฒนากระบวนการทำงานด้านต่าง ๆ ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ ทั้งนี้ บริษัทมีเป้าหมายเชิงปริมาณด้านสิ่งแวดล้อมตามที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

**ความเสี่ยงด้านมลพิษฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน (PM2.5)** ฝุ่นละออง PM 2.5 มีอันตรายต่อสุขภาพอย่างชัดเจน เพราะขนาดเล็กมาก ทำให้สามารถผ่านเข้าสู่ระบบทางเดินหายใจ เข้าสู่ปอด และสร้างปัญหาเกี่ยวกับหลอดเลือดได้ง่ายขึ้น และส่งผลกระทบต่อมนุษย์ได้อย่างเป็นวงกว้าง เนื่องจากธุรกิจหลักของบริษัท คือ การก่อสร้างอาคารสูงในเขตกรุงเทพมหานคร บริษัทจึงกำหนดให้ทุกโครงการก่อสร้างต้องติดตั้งสปริงเกอร์หรือหัวฉีดสเปรย์น้ำ เพื่อบรรเทาความหนาแน่นของฝุ่นในอากาศ ฉีดล้างล้อรถทุกคันที่ออกจากไซต์งาน เพื่อลดปัญหาความสกปรก ลดฝุ่นฟุ้งกระจายจากเศษดิน เศษหิน บนท้องถนนอีกทางหนึ่ง

**ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน** แรงงานเป็นปัจจัยหลักสำหรับงานก่อสร้าง การเกิดภาวะขาดแคลนแรงงานส่งผลให้งานก่อสร้างเกิดความล่าช้า ไม่สามารถส่งมอบโครงการให้กับลูกค้าได้ตามที่กำหนด บริษัทจึงมีการจ้างแรงงานของบริษัทโดยตรง โดยมีการจ่ายอัตราค่าจ้างที่เหมาะสมกับฝีมือแรงงานแต่ละคน

ดูแลในเรื่องของสวัสดิการ ความเป็นอยู่ของแรงงาน โดยให้ความสำคัญกับสถานที่พักอาศัยให้มีความปลอดภัย มีสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัยที่ดี เพื่อเป็นการจูงใจและทำให้แรงงานอยากทำงานกับบริษัทต่อไป

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” และเป้าหมายที่ 10 “Reduced Inequalities” ผ่าน**โครงการ “เรียนจบ มีงานทำกับ Syntec”** อย่างต่อเนื่อง เพื่อเปิดโอกาสให้กับกลุ่มนักเรียน และนักศึกษาในสถาบันอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา ที่ศึกษาในสาขาก่อสร้างและสาขาที่เกี่ยวข้องในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรีในต่างจังหวัด ได้มีงานที่ดีทำในอนาคต ซึ่งบริษัทมุ่งหวังที่จะตอบแทนสังคม ด้วยการขยายโอกาสให้คนทั่วไปที่อยู่ห่างไกลได้เข้าถึงงานที่ดี มีความมั่นคง มีรายได้ เพื่อร่วมกับชุมชนและสังคมในการสร้างบุคลากรที่มีประสิทธิภาพเข้าสู่ระบบการจ้างงานของประเทศต่อไป

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	9,065	7,209	6,219
ต้นทุนขาย	7,132	6,034	5,485
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,933	1,176	734
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	1,008	622	280
สินทรัพย์รวม	9,931	10,295	10,459
หนี้สินรวม	4,367	4,230	4,223
ส่วนผู้ถือหุ้น	5,023	5,500	5,621
EPS (บาท)	0.63	0.39	0.18
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	21.32	16.31	11.80
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	11.01	8.38	4.43
ROE (%)	21.76	11.83	7.26
Dividend Yield (%)**	2.70	6.26	6.79

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# THCOM



## บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)

เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
www.thaicom.net

**ธุรกิจหลัก** บริษัทประกอบธุรกิจในกลุ่มธุรกิจหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่

- ① ธุรกิจดาวเทียมและบริการที่เกี่ยวข้อง
- ② ธุรกิจอินเทอร์เน็ตและสื่อ
- ③ ธุรกิจโทรศัพท์ในต่างประเทศ

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญเรื่อง Digital Disruption โดยศึกษาแนวโน้มของเทคโนโลยีใหม่ ๆ และรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานมาปรับยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนไทยคม ผนวกกับวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรที่มุ่งเน้น Digital Transformation โดยปรับเปลี่ยนจากธุรกิจดาวเทียมแบบเดิมมาเป็น **Advance Solution Provider**

บริษัทจึงมีการปรับโครงสร้างองค์กรให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ มีการกำหนดหน้าที่และความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างให้เกิดความรับผิดชอบแบบองค์รวม และใช้ Agile Team มาบริหารจัดการองค์กร ปรับ Mindset มุ่งเน้นการเชื่อมประสานงานแบบข้ามหน่วยงาน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริษัทผ่านการทำงานแบบ Empowerment ที่พนักงานต้องเรียนรู้ตลอดเวลา การมีส่วนร่วมการสื่อสารสองทาง การเปิดใจกว้างในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงและทำสิ่งใหม่ ๆ มีความเชื่อถือและไว้วางใจ

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการวางกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับการจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพราะจะช่วยให้บริษัทมีโอกาสปรับตัวและเตรียมความพร้อมรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้น ได้แก่

- ① Disruption ในธุรกิจโทรศัพท์ที่ผู้บริโภคมีช่องทางรับชมหลากหลายมากกว่าผ่านดาวเทียม เช่น ผ่านคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น ส่งผลให้ลูกค้าเข้าใช้บริการน้อยลง บริษัทจึงพิจารณาบริการเสริมด้านออนไลน์เพื่อให้สามารถรับชมได้ทั้งผ่านดาวเทียมและอินเทอร์เน็ต ตลอดจนแสวงหาและพัฒนา รูปแบบการบริการใหม่ ๆ ด้านดาวเทียม
- ② การเรียกคืนคลื่นความถี่ย่านดาวเทียมบางส่วนเพื่อนำมาให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ 5G ส่งผลให้ปริมาณช่วงความถี่ย่าน C-band ลดลง ทำให้บริการโดยรวมลดลง บริษัทจึงพัฒนารูปแบบการบริการที่ใช้ย่านความถี่อื่นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทให้การสนับสนุนการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมมาโดยตลอด โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อลดช่องว่างทางการศึกษาให้นักเรียนได้รับการเรียนรู้ที่มีคุณภาพเท่าเทียมกับนักเรียนที่อยู่ในเมือง ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” และเป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” โดยบริษัทพัฒนาระบบและกล่อง “Digital Life” เพื่อต่อยอดโครงการการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมให้กับมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ซึ่งระบบ “Digital Life” นี้จะส่งข้อมูลวิดีโอและข้อมูลดิจิทัลจากศูนย์ข้อมูลส่วนกลางไปยังโรงเรียนปลายทาง โดยใช้งานบนแอปพลิเคชัน “DLTV Classroom” ทำให้ครูผู้สอนสามารถเลือกช่องรายการตามแผนการเรียนการสอนและเก็บบันทึกรายวิชาที่ยังไม่ได้รับชมหรือเลือกดูย้อนหลังได้ ในปี 2562 บริษัทมีแผนดำเนินการติดตั้งระบบ Digital Life ให้กับโรงเรียนจำนวนทั้งสิ้น 1,500 โรงเรียน ซึ่งจะมีครูและนักเรียนที่ได้รับผลประโยชน์กว่า 150,000 คน

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	6,689	6,026	3,707
ต้นทุนขาย	5,291	4,237	2,812
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,398	1,789	896
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(2,650)	230	(281)
สินทรัพย์รวม	25,939	22,202	20,844
หนี้สินรวม	10,659	9,065	8,054
ส่วนผู้ถือหุ้น	14,822	13,137	12,790
EPS (บาท)	(2.42)	0.21	(0.26)
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	20.90	29.69	24.16
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	(35.69)	2.77	(7.09)
ROE (%)	(15.90)	1.64	(16.27)
Dividend Yield (%)**	5.60	N/A	34.00

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตชุดควบคุม (Control Cable) สำหรับรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ รวมถึงชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ (Window Regulator) เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ชั้นนำ ตลอดจนศูนย์อะไหล่และผู้ค้ารายย่อยต่าง ๆ

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมีกลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน 4 กลยุทธ์ คือ 1 การเติบโตทางธุรกิจ โดยการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์หลักในอุตสาหกรรมยานยนต์ รวมถึงการพัฒนาตลาดใหม่ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนมีการยกระดับและสานความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง 2 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับและตรงต่อความต้องการของลูกค้า ตอบสนองต่อความต้องการในการผลิตรถยนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3 การดำเนินงานที่เป็นเลิศจากการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพการจัดการในองค์กร การพัฒนากระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ควบคุมต้นทุนทางการเงิน การใช้ทรัพยากรพลังงานและการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และ 4 การบริหารจัดการบุคลากรและกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และภารกิจของบริษัท

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ด้วยสภาวะปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว บริษัทมีการจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ดังนี้

**ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเป็นเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า** จากการใช้ระบบไฟฟ้าในการควบคุมการทำงานในรถยนต์มากขึ้นและเป็นทางเลือกใหม่ที่นำมาสู่การปรับตัวครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งในรถยนต์ไฟฟ้าจะยังคงใช้สายควบคุมยานยนต์แต่จำนวนที่น้อยลง บริษัทได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาออกแบบมุ่งสู่ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กับยานยนต์ในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

**ความเสี่ยงด้าน Digital Transformation** ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์ได้เริ่มใช้ระบบอัตโนมัติและระบบหุ่นยนต์ (Robotics) ในสายการผลิตเพื่อลดปัญหาคุณภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต บริษัทจึงได้สนับสนุนให้ทีมวิจัยและพัฒนา ทีมวิศวกรการผลิต ร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูล

ความรู้และประสบการณ์กับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สวทช. เป็นต้น เพื่อนำความรู้มาคิดค้นออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการนำหุ่นยนต์มาใช้ในสายการผลิต

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” จึงได้สานต่อโครงการ Green Factory Solar Roof Top phase #2 ซึ่งเป็นโครงการที่สืบเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยยังคงเน้นการนำพลังงานทดแทนที่ยั่งยืนอย่างพลังงานแสงอาทิตย์มาเปลี่ยนเป็นพลังงานไฟฟ้าที่นำมาใช้ภายในบริษัท อีกทั้งยังเป็นพลังงานสะอาดที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายส่งเสริมให้เกิดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการดำเนินงานในหลายโครงการ

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	2,724	2,906	3,046
ต้นทุนขาย	2,252	2,385	2,490
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	473	521	556
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	137	176	220
สินทรัพย์รวม	2,751	2,782	2,341
หนี้สินรวม	1,112	1,097	696
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,639	1,685	1,644
EPS (บาท)	0.53	0.68	0.85
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	17.93	19.25	18.27
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	5.99	7.99	7.16
ROE (%)	10.59	14.89	13.22
Dividend Yield (%)**	6.15	7.52	8.55

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# TSTH

บริษัท ทาทา สตีล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / เหล็ก  
www.tatasteelthailand.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจการส่งออก (Holding Company) ในบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าเหล็กเส้น เหล็กหลอด และเหล็กรูปพรรณขนาดใหญ่ ซึ่งใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

กลุ่มบริษัททาทา สตีล (ประเทศไทย) ขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจเพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบการดำเนินงานของกลุ่มบริษัททาทา (บริษัทแม่) บนค่านิยมหลัก 5 ประการ ได้แก่

- 1 คุณธรรม
- 2 ความรับผิดชอบ
- 3 ความเป็นเลิศ
- 4 ความเป็นผู้บุกเบิก และ
- 5 ความเป็นหนึ่งเดียว

พร้อมด้วย 4 เสาหลักของการบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่วัฒนธรรมแห่งความยั่งยืน ได้แก่

- 1 ผู้นำ
- 2 โครงสร้าง นโยบายและหลักปฏิบัติ
- 3 โดยคณะกรรมการของบริษัทแต่งตั้ง “คณะกรรมการพันธกิจเพื่อสังคมและความยั่งยืน”
- 4 การสื่อสารและพัฒนาศักยภาพ เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับพนักงาน และ
- 4 การตรวจสอบและวัดประสิทธิผลของการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จากภาวะสงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและจีน รวมถึงการนำเข้าเหล็กจากประเทศจีน เวียดนาม และมาเลเซีย ส่งผลกระทบต่อความต้องการเหล็กเส้นก่อสร้างและเหล็กหลอดที่ลดต่ำลง บริษัทดำเนินกลยุทธ์ผ่านการรวมตัวกันเป็นสมาคมของกลุ่มผู้ผลิตเหล็กเพื่อลดผลกระทบจากช่องโหว่ของมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดที่กระทรวงพาณิชย์ได้ประกาศใช้เพื่อให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม นอกจากนี้ บริษัทได้จำหน่ายสินค้าใหม่เพื่อชดเชยกับความต้องการสินค้าเหล็กเส้นโภคภัณฑ์ที่ลดลง เช่น เหล็กเส้นแรงดึงสูง SD50 เหล็กเส้นเหนียวพิเศษด้านทานแรงสั่นสะเทือนของแผ่นดินไหว สินค้าสำเร็จรูปกลุ่มเหล็กเดี่ยวและเหล็กปลอก และเหล็กหลอดเกรดพิเศษกลุ่มหลอดเหล็กเสริมยางรถยนต์ เป็นต้น รวมถึงการจำหน่ายเหล็กเส้นผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานโดยตรง ตลอดจนขยายตลาดส่งออกต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มประเทศในอาเซียนและอินเดีย เพื่อลดความผันผวนของความต้องการเหล็กภายในประเทศ

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” ผ่านโครงการ “เสริมปัญญากับทาทา สตีล” ตั้งแต่ปี 2552 ด้วยการติดตั้งและส่งมอบมุมหนังสือพร้อมหนังสือและสื่อการเรียนรู้ทั้งในด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ภาษา คุณธรรม และการสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตให้แก่โรงเรียนที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นห่างไกล ตลอดจนดำเนินการปรับปรุงรถคอมพิวเตอร์เคลื่อนที่ของสำนักงานการประถมศึกษาให้เป็นรถห้องสมุดเคลื่อนที่

นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” โดยมุ่งเน้นกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีที่ก่อมลพิษต่ำ ปรับปรุงกระบวนการผลิตเหล็กแท่งและเหล็กรีดให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ใช้ก๊าซธรรมชาติแทนน้ำมันเตา สร้างโรงผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่โรงงานระยอง ทำให้ปี 2562 บริษัทสามารถควบคุมปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ให้อยู่ที่ 0.591 ตันต่อตันน้ำหนัก ซึ่งดีกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 มีนาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	22,246	22,222	10,496
ต้นทุนขาย	20,675	21,620	10,143
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,572	603	352
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	455	(188)	11
สินทรัพย์รวม	12,673	12,150	11,542
หนี้สินรวม	3,446	3,115	2,538
ส่วนผู้ถือหุ้น	9,241	9,050	9,019
EPS (บาท)	0.05	(0.02)	0.00
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	7.06	2.71	3.36
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	2.04	(0.84)	0.11
ROE (%)	5.05	(2.06)	(3.09)
Dividend Yield (%)**	N/A	N/A	N/A

