



**ESG Impacts: บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับ
รางวัล SET Awards 2023
กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence**



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนในตลาดทุนไทยอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย สังคม สิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักบรรษัทภิบาล เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและรากฐานที่มั่นคงในการดำเนินงาน ตลอดจนศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ พร้อมยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และมีส่วนดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ปี 2566 นับเป็นปีที่ 8 ของการจัดให้มีกลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ใน SET Awards เพื่อประกาศเกียรติคุณบริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสามารถเป็น **“ต้นแบบแห่งธุรกิจยั่งยืน”** อันเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่บริษัทจดทะเบียนและองค์กรอื่น ๆ

กลุ่มรางวัล Sustainability Excellence ประกอบด้วยรางวัล 2 ด้าน ได้แก่

- 1) **Sustainability Awards** หรือ **รางวัลภาพรวมด้านความยั่งยืน** เป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดดเด่น มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียรอบด้าน มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ โดยรางวัล Sustainability Awards แบ่งเป็น 4 ประเภทดังนี้

1	Sustainability Awards of Honor หรือ รางวัลเกียรติยศบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน สำหรับบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัล Best Sustainability Awards 3 ปีติดต่อกัน
2	Best Sustainability Awards
3	Highly Commended Sustainability Awards
4	Commended Sustainability Awards

- 2) **Supply Chain Management Awards** หรือ **รางวัลด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน** เป็นรางวัลที่มอบให้แก่บริษัทจดทะเบียนที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการ ประเด็นหรือความท้าทายที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ในปี 2566 นี้ บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัล Sustainability Awards ให้ความสำคัญอย่างมากกับการปรับตัวให้สอดคล้องกับทิศทางของเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) และเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างเข้มแข็งร่วมกันของธุรกิจ พันธมิตร และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทยังได้แสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้นำในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างคุณค่าต่อสังคมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาหรือนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งในกลุ่มลูกค้าเดิมและการขยายฐานลูกค้าใหม่ นับว่าเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์เดิมของธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตได้ในระยะยาวอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังตอกย้ำถึงความจำเป็นที่ธุรกิจต้องผสมผสานความร่วมมือกับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาศักยภาพและสนับสนุนการเติบโตไปพร้อมกัน นอกจากนี้ บริษัทยังมีพัฒนาการที่โดดเด่นในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับมือและปรับตัวเพื่อบริหารความเสี่ยงและมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างจริงจัง โดยกำหนดเป้าหมายและแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน (ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว) เพื่อมุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero)

สำหรับรางวัล Supply Chain Management Awards ซึ่งมีขึ้นเป็นปีแรก ในปีนี้ไม่มีบริษัทจดทะเบียนได้รับรางวัล อย่างไรก็ตาม ตลาดหลักทรัพย์ฯ เชื่อมั่นว่า ในปีต่อ ๆ ไปบริษัทจดทะเบียนจะสามารถแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์ ด้วยการกำหนดให้มีกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนการดำเนินงาน รวมถึงตัวชี้วัด ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน อีกทั้งสามารถแสดงถึงความคืบหน้าและผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนและสอดคล้องเป็นทิศทางเดียวกันกับกลยุทธ์ธุรกิจ ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยยกระดับความสามารถในการจัดการเชิงประสิทธิภาพ (Operational Efficiency) เท่านั้น ที่สำคัญยังช่วยยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจผ่านวิสัยทัศน์และแนวคิดว่าการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานจำเป็นต้องดำเนินการและสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นร่วมกันทั้งกับบริษัทและคู่ค้า เพื่อเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญอันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายธุรกิจของทั้งสองฝ่าย ตลอดจนการสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง



รายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัล Sustainability Awards 2023

รายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัล Sustainability Awards 2023



Sustainability Awards of Honor



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด		
สูงกว่า 100,000 ล้านบาท	BANPU	บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)
	PTT	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
	PTTEP	บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
	PTTGC	บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)
	SCC	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
	TOP	บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท	BCP	บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
	IRPC	บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 10,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30,000 ล้านบาท	AMATA	บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท	SAT	บริษัท สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)



Best Sustainability Awards



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด		
สูงกว่า 100,000 ล้านบาท	CPF	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)
	KBANK	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
	OR	บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)
	SCGP	บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท	WHA	บริษัท ดับบลิวเอชเอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท	SABINA	บริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน)



ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด		
สูงกว่า 1,500 ล้านบาท	FPI	บริษัท ฟอรั่ม พาร์ก อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

รายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัล Sustainability Awards 2023



Highly Commended Sustainability Awards



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด		
สูงกว่า 100,000 ล้านบาท	CPALL	บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
	GLOBAL	บริษัท สยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท	TISCO	บริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 10,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30,000 ล้านบาท	STGT	บริษัท ศรีตรังโกลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท	AJ	บริษัท เอ.เจ.พลาสติก จำกัด (มหาชน)



ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด		
ไม่เกิน 1,500 ล้านบาท	PPS	บริษัท โปรเจค แพลนนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)



Commended Sustainability Awards



ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)

มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด		
สูงกว่า 100,000 ล้านบาท	ADVANC	บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
	CRC	บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท	BPP	บริษัท บ้านปู เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)
	CKP	บริษัท ซีเค พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)
	TFMAMA	บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูดส์ จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 10,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30,000 ล้านบาท	PR9	บริษัท โรงพยาบาลพระรามเก้า จำกัด (มหาชน)
	THCOM	บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)
	WHAUP	บริษัท ดับบลิวเอชเอ ยูทิลิตี้ส์ แอนด์ พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)
สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท	BBGI	บริษัท บีบีจีไอ จำกัด (มหาชน)
	M-CHAI	บริษัท โรงพยาบาลมหาชัย จำกัด (มหาชน)
	S&J	บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
ไม่เกิน 3,000 ล้านบาท	TPBI	บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน)



จุดเด่นการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของ
บริษัทจดทะเบียนที่ได้รับรางวัล Sustainability Awards 2023



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

AMATA

บริษัท อมตะ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน)

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

SET: Market Cap. สูงกว่า 10,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30,000 ล้านบาท

สร้างนิคมอุตสาหกรรม เป็นเมืองสมบูรณ์แบบสำหรับทุกภาคส่วน

- ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานวัฒนธรรมองค์กร ALL WIN ที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยตั้งเป้าหมายที่จะสร้างนิคมอุตสาหกรรมอัจฉริยะให้เป็นเมืองที่สมบูรณ์แบบ พร้อมเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีภายในนิคมอุตสาหกรรม
- ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในทุกสถานการณ์ ด้วยการปรับกลยุทธ์และโครงสร้างองค์กร เช่น การแยกหน่วยธุรกิจด้าน Utilities ออกมา หรือการเพิ่ม Transformation Office เพื่อช่วยสนับสนุนให้สามารถนำหลัก ESG ไปปรับใช้ในกระบวนการทำงานได้อย่างสะดวกและสอดคล้องกับกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
- ขับเคลื่อนนิคมอุตสาหกรรมตามแนวคิดเมืองที่สมบูรณ์แบบ ผ่านการกำหนดแนวปฏิบัติและการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม ตั้งแต่พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า พันธมิตร ให้คำนึงถึง ESG ในการดำเนินงาน ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการน้ำ ขยะ ของเสีย และพลังงาน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันคือการเป็นนิคมอุตสาหกรรมแบบ Zero Waste ที่พร้อมยกระดับสู่ Net Zero Carbon ด้วยพลังงานสะอาด และสามารถต่อยอดไปถึงการเป็น Low Carbon City โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการไปสู่ High Value Sustainable Product & Service ทั้งหมดนี้เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายให้ทุกโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมเป็น Eco-Friendly (Factory Green Standard) ภายในปี 2568
- ปรับตัวเพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศด้วยแนวทางการดำเนินงาน 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) Climate Resilience City คือ สร้างเมืองที่มีความยืดหยุ่นต่อสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน บริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน ทั้งลดการฟุ้งฟุ้งน้ำดิบจากธรรมชาติ รักษาคุณภาพน้ำด้วยการบริหารน้ำเสียตามหลัก Zero Discharge 2) Carbon Neutral City คือ สร้างเมืองที่เป็นกลางทางคาร์บอน และ 3) Climate-Related Products & Services คือ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ
- ดูแลบริบทสังคมและชุมชนภายในนิคมอุตสาหกรรมให้มีความปลอดภัยและมีสุขภาวะที่ดีต่อการดำเนินชีวิต ตั้งแต่การมุ่งสู่ Zero Road Accident โดยคำนึงความปลอดภัยบนท้องถนนภายในนิคมอุตสาหกรรมและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุ ในขณะที่เดียวกันก็สร้างความร่วมมือกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐ เทศบาล ผู้นำท้องถิ่น และบริษัทเอกชน เพื่อเข้าไปให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำและของเสีย เพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันระหว่างภาคอุตสาหกรรมและชุมชนอย่างยั่งยืน เช่น โครงการชุมชนต้นแบบตำบลหนองไม้แดงที่สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับชุมชนอื่น ๆ ต่อไป



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

BANPU

บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค
SET: Market Cap. สูงกว่า 10,000 ล้านบาท

ปรับวิสัยทัศน์และเป้าหมายธุรกิจ สู่ธุรกิจพลังงานสะอาด

- วางเป้าหมายมุ่งสู่ธุรกิจพลังงานสะอาดมากขึ้น โดยทยอยลดสัดส่วนธุรกิจถ่านหินด้วยแนวคิด Changing Landscape of Energy Value Chain ที่พร้อมพัฒนาและนำเทคโนโลยีมาใช้สร้างระบบนิเวศตลอดห่วงโซ่ธุรกิจและมุ่งไปสู่พลังงานสะอาดให้ได้ภายในปี 2573 เช่น ธุรกิจ Battery & ESS Solution, Electricity Energy Trading และ E-Mobility
- ใช้กลยุทธ์ Greener & Smarter เพื่อขับเคลื่อนแผนงานระยะ 3 ปี (ปี 2566-2568) โดยลงทุนในธุรกิจหลัก 2 ประเภทคือ ธุรกิจ Gas-Based ในประเทศสหรัฐอเมริกา และธุรกิจ Energy Technology และ Renewable Energy & Beyond ที่เกี่ยวข้องกับพลังงานสะอาดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- กำหนดกลยุทธ์เดินทางลดคาร์บอน (Decarbonization) ด้วย 4 แนวทาง คือ Mitigate GHG Emission การหาวิธีช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยนำเรื่อง Carbon Pricing มาใช้ประกอบในการตัดสินใจลงทุน Be Adaptive การติดตามสถานการณ์ความเสี่ยงและเตรียมความพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ Be a Part in Low Carbon Society การลงทุนในธุรกิจพลังงานทดแทนและพัฒนาเทคโนโลยีคาร์บอนต่ำ และ Participate in a Climate Community การแบ่งปันความรู้เรื่องการจัดการก๊าซเรือนกระจกให้แก่สังคม หรืออาสาเข้าไปมีส่วนร่วมขับเคลื่อนเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจกของกลุ่มต่าง ๆ
- ให้ความสำคัญกับภาคสังคมด้วยการสนับสนุนธุรกิจเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 จากโครงการพลังเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม Banpu Champions for Change : BC4C เพื่อสนับสนุนเยาวชนรุ่นใหม่ให้สามารถต่อยอดไอเดียธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน และจัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์ SE School (Social Enterprise School) ที่รวบรวมความรู้ด้านต่าง ๆ ในการทำธุรกิจ รวมถึงทำหลักสูตรเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคมเป็นแห่งแรกของประเทศไทยให้ผู้ที่มีใจรักจะเป็นผู้ประกอบการได้เข้ามาเรียนรู้เพื่อต่อยอดธุรกิจและร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่ยิ่งใหญ่ต่อสังคม โดยมี Survival Rate ของธุรกิจเพื่อสังคมที่เข้ามาเรียนรู้กว่า 78% ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา และมีธุรกิจเพื่อสังคม 48% ที่เป็น Positive Profit



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

BCP

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค

SET: Market Cap. สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท

กล้าสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของโลกแห่งพลังงานอนาคต

- นำแนวคิด “สร้างสรรค์สิ่งใหม่ พร้อมใจเปลี่ยนแปลง กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ เข้าใจลูกค้า และทุ่มเทด้วยใจและความเป็นเจ้าของ” ขององค์กรมาเป็นตัวขับเคลื่อนในการรักษาสมดุลและความมั่นคงทางพลังงานให้ยั่งยืน พร้อมเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมด้วยนวัตกรรมโซลูชันสีเขียว
- ปรับกลยุทธ์และโครงสร้างธุรกิจให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ “รังสรรค์โลกยั่งยืนด้วยนวัตกรรมสีเขียว” ด้วยการแบ่งหน่วยธุรกิจและขยายโอกาสธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การก่อตั้ง BFPL เพื่อให้บริการด้านขนส่งเชื้อเพลิงและโลจิสติกส์อย่างครบวงจร ก่อตั้ง BCPG เพื่อรองรับการขยายการลงทุนผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานสะอาดในต่างประเทศอย่าง เช่น การลงทุนโรงไฟฟ้าที่สหรัฐอเมริกา และ ก่อตั้ง BSGF รองรับนวัตกรรมการเปลี่ยนน้ำมันที่ใช้ปรุงอาหารแล้วมาเป็นพลังงานเชื้อเพลิงสำหรับเครื่องบิน รวมถึงการความร่วมมือกิจการกับ ESSO เพื่อเสริมความแข็งแกร่งทางธุรกิจพลังงาน ทำให้มีกำลังการผลิตของโรงกลั่นน้ำมันเพิ่มขึ้น และช่วยเพิ่มความหลากหลายในการจัดหาวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และช่วยส่งเสริมการตลาดให้สามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคตามจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่เพิ่มมากขึ้น
- ประกาศเป้าหมายสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 โดยใช้แนวปฏิบัติ “BCP Net” คือ “B” Breakthrough Performance ตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ 30% จากการปรับปรุงประสิทธิภาพ และพัฒนากระบวนการต่าง ๆ “C” Conserving Nature and Society ตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 10% จาก Green และ Blue Carbon และ “P” Proactive Business Growth and Transition ตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 60% จากการเพิ่ม Green Portfolio
- พัฒนาและนำเทคโนโลยีมาช่วยสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่ Net Zero โดยสร้างระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนการลดคาร์บอนอย่างต่อเนื่อง เช่น การก่อตั้ง Carbon Market Club การปรับมาใช้ท่อขนส่งน้ำมันแทนการขนส่งทางรถ การดำเนินโครงการ “ทอดไม่ทิ้ง” ที่รับซื้อน้ำมันเหลือใช้จากการทำอาหารมาทำเป็นเชื้อเพลิงอากาศยาน หรือการสร้างแพลตฟอร์มให้เช่ารถจักรยานยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

