

"เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ"



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
3.	การกำกับดูแลกิจการ	15
4.	จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	17
5.	การบริหารความเสี่ยง	17
5.1	ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท	18
6.	การพัฒนาสู่ความยั่งยืน	22
6.1	การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ	22
6.2	โครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน	28
6.3	กรอบการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน	30
6.4	กลยุทธ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน	31
7.	การประเมิน 4 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	33
7.1	การบริหารจัดการประเด็นที่เป็นสาระสำคัญต่อความยั่งยืน	34
7.2	ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ	37
7.3	ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย	39
7.4	การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน	41
7.5	การพัฒนาทุนมนุษย์	43
8.	การดำเนินงานสู่ความยั่งยืน	47
8.1	การดำเนินงานในมิติเศรษฐกิจ	47
8.2	การดำเนินงานในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อม	48
8.3	การประเมินระดับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมกร	54
9.	เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	56
10.	GRI INDEX	57

สารจากประธานกรรมการบริหาร

ด้วยความมุ่งมั่นของเรา บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนองค์กร นับแต่ปี 2561 จนถึงปัจจุบัน เราได้เริ่มดำเนินโครงการด้านการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร โดยเริ่มจากการสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมด้านการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ด้วยเรามีการดำเนินธุรกิจ 4 กลุ่มธุรกิจ อันมีรูปแบบการดำเนินงาน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่ต่างบริบทของแต่ละกลุ่มธุรกิจดังกล่าว อย่างไรก็ตามทุกกลุ่มธุรกิจของเรามีเป้าหมายเดียวกันคือ การส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของเรา

เราได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร โดยสรุปได้ 4 ประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ 1. ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ 2. การพัฒนาทุนมนุษย์ 3. ความสัมพันธ์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย และ 4. การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน โดยในปี 2564 ได้เริ่มดำเนินโครงการพัฒนาทุนมนุษย์ตามแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Human Resource Management: SHRM) เพื่อพัฒนาสมรรถภาพและศักยภาพของบุคลากรซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่มีค่าและสำคัญยิ่งต่อองค์กร ให้มีประสิทธิภาพและพร้อมรองรับการปรับตัวขององค์กรในอนาคตอันใกล้ เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาตามแผนงานระยะกลาง ปี 2564 – 2567 โดยเริ่มดำเนิน 3 แผนงาน ได้แก่ 1. แผนการพัฒนา HR Expert 2. แผนการพัฒนากระบวนการบริหารและพัฒนาบุคลากรเชิงรุก และ 3. แผนพัฒนากักตุนผู้นำแก่ผู้บริหารระดับกลาง

ท้ายนี้ ผมคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การดำเนินงานด้านการพัฒนาความยั่งยืนองค์กร ตลอดจนโครงการพัฒนาทุนมนุษย์ดังกล่าว ถือเป็นการลงทุนในการพัฒนาศักยภาพมนุษย์อันมีค่าขององค์กร เพื่อให้เกิดผลผลิตเชิงทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ สร้างผลตอบแทนและเพิ่มมูลค่าต่อองค์กร สังคม และประเทศชาติ ตลอดจนร่วมมือกันพัฒนาองค์กรแห่งนี้ให้ก้าวหน้าและเติบโตอย่างยั่งยืนสู่ความเป็น บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) สืบไป



ด้วยรักและผูกพันตลอดไป

ดร. วิจิตร เตชะเกษม
ประธานกรรมการบริหาร

2. รู้จัก FVC

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) (“FVC”) ก่อตั้งเมื่อปี 2538 เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์บำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ให้กับโรงงานอุตสาหกรรมและผู้ผลิตสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค ต่อมาได้ขยายธุรกิจไปสู่กลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย และด้วยมุ่งหวังให้ธุรกิจเติบโตต่อเนื่อง บริษัท ได้เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ในปี 2556 จากนั้นได้ขยายเข้าสู่ธุรกิจบริการทางการแพทย์ในปี 2558 โดยการก่อตั้งบริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด ดำเนินธุรกิจให้บริการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม และบริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด ดำเนินธุรกิจนำเข้าจำหน่าย และให้เช่าเวชภัณฑ์ อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ทางการแพทย์ รวมถึงจำหน่ายและติดตั้งอุปกรณ์ก่อนรับส่งตรวจทางการแพทย์ และในปี 2561 บริษัทได้ก่อตั้งบริษัท ไฮ เฮลธ์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด เพื่อเข้าซื้อแฟรนไชส์ของดุคมีคัล 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 ไฮเฮลธ์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด (“HHC”) มีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ เลขที่ 95 ซอยรามอินทรา 117 ถนนรามอินทรา แขวง มีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดสำนักงานสาขา ดังนี้

FVC	บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน)	
สำนักงานสาขา (3 แห่ง)	ภาคกลาง 2 แห่ง	กรุงเทพมหานคร
	ภาคเหนือ 1 แห่ง	จังหวัดลำพูน
KTMS	บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด	
สำนักงานสาขา (18 แห่ง)	ภาคกลาง 3 แห่ง	กรุงเทพมหานคร, จังหวัดสมุทรปราการ, จังหวัดฉะเชิงเทรา
	ภาคเหนือ 4 แห่ง	จังหวัดตาก, จังหวัดเชียงใหม่, จังหวัดพิษณุโลก
	ภาคตะวันตก 2 แห่ง	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, จังหวัดระยอง
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 แห่ง	จังหวัดศรีสะเกษ, จังหวัดอุบลราชธานี, จังหวัดนครราชสีมา, จังหวัดยโสธร, จังหวัดกาฬสินธุ์, จังหวัดขอนแก่น, จังหวัดอำนาจเจริญ

IRV	บริษัท เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด	
สำนักงานสาขา (3 แห่ง)	ภาคกลาง 1 แห่ง	กรุงเทพมหานคร
	ภาคเหนือ 1 แห่ง	จังหวัดลำพูน
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 แห่ง	จังหวัดขอนแก่น
MV	บริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด	
สำนักงานสาขา	- ไม่มี -	
HHC	บริษัท ไฮ เฮลธ์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด	
สำนักงานสาขา	- ไม่มี -	

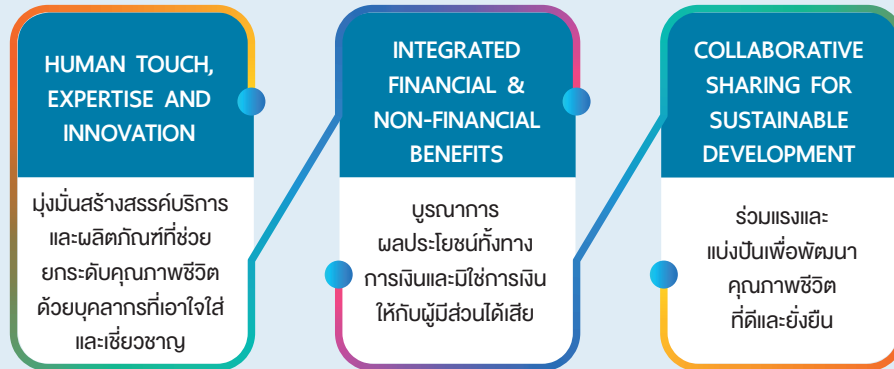
2.1 วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ค่านิยม

