



**รายงานความยั่งยืน
ประจำปี
2563**

สารบัญ

1	สารจากประธานกรรมการบริหาร	02
2.	รู้จัก FVC	04
2.1	วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ค่านิยม	05
2.2	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	07
2.3	สัดส่วนการถือหุ้น FVC	10
2.4	การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ	10
2.5	โครงสร้างองค์กร	11
2.6	โครงสร้างรายได้	13
2.7	ข้อมูลพนักงาน	14
2.8	การสนับสนุนกิจกรรมสมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	15
3.	การกำกับดูแลกิจการ	15
4.	จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	17
5.	การบริหารความเสี่ยง	18
5.1	ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท	18
6.	การพัฒนาสู่ความยั่งยืน	22
6.1	การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ	22
6.2	โครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน	27
6.3	กรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน	28
6.4	กลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน	29
7.	การประเมินประเด็นสำคัญต่อความยั่งยืน	31
7.1	การบริหารจัดการประเด็นที่เป็นสาระสำคัญต่อความยั่งยืน	32
7.2	ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ	34
7.3	ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย	35
7.4	การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน	36
7.5	การพัฒนาทุนมนุษย์	37
8.	การดำเนินงานสู่ความยั่งยืน	39
8.1	การดำเนินงานในมิติเศรษฐกิจ	39
8.2	การดำเนินงานในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อม	39
9.	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	43
10.	GRI INDEX	44

สารจากประธานกรรมการบริหาร



ด้วยรักและผูกพันตลอดไป

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, fluid strokes that represent the name Dr. Wirat Deekachon.

ดร.วิจิตร เตชะเกษม
ประธานกรรมการบริหาร

ด้วยความมุ่งมั่นของเรา บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนองค์กร ตลอดระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา นับแต่ ปี 2561 เราได้เริ่มดำเนินโครงการด้านการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร โดยเริ่มจากการสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมมือเป็นส่วนหนึ่งเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เนื่องด้วยเรามีการดำเนินธุรกิจ 4 กลุ่มธุรกิจ ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินงาน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่แตกต่างกันไปตามบริบทของกลุ่มธุรกิจดังกล่าว หากแต่ทุกกลุ่มธุรกิจของเรามีเป้าหมายเดียวกันคือ การส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของเรา

ซึ่งในปี 2563 เราได้สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร โดยสรุปได้ 4 ประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ 1. ความรับผิดชอบสินค้าและบริการ 2. การพัฒนาทุนมนุษย์ 3. ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย และ 4. การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน หากด้วยองค์กรแห่งนี้ต้องใช้ทั้งศาสตร์ ความรู้ความสามารถเฉพาะทางวิศวกรรม งานช่าง งานความรู้รอบด้านเพื่อค้นหาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการเฉพาะรายลูกค้า กับศิลปินในความเป็นผู้ให้บริการที่ต้องรู้ใจเขา ใจเรา และสื่อสารเหมาะกับยุคสมัย ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ เราจึงให้ความสำคัญในประเด็นเรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development) ซึ่งบุคลากรของเราถือเป็นทรัพย์สินอันมีค่าและสำคัญยิ่งต่อองค์กร ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารได้เห็นชอบให้ดำเนินแผนงานการพัฒนาทุนมนุษย์สืบเนื่องมา โดยกำหนดให้ดำเนินโครงการ Strategic Human Resource Management (SHRM) เพื่อวางแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ เป็นระยะเวลา 4 ปี (นับแต่ 2564 - 2567)

ท้ายนี้ ผมคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร ตลอดจนโครงการ SHRM ดังกล่าว ถือเป็นการลงทุนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อันมีค่ายิ่งขององค์กร เพื่อให้เกิดผลผลิตเชิงทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ สร้างผลตอบแทนและเพิ่มมูลค่าต่อสังคมและประเทศชาติ ตลอดจนร่วมมือกันพัฒนาองค์กรแห่งนี้ให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อส่งมอบอนาคตที่ดีให้แก่บุตรหลานของพวกเราให้เกิดการต่อยอดความยั่งยืนสู่ความเป็นบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) สืบไป

2. รู้จัก FVC

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) (“FVC”) ก่อตั้งเมื่อปี 2538 เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์บำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ให้กับโรงงานอุตสาหกรรมและผู้ผลิตสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค ต่อมาได้ขยายธุรกิจไปสู่กลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย และด้วยมุ่งหวังให้ธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง บริษัทได้เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ในปี 2556 จากนั้นได้ขยายเข้าสู่ธุรกิจบริการทางการแพทย์ในปี 2558 โดยการก่อตั้งบริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม และบริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด ดำเนินธุรกิจนำเข้า จำหน่าย และให้เช่าเวชภัณฑ์ อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ทางการแพทย์ รวมถึงจำหน่ายและติดตั้งอุปกรณ์ก่อนรับส่งตรวจทางการแพทย์ และในปี 2560 บริษัทได้ก่อตั้งบริษัท โฮ เฮลส์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด เพื่อเข้าซื้อแฟรนไชส์ของวุฒิสถิตี คลินิก เพื่อเปิดให้บริการคลินิกเพื่อสุขภาพและความงาม

ปัจจุบัน FVC มีบริษัทย่อยทั้ง 4 บริษัท ได้แก่ บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด (“KTMS”), บริษัท เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“IRV”), บริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด (“MV”) และ บริษัท โฮ เฮลส์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด (“HHC”) มีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดสำนักงานสาขา ดังนี้

FVC	บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)
สำนักงานสาขา (3 แห่ง)	(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 ถนนไทยรามัญ แขวงสามวาตะวันตก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร
KTMS	บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด
สำนักงานสาขา (14 แห่ง)	(1) เลขที่ 343, 345, 347 ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร (2) เลขที่ 859 อาคาร 12 ชั้น 2 ณ โรงพยาบาลศรีสะเกษ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ (3) เลขที่ 160/26 อำเภอเมืองตาก จังหวัดตาก (4) เลขที่ 44/26 หมู่ที่ 5 อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ (5) เลขที่ 237 โรงพยาบาลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6) เลขที่ 182 หมู่ที่ 15 อำเภอศรีรัตนะ จังหวัดศรีสะเกษ (7) เลขที่ 100 หมู่ที่ 2 โรงพยาบาลบางน้ำเปรี้ยว อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา (8) เลขที่ 400 โรงพยาบาลปากช่องนานา อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา (9) เลขที่ 26 หมู่ที่ 7 โรงพยาบาลยโสธร อำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร

HTMS	บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด
สำนักงานสาขา (14 แห่ง) (ต่อ)	(10) เลขที่ 283 โรงพยาบาลกาฬสินธุ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ (11) เลขที่ 99/3 หมู่ที่ 6 โรงพยาบาลกุดชุมหีวราราม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร (12) เลขที่ 135 โรงพยาบาลเมราชู อำเภอเมราชู จังหวัดอุบลราชธานี (13) เลขที่ 111 หมู่ที่ 7 โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชนครไทย อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก (14) เลขที่ 219 หมู่ที่ 6 โรงพยาบาลอำนาจเจริญ อำเภออำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ
IRV	บริษัท เวิร์ธจิว ควอร์ปอริชั่น จำกัด
สำนักงานสาขา (3 แห่ง)	(1) เลขที่ 67 หมู่ที่ 15 ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน (2) เลขที่ 440/8 - 9 ตำบลท่าพระ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น (3) เลขที่ 290/1 ถนนเจริญพัฒนา แขวงบางชัน เขตคลองสามวา จังหวัดกรุงเทพมหานคร
MV	บริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด
สำนักงานสาขา	-ไม่มี-
HHC	บริษัท ไฮ เซลล์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด
สำนักงานสาขา	-ไม่มี-

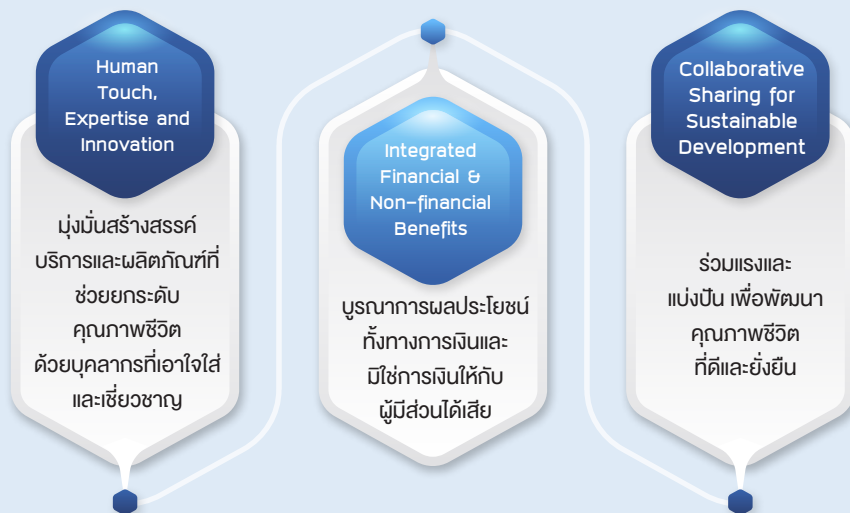
2.1 วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ค่านิยม

วิสัยทัศน์

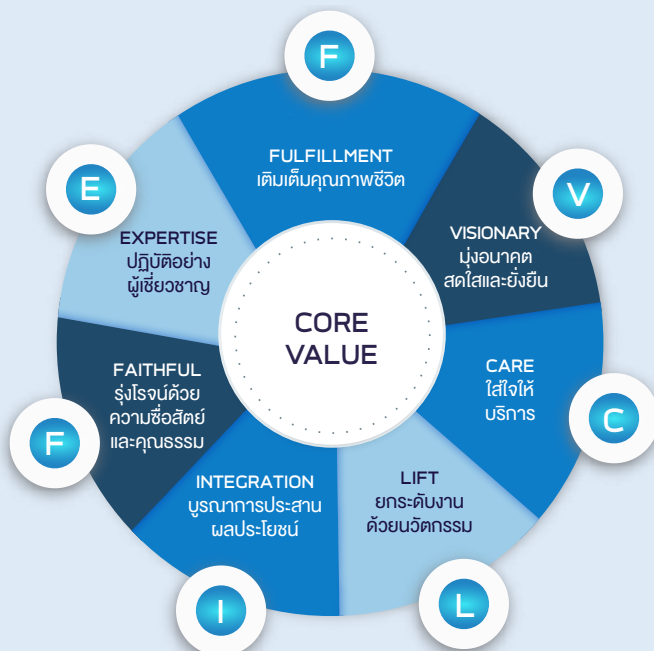
WE LIFT YOUR LIFE

เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ

พันธกิจ / Mission



ค่านิยมองค์กร / Core Value



2.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจหลัก 4 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ B1 : กลุ่มอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการด้านระบบน้ำ (Industrial and OEM)

ดำเนินงานโดย FVC : นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำ ออกแบบประกอบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำปรับปรุง ซ่อมแซม และบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ของระบบบำบัดน้ำทั้งระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์และระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมและ OEM ปัจจุบันปรับกลยุทธ์การตลาดเข้าสู่ภาคกลางและขนาดใหญ่

พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	ทุกจังหวัดในประเทศ	สปป.ลาว / เมียนมาร์

กลุ่มธุรกิจ B2 : กลุ่มการพาณิชย์และที่พักอาศัย (Commercial and Residential)

ดำเนินงานโดย FVC : นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ ออกแบบ ประกอบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำ ปรับปรุง ซ่อมแซมและบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้สามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง สำหรับลูกค้ากลุ่มธุรกิจร้านอาหาร เครื่องดื่มและที่พักอาศัย รวมถึงจำหน่ายและบำรุงรักษาอุปกรณ์อาหาร (Food Equipment) เช่น ตู้นึ่งซาเลเปา (Bun Steamer) เครื่องผลิตน้ำแข็ง (Ice Making Machine) เครื่องจ่ายน้ำหวาน (Fountain Drinks Dispenser) ให้กับร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารจานด่วน ปัจจุบันขยายตลาดไปกลุ่มธุรกิจโรงแรม และเพื่อให้สามารถบริการแก่ลูกค้าที่มีอยู่ทั่วประเทศได้ ปัจจุบันมีหน่วยบริการทางเทคนิคทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดลำพูน จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย)

พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	ทุกจังหวัดในประเทศ	กัมพูชา / ลาว / เมียนมาร์ / เวียดนาม / สิงคโปร์ / มาเลเซีย / ฟิลิปปินส์ / บังกลาเทศ / อินเดีย / ศรีลังกา

เครื่องหมายการค้า : บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อคุ้มครองและป้องกันการละเมิดเครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ทั้งกลุ่มธุรกิจเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมและ OEM และกลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่อยู่อาศัย โดยเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการจดทะเบียนเหล่านี้มีอายุความคุ้มครอง 10 ปีและอาจต่ออายุได้ทุก ๆ 10 ปี ดังนี้

