



บริษัท ฟิลเตอร์ ویژัน จำกัด (มหาชน)



# SUSTAINABILITY REPORT 2019

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2562



## สารบัญ

1. สารจากประธานกรรมการบริหาร	03
2. วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ค่านิยม	04
3. CUSTOMER VALUE	05

4. รู้จัก FVC	06
4.1. สัดส่วนการถือหุ้น	07
4.2. สินค้าและบริการหลัก	09
4.3. การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ	11
4.4. โครงสร้างองค์กร	12
4.5. โครงสร้างกลุ่มธุรกิจ	13
4.6. โครงสร้างรายได้	14
4.7. ข้อมูลพนักงาน	15
4.8. การสนับสนุนกิจกรรมสมาคมบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	16

5. การกำกับดูแลกิจการ	17
6. จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	19
7. การบริหารความเสี่ยง	21

8. การพัฒนาสู่ความยั่งยืน	22
8.1. โครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน	22
8.2. กรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน	24
8.3. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน	25
8.4. ห่วงโซ่อุปทาน	25
8.5. กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	28
8.6. กระบวนการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย	28

9. การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	32
9.1. กระบวนการประเมิน (MATERIALITY PROCESS)	32
9.2. ประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืน	33
9.3. การบริหารจัดการประเด็นที่เป็นสาระสำคัญต่อ ความยั่งยืน (MANAGEMENT APPROACH)	34

10. การดำเนินงานสู่ความยั่งยืน	36
10.1 การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	36
10.2 การดำเนินงานด้านสังคม	36
10.3 การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	40

11. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	41
12. GRI INDEX	42



**สารประธานกรรมการบริหาร**

เรียน ท่านผู้มีส่วนได้เสียทุกท่าน

การพัฒนาองค์กรเป็นพลวัตรที่มีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่มีเป้าหมายสุดท้ายที่ชัดเจนว่าองค์กรแห่งนี้จะต้อง “เติบโตอย่างยั่งยืน” ซึ่ง บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ยังคงมุ่งมั่น ชัดเจนต่อคำมั่นสัญญาที่มีแก่ท่านเสมอมา

นับตั้งแต่ปี 2560 บริษัทฯ ได้กำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กรใหม่ เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของธุรกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อทั้งองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ต่อมาในปี 2561 บริษัทฯ ได้กำหนดแผนการพัฒนางานอย่างยั่งยืน โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง (Phase) ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการก้าวผ่านช่วงที่ 1 ช่วงของการสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ทั้งทั้งองค์กร การกำหนดโครงสร้างด้านการบริหารจัดการ (Management Structure) และการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Communication) เพื่อให้ทุกท่านทราบและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน

ปี 2562 ที่เพิ่งผ่านพ้นไปนี้ เป็นช่วงของการนำพันธสัญญาด้านความยั่งยืน (We Lift Your Life - เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ) ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่มุ่งเน้นเรื่องของการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development) เนื่องจากบุคลากรเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการส่งมอบบริการที่แตกต่าง (Smart Solutions) เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ที่ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานของ 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี 2) การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน 3) การปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน 4) การพัฒนาศักยภาพบุคลากร 5) การส่งเสริมวัฒนธรรมผลิตภัณฑ์และบริการ 6) การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน 7) การร่วมแบ่งปันผลประโยชน์กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรม และ 8) การปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร

สุดท้ายนี้ สิ่งที่ผมยึดมั่นเสมอมาคือ มนุษย์ทุกคนพึงสร้างคุณค่าเพื่อฝากเป็นตำนานไว้ให้แก่คนรุ่นต่อไปก่อนจากลา ซึ่งผมหวังว่าทุกท่านจะร่วมมือกันพัฒนางานแห่งนี้ให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อส่งมอบอนาคตที่ดีให้กับลูกหลานของพวกเรา

ด้วยรักและผูกพันตลอดไป

ดร.วีรุต เทษเกษม  
ประธานกรรมการบริหาร

## 2. วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ค่านิยม

### วิสัยทัศน์ Vision

เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ

We lift your life.

เป็นหัวใจของการทำงานที่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับต่างยึดมั่นที่จะส่งเสริมคุณภาพชีวิตของลูกค้า ผู้บริโภค (End User) ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่นให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

### พันธกิจ Mission

Human Touch, Expertise and Innovation

มุ่งสร้างสรรคบริการและผลิตภัณฑ์ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต ด้วยบุคลากรที่เอาใจใส่และเชี่ยวชาญ

มุ่งเน้นที่จะคิดสรรและพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสีย

Collaborative Sharing for Sustainable Development

ร่วมแรงและแบ่งปัน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืน

จัดกิจกรรมและสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรธุรกิจรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของตน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

Integrated Financial & Non-financial Benefits

บูรณาการผลประโยชน์ทั้งทางการเงินและมิใช่การเงินให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม โดยไม่มุ่งหวังแต่เพียงการแสวงหากำไรทางธุรกิจอย่างเดียว

### ค่านิยมองค์กร Core Values

F - Fulfillment

เติมเต็มคุณภาพชีวิต ส่งมอบสินค้าและบริการที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี

V - Visionary

มุ่งอนาคตที่สดใสและยั่งยืน ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์

C - Care

ใส่ใจให้บริการ บริการด้วยใจของผู้ให้

L - Lift

ยกระดับงานด้วยนวัตกรรม พัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อเนื่องเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

I - Integration

บูรณาการประสานผลประโยชน์ คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

F - Faithful

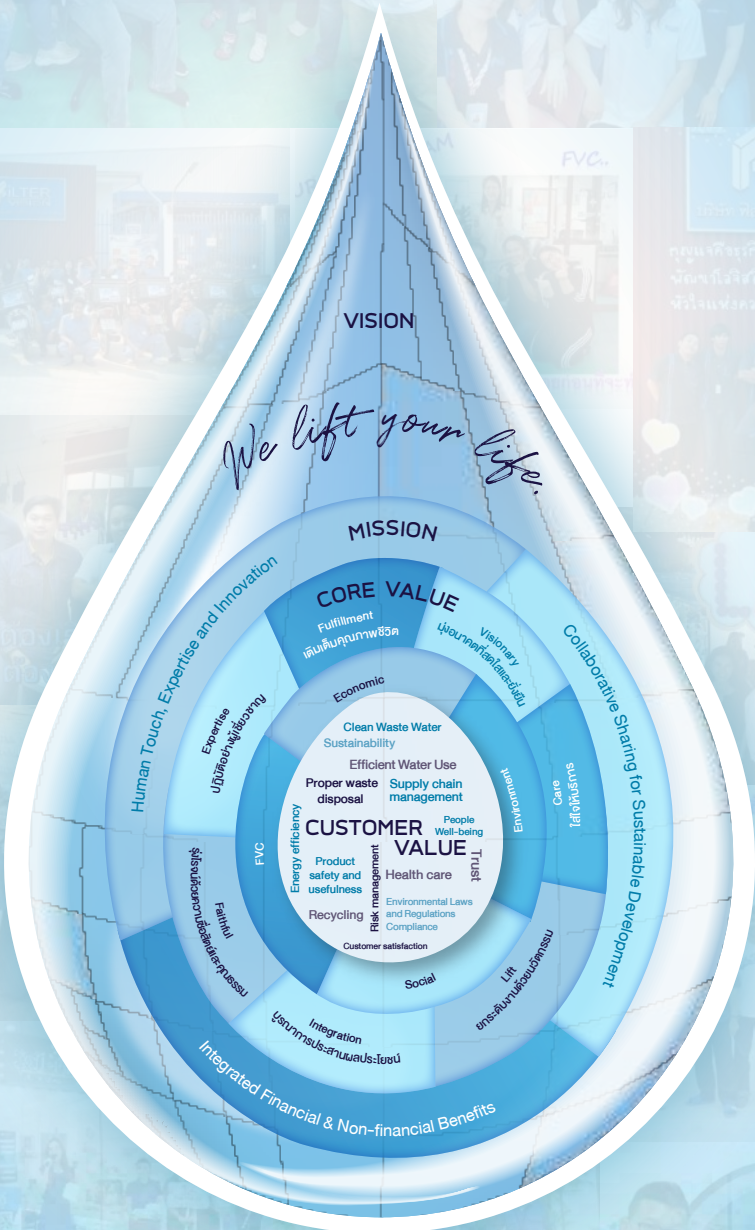
รุ่งโรจน์ด้วยความซื่อสัตย์และคุณธรรม ปฏิบัติหน้าที่โดยยึดมั่นในความซื่อสัตย์และคุณธรรม

E - Expertise

ปฏิบัติอย่างผู้เชี่ยวชาญ พัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากรให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมืออาชีพ



### 3. CUSTOMER VALUE



## 4. รู้จัก FVC

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2538 เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์บำบัดน้ำให้กับบริษัทให้กับโรงงานอุตสาหกรรมและผู้ผลิตสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค ต่อมาได้ขยายธุรกิจไปสู่กลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย และด้วยมุ่งหวังให้ธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ตัดสินใจเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในปี 2556 จากนั้นได้เข้าสู่ธุรกิจบริการทางการแพทย์ในปี 2558 โดยการก่อตั้งบริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม และบริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด ดำเนินธุรกิจนำเข้า จำหน่าย และให้เช่าเวชภัณฑ์ อุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องใช้ทางการแพทย์ รวมถึงจำหน่ายและติดตั้งอุปกรณ์ก่อนรับส่งสิ่งส่งตรวจทางการแพทย์ และในปี 2561 บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัท โฮ เอลส์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด เพื่อเข้าซื้อแฟรนไชส์ของวุฒิศักดิ์ คลินิก เพื่อเปิดให้บริการคลินิกเพื่อสุขภาพและความงาม

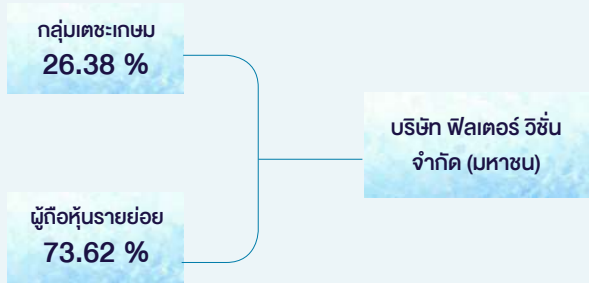
ปัจจุบันบริษัทฯ และบริษัทย่อยประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ (Water Treatment System) และธุรกิจบริการทางการแพทย์ที่ให้ความสำคัญต่อสุขอนามัยเป็นพิเศษ (Hygienic) ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจบริการทางการแพทย์ด้านศูนย์ไตเทียม และคลินิกเวชกรรมเพื่อสุขภาพและความงามภายใต้ตราผลิตภัณฑ์และบริการ (วุฒิศักดิ์ คลินิก)