วิสัยทัศน์

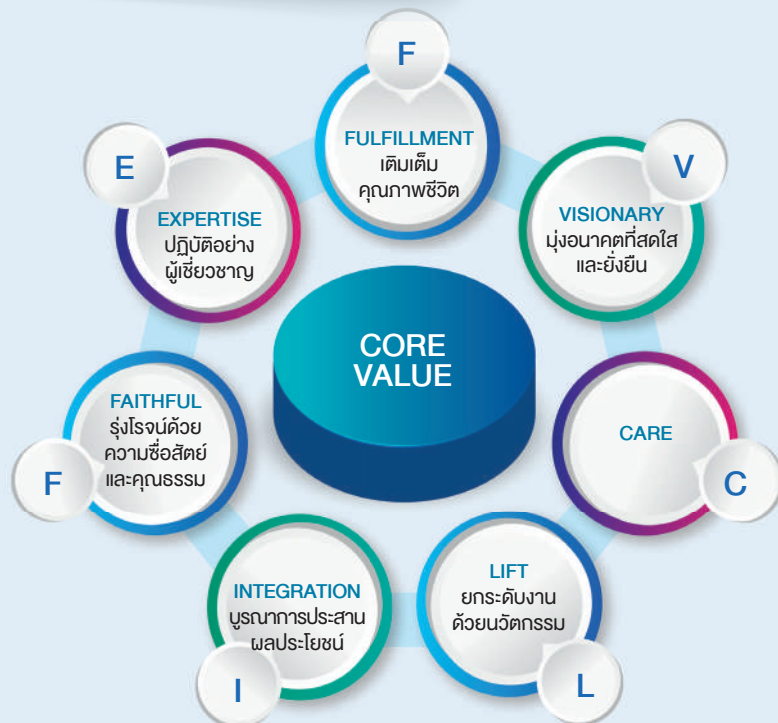
We lift your life

เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ

พันธกิจ



ค่านิยมองค์กร / Core Value



2.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจหลัก 4 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้

กลุ่มธุรกิจ B1 : กลุ่มอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการด้านระบบน้ำ (Industrial and OEM)

ดำเนินงานโดย FVC : นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัระบบบำบัดน้ำ ออกแบบ ประกอบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำปรับปรุง ซ่อมแซม และบำรุงรักษาผลิตภัณฑและอุปกรณ์ต่าง ๆ ของระบบ บำบัดน้ำ ทั้งระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์และระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจุบันบริษัทมีการตลาดเข้าสู่งานโครงการขนาดกลางและขนาดใหญ่

พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	ทุกจังหวัดในประเทศ	สปป.ลาว / เมียนมาร์

กลุ่มธุรกิจ B2 : กลุ่มการพาณิชย์และที่พักอาศัย (Commercial and Residential)

ดำเนินงานโดย FVC : นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัระบบบำบัดน้ำให้ บริสุทธิ์ ออกแบบ ประกอบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำ ปรับปรุง ซ่อมแซมและบำรุงรักษาผลิตภัณฑและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ สามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง สำหรับลูกค้ากลุ่มธุรกิจร้านอาหาร เครื่องดื่มและที่พักอาศัย รวมถึงจำหน่ายและบำรุงรักษา อุปกรณ์อาหาร (Food Equipment) เช่น ตู้นึ่งซาลาเปา (Bun Steamer) เครื่องผลิตน้ำแข็ง (Ice Making Machine) เครื่องจ่ายน้ำหวาน (Fountain Drinks Dispenser) ให้กับร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารจานด่วน ปัจจุบันขยายตลาด ไปกลุ่มธุรกิจโรงแรม และเพื่อให้สามารถบริการแก่ลูกค้าที่มีอยู่ทั่วประเทศได้ ปัจจุบันมีหน่วยบริการทางเทคนิคทั้งใน เขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดลำพูน จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต และ จังหวัด สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย)

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

เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อคุ้มครองและ ป้องกันการละเมิดเครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑแต่ละชนิด เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ ทั้งกลุ่มธุรกิจเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมและ OEM และกลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่อยู่อาศัย โดยเครื่องหมาย การค้าที่ได้รับการจดทะเบียนเหล่านี้มีอายุความคุ้มครอง 10 ปีและอาจต่ออายุได้ทุก ๆ 10 ปี ดังนี้

ชื่อ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	วันถึงทะเบีย	วันหมดอายุ
HYDRA mate		เครื่องกรองน้ำ ไส้กรอง	22 พฤษภาคม 2541	21 พฤษภาคม 2571
H		เครื่องกรองน้ำ ไส้กรอง	22 พฤษภาคม 2561	21 พฤษภาคม 2571
Water Care		อุปกรณ์วัดอัตรา การไหลของน้ำ	13 พฤศจิกายน 2551	12 พฤศจิกายน 2571
Water Care		เครื่องกรองน้ำแบบ ล้างตัวเองอัตโนมัติ เครื่องฆ่าเชื้อ แบคทีเรียในน้ำ	13 พฤศจิกายน 2551	12 พฤศจิกายน 2571
TOREDO		ไส้กรองเครื่อง กรองน้ำ กระบอกใส่ ไส้กรองเครื่อง กรองน้ำ	7 ตุลาคม 2552	6 ตุลาคม 2572
TOREDO		เครื่องนึ่งซาลาเปา เครื่องปิ้งย่างไส้กรอก 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 ให้บริการสถานพยาบาล สำหรับผู้ป่วยโรคไตเรื้อรังระยะสุดท้ายที่ได้รับการบำบัดทดแทนด้วยการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม ปัจจุบันมี หน่วยไตเทียมจำนวน 18 สาขา (ลักษณะการให้บริการแบบไม่รับค่ารักษา) มีจำนวนเครื่องไตเทียม 227 เครื่อง ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร 1 สาขา ภาคกลาง 2 สาขา ภาคตะวันตก 2 สาขา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 9 สาขา และภาคเหนือ 4 สาขา

พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	กรุงเทพมหานคร, จังหวัดสมุทรปราการ, จังหวัดฉะเชิงเทรา, จังหวัดตาก, จังหวัดเชียงใหม่, จังหวัดพิษณุโลก, จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, จังหวัดระยอง, จังหวัดศรีสะเกษ, จังหวัดอุบลราชธานี, จังหวัด นครราชสีมา, จังหวัดยโสธร, จังหวัดกาฬสินธุ์, จังหวัดขอนแก่น, จังหวัดอำนาจเจริญ	ไม่มี

● บริษัท เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (IRV)

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

● บริษัท เมดิคอล วิชั่น จำกัด (MV)

นำเข้าจำหน่ายและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ทางการแพทย์,นำเข้าจำหน่ายและติดตั้ง อุปกรณ์ต่อลมรับส่งตรวจทางการแพทย์สำหรับคลินิกไตเทียม คลินิกความงาม หน่วยจ่ายกลาง ห้องปฏิบัติการ ทางทางการแพทย์