IRPC

บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค
SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

เสริมสร้างความแข็งแกร่งองค์กรและขยายผลสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

- เสริมสร้างรากฐานความแข็งแกร่งของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ควบคู่ไปกับการสร้างโอกาสการเติบโตในอนาคตด้วย 2 กลยุทธ์หลักคือ กลยุทธ์ต่อยอดการเติบโตของกลุ่มธุรกิจปัจจุบัน (Core Uplift) ผ่าน Operational Excellence เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนและสร้างกำไรในธุรกิจ เช่น การลดต้นทุนการใช้พลังงานและการใช้น้ำ การเพิ่มความยืดหยุ่นของแหล่งที่มาของวัตถุดิบ การนำแบบโมเดลจำลองเสมือนจากวัตถุทางกายภาพ หรือ Digital Twin Technology มาใช้ อีกกลยุทธ์คือ Commercial Excellence โดยการปรับ Portfolio ไปลงทุนในธุรกิจ High-Value Products เช่น Ultra-High Molecular Weight PE และ Acetylene Carbon Black ควบคู่กับการขยายงานสู่กลุ่มธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง ได้แก่ Health and Life Science, Advanced Material, Circular Business, Future Energy และ Assets Services โดยใช้ความรู้ด้านนวัตกรรมและร่วมมือกับพันธมิตรดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามวิถี 3C คือ Climate Change, Circular Economy และ Creating Shared Value
- กำหนดทิศทางสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2603 ด้วย 3 แนวทางคือ 1) การใช้ Eco-Operation & Technology มาปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต 2) การใช้เชื้อเพลิงจากพลังงานทดแทนและพลังงานหมุนเวียนมากขึ้นพร้อมกับการ Reshape Portfolio ที่ปรับโมเดลธุรกิจเป็น Green Business และ 3) การนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ
- นำแนวทาง Creating Shared Value มาประยุกต์ใช้ในการให้ความช่วยเหลือต่อสังคมและชุมชน เช่น โครงการ Smart Farming การคิดค้นนวัตกรรมปุ๋ย Nano ZnO Micronutrient ที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถช่วยลดการเกิดโรคในพืชผลทางการเกษตร โครงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตท้องถิ่น ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนจากการเป็นศูนย์การเรียนรู้ธรรมชาติ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมผสานของสวนയാယดาเจ็ญซึ้น IRPC Smart Farming ในพื้นที่ 30 ไร่



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

PTT

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค
SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

สร้างความร่วมมือด้านกลยุทธ์กับบริษัทในเครือ เพื่อเป็นผู้นำด้านพลังงานและการสร้างสรรค์สังคม

- ขยายขีดความสามารถของธุรกิจด้วยการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยวางแผนความร่วมมือด้านกลยุทธ์ให้บริษัทในเครือดำเนินธุรกิจร่วมกัน เพื่อรักษาจุดยืนความเป็นผู้นำด้านพลังงานอย่างเข้มแข็ง และนำไปสู่การเกิดธุรกิจใหม่ ๆ เช่น Renewable Energy, Electricity Value Chain, Hydrogen Energy, Lifestyle Business, High Value Business, Logistic & Infrastructure, AI Robotic & Digitalization
- ให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมที่ยั่งยืนมาใช้ในธุรกิจ โดยจัดตั้งหน่วยงานด้านนวัตกรรม และอาศัย 3 ปัจจัยหลัก “NEW” ในการขับเคลื่อน ได้แก่ N: Nurturing People คือจัดกิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และเพิ่มความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมให้แก่พนักงาน E: Embracing Innovative Process คือยกระดับกระบวนการจัดการนวัตกรรมและพัฒนาฐานข้อมูล W: Winning Innovative Strategy คือพัฒนานวัตกรรมและบริหารพอร์ตนวัตกรรมด้วยการจัดทำนโยบายแผนแม่บท และเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น จัดงบประมาณไม่น้อยกว่า 10% ของกำไรสุทธิสำหรับงานนวัตกรรม และกำหนดกลยุทธ์ในการคัดเลือกรูปแบบการลงทุนในนวัตกรรม
- วางเป้าหมายก้าวสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายใต้ Scope 1 และ 2 ภายในปี 2593 ด้วยกลยุทธ์ 3P คือ Pursuit of Lower การเร่งปรับกระบวนการผลิต Portfolio Transformation การเริ่มกระจายการลงทุนไปยังธุรกิจพลังงานอนาคต และธุรกิจใหม่ที่ไกลกว่าพลังงาน (Beyond) และ Partnership with Nature and Society การร่วมกับทุกภาคส่วนในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่สำคัญ ด้วยการเร่งปลูกป่าเพิ่มอีก 1 ล้านไร่ ภายในปี 2573
- นำความเชี่ยวชาญของกลุ่ม ปตท. มาช่วยสร้างสรรค์สังคมและสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เช่น โครงการ Smart Farming ที่ช่วยพัฒนากระบวนการด้านเกษตรกรรมให้ชุมชนสามารถต่อยอดและขยายผลเป็นสินค้าชุมชน หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

PTTEP

บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค
SET: Market Cap. สูงกว่า 10,000 ล้านบาท

ใช้นวัตกรรมเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจเดิม และสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่

- สร้างความมั่นคงทางพลังงานไทยด้วยธุรกิจปัจจุบัน และพัฒนานวัตกรรมมาสร้างธุรกิจใหม่ โดยกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน 3 แนวทาง ได้แก่ 1) Drive Value คือ การขับเคลื่อนและเพิ่มมูลค่าธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมให้สามารถแข่งขันได้ในต้นทุนที่เหมาะสม เพิ่มสัดส่วน Portfolio ด้วยพลังงานก๊าซธรรมชาติ พร้อมกับการดำเนินงานให้ทั้งธุรกิจปัจจุบันและธุรกิจใหม่สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 2) Decarbonize คือ การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างจริงจังและต่อเนื่องให้ได้มากที่สุด โดยนำพลังงานสะอาดมาใช้ ควบคู่กับการติดตามและรับมือเรื่อง Emission Offsetting และ Ocean for Life 3) Diversify คือ เพิ่มความหลากหลายของธุรกิจ เช่น การขยายธุรกิจผ่าน AI & Robotic Ventures (ARV) โดยมีโครงการ Green Hydrogen Project ที่ใช้ Drone ดาวเทียม รวมถึง AI เข้ามาคำนวณปริมาณคาร์บอนเครดิตจากการทำการเกษตรและการปลูกป่า รวมถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มซื้อขายคาร์บอนเครดิต โครงการการลงทุนโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนจากพลังงานแสงอาทิตย์และก๊าซธรรมชาติ อีกทั้งเพิ่มโอกาสในการนำเทคโนโลยีภายใน (In-house Technology) ไปสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจ
- ตอกย้ำการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการดำเนินธุรกิจด้วยการกำหนดและประกาศเป้าหมายการเป็นองค์กร Net Zero ภายใต้อัตุ Scope 1 และ 2 ภายใต้อายุ 2593 ด้วยแนวทาง “Exploring for Lower Carbon E&P Portfolio (EP)” คือ การจัดการสัดส่วนลงทุนที่เน้นการสำรวจและผลิตปิโตรเลียมแบบคาร์บอนต่ำ และแนวทาง “Production and Planet Balance” คือ การดำเนินธุรกิจที่แตกต่างและเหนือไปกว่าการปฏิบัติแบบเดิม ๆ (Beyond Conventional Practice and Beyond Operation) เช่น พัฒนาโครงการดักจับและใช้ประโยชน์จากคาร์บอน เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนในกระบวนการดำเนินงานให้มากที่สุด และนำแนวคิด Circular Economy มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เต็มที่เป็นต้น
- ให้ความสำคัญกับการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมครอบคลุมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศใน 4 ด้าน ได้แก่ ความต้องการพื้นฐานของสังคม (Basic Needs) สิ่งแวดล้อม การศึกษา และวัฒนธรรม ผ่านการลงทุนกว่า 142 โครงการ เช่น โครงการ Ocean for Life เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล ช่วยดูแลและฟื้นฟูความสมบูรณ์ทางทะเลที่เรียกว่าบลูคาร์บอน รวมถึงการส่งเสริมความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับทางทะเลให้แก่ชุมชนโดยรอบอย่างยั่งยืน และร่วมมือกับพันธมิตรพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับติดตามสุขภาพของมหาสมุทรและความหลากหลายทางชีวภาพ



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

PTTGC

บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม หมวดปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์
SET: Market Cap. สูงกว่า 10,000 ล้านบาท

เสริมสร้างการเติบโตระยะยาวให้องค์กร ด้วยการลงทุนในธุรกิจและผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง

- ให้ความสำคัญกับการเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยกลยุทธ์ “3 STEPS+” ได้แก่ Step Change คือ การเพิ่มความสามารถด้านการแข่งขันให้กับธุรกิจหลัก และการลงทุนในผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านเป็นพิเศษเพื่อการสร้างผลตอบแทนได้ดีขึ้น Step Out คือ การลงทุนในธุรกิจเคมีภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงและเป็นธุรกิจคาร์บอนต่ำ Step Up คือ การต่อยอดเรื่อง Sustainability ให้เป็นหนึ่งในธุรกิจ และ Plus (+) คือ Enablers for Transformation ที่ต้องสร้างความเข้มแข็งให้แก่คนในองค์กรควบคู่ไปกับการยกระดับการพัฒนานวัตกรรม
- ตัวอย่างของกลยุทธ์ Step Out ที่เป็นการพัฒนาธุรกิจที่เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เช่น การไปลงทุนใน Allnex ผู้นำการผลิตสารเคลือบผิวและสารเติมแต่ง เพื่อมาใช้ต่อยอดและเพิ่มศักยภาพในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยมีการจัดตั้ง Thailand Innovation Hub มาสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อน สำหรับส่วนของธุรกิจคาร์บอนต่ำมีการเน้นธุรกิจ 2 ด้าน คือ 1) ต่อยอดโดยการนำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (Bio-Based Solution) เช่น ปาล์ม อ้อย ข้าวโพด มาใช้เป็นวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ เช่น Bio Fuel, Food Container, Paper Coating และ 2) นำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular & Recycling) มาบริหารจัดการพลาสติกที่ใช้แล้วแบบครบวงจร และสร้างโรงงานผลิตเม็ดพลาสติกรีไซเคิลคุณภาพสูง

- ขับเคลื่อนกลยุทธ์ของบริษัทโดยใช้หลักการดำเนินงาน 3 ด้าน คือ 1) Smart Operating ด้วยหลัก 5Rs (Reduce – Reuse – Recycle – Refuse – Renewable) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน 2) Responsible Caring การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และ 3) Loop Connecting การเชื่อมต่อธุรกิจและสร้างระบบนิเวศที่สมบูรณ์ผ่านโครงการต่าง ๆ เพื่อลดขยะพลาสติก
- กำหนดเป้าหมายการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 ด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานด้านต่าง ๆ พัฒนาและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานปรับเปลี่ยนการลงทุนไปยังธุรกิจคาร์บอนต่ำและธุรกิจที่มีมูลค่าสูง อีกทั้งจัดทำคาร์บอนเครดิตและพัฒนานวัตกรรมการกักเก็บและใช้ประโยชน์จากคาร์บอนเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกในระยะยาว
- ให้ความสำคัญกับการคืนคุณค่าสู่สังคม โดยช่วยพัฒนาความรู้สำหรับสร้างอาชีพ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนที่ตั้งอยู่รอบสถานประกอบการ สนับสนุนการเพิ่มพื้นที่ปลูกต้นไม้ของชุมชน การสร้างให้ชุมชนมีพื้นที่ Recycle Hub ควบคู่กับการรณรงค์เรื่องรีไซเคิลขยะประเภท PET และ HDPE เช่น โครงการบริหารจัดการพลาสติกใช้แล้วแบบครบวงจร “You เทิร์น Platform” ที่จัดตั้งจุดรับและคัดแยกขยะพลาสติกในชุมชนเพื่อให้สามารถนำไปบริหารจัดการได้อย่างถูกวิธีในจังหวัดระยอง ชลบุรี และ นครปฐม ซึ่งสามารถต่อยอดและนำขยะรีไซเคิลไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

SAT

บริษัท สมบูรณ์ แอ็ดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม หมวดยานยนต์