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

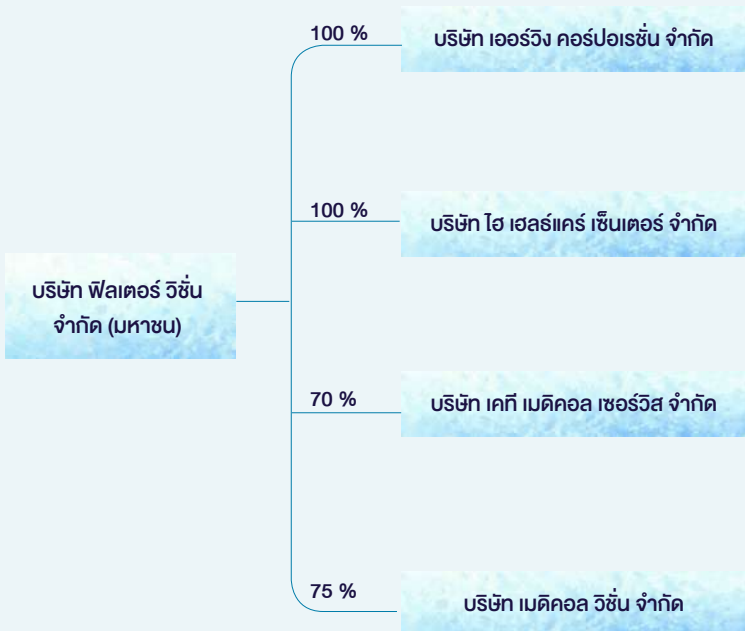




#### 4.1 สัดส่วนการถือหุ้นบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)



#### การถือหุ้นในบริษัทย่อย



บริษัทฯ มีสำนักงานสาขา จำนวน 3 แห่ง ศูนย์บริการทางด้านเทคนิค จำนวน 6 แห่ง และบริษัทย่อย จำนวน 6 บริษัท

- สำนักงานสาขา**
1. เลขที่ 440/8 440/9 หมู่ที่ 10 ตำบลท่าพระ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
  2. เลขที่ 67 หมู่ที่ 15 ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน
  3. เลขที่ 51/8 51/9 ถนนไทยราษฎร์ แขวงสามวาตะวันตก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร

#### ศูนย์บริการทางเทคนิค

- |                   |                       |                                |             |
|-------------------|-----------------------|--------------------------------|-------------|
| 1. กรุงเทพมหานคร  | ภาคกลาง               | 4. จังหวัดชลบุรี               | ภาคตะวันออก |
| 2. จังหวัดขอนแก่น | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 5. จังหวัดภูเก็ต               | ภาคใต้      |
| 3. จังหวัดลำพูน   | ภาคเหนือ              | 6. จังหวัดสุราษฎร์ธานี (สนุ่ย) | ภาคใต้      |

#### บริษัทย่อย

1. **บริษัท เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (IRV)** ก่อตั้งเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2534 สำนักงานใหญ่ เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

##### สำนักงานสาขา จำนวน 3 แห่ง

- 1) เลขที่ 67 หมู่ที่ 15 ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน
- 2) เลขที่ 440/8 - 440/9 ตำบลท่าพระ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
- 3) เลขที่ 290/1 ถนนเจริญพัฒนา แขวงบางชัน เขตคลองสามวา จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. **บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด (KTMS)** ก่อตั้งเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2558 สำนักงานใหญ่ เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

##### สำนักงานสาขา จำนวน 8 แห่ง

- 1) คลินิกเฉพาะทางด้านเวชกรรมอายุรศาสตร์โรคไต เคที เมดิคอล เซอร์วิส (พัฒนาการ) เลขที่ 343, 345, 347 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
- 2) หน่วยไตเทียม โรงพยาบาลศรีสะเกษ เลขที่ 859 อาคาร 12 ชั้น 2 ถนนกสิกรรม ตำบลเมืองใต้ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ
- 3) คลินิกเฉพาะทางด้านเวชกรรมอายุรศาสตร์โรคไต เคที เมดิคอล เซอร์วิส (ตาก) เลขที่ 160/26 ถนนมหาดไทย บำรุง ตำบลระแหง อำเภอเมืองตาก จังหวัดตาก
- 4) คลินิกเฉพาะทางด้านเวชกรรมอายุรศาสตร์โรคไต เคที เมดิคอล เซอร์วิส (เชียงใหม่) เลขที่ 44/26 หมู่ที่ 5 ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
- 5) หน่วยไตเทียม โรงพยาบาลประจวบคีรีขันธ์ เลขที่ 237 ถนนพิทักษ์ชาติ ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 6) หน่วยไตเทียม โรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา เลขที่ 182 หมู่ที่ 15 ถนนศรีสะเกษ-กันทรลักษณ์ ตำบลศรีแก้ว อำเภอศรีตึ้นะ จังหวัดศรีสะเกษ
- 7) หน่วยไตเทียม โรงพยาบาลบางน้ำเปรี้ยว เลขที่ 100 หมู่ที่ 2 ตำบลหมอนทอง อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 8) หน่วยไตเทียม โรงพยาบาลเวมราชู เลขที่ 135 ถนนอรุณประเสริฐ ตำบลเวมราชู อำเภอเวมราชู จังหวัดอุบลราชธานี

3. **บริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด (MV)** ก่อตั้งเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2558 สำนักงานใหญ่ เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

4. **บริษัท โฮ เอลท์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด (HHC)** ก่อตั้งเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2560 สำนักงานใหญ่ เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510

## 4.2 สินค้าและบริการหลัก

บริษัทฯ และบริษัทย่อยประกอบธุรกิจหลัก 2 สายธุรกิจ คือ สายธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มและสายธุรกิจบริการทางการแพทย์ โดยแบ่งสายธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการด้านระบบน้ำ (Industrial and OEM) “B1” และกลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย (Commercial and Residential) “B2”

### สายธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม : บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)

พื้นที่การตลาด	<b>กลุ่มธุรกิจ B1 :</b> <b>กลุ่มอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการด้านระบบน้ำ (Industrial and Original Equipment Manufacturer “OEM”)</b> นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ ออกแบบประกอบ และติดตั้งระบบบำบัดน้ำ ปรับปรุง ซ่อมแซม และบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ ของระบบบำบัดน้ำ ทั้งระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์และระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจุบันปรับกลยุทธ์การตลาดเข้าสู่งานโครงการขนาดกลางและขนาดใหญ่	
	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	ทุกจังหวัดในประเทศไทย	สปป.ลาว / เมียนมาร์
พื้นที่การตลาด	<b>กลุ่มธุรกิจ B2 :</b> <b>กลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย (Commercial and Residential)</b> นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ ออกแบบ ประกอบ และติดตั้งระบบบำบัดน้ำ ปรับปรุง ซ่อมแซม และบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง สำหรับลูกค้ากลุ่มธุรกิจร้านอาหาร เครื่องดื่มและที่พักอาศัย รวมถึงจำหน่ายและบำรุงรักษาอุปกรณ์อาหาร (Food Equipment (เช่น ตู้นึ่งซาลาเปา (Bun Steamer) เครื่องผลิตน้ำแข็ง (Ice Making Machine) เครื่องจ่ายน้ำหวาน (Fountain Drinks Dispenser) ให้กับร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารจานด่วน ปัจจุบันขยายตลาดไปกลุ่มธุรกิจโรงแรม และเพื่อให้สามารถบริการแก่ลูกค้าที่มีอยู่ทั่วประเทศได้ B2 มีหน่วยบริการทางเทคนิค จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล จ.ขอนแก่น จ.ลำพูน จ.ชลบุรี จ.สุราษฎร์ธานี(สุญ) และ จ.ภูเก็ต	
	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	ทุกจังหวัดในประเทศไทย	กัมพูชา / ลาว / เมียนมาร์ / เวียดนาม / สิงคโปร์ / มาเลเซีย / ฟิลิปปินส์ / บังกลาเทศ / อินเดีย / ศรีลังกา

สายธุรกิจบริการทางการแพทย์ :

<p><b>กลุ่มธุรกิจ B3 : กลุ่มธุรกิจบริการทางการแพทย์ (Medical Service)</b>  <b>บริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด</b>  นำเข้า จำหน่าย และให้เช่าเวชภัณฑ์ อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องใช้ทางการแพทย์  นำเข้า จำหน่าย และติดตั้งอุปกรณ์ที่อ้อมรับส่งตรงทางการแพทย์</p>		
พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	ทุกจังหวัดในประเทศ	ไม่มี
<p><b>บริษัท เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด</b>  ออกแบบและติดตั้งระบบผลิตน้ำบริสุทธิ์สำหรับการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม,  ตกแต่งหน่วย/ศูนย์ไตเทียม, ผลิตและจัดจำหน่ายน้ำยาไตเทียม</p>		
พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	ทุกจังหวัดในประเทศ	ไม่มี
<p><b>บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด</b>  เป็นสถานพยาบาล/หน่วยไตเทียม (Hemodialysis Center) ให้บริการฟอกเลือด  ด้วยเครื่องไตเทียม ปี 2562 มีหน่วยไตเทียมรวม 8 แห่ง</p>		
พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	กรุงเทพมหานคร / ประจวบคีรีขันธ์ / ศรีสะเกษ / อุบลราชธานี / เชียงใหม่ / ตาก / ฉะเชิงเทรา	ไม่มี
<p><b>บริษัท ไฮ เฮลท์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด</b>  ให้บริการให้คำปรึกษาและตรวจรักษาปัญหาด้านผิวพรรณ สุนัข และ  ความงามอย่างครบวงจรรวมถึงการจำหน่ายเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม  และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ “วุฒิสักดิ์ คลินิก” ซึ่งบริหารงานโดย  บริษัท ไฮ เฮลท์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด</p>		
พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	เปิดให้บริการ 13 สาขาในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออก และ ภาคตะวันตก	ไม่มี