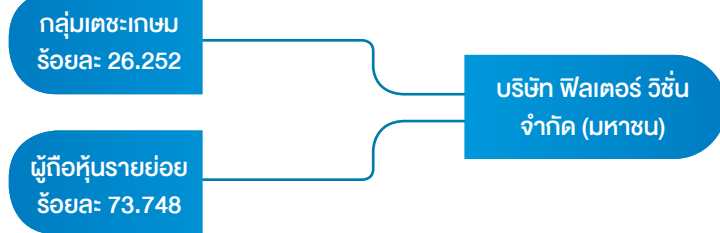
กลุ่มธุรกิจ B4 : ความงามและผิวพรรณ (Beauty Care)

ดำเนินงานโดย HHC : คลินิกเวชกรรมด้านความงามและผิวพรรณ, ผลิตและจัดจำหน่าย เครื่องสำอางและยา

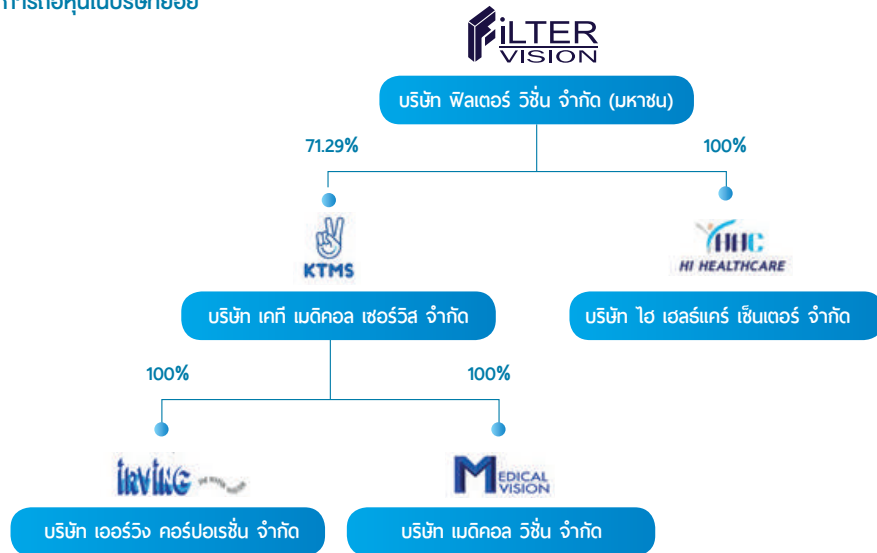
ดำเนินธุรกิจธุรกิจให้บริการคำปรึกษาและตรวจรักษาปัญหาด้านผิวพรรณ สุขภาพและความงามอย่าง ครบวงจรภายใต้เครื่องหมายการค้า “วุฒิศักดิ์ คลินิก” บริหารงานโดย บริษัท ไฮ เฮลท์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่ง เปิดคลินิกให้บริการด้านความงามและผิวพรรณในบริเวณพื้นที่ห้างสรรพสินค้าและแหล่งชุมชน และทาง HHC มีผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าจำหน่ายภายใต้แบรนด์ HHC

พื้นที่การตลาด	ในประเทศ	ต่างประเทศ
	หยุดการดำเนินงานสาขาชั่วคราวช่วงปลายปี 2563 อันเนื่องมาจาก ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด	ไม่มี

2.3 สัดส่วนการถือหุ้น FVC



การถือหุ้นในบริษัทย่อย



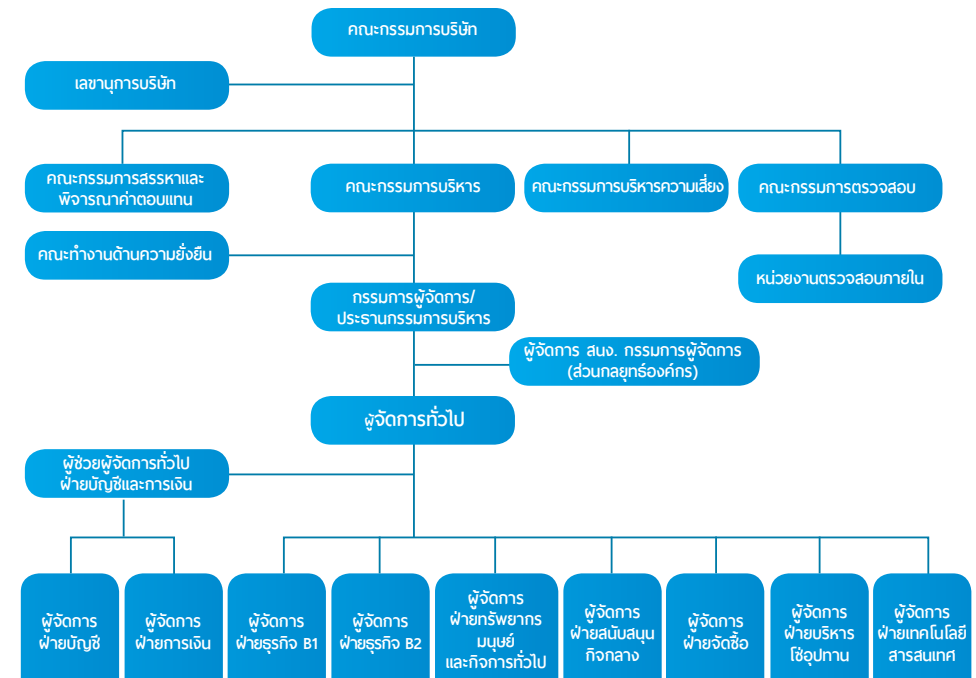
2.4 การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

ในช่วงปี 2563 - 2564 FVC และบริษัทย่อย ได้ปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาบุคลากรซึ่งเป็นทรัพยากรอันสำคัญยิ่งขององค์กรให้ เพื่อให้สามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในช่วงปี 2563 - 2564 ดังนี้

- ปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์ และกลุ่มธุรกิจความงามและผิวพรรณ
- ขยายการเปิดหน่วยไตเทียมอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 รวมเปิดหน่วยไตเทียมทั้งหมด จำนวน 18 สาขา
- ปี 2563 เริ่มดำเนินโครงการ Strategic Human Resources Management (ระยะเวลา ดำเนินโครงการ 1-5 ปี) สำหรับกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อย
- เริ่มดำเนินการประยุกต์ใช้ IoT สนับสนุนระบบการบำบัดน้ำให้กับธุรกิจสำหรับกลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย

- เริ่มดำเนินการประยุกต์ใช้ระบบ POS ในกลุ่มธุรกิจหน่วยไตเทียมและกลุ่มธุรกิจความงามและผิวพรรณ
- ขยายตลาดผลิตภัณฑ์และระบบบำบัดน้ำให้กับธุรกิจเพื่อสนับสนุนงานในกลุ่มโรงพยาบาล
- ปิดร้านวุฒิสถิต คลินิกเฟรนไชส์ ของบริษัท ไฮ เฮลท์แคร์ เซ็นเตอร์ จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท) ทุกสาขาชั่วคราว (ตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2563) เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19)
- ปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัทเพื่อเตรียมการเข้าตลาดหลักทรัพย์ (Spin off) ของบริษัทย่อยในอนาคต