SET: Market Cap. สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท

วางแผนปรับตัวองค์กรทั้งด้านการผลิตและบุคลากร เพื่อย้ายธุรกิจสู่ตลาดโลก

- พัฒนารุรกิจด้วยกลยุทธ์ “SBG+P” โดย S: Strengthen คือ การเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลัก เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อย้ายธุรกิจสู่ตลาดโลก ด้วยการรักษารฐานลูกค้าเดิมและผลประกอบการด้วยการบริหารต้นทุน โดยเน้นเรื่อง 1) ความร่วมมือกับผู้ผลิตและลูกค้า OEM ในการพัฒนาวัตถุดิบโดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพ 2) การพัฒนาระบบ Automation เพื่อทดแทนแรงงานคนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่เสี่ยง ร่วมกับการเพิ่มทักษะพนักงานให้มีความพร้อมและสามารถควบคุมระบบดังกล่าวได้ 3) นำโปรแกรมจำลองมาใช้สำหรับ Die & Mold Design เพื่อช่วยลดการสูญเสียระหว่างการผลิต B: Broaden คือ การปรับตัวเพื่อเข้าสู่ตลาดรถยนต์อื่น ๆ เช่น รถยนต์ไฟฟ้า รถสามล้อไฟฟ้า รวมถึงธุรกิจเพลารถยนต์จากรถปิกอัพสู่รถ Passenger (SUV) G: Grow คือ การหาโอกาสเข้าสู่ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น อุปกรณ์รถยนต์ทางการเกษตรที่นำหลัก Automation มาใช้
- สำหรับ +P: Prepare คือ กลยุทธ์สนับสนุนการปรับตัวขององค์กรเพื่อรองรับการเติบโตและการขยายธุรกิจใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) Efficiency การเพิ่มประสิทธิภาพของคนในองค์กร ผ่านการจัดระบบงานและโครงสร้างองค์กรให้มีสัดส่วนที่เหมาะสม การวางแผนอัตรากำลังที่สัมพันธ์กับการบริหารธุรกิจ 2) Capability การพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานและวัฒนธรรมองค์กร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และ 3) Continuity การสร้างความต่อเนื่องในการบริหารองค์กรด้วยการพัฒนาผู้บริหารและระบบงาน HR ให้เกิด Employee Engagement
- คำนึงถึงเรื่อง ESG โดยเน้นดูแลการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ด้วยการส่งเสริมการใช้ไฟฟ้าจากก๊าซธรรมชาติ และเปลี่ยนมาใช้สายส่งแบบ Green Grid Mix อีกทั้งติดตั้ง Solar Cell อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำพลังงานไฟฟ้ามาใช้ในกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ
- ใส่ใจพัฒนาสังคมโดยนำความรู้ความเชี่ยวชาญของบริษัทไปสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม เช่น ร่วมกับสถาบันการศึกษา สวทช. และพันธมิตรจัดทำโครงการให้พนักงานของบริษัทไปช่วยประกอบรถวีลแชร์ไฟฟ้าให้แก่ผู้พิการ ขณะเดียวกันก็เป็นการแบ่งปันองค์ความรู้ให้นักศึกษาวิทยาลัยอาชีวะไปด้วย โครงการคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน (กรอ.อศ.) ที่ร่วมจัดการศึกษารูปแบบทวิภาคีในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน เพื่อยกระดับการศึกษาในระดับ ปวส. ให้มีทักษะความสามารถเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานชิ้นส่วนยานยนต์



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

SCC

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง หมวดวัสดุก่อสร้าง
SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

มุ่งมั่นสู่การเป็นองค์กร Net Zero ที่ยั่งยืน ไปพร้อมกับการขยายศักยภาพเพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคม

- พัฒนารูริกิจอย่างยั่งยืนและมุ่งสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 ตามกลยุทธ์ “ESG 4 Plus” ได้แก่ 1) Set Net-Zero by 2593 ด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มสัดส่วนของพลังงานทางเลือก การลงทุนด้าน R&D ในเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การปลูกป่าเพิ่มเพื่อดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 2) Go Green การพัฒนานวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รักษ์โลก SCG GREEN CHOICE การผลิตบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ 100% การใช้พลังงานหมุนเวียนในธุรกิจทั้งหมดภายในปี 2576 3) Reduce Inequality การสร้างงาน 50,000 ตำแหน่งให้ชุมชนและ SMEs ภายในปี 2573 โดยการช่วยพัฒนาทักษะที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาด และ 4) การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรระดับประเทศ อาเซียน และระดับโลก เพื่อความร่วมมือและผนึกกำลังกันส่งเสริมเรื่องความยั่งยืน โดยทั้งหมดนี้มี Plus เป็นแกนกลางของการสร้างความไว้วางใจต่อบริษัทด้วยการดำเนินงานอย่างโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา
- กำหนดแผนงานระยะยาวเพื่อรองรับเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างจริงจังด้วยการยึดหลัก Circular Economy และ Low Carbon Emission ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน พร้อมกับสนับสนุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ เช่น การออกแบบและพัฒนาสินค้าตรา Green Choice ตลอดจนการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความร่วมมือเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในโครงการ Carbon Capture Utilization & Storage (CUUS) หรือโครงการเพื่อลดโลกร้อนด้วยวิธีการทางธรรมชาติ Natural Climate Solution
- ขยายศักยภาพในการสร้างประโยชน์ต่อสังคม ด้วยการจับมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อช่วยกันผลักดันและลงมือพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างเป็นรูปธรรม เช่น โครงการต้นแบบสระบุรีเมืองคาร์บอนต่ำ ซึ่งมีการประยุกต์ใช้พลังงานสะอาด การบริหารจัดการน้ำและขยะอย่างถูกต้อง พร้อมขยายผลสู่ระดับจังหวัดอื่น ๆ และระดับประเทศต่อไป
- ช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำและปัญหาหนี้ครัวเรือนของภาคประชาชน โดยสนับสนุนด้านการศึกษาและความรู้ในการสร้างอาชีพ ผ่านโครงการพลังชุมชนเพื่อการพลิกชีวิตชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ด้วยหลักสูตร Mini-MBA โดยอบรมเพื่อสร้างโอกาสการทำงานและการมีรายได้จากการสร้างผลิตภัณฑ์ของศูนย์หัตถกรรมบ้านงานฝีมือ รวมถึงขยายการอบรมไปสู่กลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ เยาวชน แม่เลี้ยงเดี่ยว เป็นต้น
- ส่งเสริมการสร้างสุขภาพที่ดีของประชาชน เช่น โครงการแพทย์ดิจิทัลเพื่อผู้ป่วยทางไกล โครงการ Do Care ที่มีการใช้ Telemonitoring เพื่อติดตามและดูแลผู้ป่วย การใช้ Telemedicine หรือระบบปรึกษาแพทย์ออนไลน์ ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยในการเดินทางมาพบแพทย์ ขณะเดียวกันทำให้ทีมแพทย์และพยาบาลมีการรักษาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดเวลาทำงาน ความแออัดในโรงพยาบาล รวมถึงต้นทุนอื่น ๆ



รางวัลเกียรติยศ
บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืน
สำหรับบริษัทจดทะเบียน
ที่ได้รับรางวัล
Best Sustainability Awards
ติดต่อกันตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

TOP บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค
SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

แสวงหาโอกาสใหม่ทางธุรกิจ ด้วยพลังงานสะอาดและผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ

- ทயอยปรับเปลี่ยนธุรกิจสู่พลังงานสะอาด (Energy Transition) ด้วยกลยุทธ์หลัก 3 ด้าน (3Vs) คือ Value Maximization การต่อยอดห่วงโซ่คุณค่า จากธุรกิจโรงกลั่นสู่ธุรกิจปิโตรเคมี Value Enhancement การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขยายตลาดและกระจายผลิตภัณฑ์มากขึ้น และ Value Diversification การปรับตัวเพื่อขยายไปยังธุรกิจที่มีการเติบโตและผลกำไรที่มั่นคงมากขึ้น เช่น ธุรกิจไฟฟ้า รวมถึงหาโอกาสในธุรกิจใหม่ที่เป็น New S-Curve ให้สอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต
- กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2603 ด้วยกลยุทธ์ “3Cs Strategy” คือ Cut Down Existing Emission โดยใช้เทคโนโลยีหรือการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การดักจับและกักเก็บคาร์บอน Compensate Residual Emission การสนับสนุนการปลูกป่าและคาร์บอนเครดิต และ Control Future Emission การลงทุนในธุรกิจพลังงานทางเลือกและสินค้าคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Products)
- พัฒนาชุมชนและสังคม โดยมีเป้าหมายระยะยาวในการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน ด้วยการมอบหมายให้วิศวกรของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการจัดการพลังงาน ช่วยติดตั้ง Solar Cell ให้แก่โรงพยาบาลและโรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร เพื่อช่วยลดภาระค่าไฟฟ้าและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการจัดกิจกรรมและการลงพื้นที่สำรวจชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำปัญหาที่พบกลับมาวิเคราะห์และหาทางจัดการแก้ไขเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น ตลอดจนมีโครงการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนให้มีรายได้เพิ่ม เช่น การจัดตั้ง 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเริ่มที่ตลาดกลิ่นสุขและตลาดลองดี



CPF

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดยานยนต์และเครื่องใช้
SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

สร้างสรรค์นวัตกรรมและมุ่งเน้นความปลอดภัยทางอาหาร เพื่อเป็นครัวโลกที่ยั่งยืน

- ยึดมั่นการเป็นครัวโลกที่ยั่งยืน โดยสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ ๆ และใส่ใจความปลอดภัยทางอาหาร จนสามารถสร้างมาตรฐานใหม่ให้เนื้อสัตว์จากประเทศไทยมีความปลอดภัยในระดับที่สามารถส่งไปในอวกาศได้ (Space Safety Standard) พัฒนาผลิตภัณฑ์โปรตีนจากพืช และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ ยังพัฒนาอาหารเสริมสำหรับเลี้ยงสัตว์ให้มีส่วนผสมของจุลินทรีย์โพรไบโอติกสายพันธุ์ที่ดีที่สุด 10 สายพันธุ์ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้สัตว์มีสุขภาพแข็งแรงมากขึ้น และลดปริมาณการใช้ยาปฏิชีวนะกับสัตว์
- ตั้งเป้าการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 และลดการปล่อยคาร์บอนตลอดห่วงโซ่คุณค่าที่ได้รับ การอนุมัติเป้าหมายเชิงวิทยาศาสตร์จาก SBTi (Science Based Targets initiative) ใน 2 ด้าน ได้แก่ FLAG (Forest, Land and Agriculture Guidance) ที่มีเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกจากการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ 72% และ Non-FLAG ที่มีเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงาน บรรลุภัณฑ์ของเสีย และอื่น ๆ 90% โดยพิจารณาจากเทคโนโลยีที่สามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ในปัจจุบัน
- เร่งการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย Net Zero ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีอื่น ๆ มาช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการใช้พลังงานหมุนเวียนในขั้นตอนการผลิต เช่น พลังงานจากก๊าซชีวภาพในฟาร์มสุกรและไก่ไข่กว่า 100 แห่ง พลังงานชีวมวลใน 18 โรงงาน พลังงานแสงอาทิตย์ภายในโรงงานและฟาร์มขนาดกว่า 42 เมกกะวัตต์ ใช้บรรลุภัณฑ์ที่ยั่งยืน จัดทำระบบข้อมูลอัจฉริยะและระบบอัตโนมัติ IoT AI ใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้า และพลังงานไฮโดรเจนจากมูลสัตว์
- บริหารจัดการน้ำในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพตามหลัก 3Rs เช่น โครงการปันน้ำปুষ ที่นำน้ำปুষจากฟาร์มสุกรคอมเพล็กซ์ไก่ไข่ไปให้เกษตรกรใช้ในการเพาะปลูก และโครงการธนาคารน้ำใต้ดินเพื่อแก้ปัญหาหน้าขาดแคลน เป็นต้น
- ใช้แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม (Creating Shared Value) เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนในห่วงโซ่อุปทาน สามารถพึ่งพาตนเองได้ เช่น โครงการแก้แค้นน้อยธุรกิจ หาดาวที่ครอบคลุม 13 ประเทศ โครงการคอนแทกฟาร์มมิงที่มีผู้เข้าร่วมโครงการ 5,404 ราย โครงการหมู่บ้านเกษตรกรรมที่เกษตรกรเข้าร่วม 70 ครัวเรือน โครงการเลี้ยงไก่ไข่เพื่ออาหารกลางวันนักเรียนทั้งหมด 959 แห่ง ตลอดจนสนับสนุนแนวคิดการสร้างสังคมที่ดีผ่านห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน ผ่านโครงการจัดซื้อวัตถุดิบ ไม่เขา-ไม่เผา-เราซื้อ ในบริเวณพื้นที่กว่า 2 ล้านไร่ ทำให้ชาวโพนที่เข้าสู่โรงงานอาหารสัตว์ ทั้ง 100% สามารถตรวจสอบได้ว่า ไม่ได้มาจากแหล่งตัดไม้ทำลายป่า
- ช่วยเพิ่มสภาพคล่องลดเครดิตเทอมให้ลูกค้า SMEs กว่า 6,000 รายในโครงการ Faster Payment และจับมือกับสถาบันการเงินเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ลูกค้าในโครงการ Supply Chain Financing โดยมอบสินเชื่อหมุนเวียนระยะสั้นให้ลูกค้ากว่า 4,700 ราย และโครงการ SMEx ต้นทุนต่ำ นำรักษโลก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและต้นทุนของลูกค้าไปพร้อมกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