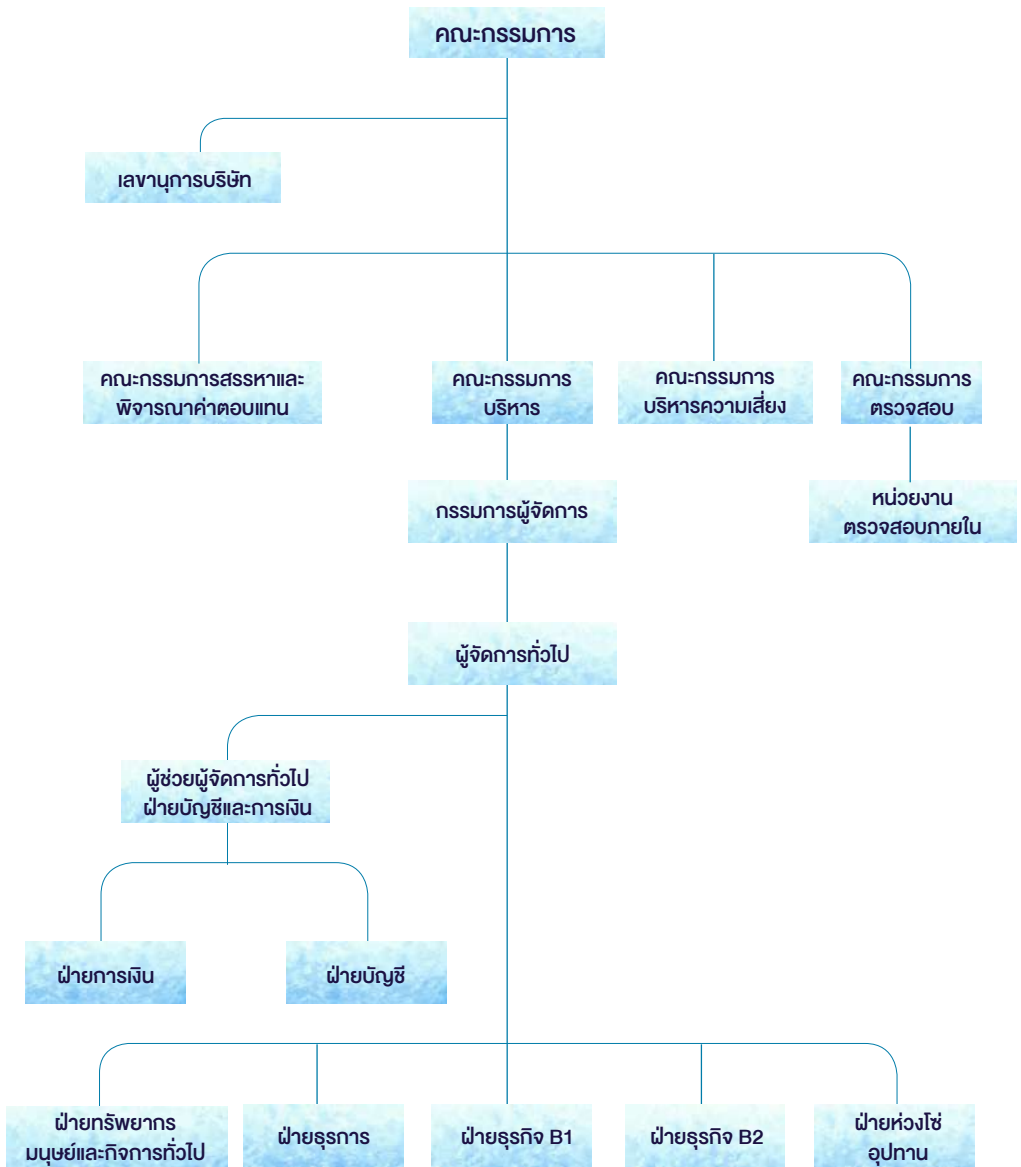
#### 4.3 การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ปี 2562 คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาปรับปรุงจรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจ รวมถึงประเด็นความยั่งยืนขององค์กร ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน คู่ค้า ลูกค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่น และให้พนักงานทุกระดับถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากนี้ ในเดือนพฤษภาคม 2562 บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด (KTMS) ได้เปิดคลินิกเวชกรรม เฉพาะทางไตเทียมที่จังหวัดตาก และเปิดหน่วยไตเทียมเพิ่มอีก 1 แห่งที่โรงพยาบาลบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา ในเดือนธันวาคม 2562 อย่างไรก็ดีจากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจประกอบกับสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อม ทางธุรกิจด้านผิวพรรณและความงาม บริษัท ไฮ เอลส์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ได้ปิดตัวธุรกิจ คลินิก จำนวน 8 สาขา ที่มีผลขาดทุนสะสม ได้แก่ (1) สาขาอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ (2) สาขาบิกซ์ มหาชัย (3) สาขาบิกซ์ ราชดำริ (4) สาขาเอสโกโลตัส บ่อวิน (5) สาขาเอสโกโลตัส บ้านโป่ง (6) สาขาเอสโกโลตัส บ้านฉาง (7) สาขาเอสโกโลตัส ปราจีนบุรี และ (8) สาขาเอสโกโลตัส อมตะนคร



#### 4.4 โครงสร้างองค์กร





#### 4.5 โครงสร้างกลุ่มธุรกิจ

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย	
สายธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	
กลุ่มธุรกิจ B1 (FVC)	กลุ่มธุรกิจ B2 (FVC)
<p>กลุ่มอุตสาหกรรมและ ผู้ประกอบการด้านระบบน้ำ (OEM)</p> <p>ออกแบบ และติดตั้งระบบผลิตน้ำ ประปา น้ำบริสุทธิ์ และบำบัดน้ำเสีย สำหรับอุตสาหกรรมและเครื่องดื่ม และ งานกันตกรม</p>	<p>กลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์ และที่พักอาศัย</p> <p>ออกแบบ และติดตั้งระบบผลิตน้ำบริสุทธิ์ และจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องครัว สำหรับ ร้านสะดวกซื้อร้านกาแฟและร้านอาหาร จานด่วน</p>
สายธุรกิจบริการทางการแพทย์	
กลุ่มธุรกิจ B3 (บริษัทย่อย : IRV/MV/KTMS/HHC)	
<p>บจก. เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น (IRV)</p> <p>ออกแบบและติดตั้งระบบน้ำ และ ตกแต่งศูนย์ไตเทียม ผลิตและ จำหน่ายยาไตเทียม</p>	<p>บจก. เมดิคอล วิชั่น (MV)</p> <p>นำเข้าจำหน่ายและติดตั้งอุปกรณ์ท่อ ลมรับส่งส่งตรวจทางการแพทย์</p>
<p>บจก.ไฮ เฮลธ์แคร์ เซ็นเตอร์ (HHC)</p> <p>ธุรกิจบริการทางผิวหนังและความงาม วุฒิสักดิ์ คลินิก</p>	<p>บจก. เคที เมดิคอล เซอร์วิส (KTMS)</p> <p>ธุรกิจบริการฟอกเลือดด้วยเครื่อง ไตเทียม</p>

## 4.6 โครงสร้างรายได้

ปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวม 817.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 160.85 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 24.49 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของรายได้ในกลุ่มธุรกิจ B1 มากที่สุด 118.22 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 117.62 ส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากกลุ่มธุรกิจ B1 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 15.31 ในปี 2561 เป็นร้อยละ 26.75 ในปี 2562 ขณะที่สัดส่วนรายได้ของกลุ่มธุรกิจ B2 ลดลงจากร้อยละ 38.90 ในปี 2561 เป็นร้อยละ 35.31 ในปี 2562 และกลุ่มธุรกิจ B3 ลดลงจากร้อยละ 45.79 ในปี 2561 เป็นร้อยละ 37.94 ในปี 2562

รายได้ ตามกลุ่มธุรกิจ	สำหรับงวด 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม				เพิ่ม/ลด (ล้านบาท)	%
	ปี 2562		ปี 2561			
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน		
กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการด้าน ระบบน้ำ (B1)	218.73	26.75%	100.51	15.31%	118.22	117.62
กลุ่มธุรกิจพาณิชย์และ ที่พักอาศัย (B2)	288.67	35.31%	255.47	38.90%	33.20	13.00
กลุ่มธุรกิจบริการ ทางการแพทย์ (B3)	310.16	37.94%	300.73	45.79%	9.43	3.14
รวม	817.56	100.00%	656.71	100.00%	160.85	24.49

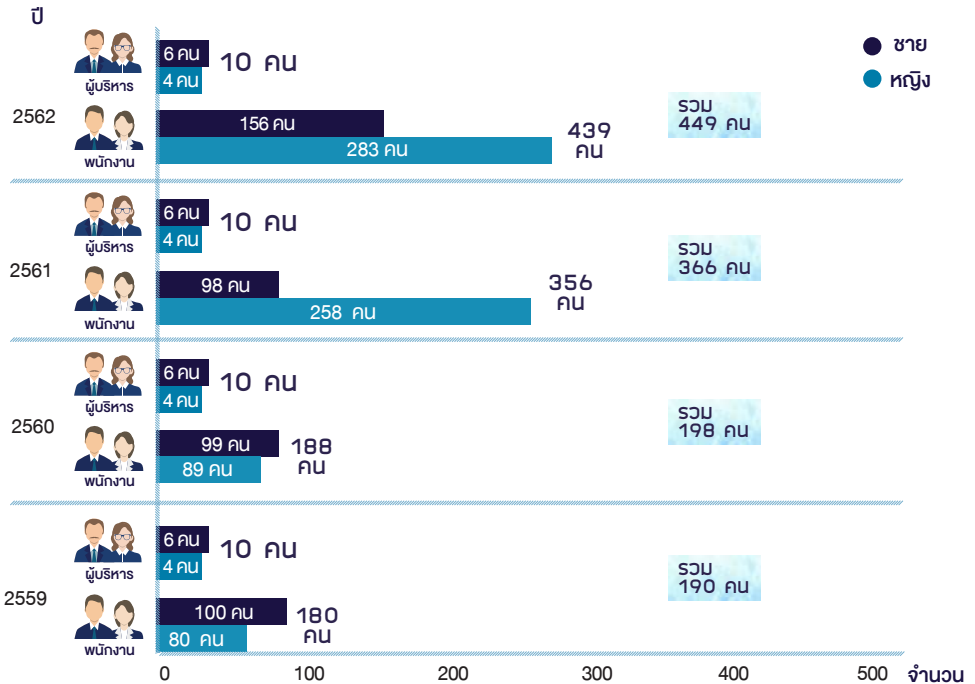
ทั้งนี้ รายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มธุรกิจ B1 เป็นผลจากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจ โดยการขยายตลาดไปยังกลุ่มงานโครงการขนาดกลางและขนาดใหญ่เพิ่มขึ้น ประกอบกับศักยภาพของผู้บริหารและพนักงานในการจัดหาสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดี จึงมีงานโครงการเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ทั้งงานติดตั้งระบบบำบัดน้ำดื่มและน้ำเสียในโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดใหญ่

อย่างไรก็ดี ปี 2562 กลุ่มธุรกิจ B3 มีรายได้เพิ่มขึ้น 9.43 ล้านบาท เนื่องจากแผนการลงทุนขยายสาขาของ KTMS ไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จได้ในปี 2562 และต้องเลื่อนมาเปิดในไตรมาสแรกของปี 2563 ส่วน HHC ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจอย่างชัดเจน ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจตามสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ด้วยการปิดสาขาภูมิศักดิ์ที่มีผลขาดทุนสะสม จำนวน 8 สาขา นอกจากนี้เพื่อเป็นการลดต้นทุน บริษัทฯ ได้ปรับลดพื้นที่สาขาบางแห่งเพื่อลดค่าเช่า รวมถึงการลดต้นทุนขายและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งคาดว่า ปี 2563 ผลประกอบการของ HHC จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น