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2563

ชื่อ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	วันที่จดทะเบียน	วันหมดอายุ
HYDRAmate		เครื่องกรองน้ำ ไส้กรอง	22 พฤษภาคม 2541	21 พฤษภาคม 2571
H		เครื่องกรองน้ำ ไส้กรอง	22 พฤษภาคม 2561	21 พฤษภาคม 2571
Water Care		อุปกรณ์วัด อัตราการไหลของน้ำ	13 พฤศจิกายน 2551	12 พฤศจิกายน 2571
Water Care		เครื่องกรองน้ำแบบ ล้างตัวเองอัตโนมัติ เครื่องฆ่าเชื้อ แบคทีเรียในน้ำ	13 พฤศจิกายน 2551	12 พฤศจิกายน 2571
TOREDO		ไส้กรองเครื่องกรองน้ำ กระบอกใส่ไส้กรอง เครื่องกรองน้ำ	7 ตุลาคม 2552	6 ตุลาคม 2572
TOREDO		เครื่องนึ่งซาลาเปา เครื่องนึ่งย่างไส้กรอก ตู้อุ่นอาหาร	27 พฤษภาคม 2558	26 พฤษภาคม 2568
INNOVATEK		เครื่องจ่ายน้ำร้อน น้ำเย็นอัตโนมัติ	24 กรกฎาคม 2558	23 กรกฎาคม 2568
W		แผงปรับอุณหภูมิ ติดตั้งกับคอยล์ร้อน ของเครื่องปรับอากาศ	18 กรกฎาคม 2562	17 กรกฎาคม 2572

หมายเหตุ บริษัท ได้ดำเนินการยื่นขอต่ออายุเครื่องหมายการค้าดังกล่าว ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา ตามกำหนด

กลุ่มธุรกิจ B3 : หน่วยไตเทียมและบริการทางการแพทย์ (Hemodialysis & Medical Service)

ดำเนินงานโดย 3 บริษัทย่อย ได้แก่ KTMS, IRV และ MV ดังนี้

- บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด (KTMS)

หน่วยไตเทียม (Hemodialysis Center) คลินิกเวชกรรมเฉพาะทางไตเทียม ให้บริการสถานพยาบาลสำหรับผู้ป่วยโรคไตเรื้อรังระยะสุดท้ายที่ได้รับการบำบัดทดแทนด้วยการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม ปัจจุบันมีหน่วยไตเทียมจำนวน 14 สาขา (ลักษณะการให้บริการแบบไม่รับค้างคืน) มีจำนวนเครื่องไตเทียม 140 เครื่อง ประกอบด้วยกรุงเทพมหานคร 1 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 6 สาขา ภาคตะวันตก 1 สาขา ภาคเหนือ 3 สาขา ภาคกลาง 1 สาขา และ ภาคตะวันออก 2 สาขา

พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	กรุงเทพมหานคร, ศรีสะเกษ, อุบลราชธานี, นครราชสีมา, ยโสธร, กาฬสินธุ์, ประจวบคีรีขันธ์, ตาก, เชียงใหม่, สมุทรปราการ, ระยอง, ฉะเชิงเทรา, อำนาจเจริญ,	ไม่มี

- บริษัท เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (IRV)

ออกแบบและติดตั้งระบบผลิตน้ำบริสุทธิ์สำหรับการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม, ตกแต่งหน่วย/ศูนย์ไตเทียม, ผลิตและจัดจำหน่ายน้ำยาไตเทียม ให้หน่วยไตเทียมทั้งภาครัฐและเอกชน โดยน้ำยาไตเทียมที่ผลิตได้รับการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ ISO 13485: 2016 และ GMP / ISO9001:2015

- บริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด (MV)

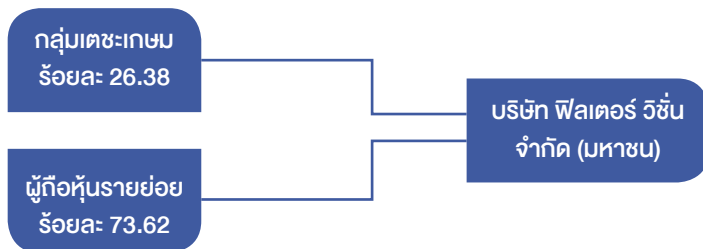
นำเข้าจำหน่าย และให้เช่าเวชภัณฑ์ อุปกรณ์ เครื่องมือและเครื่องใช้ทางการแพทย์, นำเข้าจำหน่าย และติดตั้งอุปกรณ์ต่อมรับส่งส่งตรวจทางการแพทย์สำหรับคลินิกไตเทียม คลินิกความงาม หน่วยจ่ายกลาง ห้องปฏิบัติการทางการแพทย์

กลุ่มธุรกิจ B4 : ความงามและผิวพรรณ (Beauty Care)

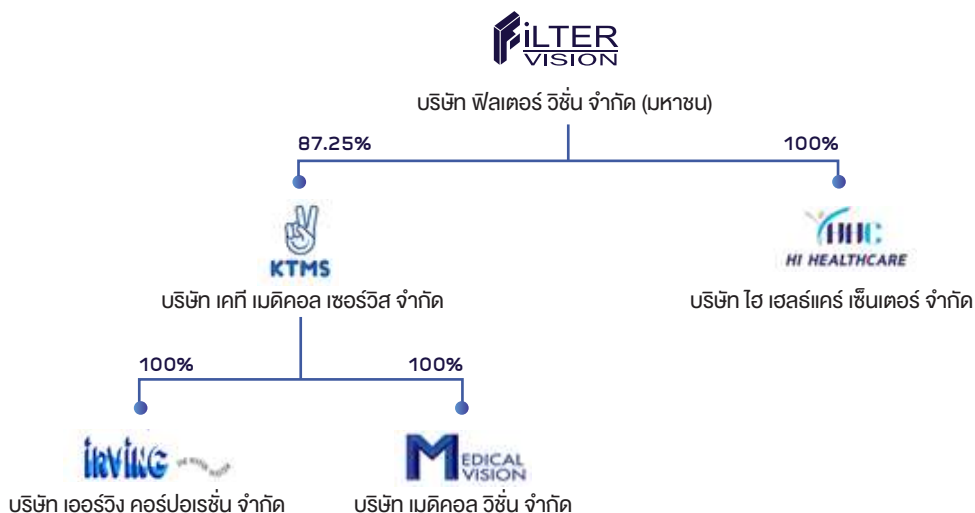
ดำเนินงานโดย HHC : คลินิกเวชกรรมด้านความงามและผิวพรรณ, ผลิตและจัดจำหน่าย เครื่องสำอางและยา ดำเนินธุรกิจธุรกิจให้บริการคำปรึกษาและตรวจรักษาปัญหาผิวพรรณ สุขภาพและความงามอย่างครบวงจร ภายใต้เครื่องหมายการค้า “วุฒิศักดิ์ คลินิก” บริหารงานโดย บริษัท ไอ เอส แอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเปิดคลินิกให้บริการด้านความงามและผิวพรรณในบริเวณพื้นที่ห้างสรรพสินค้าและแหล่งชุมชน และทาง HHC มีผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าจำหน่ายภายใต้แบรนด์ HHC

พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	พื้นที่กรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก	ไม่มี

2.3 สัดส่วนการถือหุ้น FVC



การถือหุ้นในบริษัทย่อย



2.4 การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

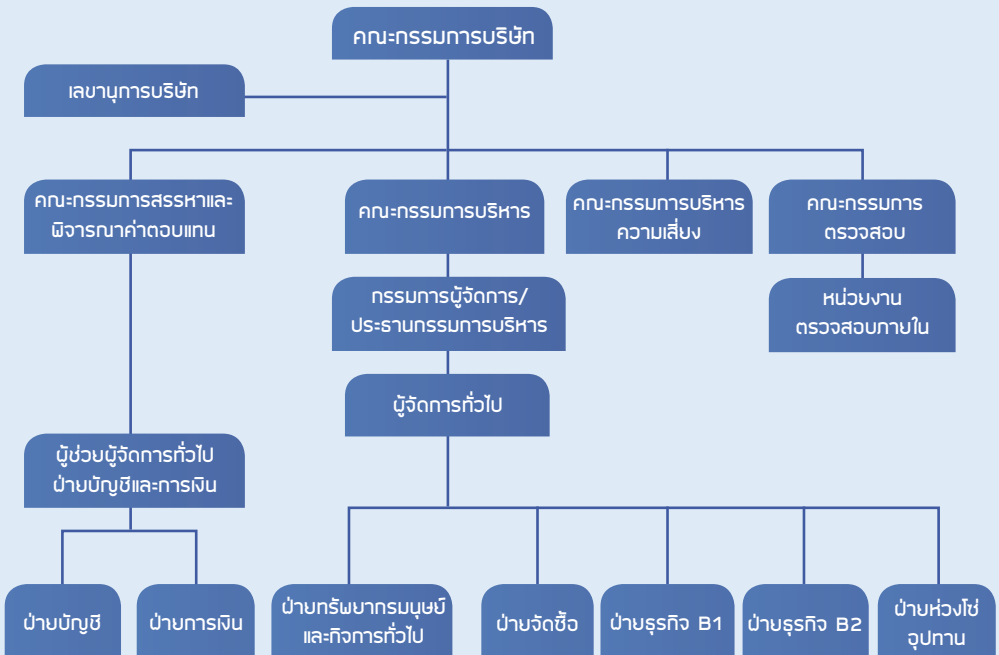
ในปี 2563 FVC และบริษัทย่อย ได้ปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาบุคลากรซึ่งเป็นทรัพยากรอันสำคัญยิ่งขององค์กรให้ เพื่อให้สามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในปี 2563 ดังนี้

- ปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์ และกลุ่มธุรกิจความงามและผิวพรรณ
- ขยายการเปิดหน่วยไตเทียมอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 รวมเปิดหน่วยไตเทียมทั้งหมด จำนวน 14 สาขา
- เริ่มดำเนินโครงการ Strategic Human Resources Management สำหรับกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อย
- เริ่มดำเนินการประยุกต์ใช้ IoT สนับสนุนระบบการบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์สำหรับกลุ่มธุรกิจเพื่อการ

พาณิชย์และที่พักอาศัย

- เริ่มดำเนินการประยุกต์ใช้ระบบ POS ในกลุ่มธุรกิจหน่วยไตเทียมและกลุ่มธุรกิจความงามและผิวพรรณ
- ขยายตลาดผลิตภัณฑ์และระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์เพื่อสนับสนุนงานในกลุ่มโรงพยาบาล
- ปิดร้านวุฒิสถิต์ คลินิกเฟรนไชส์ ของบริษัท ไฮ เฮลธ์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท) ทุกสาขาชั่วคราว (เนื่องด้วยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19)

2.5 โครงสร้างองค์กร



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2563

2.5.1 คณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 9 ท่าน ดังนี้

- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารจำนวน 6 ท่าน ประกอบด้วยกรรมการบริษัทจำนวน 1 ท่าน และกรรมการอิสระจำนวน 5 ท่าน
- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร 3 ท่าน ประกอบด้วย กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป และผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน

ตารางการดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการชุดย่อย

ลำดับ	คณะกรรมการ	ตำแหน่ง	วันที่ได้รับการแต่งตั้ง
1	นายวิฑิต สัจจงพงษ์*	กรรมการอิสระ/ประธานกรรมการบริษัท	9 ส.ค. 2560
2	ดร. วิจิตร เตชะเกษม	กรรมการบริษัท/กรรมการบริหารความเสี่ยง/กรรมการผู้จัดการ	11 พ.ค. 2538
3	นายธนตร จำเริญชูไชย*	กรรมการอิสระ/ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง/ประธานกรรมการตรวจสอบ	7 เม.ย. 2554
4	นายเกียรติพร ศิริชัยสกุล*	กรรมการอิสระ/กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน/กรรมการบริหารความเสี่ยง /กรรมการตรวจสอบ	7 เม.ย. 2554
5	นายธีรณัฐ ตั้งสากพรพงษ์*	กรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบ	6 ส.ค. 2560
6	นายแพทย์มานิต ธีระตันติกานนท์*	กรรมการอิสระ/ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน	10 เม.ย. 2555
7	นายมนตรี ประจันพานิชย์	กรรมการบริษัท/กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน/กรรมการบริหารความเสี่ยง	7 เม.ย. 2554
8	นายธนพรรจน์ ตันติวัฒนวิจิตร	กรรมการบริษัท/กรรมการบริหาร / ผู้จัดการทั่วไป	7 เม.ย. 2554
9	นางสาวปานจิต อิมพาลี	กรรมการบริษัท/ ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป (ฝ่ายบัญชีและการเงิน)	7 เม.ย. 2554

หมายเหตุ: *กรรมการอิสระ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ลำดับที่ 1 3 4 5 และ 6

กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม

กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อผูกพันตามหนังสือรับรองบริษัท ประกอบด้วย นายวิจิตร เตชะเกษม นายธนพรรจน์ ตันติวัฒนวิจิตร นายมนตรี ประจันพานิชย์ นางสาวปานจิต อิมพาลี กรรมการสองในสี่คนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท

2.6 โครงสร้างรายได้

รายได้ตามกลุ่มธุรกิจ	สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้จากการดำเนินงานต่อเนื่อง						
1. กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมและ ผู้ประกอบการด้าน ระบบน้ำ (B1) ¹	100.51	15.30%	218.72	26.75%	109.94	18.03%
2. กลุ่มธุรกิจพาณิชย์ และที่พักอาศัย (B2) ¹	255.47	38.90%	288.67	35.31%	237.36	38.93%
3. กลุ่มธุรกิจบริการ ทางการแพทย์ (B3) ²	136.55	20.79%	176.46	21.59%	210.36	34.50%
รวมรายได้จากการดำเนินงานต่อเนื่อง	492.53	75.00%	683.85	83.65%	557.66	91.46%
รายได้จากการดำเนินงานที่ยกเลิก						
4. กลุ่มธุรกิจคลินิก เวชกรรมด้านความงามและผิวพรรณ (B4) ³	164.18	25.00%	133.70	16.35%	52.08	8.54%
รวมรายได้จากการดำเนินงานที่ยกเลิก	164.18	25.00%	133.70	16.35%	52.08	8.54%
รวมรายได้	656.71	100.00%	817.55	100.00%	609.74	100.00%

¹B1, B2 ประกอบด้วย บริษัท ผลิตเวอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัทใหญ่")

²B3 ประกอบด้วย บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด. บริษัท เฮอร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด, บริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด ("บริษัทย่อย")

³B4 บริษัท ไซ เวลธ์แคร์ เฮลเทค จำกัด ("บริษัทย่อย") (การดำเนินงานที่ยกเลิก)

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2563

ผลการดำเนินงานของปี 2563 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการลดลงจากปีก่อนจำนวน 126.19 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18.45 โดยกลุ่มธุรกิจ B1 มีรายได้ลดลง 108.78 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 49.73) กลุ่มธุรกิจ B2 มีรายได้ลดลง 51.31 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 17.77) กลุ่มธุรกิจ B3 มีรายได้เพิ่มขึ้น 33.90 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.21) จากปีที่ผ่านมา ตามลำดับ สำหรับกลุ่มธุรกิจ (B4) ปรับตัวลดลงจำนวน 81.62 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 61.05) จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากในเดือนเมษายน - พฤษภาคม ปี 2563 บริษัท โฮ เอสส์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัดได้ทำการปิดสาขาชั่วคราว สืบเนื่องมาจาก พ.ร.ก. ฉุกเฉิน จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และประกอบกับจำนวนสาขาของคลินิกเสริมความงามที่น้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน

2.7 ข้อมูลพนักงาน

ในปี 2563 บริษัทและบริษัทย่อย มีจำนวนพนักงานทั้งหมด (ไม่รวมผู้บริหาร) จำนวน 350 คน บริษัท ดำเนินธุรกิจตามแผนอัตรากำลังคนโดยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงให้ความสำคัญกับการจัดสรรทรัพยากรมนุษย์ให้เหมาะสม เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นในปี 2563 อันเนื่องมาจากการขยายการเปิดหน่วยใดเทียมเพิ่มขึ้น เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์ (B3)

จำนวนผู้บริหารและพนักงานจำแนกตามเพศของ บริษัทและบริษัทย่อย ปี 2561 - 2563

	ผู้บริหาร			พนักงาน			รวม
	Male	Female	รวม	Male	Female	รวม	
2563	9	8	17	160	190	350	367
2562	6	4	10	153	158	311	321
2561	6	4	10	98	258	356	366

จำนวนพนักงานของ บริษัทและบริษัทย่อย ปี 2561-2563 จำแนกตามอายุงาน

ปี	0-3 ปี	3-5 ปี	5-7 ปี	7-10 ปี	10-15 ปี	15 ปีขึ้นไป	รวม
2563	219	48	38	25	16	21	367
2562	204	43	25	18	10	21	321
2561	232	48	30	18	19	19	366

2.8 การสนับสนุนกิจกรรมสมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ



FVC ก้าวเข้าสู่ปีที่ 2 ในการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งเพื่อสนับสนุนโครงการ maiA Virtual Run 2020 ซึ่งจัดโดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (maiA) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระดมทุนนำเงินบริจาค มอบให้สมาคมกาชาดไทยเพื่อโรงพยาบาล โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา

FVC ได้ส่งเสริมให้พนักงานในกลุ่มบริษัทเข้าร่วมบริจาคผ่านกิจกรรมการวิ่งของโครงการตามจำนวนระยะทางที่พนักงานวิ่งได้ 10 บาท ต่อกิโลเมตร ได้ทั้งสุขภาพและได้บุญไปพร้อมกัน... งานนี้อ้อมบุญ และมีสุขภาพแข็งแรงกันถ้วนหน้าค่ะ ...

3. การกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ปี 2563 คณะกรรมการได้พิจารณาปรัญวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายระยะยาวขององค์กร และใช้ในการสื่อสารกับพนักงานที่จะร่วมเป็นกำลังในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่วิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังได้อีกทั้งเพื่อสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียอื่นทราบถึงบทบาทและการมีส่วนร่วมผลักดันองค์กรให้บรรลุเป้าหมายทั้งนี้ตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ของสำนักงานคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการด้านความยั่งยืนไว้ดังนี้

(1) กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และแผนงานหลักในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน รวมถึงดูแลให้มีการทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

(2) กำกับดูแลและติดตามการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ แผนงาน และงบประมาณของบริษัท รวมถึงนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

(3) จัดให้มีการบริหารความเสี่ยง กำหนดนโยบายและกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงของบริษัท และบริษัทย่อยให้อยู่ในระดับที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ

(4) ติดตามและดูแลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปเพื่อประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัท ผู้ถือหุ้นทุกราย ทั้งผู้ถือหุ้นรายใหญ่ รายย่อย และผู้ถือหุ้นสถาบัน ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียอื่นได้แก่ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง เจ้าหนี้ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงดูแลให้ได้รับสิทธิตามที่กฎหมายกำหนด

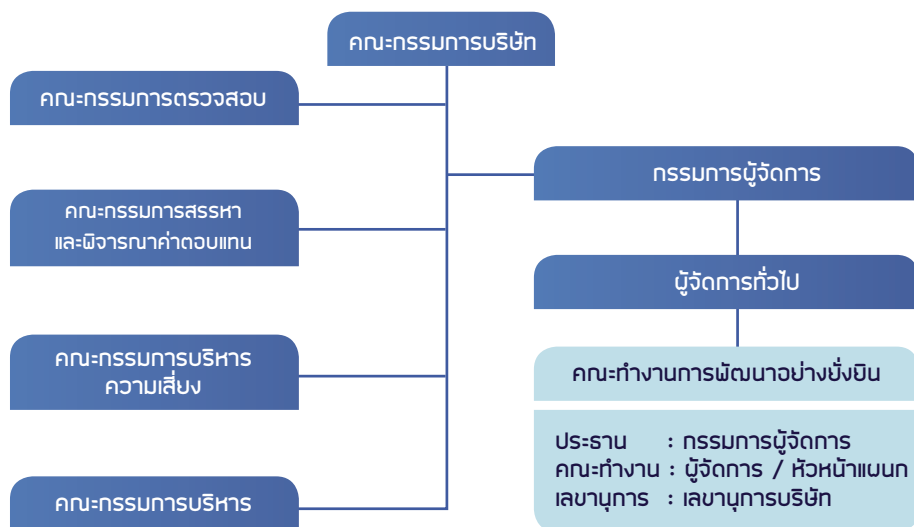
(5) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มขีด

ความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ด้วยการพัฒนาความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะของพนักงานทุกระดับให้มีศักยภาพสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิสัยทัศน์องค์กร

(6) ส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกพนักงานทุกระดับให้มีคุณธรรม จริยธรรม และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ จรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด รวมถึงไม่ใช้ประโยชน์อันมิควรในทรัพย์สิน ข้อมูล และโอกาสของบริษัท

*นโยบายการกำกับดูแลกิจการ (ฉบับเต็ม) สามารถดาวน์โหลดผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.filtervision.co.th/นักลงทุนสัมพันธ์/ การกำกับดูแลกิจการ / นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการด้านความยั่งยืน



4. จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

ปี 2563 คณะกรรมการได้พิจารณาปรับปรุงจรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conducts) เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส เป็นธรรมตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพื่อบรรลุเป้าหมายที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียตามวิสัยทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ”

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้รับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยมีแนวทางปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ ดังนี้

1.1 ศึกษา ทบทวน และปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

1.2 ผู้บังคับบัญชาทุกระดับต้องปฏิบัติตามเป็นแบบอย่างที่ดีและดูแลให้ผู้ที่บังคับบัญชาปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาการปฏิบัติให้ผู้บังคับบัญชามีข้อสงสัย

1.3 กรณีไม่แน่ใจว่า การกระทำใดจะขัดต่อจรรยาบรรณและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานให้พิจารณาว่า

- การกระทำนั้นขัดต่อกฎหมาย ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีหรือไม่
- การกระทำนั้นขัดต่อนโยบาย ค่านิยมองค์กร นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และระเบียบปฏิบัติ

ใดของบริษัท หรือไม่

- การกระทำนั้นส่งผลเสียต่อผู้มีส่วนได้เสียและภาพลักษณ์ของบริษัท หรือไม่

หากการกระทำนั้นขัดหรือส่งผลเสียต่อสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นให้ยุติการกระทำ หรือสอบถามฝ่ายกฎหมายและกิจการทั่วไป หรือเลขาธิการบริษัท

จรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conducts) ของบริษัท ประกอบด้วยนโยบายดังต่อไปนี้

นโยบายต่อบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> ● นโยบายการบันทึก การรายงาน และการเก็บรักษาข้อมูล ● นโยบายการซื้อขายหลักทรัพย์และการใช้ข้อมูลภายใน ● นโยบายการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายใน ● นโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ● นโยบายการรับและให้ของขวัญ การรับรอง หรือประโยชน์อื่น ● นโยบายการปฏิบัติต่อทรัพย์สิน
นโยบายต่อเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ● นโยบายด้านภาษี ● นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ● นโยบายป้องกันการฟอกเงิน ● นโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญา ● นโยบายการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น / นักลงทุน ● นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า

นโยบายต่อเศรษฐกิจ (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> ● นโยบายการปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่ ● นโยบายการปฏิบัติต่อคู่แข่ง ● นโยบายการจัดซื้อ/จัดจ้าง ● นโยบายการปฏิบัติต่อลูกค้า
นโยบายต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> ● นโยบายการมีส่วนร่วมทางการเมือง ● นโยบายการปฏิบัติต่อพนักงาน ● นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน ● นโยบายด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย ● นโยบายการปฏิบัติต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

*จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ (ฉบับเต็ม) สามารถดาวน์โหลดผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.filtervision.co.th/ นักลงทุนสัมพันธ์ / การกำกับดูแลกิจการ / จรรยาบรรณธุรกิจและข้อบังคับปฏิบัติในการทำงาน

5. การบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจที่ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อกำหนดหน้าที่กำกับดูแลฝ่ายจัดการให้ดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (บริษัทและบริษัทย่อย) รวมถึงผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง (Risk Culture) โดยจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้ และการสื่อสารจากผู้บริหารไปยังพนักงาน รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยงาน รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้สามารถนำการบริหารความเสี่ยงไปใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้

5.1 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

1. ความเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

ปี 2563 จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัททั้งในแง่ผลการดำเนินงาน ตลอดจนพนักงานและชุมชน สังคม อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการจัดการสถานการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิด นอกจากการปฏิบัติตามประกาศของภาครัฐแล้วบริษัทได้นำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP: Business Continuity Plan) มาปฏิบัติตั้งแต่ต้นเดือนมีนาคม 2563 รวมทั้งเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว ในปี 2563 บริษัทไม่มีพนักงานและ/หรือผู้ใกล้ชิดพนักงานที่เกิดการติดเชื้อ COVID-19

2. ความเสี่ยงจากรายได้ลดลงและความไม่สมดุลระหว่างกลุ่มธุรกิจ

ปี 2563 บริษัทมีรายได้รวมลดลง 126.19 ล้านบาท (ร้อยละ 18.45) เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จาก 683.85 ล้านบาท ในปี 2562 เป็น 557.66 ล้านบาทในปี 2563 อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบสัดส่วนรายได้ระหว่างกลุ่มธุรกิจพบว่ากลุ่มธุรกิจให้บริการทางการแพทย์ (B3) มีรายได้ในปี 2563 เติบโตขึ้น 33.90 ล้านบาท (ร้อยละ 19.21) เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จาก 176.46 ล้านบาทในปี 2562 เป็น 210.36 ล้านบาทในปี 2563

สำหรับกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมและ OEM (B1) และกลุ่มเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย (B2) ในปี 2563 มีรายได้ลดลง 108.78 ล้านบาท และ 51.31 ล้านบาท ตามลำดับเมื่อเทียบกับจากปีที่ผ่านมา โดยคิดเป็นลดลงร้อยละ 49.73 และ 17.77 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มธุรกิจความงามและผิวพรรณ (B4) จำเป็นต้องปิดให้บริการทุกสาขาชั่วคราวเนื่องด้วยมีผลการดำเนินงานขาดทุนสะสมต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 นับแต่ปลายปี 2562 ต่อเนื่องมาจนถึงปี 2563

การดำเนินธุรกิจในแต่ละกลุ่มธุรกิจมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานรวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน โดยบริษัทมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อแต่ละกลุ่มธุรกิจในปัจจัยที่แตกต่างกัน จึงสะท้อนให้เห็นถึงผลการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทที่สามารถลดความเสี่ยงจากรายได้ไม่สมดุลกันระหว่างกลุ่มธุรกิจได้

3. ความเสี่ยงจากการขยายการลงทุนไปสู่ธุรกิจใหม่ โดยมุ่งเน้นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโต

ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม (B4) แม้ว่าธุรกิจนี้จะยังคงมีการอัตราการเจริญเติบโตในภาพรวมสูงขึ้น แต่สำหรับบริษัท ได้วางแผนกลยุทธ์ธุรกิจที่จะปรับลดขนาดธุรกิจลงให้เหมาะสมตั้งแต่ปี 2562 เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ อย่างไรก็ตามด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และ ศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท จึงตัดสินใจที่จะหยุดการดำเนินการธุรกิจนี้เป็นการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ธันวาคม 2563 เพื่อนำทรัพยากรไปลงทุนในธุรกิจบริการการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม ซึ่งบริษัทเห็นว่ามีความศักยภาพในการเจริญเติบโตได้คุ้มค่ากว่าในช่วงเวลาดังกล่าว

ธุรกิจบริการการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้การเปิดหน่วย/

ศูนย์ไตเทียมใหม่หรือการเพิ่มเครื่องไตเทียมในสาขาที่เปิดดำเนินการแล้วมีความล่าช้ากว่าเดิม ในปี 2563 บริษัทได้เปิดดำเนินการและเริ่มรับรู้รายได้หน่วย/ศูนย์ไตเทียมรวมทั้งสิ้น 14 สาขาและมีเครื่องไตเทียมรวมทั้งสิ้น 140 เครื่อง สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทมีการจัดการในด้านการบริหารความเสี่ยงในเรื่องความเสี่ยงจากการขยาย/ลด การลงทุนไปสู่ธุรกิจใหม่

4. ความเสี่ยงจากการพัฒนา Digital Platform

ในปี 2563 บริษัทได้ปรับกลยุทธ์ด้วยการเริ่มประยุกต์ IoT Solution เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในกลุ่มธุรกิจของบริษัท ในรูปแบบการใช้ IoT เชื่อมต่อกับอุปกรณ์ที่ต้องการ เพื่อให้สามารถนำส่งข้อมูลเข้ามาใช้ในการประมวลผลและบริหารจัดการข้อมูลบนคลาวด์อย่างอัจฉริยะ (Cloud Computing) เพื่อสามารถสร้างรายงาน วิเคราะห์เพื่อสนับสนุนการวางแผนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนั้นเมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อกลุ่มธุรกิจของบริษัท อาจทำให้บุคลากรบางกลุ่มยังขาดชุดทักษะใหม่ (Skill Set) ที่จำเป็นในการเรียนรู้และใช้งาน digital platform ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยบริษัทได้จัดฝึกอบรมให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ รวมถึงเพิ่มชุดทักษะใหม่ที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรดังกล่าวสามารถปฏิบัติงานและใช้งานระบบได้อย่างคุ้นเคยและชำนาญยิ่งขึ้น โดยในปี 2563 บริษัทได้เริ่มโครงการ Strategic Human Resources Management (SHRM) สำหรับกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อยเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานเฉพาะด้านเพื่อสนับสนุนการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นการบริหารจัดการความเสี่ยงในการพัฒนา digital platform อย่างเป็นรูปธรรม โดยบริษัทได้จัดฝึกอบรมให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ รวมถึงเพิ่มชุดทักษะใหม่ที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรดังกล่าวสามารถปฏิบัติงานและใช้งานระบบได้อย่างคุ้นเคยและชำนาญยิ่งขึ้น โดยในปี 2563 บริษัทได้เริ่มโครงการ Strategic Human

Resources Management (SHRM) สำหรับกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อยเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานเฉพาะด้าน เพื่อสนับสนุนการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นการบริหารจัดการความเสี่ยงในการพัฒนา digital platform อย่างเป็นรูปธรรม

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operation Risk)

5. ความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรเป็นบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ บริษัทจึงต้องสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถจากหลากหลายช่องทาง ทั้งภายในและภายนอกบริษัท พร้อมพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรตามเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Path) ส่งเสริมโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงาน และเตรียมพนักงานให้พร้อมสำหรับการสืบทอดตำแหน่งงาน (Succession Plan) สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ โดยเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง จากการลงมือทำและการเรียนรู้จากข้อผิดพลาด โดยมีผู้บริหารหรือหัวหน้าคอยให้คำแนะนำ เสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงาน รวมถึงจัดให้มีค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมและเป็นธรรม

6. ความเสี่ยงจากการจัดการสินค้าคงคลัง

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ และระบบบำบัดน้ำเสีย ดังนั้น จึงต้องดูแลให้มีสินค้าคงคลังในระดับที่เหมาะสมและเพียงพอในการบริการลูกค้าและทันต่อความต้องการสินค้าของลูกค้าอยู่เสมอ จัดเก็บวัตถุดิบให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ป้องกันความสูญเสียหรือเสียหายระหว่างการจัดเก็บสินค้า รวมถึงการเสื่อมสภาพและล้าสมัยของสินค้า อย่างไรก็ตาม การจัดการบริหารต้นทุน ในการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก

ต้นทุนสินค้าและค่าขนส่งจะลดลง แต่ก็จะมีค่าใช้จ่ายในการบริหารสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น ดังนั้น การกำหนดปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสมจะต้องมีการวางแผนร่วมกันหลายฝ่าย เพื่อให้สามารถรองรับแผนการขายและแผนการให้บริการหลังการขายได้ พร้อมจัดทำรายงานวิเคราะห์หาจุดสินค้าคงคลังและรายงานการเคลื่อนไหวสินค้าให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้สูญเสียโอกาสในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าและอาจเสียลูกค้าให้กับคู่แข่ง รวมถึงส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในอนาคตได้

7. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตรายใหญ่

จากความสัมพันธ์อันดีกว่า 21 ปีของบริษัท กับกลุ่ม Pentair ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำด้านการบำบัดน้ำ (Water Solutions) ระดับโลกที่ก่อตั้งมาแล้วกว่า 85 ปี มีสำนักงาน 120 สาขาใน 25 ประเทศ ปี 2563 บริษัทมียอดขายซื้อจาก Pentair ลดลงจากปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้ผลิตรายนี้ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม บริษัท ได้ทำสัญญาการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้ากับกลุ่ม Pentair มาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัท มีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกผู้ผลิตรายใหม่อยู่เสมอเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อการดำเนินงานและสูญเสียรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของบริษัท และความเสี่ยงจากการส่งมอบผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ไม่ตรงตามกำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการ หากการดำเนินงานธุรกิจของผู้ผลิตรายกลางดังกล่าวหยุดชะงักเนื่องจากเหตุสุดวิสัย เช่น ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย ความไม่สงบทางการเมือง ทางบริษัทฯ ยังมีผู้ผลิตรายอื่นที่ไว้ใจได้เลือกเป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหม่สามารถรองรับการจัดหาสินค้าเพื่อทดแทนได้

8. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

ปี 2563 กลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย (B2) มีรายได้ส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 50 ของรายได้รวม

ทั้งหมดของกลุ่มธุรกิจ B2 ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าร้านอาหาร สบ-คอกซ์ และร้านกาแฟที่ดำเนินธุรกิจมีลักษณะแฟรนไชส์ที่มีเครือข่ายสาขาจำนวนมาก ดังนั้น หากกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ลดแผนการขยายสาขาหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มธุรกิจ B2 อย่างไรก็ดี บริษัทมีแผนลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ในกลุ่มธุรกิจ B2 ด้วยการเพิ่มรูปแบบการให้บริการแบบครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าให้สะดวกยิ่งขึ้น รวมถึงรักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มเติม อาทิ กลุ่มโรงแรม ฯลฯ เพื่อเพิ่มสัดส่วนรายได้

ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

9. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ปี 2563 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่อบริษัท เนื่องจากบริษัทมีการนำเข้าสินค้ารวมถึงวัตถุดิบจากต่างประเทศ อย่างไรก็ดี เศรษฐกิจโลกยังชะลอตัวเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ยังคงส่งผลกระทบต่อจนถึงปัจจุบัน จึงเกิดความเสี่ยงในการประมาณการอัตราแลกเปลี่ยนในการทำธุรกรรมดังกล่าวเป็นเรื่องที่คาดเดาได้ยาก บริษัท จึงได้จัดทำมาตรการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบต่อดัชนีสินค้าและผลการดำเนินงานของบริษัท ด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ซึ่งเป็นการตกลงที่จะซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศกับธนาคาร ณ วันที่กำหนดในสัญญา ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนที่ตกลงกันไว้ ทั้งนี้ มาตรการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนคณะกรรมการบริหารจะพิจารณาและตัดสินใจใช้เครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสมตามสถานการณ์ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการรายได้และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

10. ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนและต้นทุนทางการเงินสำหรับการดำเนินงาน

ในปี 2563 กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอื่นที่เกี่ยวข้องกับ เงินฝากธนาคาร เงินเบิกเกินบัญชี และเงินกู้ยืมระยะยาว สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน โดยกลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยโดยกลุ่มบริษัทได้เข้าทำสัญญาแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนความแตกต่างระหว่างดอกเบี้ยตามอัตราคงที่และดอกเบี้ยตามอัตราผันแปร ซึ่งอ้างอิงจากมูลค่าเงินต้นตามสัญญาสำหรับช่วงเวลาที่กำหนดไว้

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk)

11. ความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

บริษัท ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัท เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประกอบกับธุรกิจของบริษัทเกี่ยวข้องกับสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า ทั้งมาตรฐานคุณภาพน้ำ มาตรฐานเครื่องมือแพทย์ มาตรฐานน้ำยาไตเทียม มาตรฐานคลินิกเสริมความงาม และมาตรฐาน GMP รวมถึง ISO 13485 บริษัทจึงดูแลให้มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ระเบียบ และมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในกฎหมาย ระเบียบ และมาตรฐานต่าง ๆ อยู่เสมอ ตลอดจนว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญมาให้ความแนะนำเรื่องการตรวจประเมินและการรับรอง รวมถึงการพัฒนา มาตรฐานและเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจเป็นไปตามประกาศ ข้อกำหนด ระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

6. การพัฒนาสู่ความยั่งยืน

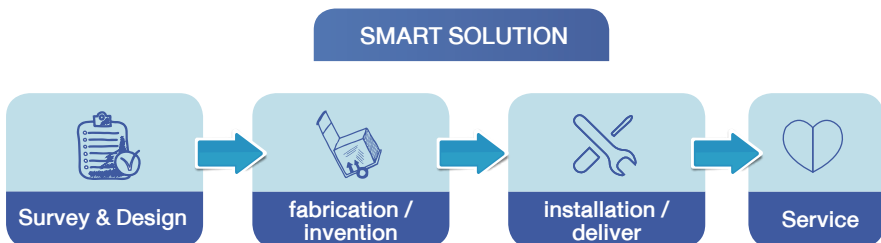
บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Sustainability Development) ซึ่งหมายถึง การบริหารจัดการที่มุ่งเน้นให้การทำงานมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์องค์กร “รายการระดับคุณภาพชีวิตคุณ” โดยนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อดำเนินธุรกิจในกลุ่มของบริษัทให้เกิดการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของกลุ่มลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าด้วยความโปร่งใส มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุนาามยที่ดี การอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน รวมถึงการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นับแต่ปี 2561 - 2563 ตามที่บริษัทได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรในระยะกลางและระยะยาว สื่อสารให้บุคลากรในองค์กรทราบพันธะสัญญาด้านความยั่งยืนของบริษัท รวมถึงร่วมเป็นแรงผลักดันและมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร โดยดำเนินงานตามแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative (GRI) พิจารณาตามหลักสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การพิจารณาบริบทแห่งความยั่งยืน (Sustainability Context) การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการจัดทำรายงาน (Stakeholder Inclusiveness)