2.5 โครงสร้างองค์กร



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	จำนวนปีที่ดำรงตำแหน่งกรรมการ
1	นายวิฑิต สัจจพงษ์*	ประธานกรรมการ / กรรมการอิสระ	9 ส.ค. 2560	4 ปี 5 เดือน
2	ดร. วิจิตร เตชะเกษม	กรรมการ / ประธานกรรมการบริหาร / กรรมการบริหารความเสี่ยง / กรรมการผู้จัดการ	11 พ.ค. 2538	26 ปี 8 เดือน
3	นายธนธร จำชีตชูไชย*	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการตรวจสอบ / ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง	7 เม.ย. 2554	10 ปี 9 เดือน
4	นายเกียรติพร ศรีชัยสกุล*	กรรมการอิสระ / กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน / กรรมการบริหารความเสี่ยง / กรรมการตรวจสอบ	7 เม.ย. 2554	10 ปี 9 เดือน
5	นายธีรณัฐ ตั้งสถาพรพงษ์*	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ	6 ส.ค. 2560	4 ปี 5 เดือน
6	นายแพทย์มานิต ธีระตันติกานนท์*	กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน	10 เม.ย. 2555	9 ปี 9 เดือน
7	นายมนตรี ประจันตพานิชย์	กรรมการ / กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน / กรรมการบริหารความเสี่ยง	7 เม.ย. 2554	10 ปี 9 เดือน
8	นายธนพรรณ ตันตวิวัฒน์วิจิตร	กรรมการ / กรรมการบริหาร / ผู้จัดการทั่วไป	7 เม.ย. 2554	10 ปี 9 เดือน
9	นางสาวปานจิต ธิมพาลี	กรรมการ / กรรมการบริหาร / ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป (ฝ่ายบัญชีและการเงิน)	เม.ย. 2554	10 ปี 9 เดือน

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

กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามมีชื่อผูกพันตามหนังสือรับรองบริษัท ประกอบด้วย นายวิจิตร เตชะเกษม นายธนพรรณ ตันตวิวัฒน์วิจิตร นายมนตรี ประจันตพานิชย์ นางสาวปานจิต ธิมพาลี กรรมการสองในสี่คนนี้ลงนามมีชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท

2.6 โครงสร้างรายได้

รายได้ตามกลุ่มธุรกิจ	สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			
	ปี 2564		ปี 2563	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้จากการดำเนินงานต่อเนื่อง				
1. กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการด้านระบบน้ำ (B1) ¹	102.34	15.84%	109.94	17.99%
2. กลุ่มธุรกิจพาณิชย์และที่พักอาศัย (B2) ¹	233.65	36.16%	237.36	38.86%
3. กลุ่มธุรกิจบริการทางการแพทย์ (B3) ²	309.44	47.89%	211.50	34.62%
รวมรายได้จากการดำเนินงานต่อเนื่อง	645.43	99.89%	558.80	91.46%
รายได้จากการดำเนินงานที่ยกเลิก				
4. กลุ่มธุรกิจคลินิกเวชกรรมด้านความงามและผิวพรรณ (B4) ³	0.71	0.11%	52.08	8.53%
รวมรายได้จากการดำเนินงานที่ยกเลิก	0.71	0.11%	52.08	8.53%
รวมรายได้	646.14	100.00%	610.88	100.00%

1B1, B2 ประกอบด้วย บริษัท ฟิลเตอร์ 5 ชัน จำกัด (มหาชน) ("บริษัทใหญ่")

2 B3 ประกอบด้วย บริษัท เคที เมดิคอล เซอร์วิส จำกัด, บริษัท เออร์วิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด, บริษัท เมดิคอล 5 ชัน จำกัด ("บริษัทย่อย")

3 B4 บริษัท ไอ เอส เค แชนเดอร์ จำกัด ("บริษัทย่อย") (การดำเนินงานที่ยกเลิก)

ผลการดำเนินงานของปี 2564 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 35.26 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.77 โดยกลุ่มธุรกิจ B1 มีรายได้ลดลง 7.60 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 6.91) กลุ่มธุรกิจ B2 มีรายได้ลดลง 3.71 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 1.56) กลุ่มธุรกิจ B3 มีรายได้เพิ่มขึ้น 97.94 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.31) จากปีที่ผ่านมา ตามลำดับ สำหรับกลุ่มธุรกิจ (B4) ได้หยุดดำเนินการทุกสาขาชั่วคราวเนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) นับแต่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นต้นไป

2.7 ข้อมูลพนักงาน

ในปี 2564 บริษัทและบริษัทย่อย มีจำนวนพนักงานทั้งหมด (ไม่รวมผู้บริหาร) จำนวน 387 คน บริษัทดำเนินธุรกิจตามแผนอัตราค่าจ้างคนโดยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงให้ความสำคัญกับการจัดสรรทรัพยากรมนุษย์ให้เหมาะสม เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นในปี 2564 อันเนื่องมาจากการขยายการเปิดหน่วยโตเทียมเพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์ (B3)

จำนวนผู้บริหารและพนักงานจำแนกตามเพศของ บริษัทและบริษัทย่อย ปี 2562 - 2564

	ผู้บริหาร (คน)			พนักงาน (คน)			รวม (คน)
	Male	Female	รวม	Male	Female	Total	
2564	9	8	17	156	231	387	404
2563	9	8	17	160	190	350	367
2562	6	4	10	153	158	311	321

อัตราการลาออกของบุคลากรบริษัทและบริษัทย่อย ปี 2562 - 2564 (เทียบจากจำนวนบุคลากรทั้งหมดของกลุ่มบริษัท)

ปี	FVC	บริษัทย่อย	รวม
2564	60 คน	72 คน	132 คน
	14.85%	17.82%	32.67%
2563	57 คน	47 คน	104 คน
	15.53%	12.81%	28.34%
2562	99 คน	31 คน	130 คน
	30.84%	9.66%	40.50%

3. การกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร ปี 2564 คณะกรรมการได้พิจารณาปรับวิสัยทัศน์พันธกิจ และค่านิยมองค์กร เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายระยะยาวขององค์กร และใช้ในการสื่อสารกับพนักงานที่จะร่วมเป็นกำลังในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่วิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังได้ อีกทั้งเพื่อสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียอื่นทราบถึงบทบาทและการมีส่วนร่วมผลักดันองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย โดยเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2564 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2564 ได้มีมติอนุมัติบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท เพื่อให้กับสอดคล้องการดำเนินงานและหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560 (นโยบายการกำกับดูแลกิจการ (ฉบับเต็ม) ของบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) สามารถเข้าดูรายละเอียดและดาวน์โหลดได้บนเว็บไซต์ของบริษัท www.filtervision.co.th/นักลงทุนสัมพันธ์/การกำกับดูแลกิจการ/นโยบายการกำกับดูแลกิจการ)

เมื่อวันที่ วันที่ 14 พฤษภาคม 2564 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2564 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืน ของบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ เป็นประธานคณะ ทำงานด้านความยั่งยืน และมีผู้จัดการทั่วไป เป็นรองประธานคณะทำงานด้านความยั่งยืน ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัทในด้านการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และได้อนุมัติกำหนดนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development) ของบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีแนวทางดำเนินงานด้านความยั่งยืนองค์กร ดังนี้