## 4.7 ข้อมูลพนักงาน

ปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีพนักงานรวม 449 คน เพิ่มขึ้น 83 คน ตามแผนการขยายธุรกิจ และโดยส่วนใหญ่มีอายุงานเฉลี่ย 0-3 ปี เพราะเป็นการรับพนักงานใหม่เพื่อรองรับการเปิดศูนย์โตเกียวแห่งใหม่ และการขยายทีมให้บริการลูกค้าให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น

จำนวนผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ปี 2559 - 2562 จำแนกตามเพศ



จำนวนพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ปี 2559-2562 จำแนกตามอายุงาน

	0-3 ปี	3-5 ปี	5-7 ปี	7-10 ปี	10-15 ปี	15 ปีขึ้นไป	รวม
2562	350	37	24	10	12	16	449
2561	310	15	11	7	15	8	366
2560	152	14	3	9	14	6	198
2559	136	14	9	8	19	4	190

#### 4.8 การสนับสนุนกิจกรรมของสมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (maiA)

นับแต่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในปี 2556 บริษัทฯ ได้เข้าเป็นสมาชิกสมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของสมาคมฯ ด้วยดี



“20 ปี mai เติบโต ด้วยกัน สร้างสรรค์ ยิ่งยืน”



#### maiA VirtualRun for สภากาชาดไทย

4 ธันวาคม 2562 สมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (maiA) ได้มอบเงินบริจาคจากกิจกรรม maiA Virtual Run เพื่อบำรุงสภากาชาดไทย จำนวน 1,000,000 บาท โดยบริษัทฯ ได้ส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมบริจาคผ่านการวิ่ง บริษัทฯ บริจาคเงินตามจำนวนระยะทางที่พนักงานวิ่งได้ 10 บาทต่อกิโลเมตร ได้ทั้งสุขภาพ และได้บุญไปพร้อมกัน หลายคนทำให้เราคาดไม่ถึง ด้วยการวิ่งต่อวันมากกว่า 30 กิโลเมตร ยอดมนุษย์!!!! ทุกคนสนุกไปด้วยกัน แล้วยิ่งแบ่งกันว่า ใครจะวิ่งได้ระยะทางสูงที่สุด



## 5. การกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ปี 2561 คณะกรรมการได้พิจารณาปรับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายระยะยาวขององค์กร และใช้ในการสื่อสารกับพนักงานที่จะร่วมเป็นกำลังในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่วิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังได้ อีกทั้งเพื่อสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียอื่นทราบถึงบทบาทและการมีส่วนร่วมผลักดันองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้ ตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ของสำนักงานคณะกรรมการหลักธรรมาภิบาลและตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการด้านความยั่งยืนไว้ ดังนี้

- 1) กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และแผนงานหลักในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน รวมถึงดูแลให้มีการทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- 2) กำกับดูแลและติดตามการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ แผนงาน และงบประมาณของบริษัทฯ รวมถึงนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
- 3) จัดให้มีการบริหารความเสี่ยง กำหนดนโยบายและกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ และบริษัทย่อยให้อยู่ในระดับที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ
- 4) ติดตามและดูแลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปเพื่อประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทฯ ผู้ถือหุ้นทุกราย ทั้งผู้ถือหุ้นรายใหญ่ รายย่อย และผู้ถือหุ้นสถาบัน ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่น ได้แก่ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงดูแลให้ได้รับสิทธิตามที่กฎหมายกำหนด
- 5) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีตลอดห่วงโซ่ธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ด้วยการพัฒนาความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะของพนักงานทุกระดับให้มีศักยภาพสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิสัยทัศน์องค์กร
- 6) ส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกพนักงานทุกระดับให้มีคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด รวมถึงไม่ใช้ประโยชน์อันมิควรในทรัพย์สิน ข้อมูล และโอกาสของบริษัทฯ

## โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการด้านความยั่งยืน





## 6. จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

ปี 2562 คณะกรรมการได้พิจารณาปรับปรุงจรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conducts) เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส เป็นธรรมตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพื่อบรรลุเป้าหมายที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียตามวิสัยทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ” ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้รับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยมีแนวทางปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ ดังนี้

- 1) ศึกษา ทบทวน และปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายการกำกับดูแลกิจการ
- 2) ผู้บังคับบัญชาทุกระดับต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีและดูแลให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงให้คำแนะนำหรือคำปรึกษากรณีผู้ใต้บังคับบัญชามีข้อสงสัย
- 3) กรณีไม่แน่ใจว่า การกระทำใดจะขัดต่อจรรยาบรรณและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานให้พิจารณาว่า
  - 💧 การกระทำนั้นขัดต่อกฎหมาย ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีหรือไม่
  - 💧 การกระทำนั้นขัดต่อนโยบาย ค่านิยมองค์กร นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และระเบียบปฏิบัติใดของบริษัทหรือไม่
  - 💧 การกระทำนั้นส่งผลเสียต่อผู้มีส่วนได้เสียและภาพลักษณ์ของบริษัทหรือไม่

หากการกระทำนั้นขัดหรือส่งผลเสียต่อสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นให้ยุติการกระทำ หรือสอบถามฝ่ายกฎหมายและกิจการทั่วไป หรือเลขาธิการบริษัท

#### ต่อบริษัท

- 🔹 นโยบายการบันทึก การรายงาน และการเก็บรักษาข้อมูล
- 🔹 นโยบายการซื้อขายหลักทรัพย์ และการใช้ข้อมูลภายใน
- 🔹 นโยบายการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายใน
- 🔹 นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- 🔹 นโยบายการรับและให้ของขวัญ การรับรอง หรือประโยชน์อื่น
- 🔹 นโยบายการปฏิบัติต่อทรัพย์สิน

#### ต่อเศรษฐกิจ

- 🔹 นโยบายด้านภาษี
- 🔹 นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
- 🔹 นโยบายป้องกันการฟอกเงิน
- 🔹 นโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญา
- 🔹 นโยบายการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น / นักลงทุน
- 🔹 นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า
- 🔹 นโยบายการปฏิบัติต่อเจ้าหนี้
- 🔹 นโยบายการปฏิบัติต่อคู่แข่ง
- 🔹 นโยบายการจัดซื้อ/จัดจ้าง
- 🔹 นโยบายการปฏิบัติต่อคู่ค้า

#### ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- 🔹 นโยบายการมีส่วนร่วมทางภาษี
- 🔹 นโยบายการปฏิบัติต่อนักงาน
- 🔹 นโยบายด้านสิทธิมนุษยชาติ
- 🔹 นโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
- 🔹 นโยบายการปฏิบัติต่อชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อม

## 7. กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัทให้ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงและกรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ดูแลให้มีการประเมิน วิเคราะห์ และทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงกำกับดูแลและติดตามผลการปฏิบัติตามกรอบการบริหารของฝ่ายจัดการ และจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และเปิดเผยในรายงานประจำปี ปี 2562 มีความเสี่ยงด้านความยั่งยืน ดังนี้

### 7.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

**ความเสี่ยงจากรายได้ไม่สมดุลระหว่างกลุ่มธุรกิจ** จากโครงสร้างรายได้ของกลุ่มธุรกิจ พบว่า ปี 2562 สัดส่วนรายได้ระหว่างกลุ่มธุรกิจใกล้เคียงกันมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มธุรกิจ B3 มีสัดส่วนรายได้เท่ากับร้อยละ 37.94 ในปี 2562 ลดจากร้อยละ 45.79 ในปี 2561 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ในกลุ่มธุรกิจ B1 จำนวน 118.22 ล้านบาท จาก 100.51 ล้านบาท ในปี 2561 ทำให้สัดส่วนรายได้ของกลุ่มธุรกิจ B1 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 15.31 เป็นร้อยละ 26.75 ขณะที่กลุ่มธุรกิจ B2 มีสัดส่วนรายได้ลดลงจากร้อยละ 38.90 เป็นร้อยละ 35.31 ปี 2562 สัดส่วนรายได้ระหว่างกลุ่มธุรกิจที่ใกล้เคียงกันสะท้อนให้เห็นถึงผลของการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

**ความเสี่ยงจากการขยายการลงทุนไปสู่ธุรกิจใหม่** โดยมุ่งเน้นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโต บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัทย่อยเพื่อดำเนินธุรกิจบริการทางการแพทย์ โดยการเปิดให้บริการศูนย์ไตเทียม ปัจจุบันมีศูนย์ไตเทียมเปิดให้บริการรวม 8 แห่ง และมีแผนที่จะเปิดศูนย์ไตเทียมเพิ่มในปี 2563 ไม่ต่ำกว่า 5 แห่ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เข้าซื้อแฟรนไชส์คลินิกคลินิค เพื่อเปิดให้บริการคลินิกเพื่อสุขภาพและความงาม แม้จะไม่มีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจนี้มาก่อน แต่ด้วยเป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตสูง บริษัทฯ จึงได้พิจารณาขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจสู่ธุรกิจบริการทางการแพทย์

### 7.2 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)

**ความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรบุคคล** บริษัทฯ มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลอันเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ดังนั้นจึงต้องสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติความรู้ และความสามารถที่จำเป็นต่อตำแหน่งงาน จัดให้มีการพัฒนาและฝึกอบรมอยู่เสมอ พร้อมเปิดโอกาสให้เรียนรู้จากการทำงานจริง เพื่อให้สามารถรองรับแผนการเติบโตและขยายธุรกิจในอนาคตได้

**ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** จากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทในการทำงาน และอำนวยความสะดวกให้การปฏิบัติงานในส่วนงานต่างๆ ถูกต้องและรวดเร็วมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่ข้อมูลต่างๆ ถูกจัดเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้บริษัทฯ ต้องดูแลและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นกับระบบฐานข้อมูล รวมถึงพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นด้วย เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง และมีความพร้อมสำหรับการใช้งาน กรณีเกิดสถานการณ์ความไม่แน่นอนและ/หรือพิบัติภัยต่างๆ