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 2 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TTCL

บริษัท ทีทีซีแอล จำกัด (มหาชน)

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / บริการรับเหมาก่อสร้าง  
www.ttcl.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านการออกแบบวิศวกรรม การจัดหาเครื่องจักรและอุปกรณ์ และการก่อสร้างโรงงานแบบครบวงจร ให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลังงาน ปิโตรเคมี และ เคมีภัณฑ์ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมีนโยบายดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดจากการยอมรับและไว้วางใจซึ่งกันและกัน คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน บริษัทได้ปรับปรุงและจัดทำเป็นนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นด้านความยั่งยืนของกลุ่มบริษัท ดังนี้ การดำเนินธุรกิจโดยยึดถือจรรยาบรรณ (Code of Conduct) และจริยธรรมทางธุรกิจ (Code of Business Ethics) การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและมาตรฐานความปลอดภัย และนวัตกรรมของบริษัทที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จากการที่บริษัทยกระดับการให้บริการเข้าสู่การเป็น Regional EPC Contractor เพื่อรับงานโครงการที่มีมูลค่าสูงในต่างประเทศ ทำให้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและการแข่งขันของบริษัทเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ประกอบกับการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ทำให้ระดับการแข่งขันในการประมูลโครงการทั้งในประเทศ และต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทพบว่าเจ้าของโครงการยังคงให้ความสำคัญต่อคุณภาพของงาน ความน่าเชื่อถือและความสามารถของผู้เข้าประมูลงานเป็นปัจจัยหลัก นอกจากการที่บริษัทมีประสบการณ์ และความ สามารถสอดคล้องกับคุณสมบัติของผู้เข้าประมูลงานที่กำหนดแล้ว บริษัทยังมีข้อได้เปรียบจากการเน้นให้บริการในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งกลุ่มบริษัทมีประสบการณ์และความชำนาญในพื้นที่ รวมถึงมีเครือข่ายทางธุรกิจที่แข็งแกร่ง

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินโครงการพัฒนาธุรกิจพลังงานทดแทนด้านเชื้อเพลิงชีวมวล ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” เป้าหมายที่ 15 “Life on Land” การดำเนินโครงการส่งผลให้ช่วยลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเป็นมลพิษทางอากาศ ด้วยวิธีการนำพลังงานชีวมวลไปใช้ทดแทนการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในอุตสาหกรรมการผลิตไฟฟ้ามากยิ่งขึ้น ส่งเสริมตลาดด้านอุตสาหกรรมไม้มากขึ้น เพิ่มมูลค่าขยายตลาด ส่งเสริมอาชีพเกษตรกร เพื่อให้เห็นประโยชน์ของการบริหารจัดการป่าไม้ที่ยั่งยืน ทำให้มีรายได้ที่เหมาะสมและยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูสภาพป่าเสื่อมโทรมและเพิ่มผืนป่า นอกจากนี้ บริษัทขยายการลงทุนในกิจการประเภทโรงไฟฟ้าและพลังงานต่าง ๆ ได้แก่ โรงไฟฟ้าก๊าซชีวภาพ โรงไฟฟ้าพลังงานก๊าซธรรมชาติ โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ โรงงานผลิตเอทานอล โรงงานไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 7 “Affordable and Clean Energy”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	10,447	8,328	8,180
ต้นทุนขาย	9,595	8,429	7,070
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	852	(102)	1,111
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	52.56	(1,979.73)	424.59
สินทรัพย์รวม	23,865	19,360	17,500
หนี้สินรวม	19,770	16,363	14,346
ส่วนผู้ถือหุ้น	4,082	3,014	3,154
EPS (บาท)	0.09	(3.41)	0.64
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	8.15	(1.22)	13.58
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	0.48	(21.86)	4.69
ROE (%)	1.12	(55.80)	(40.11)
Dividend Yield (%)**	2.44	N/A	N/A

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TWPC

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / ธุรกิจการเกษตร  
www.thaiwah.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์  
วุ้นเส้นและก๋วยเตี๋ยว เพื่อจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์  
จากไร่ไปสู่ผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการคิดค้น  
นวัตกรรมตลอดทุกขั้นตอน และนำเสนอสินค้าที่มีคุณค่า พร้อม  
ส่งมอบถึงผู้บริโภคอย่างมีคุณภาพ ไปจนถึงความรับผิดชอบต่อ  
ในการสร้างมาตรฐานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในห่วงโซ่อุปทาน  
ภายใต้กลยุทธ์ **Creating Share Value from Farm to Shelf**

บริษัทกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ 3 ข้อ คือ  
แหล่งวัตถุดิบที่ยั่งยืน การหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ให้  
เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนและ  
นำไปสู่สุขภาพที่ดีขึ้น ซึ่งสร้างจาก 4 กลยุทธ์หลัก คือ **1 FARM:**  
เกษตรกรรมที่ยั่งยืนและการพัฒนาชนบท **2 FACTORY:** โรงงาน  
และชุมชนสีเขียว **3 FAMILY:** คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่  
ที่ดีของพนักงาน และ **4 FOOD:** การวิจัยอาหารและผลิตภัณฑ์  
เพื่อสุขภาพ เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีของผู้บริโภค อาชีวอนามัย  
และคุณภาพชีวิตของพนักงาน คู่ค้าทางธุรกิจ ตลอดจนสังคมและ  
ชุมชนอย่างยั่งยืน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ประเด็นความเสี่ยงด้าน ESG ที่ไทยวาให้ความสำคัญ  
ได้แก่ **1 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบผลิต** ทั้งจาก  
การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม  
การปลูก หรือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ทำให้วัตถุดิบทางการเกษตร  
ได้รับความเสียหาย ปริมาณวัตถุดิบหลักไม่เพียงพอต่อการผลิต  
โดยบริษัทให้การสนับสนุนสมาชิกเกษตรกรด้วยเทคโนโลยี  
ที่ทันสมัย รวมถึงให้ความรู้ด้านการทำการเกษตรอย่างถูกต้อง  
เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อ  
ยกระดับผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้าง  
ความมั่นคงแก่อุตสาหกรรมเกษตรในระยะยาว **2 ความเสี่ยง  
ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย** บริษัทกำหนดมาตรการป้องกัน  
และระบบควบคุมภายในอย่างเพียงพอ เพื่อป้องกันความเสี่ยง  
จากการทำงานให้พนักงานรวมถึงคู่ค้าทางธุรกิจ สามารถปฏิบัติ  
หน้าที่ได้อย่างเต็มที่และปลอดภัย

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” เป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production” และเป้าหมายที่ 17 “Partnerships for the Goals” ภายใต้การดำเนินงานเรื่องคุณภาพความปลอดภัยตลอดจนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ตั้งแต่เกษตรกรชาวไร่มันสำปะหลังผ่านโครงการ **“Farmer Club”** โดยให้การสนับสนุนและส่งเสริม “สมาชิกชาวไร่ไทยวา” ให้สามารถเข้าถึงความรู้ด้านการทำการเกษตรอย่างถูกต้อง สนับสนุนอุปกรณ์เครื่องจักรปุ๋ยอินทรีย์ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนช่องทางในการขยายโอกาสการขายสินค้าเกษตร ซึ่งผลผลิตต่อไร่ที่สูงขึ้นและการลดต้นทุนการปลูกจะช่วยให้เกษตรกรมีกำไรจากการปลูกมันสำปะหลังมากขึ้นและมีความเป็นอยู่ดีขึ้น ปัจจุบันเกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกไทยวาสามารถเพิ่มผลผลิตต่อไร่ได้เพิ่มขึ้นจาก 4 ตัน/ไร่ เป็น 5.5 ตัน/ไร่ หรือมีผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 37 เมื่อเทียบกับปีก่อน

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	6,265	7,248	5,457
ต้นทุนขาย	4,882	6,063	4,572
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,383	1,185	886
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	493	197	34
สินทรัพย์รวม	7,116	7,073	7,745
หนี้สินรวม	1,210	1,206	2,429
ส่วนผู้ถือหุ้น	5,346	5,304	5,043
EPS (บาท)	0.56	0.22	0.04
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	22.08	16.34	16.23
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.61	2.69	0.62
ROE (%)	9.44	3.70	2.35
Dividend Yield (%)**	3.21	3.86	7.44

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





กลุ่ม  
5

บริษัทจดทะเบียนใน SET  
ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด  
ไม่เกิน 3,000 ล้านบาท



# CFRESH

บริษัท ซีฟรेशอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

www.seafresh.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็ง โดยมีการส่งออกสินค้าหลักส่วนใหญ่ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ได้แก่ Seafresh, Sea Angell, Phoenix ,Thai Chia, Go-Go และผลิตภายใต้แบรนด์ของลูกค้า

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทบริหารธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนผ่านค่านิยมหลัก คือ ความรับผิดชอบต่อสังคม มีจริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจนมีความโปร่งใส ตามนโยบายการดำเนินธุรกิจ **“SUCCESS”** ดังนี้ **“S” - Shareholders:** สร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ ภายใต้หลักบรรษัทภิบาล **“U”- Ultimate Results:** บริหารจัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ โดยทุกหน่วยงานต้องบรรลุเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจ **“C”- Customers:** สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและส่งมอบตรงตามเวลา **“C”- Corporate Risk Management:** จัดการความเสี่ยงทางธุรกิจตามมาตรฐานที่ยอมรับโดยทั่วไป **“E”- Employees:** บริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีและเติมศักยภาพ **“S”- Suppliers:** คัดเลือกผู้ขายที่มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการ มีแนวทางที่สอดคล้องกับบริษัท เสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน **“S”- Society and Environment (สังคมและสิ่งแวดล้อม):** คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

### การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change)

ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งได้รับผลผลิตไม่แน่นอน รวมถึงเพิ่มความเสี่ยงจากการเกิดโรคกุ้ง ส่งผลให้บริษัทไม่ได้รับวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอและเพิ่มความผันผวนของราคาวัตถุดิบ บริษัทจึงจัดตั้งทีม Supply Chain Development เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งสามารถพัฒนาฟาร์มให้ได้มาตรฐานสากลและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยทีมดังกล่าวจะตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าตลอดห่วงโซ่อุปทานของบริษัทมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม





นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า ตามมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 และมาตรฐานการจัดการพลังงาน ISO 50001 รวมถึงการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน โดยมีการกำกับดูแลการดำเนินงานไม่ให้เกิดส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน พร้อมทั้งกำหนดให้ผู้ชาย ผู้รับจ้างและผู้ส่งมอบในห่วงโซ่อุปทานไม่ใช่แรงงานเด็ก หญิงมีครรภ์ หรือการใช้แรงงานที่ไม่สมัครใจ และมีกระบวนการสรรหาพนักงานอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Recruitment) คัดเลือกตัวแทนจัดหางานที่มีใบอนุญาตในการจัดหาแรงงานและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานของทั้งประเทศต้นทางและประเทศไทยอย่างเคร่งครัด

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production” และเป้าหมายที่ 14 “Life Below Water” โดยพัฒนาฟาร์มเพาะเลี้ยงกุ้งของบริษัทจนได้รับการรับรองมาตรฐาน Aquaculture Certification Council (ASC) ทั้งฟาร์มของบริษัทและ Chain of Custody (CoC) ที่ได้รับการรับรองสำหรับโรงงานแปรรูป ช่วยให้บริษัทและหน่วยงานสามารถระบุที่มาของกุ้งที่เลี้ยงในฟาร์มได้ในฐานะผู้ผลิตจาก ‘ฟาร์มสู่จานอาหาร’ (From Farm to Plate) อย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งการดำเนินธุรกิจจากประมงครอบคลุมทั้งด้านสิ่งแวดล้อมในการทำฟาร์ม เช่น การป้องกันสภาพแวดล้อมระบบนิเวศ และรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ จนถึงคุณภาพน้ำและการใช้สารเคมี

นอกจากนี้ สนับสนุนเป้าหมายที่ 8 “Decent Work and Economic Growth” การสรรหาว่าจ้างอย่างมีความรับผิดชอบ บริษัทคัดเลือกตัวแทนจัดหางานที่ต้องมีใบอนุญาตในการจัดหาแรงงานและต้องปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานโดยมีการตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงส่งทีมงานไปประเทศต้นทางเพื่อให้ข้อมูลของบริษัทสำหรับประกอบการตัดสินใจก่อนเข้าร่วมงาน พร้อมนี้ บริษัทร่วมมือกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทะเลของไทยผ่าน Seafood Task Force และมีส่วนร่วมในคณะทำงานเกี่ยวกับการสรรหาว่าจ้างอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อปรับปรุงแนวทางการปฏิบัติงานการสรรหาว่าจ้างบนมาตรฐานเดียวกันและกระทำความร่วมมือกันในนามอุตสาหกรรมอาหารทะเลไทย

**“การประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน และมีความพร้อมที่จะรับมือกับ Disruption ต่าง ๆ ได้นั้น จะต้องมาจากความศรัทธา และเชื่อมั่นว่าการทำธุรกิจภายใต้กลยุทธ์อย่างยั่งยืนจะนำพาให้ธุรกิจเราประสบความสำเร็จในแต่ละปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ ป็นหน้าหรือในอีกสัปดาห์ข้างหน้า จะไม่มีคำว่าแก้ไม่ได้”**

คุณณฤกษ์ เจียอาภา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	7,495	7,932	3,836
ต้นทุนขาย	6,583	7,148	3,513
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	912	784	323
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(8)	19.70	(158)
สินทรัพย์รวม	5,616	4,800	4,688
หนี้สินรวม	3,449	2,731	2,859
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,870	1,849	1,646
EPS (บาท)	(0.02)	0.04	(0.34)
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	12.17	9.88	8.42
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	(0.11)	0.25	(4.11)
ROE (%)	(0.42)	1.06	(9.49)
Dividend Yield (%)**	4.38	N/A	N/A

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# SSSC

บริษัท ศูนย์บริการเหล็กสยาม จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / เหล็ก

www.ssscth.com

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทกำหนดนวัตกรรมสำหรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรที่เติบโตอย่างสมดุล มั่นคง ยั่งยืน และพนักงานมีความสุข ครอบคลุม 6 ด้าน ได้แก่ **1 การกำกับดูแลกิจการที่ดี** ภายใต้วัฒนธรรม “เข้าใจ เข้าถึง อย่างเท่าเทียม” โดยเน้นการเปิดเผยข้อมูลอย่างเท่าเทียม โปร่งใส ตรวจสอบได้ และคำนึงถึงสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นทุกราย **2 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและการต่อต้านการทุจริต** ภายใต้วัฒนธรรม “ความเป็นธรรมนำธุรกิจ” โดยเน้นการแข่งขันการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม เคารพในทรัพย์สินของผู้อื่น **3 การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม** โดยกำหนดเป็นนวัตกรรมภายใต้นโยบาย “หน้าที่ขององค์กร คือ ทำให้พนักงาน