6.1 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

6.1.1 ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทและบริษัทย่อย ดำเนินการตามกระบวนการ SMART SOLUTION โดยการวิเคราะห์กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการ SMART SOLUTION ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพและดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทั้งนี้ เพื่อดูแลบริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจบริษัทและบริษัทย่อยได้จัดทำมีการตรวจสอบประเมินคู่ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจหลักที่สำคัญและมีความเสี่ยงสูงที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างต่อเนื่อง



<ul style="list-style-type: none"> ● กลุ่มธุรกิจ B1 ● กลุ่มธุรกิจ B2 ● กลุ่มธุรกิจ B3 : IRV 	<ul style="list-style-type: none"> ● สำรวจสถานที่ โครงสร้างอาคาร แหล่งน้ำดิบ ระบบน้ำทิ้ง ● ระบบไฟฟ้า ● การประเมินความต้องการปริมาณการใช้และคุณสมบัติของน้ำที่ลูกค้าต้องการ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การออกแบบระบบบำบัดน้ำ ● การเลือกผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้ได้น้ำที่มีคุณสมบัติตามที่ลูกค้าต้องการและเป็นไปตามมาตรฐานของแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงความสะดวกและง่ายต่อการควบคุมดูแล ● คำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์และระบบบำบัดน้ำให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก ● การพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าในอนาคตได้ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ติดตั้งระบบบำบัดน้ำให้แกลูกค้า ● การส่งมอบผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำตามกำหนดเวลา ● ทดสอบการใช้งานของระบบบำบัดน้ำ / ตรวจสอบคุณภาพน้ำ ● การผลิต / จัดจำหน่ายยาฆ่าเชื้อ (มาตรฐาน ISO – 13485 : / 2016) ให้แกลูกค้าตามกำหนดเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริการหลังการขายและดูแลรักษาระบบบำบัดน้ำตามที่ระบุไว้ในแผนงานบำรุงรักษาตามรอบระยะเวลาและปริมาณการใช้น้ำ (Preventive & Collective Maintenance) ● การตรวจสอบคุณภาพน้ำ โดยการนำส่งตัวอย่างน้ำให้องค์กรอิสระเป็นผู้ตรวจสอบและรับรองผล ● การจัดให้มีการอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้า เพื่อให้สามารถควบคุมดูแล รวมถึงบำรุงรักษาเบื้องต้นได้
<p>กลุ่มธุรกิจ B3: MV</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● สำรวจสถานที่ โครงสร้างอาคาร และความต้องการของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ● การออกแบบระบบท่อมรับสิ่งส่งตรวจทางการแพทย์ ● การเลือกผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ใช้ให้เหมาะสมกับการใช้งาน 	<ul style="list-style-type: none"> ● การติดตั้งระบบท่อมรับสิ่งส่งตรวจทางการแพทย์ ● ทดสอบการใช้งานระบบท่อมรับสิ่งส่งตรวจทางการแพทย์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริการหลังการขายและดูแลรักษาระบบ ● การจัดให้มีการอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้า
<ul style="list-style-type: none"> ● กลุ่มธุรกิจ B3: ● KTMS / IRV 	<p>จัดหาสถานที่ / สถานพยาบาล</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● การออกแบบระบบบำบัดน้ำและตกแต่งศูนย์ไตเทียมให้ได้มาตรฐานของสมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย ● ออกแบบสภาพแวดล้อมที่สะดวกสบายสำหรับผู้ป่วยและญาติ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การติดตั้งระบบบำบัดน้ำให้ศูนย์ไตเทียม ● ทดสอบการใช้งานให้เป็นไปตามมาตรฐานของสมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย 	<ul style="list-style-type: none"> ● การให้บริการด้วยพยาบาลวิชาชีพเฉพาะทาง ● สนับสนุนผู้ป่วยให้สามารถกลับไปใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ

<ul style="list-style-type: none"> ● กลุ่มธุรกิจ B3 : IRV ● กลุ่มธุรกิจ B4 : HHC 	<ul style="list-style-type: none"> ● สำหรับความต้องการลูกค้า / ผลที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องมือต่างๆ ● การติดตามผลการศึกษาวิจัย / นวัตกรรมด้านสุขภาพและความงาม 	การออกแบบสถานที่และจัดวางอุปกรณ์และเครื่องมือ	<ul style="list-style-type: none"> ● การตกแต่งสถานที่ติดตั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการแก่ลูกค้า ● จำหน่ายเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ 	<ul style="list-style-type: none"> ● การให้บริการตรวจวินิจฉัย ป้องกันและรักษาผู้ที่มีปัญหาด้านผิวพรรณ ● การให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ถูกต้องไม่โฆษณาเกินจริง
--	---	---	--	--

6.1.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ

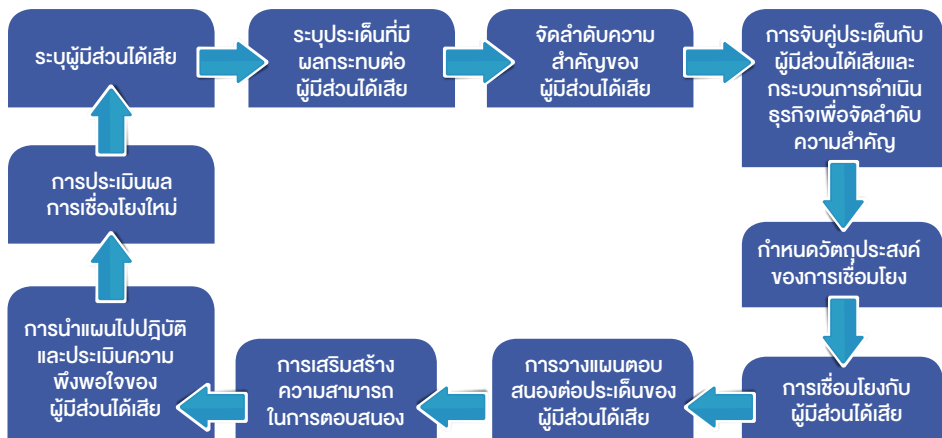
กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

การขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน บริษัทและบริษัทย่อยให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ทั้งความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร อันมีส่วนในการผลักดันให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

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

กระบวนการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัท ได้ดำเนินการเพื่อให้เข้าใจและทราบถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้ โดยจัดให้มีกระบวนการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้



ทั้งนี้ การที่จะทราบมุมมอง ความคาดหวัง และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งด้านบวกและด้านลบ บริษัทได้สื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม
ผู้ถือหุ้น / นักลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> ● การกำกับดูแลกิจการที่ดี ● ความยั่งยืนของธุรกิจ ● การบริหารจัดการความเสี่ยง ● การดำเนินธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> ● การให้ผลตอบแทนจากการลงทุนที่เป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ● ความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ● การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ● การจัดทำโครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ● การประชุมผู้ถือหุ้น ● Opportunity Day ทุกไตรมาส ● รายงานประจำปี (56-1 One Report) / รายงานความยั่งยืน ● เว็บไซต์ของบริษัท และช่องทางการสื่อสารดิจิทัล ได้แก่ Facebook, Line ● นักลงทุนสัมพันธ์
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ได้รับผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม ● ได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน ● มีความก้าวหน้าและมั่นคงในตำแหน่งงาน ● การมีส่วนร่วมและได้แสดงความคิดเห็น ● สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย ● สนับสนุนคุณแม่มือใหม่ในการเลี้ยงดูลูก 	<ul style="list-style-type: none"> ● ให้ผลตอบแทนและสวัสดิการในระดับที่เหมาะสมเปรียบเทียบกับตำแหน่งงานในระดับเดียวกันของอุตสาหกรรม ● ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม ● จัดอบรมให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพพนักงานตามตำแหน่งงาน ● ห้องนมแม่ ● รับฟังความคิดเห็นและนำมาพิจารณาปรับปรุง 	<ul style="list-style-type: none"> ● การประชุม Morning Talk ● การสื่อสารผ่าน Line Group ● กิจกรรมวันเด็กยั่งยืน ● การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี ● ช่องทางรับความคิดเห็นและรับเรื่องร้องเรียน
ลูกค้า / ผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> ● ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม ● ความปลอดภัยของข้อมูลลับทางการค้า ● บริการหลังการขายที่ดี ● ส่งมอบงานตามกำหนดเวลา ● ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ● ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพตามกำหนดเวลา ● รักษาข้อมูลความลับทางการค้าของลูกค้า ● เพิ่มช่องทางการขายรูปแบบดิจิทัล ● มีความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ● พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> ● Call Center ● ศูนย์บริการลูกค้า ● การประชุม / สัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ● การรับฟังความคิดเห็น / รับเรื่องร้องเรียน

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม
คู่แข่ง	<ul style="list-style-type: none"> การแข่งขันที่เป็นธรรมและเท่าเทียม การปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมตามจรรยาบรรณธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน การแจ้งเบาะแส / ร้องเรียน
ลูกค้า / พันธมิตรธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินงานธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และเป็นธรรม การปฏิบัติตามข้อตกลง / สัญญา การรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน การชำระเงินตามกำหนดเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> สัญญาซื้อขายโปร่งใสและเป็นธรรม ปฏิบัติตามข้อตกลง / สัญญา ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพที่จะเติบโตไปด้วยกัน ชำระเงินตามกำหนด 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุม การจัดอบรม / สัมมนาให้ความรู้ รายงานความยั่งยืน โทรศัพท์ / อีเมล / สื่อสังคมออนไลน์
เจ้าหนี้	<ul style="list-style-type: none"> เปิดเผยข้อมูลการเงินตามความจริง ชำระเงินครบถ้วนตามกำหนดเวลา การบริหารจัดการความเสี่ยง 	<ul style="list-style-type: none"> ให้ข้อมูลทางการเงินถูกต้องเชื่อถือได้ ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญา มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุม โทรศัพท์ / อีเมล / สื่อสังคมออนไลน์ ข้อเสนอแนะ / ร้องเรียน
ชุมชน / สังคม / สิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อชุมชน / สังคม / สิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบต่อชุมชน / สังคม / สิ่งแวดล้อม รับฟังความคิดเห็นของชุมชน / สังคม / สิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนกิจกรรมที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน / สังคม พัฒนานวัตกรรมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จัดให้มีหน่วยงานรับข้อเสนอแนะ / ร้องเรียนของชุมชน / สังคม 	<ul style="list-style-type: none"> โทรศัพท์ / อีเมล / สื่อสังคมออนไลน์ ผู้บริหาร / พนักงาน กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นร่วมกับชุมชน / สังคม
หน่วยงานกำกับดูแล (ตลท. และ ก.ล.ต.) หน่วยงานภาครัฐ สมาคมต่างๆ	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมายประกาศ กฎเกณฑ์และระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การกำกับดูแลกิจการที่ดี การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของคุณธรรมจริยธรรม สนับสนุนนโยบายและการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐ การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ประกอบธุรกิจภายใต้กรอบของกฎหมายและประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและให้กรรมการผู้บริหาร และพนักงานยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ การปฏิบัติตามและให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ การจัดทำโครงการการพัฒนาองค์กรยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน เว็บไซต์ของบริษัท โทรศัพท์ / สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล การจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ข้อเสนอแนะ / ร้องเรียน

6.2 โครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน

ปี 2563 บริษัทยังดำเนินการต่อเนื่องตามแผนงานการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน ปี 2561 – 2563 เพื่อเป้าหมายที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ “รายการระดับคุณภาพชีวิตคุณ” โดยการบูรณาการแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม แผนงานโครงการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน

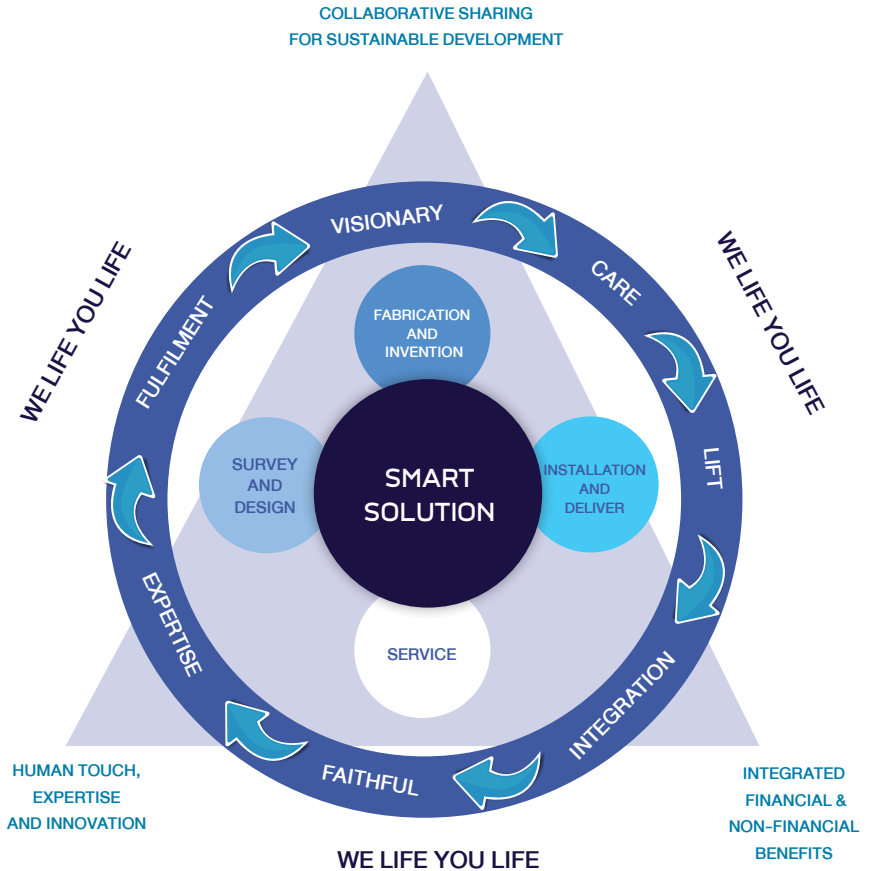
ปี 2561	Phase I : Aware & Prepare
วัตถุประสงค์	เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรในระยะกลางและระยะยาว และเป็นการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท ทราบและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้ในที่สุด
	<ul style="list-style-type: none"> ● กำหนดพันธะสัญญาด้านความยั่งยืน (Sustainability Development Proposition) ● การทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมของบริษัท ● กำหนดนโยบายด้านความยั่งยืน (Sustainable Development Policy) ● กำหนดกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainability Development Framework) ● กำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน (Sustainable Development Strategy)
ปี 2562	Phase II : Call up & Roll Out
วัตถุประสงค์	เพื่อสื่อสารให้บุคลากรในองค์กรทราบพันธะสัญญาด้านความยั่งยืนของบริษัท และร่วมเป็นแรงผลักดัน และมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร
	<ul style="list-style-type: none"> ● กำหนดแนวทางการสื่อสารกับพนักงาน และการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท และบริษัทย่อย ● การฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการความยั่งยืน เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท ● การฝึกอบรมพัฒนากิจกรรมการแปลงพันธะสัญญา เป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนไปเป็นแผนปฏิบัติการ ● จัดตั้งคณะทำงานเพื่ออำนวยความสะดวก การติดตาม และตรวจสอบการนำเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนไปปฏิบัติของหน่วยงานต่างๆ
ปี 2563	Phase III : Check & Change
วัตถุประสงค์	เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทจะสามารถบรรลุพันธะสัญญาด้านความยั่งยืนที่คณะกรรมการกำหนดไว้ได้ จึงเห็นควรจัดการอบรมและกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร รวมถึงประเมินและตรวจสอบการปฏิบัติงานอยู่เสมอ

	<ul style="list-style-type: none"> • ฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจของคณะทำงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเกี่ยวกับการวัด วิเคราะห์ และประเมินผลการบูรณาการแนวคิด เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน • จัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน • กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายในงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายระดับองค์กร • กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินความเหมาะสมของแนวปฏิบัติ และกิจกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของแต่ละหน่วยงาน
ปี 2564 2567	แผนการดำเนินโครงการ "การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Human Resources Management (SHRM))"
วัตถุประสงค์	เพื่อยกระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์และเกิดการพัฒนาสู่ความยั่งยืนขององค์กร
	<ul style="list-style-type: none"> • มุ่งพัฒนาสมรรถนะของหน่วยงาน HR เทียบเคียงกับตัวแบบมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพบริหารงานบุคคลในด้านสมรรถนะพื้นฐาน และสมรรถนะทางวิชาชีพบริหารทรัพยากรบุคคล • มุ่งให้ความสำคัญกับการบริหารความเปลี่ยนแปลงทางด้านทรัพยากรบุคคลในมิติด้านตัวงาน กำลังคน และสถานที่ทำงาน • มุ่งเน้นการพัฒนาบทบาทภาวะผู้นำในองค์กรสำหรับผู้บริหารระดับกลาง

6.3 กรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

จากเป้าหมายที่จะพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนและบรรลุตามวิสัยทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ” บริษัทจึงได้จัดทำโครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืนและบูรณาการแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย โดยให้ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานของ

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



6.4 กลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

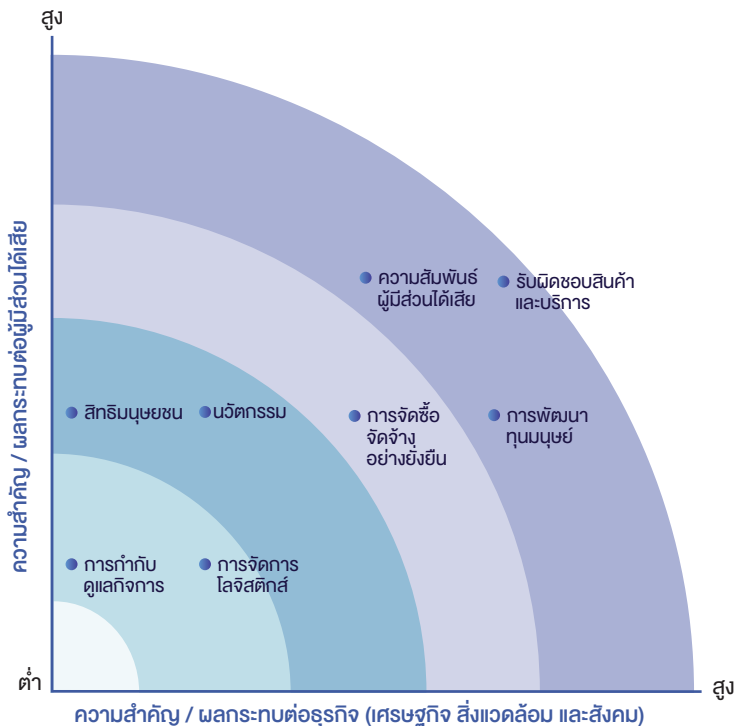
2561	We Lift Our People Life
	<p>บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากร (Human Capital) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจและสร้างมูลค่าองค์กรให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ดังนั้น บริษัทจึงได้จัดทำแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง พร้อมส่งเสริมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ผ่านระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากร ทั้งการสอนงาน (Coaching) และการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) ด้วยการฝึกอบรมรูปแบบเดิมและระบบ e-learning รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานต่อยอดองค์ความรู้และพัฒนานวัตกรรม (Innovation) เพื่อเป้าหมายที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท และบริษัทย่อย</p>

2562	We Lift Our Customers Life
	บริษัทจัดให้มีกระบวนการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตลอดจนความคาดหวังของผู้บริโภค (End Customer) ผ่านกระบวนการ Smart Solution ด้วยความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มธุรกิจ บริษัทจึงสนับสนุนการมีส่วนร่วม พัฒนาและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Engagement) เพื่อให้สามารถจัดหาและออกแบบ รวมถึงพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการลูกค้า รวมถึงเป็นไปตามมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล อันจะนำไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืนร่วมกันต่อไป
2563	We Lift Our Partners Life
	เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือกคู่ค้า/ซัพพลายเออร์ที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน และมาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย รวมถึงไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น เพื่อร่วมสร้างการเติบโตและคุณค่าทางธุรกิจอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน
2564	We Lift Our Human Capital Development Kicking off The Project "Strategic Human Resource Management (SHRM)"
	สืบเนื่องจากผลการดำเนินงานโครงการด้านความยั่งยืนของบริษัท เพื่อยกระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์และเกิดการพัฒนาสู่ความยั่งยืนขององค์กร นับแต่ปี 2561 – 2563 จาก Phase I : Aware and Prepare, Phase II: Call up & Roll Out จนถึง Phase III : Check & Change ตามลำดับนั้น บริษัทมีความเชื่อมั่นว่าบุคลากรของบริษัททุกท่านคือทรัพยากรอันมีค่าและสำคัญยิ่งต่อการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวเดินอย่างเติบโต และพร้อมที่จะสร้างผลตอบแทนให้แก่องค์กร เพื่อส่งคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า
	สำหรับแผนการดำเนินงานในปี 2564 บริษัทจะเริ่มดำเนินโครงการ “การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์” (Strategic Human Resource Management: SHRM) โดยจะมุ่งเน้นตามแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน 3 แผนงานหลัก ได้แก่ 1) แผนการพัฒนา HR Expert 2) แผนการพัฒนาระบบการบริหารและพัฒนาศักยภาพเชิงรุก และ 3) แผนพัฒนากฎระเบียบที่นำแก่ผู้บริหารระดับกลาง

7. การประเมิน 4 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

นับแต่ปี 2561 – 2563 ตามที่บริษัทได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กร ในระยะกลางและระยะยาว สื่อสารให้บุคลากรในองค์กรทราบพันธะสัญญาด้านความยั่งยืนของบริษัท รวมถึงร่วม เป็นแรงผลักดันและมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร

โดยผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน พบว่า ประเด็นที่สำคัญต่อการส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนแก่ผู้มีส่วน ได้เสียตามวิสัยทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ” 4 อันดับแรก คือ 1) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ 2) การ พัฒนาชุมชน 3) ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย และ 4) การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันมีประเด็น ที่ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทและบริษัทย่อยให้ความสำคัญ ได้แก่ นวัตกรรม สิทธิมนุษยชน การจัดการโลจิสติกส์ และ การกำกับดูแลกิจการ



7.1 การบริหารจัดการประเด็นที่เป็นสาระสำคัญต่อความยั่งยืน (Management Approach)

ประเด็นสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อ สินค้าและบริการ	ความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน	การพัฒนา ทุนมนุษย์
แนวทางการบริหารจัดการ				
นโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> มุ่งเน้นในการคัดเลือก จัดหาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สินค้าต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> เคารพสิทธิและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสีย คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม 	<ul style="list-style-type: none"> คัดเลือกคู่ค้าอย่างมีระบบ เป็นธรรม และโปร่งใส คัดเลือกคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> มุ่งเน้นพัฒนาองค์ความรู้และทักษะพนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เสริมสร้างขีดความสามารถและความได้เปรียบในการแข่งขัน
เป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มสัดส่วนรายได้ของสินค้าด้านความยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร สร้างความเชื่อมั่นว่าบริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มสัดส่วนผู้ค้าตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกตามเกณฑ์มาตรฐานทางด้านวิชาชีพ และเพิ่มพูนทักษะชุดความรู้ใหม่ที่จำเป็น สรุปผลการดำเนินโครงการพัฒนามนุษย์ ปี 63 เพื่อวางแผนการดำเนินงานในประเด็นที่สำคัญในปี 2564
หน่วยงาน ผู้รับผิดชอบ	<ul style="list-style-type: none"> กลุ่มธุรกิจ B1 กลุ่มธุรกิจ B2 กลุ่มธุรกิจ B3 กลุ่มธุรกิจ B4 	<ul style="list-style-type: none"> ทุกหน่วยงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ฝ่ายจัดซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และกิจการทั่วไป

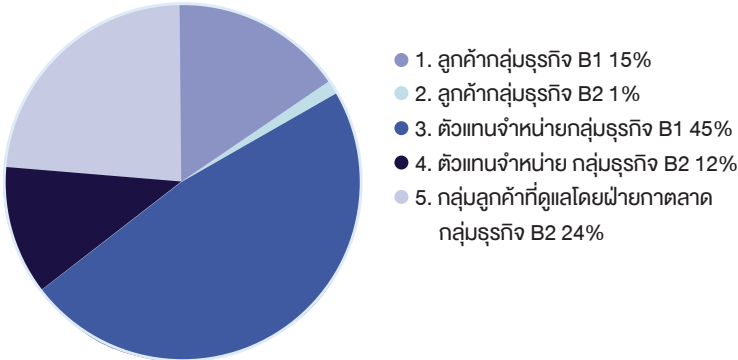
ประเด็นสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อ สินค้าและบริการ	ความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน	การพัฒนา ทุนมนุษย์
แนวทางการบริหารจัดการ				
กลยุทธ์ แผนการ ดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● คัดเลือกและสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ● ให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่คัดต่อสิ่งแวดล้อม ● นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ลูกค้า/ผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> ● การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอ่อนไหวทางสังคม ● สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนและสังคม ● จัดกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า 	<ul style="list-style-type: none"> ● ส่งเสริมพนักงานให้ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้และเพิ่มทักษะในการทำงาน เพื่อให้สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้และพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้มีส่วนได้เสีย
การดำเนินงาน / กิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> ● กำหนดนโยบายการคัดเลือกและสรรหาสินค้า ● มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสินค้าให้พนักงานรับรู้และเข้าใจ ● จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ลูกค้าที่ใช้ทำกาแฟ/โรงแรม น้ำปลอดภัย (ผลักดัน/ส่งเสริม) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ร่วมกับพันธมิตรในการส่งมอบและติดตั้งเครื่องกรองน้ำให้แก่มูลนิธิ/โรงเรียน ฯลฯ ● การจัดอบรมสัมมนา และสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ● กิจกรรมวันเด็กที่ยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ประเมินผลงานคู่ค้าและตรวจประเมินคู่ค้าเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ● กำหนดให้คู่ค้าทำแบบประเมินตนเองพร้อมลงนามรับรอง 	<ul style="list-style-type: none"> ● การเรียนรู้จากการทำงานจริง (On the Job Training) ● การอบรมภายในบริษัท (In-house Training) ● การอบรมภายนอก (External Trainings)
การวัดผลการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● สัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ● ประเภทของสินค้าที่ขาย (Portfolio of Products) 	<ul style="list-style-type: none"> ● จำนวนข้อร้องเรียน / ไม่มีข้อร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> ● KPI ของฝ่ายจัดซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> ● KPI ● จำนวนชั่วโมงการอบรม ● ผลการประเมินการอบรม (ก่อน-หลัง)