### 7.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

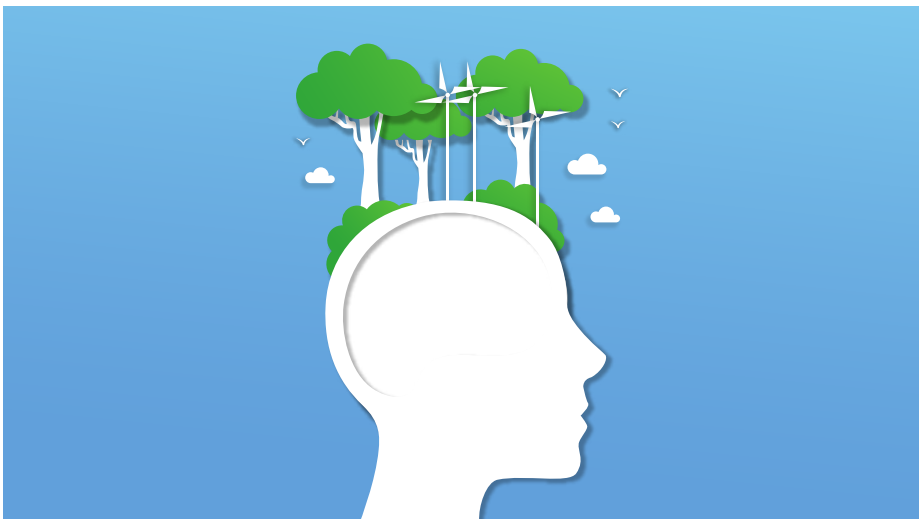
ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินและต้นทุนทางการเงิน จากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกในช่วงที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของไทยทั้งด้านการค้า การลงทุน และการเงิน บริษัทฯ จึงต้องติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดเงินและตลาดทุนอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจว่า จะสามารถวางแผนการเงินล่วงหน้า สำหรับการจัดหาเงินทุนให้เพียงพอและทันเวลาตามความต้องการใช้เงิน รวมถึงการมองหาทางเลือกในการจัดหาเงินทุนรูปแบบอื่น เพื่อให้มีต้นทุนทางการเงินและความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม

## 8. การพัฒนาสู่ความยั่งยืน

ด้วยเป้าหมายที่จะพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืนปี 2561 คณะกรรมการบริษัทได้ปรับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กรใหม่ หลังจากนั้นบริษัทฯ และบริษัทย่อยได้สื่อสารให้พนักงานทุกระดับและผู้มีส่วนได้เสียทราบเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการความยั่งยืน ตลอดจนแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ และบริษัทย่อยจะสามารถบรรลุพันธะสัญญาด้านความยั่งยืนที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ได้

### 8.1 โครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน

ปี 2562 บริษัทฯ ยังดำเนินการตามแผนงานการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน ปี 2561 – 2563 เพื่อเป้าหมายที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ” โดยการบูรณาการแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยจัดให้มีการฝึกอบรมพัฒนากิจกรรมการแปลงพันธสัญญา เป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนไปเป็นแผนปฏิบัติการของแต่ละหน่วยงาน



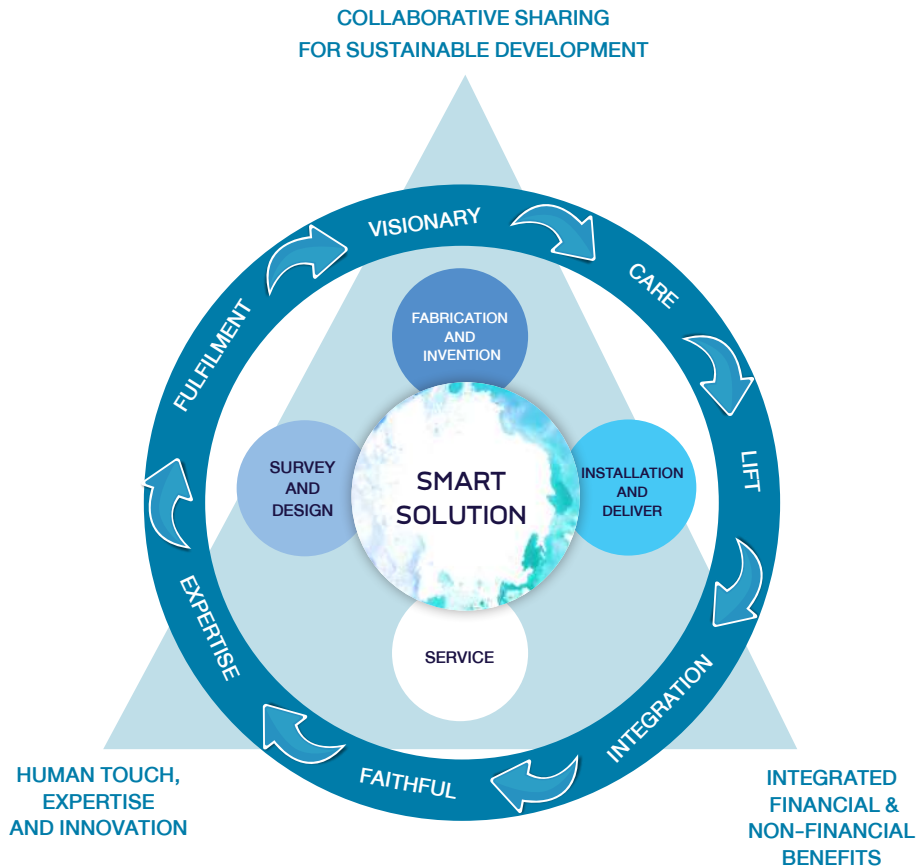
แผนงานโครงการพัฒนางองค์กรที่ยั่งยืน

ปี 2561	Phase I : Aware & Prepare
วัตถุประสงค์	<p>เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรในระยะกลางและระยะยาว และเป็นการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทราบและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้ในที่สุด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดพันธสัญญาด้านความยั่งยืน (Sustainability Development Proposition)</li> <li>การทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมของบริษัทฯ</li> <li>กำหนดนโยบายด้านความยั่งยืน (Sustainable Development Policy)</li> <li>กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Development Framework)</li> <li>กำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน (Sustainable Development Strategy)</li> </ul>
ปี 2562	Phase II : Call up & Roll Out
วัตถุประสงค์	<p>เพื่อสื่อสารให้บุคลากรในองค์กรทราบพันธสัญญาด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และร่วมเป็นแรงผลักดัน และมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดแนวทางการสื่อสารกับพนักงาน และการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ และบริษัทย่อย</li> <li>การฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับเกี่ยวกับการบริหารจัดการความยั่งยืน เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท</li> <li>การฝึกอบรมพัฒนากิจกรรมแปลงพันธสัญญา เป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนไปเป็นแผนปฏิบัติการ</li> <li>จัดตั้งคณะทำงานเพื่ออำนวยความสะดวก การติดตาม และตรวจสอบการนำเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนไปปฏิบัติของหน่วยงานต่างๆ</li> </ul>
ปี 2563	Phase III : Check & Change
วัตถุประสงค์	<p>เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ จะสามารถบรรลุพันธสัญญาด้านความยั่งยืนที่คณะกรรมการกำหนดไว้ได้ จึงเห็นควรจัดการอบรมและกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร รวมถึงประเมินและตรวจสอบการปฏิบัติงานอยู่เสมอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจของคณะทำงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเกี่ยวกับการวัด วิเคราะห์ และประเมินผลการบูรณาการแนวคิด เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน</li> <li>จัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน</li> <li>กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายในงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายระดับองค์กร</li> <li>กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินความเหมาะสมของแนวปฏิบัติ และกิจกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของแต่ละหน่วยงาน</li> </ul>

## 8.2 กรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

จากเป้าหมายที่จะพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนและบรรลุตามวิสัยทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ” บริษัทฯ จึงได้จัดทำโครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนและบูรณาการแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย โดยให้ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานของ

- 1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 2) การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
- 3) การปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน
- 4) การพัฒนาศักยภาพบุคลากร
- 5) การส่งเสริมวัฒนธรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
- 6) การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- 7) การร่วมแบ่งปันผลประโยชน์กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรม
- 8) การปฏิบัติตามค่านิยมองค์กร



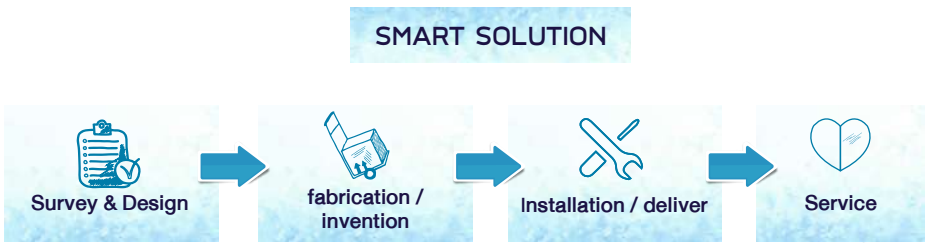


8.3 กลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

2561	2562	2563
We Lift Our People Life	We Lift Our Customers Life	We Lift Our Partners Life
ทุนมนุษย์ (Human Capital) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจและสร้างมูลค่าองค์กรให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ บริษัทฯ จึงจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง พร้อมส่งเสริมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานต่อยอดองค์ความรู้และพัฒนานวัตกรรม (Innovation Development) เพื่อเป้าหมายที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ และบริษัทย่อย	ดูแลให้มีกระบวนการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและความคาดหวังของผู้บริโภค (Consumer Expectations) ผ่านกระบวนการ Smart Solution รวมถึงสนับสนุนการมีส่วนร่วมพัฒนาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Engagement) เพื่อให้สามารถจัดหาและออกแบบ รวมถึงพัฒนาวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการลูกค้า	ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า คัดเลือกคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน และมาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย รวมถึงไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น เพื่อร่วมสร้างการเติบโตและคุณค่าทางธุรกิจอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน

8.4 ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยดำเนินการตามกระบวนการ Smart Solution โดยการวิเคราะห์กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการ Smart Solution ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพและดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทั้งนี้ เพื่อดูแลบริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน บริษัทฯ และบริษัทย่อยได้จัดให้มีการตรวจสอบประเมินคู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจหลักที่สำคัญและมีความเสี่ยงสูงที่จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างต่อเนื่อง