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจ **1** ผลิตชิ้นส่วนเหล็กที่ใช้ในอุตสาหกรรม ได้แก่ การตัดเหล็กจำหน่ายและการรับจ้างตัดเหล็ก **2** ผลิตชิ้นส่วนวัสดุก่อสร้าง เช่น โครงสร้างอาคาร เป็นต้น และ **3** ผลิตเหล็กที่บีบขึ้นรูปโลหะ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น แปรรูปท่อเหล็ก เป็นต้น

มีความสุข สนุกกับการทำงาน” **4 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค** ภายใต้วัฒนธรรม “ความพึงพอใจมาเป็นอันดับหนึ่ง” ตามนโยบายคุณภาพ “สร้างความพึงพอใจ เอาใจใส่คุณภาพ มุ่งมั่น พัฒนาองค์กร” **5 การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม** ภายใต้วัฒนธรรม “เราจะเติบโตพร้อมกับชุมชนและสังคม” **6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม** “SSSC”: S – Stop Global Warming, S – Save Green Save Earth, S – Save Green World, C – Corporate Social Responsibilities

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม โดยพิจารณาจากประเด็นที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมของบริษัทซึ่งมี**แรงขับเคลื่อนจากทั้งด้านสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง** เช่น ความต้องการใช้เหล็กลดลงอันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะช่วงสงครามการค้าอเมริกากับจีน การเปลี่ยนกระบวนการผลิตเป็น One Stop Process เพิ่มความน่าเชื่อถือในประสิทธิภาพ การใช้พลังงานและทรัพยากรทดแทนความปลอดภัยในการทำงาน ภัยแรงงานขาดแคลนและหายากขึ้น เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มการแข่งขันและการอยู่รอดขององค์กร เป็นต้น

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ FIT & FAST เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพภายในองค์กรโดยการลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิตและเพิ่มความคล่องตัวที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้รวดเร็วขึ้นจากเดิมที่มีการกำหนด Load Time ในการรับคำสั่งซื้อสู่การไม่มี Load Time ซึ่งดำเนินงานโดยการประยุกต์ใช้ Lean system การอบรมการเตรียมความพร้อมเข้าสู่อุตสาหกรรมยุคใหม่ การใช้คอมพิวเตอร์ในทุกกระบวนการทำงานตั้งแต่คำสั่งซื้อของลูกค้าจนถึงการผลิตและจัดส่ง ตลอดจนการรายงานผลแบบทันที

130



“บริษัทมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กร ไปกับการดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนมีหลัก ธรรมาภิบาลที่ดีเป็นข้อพึงปฏิบัติให้การดำเนิน กิจกรรมต่างๆ เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และยุติธรรม รวมทั้งมีการดำเนินงาน ที่คำนึงถึงความพอประมาณ มีเหตุผล และการ มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ควบคู่ไปกับการมีความรู้ และคุณธรรม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุล ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และ วัฒนธรรม ให้มีความมั่นคง เติบโตได้อย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดความสุขพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและ ความไม่แน่นอนจากสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอก”

คุณสุรศักดิ์ คุณานันทกุล  
กรรมการผู้อำนวยการ



### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทจัดทำ “โครงการสร้างความปลอดภัยให้กับผู้รับจ้าง ช่างรถบรรทุก” ซึ่งสนับสนุนเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” และเป้าหมายที่ 17 “Partnerships for the Goals” โดยพัฒนา กระบวนการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าผ่านผู้รับเหมา/ผู้รับจ้าง ซึ่งจะถูกตรวจสอบความพร้อมทั้งสภาพรถขนส่งสินค้าและอุปกรณ์ ขนส่งสินค้า รวมทั้งตรวจวัดความดัน อุณหภูมิร่างกาย แอลกอฮอล์ และสารเสพติดของพนักงานขับรถบรรทุกทุกคนก่อนไปส่งสินค้า เพื่อป้องกันและลดผลกระทบจากมลพิษ เพราะเมื่อเกิดอุบัติเหตุ สินค้าของบริษัทสามารถส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มมลพิษ เป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ บริษัทดำเนิน “โครงการ Truck Queue” ซึ่งสนับสนุนเป้าหมายที่ 16 “Peace, Justice and Strong Institutions” เป็นการพัฒนาโปรแกรม Logistic ในการจัดส่ง สินค้า โดยผู้รับจ้างช่างรถบรรทุกเมื่อผ่านการตรวจสอบสภาพรถและ คนขับเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สามารถดูคิวการมาขึ้นสินค้าทาง แอปพลิเคชันในมือถือได้ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นการสร้างความเป็นธรรม ให้กับผู้รับจ้างช่าง ลดการแออัดของการจราจรและการรอคอย

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,773	4,917	3,342
ต้นทุนขาย	4,183	4,359	2,977
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	591	558	365
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	200	168	84
สินทรัพย์รวม	3,840	3,927	3,625
หนี้สินรวม	1,040	1,067	786
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,796	2,858	2,836
EPS (บาท)	0.31	0.26	0.13
อัตรากำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น (%)	12.37	11.34	10.91
อัตรากำไร(ขาดทุน) สุทธิ (%)	4.17	3.39	2.49
ROE (%)	7.24	5.93	3.55
Dividend Yield (%)**	5.76	6.07	7.93

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

## HTC

### บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม  
www.haadthip.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มน้ำอัดลม ซึ่งได้รับลิขสิทธิ์จากโคคา-โคลา คัมปะนี (ประเทศสหรัฐอเมริกา) ภายใต้เครื่องหมายการค้า โคคา-โคลา แปงต้า สปริง และผลิตภัณฑ์อื่นที่โคคา-โคลา คัมปะนี เป็นเจ้าของ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ มินิ เมด เครื่องดื่มควาเรียม และน้ำดื่มน้ำทิพย์ มีขอบเขตการผลิตเพื่อจำหน่ายเฉพาะใน 14 จังหวัดภาคใต้

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์องค์กร “เราคือผู้นำอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน” สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และสังคมส่วนรวม โดยพัฒนาด้านวิธีการทำงาน นวัตกรรมและเทคโนโลยี และบุคลากร ให้มีความแข็งแกร่งทั้งทางด้านศักยภาพและด้านจิตใจเพื่อให้ประสิทธิภาพการทำงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาวมีความสมดุลอย่างเหมาะสม และภายใต้การสร้างค่านิยมที่ยั่งยืนว่า “หาดทิพย์ เคียงข้างผูกพัน” บริษัทได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียไม่ว่าจะเป็นด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ดี การปกป้องสิ่งแวดล้อม รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพชีวิตของชุมชนและสังคม

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยความท้าทายที่สำคัญ เช่น ความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จากกระแสสังคมที่ใส่ใจสุขภาพทำให้ผู้บริโภคนิยมดื่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมากขึ้น รวมถึงบริโภคน้ำอัดลมในบรรจุภัณฑ์ชนิดไม่คั้นขวดมากกว่าบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว และความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากภาวะอากาศแปรปรวนและการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตทางการเกษตรลดลงทำให้มีปริมาณวัตถุดิบไม่เพียงพอหรือผู้ประกอบการแบกรับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

บริษัทกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลักดันผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านสุขภาพ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ “มินิเมด” น้ำดื่ม “น้ำทิพย์” ตลอดจนผลิตภัณฑ์ “โค้ก โลท์” และ “โค้ก สูตรไม่มีน้ำตาล” รวมถึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบพลาสติกลดลงถึง 35% พร้อมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ 100% รวมทั้งออกแบบให้สามารถปิดขวดได้เมื่อเต็มหมดเพื่อช่วยลดพื้นที่และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บขยะรีไซเคิล

สำหรับกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทดำเนินกิจกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น Carbon Footprint, Water Footprint โครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ รวมทั้งผลักดันการใช้ NGV เป็นเชื้อเพลิงในการขนส่งและกระจายสินค้า เป็นต้น

132



“ในฐานะผู้นำอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัทได้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินงานธุรกิจและสร้างความเชื่อมั่นต่อการลงทุนว่าจะสามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงนโยบายที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการเติบโตของ บริษัทควบคู่ไปกับการสร้างผลประกอบการที่ดี รวมทั้งพัฒนากิจการให้เติบโตอย่างแข็งแกร่ง นอกจากนี้ เรายังสนับสนุนการสร้าง ความมั่นคงและความเข้มแข็งให้กับชุมชนในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ ที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืนต่อไป”

พลตรี พิศ รัตตกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมุ่งมั่นที่จะมีส่วนในการสนับสนุนและผลักดันเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น เป้าหมายที่ 15 “Life on Land” บริษัทและมูลนิธิโคคา-โคลา ประเทศไทย ได้สนับสนุนการจัดทำโครงการ “รักษาน้ำ” ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและพัทลุง โดยมีการสร้างฝายชะลอน้ำ พร้อมทั้งประปาภูเขาสำหรับกักเก็บน้ำให้ทุกครัวเรือน มีน้ำดื่มน้ำใช้ กิจกรรมเปิดทางน้ำและกำจัดวัชพืชในคลอง สนับสนุนให้มีป่าชุมชนผ่านกิจกรรมรณรงค์ปลูกหญ้าแฝกและต้นไม้ประจำถิ่น อีกทั้งมีกลุ่มอาสาเผ่าระวังลุ่มน้ำจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำทำให้เกิดเครือข่ายองค์กรอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำและบริหารจัดการน้ำภายในชุมชนด้วยตัวเองอย่างเข้มแข็ง

นอกจากนี้ บริษัททำเนินโครงการ Carbon Footprint โดยนำมาตราการต่าง ๆ มาลดการใช้ไฟฟ้าและเชื้อเพลิง บริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ร้อยละ 8 ในคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร และลดได้มากกว่าร้อยละ 2 ในคาร์บอนฟุตพริ้นท์ผลิตภัณฑ์ จากการรับรองขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก ซึ่งสนับสนุนเป้าหมายที่ 13 “Climate Action”

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	5,671	5,704	5,215
ต้นทุนขาย	3,836	3,780	3,301
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	1,835	1,924	1,914
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	283	249	412
สินทรัพย์รวม	4,609	4,758	4,847
หนี้สินรวม	1,944	2,046	1,961
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,665	2,712	2,886
EPS (บาท)	1.42	1.25	2.07
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	32.35	33.73	36.70
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	4.98	4.35	7.89
ROE (%)	11.03	9.26	16.70
Dividend Yield (%)**	3.22	7.19	3.33

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# ILINK

**บริษัท อินเทอร์เน็ต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)**

เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

www.interlink.co.th

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสายสัญญาณสื่อสารคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม ให้บริการโครงข่ายวงจรรสื่อสารข้อมูลความเร็วสูง ติดตั้งโครงข่ายโทรคมนาคม ให้บริการพื้นที่ค้าปลีก เซ็นเตอร์ ร์บบออกแบบ/ก่อสร้าง และรับเหมางานโครงการสายเคเบิลใต้น้ำร่วมกับใยแก้วนำแสง รวมถึงงานโครงการระบบสายส่งไฟฟ้าสายไฟฟ้าใต้ดิน สถานีไฟฟ้าย่อย หรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับระบบไฟฟ้ากำลัง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนภายใต้หลักการกำกับ การดูแลกิจการที่ดี โดยมีการสร้างปฏิญญาเพื่อยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจภายใต้เป้าหมาย “เติบโต ต่อเนื่อง อย่างยั่งยืน” ในมิติ 4 ด้าน ได้แก่ **1 พัฒนาสถานะทางเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างมั่นคง** ผ่านสินค้าและบริการของบริษัท รวมถึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและแสวงหาเทคโนโลยีสารสนเทศ **2 สร้างสังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** โดยมุ่งดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมทั้งมุ่งเน้นการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ **3 ดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมและยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม** โดยส่งเสริมและมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถและมีคุณภาพชีวิตที่ดี พร้อมทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างเหมาะสมกับชุมชนหรือสังคม **4 สร้างโอกาสในการเข้าถึงการศึกษา** โดยมุ่งเน้นให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และพัฒนา นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง พร้อมส่งมอบโอกาสในการเข้าถึงทางด้านการศึกษาให้แก่ชุมชนหรือสังคม

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทมีการบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงบูรณาการที่ครอบคลุม การบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กรและประเมินความเสี่ยงที่สำคัญเป็นประจำปีในรอบปีที่ผ่านมา พบว่า **ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)** เป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่บริษัทให้ความสำคัญ เนื่องจากส่งผลต่อพฤติกรรม การบริโภคของกลุ่มลูกค้า เช่น การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น การซื้อสินค้าด้วยเงินดิจิทัลหรือเงินในรูปแบบดิจิทัล และพฤติกรรม การรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมถึงการเข้ามาของเทคโนโลยีไร้สาย เป็นต้น บริษัทจึงได้ศึกษาและติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ ผ่านการดูงานแสดงสินค้าในต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการที่ตรงกับความ ต้องการของลูกค้ามากขึ้น เพิ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายที่รองรับเทคโนโลยีไร้สายแบบครบวงจร พัฒนากลยุทธ์การขายให้เป็น







แบบ Omni-Channel เพิ่มช่องทางการชำระสินค้าผ่านระบบออนไลน์ พัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือสำหรับเยี่ยมชมสินค้า รวมทั้งพัฒนาระบบ I Claim เพื่อเป็นเครื่องมือในการ Claim สินค้า อีกทั้งมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านกิจกรรมการอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศกับสถาบันการศึกษา ลูกค้า และบุคคลทั่วไป

**“บริษัทมีอุดมการณ์ที่จะนำเทคโนโลยีมาพัฒนาประเทศไทย ไปพร้อม ๆ กับการขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างยั่งยืน ตามปณิธานที่จะ ‘เติบโต ต่อเนื่อง และยั่งยืน’ ด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความสมดุลกับการเติบโตทางธุรกิจ โดยยึดหลักการบรรษัทภิบาลเป็นพื้นฐานสำคัญสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังมุ่งมั่นพัฒนา และเพิ่มคุณค่าตลอดห่วงโซ่คุณค่า และดูแลผู้มีส่วนได้เสียให้สามารถเติบโตอย่างยั่งยืน ไปพร้อม ๆ กับการเติบโตของบริษัท”**

คุณสมบัติ อนันตริมพร ประธานกรรมการ

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” ผ่านโครงการความร่วมมือการเผยแพร่วรรณกรรมตามสถาบันระดับอุดมศึกษาและอาชีวศึกษา เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านระบบสายสัญญาณคอมพิวเตอร์และระบบโทรคมนาคม โดยมีทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทมาให้ความรู้เทคโนโลยีด้านสายสัญญาณ และเปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา ได้ทดลองทำงานกับอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ เช่น การทดลองเข้าหัวต่อเข้ากับสายสัญญาณ การทดลองออกแบบระบบสายสัญญาณ เป็นต้น รวมถึงการวางหลักสูตร Network Cabling ร่วมกับสถาบันการศึกษาเพื่อยกระดับทักษะด้านสายสัญญาณให้กับกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่จะออกสู่ตลาดแรงงานในอนาคต นอกจากนี้ จัดตั้งมูลนิธิอินเตอร์ลิ่งค์ให้ใจ ดำเนินการด้านการพัฒนาศักยภาพทางการศึกษาของเยาวชนไทยผ่านโครงการพี่สอนน้อง “ปลูกปัญญา...พร้อมมอบความอบอุ่น” 84 โรงเรียน ถวายแด่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช โดยให้ความสำคัญต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการเรียนการสอน การปรับปรุงและพัฒนาอุปกรณ์ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ระบบ LAN Network และอุปกรณ์เชื่อมต่อเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต่อการเรียนการสอน