1. มุ่งพัฒนาระบบการทางธุรกิจต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความโปร่งใส ปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเท่าเทียม

กันและคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่มูลค่า โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

2. ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างจิตสำนึกเรื่องการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เพื่อให้พนักงานทุกระดับในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรมและจริยธรรม การบริหารจัดการความเสี่ยง ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนดูแลความเป็นอยู่ของพนักงาน ส่งเสริมบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กร

3. ส่งเสริมการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดกระบวนการในหลักการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR in process) รวมถึงการดำเนินการบริหารจัดการป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบหรือบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอนการทำงานภายใต้ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องก๊าซเรือนกระจก การใช้พลังงานไฟฟ้าและน้ำมันอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างประหยัดและการจัดการของเสียต่าง ๆ ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

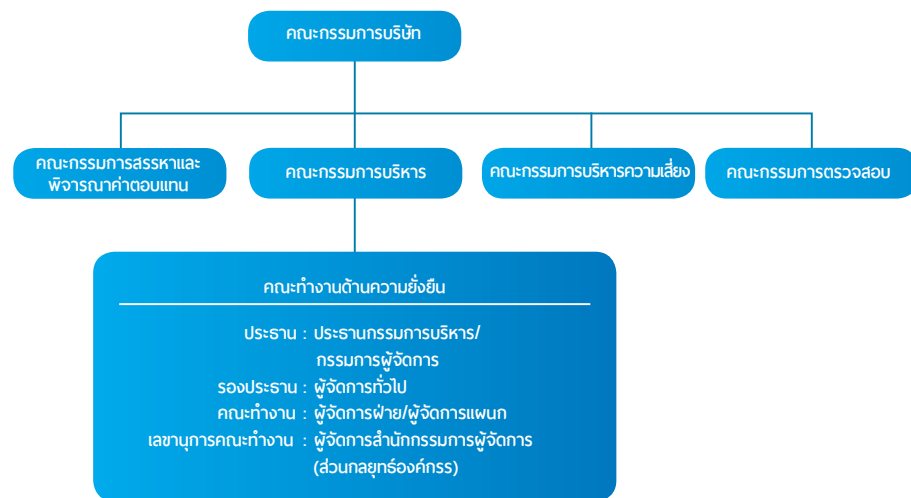
4. สนับสนุนและผลักดันให้พนักงานทุกระดับ ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ร่วมกัน เพื่อปลูกจิตสำนึกและพฤติกรรมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development) ในทุกกระบวนการทำงานขององค์กร

5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดกระบวนการพัฒนา และสร้างวัฒนธรรมทางธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อก่อให้เกิดการดำเนินงานด้านการพัฒนาและการนำวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้สนับสนุนการดำเนินงานทางธุรกิจ รวมถึงด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าร่วมระหว่างองค์กรกับสังคม (Creating Shared Value)

6. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้เกิดการเสริมสร้างชุดทักษะใหม่อันเป็นองค์ความรู้ที่สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้พร้อมปรับตัวเพื่อรองรับต่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะเข้ามามีบทบาทต่อองค์กรในอนาคต

*ทั้งนี้ บริษัทได้เผยแพร่นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development) ของบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ไว้บนเว็บไซต์ของบริษัทโดยผ่านการเข้าถึง www.filtervision.co.th/การกำกับดูแลกิจการที่ดี/นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการด้านความยั่งยืน



โดยคณะทำงานด้านความยั่งยืน มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

- ร่างเป้าหมายและกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน และจัดทำแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ประจำปี เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
- ติดตามกระบวนการประเมิน และติดตามการบริหารงานด้านความยั่งยืน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้
- ผลักดันและส่งเสริมให้มีบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กร รวมถึงทัศนคติของพนักงาน เพื่อให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว ความร่วมแรงร่วมใจ การสนับสนุนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในระดับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพตามเป้าหมายและกรอบการดำเนินงานที่วางไว้

4. จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

ปี 2564 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2564 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2564 ได้มีมติทบทวนจรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Business Ethics and Code of Conduct) ประจำปี 2564 เพื่อสะท้อนความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส เป็นธรรมตามหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดี และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพื่อบรรลุปาหมายที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีส่วนได้เสียตามวิสัยทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ”

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานได้รับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยมีแนวทางปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ ดังนี้

1.1 ศึกษา ทบทวน และปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจและนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

1.2 ผู้บังคับบัญชาทุกระดับต้องปฏิบัติตามเป็นแบบอย่างที่ดีและดูแลให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงให้คำแนะนำหรือคำปรึกษากรณีผู้บังคับบัญชามีข้อสงสัย

1.3 กรณีไม่แน่ใจว่า การกระทำใดจะขัดต่อจรรยาบรรณและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานให้พิจารณาว่า

- การกระทำนั้นขัดต่อกฎหมาย ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีหรือไม่
- การกระทำนั้นขัดต่อนโยบาย ค่านิยมองค์กร นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และระเบียบปฏิบัติของ บริษัท หรือไม่

- การกระทำนั้นส่งผลเสียต่อผู้มีส่วนได้เสียและภาพลักษณ์ของบริษัท หรือไม่

หากการกระทำนั้นขัดหรือส่งผลเสียต่อสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นให้ยุติการกระทำ หรือสอบถามฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และกิจการทั่วไป หรือเลขาธิการบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทได้เผยแพร่จรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (ฉบับเต็ม) โดยสามารถดาวน์โหลดผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.filtervision.co.th/นิเทศน์สัมพันธ์/การกำกับดูแลกิจการ/จรรยาบรรณธุรกิจและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน

5. การบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจที่ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลฝ่ายจัดการให้ดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (บริษัทและบริษัทย่อย) รวมถึงผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมด้านความเสี่ยง (Risk Culture) โดยจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้ และการสื่อสารจากผู้บริหารไปยังพนักงาน รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยงาน รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การบริหารความเสี่ยงระหว่างหน่วยงาน เพื่อที่สามารถนำการบริหารความเสี่ยงไปใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้

5.1 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ความเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตั้งแต่ช่วงเดือนพฤศจิกายน ปี 2562 เป็นต้นมา ได้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจโลก รวมถึงประเทศไทยซึ่งเกิดการชะลอตัวทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัททั้งในแง่ผลการดำเนินงาน พนักงาน ชุมชน และสังคม จากสถานการณ์ดังกล่าว โดยทางภาครัฐได้ออกประกาศมาตรการเพื่อป้องกันและเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 รวมถึงคู่ค้าของบริษัทก็ได้ออกมาตราการป้องกันและเฝ้าระวังของแต่ละองค์กร ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัท อาทิ การเข้าพื้นที่เพื่อสำรวจ ปฏิบัติงานติดตั้งและบำรุงรักษาระบบบำบัดน้ำของลูกค้าไม่สามารถดำเนินการได้ตามกำหนดและเกิดความล่าช้า ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานดังกล่าว รวมถึงการออกมาตรการภายในองค์กรเพื่อความปลอดภัยของพนักงานในองค์กร รวมถึงเป็นการป้องกันและเฝ้าระวังการแพร่ระบาดในองค์กรอันจะส่งต่อการจัดสรรกำลังคนในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี บริษัทได้จัดทำแผนการรับมือสถานการณ์ดังกล่าว โดยพิจารณาความเสี่ยงผลกระทบอย่างรอบด้าน รวมถึงได้นำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP: Business Continuity Plan) มาปฏิบัติตั้งแต่ต้นเดือนมีนาคม 2563 รวมถึงเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวต่อพนักงานให้ตระหนัก รักษาสุขภาพอนามัย และเรียนรู้วิธีป้องกันอย่างถูกวิธี การวางแผนปฏิบัติงาน work from home สลับกับการเข้าปฏิบัติงานในสำนักงาน รวมถึงได้จัดให้มีการตรวจ ATK พนักงานอย่างสม่ำเสมอ

2. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

2.1 ความเสี่ยงจากความไม่สมดุลจากรายได้ระหว่างกลุ่มธุรกิจ

ปี 2564 บริษัทมีรายได้รวมเพิ่มขึ้น 35.26 ล้านบาท (ร้อยละ 5.77) เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จาก 610.88 ล้านบาทในปี 2563 เป็น 646.14 ล้านบาทในปี 2564 อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบสัดส่วนรายได้ระหว่างกลุ่มธุรกิจพบว่า กลุ่มธุรกิจให้บริการทางการแพทย์ (B3) มีรายได้ในปี 2564 เติบโตขึ้น 97.94 ล้านบาท (ร้อยละ 46.31) เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาจาก 211.15 ล้านบาทในปี 2563 เป็น 309.44 ล้านบาทในปี 2564

สำหรับกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมและ OEM (B1) และกลุ่มเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย (B2) ในปี 2564 มีรายได้ลดลง 7.60 ล้านบาท และ 3.71 ล้านบาท ตามลำดับเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.91 และ 1.56 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มธุรกิจความงามและผิวพรรณ (B4) จำเป็นต้องหยุดให้บริการชั่วคราวเนื่องด้วยมีผลการดำเนินงานขาดทุนสะสมต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 นับแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นต้นมา

การดำเนินธุรกิจในแต่ละกลุ่มธุรกิจมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานรวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน โดยบริษัทมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินงานของแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องต่อสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อแต่ละกลุ่มธุรกิจในปัจจัยที่แตกต่างกัน จึงสะท้อนให้เห็นถึงผลการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทที่สามารถลดความเสี่ยงจากรายได้ไม่สมดุลกันระหว่างกลุ่มธุรกิจได้

2.2 ความเสี่ยงจากการขยายการลงทุนไปสู่ธุรกิจใหม่ โดยมุ่งเน้นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโต

ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม (B4) แม้ว่าธุรกิจนี้ยังคงมีการจัดสรรเจริญเติบโตในภาพรวมสูงขึ้น แต่สำหรับบริษัท ได้วางแผนกลยุทธ์ธุรกิจที่จะปรับลดขนาดธุรกิจลงให้เหมาะสมตั้งแต่

ปี 2562 เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และ ศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท จึงตัดสินใจที่จะหยุดการดำเนินการธุรกิจนี้เป็นการชั่วคราวตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เพื่อนำทรัพยากรไปลงทุนในธุรกิจบริการการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม ซึ่งบริษัทเห็นว่ามีความศักยภาพในการเจริญเติบโตได้คุ้มค่ากว่าในช่วงเวลาดังกล่าว

ธุรกิจบริการการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้การเปิดหน่วย/ศูนย์ไตเทียมใหม่หรือการเพิ่มเครื่องไตเทียมในสาขาที่เปิดดำเนินการแล้วมีความล่าช้ากว่าเดิม โดยในปี 2564 บริษัทได้เปิดดำเนินการและเริ่มรับรู้อยู่หน่วย/ศูนย์ไตเทียมรวมทั้งสิ้น 18 สาขา และมีเครื่องไตเทียมรวมทั้งสิ้น 227 เครื่อง สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทมีการจัดการในด้านการบริหารความเสี่ยงในเรื่องความเสี่ยงจากการขยาย/ลด การลงทุนไปสู่ธุรกิจใหม่

2.3 ความเสี่ยงจากการพัฒนา Digital Platform และ Strategic Human Resources Management

ในปี 2564 บริษัทได้ปรับกลยุทธ์ด้วยการเริ่มประยุกต์ IoT Solution เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในกลุ่มธุรกิจระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์เพื่อการพาณิชย์ และที่พักอาศัย ในรูปแบบ digital platform โดยการนำส่งข้อมูลและบริหารจัดการข้อมูลบนเครือข่ายอัจฉริยะ (Cloud Computing) เพื่อสามารถสร้างรายงานตลอดจนประมวลผลข้อมูลแบบ real time เพื่อทำการวิเคราะห์และสนับสนุนการวางแผนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนั้น เมื่อเทคโนโลยีเข้ามาจับบทบาทต่อกลุ่มธุรกิจของบริษัท อาจทำให้บุคลากรบางกลุ่มยังขาดทักษะใหม่ (Skill Set) ที่จำเป็นในการเรียนรู้และใช้งาน digital platform ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยบริษัทได้จัดฝึกอบรมให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ รวมถึงเพิ่มชุดทักษะใหม่ที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้บุคลากรดังกล่าวสามารถปฏิบัติงานและใช้งานระบบได้อย่างคุ้นเคย

และชำนาญยิ่งขึ้น โดยในปี 2563 บริษัทได้เริ่มโครงการ Strategic Human Resources Management (SHRM) ซึ่งดำเนินโครงการตามแผน 1-5 ปี สำหรับกลุ่มบริษัทและบริษัทย่อยเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานเฉพาะด้าน เพื่อสนับสนุนการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นการบริหารจัดการความเสี่ยงในการพัฒนา digital platform อย่างเป็นรูปธรรม

3. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational Risk)

3.1 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนทรัพยากรบุคคล

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

3.2 ความเสี่ยงจากการจัดการสินค้าคงคลัง

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์ และระบบบำบัดน้ำเสีย ดังนั้น จึงต้องดูแลให้มีสินค้าคงคลังในระดับที่เหมาะสมและเพียงพอในการบริการลูกค้าและทันต่อความต้องการสินค้าของลูกค้าอยู่เสมอ จัดเก็บวัตถุดิบให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ป้องกันความสูญเสียหรือเสียหายระหว่างการจัดเก็บสินค้า รวมถึงการเสื่อมสภาพและล้าสมัยของสินค้า อย่างไรก็ตาม ด้านการบริหารต้นทุน ในการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก ต้นทุนสินค้าและค่าขนส่งจะลดลง แต่ก็มีค่าใช้จ่ายใน

การบริหารสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น ดังนั้น การกำหนดปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสมจะต้องมีการวางแผนร่วมกันหลายฝ่าย เพื่อให้สามารถรองรับแผนการขายและแผนการให้บริการหลังการขายได้ พร้อมจัดทำรายงานวิเคราะห์ยอดขายสินค้าคงคลังและรายงานการเคลื่อนไหวสินค้าให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบอยู่เสมอ เพื่อให้สูญเสียโอกาสในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าและอาจเสียลูกค้าให้กับคู่แข่ง รวมถึงส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในอนาคตได้