	Survey & Design	Fabrication & Invention	Installation & Deliver	Service
<p>กลุ่มธุรกิจ B1</p> <p>กลุ่มธุรกิจ B2</p> <p>กลุ่มธุรกิจ B3 : IRV</p>	<p>💧 ดำเนินงานที่โครงสร้างอาคาร แหล่งน้ำดิบ ระบบน้ำทิ้ง ระบบไฟฟ้า</p> <p>💧 การประเมินความต้องการปริมาณการใช้และคุณสมบัติของน้ำที่ลูกค้าต้องการ</p>	<p>💧 การออกแบบระบบบำบัดน้ำ</p> <p>💧 การเลือกผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้ได้น้ำที่มีคุณสมบัติตามที่ลูกค้าต้องการและเป็นไปตามมาตรฐานของแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงความสะดวกและง่ายต่อการควบคุมดูแล</p> <p>💧 คำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์และระบบบำบัดน้ำให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก</p> <p>💧 การพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าในอนาคตได้</p>	<p>💧 ติดตั้งระบบบำบัดน้ำให้แก่ลูกค้า</p> <p>💧 การส่งมอบผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำตามกำหนดเวลา</p> <p>💧 ทดสอบการใช้งานของระบบบำบัดน้ำ ตรวจสอบคุณภาพน้ำ</p> <p>💧 การผลิตจัดจำหน่ายน้ำยาไตเทียม (มาตรฐาน ISO 13485: 2016) ให้แก่ลูกค้าตามกำหนดเวลา</p>	<p>💧 การบริการหลังการขายและดูแลรักษาระบบบำบัดน้ำตามที่ระบุไว้ในแผนงานบำรุงรักษาตามรอบระยะเวลาและปริมาณการใช้ (Preventive &amp; Collective Maintenance)</p> <p>💧 การตรวจสอบคุณภาพน้ำโดยการนำส่งตัวอย่างน้ำให้องค์กรอิสระเป็นผู้ตรวจสอบและรับรองผล</p> <p>💧 การจัดทำมีการอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้าเพื่อให้สามารถควบคุมดูแลรวมถึงบำรุงรักษาเบื้องต้นได้</p>
<p>กลุ่มธุรกิจ B3 : MV</p>	<p>💧 ดำเนินงานที่โครงสร้างอาคาร และความต้องการของลูกค้า</p>	<p>💧 การออกแบบระบบท่อลมรับส่งส่งตรวจทางการแพทย์</p> <p>💧 การเลือกผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ใช้ให้เหมาะสมกับการใช้งาน</p>	<p>💧 การติดตั้งระบบท่อลมรับส่งส่งตรวจทางการแพทย์</p> <p>💧 ทดสอบการใช้งานระบบท่อลมรับส่งส่งตรวจทางการแพทย์</p>	<p>💧 การบริการหลังการขายและดูแลรักษา</p> <p>💧 การจัดทำมีการอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้า</p>

	Survey & Design	Fabrication & Invention	Installation & Deliver	Service
กลุ่มธุรกิจ B3 : KTMS / IRV	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดหาสถานที่สถานพยาบาล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การออกแบบระบบบำบัดน้ำและตกแต่งหน่วยไตเทียมให้ได้มาตรฐานของสมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย</li> <li>ออกแบบสภาพแวดล้อมที่สะดวกสบายสำหรับผู้ป่วยและญาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การติดตั้งระบบบำบัดน้ำให้หน่วยไตเทียม</li> <li>ทดสอบการใช้งานให้เป็นไปตามมาตรฐานของสมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การให้บริการด้วยพยาบาลวิชาชีพเฉพาะทางไตเทียม</li> <li>สนับสนุนผู้ป่วยให้สามารถกลับไปใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ</li> </ul>
กลุ่มธุรกิจ B3 : HHC / IRV	<ul style="list-style-type: none"> <li>สำรวจความต้องการลูกค้า</li> <li>สอบถามและเก็บข้อมูลหลังการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องมือต่างๆ</li> <li>การติดตามผลการศึกษาวิจัยและนวัตกรรมด้านสุขภาพและความงาม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การออกแบบสถานที่และจัดวางอุปกรณ์และเครื่องมือ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การตกแต่งสถานที่ติดตั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการแก่ลูกค้า</li> <li>จำหน่ายเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การให้บริการตรวจวินิจฉัยป้องกันและรักษาผู้ที่มีปัญหาด้านผิวพรรณและความงาม</li> <li>การให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ถูกต้องไม่โฆษณาเกินจริง</li> </ul>

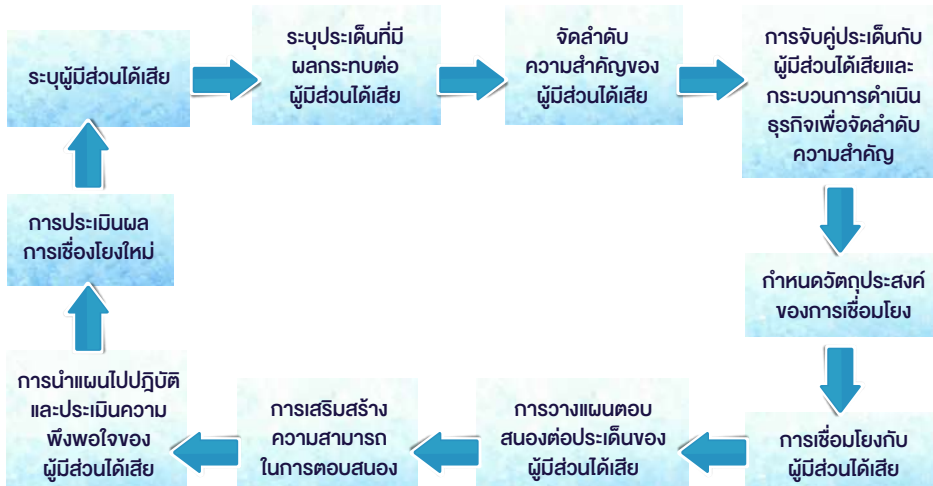
## 8.5 กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

การขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน บริษัทฯ และบริษัทย่อยให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ทั้งความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร อันมีส่วนในการผลักดันให้องค์กร ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ในระยะยาว บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มต่างมีความ ต้องการและความคาดหวังแตกต่างกัน เนื่องจากได้รับผลกระทบจากกิจกรรมดำเนินงานขององค์กรแตกต่างกัน ทั้งนี้ จากการประเมินผลกระทบและอิทธิพลที่มีต่อกัน บริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 8 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1) ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน
- 2) พนักงาน
- 3) ลูกค้า / ผู้บริโภค
- 4) คู่แข่ง
- 5) คู่ค้า / พันธมิตรธุรกิจ
- 6) เจ้าหนี้
- 7) ชุมชน / สังคม / สิ่งแวดล้อม และ
- 8) หน่วยงานกำกับดูแล

## 8.6 กระบวนการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้ดำเนินการเพื่อให้เข้าใจและทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงสามารถ ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้ โดยจัดให้มีกระบวนการเชื่อมโยงกับ ผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้



ทั้งนี้ การที่จะทราบมุมมอง ความคาดหวัง และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งด้านบวกและด้านลบ บริษัทฯ ได้สื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม
ผู้ถือหุ้น นักลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน</li> <li>มีศักยภาพในการเติบโตต่อเนื่อง</li> <li>การกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีผลประกอบการที่ดีและจ่ายเงินปันผล</li> <li>ความโปร่งใสและตรวจสอบได้</li> <li>การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน</li> <li>การจัดทำโครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุมผู้ถือหุ้น</li> <li>OPPORTUNITY DAY รายไตรมาส</li> <li>รายงานประจำปี แบบ 56-1 และ รายงานประจำปี</li> <li>เว็บไซต์ของบริษัทฯ และช่องทางการสื่อสารดิจิทัลอื่น ได้แก่ FACEBOOK และ LINE</li> <li>นักลงทุนสัมพันธ์</li> </ul>
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม</li> <li>ได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน</li> <li>มีความก้าวหน้าและมั่นคงในตำแหน่งงาน</li> <li>การมีส่วนร่วมและได้แสดงความคิดเห็น</li> <li>สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย</li> <li>สนับสนุนคุณแบบในการเลี้ยงดูลูก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ให้ผลตอบแทนและสวัสดิการในระดับที่เหมาะสม เปรียบเทียบได้กับตำแหน่งงานในระดับเดียวกันของอุตสาหกรรม</li> <li>ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม</li> <li>จัดอบรมให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพพนักงานตามตำแหน่งงาน</li> <li>ห้องนมแม่</li> <li>จัดให้มีการสำรวจความคิดเห็นและความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุม MORNING TALK</li> <li>การสื่อสารผ่าน LINE GROUP</li> <li>กิจกรรมวันเด็กยั่งยืน</li> <li>การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี</li> <li>ช่องทางรับความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน</li> </ul>

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม
ลูกค้า ผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพราคาเหมาะสม</li> <li>ความปลอดภัยของข้อมูลลับทางการค้า</li> <li>บริการหลังการขายที่ดี</li> <li>ส่งมอบงานตามกำหนดเวลา</li> <li>ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพตามกำหนดเวลา</li> <li>รักษาข้อมูลความลับทางการค้าของลูกค้า</li> <li>เพิ่มช่องทางการขายรูปแบบดิจิทัล</li> <li>มีความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ</li> <li>พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CALL CENTER</li> <li>ศูนย์บริการลูกค้า</li> <li>การจัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์</li> <li>การรับฟังความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน</li> </ul>
คู่แข่ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม</li> <li>การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมตามจรรยาบรรณธุรกิจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รายงานประจำปี</li> <li>รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน</li> <li>การแจ้งเบาะแส และข้อร้องเรียน</li> </ul>
คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และเป็นธรรม</li> <li>การปฏิบัติตามข้อตกลง</li> <li>การรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน</li> <li>การชำระเงินตามกำหนดเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สัญญาซื้อขายโปร่งใสและเป็นธรรม</li> <li>ปฏิบัติตามสัญญา</li> <li>ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพที่จะเติบโตไปด้วยกัน</li> <li>ชำระเงินตามกำหนด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุม</li> <li>การจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้</li> <li>รายงานความยั่งยืน</li> <li>โทรศัพท์ อีเมล และสื่อสังคมออนไลน์</li> </ul>
เจ้าหนี้	<ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดเผยข้อมูลการเงินตามความจริง</li> <li>ชำระเงินครบถ้วนตามกำหนดเวลา</li> <li>การบริหารจัดการความเสี่ยง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ให้ข้อมูลทางการเงินถูกต้องเชื่อถือได้</li> <li>ปฏิบัติตามเงื่อนไขและสัญญา</li> <li>มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การประชุม</li> <li>โทรศัพท์ อีเมล และสื่อสังคมออนไลน์</li> <li>ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน</li> </ul>



ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม
ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม</li> <li>💧 ลดผลกระทบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม</li> <li>💧 รับฟังความคิดเห็นของชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 สนับสนุนกิจกรรมที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และสังคม</li> <li>💧 พัฒนานวัตกรรมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>💧 จัดให้มีหน่วยงานรับข้อเสนอแนะ จ้องร้องเรียนของชุมชนและสังคม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 โทรศัพท์ อีเมล และสื่อสังคมออนไลน์</li> <li>💧 ผู้บริหาร พนักงาน</li> <li>💧 กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นร่วมกับชุมชนและสังคม</li> </ul>
หน่วยงานกำกับดูแล (ตลท. และ ก.ล.ต.) หน่วยงานภาครัฐ สมาคมต่างๆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 การปฏิบัติตามกฎหมาย ประกาศ กฎเกณฑ์ และระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง</li> <li>💧 การกำกับดูแลกิจการที่ดี</li> <li>💧 การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม</li> <li>💧 สนับสนุนนโยบายและการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐ</li> <li>💧 การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 ประกอบธุรกิจภายใต้กรอบของกฎหมายและประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง</li> <li>💧 กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ</li> <li>💧 การปฏิบัติตามและให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ</li> <li>💧 การจัดทำโครงการการพัฒนาองค์กรยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>💧 รายงานประจำปี</li> <li>💧 รายงานความยั่งยืน</li> <li>💧 เว็บไซต์ของบริษัท</li> <li>💧 โทรศัพท์ อีเมล และสื่อสังคมออนไลน์</li> <li>💧 การจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน</li> <li>💧 ข้อเสนอแนะ และจ้องร้องเรียน</li> </ul>