FPI

บริษัท ฟอร์จูน พาร์ก อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

mai: Market Cap. สูงกว่า 1,500 ล้านบาท

ใช้ Circular Economy ขับเคลื่อนเป้าหมาย Net Zero และพัฒนาผลิตภัณฑ์

- กำหนดพันธกิจการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศเชิงนิเวศเศรษฐกิจ ด้วยการสร้างคุณค่าเพิ่มต่อผู้มีส่วนได้เสีย ควบคู่ไปกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปลูกฝังพฤติกรรมของพนักงานในการสร้างพลังร่วม เพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่ยังคงมุ่งเน้นการเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์
- ใช้กลยุทธ์การดำเนินงานที่เน้นเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยนำมาสร้างสรรค์ทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่และปรับปรุงกระบวนการผลิต โดยมีกลยุทธ์ที่สอดคล้องกันทั้ง 3 มิติ คือ การเป็น Circular Organization การใช้ Circular Process และการมี Circular Products
- กำหนดแผนการดำเนินงานและเป้าหมายเพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์อย่างเป็นรูปธรรมใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) Circular Economy เน้นการใช้ Circular Material ให้ได้ 93% ภายในปี 2568 และการพัฒนา 3D Printing 2) Innovation พัฒนาเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลร่วมกับขยะพลาสติกจากทะเล และชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าจากเม็ดพลาสติกกรีไซเคิล 3) Product Development พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ 4) Opportunity for New Business นำ Injection Mold Rent Process มาใช้ และพัฒนา Circular Model ร่วมกับพันธมิตร
- ตั้งเป้าหมายสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2578 โดยใช้หลักการ Circularity ในทุกขั้นตอนการดำเนินงานและมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์สีเขียว ตั้งแต่ร่วมกับผู้จัดหาและคู่ค้าพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขั้นตอนการผลิตก็คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งเน้นความปลอดภัยของสินค้าและบริการ จนสามารถใช้เม็ดพลาสติกกรีไซเคิลได้ 100% ตลอดจนเน้นการสื่อสารให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนให้หันมาใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- ให้ความสำคัญกับการสร้างสังคมที่มีคุณค่า ด้วยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมูลค่ากว่า 254.09 ล้านบาท และมีการจัดซื้อจัดจ้างในท้องถิ่น 121.63 ล้านบาท อีกทั้งร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ส่งเสริมการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืนพร้อมกับส่งเสริมสุขภาวะที่ดีให้แก่คนในท้องถิ่น



KBANK

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มธุรกิจการเงิน หมวดธนาคาร

SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

พัฒนาเทคโนโลยีรองรับธุรกรรมและให้ความรู้ทางการเงินไร้ขีดจำกัด

- ยกระดับการดำเนินงานของธนาคารเพื่อมุ่งสู่ Net Zero จาก Scope 1 และ Scope 2 ภายในปี 2573 ด้วยการหันมาใช้รถยนต์ไฟฟ้า การติดตั้ง Solar Rooftop การใช้พลังงานหมุนเวียน การใช้พื้นที่ภายในอาคารอย่างมีประสิทธิภาพ การปลูกป่าเพิ่ม และการพิจารณาเทคโนโลยีการดักจับและกักเก็บคาร์บอนมาใช้ รวมถึงการวางรากฐานการจัดการด้านสภาพภูมิอากาศขององค์กรอย่างเป็นระบบ ด้วยการอบรมให้ความรู้และสร้างบุคลากรที่มีความรู้ด้าน Climate ในองค์กร สร้าง ESG และ Climate Data Infrastructure โดยสอดคล้องกับมาตรฐานและแนวทางการบริหารจัดการในระดับสากล เช่น CDP TCFD PCAF และ UNDP FI เป็นต้น
- มุ่งมั่นเรื่องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิในพอร์ตโฟลิโอของธนาคาร (Scope 3) โดยเริ่มจากการประเมินและจัดลำดับกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเร่งด่วนและเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญ เช่น กลุ่มโรงไฟฟ้า กลุ่มน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ และกลุ่มเหมืองถ่านหิน ด้วยการสนับสนุนด้านสินเชื่อและการลงทุน เพื่อให้อุตสาหกรรมเหล่านี้มีความพร้อม และสามารถเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคม Net Zero ได้ ในขณะที่เดียวกันก็ได้ยุติ จำกัด หรือเข้มงวดกับการให้สินเชื่อสำหรับธุรกิจที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ตอบโจทย์การเป็นธนาคารที่ยั่งยืนด้วยการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจรด้วยการมี Financial Facilities, Advisory Services, Decarbonization Tools, Knowledge Sharing, Partnerships and Business Matching และ Capacity Building เช่น ช่วยสนับสนุนให้ลูกค้าเปลี่ยนผ่านสู่ Net Zero Economy ด้วยบริการให้คำแนะนำในการออกพันธบัตรและการให้สินเชื่อ รวมถึงยกระดับธนาคารสู่การเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม Green Finance โดยมีเป้าหมายการลงทุนและสนับสนุน Sustainable Financing ที่ 100-200 พันล้านบาทภายในปี 2573 ด้วยผลิตภัณฑ์ด้าน ESG ที่หลากหลาย เช่น Green Loan, Green Bond, Transition Loan, Transition Bond, Sustainability-Linked Loan, Sustainability-Linked Bond, ESG Fund, Impact Fund เป็นต้น
- พัฒนาแพลตฟอร์ม AfterKlass เพื่อให้ความรู้ทางการเงินแก่เยาวชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการเงิน ตั้งแต่การการลงทุน การออม การวางแผนใช้จ่ายเงิน รวมถึงการทำสกุลเงินจำลอง (Simulation) เพื่อให้เยาวชนได้ฝึกทดลองลงทุนหรือฝากเงิน นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับยกระดับ Ecosystem ของ EV Bike ผ่าน WATT'S Up โดยรวมรถจักรยานยนต์ไฟฟ้ามาให้เช่าบริการแก่ลูกค้าที่สนใจ พร้อมกับมีบริการตู้สลับแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย
- ตั้ง Beacon Impact Fund มูลค่า 30 ล้านบาท สำหรับสตาร์ทอัพที่ต้องการสร้างผลกระทบทางบวกในด้าน สิ่งแวดล้อม เช่น Decarbonization, Waste Reduction และ Climate Adaptation ผลกระทบทางบวกในด้านสังคม เช่น Financial and Digital Inclusion, Financial and Digital Literacy และ Access to Health Care ผลกระทบทางบวกในด้าน บรรษัทภิบาล เช่น Consumer Protection, Supply Chain Visibility และ Business Transparency เป็นต้น



OR

บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค
SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

ยกระดับสถานีบริการน้ำมันเป็นพื้นที่สำหรับทุกคนด้วยกลยุทธ์ Innovative

- สร้าง Ecosystem ที่เอื้อให้การขับเคลื่อนธุรกิจของ OR ช่วยสร้างผลกระทบที่ดีต่อธุรกิจอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) การเร่งพัฒนาบริการสำหรับ EV 2) การเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการ Lifestyle ด้วยการทำ M&A เช่น Food & Beverage, Tourism, Health & Wellness 3) การเชื่อมโยงให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการทั้งช่องทาง Offline และ Online ด้วยโซลูชัน Omni-channel และ 4) การสร้างโอกาสให้ชุมชนนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ โดยจะนำแนวทางการพัฒนา Ecosystem นี้ไปต่อยอดและขยายผลในประเทศเพื่อนบ้านเช่นกัน
- ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยกลยุทธ์ “Innovative” คือ การศึกษาและทดลองนวัตกรรมที่ช่วยแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ไปพร้อมกับการพัฒนาธุรกิจ การสร้างตลาด และการสร้างระบบนิเวศใหม่ “Explore” คือ การขยายฐานลูกค้า ขยายธุรกิจ หรือสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ที่มีตลาดรองรับและมีวิธีการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน “Maintain” คือ การรักษาฐานลูกค้าและส่วนแบ่งในตลาดเดิมควบคู่กับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งกับลูกค้า
- มีแนวปฏิบัติอย่างยั่งยืนที่เรียกว่า “SDG” โดยเริ่มจาก “S” คือ Small ให้โอกาสคนตัวเล็กได้ดำเนินธุรกิจ ควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น การมีเป้าหมายการขยายสาขา Café Amazon ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้ชุมชนไม่น้อยกว่า 17,000 แห่งภายในปี 2573 ซึ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนตั้งแต่กระบวนการ Sourcing ส่งเสริมการปลูกกาแฟอย่างถูกวิธีและมีคุณภาพ ทำให้เกษตรกรมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โครงการ Café Amazon For Chance ช่วยสร้างงานและรายได้ให้แก่กลุ่มเปราะบาง พร้อมนำของเสียในร้านกลับไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ Upcycling ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะได้ โครงการร้านค้าไทยเด็ดที่คัดเลือกสินค้าประจำท้องถิ่นมาทำการตลาดและจำหน่ายภายในสถานบริการน้ำมัน PTT เพื่อเสริมสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน “D” คือ Diversified เพิ่มความหลากหลายทางธุรกิจในพอร์ตโฟลิโอ ได้แก่ เปิดโอกาสให้ธุรกิจอื่นเข้ามาร่วมมือทำธุรกิจและเติบโตไปด้วยกัน พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ รวมถึงขยายแพลตฟอร์มรองรับเพื่อรองรับความต้องการลูกค้า เช่น การบุกเบิกธุรกิจท่องเที่ยวร่วมกัน การจัดหาวัตถุดิบด้วยราคายุติธรรมให้กับเกษตรกรในพื้นที่ การสานต่อโครงการผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น “G” คือ Green สนับสนุนให้เกิดสังคมคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน พร้อมส่งเสริมธุรกิจทุกประเภทของ OR ให้เป็นธุรกิจสีเขียวเพื่อช่วยกันสร้างสังคมที่สะอาด เช่น โครงการ Café Amazon Circular Living โครงการ Waste to Value Upcycling Products ที่มีส่วนช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม



SABINA

บริษัท ซาบิน่า จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดแฟชั่น

SET: Market Cap. สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท

บริหารห่วงโซ่อุปทานเพื่อใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า และพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน

- ตั้งเป้าหมายการดำเนินงานระยะยาวสู่ Regional Brand โดยเริ่มทำ M&A กับ ธุรกิจในประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งมีรายได้ต่อหัวประชากรใกล้เคียงกับประเทศไทย โดยจะเพิ่มสัดส่วนการขายทางออนไลน์ เปิดร้านในลักษณะ Stand Alone Shop และ Pop up Store รวมถึงนำกิจกรรมการขายในไทยที่ประสบความสำเร็จไปทดลองต่อยอดเพื่อสร้างความแตกต่าง สำหรับเป้าหมายระยะสั้น คือ การขยายสาขาให้ครอบคลุมเขตเมือง ก่อนเน้นขยายสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่ ในต่างจังหวัด การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อลดขั้นตอนในการทำงานและลดต้นทุน รวมถึงขยายสัดส่วนการขายใน ช่องทางออนไลน์ และรุกด้านการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย
- กำหนดสัดส่วนเงินลงทุนมากกว่า 40% เพื่อเน้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างศักยภาพและรายได้เปรียบในการแข่งขัน และการดำเนิน ธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยวางแผนตั้งแต่การสั่งซื้อสินค้า ด้วยการรวบรวมคำสั่งซื้อ ปริมาณมากในคราวเดียว จัดทำแผนสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า เข้าตรวจสอบในพื้นที่ของคู่ค้าและคุณภาพวัตถุดิบให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ร่วมมือกับคู่ค้า พัฒนาวัตถุดิบทางเลือกที่หลากหลาย และร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ สินค้าใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค พร้อมกับวางมาตรฐาน ให้ทั้งคู่ค้าเดิมและคู่ค้าใหม่ต้องคำนึงถึงประเด็นด้าน ESG
- มีเป้าหมายเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมุ่งสู่ Carbon Neutrality ภายในปี 2593 และการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2608 โดยเริ่มจัดทำ Carbon Footprint of Organization ในปี 2564 โดยใช้กลยุทธ์หลัก 2 ด้านคือ 1) โครงการลดก๊าซเรือนกระจก ได้แก่ การจัดการก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่งวัตถุดิบระหว่างโรงงาน การขนส่งอุปกรณ์ตกแต่งร้าน การกระจาย สินค้าสำเร็จรูป การติดตั้ง Solar Roof การติดตั้งอุปกรณ์ปรับกระแสไฟฟ้า การลดการใช้ไฟฟ้า การบริหารจัดการ น้ำและน้ำทิ้ง การปรับปรุงระบบน้ำหมุนเวียนใช้ภายในโรงงาน การจัดการของเสีย และ 2) โครงการ ปลุกต้นไม้และ Carbon Credit
- ร่วมพัฒนาชุมชนและแก้ไขปัญหาสังคมอย่างยั่งยืน โดยมีส่วนช่วยเหลือผู้ป่วยโรคมะเร็งเต้านมที่ผ่านการรักษาโดยการตัดเต้านมทิ้งให้กลับมามีคุณภาพชีวิตที่ปกติสุข ภายใต้แนวคิดการเติมเต็มส่วนที่ขาดหาย โดยดำเนินโครงการ Sabina Sewing Cup Sewing Heart ที่เชิญชวนชาวจิตอาสาร่วมส่งมอบความห่วงใย ด้วยการเย็บเต้านมเทียม เพื่อนำไปบริจาคให้แก่ผู้ป่วยมะเร็งเต้านมที่ขาดแคลน
- ใส่ใจในกระบวนการจัดการกับผลิตภัณฑ์ที่เสื่อมสภาพแล้ว ด้วยแคมเปญ “New Life BRAY CYCLE โละแล้ว ไปไหน” โดยช่วยในขั้นตอนการกำจัดชุดชั้นในเก่าที่เสื่อมสภาพอย่างถูกวิธีและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อนและรับผิดชอบต่อปริมาณขยะที่ SABINA สร้างขึ้นในระบบนิเวศ โดยสามารถนำ ชุดชั้นในเก่าไปแปรรูปเป็นพลังงานสะอาดได้ถึง 15 ตัน เท่ากับช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ถึง 24,000 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



SCGP

บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม หมวดบรรจุภัณฑ์
SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