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	4,202	5,329	4,259
ต้นทุนขาย	3,621	4,397	3,497
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	581	932	762
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	28	261	84
สินทรัพย์รวม	7,130	9,467	10,669
หนี้สินรวม	3,951	6,011	7,250
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,574	2,797	2,711
EPS (บาท)	0.08	0.48	0.15
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	13.82	17.50	17.90
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	0.66	4.86	1.95
ROE (%)	1.08	9.72	5.42
Dividend Yield (%)**	1.47	0.91	3.30

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# NSI

## บริษัท นำสินประกันภัย จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจการเงิน / ประกันภัยและประกันชีวิต

www.namsengins.co.th

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทยึดแนวทางการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยมุ่งสร้างคุณค่าของความเป็น Smart Partner ที่ดี ร่วมคิดร่วมทำ ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา มุ่งมั่นดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ที่ยอดเยี่ยม พร้อมส่งมอบประสบการณ์ของความเป็นองค์กรที่ ร่วมกันสรรค์สร้างสิ่งที่ดีเพื่อให้ทุกชีวิตดีขึ้นกว่าเดิม โดยขับเคลื่อน ผ่าน**ค่านิยมหลัก ISMART** ซึ่งสามารถจำแนกเป็นลักษณะสำคัญ เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทั้งองค์กรมีวิถีชีวิต บุคลิกภาพ และ ยึดเป็นวัฒนธรรมการทำงานได้ดังนี้ **“I”** = I am as I am คือ การใส่ใจ จิตวิญญาณของความเป็นมืออาชีพในงานที่รับผิดชอบ **“S”** = I am Superman คือ การมีจิตสาธารณะ ยึดมั่นใน คุณธรรม **“M”** = I am Mother คือ การ เป็นผู้ให้ความสำคัญกับคนรอบข้าง อย่างจริงใจ **“A”** = I am Ant คือ มองการณ์ไกล คิดเชิงรุก

136



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจประกันภัย ได้แก่ การประกันอัคคีภัย การประกันภัยรถยนต์ การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง การประกันภัยอื่น ๆ เช่น การประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยโจรกรรม การประกันภัยความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก การประกันภัยการก่อสร้าง เป็นต้น

ไม่ย่อท้ออุปสรรค **“R”** = I am Risk Master คือ ผู้รอบคอบ รอบรู้ ทุกความเสี่ยง **“T”** = I am Torpedo คือ ผู้ที่มีพลังในตัว เป้าหมาย ชัดเจนและทำงานร่วมกันเป็นทีม

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและการเตรียมความพร้อมของบริษัท ได้แก่ **1 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป** ที่ต้องการการตอบสนองที่ฉับไวมากขึ้น บริษัทจึงมีนโยบายในการออกผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่ต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วนและสอดคล้องกับความเสี่ยงภัย รวมทั้งเพิ่มช่องทางการขายและให้บริการผ่านระบบออนไลน์เพิ่มเติม **2 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)** บริษัทให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุเพราะการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนถือเป็นภารกิจที่บริษัทสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านสังคมผ่านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท บริษัทจึงเริ่มศึกษาข้อมูลเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองและสอดคล้องกับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ **3 สภาวะโลกร้อนและภัยธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น** บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงในการพิจารณารับประกันภัยและการรับประกันภัยต่ออย่างรัดกุม รวมทั้งมีการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่ การเสี่ยงภัยที่จะส่งผลกระทบต่อกรมธรรม์ที่อยู่อาศัย กรมธรรม์การก่อสร้าง รวมถึงการรับประกันภัยพืชผลทางการเกษตร เช่น โครงการข้าวนาปี เป็นต้น **4 การเข้ามาในธุรกิจประกันภัยของผู้ให้บริการด้านอื่น** เช่น Blockchain บริษัทพร้อมที่จะนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ในการควบคุมการรั่วไหลของกระบวนการเคลมและการจ่ายค่าสินไหมทดแทนแก่ลูกค้าในอนาคต รวมถึง **5 การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจประกันภัย (InsurTech)** ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

“ความสำเร็จของนำสินประกันภัย เกิดจากความร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจ ของพนักงานและผู้บริหารที่มีส่วนร่วมสนับสนุนการดำเนินงานโดยยึดแนวทางการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการปฏิบัติตามพันธะสัญญาที่มุ่งมั่นดูแลเอาใจใส่และสร้างสรรค์บริการที่ตอบโจทย์ตรงตามความต้องการของลูกค้าและคู่ค้า ทั้งนี้ เพราะนำสินประกันภัยมิได้ทำธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังคงคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย ชุมชนและสังคม ด้วยจิตสำนึกในคุณค่า ‘Better Partner Better Together’ ที่ปรารถนาให้ทุกชีวิตมีคุณภาพชีวิตดียิ่งขึ้นกว่าเดิมและก้าวไกลไปด้วยกัน”

คุณสมบุญ พุศรีบุญ กรรมการผู้อำนวยการ



### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” ผ่านโครงการ “Loss Prevention” โดยการอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าที่ทำประกันภัยกลุ่มรถบรรทุกกับบริษัท เพื่อให้ผู้ขับขี่ทราบถึงแนวทางป้องกันความเสียหายและลดความสูญเสียอันเกิดจากการขับขี่และอุบัติเหตุบนท้องถนน พร้อมทั้ง สนับสนุนเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” และเป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” ผ่านการตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐในการบริหารความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาปี โดยให้การประกันภัยเป็นเครื่องมือในการบรรเทาความเสียหายที่เกษตรกรอาจได้รับจากภัยพิบัติทางธรรมชาติและศัตรูพืช ด้วยการเข้าร่วมโครงการประกันภัยข้าวนาปีฤดูกาลผลิตปี 2561 ในสัดส่วนร้อยละ 4.5 ของเบี้ยประกันภัยจำนวน 2,480 ล้านบาท ที่ครอบคลุมพื้นที่รับประกันภัยทั่วประเทศประมาณ 27.56 ล้านไร่ และฤดูกาลผลิตปี 2562 ในสัดส่วนร้อยละ 4.5 ของเบี้ยประกันภัยประมาณ 2,486 ล้านบาท ซึ่งครอบคลุมพื้นที่รับประกันภัยทั่วประเทศประมาณ 31.73 ล้านไร่

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
เบี้ยประกันที่ถือเป็นรายได้	1,779	1,693	1,469
ค่าใช้จ่ายในการรับประกันภัย	1,833	1,734	1,530
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	(53)	(41)	(61)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	118	97	75
สินทรัพย์รวม	3,679	3,613	3,962
หนี้สินรวม	2,357	2,293	2,611
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,322	1,320	1,351
EPS (บาท)	8.49	7.01	5.42
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	(3.00)	(2.45)	(4.17)
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	6.16	5.40	4.81
ROE (%)	9.20	7.37	6.80
Dividend Yield (%)**	4.89	6.62	6.77

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# TBSP

บริษัท ทีบีเอสพี จำกัด (มหาชน)

บริการ / สื่อและสิ่งพิมพ์

www.tbsp.co.th

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านการป้องกันการปลอมแปลง ตั้งแต่การผลิตสิ่งพิมพ์และเอกสารป้องกันการปลอมแปลงทุกชนิด รวมถึงบัตรพลาสติกต่าง ๆ พร้อมทั้งขยายการให้บริการเพื่อตอบสนองเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ธุรกิจโซลูชันจัดการข้อมูล ดิจิทัลภายในองค์กร ให้บริการการจัดการด้านโรงงานอัจฉริยะด้วยอุปกรณ์เชื่อมต่อถึงกัน เป็นต้น

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทยึดมั่นหลัก **Core Value** ได้แก่ **Trusted**: มีความซื่อสัตย์เป็นที่ไว้วางใจ **The Best**: สินค้าและบริการมีคุณภาพดี ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่น **Service Mind**: มีการให้บริการที่ดี เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า และ **Professional**: มีทักษะความชำนาญและสมรรถภาพของพนักงานในระดับมืออาชีพ โดยมุ่งมั่นดำเนินการภายใต้นโยบาย ดังนี้

- 1 ส่งเสริมกิจกรรมด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพื่อลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุในการทำงานทั้งพนักงานและคู่ค้าธุรกิจ
- 2 ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันและปกป้องทรัพยากร สิ่งแวดล้อม เพื่อการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับชุมชน
- 3 สนับสนุนกิจกรรมด้านการสร้างเศรษฐกิจชุมชน โดยการสร้างงานและการส่งเสริมอาชีพให้กับพนักงานและชุมชนรอบข้าง
- 4 สนับสนุนด้านการดำเนินธุรกิจด้วยจรรยาบรรณ ต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technology Disruption) โดยบริหารความเสี่ยงในการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้นทั้งการแข่งขันทางด้านราคา การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีทดแทนการใช้เอกสารหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ บริษัทจึงให้ความสนใจในการค้นคว้า วิจัย และพัฒนาด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ

ปัจจุบันบริษัทขยายธุรกิจสู่กลุ่มธุรกิจประเภทใหม่ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจโซลูชันจัดการข้อมูลดิจิทัลภายในองค์กร กลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันการปลอมแปลง และกลุ่มธุรกิจให้บริการจัดการด้านโรงงานอัจฉริยะด้วยอุปกรณ์เชื่อมต่อถึงกัน จึงมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อลดความผิดพลาดของงาน และเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการที่สูงขึ้น รวมถึงมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าหลักและขยายฐานลูกค้าออกไปยังกลุ่มธุรกิจเป้าหมายใหม่ นอกจากนี้ ยังมีการปรับกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน รวมถึงการเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางของธุรกิจ



“TBSP มีความเชื่อมั่นว่าการประกอบกิจการตามหลักธรรมาภิบาลและการบริหารงานด้วยความโปร่งใสเป็นแรงขับเคลื่อนที่ดีที่ทำให้ TBSP เติบโตก้าวเข้าสู่ปีที่ 42 เรามีการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ ปรับตัวอย่างรวดเร็ว พัฒนาองค์กรอย่างไม่หยุดยั้ง ฝ่าฟันวิกฤตการณ์ที่มีความท้าทาย และความเปลี่ยนแปลงจากสภาพการณ์ต่าง ๆ โดยฝ่ายบริหารได้มุ่งมั่นและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) อีกด้วย เพราะเราเล็งเห็นว่าเป็นรากฐานสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งและเติบโตได้อย่างยั่งยืน”

นายณัฐพงศ์ พันธุ์พงศ์กุล กรรมการผู้จัดการ



### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

จากการขยายกลุ่มธุรกิจทำให้บริษัทมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีเป็นเป้าหมายสำคัญ จึงได้ดำเนินการสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” โดยปรับปรุงและพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งบริษัทสนับสนุนและผลักดันให้ทุกหน่วยงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน ตลอดจนควบคุมกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ผ่านกิจกรรม Small Group ที่พนักงานร่วมพัฒนาขึ้นเองจนมีผลงานที่สามารถช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานได้ คือ

① **นวัตกรรมเครื่องติดฉลาก RFID อัตโนมัติ** ที่พัฒนาโปรแกรมและกลไกการทำงานของเครื่องจักรเพื่อควบคุมการทำงานให้สามารถติดฉลากได้แม่นยำตามตำแหน่งที่กำหนด ส่งผลให้บริษัทสามารถลดระยะเวลาการทำงาน แรงงาน และของเสียจากการติดฉลากที่ไม่แม่นยำ คิดเป็นมูลค่ากว่า 0.7 ลบ./ปี

② **การปรับปรุง Bale Loading Process** โดยลดเวลาและขั้นตอนที่ใช้ในการขึ้น Bale ได้ร้อยละ 20 และลดเที่ยววิ่งของรถขน Bale ได้ร้อยละ 50 ส่งผลให้บริษัทสามารถลดระยะเวลาการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพของงานได้มากขึ้น 1 เท่า

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	1,333	1,052	829
ต้นทุนขาย	1,013	873	685
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	320	179	143
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	100	3	120.32
สินทรัพย์รวม	1,023	1,198	1,276
หนี้สินรวม	360	618	647
ส่วนผู้ถือหุ้น	644	580	629
EPS (บาท)	0.91	0.03	1.09
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	23.99	17.02	17.30
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.45	0.29	12.24
ROE (%)	15.84	0.50	19.86
Dividend Yield (%)**	4.49	4.52	N/A

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# M-CHAI

บริษัท โรงพยาบาลมหาชัย จำกัด (มหาชน)

บริการ / การแพทย์

www.mahachaihospital.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลมหาชัย มหาชัย 2 มหาชัยแม่กลอง มหาชัยเพชรรัชต์ มหาชัย 3 มหาชัยพร้อมแพทย์ และโรงพยาบาลเมดพาร์คที่จะเปิดให้บริการภายในปี 2563

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ปรัชญาในการดำเนินงานเครือโรงพยาบาลมหาชัย “**ให้ถือการดูแลเอาใจใส่ผู้ป่วยอย่างดียิ่ง เป็นภาระหน้าที่หลักเหนือสิ่งอื่นใดทั้งปวง**” ดังนั้น บุคลากรจึงให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการโดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยเป็นเป้าหมายสูงสุด ตลอดจนมุ่งมั่นปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบด้วยพันธกิจและเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างระบบบริหารผู้ป่วยที่มีคุณค่า ประหยัด และมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งมอบบริการที่ตระหนักถึงความคุ้มค่าที่ผู้รับบริการจะได้รับ (Value to Money)

นอกจากนี้ ยังมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและมาตรฐานระดับสากลในการรักษาของโรงพยาบาล นำเทคโนโลยีการแพทย์ที่ทันสมัยมาใช้ อีกทั้งกำหนดบทบาทร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคมในพื้นที่ที่ดำเนินกิจการอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การออกหน่วยตรวจสุขภาพ/การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การจัดฝึกอบรม/เสวนาความรู้ในการดูแลสุขภาพอย่างถูกต้องแก่ประชาชน เป็นต้น

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

**การขยายตัวของเศรษฐกิจที่ชะลอลง** ประชาชนเลือกใช้บริการทางการแพทย์ที่จำเป็นจริง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนที่รักษาโรคฉุกเฉินหรือโรคที่มีความซับซ้อนโดยเครื่องมือที่ทันสมัย ครบถ้วน และคิดค่ารักษาที่สอดคล้องกับ Value of Care อย่างไรก็ดีตาม โรงพยาบาลในเครือมหาชัยคิดค่ารักษาพยาบาลไม่สูง มุ่งเน้นการรักษาอย่างมีคุณภาพ ให้ความสำคัญกับบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความชำนาญและประสบการณ์ การจ่ายยาและเวชภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การพัฒนาคุณภาพบริการภายใต้มาตรฐานสากล