## 9. การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

ปี 2562 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการ Kick-start Your SD Journey ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและแนวทางการขับเคลื่อนงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และเป็นการให้คำปรึกษาแบบ One-on-One โดยเริ่มด้วยการหาประเด็นสำคัญ (Materiality) ด้านความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งผลกระทบทางบวกและลบ ให้ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

### 9.1 กระบวนการประเมิน (Materiality Process)

บริษัทฯ จัดให้มีการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนด้วยการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้มีส่วนได้เสียจากกลุ่มต่างๆ รวมถึงการสอบถามความเห็นของพนักงาน การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการจัดส่งและกระจายสินค้า เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญประเด็นสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

#### ขั้นที่ 1 การระบุประเด็นสำคัญ (Materiality Identification)

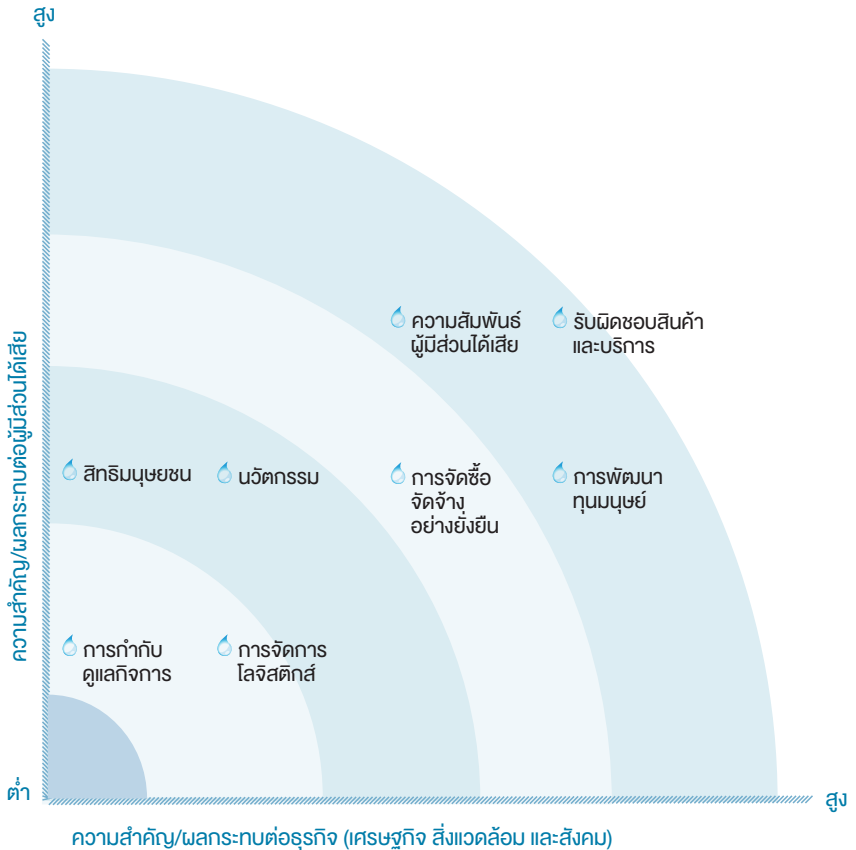
- 🔹 ระบุผู้มีส่วนได้เสียหลัก
- 🔹 ระบุองค์ประกอบในห่วงโซ่อุปทาน
- 🔹 ระบุผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
- 🔹 การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย
- 🔹 การระบุประเด็นสำคัญ
- 🔹 ระบุขอบเขตผลกระทบ

#### ขั้นที่ 2 การประเมินระดับความสำคัญ (Materiality Prioritization)

- 🔹 ประเมินระดับความสำคัญ
- 🔹 ประเมินระดับความสำคัญต่อธุรกิจ
- 🔹 ประเมินระดับความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- 🔹 นำเสนอข้อมูลในรูปแบบ Materiality Matrix

## 9.2 ประเด็นการพัฒนายั่งยืน

ผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน พบว่า ประเด็นที่สำคัญต่อการส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียตามวิธีทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ” 4 อันดับแรก คือ 1) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ 2) การพัฒนาทุนมนุษย์ 3) ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย และ 4) การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันมีประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ และบริษัทย่อยให้ความสำคัญ ได้แก่ นวัตกรรม สิทธิมนุษยชน การจัดการโลจิสติกส์ และการกำกับดูแลกิจการ



### 9.3 การบริหารจัดการประเด็นที่เป็นสาระสำคัญต่อความยั่งยืน (Management Approach)

ประเด็นสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อ สินค้าและบริการ	ความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน	การพัฒนา ทุนมนุษย์
แนวทางการบริหารจัดการ				
นโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>มุ่งเน้นในการคัดเลือก จัดหา สินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น</li> <li>สินค้าต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม</li> <li>ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย</li> <li>คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>คัดเลือกคู่ค้าอย่างมีระบบ เป็นธรรม และโปร่งใส</li> <li>คัดเลือกคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มุ่งมั่นพัฒนาองค์ความรู้และทักษะของพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน</li> <li>เสริมสร้างจิตสำนึกและความได้เปรียบในการแข่งขัน</li> </ul>
เป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>เพิ่มสัดส่วนรายได้จกสินค้าด้านความยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร</li> <li>สร้างความเชื่อมั่นว่าบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เพิ่มสัดส่วนผู้ค้าตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมรวม 1,200 ชั่วโมง ในปี 2563</li> </ul>
หน่วยงาน/ ผู้รับผิดชอบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>กลุ่มธุรกิจ B1</li> <li>กลุ่มธุรกิจ B2</li> <li>และกลุ่มธุรกิจ B3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ทุกหน่วยงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ฝ่ายจัดซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์</li> </ul>
กลยุทธ์ แผนการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>คัดเลือกและสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>ให้ความรู้กับลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอ่อนไหวทางสังคม</li> <li>สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและสังคม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมพนักงานให้พัฒนาองค์ความรู้และเพิ่มทักษะในการทำงาน เพื่อให้สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้และพัฒนา</li> </ul>

ประเด็นสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อ สินค้าและบริการ	ความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน	การพัฒนา ทุนมนุษย์
แนวทางการบริหารจัดการ				
กลยุทธ์ แผนการ ดำเนินงาน (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>นวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้มีส่วนได้เสีย</li> </ul>
การดำเนินงาน/ กิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดนโยบายการคัดเลือกและสรรหาสินค้า</li> <li>มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสินค้าให้พนักงานรับรู้และเข้าใจ</li> <li>จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ลูกค้า น้ำที่ใช้ทำกาแฟ/โรงแรม น้ำปลอดภัย (ผลิตภัณฑ์/ส่งเสริม)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมกับพันธมิตรในการส่งมอบและติดตั้งเครื่องกรองน้ำให้กับมูลนิธิ/โรงเรียน ฯลฯ</li> <li>การจัดอบรมสัมมนา และสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</li> <li>กิจกรรมวันเด็กยั่งยืน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ประเมินผลงานลูกค้าและตรวจประเมินคู่ค้าเป็นประจำ ปีละ 1 ครั้ง</li> <li>กำหนดให้คู่ค้าทำแบบประเมินตนเองพร้อมลงนามรับรอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเรียนรู้จากการทำงานจริง (On the Job Training)</li> <li>การอบรมภายในบริษัท (In-house Trainings)</li> <li>การอบรมภายนอก (External Trainings)</li> </ul>
การวัดผล การดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>สัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน</li> <li>ประเภทของสินค้าที่ขาย (Portfolio of Products)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนข้อร้องเรียน / ไม่มีข้อร้องเรียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>KPI ของฝ่ายจัดซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>KPI</li> <li>จำนวนชั่วโมงการอบรม</li> <li>ผลประเมินการอบรม (ก่อน-หลัง)</li> </ul>
การรายงาน ผลการดำเนินงาน	รายงานประจำปี และรายงานความยั่งยืน			
กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ลูกค้า	สังคม/ชุมชน/ สิ่งแวดล้อม/ หน่วยงานกำกับดูแล/ องค์กรอิสระ	คู่ค้า/ซัพพลายเออร์/ พันธมิตรธุรกิจ	พนักงาน

## 10. การดำเนินงานสู่ความยั่งยืน

### 10.1 การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

ปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.49 ส่วนใหญ่เป็นผลจากการปรับกลยุทธ์การตลาดเข้าสู่กลุ่มลูกค้างานโครงการขนาดใหญ่ของกลุ่มธุรกิจ B1 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 117.62 จาก 100.51 ล้านบาทในปี 2561 เป็น 218.73 ล้านบาทในปี 2562 ขณะที่ยอดขายรวม ในปี 2562 เท่ากับ 817.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 656.71 ล้านบาท ในปี 2561 อย่างไรก็ดี ผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทขาดทุนเพิ่มขึ้น 248.08 ล้านบาท เนื่องจากการตั้งค่าเผื่อการด้อยค่าของสินทรัพย์และค่าเผื่อนี้ส่งผลจะสูญเสียจำนวน 186.29 ล้านบาท และ 60.28 ล้านบาท ตามลำดับ

รายการ	ปี 2562	ปี 2561	+/-	%
รายได้จากการขายและบริการ	817.56	656.71	160.85	24.49%
กำไรขั้นต้นจากการขายและบริการ	181.55	125.50	56.05	44.66%
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด	(251.96)	(3.88)	(248.08)	(6,393.81%)
EBITDA	(189.95)	23.25	(213.20)	(916.99%)
กำไรต่อหุ้น	(0.45)	(0.01)	(0.44)	(4,855.56%)

### 10.2 การดำเนินงานด้านสังคม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดูแลสังคมทั้งภายในและภายนอก สำหรับสังคมภายใน บริษัทฯ ได้จัดให้พนักงานได้รับค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ที่เป็นธรรมเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบ รวมถึงจัดให้มีสวัสดิการต่างๆ ที่แข่งขันได้ สำหรับสังคมภายนอก บริษัทฯ ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนและสังคม โดยร่วมกับพันธมิตร Splash ในโครงการน้ำดื่มเพื่อน้อง รวมถึงจัดการประชุม / สัมมนา เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการบำบัดน้ำสำหรับอุปโภคบริโภคในแต่ละธุรกิจ อาทิ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น

**การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development)** บริษัทฯ ได้จัดให้มีการวิเคราะห์ความจำเป็นในการพัฒนาและฝึกอบรมของแต่ละกลุ่มงาน แล้วนำไปจัดทำแผนการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานมีความรู้และทักษะการทำงานในตำแหน่งงานปัจจุบัน รวมถึงโอกาสก้าวหน้าสำหรับตำแหน่งงานในอนาคตด้วย ปี 2562 มีการฝึกอบรมเฉลี่ย 28 นาทีต่อคนต่อปี