คุณต้นทุนและบริหารจัดการวัตถุดิบ เพื่อใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- มีเป้าหมายในการเติบโตของธุรกิจด้วยการดำเนินงานปกติและการควบรวมกิจการกับพันธมิตรเพื่อเพิ่มโอกาสและความหลากหลายให้แก่ธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งกลุ่มธุรกิจประเภท Polymer Packaging, Food Service Packaging และ Recycling Business
- บริหารความเสี่ยงเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบหลัก RCP (Recovered Paper) ของกล่องกระดาษด้วยการเก็บกลับกล่องใช้แล้วจากผู้บริโภคทั่วโลก เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่มีวัตถุดิบให้ผลิตเพิ่มได้ใหม่และมีปริมาณไม่เพียงพอ บริษัทจึงรักษาปริมาณวัตถุดิบในระดับที่ปลอดภัย (Secured Volume) ทั้งในกลุ่มประเทศอาเซียนและทั่วโลก อีกทั้งยังได้ลงทุนให้เกิดการรีไซเคิล (Recycle Station) ในอาเซียน เพื่อบริหารแหล่งวัตถุดิบ ตลอดจนขยายการผลิตในระดับโลกด้วยการสร้างพันธมิตรกับผู้เก็บวัตถุดิบรายย่อยในประเทศนั้น ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสและรักษาความสามารถในการมี RCP ที่เพียงพอ
- กำหนดเป้าหมายการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 โดยมีแผนงานที่คำนึงถึง ESG อย่างชัดเจน ทั้งด้าน Supply ที่เน้นเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนและพลังงานชีวมวลให้มากขึ้น ในขณะที่ด้าน Demand มีการนำ AI มาช่วยปรับปรุงการบริหารจัดการพลังงานและกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมุ่งลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกด้วยการศึกษารักเก็บและนำคาร์บอนกลับมาใช้งาน พัฒนานวัตกรรมและโซลูชันเพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรทดแทน เช่น การเพิ่มมูลค่าให้ไม้ยูคาลิปตัส โดยใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นการตอบโจทย์เทรนด์การใช้บรรจุภัณฑ์อาหารรักษ์โลกที่สามารถย่อยสลายได้ ช่วยสร้างรายได้และดูแลสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน เช่น Recycled Mono Material Bag, Pet Care Products From Recycled PET, Biodegradable Protective Packaging
- ดูแลสังคมด้วยโครงการ Zero Waste Community ที่ขยายแหล่งเรียนรู้สำหรับการจัดการขยะอย่างถูกวิธี ไปยังทุกพื้นที่ตั้งโรงงานของบริษัท โครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำที่มีระบบกำจัดน้ำเสียเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำ และสร้างบ่อกักเก็บน้ำเพื่อทำการเกษตรในฤดูแล้ง และโครงการ Packaging Design Contest ที่ส่งเสริมให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ในอาเซียนปลดปล่อยความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการพัฒนาความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น



WHA

บริษัท ดับบลิวเอชเอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
SET: Market Cap. สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท

ปรับตัวเพื่อเปลี่ยนแปลง พร้อมก้าวเข้าสู่การเป็น Technology Company

- ตั้งเป้าหมายเป็น Technology Company ในปี 2567 โดยเริ่มภารกิจ “Mission to the Sun” 4 ด้าน ได้แก่ 1) Sustainable Development คือ การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยหลัก ESG และ Circular Economy 2) People & Process คือ การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาบุคลากร และการเป็น Innovative Workplace สำหรับการทำงาน 3) Customer คือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกในการให้บริการ 4) New Products & Services คือ การออกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ เช่น Green Logistics หรือ Digital Assets ให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม
- กำหนดกลยุทธ์หลัก 5 ข้อ เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายการเป็น Technology Company ได้แก่ การดำเนินงานเพื่อรักษาความเป็นอันดับหนึ่งในทุกธุรกิจขององค์กร การเร่งขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ประเทศเวียดนาม) การใช้นวัตกรรมดิจิทัลมาช่วยยกระดับการบริการให้แก่ลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่เน้นการเติบโตอย่างยั่งยืน และการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาไปสู่ Technology Company
- ดำเนินเรื่อง ESG ในทุกระบวนการดำเนินงานของบริษัท ตั้งแต่ด้านสิ่งแวดล้อมที่ตั้งเป้าหมายไปสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 เช่น การเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ไฟฟ้า การใช้ไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานแสงอาทิตย์มากขึ้น การบำบัดน้ำเสีย การดูแลทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน รวมถึงการจัดทำคาร์บอนเครดิตและลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการลดก๊าซเรือนกระจก เช่น Battery Storage และ Hydrogen นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการบำบัดน้ำเสียในชุมชนรายรอบ โดยจัดศูนย์เรียนรู้ผ่านโครงการบึงประดิษฐ์วังโตนด ในตำบลหนองคล้า จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นแหล่งน้ำสำรองของบริษัทในช่วงฤดูแล้งอีกด้วย
- ดูแลพนักงานและชุมชน โดยทำแอปพลิเคชัน WHAbit แพลตฟอร์มดิจิทัลเฮลท์แคร์ เพื่อยกระดับการเข้าถึงการดูแลสุขภาพและการบริการให้แก่พนักงานและลูกค้าทั้งหมดในนิคมอุตสาหกรรม เช่น การตรวจสุขภาพประจำปี การปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ออนไลน์ผ่านวิดีโอคอลเพื่อการวินิจฉัยโรค Door-to-Door Pharmacy โดยมีเป้าหมายยกระดับแพลตฟอร์มไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นต่อไป เช่น WHAbit+, WHAbitinsights, WHAbitFit นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการปรับปรุงการจราจรและเพิ่มความปลอดภัยภายในนิคมอุตสาหกรรม โดยพัฒนาระบบ Adaptive Traffic Control และการใช้ Video Analytics มาช่วยทำให้เข้าใจสภาพการจราจรตรงจุดอันตราย หรือวิเคราะห์หาสาเหตุของการอุบัติเหตุซ้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



AJ

บริษัท เอ.เจ.พลาสติก จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม หมวดบรรจุภัณฑ์

SET: Market Cap. สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท

ใช้หลัก Circular Economy ในการผลิต และนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำอย่างมีคุณค่า

- กำหนด Roadmap สู่การเป็นองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2593 และเข้าสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2608 โดยดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น ติดตั้ง Solar Rooftop และ Solar Floating เพื่อขยายสัดส่วนการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์มาทดแทนแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป การนำน้ำกลับมาหมุนเวียนใช้ซ้ำ รวมถึงการตั้งเป้าหมายที่จะนำเศษพลาสติกที่เหลือจากการผลิตกลับมาใช้ใหม่ให้ได้ 100%
- มุ่งมั่นนำหลักการของ Circular Economy มาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการกระบวนการผลิตอย่างจริงจัง ควบคู่กับการใช้นวัตกรรมมาบริหารจัดการการผลิตแบบครบวงจร เช่น การใช้วัตถุดิบฟิล์มให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการนำฟิล์มที่เป็นของเสียหมุนเวียนกลับเข้าสู่ระบบผลิตใหม่ ทำให้ลดการใช้วัตถุดิบเม็ดพลาสติกแบบ Fossil-Based มาใช้เป็นเม็ดพลาสติก Bio-Based Resin ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังนำของเหลือเศษพลาสติกจากกระบวนการผลิตเข้ากลับมาหมุนเวียนสู่กระบวนการผลิตใหม่ โดยผลิตออกมาเป็นฟิล์มประเภท PIR (Post Industrial Recycled) และนำพลาสติกที่ใช้แล้วมารีไซเคิลเป็น PCR Resin อีกด้วย
- เน้นการบริหารจัดการด้านนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็น High Value Added Products การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ Green Products การสร้างความร่วมมือในงานวิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญภายนอก รวมถึงการฝึกอบรม ขยายการเรียนรู้ และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้แก่บุคลากรของบริษัท
- บริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน เช่น ความเสี่ยงที่อาจเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบหรือจัดหาวัตถุดิบได้ล่าช้า ด้วยการลดสัดส่วนการจัดซื้อจากคู่ค้ารายใหญ่ ควบคู่ไปกับการจัดหาคู่ค้ารายใหม่ โดยนำเรื่อง ESG มาเป็นแนวทางในการคัดเลือกคู่ค้า อีกทั้งยังสำรองวัตถุดิบจากหลายแหล่งในหลายประเทศ เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย และไต้หวัน เป็นต้น
- ติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบในแต่ละประเทศที่มีฐานลูกค้าอยู่ เพื่อบริหารความเสี่ยงจากกฎระเบียบ เช่น กฎหมายด้านภาษี กฎระเบียบ CBAM นอกจากนี้ ยังเริ่มขยายกำลังการผลิตไปตั้งโรงงานในประเทศอื่น เช่น การร่วมทุนกับบริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (มหาชน) ในการลงทุนสร้างโรงงานผลิตที่ประเทศเวียดนาม



CPALL

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มบริการ หมาดพาณิชย์

SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

บริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อการเติบโตไปพร้อมกับลูกค้า

- บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดยเน้นเรื่องการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ลูกค้า เช่น พัฒนาผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มเกษตรกร ด้วยการสนับสนุนตั้งแต่การเริ่มต้นปลูกพืช ไปจนถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตเพื่อมาเป็นสินค้า ร่วมวิจัยและพัฒนาสินค้าร่วมกับลูกค้าเพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการขาย ร่วมวางแผนและให้ความรู้เรื่องการจัดส่ง และกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงช่วยลูกค้าวางแผนในการบริหารความผันผวนของวัตถุดิบหลักอย่างเป็นระบบ
- สนับสนุนการเติบโตของลูกค้าไปพร้อมกับบริษัทอย่างยั่งยืนในแบบที่ต่าง “เก่งและดี” โดยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่หลากหลาย เช่น การทำงานร่วมกับผู้รับเหมาขนส่งโดยใช้ Tracking GPS ที่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยและลดอุบัติเหตุในการเดินทาง การทำงานร่วมกับลูกค้าเพื่อช่วยจัดส่งและกระจายสินค้าแทนลูกค้า เพื่อลดการขนส่งล่าช้าและบริหารการขนส่งในพื้นที่ห่างไกล นอกจากนี้ ยังเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งด้วยโครงการรอยยิ้มผู้ขนส่ง และโครงการสำรวจจุดจอดรถที่ร้านสาขา เพื่อสร้างมิตรภาพกับผู้ใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อ
- ประกาศเป้าหมายการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 และสร้างความรับผิดชอบในการใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมโดยใช้หลัก “7 Go Green เพื่อสิ่งแวดล้อม 24 ชั่วโมง” เช่น Green Store/Building และ Green Logistics ที่ลดการใช้พลังงานในร้านสะดวกซื้อ เพิ่มสัดส่วนพลังงานสะอาด และใช้สารทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Green Packaging และ Green Living ที่ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ขยายผลการออกแบบและใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ตั้งร้านกาแฟที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำลังชำรูดไปใช้เป็นตะกร้าช้อปปิ้ง Green Living ที่ส่งมอบมื้ออาหารให้แก่ชุมชน เพื่อลดปริมาณขยะเศษอาหารที่นำไปสู่การฝังกลบ ซึ่งเป็นสาเหตุของการปล่อยก๊าซมีเทน
- ดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมสังคม “7 Go Together” เพื่อสนับสนุนเด็ก เยาวชน และกลุ่มเปราะบางให้สามารถเข้าถึงการศึกษา รวมทั้งมีความมุ่งมั่นในการสร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ ผ่านโครงการ Corporate University ร่วมกับวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อสร้างอาชีพให้แก่กลุ่ม SMEs และคนในชุมชนท้องถิ่น



GLOBAL

บริษัท สยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มบริการ หมวดพาณิชย์

SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

ปรับทิศทางสู่สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองวิถีการใช้ชีวิตแบบใหม่

- กำหนดกลยุทธ์องค์กรแบบ Smart Living Solution 3 ด้าน คือ Smart Products & Services ที่สรรหาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมมาให้บริการ Smart Stores ที่มีสินค้าประเภทที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ Smart People ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานและความเป็นอยู่ของสังคม โดยนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในสาขา เช่น พัฒนาระบบ Point of Sale เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และแอปพลิเคชันสำหรับการนับสต็อกสินค้าที่มีความแม่นยำสูง ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประหยัดเวลา
- ตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนรายได้จากสินค้ากลุ่ม ESG เป็น 40% ของรายได้รวมทั้งหมด ภายในปี 2568 ให้สอดคล้องกับทิศทางการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเน้นแบ่งสินค้าประเภทนี้เป็น 4 กลุ่ม คือ ECO Products กลุ่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Elderly & Disability Care Products กลุ่มสินค้าสำหรับผู้สูงอายุและบุคคลทุพพลภาพ Health Care Products กลุ่มสินค้าที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ New Normal Products กลุ่มสินค้าที่ตอบสนองต่อวิถีการใช้ชีวิตแบบใหม่
- ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยวางแผนการลดการใช้พลังงานจากสายส่ง และเปลี่ยนมาเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนจาก Solar Rooftop มากขึ้น รวมถึงนำเทคโนโลยีมาใช้ควบคุมการทำงานของระบบปรับอากาศให้สอดคล้องกับความสามารถในการผลิตไฟฟ้าจาก Solar เพื่อให้เกิดการสูญเสียพลังงานให้น้อยที่สุด
- ใส่ใจดูแลชุมชน โดยพัฒนาแอปพลิเคชัน “ช่างดี” เพื่อสนับสนุนการสร้างงานให้แก่ช่าง ควบคู่ไปกับการสร้างบุคลากรช่างที่มีคุณภาพมาให้บริการลูกค้าร่วมกับบริษัท อีกทั้งยังเป็นการช่วยสร้างรายได้ให้กับช่างภายในพื้นที่ตั้งของร้าน ปัจจุบันโครงการนี้ได้ดำเนินการครอบคลุมทั้งหมด 842 อำเภอ และยังคงทยอยลดแพลตฟอร์มไปเป็นตลาดนัดช่าง เพื่อเปิดโอกาสให้ช่างอิสระจากภายนอกมาฝากผลงานให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้อีกด้วย
- พัฒนาแพลตฟอร์มการจ้างรถ เพื่อสร้างโอกาสให้คนตัวเล็กที่เป็นผู้ให้บริการรถเช่ารายย่อยเข้ามาพบกับผู้ว่าจ้างรถ เพื่อช่วยจัดหาเที่ยวรถวิ่งทั้งขาขึ้นและขาล่อง ทำให้มีรายได้เพิ่มโดยไม่ต้องตีรถวิ่งเปล่า ปัจจุบันมีผู้มาลงทะเบียนแล้วมากกว่า 10,000 ราย