3.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตรายใหญ่ ปี 64

จากความสัมพันธ์อันดีกว่า 22 ปีของบริษัทกับกลุ่ม Pentair ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำด้านการบำบัดน้ำ (Water Solutions) ระดับโลกที่ก่อตั้งมาแล้วกว่า 85 ปี มีสำนักงาน 120 สาขาใน 25 ประเทศ บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าและอุปกรณ์ประกอบระบบบำบัดน้ำให้บริสุทธิ์จากคู่ค้ารายนี้ตลอดมาเรื่อยๆ 12 จากปีก่อน ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้ผลิตรายนี้ อย่างไรก็ตาม บริษัท ได้ทำสัญญาการเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้ากับกลุ่ม Pentair มาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัท มีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกผู้ผลิตรายใหม่อยู่เสมอ เพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อการดำเนินงานและสูญเสียรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของบริษัทและความเสี่ยงจากการส่งมอบผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ไม่ตรงตามกำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการ หากการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตรายกลางดังกล่าวหยุดชะงักเนื่องจากเหตุสุดวิสัย เช่น ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย ความไม่สงบทางการเมือง ทางบริษัทก็ยังมียุติบัตรรายอื่นที่ได้รับความเชื่อถือเป็นเจ้าจัดจำหน่ายรายใหม่สามารถรองรับการจัดหาสินค้าเพื่อทดแทนได้

3.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

ปี 2564 กลุ่มธุรกิจเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย (B2) มีรายได้ส่วนใหญ่นำร้อยละ 50 ของ

รายได้รวมทั้งหมดของกลุ่มธุรกิจ B2 ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าร้านอาหารร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกที่ดำเนินธุรกิจ ในลักษณะแฟรนไชส์ที่มีเครือข่ายสาขาจำนวนมาก ดังนั้น หากกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ลดแผนการขายสาขาหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มธุรกิจ B2 อย่างไรก็ดี บริษัทมีแผนลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ในกลุ่มธุรกิจ B2 ด้วยการเพิ่มรูปแบบการให้บริการแบบครบวงจรเพื่ออำนวยความสะดวกด้านธุรกิจลูกค้าให้สะดวกยิ่งขึ้น รวมถึงรักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มเติม อาทิ กลุ่มโรงแรม ฯลฯ เพื่อเพิ่มสัดส่วนรายได้

4. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

4.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ปี 2564 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่อบริษัท เนื่องจากบริษัทมีการนำเข้าสินค้ารวมถึงวัตถุดิบจากต่างประเทศ อย่างไรก็ดี เศรษฐกิจโลกยังชะลอตัวเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ยังคงส่งผลกระทบต่อจนถึงปัจจุบัน จึงเกิดความเสี่ยงในการประมาณการอัตราแลกเปลี่ยนในการทำธุรกรรมดังกล่าวเป็นเรื่องที่คาดเดาได้ยาก บริษัท จึงได้จัดทำมาตรการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดผลกระทบต่อต้นทุนสินค้าและผลการดำเนินงานของบริษัท ด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ซึ่งเป็นการตกลงที่จะซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศกับธนาคาร ณ วันที่กำหนดในสัญญา ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนที่ตกลงกันไว้ ทั้งนี้ มาตรการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนคณะกรรมการบริหารจะพิจารณาและตัดสินใจใช้เครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสมตามสถานการณ์ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการรายได้และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนและต้นทุนทางการเงินสำหรับการดำเนินงาน

ในปี 2564 กลุ่มบริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเนื่องมาจาก เงินฝากธนาคาร เงินเบิกเกินบัญชี และเงินกู้ยืมระยะยาว สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยที่ปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรือมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราตลาดในปัจจุบัน โดยกลุ่มบริษัทบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยโดยกลุ่มบริษัทได้เข้าทำสัญญาแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อที่จะแลกเปลี่ยนความแตกต่างระหว่างดอกเบี้ยตามอัตราคงที่และดอกเบี้ยตามอัตราผันแปร ซึ่งอ้างอิงจากมูลค่าเงินต้นตามสัญญาสำหรับช่วงเวลาที่กำหนดไว้

5. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk)

5.1 ความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ 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 ตลอดจนว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำเรื่องการตรวจประเมินและการรับรอง รวมถึงการพัฒนาฐานและเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจเป็นไปตามประกาศ ข้อกำหนด ระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

5.2 ความเสี่ยงจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ประกาศราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2562 โดยมีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบในวันที่ 27 พฤษภาคม 2563 โดยต่อมาได้มีการประกาศพระราชกฤษฎีกาเลื่อนการบังคับใช้ออกไปจนถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2565 ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ที่จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนการมีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยการมีระบบตรวจสอบเพื่อลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคล การดำเนินการเมื่อมีเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนการดำเนินการตามสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว

โดยบริษัทและบริษัทย่อยได้มีการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ โดยมีหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงานของกลุ่มบริษัท ทำหน้าที่ศึกษาและทำความเข้าใจในรายละเอียดบริบทของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จัดอบรมพนักงาน วางแผนและตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในองค์กรตามกระบวนการไหลของข้อมูล (data flow) จำแนกตามความเสี่ยง ระดับความร้ายแรงของผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ระบุฐานในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด และอยู่ในกระบวนการจัดทำนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อสอดคล้องต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท พิจารณาการจัดทำหลักเกณฑ์และกระบวนการในการดำเนินการดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทและบริษัทย่อยให้ความสำคัญและมีการดำเนินงานตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

6. การพัฒนาสู่ความยั่งยืน

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (Sustainability Development) ซึ่งหมายถึง การบริหารจัดการที่มุ่งเน้นให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์องค์กร “รายการระดับคุณภาพชีวิตคุณ” โดยนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อดำเนินธุรกิจในกลุ่มของบริษัทให้เกิดการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของกลุ่มลูกค้า ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าด้วยความโปร่งใส มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุนาามิที่ดี การอยู่ร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน รวมถึงการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

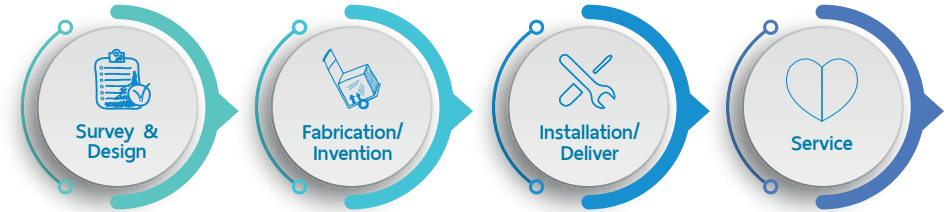
นับแต่ปี 2561 จนถึงปัจจุบัน บริษัทได้เริ่มดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรในระยะกลางและระยะยาว สื่อสารให้บุคลากรในองค์กรทราบพันธะสัญญาด้านความยั่งยืนของบริษัท รวมถึงร่วมเป็นแรงผลักดันและมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร โดยดำเนินงานตามแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนของ 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 ตั้งแต่กระบวนการสรรหาและคัดเลือกผู้ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพและดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ทั้งนี้ เพื่อดูแลบริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ บริษัทและบริษัทย่อยได้จัดให้มีการตรวจสอบประเมินผู้ค้า/พันธมิตรทางธุรกิจหลักที่สำคัญและมีความเสี่ยงสูงที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าเป็นธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างต่อเนื่อง