ชื่อหลักสูตร/หัวข้ออบรม	จำนวนผู้เข้าอบรม
ORIENTATION	197
ความรู้เบื้องต้นเรื่องระบบกรองน้ำ	5
ความรู้เรื่องระบบกรองน้ำของลูกค้าแบรนด์หลัก	13
การเก็บตัวอย่างน้ำเพื่อตรวจวิเคราะห์ทางเคมี การตรวจวิเคราะห์เชื้อจุลินทรีย์และสารปนเปื้อนในน้ำ	47
เทคนิคการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารคลังสินค้า	30
การบริหารงานและพัฒนาระบบงานธุรการยุค 4.0	46
ยกระดับความรู้ความสามารถในงานซ่อมบำรุงเครื่องผลิต น้ำแข็งICE MAKER: ICEMATIC 502M	32
ความปลอดภัยในการทำงานสำหรับลูกจ้างทั่วไปและลูกจ้างใหม่	112

อบรม



กิจกรรมวันเด็กยั่งยืน



การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม บริษัทฯ มีนโยบายปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติจากความแตกต่างใด ทั้งเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สถานภาพสมรส หรือความไร้สมรรถภาพทางร่างกายโดยดูแลให้พนักงานทุกคนสามารถปฏิบัติตามหลักคำสอนในศาสนาของตนได้



การแบ่งปันความรู้ ด้วยความเชี่ยวชาญด้านระบบบำบัดน้ำ บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมและเข้าร่วมกับองค์กรต่างๆ ในการให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของน้ำ คุณภาพน้ำ รวมถึงความจำเป็นในการบำบัดน้ำของผู้ประกอบการเพื่อให้ความมั่นใจว่าลูกค้าและผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและปลอดภัย





โครงการน้ำดื่มเพื่อน้อง ปี 2562 บริษัทฯ ได้ร่วมกับ Splash เพื่อส่งมอบน้ำดื่มที่สะอาดและปลอดภัยให้แก่เด็กๆ รวม 22 แห่ง ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการน้ำดื่มเพื่อน้องเป็นปีที่ 7 แล้ว โดยมุ่งหวังที่จะแบ่งปันความสูงและส่งมอบสุขภาพร่างกายที่ดีให้กับน้องๆ

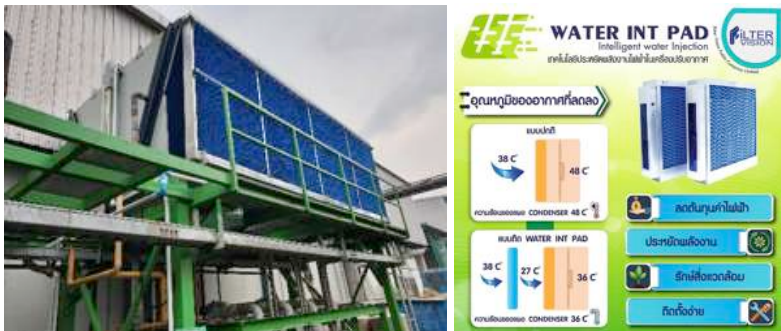


### โครงการน้ำดื่มเพื่อน้อง

1. ศูนย์เด็กปฐมวัยร่มเกล้า	12. โรงเรียนวัดแสงสรรค์ (ธัญญบุรี)
2. ศูนย์เด็กปฐมวัย แฟลต 17 (ชุมชนคลองเตย)	13. บ้านเด็กเร่ร่อน (พระประแดง)
3. ศูนย์เด็กปฐมวัย แฟลต 12 (ชุมชนคลองเตย)	14. ศูนย์เด็กปฐมวัยเย็นอากาศ
4. สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนพญาไท	15. ศูนย์เด็กปฐมวัยเชื้อเพลิงใน
5. ศูนย์พัฒนาสมรรถภาพคนตาบอด	16. ศูนย์เด็กปฐมวัยคลองเตยใน
6. บ้านราชวดีหญิง	17. Mercy Centre
7. บ้านราชวดีชาย	18. โรงเรียนสามัคคีธรรม (สามโคก)
8. บ้านนนทภูมิ	19. โรงเรียนวัดหงส์ปทุมมาวาส
9. บ้านเฟื่องฟ้า	20. โรงเรียนวัดท้ายเกาะ (สามโคก)
10. มูลนิธิคริสเตียนเพื่อเด็กพิการในประเทศไทย	21. โรงเรียนวัดจาง (ปทุมธานี)
11. วัดคลองชัน	22. โรงเรียนวัดอัยยิการาม

### 10.3 การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ส่งเสริมและรณรงค์ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ต่อไป โดยจัดให้มีกิจกรรมประหยัดพลังงานและทรัพยากร ได้แก่ การปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน การกำหนดเวลาเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ การใช้น้ำอย่างประหยัด รวมถึงการประหยัดกระดาษ โดยการนำกระดาษรีไซเคิล และการรณรงค์ให้เก็บข้อมูลในรูปของซอฟต์แวร์ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ Water INT PAD และ Sand Filter



**WATER INT PAD** เป็นเทคโนโลยีที่ลดการใช้พลังงานในระบบปรับอากาศสำหรับอาคารและโรงงานอุตสาหกรรม โดยใช้วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการระบายความร้อนของคอนเดนเซอร์ ทำให้อุณหภูมิ ความดันของสารทำความเย็น และพลังงานที่คอมเพรสเซอร์ใช้ลดลง 20-35% โดยการใช้น้ำเป็นตัวช่วยในการระบายความร้อน



เทคโนโลยีเกี่ยวกับน้ำฝน  
ระบบเก็บเกี่ยวน้ำฝน (Rainwater harvesting System)  
ได้รับการออกแบบเฉพาะให้สามารถเก็บเกี่ยวน้ำฝน  
ด้วยประสิทธิภาพสูง



Sand filter เป็น Automatic High Rate Sand Filter and Automatic De-Mn Filter ระบบ Pre-treatment ด้วยเทคโนโลยี  
ถังกรองทรายและถังกรองสารพิษหนัก ซึ่งสามารถกระจายน้ำ  
Backwash ได้ทั่วพื้นที่ และการทดสอบในการใช้งานจริง  
ทำให้ประหยัดน้ำได้ถึง 40%

## 11. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อเปิดเผยนโยบาย กลยุทธ์ และข้อมูลด้านการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทฯ และบริษัทย่อยต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยให้ครอบคลุมผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 ถึง 31 ธันวาคม 2562

### แนวทางการจัดทำรายงาน

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2562 ตามแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative (GRI) โดยพิจารณาตามหลักสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การพิจารณาบริบทแห่งความยั่งยืน (Sustainability Context) การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการจัดทำรายงาน (Stakeholder Inclusiveness)

### ขอบเขตการรายงาน

การจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ บริษัทฯ ได้นำเสนอกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และบริษัทย่อย พร้อมประเด็นด้านความยั่งยืน เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบถึงเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่จะดำเนินการต่อไป เพื่อบรรลุเป้าหมายความยั่งยืนต่อไป

### ช่องทางการติดต่อ

ฝ่ายเลขานุการบริษัท บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)

95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510

โทรศัพท์ : +66 2518 2722 โทรสาร : +66 2518 2723

e-mail : cs@filtervision-thai.com เว็บไซต์ www.filtervision.co.th

## 12. GRI INDEX

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAGE NUMBER (S) AND/OR URL (S)
GENERAL DISCLOSURE		
<b>1. ORGANIZATIONAL PROFILE</b>		
102-1	Name of the organization	3,6
102-2	Activities, brands, product, and services	9-10
102-3	Location of headquarters	6
102-4	Location of operation	8
102-5	Ownership and Legal Form	7
102-6	Markets served	9-10
102-7	Scale of the organization	12-14
102-8	Information on employees and other workers	15
102-9	Supply chain	25-27
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	11
102-11	Precautionary Principle or approach	
102-12	External initiatives	16
102-13	Membership of association	16
<b>2. STRATEGY</b>		
102-14	Statement from senior decision-maker	3
102-15	Key impacts, risk, and opportunities	21-22
<b>3. ETHICS AND INTEGRITY</b>		
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	19-20
<b>4. GOVERNANCE</b>		
102-18	Governance structure	18
102-19	Delegating authority	
102-20	Executive-level responsibility for economic, and social topics	
102-22	Composition of the highest governance body and its committees	
102-24	Nomination and selecting the highest governance body	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAGE NUMBER (S) AND/OR URL (S)
GENERAL DISCLOSURE		
<b>4. GOVERNANCE</b>		
102-25	Conflicts of interest	
102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy	
102-28	Evaluating the highest governance body's performance	
102-29	Identifying and managing economic, environmental and social impacts	
102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	
102-33	Communicating critical concerns	
<b>5. STAKEHOLDER ENGAGEMENT</b>		
102-40	List of stakeholder groups	28
102-41	Collecting bargaining and agreements	-
102-42	Identifying and selecting stakeholders	29-31
102-43	Approach to stakeholder engagement	28
102-44	Key topics and concerns raised	29-31
<b>6. REPORTING PRACTICE</b>		
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	41
102-46	Defining report content and topic boundaries	41
102-47	List of material topics	33
102-48	Restatement of information	41
102-49	Changes in reporting	-
102-50	Reporting period	41
102-51	Date of most recent report	-
102-52	Reporting cycle	41
102-53	Contact point for question regarding the report	41
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI standards	41
102-55	GRI content index	42-44
102-56	External assurance	-

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAGE NUMBER (S) AND/OR URL (S)
SPECIFIC DISCLOSURES		
<b>GRI 200 : ECONOMIC</b>		
201	ECONOMIC PERFORMANCE	
201-1	Direct economic value generated and distributed	36
204	PROCUREMENT PRACTICE	
GRI 103-2	The management approach and its components	34-35
<b>GRI 300 : ENVIRONMENTAL</b>		
301	MATERIALS	
GRI 103-2	The management approach and its components	40
304	ENERGY	
GRI 103-2	The management approach and its components	40
<b>GRI 400 : SOCIAL</b>		
404	TRAINING AND EDUCATION	
GRI 103-2	The management approach and its components	34-35
404-1	Average hours of training per year per employee	36
406	NON-DISCRIMINATION	
GRI 103-2	The management approach and its components	38
412	HUMAN RIGHTS ASSESSMENT	
GRI 103-2	The management approach and its components	38
413	LOCAL COMMUNITIES	
413-1	Operations with local community engagement, impact assessment and development programs	38-39
416	CUSTOMER HEALTH AND SAFETY	
GRI 103-2	The management approach and its components	34-35





บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)  
95 ซ.รามอินทรา 117 ถ.รามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กทม. 10510  
โทร. 0-2518-2722 (6 สายอัตโนมัติ) โทรสาร. 0-2518-2723