นอกจากนี้ ปัญหาการขาดแคลนแพทย์เฉพาะทางส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโรงพยาบาล ซึ่ง M-CHAI ยังมีความเสี่ยงไม่รุนแรงเนื่องจากแพทย์ส่วนหนึ่งเป็นคนในพื้นที่ และกลุ่มแพทย์ผู้บริหารยังสามารถสรรหาแพทย์ที่มีประสบการณ์หลากหลายสาขาได้ ประกอบกับความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์

แพทย์ซึ่งเป็นตัวช่วยในการวินิจฉัยโรค การจ่ายค่าตอบแทนที่อยู่ในอัตรามาตรฐาน จึงทำให้กลุ่มแพทย์ M-CHAI ย้ายไปทำงานที่อื่นค่อนข้างน้อย

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

M-CHAI ให้ความสำคัญต่อการสร้างเสริมสุขภาพ เพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้รับบริการและชุมชนสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” โดยให้ความรู้เรื่องโรคติดต่อและ การคัดกรองเพื่อค้นหาผู้ป่วย รวมทั้งการให้วัคซีนป้องกันโรคติดต่อในกลุ่มผู้ที่ไม่ได้มีภูมิคุ้มกัน กลุ่มเป้าหมายเป็นเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลและผู้มารับบริการที่ไม่ใช่ผู้ป่วย รวมทั้งสิ้น 444 คน รวมทั้งจัดทำ “**โครงการผู้นำชุมชนลดพุง ลดโรค**” ตั้งแต่ปี 2560 มาอย่างต่อเนื่อง โดยโรงพยาบาลมหาชัยเป็นพี่เลี้ยงในการให้ความรู้เรื่องการป้องกันโรคไม่ติดต่อ ได้แก่ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ มีทีมเยี่ยมบ้านผู้ป่วยที่มีปัญหาในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้คำแนะนำเฉพาะกับผู้ป่วยและผู้ดูแล

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	2,264	2,366	1,885
ต้นทุนขาย	1,758	1,850	1,457
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	506	516	428
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	161	133	79
สินทรัพย์รวม	4,477	5,667	5,884
หนี้สินรวม	2,286	2,734	2,938
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,396	1,399	1,411
EPS (บาท)	10.10	8.32	4.95
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	22.36	21.80	22.70
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	6.89	5.42	4.05
ROE (%)	11.65	9.53	8.20
Dividend Yield (%)**	2.10	2.29	1.76

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# PPP

**บริษัท พรีเมียร์ โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)**

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / วิศวกรรมการก่อสร้าง  
www.premier-products.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำเสียและระบบสำรองน้ำ และผลิตภัณฑ์วิศวกรรมการก่อสร้างและอุตสาหกรรม เพื่อจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั่วไปและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภายในประเทศ

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทใช้หลักแนวคิด **“การสร้างความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน”** ซึ่งให้ความสำคัญกับทุกห่วงโซ่คุณค่าและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในการตอบสนองความคาดหวัง โดยบูรณาการความยั่งยืนสู่ยุทธศาสตร์การดำเนินงานระดับกลยุทธ์ ระดับปฏิบัติการ และระดับกิจกรรม ภายใต้กรอบคุณค่าหลัก คือ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน การผสมผสานความรู้และความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานภายนอก เพื่อพัฒนากระบวนการ การบริการ และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเพื่อแก้ไขปัญหาและยกระดับคุณภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรควบคู่กันไป โดยยึดถือคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริตเป็นธรรม โปร่งใส นำมาซึ่งประโยชน์ร่วมกันของธุรกิจ พนักงาน และสังคมอย่างยั่งยืน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทเตรียมความพร้อมในการรับมือกับ**ปัญหาสิ่งแวดล้อม** ซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากภูมิอากาศ เช่น ภาวะภัยแล้งขาดแคลนน้ำ อันอาจส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนในสังคม บริษัทจึงให้ความสำคัญกับทรัพยากรน้ำโดยเฉพาะการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดปัญหา น้ำเน่าเสีย รวมถึงระบบสำรองน้ำเพื่อบรรเทาปัญหาน้ำแล้ง เป็นการอนุรักษ์น้ำให้ยั่งยืนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคม

บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์และแนวทางการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน คือ กลยุทธ์งานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ เพื่อให้ได้สินค้าที่ตอบโจทย์ทั้งผู้ใช้งานและสามารถปรับปรุงคุณภาพน้ำตามความต้องการ หรือระบบการจัดการแบบครบวงจร (Water Solution) ตั้งแต่ให้คำแนะนำปรึกษา สำรวจ ออกแบบ ผลิต ติดตั้ง และดูแลจัดการทั้งน้ำดีและน้ำเสีย เพื่อให้คุ้มค่าต่อการลงทุนของลูกค้า

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินการเพื่อสนับสนุนเป้าหมายที่ 6 “Clean Water and Sanitation” คือ **การบริหารจัดการน้ำผ่านระบบบำบัดน้ำ** สามารถนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ร้อยละ 100 หรือวันละ 20 ลูกบาศก์เมตร/วัน ทำให้ช่วยลดทรัพยากรน้ำและลดการปล่อยน้ำเสีย พร้อมทั้งสนับสนุนเป้าหมายที่ 10 “Reduced Inequalities” ด้วยการเคารพสิทธิมนุษยชนและสร้างหลักประกันโอกาสที่เท่าเทียมของพนักงาน เช่น การปรับเปลี่ยนสภาพการจ้างพนักงานเป็นกลุ่มสัญญาจ้างเป็นพนักงานประจำ 100% การขยายอายุการเกษียณของพนักงานจาก 55 ปี เป็น 60 ปี และการจ้างงานผู้พิการ

นอกจากนี้ บริษัทบริหารจัดการด้านพลังงานจากการปรับปรุงระบบต้นกำลังบีเอ็มแอล สามารถลดพลังงานไฟฟ้าได้ร้อยละ 2.70 หรือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 58.29 ตัน พร้อมทั้งบริหารจัดการการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 97 ตัน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 13 “Climate Action”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) **รอบบัญชี: 31 ธันวาคม**

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	1,363	1,330	940
ต้นทุนขาย	874	877	608
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	489	453	332
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	98	40	25
สินทรัพย์รวม	2,009	1,911	1,834
หนี้สินรวม	833	735	637
ส่วนผู้ถือหุ้น	952	944	954
EPS (บาท)	0.33	0.13	0.08
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	35.87	34.05	35.31
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	7.18	3.00	2.70
ROE (%)	10.30	4.23	4.74
Dividend Yield (%)**	7.35	8.89	2.27

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# PT

## บริษัท พรีเมียร์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)

เทคโนโลยี / เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

www.premier-technology.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจให้เช่าอาคารสำนักงาน และลงทุนในธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีบริษัทย่อย คือ บริษัท ดาต้าโปคอมพิวเตอร์ ซิสเต็มส์ จำกัด ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศแบบครบวงจร (Total Enterprise Solution and Service Provider)

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ด้วยแนวคิด “ความสำเร็จร่วมกันอย่างยั่งยืน” (Harmonious Alignment of Success) บริษัทคำนึงถึง 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ “ธุรกิจก้าวหน้า พนักงานมั่นคง สังคมยั่งยืน” เป็นเป้าหมายสูงสุดของกลุ่มบริษัทพรีเมียร์ บริษัทมุ่งหวังให้ธุรกิจเติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม ให้มีคุณภาพและมีความพร้อมในการเติบโต ผสานไปในกระบวนการดำเนินงานที่ลดขั้นตอนและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพและสร้างคุณค่าทางธุรกิจให้กับสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทจัดทำคุณค่าหลักเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดแผนกลยุทธ์และกรอบการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่า ประกอบด้วย การมีความคิดสร้างสรรค์ (Innovation) การร่วมคิดร่วมสร้าง (Collaboration) การนำส่งสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ (Quality) การมีคุณธรรมจริยธรรม (Moral & Ethics) และการได้ประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefits)

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การเปลี่ยนแปลงความต้องการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท บริษัทจึงมีการปรับนโยบายการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันโดยเพิ่มรูปแบบการเสนอสินค้าตามปกติเป็นการให้บริการที่ครอบคลุมทั้งสินค้าและบริการ (Total Solution Services) และทำสัญญาบริการระยะยาว รวมทั้งปรับปรุงการให้บริการโดยเลือกใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สามารถรองรับความต้องการของตลาด

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้งาน IT จาก การซื้อเพื่อเป็นเจ้าของมาเป็นการเช่าใช้งานมากขึ้น บริษัทจึงจัดให้มีบริการรองรับการเปลี่ยนแปลง เช่น บริการ Data Center, IT Managed Services, Security Operation Center เป็นต้น พร้อมทั้งลงทุนด้านการฝึกอบรมทักษะให้กับบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ก้าวทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” โดยพัฒนาแอปพลิเคชัน หรือ Software as a Service ด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาสนับสนุนและเป็นกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจโดยไม่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก มีความคล่องตัวในการลดหรือเพิ่มผู้ใช้งานให้เหมาะสมกับสภาวะทางธุรกิจ ซึ่งเป็นการสนับสนุน Digital Transformation ให้กับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ให้เข้าถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ปลอดภัย

นอกจากนี้ ได้พัฒนาโครงการ InnoLeader ซึ่งเป็นหลักสูตรพัฒนาผู้นำด้านนวัตกรรมร่วมกับสถาบัน The Institute for Knowledge and Innovation SouthEast Asia Bangkok University สถาบันที่มีความเชี่ยวชาญการบริหารจัดการด้านนวัตกรรม และให้คำปรึกษาแก่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศไทย และประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	3,087	2,664	1,950
ต้นทุนขาย	2,309	1,897	1,442
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	778	767	508
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	193	158	84
สินทรัพย์รวม	2,075	1,883	1,666
หนี้สินรวม	1,370	1,180	1,079
ส่วนผู้ถือหุ้น	705	703	587
EPS (บาท)	0.68	0.56	0.30
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	25.20	28.80	26.05
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	6.13	5.81	4.21
ROE (%)	28.21	22.42	23.07
Dividend Yield (%)**	7.41	8.77	15.63

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





# THIP



## บริษัท กานตะวันอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม / USS จุกันท์  
www.thantawan.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติก เช่น ถุงซิปปิด-เปิด ถุงยืดอายุผักผลไม้ หลอดดูดเครื่องดื่ม เป็นต้น

### กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทกำหนดค่านิยมขององค์กร ได้แก่ ร่วมสร้างศรัทธาการทำงานเป็นทีม ร่วมสร้างความเป็นเลิศ ร่วมสร้างสรรค์องค์กร และร่วมสร้างคุณค่ากับพันธมิตร เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานยึดถือเป็นแนวปฏิบัติเพื่อการทำงานร่วมกันในองค์กรอย่างมีความสุขและยั่งยืน สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี สร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศในการทำงาน เพื่อให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจในองค์กร

การขับเคลื่อนความยั่งยืนขององค์กรเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทกล่าวคือ การดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีความโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการดำเนินธุรกิจที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

### การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยหลักสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ได้แก่ **KS-และ การต่อต้านพลาสติก (Anti-plastic)** เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นจากปริมาณขยะพลาสติก ทำให้ประเทศที่เป็นคู่ค้ากับบริษัท เช่น สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น รวมถึงประเทศไทย ได้ประกาศกฎหมาย นโยบาย หรือแรงจูงใจในการลด ละเว้น หรือห้ามใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single Use) ได้แก่ หลอดดูดน้ำ ถุงหิ้ว ขวดน้ำ แก้ว ซ้อนส้อม ก้านสำลีสที่ทำจากพลาสติก เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อขายของบริษัท

บริษัทจึงได้ดำเนินกลยุทธ์เพื่อรับมือกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมทั้งประเภทที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ (Compostable) เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าในประเทศไทยและในโซนเอเชีย และประเภทที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reusable) สำหรับกลุ่มลูกค้าในโซนยุโรปในบางประเทศ และสหรัฐอเมริกา รวมถึงประเภทที่ผลิตจากพลาสติกที่ใช้แล้วสำหรับสินค้าบางชนิดเพื่อลดปริมาณการผลิตพลาสติกผลิตใหม่ของโลก

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การคิดค้นผลิตภัณฑ์ชีวภาพย่อยสลายโดยธรรมชาติ ภายใต้ชื่อ SUNBIO ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพราะผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ข้าวโพด มันสำปะหลัง เป็นต้น นำมาผลิตเป็นถุงหรือหลอดพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ด้วยจุลินทรีย์ในธรรมชาติ เช่น แบคทีเรีย เป็นต้น และในเวลาต่อมาจะเปลี่ยนสภาพเป็นมวลชีวภาพหรือดิน สารเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในการปลูกพืชหรือต้นไม้โดยไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังช่วยให้ระบบนิเวศเกิดความอุดมสมบูรณ์อีกด้วย ซึ่งการพัฒนานวัตกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” คือ สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความต้านทานและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืนและส่งเสริมนวัตกรรม

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	2,892	3,052	2,197
ต้นทุนขาย	2,322	2,461	1,770
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	571	591	427
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	277	258	161
สินทรัพย์รวม	1,961	2,064	2,200
หนี้สินรวม	454	399	474
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,507	1,665	1,726
EPS (บาท)	3.46	3.23	2.02
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	19.73	19.37	19.43
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.40	8.37	7.26
ROE (%)	19.43	16.29	12.47
Dividend Yield (%)**	4.20	5.27	6.68

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562





**mai**

**บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์  
เอ็ม เอ ไอ (mai)**



# FPI

บริษัท ฟอจูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม

www.fpiautoparts.com

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตจากพลาสติก และเป็นศูนย์รวมในการจำหน่ายทั้งชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน (Replacement Equipment Manufacturer) และชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ต่างๆ (Original Equipment Manufacturer) รวมทั้งให้บริการรับจ้างฉีดขึ้นรูป ซุป และพ่นสีผลิตภัณฑ์พลาสติก

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ค่านิยมหลักขององค์กร “TALENTS” เป็นเครื่องมือบริหารงานในการสร้างกลไกกระตุ้น “คน” ให้แสดงความสามารถเต็มสมรรถนะ สร้างพลังร่วมให้คนในองค์กร เพิ่มมูลค่าให้ผู้มีส่วนได้เสีย อันเป็นองค์ประกอบส่งเสริมให้องค์กรขับเคลื่อนไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ด้านกระบวนการนวัตกรรม และด้านการตลาดนวัตกรรมในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