ประเด็นสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อ สินค้าและบริการ	ความสัมพันธ์กับ ผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน	การพัฒนา ทุนมนุษย์
แนวทางการบริหารจัดการ				
การรายงานผล การดำเนินงาน	● รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และรายงานความยั่งยืน			
กลุ่มผู้มีส่วน ได้เสีย	● ลูกค้า	● สังคม / ชุมชน / สิ่งแวดล้อม / หน่วยงานกำกับ ดูแล / องค์กรอิสระ	● คู่ค้า / ตัวแทน จำหน่าย / พันธมิตรธุรกิจ	● พนักงาน

7.2 ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ

ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ทั้ง 4 กลุ่มธุรกิจ และเพื่อสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการต่อลูกค้าและคู่ค้าในปี 2563 นำมาประเมินเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นในปีถัดไป บริษัทจึงได้ทำการสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการด้านการขนส่งสินค้า ต่อลูกค้าและคู่ค้าของ 2 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจ B1 (ระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมและ OEM) และ กลุ่มธุรกิจ B2 (ระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ สำหรับกลุ่มการพาณิชย์และที่พักอาศัย)

- โดยจัดทำแบบสำรวจแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจ ออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้
 - ประเภทที่ 1: ลูกค้ากลุ่มธุรกิจ B1
 - ประเภทที่ 2: ลูกค้ากลุ่มธุรกิจ B2
 - ประเภทที่ 3: ตัวแทนจำหน่ายกลุ่มธุรกิจ B1
 - ประเภทที่ 4: ตัวแทนจำหน่ายกลุ่มธุรกิจ B2
 - ประเภทที่ 5: กลุ่มลูกค้าที่ดูแลโดยฝ่ายการตลาด กลุ่มธุรกิจ B2
- โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ จำนวน 456 ราย

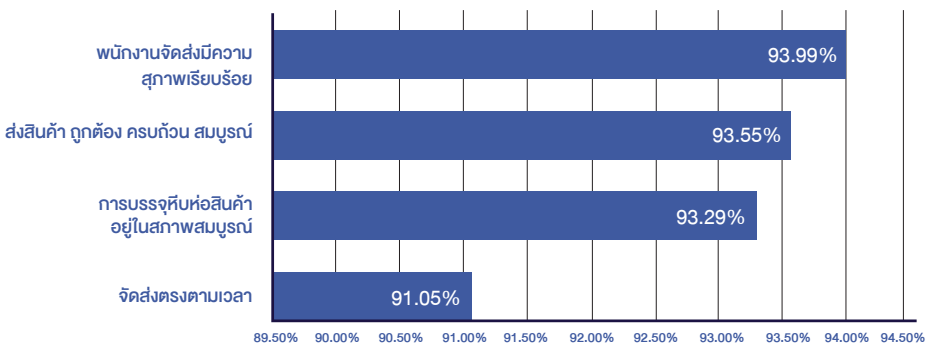


- หัวข้อการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า: ด้านการส่งมอบสินค้า
 - ประเมินด้านที่ 1: การจัดส่งตรงตามเวลา
 - ประเมินด้านที่ 2: การบรรจุหีบห่อสินค้าอยู่ในสภาพสมบูรณ์
 - ประเมินด้านที่ 3: ส่งสินค้า ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์
 - ประเมินด้านที่ 4: พนักงานจัดส่งมีความสุภาพเรียบร้อย

- ระดับการประเมิน: 5 ระดับ

ระดับ 5 ดีมาก	(คะแนนเฉลี่ย 91 – 100%)
ระดับ 4 ดี	(คะแนนเฉลี่ย 81 – 90%)
ระดับ 3 ปานกลาง	(คะแนนเฉลี่ย 71 – 80%)
ระดับ 2 พอใช้	(คะแนนเฉลี่ย 61 – 70%)
ระดับ 1 ต้องปรับปรุง	(คะแนนเฉลี่ย 51 – 60%)

- สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าด้านการส่งมอบสินค้า ในปี 2563 ดังนี้



7.3 ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

กิจกรรม Morning Talk 2020

การมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน ผ่านกิจกรรม Morning Talk ที่จัดเป็นประจำทุกเดือน ผ่านระบบ MS Team เพื่อผู้บริหารสามารถแจ้งข่าวสารและสถานการณ์ต่างๆ ขององค์กรต่อพนักงานทั้งกลุ่มบริษัท และรับข้อเสนอแนะจากพนักงานได้โดยตรง

MORNING TALK '2020 PLAN

ม.ค. 6/1/63 by ดร.วิจิตร เตชะเกษม @FVC2
 ก.พ. 3/2/63 by คุณแสง @FVC1
 มี.ค. 3/3/63 by คุณพุ่ม @FVC2
 เม.ย. 1/4/63 by คุณสมชาย @FVC1
 พ.ค. 5/5/63 by คุณเป่าเจ็ด @FVC2
 มิ.ย. 2/6/63 by คุณสุภาพรณ @FVC1
 ก.ค. 1/7/63 by คุณแสง @FVC2
 ส.ค. 4/8/63 by คุณแดน @FVC1
 ก.ย. 1/9/63 by อ.วิจิตร @FVC2
 ต.ค. 6/10/63 by คุณเวตต์ @FVC1
 พ.ย. 4/11/63 by คุณกาญจนา @FVC2
 ธ.ค. 1/12/63 by อ.วิจิตร @FVC1

หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ
 จะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า นะคะ



กิจกรรมการเลือกตั้ง คปอ. และ คสภ. การให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจการ และการดำเนินงานขององค์กรโดยการ รับสมัครคณะกรรมการความปลอดภัย ชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และรับสมัคร คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ เพื่อเป็นตัวแทนของ พนักงานเข้ามีส่วนร่วมในกิจการงาน ภายในขององค์กร

7.4 การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ได้ยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยจรรยาบรรณธุรกิจฯ ดังกล่าวซึ่งประกอบด้วยเรื่องนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าได้อย่างมีธรรมาภิบาล ตามแนวปฏิบัติดังนี้

1. ดำเนินการจัดซื้อ/จัดจ้างตามระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. ดำเนินการจัดซื้อ/จัดจ้าง โดยคำนึงถึงความต้องการ ความคุ้มค่า คุณภาพ ราคา การให้บริการ และความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าและบริการ
3. การจัดซื้อ/จัดจ้าง ต้องกระทำโดยเปิดเผยและเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้
4. คัดเลือกผู้ค้าที่มีสภาพธุรกิจที่ดีและมั่นคง ปฏิบัติตามกฎหมาย ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ ยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชน และคำนึงถึงชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

ในปี 2563 บริษัทได้จัดการฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้และเทคนิคการใช้งาน ติดตั้ง รวมถึงความปลอดภัยในการทำงาน ให้แก่บุคลากรภายในองค์กรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเชิญให้ตัวแทนจำหน่ายส่งตัวแทนเข้าร่วมอบรมเพื่อให้ได้รับความรู้และเทคนิคในการทำงานต่าง ๆ ร่วมกับบุคลากรของบริษัทและบริษัทย่อย ให้ทราบถึงกระบวนการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันภายใต้กรอบและข้อกำหนดการทำงานของบริษัท



7.5 การพัฒนาทุนมนุษย์

สำหรับแผนการดำเนินงานในปี 2564-2567 บริษัทจะดำเนินโครงการ “การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์” (Strategic Human Resource Management: SHRM) โดยจะมุ่งเน้นตามแผนการดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืน 3 แผนงานหลัก ได้แก่ 1) แผนการพัฒนา HR Expert 2) แผนการพัฒนาระบบการบริหารและพัฒนาศักยภาพบุคลากร และ 3) แผนพัฒนากฎระเบียบที่เอื้อต่อการบริหารระดับกลาง

โดยมีแนวทางการสร้างวัฒนธรรมความยั่งยืนองค์กร ดังนี้



01 : การเชื่อมโยง แนบกับผู้ที่เกี่ยวข้อง	02 : กำหนดรูปแบบ การนำไปปฏิบัติ อย่างเป็นทางการ	03 : การพัฒนาการ เรียนรู้เพื่อการต่อยอด และยกระดับโครงการ	04 : การสร้างแรง จูงใจให้สามารถรักษา ความต่อเนื่อง
เพื่อสร้างการรับรู้ความ เข้าใจ เกี่ยวกับแผนและ การเชื่อมโยงของแผน กับความยั่งยืนขององค์กร เตรียมความพร้อมของ พนักงาน เพื่อการมีส่วนร่วม ต่อโครงการ	เพื่อพัฒนามาตรฐาน ระเบียบปฏิบัติ ที่สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ของแผน และการแปลงเป้าหมายของ แผนไปสู่ ขั้นตอนการ ดำเนินงาน	เพื่อการประเมินผลการ ปฏิบัติ และเรียนรู้จากผล การปฏิบัติ โดยนำไป ปรับปรุงการดำเนินงานให้ ดีขึ้นและทดลองสร้างสรรค์ สิ่งใหม่	เพื่อส่งเสริมหรือจูงใจให้ พนักงานเห็นความ สำคัญของโครงการ ที่มี ต่อความยั่งยืนของ องค์กร หรือความ สำคัญต่อการปฏิบัติ เพื่อการเปลี่ยนแปลง

เพื่อให้เกิดกระบวนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบการดำเนินงาน “FVC Human Excellence Project” จึงแบ่งช่วงระยะเวลาดำเนิน 3 แผนงานสำหรับปี 2564 – 2567 ออกเป็น 3 Phases ดังนี้

การดำเนินงานด้านการพัฒนา ความยั่งยืน	<----- FVC Human Excellence Project ----->				
	2563	2564	2565	2566	2567
แผนการพัฒนา HR Expert	-->	Phase I			
แผนการพัฒนาระบบการบริหารและ พัฒนาศักยภาพบุคลากร	-->	Phase II			
แผนพัฒนากฎระเบียบที่เอื้อต่อการบริหาร ระดับกลาง	-->	Phase III			

7.5.1 Phase I: แผนการพัฒนา HR Expert

มุ่งพัฒนาสมรรถนะของหน่วยงาน HR ให้เทียบเคียงกับตัวแบบมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพบริหารงานบุคคล ใน 2 กลุ่มสมรรถนะสำคัญ คือ

1. สมรรถนะพื้นฐาน (HR Professional Practices)
2. สมรรถนะทางวิชาชีพบริหารทรัพยากรบุคคล (HR Expertise)



กิจกรรม Phase I: แผนการพัฒนา HR Expert

ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และกิจการทั่วไป ได้เริ่มดำเนินกิจกรรมตามแผนการพัฒนา HR Expert โดยจัดกิจกรรมภายในทีมงานเพื่อสร้างความเข้าใจ รับองค์ความรู้ และแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อรวบรวมข้อมูล ปัญหาและอุปสรรค เพื่อสรุปนำเสนอเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมตามแผนพัฒนาสมรรถนะของหน่วยงาน HR ให้เทียบเคียงกับตัวแบบมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพบริหารงานบุคคล ที่จะเริ่มดำเนินงานในปี 2564

8. การดำเนินงานสู่ความยั่งยืน

8.1 การดำเนินงานในมิติเศรษฐกิจ

ปี 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการขายและบริการลดลงจากปีก่อนจำนวน 126.19 ล้านบาท คิดเป็นลดลงร้อยละ 18.45 (จาก 683.85 ล้านบาท เป็น 557.66 ล้านบาท) ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 นับแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมา ทำให้บางกลุ่มธุรกิจได้รับผลกระทบในการดำเนินงาน รวมถึงการปรับกลยุทธ์ในชะลอการดำเนินกลุ่มธุรกิจที่ไม่สร้างผลกำไร และการลงทุนในกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยผลการดำเนินงานปี 2563 เมื่อเทียบกับปี 2562 พบว่า กลุ่มธุรกิจ B1 มีรายได้ลดลง 108.78 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 49.73) กลุ่มธุรกิจ B2 มีรายได้ลดลง 51.31 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 17.77) กลุ่มธุรกิจ B3 มีรายได้เพิ่มขึ้น 33.90 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.21) ตามลำดับ สำหรับกลุ่มธุรกิจ (B4) ปรับตัวลดลงจำนวน 81.62 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 61.05) ซึ่งต้องปิดให้บริการทุกสาขาชั่วคราวเพื่อลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการดำเนินงาน อันเนื่องมาจาก พ.ร.ก. ฉุกเฉิน จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และประกอบกับจำนวนสาขาของคลินิกเสริมความงามที่น้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน

รายการ	ปี 2563	ปี 2562	+ / (-)	%
รายได้จากการขายและบริการ	557.66	683.85	(126.19)	(18.45%)
กำไรขั้นต้นจากการขายและบริการ	146.00	201.32	(55.32)	(27.48%)
กำไร(ขาดทุน) สำหรับงวด	(96.72)	(251.96)	(155.24)	(61.61%)
EBITDA	(5.15)	67.76	(72.91)	(107.60%)
กำไรต่อหุ้น	(0.164)	(0.446)	(0.282)	(63.23%)

8.2 การดำเนินงานในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) ซึ่งประกอบด้วยเรื่องนโยบายการปฏิบัติต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

1. ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ ยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
2. จัดหาผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการพัฒนาวัฒนธรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงสนับสนุนและส่งเสริมให้ลูกค้าลดสินค้าและบริการที่ลดการใช้ทรัพยากรและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2563

3. ส่งเสริมการจ้างงานและรายได้ในชุมชนที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ ตลอดจนสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
4. ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและศักยภาพของผู้ด้อยโอกาสในชุมชนและสังคม เพื่อช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสให้สามารถดำรงชีวิตและพึ่งตนเองได้อย่างมีศักดิ์ศรี
5. จัดกิจกรรมทางศาสนาโดยไม่จำกัดและไม่แบ่งแยกพื้นฐานความเชื่อ รวมถึงกิจกรรมเนื่องในประเพณีต่าง ๆ เพื่อสืบสานคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมนิยมประเพณีที่ดีงามของไทย
6. รายงานผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้ผู้มีส่วนได้เสียทราบในรายงานความยั่งยืน

ในปี 2563 บริษัทได้ดำเนินงานกิจกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

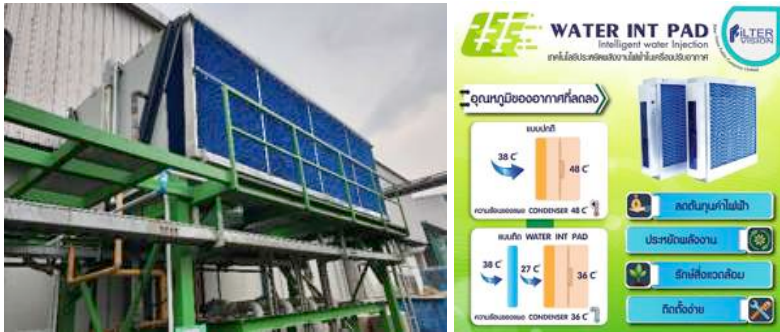
กิจกรรมวันเด็กยั่งยืน



การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม

บริษัทมีนโยบายปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติจากความแตกต่างใด ทั้งเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สถานภาพสมรส หรือความไร้สมรรถภาพทางร่างกาย โดยดูแลให้พนักงานทุกศาสนาปฏิบัติตามหลักคำสอนในศาสนาของตนได้

บริษัทส่งเสริมและบรรจกรังให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ต่อไป โดยจัดให้มีกิจกรรมประหยัดพลังงานและทรัพยากร ได้แก่ การปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน กำหนดเวลาเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ การใช้น้ำอย่างประหยัด รวมถึงการประหยัดกระดาษ โดยการนำกระดาษรีไซเคิลมาใช้ทำประโยชน์ และการบรรจกรังให้เก็บข้อมูลในรูปของไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทได้ส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ Water INT PAD และ Sand Filter



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



เทคโนโลยีเก็บเกี่ยวน้ำฝน : ระบบเก็บเกี่ยวน้ำฝน (Rainwater harvesting system) ได้รับการออกแบบเฉพาะให้สามารถเก็บเกี่ยวน้ำฝนด้วยประสิทธิภาพสูง



Sand filter เป็น Automatic High Rate Sand Filter and Automatic High Rate Sand Filter and Automatic De-Min Filter ระบบ Pre-treatment ด้วยเทคโนโลยีถังกรองทรายและถังกรองสารพิษสนิมเหล็ก ซึ่งสามารถกระจายน้ำ Backwash ได้ทั่วพื้นที่ และจากการทดสอบในการใช้งานจริงทำให้ประหยัดน้ำได้ถึง 40%

9. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อเปิดเผยนโยบาย กลยุทธ์ และข้อมูลด้านการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทและบริษัทย่อยต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยให้ครอบคลุมผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 ถึง 31 ธันวาคม 2563

แนวทางการจัดทำรายงาน

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2563 ตามแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative (GRI) โดยพิจารณาตามหลักสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การพิจารณาบริบทแห่งความยั่งยืน (Sustainability Context) การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการจัดทำรายงาน (Stakeholder Inclusiveness)

ขอบเขตการรายงาน

การจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ บริษัทได้นำเสนอการดำเนินงานด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืนองค์กร ที่บริษัทและบริษัทย่อยได้เริ่มดำเนินโครงการ นับแต่ปี 2561-2563 และนำเสนอแผนการดำเนินงานตามแผนงาน Strategic Human Resource Management (SHRM) ในปี 2564 เพื่อมุ่งเน้นในประเด็นสำคัญ เรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human capital development) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการให้เกิดกิจกรรมด้านการพัฒนาคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม โดยบริษัทมีความเชื่อมั่นว่า ทรัพยากรมนุษย์ เป็นทรัพย์สินอันมีค่ายิ่งและเป็นสิ่งสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานและร่วมขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดไปพร้อมกัน เพื่อให้เกิดความเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืนสืบไป

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

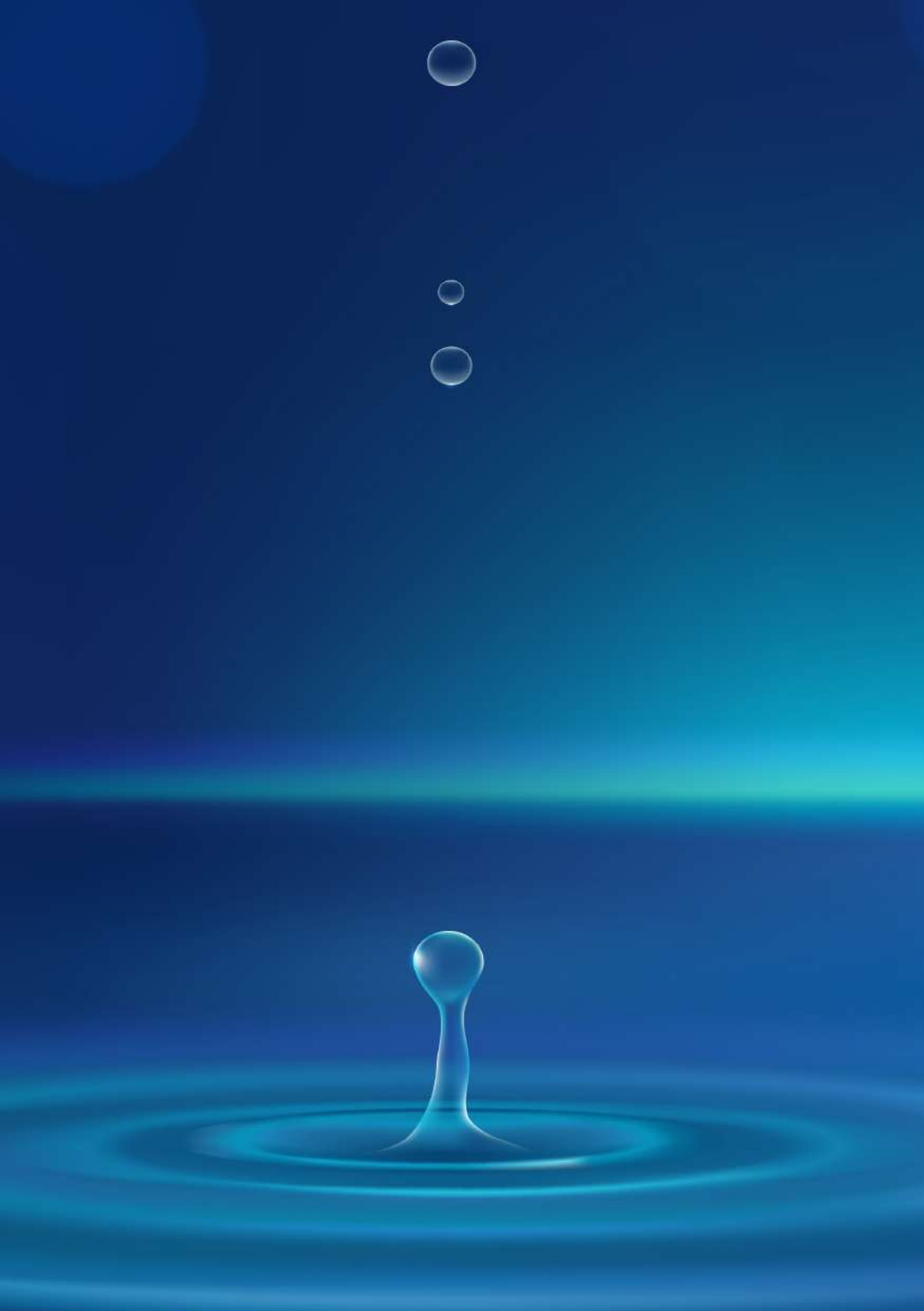
10. GRI INDEX

GRI standard	Disclosure	Page number (s) And/or URL (s)
General Disclosures		
1. ORGANIZATIONAL PROFILE		
102-1	Name of the organization	4-5
102-2	Activities, brands, product, and services	7-9
102-3	Location of headquarters	4
102-4	Location of operation	4-5
102-5	Ownership and served	10
102-6	Markets served	7-9
102-7	Scale of the organization	11-4
102-8	Information on employees and other workers	14
102-9	Supply chain	22-24
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	10-11
102-11	Precautionary Principle or approach	-
102-12	External initiatives	15
102-13	Membership of association	15
2. STRATEGY		
102-14	Statement from senior decision-maker	2-3
102-15	Key impacts, risk, and opportunities	18-21
3. ETHICS AND INTEGRITY		
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	5-6
4. GOVERNANCE		
102-18	Governance structure	15-16
102-19	Delegating authority	12

GRI standard	Disclosure	Page number (s) And/or URL (s)
General Disclosures		
4. GOVERNANCE		
102-20	Executive-level responsibility for economic, and social topics	15-16
102-22	Composition of the highest governance body and its committees	16
102-24	Nomination and selecting the highest governance body	-
102-25	Conflicts of interest	-
102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy	15-16
102-28	Evaluating the highest governance body's performance	-
102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	16
102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	15-16
102-33	Communicating critical concerns	35
5. STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
102-40	List of stakeholder groups	24
102-41	Collective bargaining agreements	-
102-42	Identifying and selecting stakeholders	25-26
102-43	Approach to stakeholder engagement	24
102-44	Key topics and concerns raised	25-26

GRI standard	Disclosure	Page number (s) And/or URL (s)
General Disclosures		
6. REPORTING PRACTICE		
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	13-14
102-46	Defining report content and topic boundaries	42
102-47	List of material topics	31
102-48	Restatements of information	-
102-49	Changes in reporting	-
102-50	Reporting period	42
102-51	Date of most recent report	42
102-52	Reporting cycle	29-30, 42
102-53	Contact point for question regarding the report	42
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI standards	42
102-55	GRI content index	43
102-56	External assurance	-
GRI 200 : ECONOMIC		
201	ECONOMIC PERFORMANCE	
201-1	Direct economic value generated and distributed	39
204	PROCUREMENT PRACTICE	
GRI 103-2	The management approach and its components	36
GRI 300 : ENVIRONMENTAL		
301	MATERIALS	
GRI 103-2	The management approach and its components	39-40
304	ENERGY	
GRI 103-2	The management approach and its components	42

GRI standard	Disclosure	Page number (s) And/or URL (s)
General Disclosures		
GRI 400 :		
404	TRAINING AND EDUCATION	
GRI 103-2	The management approach and its components	41
401-1	Average hours of training per year per employees	-
406	NON-DISCRIMINATION	
GRI 103-2	The management approach and its components	41
412	HUMAN RIGHTS ASSESSMENT	
GRI 103-2	The management approach and its components	40-41
413	LOCAL COMMUNITIES	
413-1	Operations with local community engagement, impact assessment and development programs	40
416	CUSTOMER HEALTH AND SAFETY	
GRI 103-2	The management approach and its components	41, 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