PPS

บริษัท โปรเจค แพลนนิ่ง เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
mai: Market Cap. ไม่เกิน 1,500 ล้านบาท

ขยายโอกาสทางธุรกิจ เพื่อการสร้างคน สร้างงาน สร้างนวัตกรรม

- กำหนดกลยุทธ์ความยั่งยืน PPS Ignite “สร้างคน สร้างงาน และสร้างสรรค์นวัตกรรม” โดยมีเป้าหมายสร้างคนเพื่อให้คนไปสร้างสรรค์ผลงาน พร้อมปรับทิศทางองค์กรใหม่ ให้เน้นการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและโอกาสในการเติบโต นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์ขยายการดำเนินงานออกไปให้ครอบคลุมธุรกิจประเภทอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง เพิ่มเติมจากการเป็นบริษัทที่ปรึกษาการก่อสร้าง
- ตัวอย่างของธุรกิจใหม่ เช่น ธุรกิจให้บริการเทคโนโลยีในการก่อสร้างที่เป็นนวัตกรรมของการควบคุมการก่อสร้างแบบครบวงจร ตั้งแต่เริ่มต้นพัฒนาโครงการ การบริหารจัดการระหว่างก่อสร้างโครงการ การติดตามตรวจสอบความคืบหน้าของโครงการ และการจัดการด้านงบประมาณและการเงิน ซึ่งสามารถลดต้นทุนการจ้างงาน การนำเทคโนโลยีมาใช้ติดตามความคืบหน้าของงานที่ไซต์ก่อสร้างด้วยชุดภาพถ่ายเปรียบเทียบ ซึ่งช่วยให้หัวหน้างานลดจำนวนการเดินทางไปติดตามความคืบหน้าโครงการที่หน้างานโดยตรง รวมถึงจัดการเอกสารในการก่อสร้างแบบออนไลน์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดการใช้กระดาษได้เป็นจำนวนมาก
- บริษัทยังมีธุรกิจให้บริการด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การเป็นที่ปรึกษาด้านพลังงาน การจัดทำ ISO 14064 การเป็นผู้ทวนสอบและวัดปริมาณคาร์บอนของ อบก. ในงานก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงบริการหาโซลูชันเพื่อลดก๊าซเรือนกระจก ธุรกิจด้านที่ปรึกษาในลักษณะการทำ Co-development อีกทั้งยังร่วมกับพาร์ทเนอร์ในการติดตั้ง EV Charger Battery และ Solar Cell
- บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยสนับสนุนการมีส่วนร่วมของพนักงานและผู้รับเหมาให้มีส่วนร่วมกันดูแลสิ่งแวดล้อม ให้พนักงานและแรงงานในพื้นที่ก่อสร้างนำขยะมาแลกอาหาร เพื่อส่งเสริมเข้ากระบวนการรีไซเคิลได้อย่างถูกวิธี รวมถึงนำคอนกรีตที่เหลือใช้จากการก่อสร้างมาทำเป็นบล็อกทางเดินในพื้นที่ก่อสร้าง
- ส่งเสริมสังคมในวงการก่อสร้างด้วยการจัดอบรมและกิจกรรม Knowledge Sharing โดยนำความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ทั้งของบุคลากรบริษัทเองและผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ ไปแบ่งปันให้กับบุคคลภายนอก จนปัจจุบันได้ถ่ายทอดผ่านการสอนทาง PPS Academy และยังจัดทำแอปพลิเคชันเพื่อพัฒนาความสะดวกในการให้บริการ ซึ่งช่วยสร้างโอกาสในการขยายเครือข่ายหรือฐานลูกค้า และเป็นแหล่งสำหรับการหาพนักงานใหม่เพิ่มเติมด้วย



STGT

บริษัท ศรีตรังโกลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์

SET: Market Cap. สูงกว่า 10,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30,000 ล้านบาท

ดำเนินงานอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ด้วยกลยุทธ์ Clean World Clean Glove

- นำประเด็นความยั่งยืนไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์การดำเนินงาน “Clean World Clean Glove” ขององค์กร ซึ่งสะท้อนการดำเนินงานอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การคัดเลือกและจัดซื้อวัตถุดิบแบบ Sustainable Sourcing ตามมาตรฐานสากล CWCG (Clean World Clean Gloves) และ FSC (Forest Stewardship Council) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับไปถึงแหล่งที่มาและราคาได้ พร้อมกับบริหารจัดการโลจิสติกส์แบบ Sustainable Logistics Management ตั้งแต่การเลือกที่ตั้งและแหล่งวัตถุดิบ เพื่อลดระยะทางและการใช้เชื้อเพลิง การนำพลังงานชีวมวลมาใช้ในการผลิต การบริหารจัดการทรัพยากรแรงงานที่ต้องได้รับการตรวจสอบและรับรองตามมาตรฐานสากล ตลอดจนการกำหนดวิธีการบริหารจัดการกล่องบรรจุภัณฑ์ถุงมือ เพื่อให้สามารถลดจำนวนการใช้กล่องและนำกล่องกลับมาใช้งานใหม่ได้ รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมถุงมืออย่าง ธรรมชาติให้มีคุณสมบัติที่ทนทานและสามารถใช้ได้ในหลากหลายอุตสาหกรรม
- ยึดแนวทาง Circular Economy ในการบริหารจัดการร่วมกับพันธมิตร โดยมีการรวบรวมถุงมือที่ใช้งานไม่ได้แล้วส่งให้ Siam Refractory เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตสินค้าใหม่ อีกทั้งร่วมมือกับลูกค้าผู้ผลิตรายอื่นที่ใช้ในการผลิตถุงมือให้ปรับเปลี่ยนวิธีบรรจุสารเคมีเพื่อลดจำนวนบรรจุภัณฑ์ และช่วยลดขยะอันตรายจากเศษสารเคมี
- ตั้งเป้าหมายองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573 และเข้าสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 ด้วยการเริ่มลงทุนกว่า 1,500 ล้านบาทใน 68 โครงการเพื่อสนับสนุนเป้าหมาย โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 5 กลุ่มสำคัญ คือ Renewable Energy, Prevention Pollution, Energy Efficiency, Water & Wastewater Management และ Clean Transportation
- สนับสนุนชุมชนและสังคมผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น ส่งมอบดินเปลือกไม้ที่เกิดจากการผลิตเชื้อเพลิงชีวมวล (ไม้สับ) จำนวน 20 ตันไปทำโครงการผลิตวัสดุปรุงดินคุณภาพดี ช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรกลุ่มปุ๋ยหมักเกษตรอินทรีย์ และนำไม้พาเลทที่ไม่ใช้งานจากโรงงานจำนวน 500 ชิ้นมาเผาเป็นถ่านไม้ได้ 300 กิโลกรัม สร้างรายได้เฉลี่ย 588 บาทต่อเดือนต่อครัวเรือน ซึ่งทั้งหมดนี้มีส่วนช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย



TISCO

บริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

กลุ่มธุรกิจการเงิน หมวดธนาคาร

SET: Market Cap. สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท

สนับสนุนการเข้าถึงสินเชื่อ เพื่อลดหนี้และสร้างสังคมสีเขียว

- ตั้งใจให้คนไทยมีโอกาสเข้าถึงสินเชื่อเพื่อช่วยลดปัญหาหนี้เรื้อรัง โดยเร่งขยายการเติบโตในสินเชื่อประเภทหลักประกันเน้นให้ดอกเบี้ยต่ำและวงเงินสูงกว่า ด้วยโครงการคินรถ จบหนี้ที่ให้ผู้กู้สามารถนำหลักประกันรถไปคืนเพื่อปิดบัญชีหนี้ได้ รวมถึงบริการรวบหนี้สินเชื่อต่าง ๆ มาเป็นสินเชื่อก้อนเดียวเพื่อลดภาระผูกพันดอกเบี้ย ทำให้ผู้กู้สามารถผ่อนชำระคืนหนี้ได้หมด และบริการที่มุ่งสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ด้วยการเป็นที่ปรึกษาทางการเงินการลงทุน ด้วยการนำเครื่องมือทางการเงินใหม่ ๆ มาช่วยบริหารจัดการด้านการเงินของลูกค้า รวมถึงให้บริการวางแผนการเงินสำหรับการเกษียณอายุทั้งก่อนและหลังเกษียณ
- ประกาศเป้าหมายการเป็นองค์กร Net Zero ของ Scope 1 และ 2 ภายในปี 2593 และ Scope 3 ภายในปี 2608 โดยสนับสนุนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตั้งแต่การลดใช้พลังงานภายในขององค์กรเอง การกำหนด Baseline สัดส่วนของพอร์ตโฟลิโอการเงินให้ทยอยเอื้อต่อการดูแลสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการเงินสีเขียว เช่น การกำหนดสัดส่วนของบริการ Green Loan ไม่ต่ำกว่า 40% ต่อสัดส่วนสินเชื่อทั้งหมดภายในปี 2608 การให้สินเชื่อ Solar Loans เพื่อสนับสนุนธุรกิจพลังงานสะอาด การเพิ่มสัดส่วนสินเชื่อเพื่อซื้อรถยนต์ EV ที่สำคัญคือการทยอยลดการให้สินเชื่อแก่ธุรกิจถ่านหินจนให้เหลือศูนย์ การพัฒนาบริการ Mobile Banking เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมและส่งเสริมให้ลูกค้าลดการเดินทางมาใช้บริการที่สาขา รวมถึงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวด้วยการปลูกป่าเพื่อทำ Carbon Offset นอกจากนี้ยังออกกองทุนเปิด ทีสโก้ ทุนโลกยั่งยืน ซึ่งลงทุนในบริษัทที่มีพื้นฐานการทำธุรกิจแบบยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม หรือบรรษัทภิบาล
- เริ่มขยายการเปิดสาขาของสมหวังเงินสั่งได้ให้ได้จำนวน 450 สาขา เพื่อให้มีพื้นที่บริการที่ครอบคลุมและเข้าถึงผู้ที่ต้องการสินเชื่อมากกว่า 500,000 ราย และเนื่องจากสินเชื่อรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์หลัก บริษัทจึงได้เริ่มจัดทำโครงการ Road Safety ช่วยให้ความรู้แก่ผู้ขับขี่รถยนต์ เพื่อลดจำนวนการเกิดอุบัติเหตุ



ADVANC

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

กลุ่มเทคโนโลยี หมวดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

ใช้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี มาช่วยสร้างสรรค์การทำธุรกิจอย่างยั่งยืน

- กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานใน 4 ธุรกิจหลัก ได้แก่ 1) ธุรกิจ Mobile ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จากเทคโนโลยี 5G 2) ธุรกิจ Fixed Broadband ให้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านความเร็วสูง 3) ธุรกิจ Enterprise Business ให้บริการดิจิทัลแก่ลูกค้าประเภทองค์กร และ 4) Digital Service นำดิจิทัลมาใช้ในการดูแลความสัมพันธ์กับลูกค้า
- จัดทำกลยุทธ์ความยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ 1) Drive Digital Economy การขับเคลื่อนให้ทั้งผู้บริโภคและธุรกิจเติบโตร่วมกันในเศรษฐกิจแบบดิจิทัล อีกทั้งเพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้แก่บุคลากรให้พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนผ่านทางธุรกิจ 2) Promote Digital Inclusion ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการด้านดิจิทัลอย่างรับผิดชอบ รวมถึงใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 3) Act on Climate ดำเนินงานและให้บริการโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยให้การสนับสนุนทั้งลูกค้าและห่วงโซ่อุปทานเพื่อร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- ขยายโอกาสการเติบโตในระยะยาวของธุรกิจด้วย Smart Solutions และ New Digital Services ที่ให้บริการดิจิทัลในรูปแบบหลากหลาย โดยมุ่งมั่นที่จะเติบโตไปพร้อมกับพันธมิตรด้วยการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ เช่น โครงการสร้างระบบขนส่งยานยนต์แบบไร้คนขับโดยใช้โครงข่าย 5G ซึ่งเป็นการยกระดับการขนส่งในอุตสาหกรรมของ SCG ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้สามารถวางแผนเส้นทางวิ่งและเชื่อมต่อรถแต่ละคันได้อย่างต่อเนื่อง เป็นทั้งการเพิ่ม Productivity และความปลอดภัยสำหรับงานที่มีความเสี่ยงสูง รวมทั้งช่วยลดการปล่อยคาร์บอนได้ถึง 35% เมื่อเทียบกับการขนส่งแบบเดิม
- ตั้งเป้าการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 โดยมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน นำ AI มาใช้เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายสัญญาณ บริหารจัดการการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพด้วยการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น ติดตั้ง Solar Cell ปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปตามหลัก ESG สนับสนุนการให้บริการที่มีคาร์บอนต่ำ เช่น บริการผ่าน Application, eBill, eReceipt, ePayment เป็นต้น



BBGI

บริษัท บีบีจีไอ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าการแพทย์ หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค
SET: Market Cap. สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท

ปรับทิศทางการดำเนินงานและขยายฐานการลงทุน เพื่อสร้างโอกาสธุรกิจด้วยพลังงานที่ยั่งยืน