“TALENTS” ประกอบด้วย “T”- Teamworks การทำงานเป็นทีม “A”- Autonomous การตอบสนองต่อโอกาสและความเสี่ยงอัตโนมัติ “L”- Leadership การมีภาวะผู้นำ “E”- Environment การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม “N”- Noble ความเป็นเลิศด้านทุนมนุษย์ “T”- Transformation การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม “S”- Synergy การบูรณาการอย่างเป็นระบบ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสหลักของโลก (Mega Trends) ที่กำลังเข้าสู่ช่วงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างอย่างก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมยานยนต์ ส่งผลให้เกือบทุกแบรนด์เน้นไปที่การเชื่อมต่อ (Connectivity) และระบบดิจิทัล (Digitization) ดังนั้น จึงเป็นความท้าทายใหม่ในการเพิ่มความสามารถในการทำกำไรและช่วยรักษาพื้นที่ของธุรกิจในตลาดอนาคตให้ก้าวไปสู่การพัฒนาโลกการค้า (Trading Nation) ซึ่งบริษัทมีแนวทางการบริหารจัดการด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดและขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยให้บริการเช่าแม่พิมพ์สำหรับลูกค้าทั้งรายใหม่และรายเก่าในประเทศ บราซิลและประเทศฝั่งตะวันออกกลาง ซึ่งช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งสินค้าและกำแพงภาษี





นอกจากนี้ อุตสาหกรรมยานยนต์ยังถูกขับเคลื่อนโดยนโยบายของรัฐบาลทั้งกฎข้อบังคับที่เข้มงวดเกี่ยวกับการปล่อยมลพิษและการใช้เชื้อเพลิงอย่างประหยัดในการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จึงเป็นความท้าทายใหม่ในการก้าวไปสู่การยกระดับการดำเนินงานธุรกิจมุ่งสู่ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” โดยการบูรณาการความเสี่ยงด้าน ESG ตั้งแต่การกำหนดนโยบายกลยุทธ์ และการบริหารจัดการความเสี่ยง ซึ่งบริษัทได้กำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 10 จากปีฐาน 2559 ภายในปี 2562 โดยพัฒนาการผลิตไอน้ำที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากเชื้อเพลิงชีวมวลและควบคุมระบบการเผาไหม้อัตโนมัติ (Automatic combustion system) ทำให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากร้อยละ 9.03 และส่งเสริมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ และผลจากลดโลกร้อนตามมาตรฐานสากล

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินงานเพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและพัฒนาองค์กรไปสู่ธุรกิจคาร์บอนต่ำโดยลดปริมาณคาร์บอนและเพิ่มสัดส่วนพลังงานเชื้อเพลิงชีวมวลแทนพลังงานฟอสซิลคิดเป็นร้อยละ 71 ซึ่งส่งผลให้ในปี 2562 ต้นทุนพลังงานความร้อนลดลง 3,930,250 บาท ลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก 580.85 t CO<sub>2</sub> eq และลดปริมาณวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรได้แก่ แกลบ ชี้เลื่อย โดยนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นเชื้อเพลิงชีวมวลแทนเชื้อเพลิงฟอสซิล ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 1 “No Poverty” เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจในภาคเกษตรกรรมโดย **การเพิ่มมูลค่าของเหลือทิ้งทางการเกษตรให้สูงขึ้นและส่งเสริมเกษตรกรให้เข้าถึงแหล่งสร้างรายได้และสนับสนุนการจ้างงาน** และเป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของเกษตรกรเพื่อเพิ่มสภาพแวดล้อมความปลอดภัยในการทำงานและการดูแลสุขภาพอนามัย

รวมทั้ง บริษัทได้ตระหนักถึงนวัตกรรมเทคโนโลยีสะอาดทำให้ไม่ก่อให้เกิดการปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมหรือชุมชนบริเวณใกล้เคียง ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 7 “Affordable and Clean Energy” พัฒนานวัตกรรมเชื้อเพลิงชีวมวลพลังงานทดแทนเชื้อฟอสซิลตามเป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” และเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพื่อแก้ปัญหาโลกร้อน

“ความท้าทายใหม่ที่เกิดขึ้น ทำให้บริษัทต้องแสวงหาโอกาสทางธุรกิจโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่ม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่มูลค่า ในการขยายฐานลูกค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงสร้างสมดุลตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลกเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจในระยะยาวต่อไป”

คุณสมพล ธนาดำรงศักดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	1,979	1,940	1,526
ต้นทุนขาย	1,525	1,573	1,224
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	454	368	302
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	204	126	140
สินทรัพย์รวม	2,795	2,553	2,635
หนี้สินรวม	1,468	876	1,061
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,327	1,678	1,575
EPS (บาท)	0.16	0.09	0.09
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	22.93	18.95	19.78
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.96	6.33	9.06
ROE (%)	16.92	8.36	9.96
Dividend Yield (%)**	3.13	4.57	4.06

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# PPS



# PPS

**บริษัท โปรเจค แพลนนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)**

อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

www.pps.co.th

**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจที่ปรึกษาให้บริการด้านบริหารและควบคุม การก่อสร้างงานแขนงต่าง ๆ ได้แก่ งานก่อสร้างอาคาร งานก่อสร้าง ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน งานโยธา งานโครงสร้าง งานสถาปัตยกรรม งานระบบต่าง ๆ (ระบบไฟฟ้า สื่อสาร เครื่องกล ระบบประปา สุขาภิบาล และป้องกันอัคคีภัย) งานภูมิสถาปัตย์ งานตกแต่งภายใน รวมถึงงานก่อสร้างที่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้าน

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทเป็นไปในรูปแบบ **PPS UNIVERSE** โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรและพัฒนาองค์กรเป็นลำดับแรก แล้วจึงให้บุคลากรแบ่งปันความรู้ ความสามารถเพื่อใช้พัฒนาโครงการที่รับผิดชอบ ชุมชนโดยรอบโครงการ และสังคม ซึ่งเป็นการแผ่ขยายให้ชุมชนและสังคมได้เห็น ได้รับรู้ และรู้จักตัวตนของ PPS ว่ามีทั้ง ‘ความเก่ง’ มีความเชี่ยวชาญ ในวิชาชีพ และ ‘ความดี’ มีศีลธรรมในการปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลให้ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และบุคคลทั่วไป มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในบริษัท ทั้งนี้ บริษัทใช้กลยุทธ์ PPS IGNITE โดยยึดมั่นไปสู่แนวทางการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องซึ่งมี 3 องค์ประกอบหลัก คือ สร้างคน สร้างผลงาน สร้างสรรค์นวัตกรรม ส่งต่อแนวปฏิบัติจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่น สร้างความมั่นคง ต่อทั้งบริษัท พนักงาน สังคม และผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จาก**สถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว** การลงทุนในอุตสาหกรรมก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์ลดลง ลูกค้าต้องลดต้นทุนการก่อสร้าง ไม่ต้องการ ที่ปรึกษา ซึ่งทำให้การแข่งขันทางการตลาดรุนแรงขึ้น โอกาส ได้งานลดลง เกิดการตัดราคา บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยง ดังกล่าวจึงมีนโยบายมุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันโดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม เข้ามามีส่วนสร้างความแตกต่างทางธุรกิจให้เป็นรูปธรรม เช่น การผลิตและพัฒนาแอปพลิเคชัน Project Live, My PPS เป็นต้น รวมถึงการบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ **การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ** ส่งผลให้จำนวน ประชากรในวัยทำงานลดลง ตลอดจนแนวความคิดของคน รุ่นใหม่ที่มีความต้องการและมีความคาดหวังต่อผล ประโยชน์สูงขึ้นส่งผลให้จำนวนแรงงานลดลง



“ความสำเร็จในอดีตของเราเป็นเรื่องที่น่าภูมิใจและน่าจดจำ เพื่อเป็นรากฐานให้คนในอนาคตขององค์กรได้ต่อยอด แต่ถ้าเราไม่ทิ้งอดีตไปเสียบ้าง เราก็จะไม่มีวันที่จะก้าวต่อไปได้ องค์กรที่จะอยู่อย่างยั่งยืนในสภาพแวดล้อมปัจจุบันคือองค์กรที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีวัฒนธรรมของการลองทำสิ่งใหม่ ๆ ก่อน มากกว่าที่จะมามัวคิดวางแผนอยู่บนกระดาษจนไม่ได้เป็นอันก้าวไปไหน เพราะความเสียดังที่วางแผนไว้ในกระดาษนั้นส่วนใหญ่มันจะไม่เกิดขึ้น และแม้แต่ที่วางแผนไว้ดีแล้วมันก็จะไม่เป็นตามแผนเสมอไป”

คุณพงษ์ธร ธาธาไชย ประธานกรรมการบริหาร



เกิดปัญหาการแย่งชิงแรงงานและอัตราค่าจ้างงานปรับตัวสูงขึ้น บริษัทจึงกำหนดนโยบายการรักษาและพัฒนาบุคลากรตามสายอาชีพและความต้องการผ่านการวางแผนทรัพยากรบุคคลที่มีการติดตามต่อเนื่องทุกเดือน และแผนการจัดอบรมความรู้ที่ส่งเสริมและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับมหาวิทยาลัยเพื่อรับนักศึกษาเข้าฝึกงานและทำงานกับบริษัท

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” บริษัทก่อตั้ง PPS Training Center เพื่อเป็นศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพวิศวกรรมที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานให้แก่พนักงานของบริษัทและบุคคลภายนอกที่สนใจโดยผ่านการรับรองจากสภาวิศวกร ซึ่งผู้ที่มาฝึกอบรมจะได้รับหน่วย PDU และนำไปทดสอบความรู้ ความชำนาญการประกอบวิชาชีพ เพื่อการขอเลื่อนระดับใบอนุญาตทางวิศวกรรมได้ นอกจากนี้ PPS Training Center สามารถจัดหลักสูตรการอบรม ทำการสอบ รวมถึงทำการขอใบอนุญาตจากสถาบัน IOSH ให้แก่บุคคลที่สอบผ่านการรับรองได้

นอกจากนี้ บริษัทสนับสนุนเป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” โดยพัฒนาระบบสารสนเทศภายใต้ “Project Live: Sitewalk” ซึ่งเน้นงานบริหารและควบคุมงานก่อสร้างสำหรับการตรวจงานและรายงานผล เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยกระตุ้นให้พนักงานระดมความคิดเพื่อพัฒนานวัตกรรมเข้ามาอำนวยความสะดวกในการทำงานผ่านโครงการประกวด เพื่อนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในงานบริการวิชาชีพอย่างเต็มรูปแบบ ด้วยเป้าหมายเพื่อการเป็น Smart

Consultant คือ การทำงานแบบ Proactive โดยมีองค์ความรู้ในการทำงานที่ถูกต้อง ใช้นวัตกรรมในการทำงานเพื่อนำข้อมูลมาจัดเก็บพร้อมกับวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลโครงการและข้อมูลที่จำเป็นต่อการก่อสร้างมาจัดทำเป็น Knowledge Sharing เพื่อเผยแพร่สู่บุคลากรในองค์กร และเผยแพร่นวัตกรรมที่สร้างขึ้นคืนสู่ชุมชนและสังคมต่อไป

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท)

รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	389	379	340
ต้นทุนขาย	255	292	263
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	134	87	78
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	55	7	16
สินทรัพย์รวม	406	406	440
หนี้สินรวม	73	85	113
ส่วนผู้ถือหุ้น	333	321	325
EPS (บาท)	0.08	0.01	0.02
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	34.33	22.92	22.80
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	13.85	1.92	4.37
ROE (%)	20.10	2.27	0.85
Dividend Yield (%)**	0.22	5.46	4.32

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# UAC

บริษัท ยูเอซี โกลบอล จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม

www.uac.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจนำเข้า จำหน่ายสารเคมีที่ใช้ในอุตสาหกรรม น้ำมัน โรงกลั่น และปิโตรเคมี โดยกลุ่มลูกค้าได้แก่ กลุ่มน้ำมัน ก๊าซ โรงกลั่นน้ำมันและอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ผู้ผลิตน้ำมันหล่อลื่น โรงงาน อุตสาหกรรมโพลีเมอร์และพลาสติก โรงงานอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ โรงไฟฟ้าและสาธารณูปโภค รวมถึงการลงทุนในอุตสาหกรรม ด้านพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก และระบบสาธารณูปโภค

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

**WE R UAC: “We Build our PEOPLE and our PEOPLE Build our BUSINESS”** บริษัทให้ความสำคัญต่อบุคลากรเพราะบุคลากรเป็นส่วนสำคัญหลักในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศ อันจะนำไปสู่การทำธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทจึงสนับสนุนให้พนักงานยึดหลักปฏิบัติตามพฤติกรรมหลัก 6 ประการ (WE R UAC) คือ **“W” (Workplace Happiness)** บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานมีความสุข ส่งเสริมประสิทธิภาพงาน **“E” (Ethics)** ยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม มีความซื่อสัตย์ ยึดถือประโยชน์องค์กร สังคมและประเทศชาติเป็นหลัก **“R” (Responsibility)** ปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น สังคม สิ่งแวดล้อม และตนเอง สร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ **“U” (Unity)** มีความรักใคร่ สัมผัสสมานสามัคคี เติบโตซึ่งกันและกัน เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวของทีม **“A” (Authenticity)** มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ **“C” (Competency)** มีศักยภาพเป็นมืออาชีพในงานที่รับผิดชอบ เรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมาย

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม

### การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ส่งเสริมให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร มีคณะทำงานบริหารความเสี่ยงสนับสนุนและส่งเสริมการบริหารความเสี่ยงให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งความเสี่ยงที่ท้าทายของบริษัท ได้แก่ **ความเสี่ยงด้าน Supply Chain Disruption** ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและบริการ บริษัทจึงจัดทำแผนและวิธีการควบคุมเพื่อลดผลกระทบให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยใช้วิธีวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและวางแผนพัฒนาและสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันกับคู่ค้า เช่น การพัฒนากระบวนการภายใน ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อร่วมมือกันสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน เป็นต้น การศึกษาพัฒนาาร่วมกับลูกค้า การจัดสัมมนา 3 ฝ่ายร่วมกันกับลูกค้า คู่ค้า และบริษัท เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในการสร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการ







ความเสี่ยงด้านการพัฒนาบุคลากรและทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต เพื่อทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในทุก ๆ ด้าน บริษัททำการศึกษาแนวโน้มทักษะที่จำเป็นที่ต้องพัฒนาบุคลากรและวางแผนพัฒนาระบบการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งพนักงานไปดูงานต่าง ๆ เพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และเสริมสร้างประสบการณ์ในการนำมาปรับใช้และพัฒนาในการทำงาน เป็นต้น

### การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินการที่ตอบสนองต่อเป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพด้านความรู้ ทักษะและระบบปฏิบัติการอย่างเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง ดูแลสถานประกอบการด้านอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมกิจกรรม Work Life Balance and Workplace Happiness และสนับสนุนเป้าหมายที่ 7 “Affordable and Clean Energy” การดำเนินธุรกิจด้านพลังงานสะอาดและกำหนดกลยุทธ์การให้ชุมชนสามารถเข้าถึงพลังงานได้ทุกที่ เช่น โรงงานผลิตก๊าซชีวภาพโดยใช้พืชพลังงานมาผลิตกระแสไฟฟ้า การผลิตไฟฟ้าจากพลังแสงอาทิตย์ เพื่อทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงฟอสซิล เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทตอบสนองต่อเป้าหมายที่ 13 “Climate Action” จากการค้าเป็นโครงการอนุรักษ์พลังงานอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดให้มีการติดตามและตรวจวัดในด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งผลการตรวจวัดดีกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ และปี 2562 บริษัทได้รับรางวัล Green Industry Level 4 (GI 4) แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นสร้างวัฒนธรรมสีเขียวให้ยั่งยืน และสนับสนุนเป้าหมายที่ 16 “Peace, Justice and Strong Institutions” มีการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรม โดยมียุทธศาสตร์ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน สื่อสารและปลูกฝังจิตสำนึกแก่พนักงาน พร้อมทั้งยังส่งต่อและสื่อสารแนวปฏิบัติและนโยบายต่อลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจด้วย

“การเอาใจเขามาใส่ใจเรา” เป็นคติที่บริษัทได้ปลูกฝังให้พนักงานเห็นความสำคัญของการรับฟังและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาของประเทศ”

กิตติ ชวะเกตุ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มยูเอซี

### ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	1,627	2,553	2,386
ต้นทุนขาย	1,273	2,204	2,104
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	354	349	282
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	100	140	113
สินทรัพย์รวม	3,135	4,033	3,121
หนี้สินรวม	1,826	2,729	1,746
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,272	1,269	1,342
EPS (บาท)	0.15	0.21	0.17
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	21.75	13.69	11.81
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	6.05	5.23	4.64
ROE (%)	8.04	10.98	7.97
Dividend Yield (%)**	1.01	3.02	5.52

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# AGE

บริษัท เอเชีย กรีน เอนเนจี้ จำกัด (มหาชน)

กรีนพาวเวอร์

www.agecoal.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายถ่านหินบิทูมินัส (ถ่านหินสะอาด) คุณภาพสูง และบริการด้านโลจิสติกส์ ประกอบด้วย บริการด้านการขนส่งทางน้ำโดยเรือลำเลียง การให้บริการท่าเรือ การให้บริการคลังสินค้า และการให้บริการขนส่งทางบกโดยรถบรรทุก ซึ่งอยู่ภายใต้การดำเนินงานของบริษัทย่อย

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

ให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกันกับชุมชนอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งปลูกฝังให้ผู้บริหารและพนักงานยึดมั่นในหลักการบริหารและปฏิบัติงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี ส่งเสริมให้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร นำไปสู่การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

**บริษัทมุ่งเน้นดูแลสิ่งแวดล้อมในคลังสินค้าเพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดแก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อม** โดยในการดูแลชุมชนเจ้าหน้าที่ชุมชนสัมพันธ์จะลงพื้นที่สำรวจข้อมูลและดำเนินโครงการต่างๆ เช่น โครงการเอจี้เปิดบ้านทุก 3 เดือน โครงการส่งเสริมอาชีพกลุ่มแม่บ้าน โครงการปรับปรุงระบบไฟฟ้าชุมชน โครงการเครื่องจักรรักรชุมชน เป็นต้น

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดใหม่ และเตรียมมาตรการในการรองรับความเปลี่ยนแปลง ซึ่งประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญ คือ ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ซึ่งเกิดขึ้นบ่อยครั้งและมีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น ความแห้งแล้ง อุทกภัย เป็นต้น

บริษัทกำหนดแนวทางการบริหารจัดการโดยจัดหาพันธมิตรทางการค้า (เหมืองถ่านหิน) จากหลายแหล่ง มีการคัดเลือกที่พิจารณาจากความเสี่ยงที่จะเกิดภัยธรรมชาติ รวมถึงแนวทางการบริหารจัดการเหตุสุดวิสัย และวางแผนการจัดซื้อถ่านหินล่วงหน้า เพื่อให้มีปริมาณสินค้าคงคลังเพียงพอสำหรับการจำหน่ายได้ในระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน ทำประกันภัยคลังสินค้าและทำเรือที่ครอบคลุมเรื่องอุทกภัย มีการออกแบบคลังสินค้าและสร้างคันดินล้อมรอบเพื่อป้องกันปัญหาอุทกภัย และมีการจัดทำแผนบริหารจัดการความต่อเนื่อง เช่น การจัดหาดังสินค้าและท่าเรือสำรอง เป็นต้น

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมีการบริหารจัดการที่ตอบสนองต่อเป้าหมายที่ 15 “Life on Land” เพื่อป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดแก่ความหลากหลายทางชีวภาพ ในขณะเดียวกันก็ได้รับ License to Operate จากชุมชนด้วย โดยจัดทำระบบการดูแลสิ่งแวดล้อมในคลังสินค้าทั้งมลภาวะทางเสียง ทางอากาศ และทางน้ำ จัดทำโรงคัดแยกถ่านหินระบบปิดเพื่อป้องกันเสียงและฝุ่นละอองจากกระบวนการผลิตออกสู่ภายนอก ใช้ผ้าใบคลุมบนกองถ่านหิน มีระบบสเปรย์น้ำรอบๆ บริเวณคลังสินค้าเพื่อป้องกันไม่ให้ฝุ่นฟุ้งกระจายออกสู่ชุมชน และเพื่อเป็นการป้องกันมลภาวะทางน้ำ บริษัทได้สร้างบ่อพักน้ำพร้อมกับคูน้ำโดยรอบพื้นที่คลังสินค้าและโรงคัดแยก อีกทั้งยังสร้างคันดินรอบคลังสินค้าสูง 6 เมตร พร้อมทั้งปลูกต้นไม้กว่า 40,000 ต้นบนคันดิน นอกจากนี้ ในการขนส่งถ่านหิน บริษัทใช้ผ้าใบปิดคลุมบนรถบรรทุกอย่างมิดชิด และมีการฉีดสเปรย์น้ำล้างล้อรถบรรทุกทุกคันก่อนออกสู่ชุมชน

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	5,932	7,901	4,774
ต้นทุนขาย	5,323	7,183	4,137
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	609	718	637
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	121	127	237
สินทรัพย์รวม	4,181	4,935	4,495
หนี้สินรวม	2,763	3,391	2,712
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,416	1,542	1,780
EPS (บาท)	0.07	0.07	0.12
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	10.27	9.09	13.34
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	2.03	1.60	4.94
ROE (%)	8.50	8.60	16.58
Dividend Yield (%)**	3.74	0.30	0.20

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# AKP

บริษัท อัคริปรการ จำกัด (มหาชน)

บริการ

www.akkhie.com



**ธุรกิจหลัก** บริษัทได้รับสิทธิในการบริหารและประกอบการศูนย์บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้อุตสาหกรรม (เตาเผาขยะอุตสาหกรรม) บางปู จังหวัดสมุทรปราการ จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นเวลา 20 ปี นับแต่วันลงนามในสัญญา (สิ้นสุดสัญญาวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2571) และมีสิทธิขอให้ต่ออายุสัญญาได้อีก 10 ปี

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นในการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีกำจัดของเสียที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีพันธกิจมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีอย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง โดยยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ มีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน คือ **การพัฒนาเทคโนโลยีการกำจัดของเสียอันตรายโดยพัฒนาระบบเตาเผาปัจจุบันให้สามารถกำจัดของเสียอันตรายที่กว้างขึ้น** การสนับสนุนให้บุคลากรได้รับการพัฒนาอบรมความรู้และนำเสนอแนวคิดในการสร้างนวัตกรรมที่ใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น รวมทั้งให้ความสำคัญในการต่อต้านคอร์รัปชัน โดยมีการจัดทาระบบด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นยุทธศาสตร์ที่จะดำเนินการในห่วงโซ่อุปทาน

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การที่มีคู่แข่งเป็นโรงงานแบบเดียวกันและสามารถนำของเสียไปทำอย่างอื่นได้ รวมทั้งการคิดค่าบริการที่ถูกลง ทำให้ปริมาณของเสียที่บริษัทได้รับน้อยลง ส่งผลต่อรายได้ของบริษัทลดลงแต่ต้นทุนการให้บริการต่อหน่วยสูงขึ้น ตลอดจนปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน ทำให้บริษัทต้องพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยเดิมให้ทันสมัยขึ้น เพื่อให้สามารถกำจัดของเสียอันตรายโดยการเผาทำลายได้หลากหลายชนิด/ประเภทมากขึ้น รวมทั้งคิดค้นนวัตกรรมเพื่อนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานอัตโนมัติเพิ่มขึ้น เช่น การพัฒนาระบบเตาให้สามารถติดตั้งระบบกำจัดและ Recycle Hybrid Battery และขยะอิเล็กทรอนิกส์ได้ การใช้ระบบ Acid Egg มาใช้ทดแทนการใช้ Pump สำหรับของเสียอันตรายที่มีความกัดกร่อนสูง การใช้ระบบการเคลื่อนย้ายของเสียที่ต้องป้อนเข้าเตาเผาจากแรงงานมาเป็นใช้สายพานลูกกลิ้งเหล็กและลิฟท์ เป็นต้น

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินโครงการปรับเสถียรของเสียอันตรายที่เป็นกรด (Acid Waste Stabilization) ให้เป็นกลางแล้วนำเข้าสู่กระบวนการเผาทำลายโดยเตาเผา ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการใช้สารเคมีบำบัดสารมลพิษและลดผลกระทบจากการเกิดสารมลพิษจากการบำบัดของเสียอันตรายแบบเดิม รวมทั้งสามารถลดต้นทุนในการกำจัดของเสียอันตรายลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 9 “Industry, Innovation and Infrastructure” และเป้าหมายที่ 13 “Climate Action”

นอกจากนี้ บริษัทดำเนินโครงการให้ความรู้และสนับสนุนชุมชนในการคัดแยกขยะอันตราย โดยจัดอบรมให้กับเด็กนักเรียนในโรงเรียนและชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงโรงงาน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในการคัดแยกและเก็บรวบรวมขยะอันตรายจากขยะทั่วไปในครัวเรือนอย่างถูกวิธี ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายที่ 4 “Quality Education”

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	538	556	307
ต้นทุนขาย	405	411	240
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	133	145	67
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	54	61	22
สินทรัพย์รวม	604	639	622
หนี้สินรวม	110	111	100
ส่วนผู้ถือหุ้น	495	529	522
EPS (บาท)	0.14	0.15	0.06
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	24.68	26.13	21.71
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	9.93	10.81	6.96
ROE (%)	11.26	11.92	8.28
Dividend Yield (%)**	3.33	3.54	6.92

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# CHO

บริษัท ช ทีวี จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม  
www.cho.co.th



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจออกแบบ สร้างสรรค์ ผลิตตัวถัง ติดตั้งระบบวิศวกรรมทางยานยนต์เพื่อการพาณิชย์ ให้บริการเทคโนโลยีระบบราง รวมถึงผลิตและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในการป้องกันประเทศ สินค้าและบริการของบริษัท เช่น รถบรรทุก รถพ่วง รถบัส รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน รถไฟ รถดับเพลิง รถกู้ภัย รถหุ้มเกราะ รถลำเลียงพล เรือรบหลวง เป็นต้น

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยปณิธาน “CHO 2023 แกร่งกล้า ต่าง” โดยมุ่งเน้นใน 3 ด้าน คือ **1 การสร้างคน:** การสร้างวัฒนธรรม “คนพันธุ์ ชอ” คือ การส่งเสริมให้บุคลากรมีความอุตสาหกรรม วิริยะ กล้าคิด กล้าแตกต่าง **2 การสร้างความรู้:** เพื่อพัฒนาและยกระดับศักยภาพบุคลากรในระยะยาวอย่างต่อเนื่องสู่ระดับสากล **3 การสร้างนวัตกรรม:** นำแนวคิดเชิงนวัตกรรมในการพัฒนางานประจำเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ผ่านแผนแม่บท 10 ปี (2013-2023) เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้วยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในระดับสากล เป็นมิตรต่อผู้ใช้และสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการสร้างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จากโครงสร้างประชากรในสังคมที่วัยผู้สูงอายุและชนชั้นกลางมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ประชากรเหล่านี้อาจไม่ได้รับความสะดวกสบายจากระบบขนส่งมวลชนที่เข้าถึงยาก ทำให้บริษัทเกิดความเสี่ยงจากความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางลดผลกระทบความเสี่ยง 3 แนวทาง คือ **1** ร่วมมือกับบริษัทที่มีเทคโนโลยีทันสมัย มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับบุคลากรของบริษัท เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ใช้งานและเข้าถึงบริการได้ง่าย **2** ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผู้ใช้บริการสำหรับผู้พิการ เด็ก สตรีมีครรภ์ พระภิกษุ ให้สามารถเข้าถึงการใช้รถเพื่อการขนส่งมวลชนได้ทุกกลุ่ม **3** ให้ความรู้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการในการดูแลผู้สูงอายุการให้บริการคนพิการอย่างต่อเนื่อง

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทดำเนินงานเพื่อสนับสนุนเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” ผ่านยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งเน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรในทุกระดับเพื่อสร้าง “องค์กรแห่งการเรียนรู้” (Learning Organization) โดยใช้กลไกต่าง ๆ ที่บริษัทได้พัฒนาขึ้น เช่น หลักสูตรโรงเรียนช่าง ช ทีวี เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะให้พนักงานสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน และการพัฒนาวัฒนธรรม กระบวนการการทำงานวิจัยในงานประจำ (R2R) ที่ช่วยกระตุ้นให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในกระบวนการปรับปรุงพัฒนางานด้วยตนเองจากงานประจำให้สอดคล้องกับมาตรฐานการทำงานวิจัย เป็นต้น จากความมุ่งมั่นพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทอย่างต่อเนื่องส่งผลให้พนักงานฝ่ายช่างฝีมือของบริษัทได้ผ่านการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติในโครงการแรงงานติดตามจำนวน 25 คน

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	1,586	2,267	1,264
ต้นทุนขาย	1,395	1,877	1,018
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	191	389	246
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(19.50)	45.47	53.63
สินทรัพย์รวม	2,328	3,641	3,176
หนี้สินรวม	1,666	2,752	2,230
ส่วนผู้ถือหุ้น	662	889	946
EPS (บาท)	(0.02)	0.04	0.04
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	12.05	17.18	19.45
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	(1.22)	1.99	4.00
ROE (%)	(2.90)	5.86	1.86
Dividend Yield (%)**	N/A	N/A	N/A

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562



# COLOR

บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน)

สินค้าอุตสาหกรรม

www.saleecolour.com

**THS**  
THAILAND  
SUSTAINABILITY  
INVESTMENT 2019

**ธุรกิจหลัก** ผู้ผลิตและจำหน่ายเม็ดพลาสติกมาสเตอร์แบดซ์ เม็ดพลาสติกคอมพาวด์ และสีผสมพลาสติกชนิดผง

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและบริการเพื่อสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งแก่องค์กรตามแนวทางการบริหารงานภายใต้หลักบรรษัทภิบาล และดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมเริ่มต้นไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อนำองค์กรสู่วิสัยทัศน์ใหม่ คือ **“การเป็นผู้นำในการส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์พลาสติก เพื่อมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน”** ผ่านความเป็น DNA ของ COLOR คือ Collaborative (ทำงานเป็นทีม) Openness (ซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา) Learning (เรียนรู้และพัฒนาต่อเนื่อง) Opportunity (สร้างโอกาสทางธุรกิจอย่างยั่งยืน) และ Relationship (เคารพมอบน้อมอยู่ร่วมกันแบบครอบครัว)

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทตระหนักถึงประเด็นดังนี้

- 1 สร้างรากฐานการจัดการที่แข็งแกร่งและต่อยอดอย่างมีทิศทาง บริษัทเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นโดยมุ่งพัฒนาระบบภายใน เช่น คน เครื่องมือและอุปกรณ์ เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายให้ครอบคลุมมากที่สุด
- 2 ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง
- 3 มุ่งเน้นพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานสากล ตั้งแต่กระบวนการผลิต การตรวจสอบสินค้า การควบคุมคุณภาพจนถึงการส่งมอบงาน โดยยึดหลักตรวจสอบได้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- 4 การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคในการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก บริษัทจึงได้พัฒนาสารเสริมคุณสมบัติในเม็ดพลาสติกย่อยสลายทางชีวภาพ (BIO Plastic) ให้กับผู้ประกอบการ (Convertor) เช่น การขึ้นรูปให้มีความใกล้เคียงกับพลาสติกดั้งเดิมและเป็นเม็ดพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เป็นต้น รวมถึงการนำพลาสติกกลับมาใช้ซ้ำด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์พลาสติกให้มีคุณสมบัติคงทน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยการหมุนเวียนและลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม (Circular Economy)

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทมุ่งเน้นการจัดการของเสียตามหลักการ 3Rs โดยสอดคล้องและสนับสนุนเป้าหมายที่ 12 “Responsible Consumption and Production” เช่น โครงการคัดแยกขยะปนเปื้อนและการนำถุงกระดาษที่เกิดจากกระบวนการ Re-pack มาวนใช้ซ้ำเป็นกระดาษรองพาลेत และมีการตั้งเป้าหมายในปี 2566 ในการลดปริมาณของเสียที่ส่งกำจัดร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

นอกจากนี้ บริษัทสนับสนุนการพัฒนาความรู้ของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องและสนับสนุนเป้าหมายที่ 4 “Quality Education” เพื่อพัฒนาเป็น “องค์กรแห่งการเรียนรู้” โดยพัฒนาทักษะการเรียนรู้แก่บุคลากรในองค์กร เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน พัฒนานวัตกรรม รวมถึงการกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความคิดที่เป็นระบบ และเกิดการมีส่วนร่วมในกระบวนการปรับปรุงต่าง ๆ รวมทั้งพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศของพนักงาน เพื่อรองรับการขยายตลาดในอนาคต

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	1,053	1,128	804
ต้นทุนขาย	882	951	663
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	171	177	141
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	18	24	21
สินทรัพย์รวม	1,265	1,305	1,295
หนี้สินรวม	531	566	559
ส่วนผู้ถือหุ้น	735	738	736
EPS (บาท)	0.03	0.04	0.04
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	16.22	15.67	17.55
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	1.69	2.11	2.59
ROE (%)	2.45	3.25	2.81
Dividend Yield (%)**	2.78	2.69	3.60

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

# PHOL

บริษัท ผลิตภัณฯ จำกัด (มหาชน)

บริการ

www.pdgth.com



**ธุรกิจหลัก** ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม รวมถึงให้บริการออกแบบ ผลิต รับก่อสร้าง และให้บริการเกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภค

## กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กรเพื่อความยั่งยืน

บริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการพัฒนาศักยภาพบุคลากร บริษัทกำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ พร้อมทั้งสื่อสารแก่ทุกคนในองค์กรให้นำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทยึดถือวัฒนธรรมองค์กรเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน ดังนี้

**Professional:** ทำงานอย่างมืออาชีพ ความสำเร็จร่วมกัน

**Honest and Integrity:** มีจริยธรรมต่อตนเองและส่วนรวม โปร่งใส เป็นธรรม สร้างสังคมให้น่าอยู่

**Ownership Quotient:** ทำงานเชิงรุก ทุ่มเทเกินร้อย ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

**Learning and Continuous Improvement:** กล้าคิด กล้าทำ พัฒนาตนและพัฒนางาน มุ่งสร้างสรรค์สิ่งที่ดีกว่า

**Drive for results and achievement:** มุ่งผลลัพธ์ของงานและประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก

## การรับมือกับปัจจัยความท้าทายและสภาพแวดล้อม

### การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การชะลอตัวทางเศรษฐกิจหรือการลดกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมผลิต ทำให้บริษัทต่าง ๆ ต้องลดงบประมาณหรือเวลาการทำงานของพนักงาน ส่งผลต่อรายได้ของบริษัท ซึ่งความสัมพันธ์กับการทำงานของคนในอุตสาหกรรม รวมถึงการนำเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อทดแทนการใช้แรงงานจากคน ส่งผลให้ตลาดสินค้าความปลอดภัยซึ่งเกี่ยวข้องกับการทำงานของคนได้รับผลกระทบด้วย โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และผลิตเครื่องจักร บริษัทจึงมีแนวทางการบริหารจัดการโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายได้แก่ ระบบรายงาน ระบบเอกสาร รวมถึงการพัฒนา ระบบ VMI (Vendor Managed Inventory) ควบคู่กับเทคโนโลยีการจัดการคลังสินค้าอัจฉริยะซึ่งช่วยลดต้นทุนทั้งของลูกค้าและบริษัท นอกจากนี้ บริษัทใช้กลยุทธ์แบบมุ่งเน้นลูกค้าในการสรรหาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองทุกความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

## การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs)

บริษัทสนับสนุนเป้าหมายที่ 3 “Good Health and Well-Being” เนื่องจากบริษัทตระหนักถึงความสำคัญต่อความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพอนามัยในการทำงานของพนักงาน ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้อง จึงจัดให้มีระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล OHSAS 18001 เป็นแนวทางในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย โดยมีการดำเนินการและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งให้ความสำคัญในการจัดการและบริหารความรู้ด้านความปลอดภัยและมาตรฐานต่าง ๆ เทคโนโลยีความปลอดภัยผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ การจัดอบรม/สัมมนาเพื่อเผยแพร่ความรู้และการเลือกใช้อุปกรณ์ความปลอดภัยในการทำงานอย่างถูกต้องเหมาะสมให้แก่ลูกค้าบุคคลภายนอก และสถานศึกษา เพื่อส่งเสริมให้เกิดสังคมแห่งความปลอดภัย

## ข้อมูลทางการเงิน / ราคาหุ้น

ผลประกอบการ (หน่วย: ล้านบาท) รอบบัญชี: 31 ธันวาคม

รายการ	2560	2561	2562*
ยอดขาย	986	924	689
ต้นทุนขาย	847	697	511
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	139	228	178
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(117)	37	26
สินทรัพย์รวม	787	652	597
หนี้สินรวม	553	379	308
ส่วนผู้ถือหุ้น	235	274	291
EPS (บาท)	(0.58)	0.18	0.13
อัตรากำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น (%)	14.13	24.62	25.83
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (%)	(11.81)	3.90	3.78
ROE (%)	(39.98)	14.33	11.91
Dividend Yield (%)**	3.64	N/A	N/A

ที่มา: SETSMART

\* งบการเงินไตรมาส 3 สิ้นสุด 30 กันยายน 2562

\*\* สิ้นสุด 29 พฤศจิกายน 2562

## รายชื่อบริษัทจดทะเบียนใน Thailand Sustainability Investment (THSI) 2019

### ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

#### กลุ่มที่ 1 | Market Capitalization สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

<b>ADVANC</b>	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
<b>AOT</b>	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
<b>BAY</b>	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
<b>BBL</b>	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
<b>BEM</b>	บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
<b>BTS</b>	บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
<b>CPALL</b>	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
<b>CPF</b>	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
<b>CPN</b>	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)
<b>DTAC</b>	บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
<b>EA</b>	บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน)
<b>EGCO</b>	บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)
<b>GULF</b>	บริษัท กัลฟ์ เอ็นเนอร์จี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
<b>HMPRO</b>	บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
<b>INTUCH</b>	บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
<b>IRPC</b>	บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)
<b>IVL</b>	บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน)
<b>KBANK</b>	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
<b>KTB</b>	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
<b>MINT</b>	บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
<b>MTC</b>	บริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)
<b>PTT</b>	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
<b>PTTEP</b>	บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
<b>PTTGC</b>	บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)
<b>SCB</b>	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
<b>SCC</b>	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
<b>TOP</b>	บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)
<b>TRUE</b>	บริษัท โทร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

## รายชื่อบริษัทจดทะเบียนใน Thailand Sustainability Investment (THSI) 2019

### ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

#### กลุ่มที่ 2 | Market Capitalization ระหว่าง 30,000 – 100,000 ล้านบาท

<b>BANPU</b>	บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)
<b>BCP</b>	บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
<b>BGRIM</b>	บริษัท บี.กริม เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)
<b>BPP</b>	บริษัท บ้านปู เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)
<b>CENTEL</b>	บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน)
<b>DELTA</b>	บริษัท เดลต้า อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
<b>GPSC</b>	บริษัท โกลบอล เพาเวอร์ ซินเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)
<b>KKP</b>	ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)
<b>KTC</b>	บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
<b>PSH</b>	บริษัท พญาโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
<b>RATCH</b>	บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
<b>SCCC</b>	บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)
<b>SPALI</b>	บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน)
<b>SPI</b>	บริษัท สหพัฒน์อินเตอร์โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
<b>TFMAMA</b>	บริษัท ไทยเพอร์ซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน)
<b>TISCO</b>	บริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
<b>TMB</b>	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
<b>TTW</b>	บริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน)
<b>TU</b>	บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

#### กลุ่มที่ 3 | Market Capitalization ระหว่าง 10,000 – 30,000 ล้านบาท

<b>AAV</b>	บริษัท เอเซีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน)
<b>AMATA</b>	บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
<b>BAFS</b>	บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
<b>EASTW</b>	บริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)
<b>GFPT</b>	บริษัท จีเอฟพีที จำกัด (มหาชน)



## รายชื่อบริษัทจดทะเบียนใน Thailand Sustainability Investment (THSI) 2019

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)	
<b>GGC</b>	บริษัท โกลบอลกรีนเคมิคอล จำกัด (มหาชน)
<b>PCSGH</b>	บริษัท พี.ซี.เอส.แมชชีน กรุ๊ปโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)
<b>PTG</b>	บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)
<b>S</b>	บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)
<b>SC</b>	บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
<b>STA</b>	บริษัท ศรีตังแอกโรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)
<b>TASCO</b>	บริษัท ทีปโก้แอสฟัลท์ จำกัด (มหาชน)
<b>TFG</b>	บริษัท ไทยฟูดส์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
<b>TVO</b>	บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)
กลุ่มที่ 4   Market Capitalization ระหว่าง 3,000 – 10,000 ล้านบาท	
<b>BWG</b>	บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน)
<b>DRT</b>	บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)
<b>ICHI</b>	บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
<b>IRC</b>	บริษัท อีโนเว รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
<b>JWD</b>	บริษัท เจดับเบิลยูดี อินโฟโลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน)
<b>LPN</b>	บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
<b>NYT</b>	บริษัท นามยง เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน)
<b>PM</b>	บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)
<b>S &amp; J</b>	บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
<b>SAT</b>	บริษัท สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
<b>SCG</b>	บริษัท สหโคเจน (ชลบุรี) จำกัด (มหาชน)
<b>SFP</b>	บริษัท อาหารสยาม จำกัด (มหาชน)
<b>SNC</b>	บริษัท เอส เอ็น ซี ฟอว์เมอร์ จำกัด (มหาชน)
<b>SYNTEC</b>	บริษัท ซินเท็ค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)
<b>THCOM</b>	บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)
<b>TSC</b>	บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน)
<b>TSTH</b>	บริษัท ทาทา สตีล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
<b>TTCL</b>	บริษัท ทีทีซีแอล จำกัด (มหาชน)
<b>TWPC</b>	บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

## รายชื่อบริษัทจดทะเบียนใน Thailand Sustainability Investment (THSI) 2019

### ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

#### กลุ่มที่ 5 | Market Capitalization ไม่เกิน 3,000 ล้านบาท

<b>CFRESH</b>	บริษัท ซีเฟรชอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)
<b>HTC</b>	บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)
<b>ILINK</b>	บริษัท อินเทอร์เน็ตลิงค์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
<b>M-CHAI</b>	บริษัท โรงพยาบาลมหาชัย จำกัด (มหาชน)
<b>NSI</b>	บริษัท นำสินประกันภัย จำกัด (มหาชน)
<b>PPP</b>	บริษัท พรีเมียร์ โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)
<b>PT</b>	บริษัท พรีเมียร์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)
<b>SSSC</b>	บริษัท ศูนย์บริการเหล็กสยาม จำกัด (มหาชน)
<b>TBSP</b>	บริษัท ทีบีเอสพี จำกัด (มหาชน)
<b>THIP</b>	บริษัท ทานตะวันอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)

### ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

<b>AGE</b>	บริษัท เอเชีย กรีน เอนเนอจี จำกัด (มหาชน)
<b>AKP</b>	บริษัท อัครปิปรากการ จำกัด (มหาชน)
<b>CHO</b>	บริษัท ช ทวี จำกัด (มหาชน)
<b>COLOR</b>	บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน)
<b>FPI</b>	บริษัท ฟอร์จูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)
<b>PHOL</b>	บริษัท ผลชัยญะ จำกัด (มหาชน)
<b>PPS</b>	บริษัท โปรเจค แพลนนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
<b>UAC</b>	บริษัท ยูเอซี โกลบอล จำกัด (มหาชน)

\*รายชื่อบริษัทจดทะเบียนใน Thailand Sustainability Investment (THSI) ประกาศ ณ วันที่ 17 ตุลาคม 2562

ข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้ลงทุนเท่านั้น มิใช่การให้คำแนะนำด้านการลงทุนหรือความเห็นด้านกฎหมาย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมิได้ให้การรับรองในความถูกต้องของข้อมูล หรือในเรื่องของการใช้งานที่ตอบสนองวัตถุประสงค์เฉพาะอันใด รวมทั้งไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากการนำข้อมูลไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดไปใช้หรืออ้างอิง หรือเผยแพร่ไม่ว่าในลักษณะใด ๆ นอกจากนี้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง แก้ไข เพิ่มเติมข้อมูลไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมด รวมทั้งเปลี่ยนแปลงรายชื่อ Thailand Sustainability Investment ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด



# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



The Stock Exchange of Thailand supports the SDGs.



📍 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

☎ 0 2009 9999

✉ SETContactCenter@set.or.th

🌐 [www.set.or.th](http://www.set.or.th)