- เน้นรักษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจหลักที่เป็น Bio-Fuel พร้อมขยายฐานไปยังธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่ม เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงและความสามารถในการดำเนินธุรกิจในระยะยาวอย่างยั่งยืน โดยนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชีวภาพที่มีมูลค่าสูง เช่น Health & Well-Being ที่เชื่อว่าจะช่วยสร้างผลกำไรมากขึ้นในอนาคต การบริหารห่วงโซ่อุปทานที่เน้นด้านการจัดหาวัตถุดิบและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
- กระจายความเสี่ยงในการขยายธุรกิจผ่านการลงทุนร่วมในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และกิจการร่วมค้าอื่น เพื่อเพิ่มผลประกอบการและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยหาพันธมิตรคู่ค้าที่สามารถช่วยให้ห่วงโซ่อุปทานมีความเข้มแข็งมากขึ้น เช่น การลงทุนกับบริษัท บีเอสจีเอฟ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเชื้อเพลิงอากาศยานยั่งยืน หรือ SAF (Sustainable Aviation Fuel) จากน้ำมันใช้แล้วจากการทำอาหาร (Used Cooking Oil) เป็นรายแรกและรายเดียวในประเทศไทย โดยรับซื้อน้ำมันใช้แล้วจากการปรุงอาหารของโครงการทอดไม้ทิ้งมาแปรรูปอย่างถูกวิธี ซึ่งช่วยทั้งดูแลผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้เสริมเพิ่มเติมได้
- ตั้งเป้าหมายเป็นองค์กรที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2573 โดยมีแผนจะผลิตพลังงานจากก๊าซชีวภาพเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการผลิต การรับซื้อกระแสไฟฟ้าหมุนเวียนจากกลุ่มบางจาก การใช้พลังงานจาก Solar Cell และการปรับเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ EV และ Forklift แบบ EV รวมถึงการชดเชยคาร์บอนด้วยการปลูกป่าและการทำ Carbon Offset เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้
- สนับสนุนสารปรับปรุงดินเพื่อชุมชนใช้ในพื้นที่ไร้อ้อยและหญ้าเลี้ยงวัว ทำให้ช่วยลดการใช้สารเคมีและประหยัดค่าใช้จ่ายให้แก่เกษตรกร ทำโครงการแปรรูปขี้เถ้าและทรายที่เป็นของเสียจากกระบวนการผลิตให้เป็นอิฐตัวหนอนพื้นทางเดิน สามารถต่อยอดและสร้างประโยชน์ต่อชุมชน



BPP

บริษัท บ้านปู เพาเวอร์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค

SET: Market Cap. สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท

มุ่งมั่นการเป็นผู้ผลิตไฟฟ้าด้วยกลยุทธ์แบบ Greener & Smarter

- เน้นการดำเนินธุรกิจแบบ Greener, Smarter Growth ด้วยกลยุทธ์ที่มุ่งมั่นส่งมอบพลังงานอย่างยั่งยืนผ่าน 3 เรื่องหลัก “Triple E” ได้แก่ Ecosystem คือ การพัฒนาและขยายธุรกิจด้านพลังงานความร้อน (Thermal) และพลังงานหมุนเวียน Excellence คือ การบริหารจัดการที่เป็นเลิศทั้งด้านต้นทุน ประสิทธิภาพการทำงาน และ ESG คือ การยึดมั่นดำเนินงานตามหลักการ ESG และเป็นพลเมืององค์กรที่มีความรับผิดชอบ
- ลงทุนในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาและสร้างโรงไฟฟ้าก๊าซธรรมชาติแห่งที่ 2 เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตที่ทำให้มีอำนาจต่อรองสูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและการเติบโตที่ต่อเนื่องในระยะยาว นอกจากนี้ ยังมุ่งมั่นลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น ศึกษาการใช้พลังงานจากแอมโมเนียร่วมกันในโรงไฟฟ้าพลังงานถ่านหิน และการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาช่วยพัฒนาการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่
- เนื่องจากการลงทุนโรงไฟฟ้าในตลาดเสรีของประเทศสหรัฐอเมริกามีความเสี่ยงจากความผันผวนและความไม่แน่นอนของรายได้ อันเป็นผลมาจากความต้องการใช้ไฟฟ้าที่ไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล จึงมีการวางกลยุทธ์ด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในให้สามารถลดต้นทุนได้ และเตรียมการผลิตให้เพียงพอโดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวที่มีความต้องการใช้ไฟสูง ควบคู่ไปกับการวางแผนเรื่อง Trading Energy และ การใช้ Hedging มาบริหารจัดการทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ
- สนับสนุนชุมชนที่ห่างไกลให้ได้มีไฟฟ้าใช้ด้วยการติดตั้ง Solar Cell พร้อมแบตเตอรี่ให้แก่โรงเรียนที่ขาดแคลนมาตลอดระยะ 5 ปีรวมทั้งหมด 73 แห่ง ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น



CKP

บริษัท ซีเค พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค

SET: Market Cap. สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท

ขับเคลื่อนเป้าหมายเป็นผู้ผลิตพลังงานไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียนรายใหญ่ในอาเซียน

- กำหนดเป้าหมายการเป็นผู้ผลิตพลังงานไฟฟ้ารายใหญ่ในภูมิภาคอาเซียนจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน ทั้งด้านพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำ และพลังงานลม โดยตั้งเป้าผลิตไฟฟ้าให้ได้ 6,000 MW ภายในปี 2570 โดยเป็นการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนให้ได้มากกว่า 95% ภายในปี 2586 รวมถึงนำธุรกิจใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายการเป็น New S-Curve เช่น Green Hydrogen หรือ Pumped Storage Hydro Power Plant
- จัดการความเสี่ยงและความท้าทายของธุรกิจอย่างมีกลยุทธ์เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน เช่น 1) ความท้าทายด้าน Organic Growth Execution โดยมีการวาง Strategic Roadmap อย่างชัดเจนพร้อมกับ Project Pipeline อีกทั้งยังมี Execution Strategy รวมถึง Risk Assessment ในการพัฒนาแต่ละโครงการเพื่อให้สามารถแข่งขันในธุรกิจนี้ได้ 2) ความท้าทายของ Finding New-S curve ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่คิดค้นโดยวิศวกรรุ่นใหม่มาพัฒนาการผลิตของโรงงาน สนับสนุนการเติบโตแบบ Organic Growth และศึกษาธุรกิจอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น Green Hydrogen, Pumped Storage Hydrogen Plant และ 3) ความท้าทายด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ ESG โดยปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ESG ต่าง ๆ เพื่อการเติบโตอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน
- ตั้งเป้าหมายการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 โดยจะต้องสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และเพิ่มสัดส่วนของการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนให้ได้ 93% ของการใช้พลังงานไฟฟ้าโดยรวม โดยการนำ Solar Floating มาใช้ รวมทั้งออก Green Bonds เพื่อสนับสนุนโครงการด้านพลังงานหมุนเวียนเพิ่มเติม



CRC

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

กลุ่มบริการ หอมวดพาณิชย์

SET: Market Cap. สูงกว่า 100,000 ล้านบาท

คำปลีกสู่ทิศทางการความยั่งยืนที่ตอบโจทย์ลูกค้าไปพร้อมกับการสนับสนุนชุมชน

- มีวิสัยทัศน์และพันธกิจที่มุ่งหวังความเป็นเลิศในธุรกิจค้าปลีก โดยสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ผ่านช่องทางการให้บริการที่หลากหลายในทุกประเทศที่บริษัทดำเนินธุรกิจ ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- กำหนดกลยุทธ์ความยั่งยืนแบบ CRC Retailigence เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านค้าปลีกในกลุ่ม Food, Fashion, Hardline, Property, และ Health & Wellness ทั้งในประเทศไทยและในภูมิภาคอาเซียน โดยกำหนดกลยุทธ์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) Reinvent การยกระดับแพลตฟอร์ม Omnichannel เพื่อเชื่อมต่อร้านค้าจริงกับร้านค้าออนไลน์อย่างไร้รอยต่อและให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้า พร้อมกับนำแพลตฟอร์ม Net-Gen Omni Retail ที่ใช้เทคโนโลยี AI มาแนะนำสินค้าได้ตรงจุดและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกที่ทุกเวลา 2) Accelerate การเร่งขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจหลัก ควบคู่ไปกับการสร้างธุรกิจใหม่ และ 3) Drive การขยายธุรกิจผ่านความร่วมมือ การซื้อ หรือการควบรวมกิจการ
- มีเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมในการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 ผ่านการดำเนินงานด้วย ReNEW โดย “Re” คือ Reduce Greenhouse Gases ด้วยการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียน ปรับการขนส่งให้ปล่อยคาร์บอนต่ำ และนำเทคโนโลยีมาปรับปรุงการใช้พลังงาน “N” คือ Navigate Society Wellbeing การช่วยสร้างสังคมให้น่าอยู่ ด้วยการผลักดันการมีส่วนร่วมของลูกค้าหลักและสนับสนุนการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน “E” คือ Eco Friendly Product & Packaging การเพิ่มผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ “W” คือ Waste Management ที่นำหลักการ Circular Economy มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ
- ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมและชุมชน เช่น โครงการจริงจัง Farmers’ Market ซึ่งมีการเปิดพื้นที่และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทผักผลไม้ปลอดภัยและปลอดสารพิษจากเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น เพื่อจำหน่ายให้แก่คนในจังหวัด รวมถึงมีการจัดส่งตรงถึงผู้บริโภคทั้งผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์



M-CHAI

บริษัท โรงพยาบาลมหาชัย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าบริการ หมวดการแพทย์

SET: Market Cap. สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท

ขยายโอกาสและปรับทิศทางโรงพยาบาล ให้พร้อมเป็น Medical Hub ของประเทศ

- ให้ความสำคัญกับการเป็น Medical Hub และบริหารจัดการความเสี่ยงจากการที่กำลังซื้อภายในประเทศเริ่มลดลง ด้วยการขยายฐานลูกค้าเงินสดที่เป็นระดับ B- ถึง C+ และตลาดลูกค้าประกันสังคม ไปสู่ตลาดลูกค้าระดับกลางถึงตลาดระดับบนที่มีกำลังจ่ายสำหรับการรักษาโรคร้ายและซับซ้อนมากขึ้น โดยเน้นเพิ่มจำนวนของลูกค้าต่างประเทศ ส่วนตลาดลูกค้าเดิม เน้นการทำการตลาดร่วมกับบริษัทประกันด้วยการจัดแพ็คเกจเหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคราบราคาที่เหมาะสมและสามารถวางแผนการรักษาได้ล่วงหน้า อีกทั้งยังช่วยลูกค้ากลุ่มประกันชีวิตประสานเรื่องสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมอย่างเหมาะสม
- วางแผนและบริหารจัดการสถานการณ์ขาดแคลนแรงงานในระยะยาว ทั้งด้านบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสนับสนุน ด้วยการให้ทุนการศึกษาสำหรับแพทย์ พยาบาล ผู้ช่วยพยาบาล เทคนิคการแพทย์ เภสัชกร ฯลฯ เพื่อให้มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ อีกทั้งยังให้การสนับสนุนการฝึกอบรม การพัฒนาศักยภาพและทักษะของบุคลากร รวมถึงให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม
- คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยจัดเตรียมแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินด้านสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานสะอาดและพลังงานทดแทน การนำทรัพยากรมาใช้ซ้ำในการให้บริการตามความเหมาะสม ควบคู่ไปกับการพยายามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค สนับสนุนการประหยัดพลังงาน และการนำขยะของเสียไม่อันตรายเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลอย่างถูกวิธี
- ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยเรื้อรังในชุมชนรอบโรงพยาบาลในเครือโรงพยาบาลมหาชัย โดยมีทีมพยาบาลเข้าไปเยี่ยมผู้ป่วยและญาติเพื่อช่วยแนะนำวิธีปรับการใช้ชีวิต รวมถึงประเมินความเสี่ยงทางด้านโรคและกรรมพันธุ์ของคนในครอบครัวผู้ป่วยจากการดำเนินโครงการดังกล่าว สามารถช่วยลดอัตราการกลับมาอนโรงพยาบาลซ้ำได้ถึง 98% และผู้ป่วยมีพฤติกรรมปฏิบัติตามการรักษาของแพทย์ถูกต้องตามคำแนะนำมากถึง 99%



PR9

บริษัท โรงพยาบาลพระรามเก้า จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าบริการ หมวดการแพทย์

SET: Market Cap. สูงกว่า 10,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30,000 ล้านบาท

ปรับกระบวนการทำงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อการบริการที่ดีขึ้น เน้นการรักษาตัวเชิงป้องกัน

- ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อช่วยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นด้วย Lean Process และทำ Decentralized Model Based Customers ให้เป็นระบบแบบ Workflow เพื่อเชื่อมต่อข้อมูลของผู้ป่วยและให้บริการได้อย่างครบวงจร ตั้งแต่ที่บ้าน โรงพยาบาล และหลังการรักษา โดยเน้นการรักษาเชิงป้องกันด้วยแนวคิดที่ว่า การรักษาสามารถเริ่มได้ที่บ้าน
- พัฒนาการใช้แอปพลิเคชัน Line เป็น Super App เพื่ออำนวยความสะดวกในการสื่อสารกับผู้ป่วย ซึ่งช่วยลดขั้นตอนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ในการให้บริการฉีดวัคซีน จากเดิมต้องใช้ 7 ขั้นตอน ปัจจุบันเหลือเพียง 2 ขั้นตอน รวมทั้งช่วยลดเวลา Total Turnaround Time จาก 3 ชั่วโมงเหลือเพียง 30 นาที และในกระบวนการ Check up สามารถลดเวลาจาก 3 ชั่วโมง 30 นาที เป็น 1 ชั่วโมง 30 นาที ซึ่งสามารถลดความผิดพลาดในการกรอกข้อมูลที่ซ้ำซ้อนลงได้ถึง 80% และช่วยพัฒนาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น
- กำหนดแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยกลยุทธ์ 5 ด้านคือ 1) การแสดงความมุ่งมั่นในการบริหารห่วงโซ่อุปทานตามหลักธรรมาภิบาลอย่างยั่งยืน พร้อมกับสื่อสารให้ลูกค้าหลักลงนามรับหลักจรรยาบรรณและเป็นสมาชิก CAC 2) การพัฒนาห่วงโซ่อุปทานโดยกำหนดกลุ่มลูกค้าและทำการประเมินลูกค้าประจำปี 3) วางแผนร่วมกับลูกค้าเกี่ยวกับการรับประกันคุณภาพของยาและเวชภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน 4) ปฏิบัติตามแนวทางด้านความยั่งยืนด้วยการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้าตามหลัก ESG เช่น การทำ Site Visit และให้ลูกค้าร่วมประเมินตนเอง 5) เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ให้กับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- สนับสนุนการดูแลสุขภาพด้วย 3 โครงการคือ ร่วมกับมูลนิธิก้าวทันโรคส่งเสริมสุขภาพผู้ป่วยโรคไตในโครงการ Happy Kidney ไตดีมีสุข ดำเนินโครงการ Happy Monk ตรวจสอบสุขภาพพระสงฆ์พร้อมให้ความรู้ด้านโภชนาการเพื่อช่วยลดโรคเรื้อรัง และโครงการ Happy Work ออฟฟิศมีสุข โดยออกให้ความรู้เรื่องสุขภาพในออฟฟิศและสอนการทำ CPR ตรวจสอบสุขภาพเบื้องต้น



S&J

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์
SET: Market Cap. สูงกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10,000 ล้านบาท

ยกระดับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และวางกลยุทธ์เจาะฐานตลาดใหม่

- กำหนดเป้าหมายเพื่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาวด้วยการพัฒนาและยกระดับนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยสร้าง Innovation Center ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพธุรกิจไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น Oral Care Household และ Waterless Products ตลอดจนค้นหาพันธมิตรลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มเติมอยู่เสมอ
- วางกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้าใหม่ ด้วยการเจาะตลาดที่คาดว่าจะเติบโตทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ยุโรป อเมริกา จีน พร้อมกับพัฒนางานวิจัยและผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คู่แข่งตามไม่ทัน โดยเฉพาะสินค้าประเภทกันแดดที่มีตลาดหลักอยู่ในประเทศจีน โดยมีการวิจัยที่นำสารสกัดจากธรรมชาติมาเป็นองค์ประกอบใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของครีมกันแดด และลดการใช้สารเคมี ทำให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน cGMP USFDA ของตลาดยุโรปและอเมริกา และจะมีการขยายตลาดต่อไป รวมถึงมีการวางแผนจะนำผลิตภัณฑ์แบบอื่นเข้าสู่ท้องตลาดเพิ่มเติมด้วย เช่น Whitening, Foundation, Cushion เป็นต้น
- กำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ การจัดซื้อจัดหา การผลิต และการส่งมอบ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยวางแผนระยะยาวที่เน้นการจัดการใน 3 ด้านคือ Green Cosmetics, Green Packaging และ Green Operations เช่น โครงการติดตั้ง Solar Cell โครงการ Zero Landfill และโครงการ Paperless
- เร่งปรับตัวเพื่อรับมือกับ Climate Change เพื่อความอยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาว โดยการวัดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน เพื่อนำไปใช้กำหนดเป้าหมายและวางแผนลดก๊าซเรือนกระจก ควบคู่ไปกับการปลูกป่าเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการชดเชยคาร์บอนเครดิต
- ให้ความสำคัญและพร้อมสนับสนุนการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ โดยให้การสนับสนุนและพัฒนาห้องเรียนวิทยาศาสตร์สำหรับเยาวชน ด้วยการจัดรถโมบายวิทยาศาสตร์ไปตามโรงเรียนที่ขาดแคลนอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ รวมถึงส่งเสริมการศึกษาที่เน้นพัฒนาครูทางด้านวิทยาศาสตร์



TFMAMA

บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดยานยนต์และเครื่องใช้

SET: Market Cap. สูงกว่า 30,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100,000 ล้านบาท

ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคด้วยผลิตภัณฑ์ทางเลือก และใช้นวัตกรรมเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

- ใช้กลยุทธ์นวัตกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนแนวทางธุรกิจจาก Volume Based เป็น Value Based Innovation เช่น เทคโนโลยี Healthy Food/Future Food กลยุทธ์ Sustainable Business ที่กำหนดให้ปัจจัยด้านความยั่งยืนเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ต้องคำนึงตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การดูแลสิ่งแวดล้อมในการผลิต การสนับสนุนวัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพ เป็นต้น กลยุทธ์ Internationalize ที่ปรับเปลี่ยนจากธุรกิจที่เน้นการตลาดในประเทศ และการส่งออกแบบเก่าไปเป็น Global Food Enterprise
- ปรับแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปผ่านการออกแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์โซเดียมต่ำ การพัฒนารสชาติและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อดึงดูดฐานลูกค้าใหม่ ๆ และเน้นการปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานทั้ง 4 ด้าน คือ Responsible Production, Responsible Innovation, Green TF และ Responsible Supply Chain
- ใช้นวัตกรรมเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เช่น นวัตกรรม Automatic Noodles Demoulder ชุดดึงก้อนบะหมี่ที่สามารถลดการเกิดเสียงรบกวนจากการเคาะบะหมี่ อีกทั้งช่วยลดปริมาณของเสียจากก้อนบะหมี่ที่ไม่ได้มาตรฐาน นวัตกรรม Rice Noodles Sheet Separator ที่ช่วยป้องกันการติดของแผ่นก๋วยเตี๋ยว และนวัตกรรม Automation Cup Noodles ของโรงงานลำพูนที่มีการติดตั้งระบบ Automation ทั้งไลน์การผลิตรวมถึงกระบวนการจัดวางและเรียงพาเลทสินค้าที่มีความแม่นยำสูง ช่วยลดเวลาในการทำงาน
- พัฒนา IDA Platform ซึ่งเป็นระบบการวิเคราะห์ข้อมูลพลังงานในอุตสาหกรรม โดยติดตั้งที่ไลน์การผลิตเพื่อแสดงผลการใช้ข้อมูลพลังงานและไอน้ำ พร้อมมีโปรแกรมบริหารจัดการระบบงานวิจัย โปรแกรมส่งเสริมการทำงานของ R&D เพื่อลดความผิดพลาดและควบคุมเวลางานวิจัยได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงตั้งเป้าหมายการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2608 ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ เช่น ติดตั้ง Solar Rooftop การเปลี่ยน Air Compressor ให้มีประสิทธิภาพและบริหารจัดการของเสียให้ถูกต้องเพื่อลดการนำตะกอนไปฝังกลบ



THCOM

บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)

กลุ่มเทคโนโลยี หมวดเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

SET: Market Cap. สูงกว่า 10,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30,000 ล้านบาท

เชื่อมโยงพันธมิตรด้านเทคโนโลยี และต่อยอดธุรกิจดาวเทียมเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม

- กำหนดแผนงานเพื่อต่อยอดธุรกิจดาวเทียม โดยจัดตั้ง Growth Council เพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมภายในองค์กร และผลักดันธุรกิจด้าน Space Technology Business ผ่านเป้าหมายเฟส 1 ที่จะพัฒนา Space Service Platform แล้วผลักดันให้เกิดรายได้เพิ่ม อีกทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาและนำคนรุ่นใหม่เข้ามาในองค์กร การหาพันธมิตรด้านเทคโนโลยีอวกาศเพื่อนำองค์ความรู้เฉพาะมาปรับใช้
- ให้บริการดาวเทียมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยจะเพิ่มปริมาณดาวเทียมให้มากขึ้น และมีวิสัยทัศน์จะขยายไปสู่ดาวเทียมสำหรับการให้บริการเพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการสื่อสาร เช่น สถานีดาวเทียม ดาวเทียมเพื่อความมั่นคงสำหรับภาครัฐบาล โดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทั้งพันธมิตรในประเทศไทยและในต่างประเทศ ผ่าน Horizontal Integration (Satellite Operator) และ Vertical Integration (Launcher, Satellite Vendor, Tech Vendor, และ Service Provider) รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานกำกับดูแล
- บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกิจกรรมต่าง ๆ โดยนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ และปรับกระบวนการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพด้วยการเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดพลังงานทดแทนของเดิม
- สนับสนุนสังคมด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดาวเทียมมาช่วยทำให้พื้นที่ชุมชนห่างไกลสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ สร้างโอกาสการเรียนรู้ผ่านทางไกลให้แก่เยาวชนในโรงเรียนต่าง ๆ รวมถึงสนับสนุนการเข้าถึงบริการทางการแพทย์แบบระยะไกลผ่านทางออนไลน์ และช่วยบริหารจัดการป่าชุมชนผ่านภาพถ่ายดาวเทียม



TPBI

บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม หมวดบรจกภัณฑ์
SET: Market Cap. ไม่เกิน 3,000 ล้านบาท

ยึดหลัก Circular Economy และใช้เทคโนโลยีใหม่ เพื่อรองรับการผลิต Green Products ในอนาคต

- นำหลักการ Circular Economy มาประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจ โดยจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะด้าน Circular Economy Business Development ขึ้นมาดูแลเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแนวทางที่บริษัทกำหนด ตั้งแต่การตั้งเป้าหมายให้มีสินค้า Green Products เช่น Upcycling Products, Renewable Products ในกลุ่มธุรกิจให้ได้ 30% การพัฒนาเครื่องจักรให้สามารถใช้งานได้สอดคล้องกับการผลิตสินค้า และการมุ่งมั่นลดก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตให้ได้ 30%
- กำหนดเป้าหมายการเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2608 โดยเริ่มดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายบางส่วนแล้ว ตั้งแต่การนำแนวความคิดด้าน Green ไปอยู่ในขั้นตอนออกแบบและพัฒนานวัตกรรม จัดการด้านการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารพลังงานและน้ำ การซ่อมแซมและพัฒนาเครื่องจักร และการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อรองรับการผลิตสินค้าประเภท Green Products ในอนาคต การบริหารจัดการและแยกขยะอย่างถูกวิธี การนำวัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้เป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิต และสิ่งที่บริษัทกำลังดำเนินการอยู่คือการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และการรีไซเคิลในกระบวนการผลิตเพื่อนำขยะจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่
- ให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ผ่านโครงการ “วน” ที่รับพลาสติกยืดและพลาสติกฟิล์มนำกลับมารีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น กระถางต้นไม้ หินเทียม ผลิตภัณฑ์โต๊ะไม้เทียมจากพลาสติก หรือพาเลทที่ผลิตจาก PCR (Post Consumer Recycle) 100% โดยตั้งเป้าหมายระยะสั้นในการเพิ่มจำนวนจุดรับเศษพลาสติกและจำนวนขยะพลาสติก รวมถึงการสร้างความตระหนักรู้เรื่องการแปรรูปขยะพลาสติกยืดให้แก่ประชาชน ส่วนเป้าหมายระยะยาวเน้นเรื่องการทำให้เกิด Created Shared Value รวมถึงสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมจากการนำขยะพลาสติกไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อีกด้วย



WHAUP

บริษัท ดับบลิวเอชเอ ยูทิลิตี้ส์ แอนด์ พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มทรัพยากร หมวดพลังงานและสาธารณูปโภค

SET: Market Cap. สูงกว่า 10,000 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30,000 ล้านบาท

เดินหน้าสู่การเป็นผู้นำด้านสาธารณูปโภคและพลังงาน ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการสะอาดที่มี Value-added

- กำหนดวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำในเอเชีย ด้านธุรกิจสาธารณูปโภคและธุรกิจพลังงานอย่างครบวงจร ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี และความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม” ผ่านการดำเนินธุรกิจ 2 ด้านหลัก ได้แก่ 1) Utilities Business มุ่งการเติบโตไปพร้อมกับนิคมอุตสาหกรรม การนำนวัตกรรมมาใช้และให้บริการที่ตอบโจทย์ความยั่งยืนแก่ลูกค้า การคว้าโอกาสในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มี Value-added การนำจิตพิสัยมาใช้กับแพลตฟอร์มการบริหารจัดการน้ำ และเน้นการลงทุนในประเทศเวียดนาม และ 2) Power Business บริหารจัดการความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศ โดยขยายพอร์ตโฟลิโอในประเทศด้วยการลงทุนในพลังงานสะอาด การขยายตลาดพลังงานหมุนเวียนไปยังต่างประเทศ การซื้อขายแลกเปลี่ยนพลังงานสะอาด การซื้อขายคาร์บอน การผลิตพลังงานแบบเตอริ
- มุ่งสู่การเป็นองค์กร Net Zero ภายในปี 2593 ขยายพอร์ตโฟลิโอและหาโอกาสในธุรกิจพลังงานสะอาดด้วย Solar & Wind Farm หรือ Waste-to-Energy ทั้งในประเทศไทยและประเทศเวียดนาม รวมถึงหาแนวทางทำธุรกิจใหม่เพื่อเป็น New S-Curve ด้านพลังงาน เช่น Hydrogen และ Energy Storage System อีกทั้งใช้เทคโนโลยีมาเป็นตัวนำสำคัญในการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศให้สอดคล้องกับแนวทางของการดำเนินธุรกิจ
- นำหลักการ Circular Economy มาใช้จัดการของเสีย เช่น การเปลี่ยนขยะของเสียเป็นพลังงาน และพยายามลดการใช้พลาสติกในกระบวนการดำเนินงานทุกด้าน รวมถึงสนับสนุนชุมชนให้ตระหนักและร่วมกันจัดการขยะอย่างถูกวิธี หรือนำขยะไปแปรรูปเพื่อสร้างรายได้