SMART SOLUTION



กลุ่มธุรกิจ B1	<ul style="list-style-type: none"> สำรวจสถานที่ โครงสร้างอาคาร แหล่งน้ำดิบ ระบบน้ำทิ้ง ระบบไฟฟ้า 	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบระบบบำบัดน้ำ การเลือกผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้ได้น้ำที่มีคุณสมบัติตามที่ลูกค้าต้องการ และเป็นไปตามมาตรฐานของแต่ละอุตสาหกรรมรวมถึงความสะดวกและง่ายต่อการควบคุมดูแล คำนึงถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสถิตภัณฑ์และระบบบำบัดน้ำให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงัก การพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าในอนาคตได้ 	<ul style="list-style-type: none"> ติดตั้งระบบบำบัดน้ำให้แก่ลูกค้าการส่งมอบผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับระบบบำบัดน้ำตามกำหนดเวลา ทดสอบการใช้งานของระบบบำบัดน้ำ / ตรวจสอบคุณภาพน้ำ การผลิต/จัดจำหน่ายน้ำยาไตเทียม (มาตรฐาน ISO - 13485 : / 2016) ให้แก่ลูกค้าตามกำหนดเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> การบริการหลังการขายและดูแลรักษาระบบบำบัดน้ำตามที่ระบุไว้ในแผนงานบำรุงรักษาตามรอบระยะเวลาและปริมาณการใช้น้ำ (Preventive & Collective Maintenance) การตรวจสอบคุณภาพน้ำ โดยการนำส่งตัวอย่างน้ำให้ห้องกรออิสระเป็นผู้ตรวจสอบและรับรองผล การจัดให้มีการอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้า เพื่อให้สามารถควบคุมดูแล รวมถึงบำรุงรักษาเบื้องต้นได้
กลุ่มธุรกิจ B2	<ul style="list-style-type: none"> การประเมินความต้องการ ปริมาณการใช้ และคุณสมบัติของน้ำที่ลูกค้าต้องการ 			
กลุ่มธุรกิจ B3 : IRV				

กลุ่มธุรกิจ B3: MV	<ul style="list-style-type: none"> สำรวจสถานที่ โครงสร้างอาคาร และความต้องการของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบระบบ ท่อลมรับส่งตรวจทางกายภาพ การเลือกผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ใช้ให้เหมาะสมกับการใช้งาน 	<ul style="list-style-type: none"> การติดตั้งระบบ ท่อลมรับส่งตรวจทางกายภาพ ทดสอบการใช้งานระบบท่อลมรับส่งตรวจทางกายภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริการหลังการขายและดูแลรักษาระบบ การจัดให้มีการอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้า
กลุ่มธุรกิจ B3: KTMS / IRV	<ul style="list-style-type: none"> จัดหาสถานที่ / สถานพยาบาล 	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบระบบ บำบัดน้ำและตกแต่งศูนย์ไตเทียมให้ได้มาตรฐานของสมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย ออกแบบสภาพแวดล้อมที่สะดวกสบายสำหรับผู้ป่วยและญาติ 	<ul style="list-style-type: none"> การติดตั้งระบบ บำบัดน้ำให้ศูนย์ไตเทียม ทดสอบการใช้งานให้เป็นไปตามมาตรฐานของสมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย 	<ul style="list-style-type: none"> การให้บริการด้วยพยาบาลวิชาชีพเฉพาะทาง สนับสนุนผู้ป่วยให้สามารถกลับไปใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ
กลุ่มธุรกิจ B3 : IRV กลุ่มธุรกิจ B4 : HHC	<ul style="list-style-type: none"> สำรวจความต้องการลูกค้า / ผลที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องมือต่างๆ การติดตามผลการรักษา/ นวัตกรรมด้านสุขภาพและความงาม 	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบสถานที่และจัดวางอุปกรณ์และเครื่องมือ 	<ul style="list-style-type: none"> การตกแต่งสถานที่ติดตั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการแก่ลูกค้า จำหน่ายเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ 	<ul style="list-style-type: none"> การให้บริการตรวจวินิจฉัยป้องกันและรักษาผู้ที่มีปัญหาด้านผิวพรรณ การให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ถูกต้องไม่โฆษณาเกินจริง

6.1.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

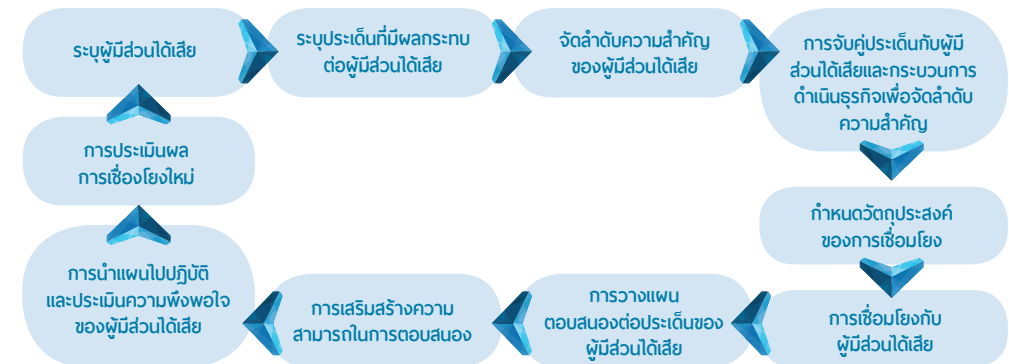
- กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

การจับคู่ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและบริษัทย่อยให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ทั้งความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร อันมีส่วนในการผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

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 รายงานแบบ 56-1 (One Report) / รายงานความยั่งยืน เว็บไซต์ของบริษัท และช่องทางการสื่อสารดิจิทัล ได้แก่ Facebook, Line นักลงทุนสัมพันธ์
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับผลตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม ได้รับโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน มีความก้าวหน้าและมั่นคงในตำแหน่งงาน การมีส่วนร่วมและได้แสดงความคิดเห็น สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย สนับสนุนคุณเป็น การเลี้ยงดูลูก 	<ul style="list-style-type: none"> ให้ผลตอบแทนและสวัสดิการในระดับที่เหมาะสม เปรียบเทียบได้กับตำแหน่งงานในระดับเดียวกันของอุตสาหกรรม ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม จัดอบรมให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพพนักงานตามตำแหน่งงาน ห้องนมแม่ รับฟังความคิดเห็นและนำมาพิจารณาปรับปรุง 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุม Morning Talk การสื่อสารผ่าน Line Group กิจกรรมวันเด็กที่ยั่งยืน การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันประจำปี ช่องทางรับความคิดเห็น และรับเรื่องร้องเรียน

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม
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
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
คู่ค้า / พันธมิตรธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และเป็นธรรม 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 ชำระหนี้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา การบริหารจัดการความเสี่ยง 	<ul style="list-style-type: none"> ให้ข้อมูลทางการเงินถูกต้อง เชื่อถือได้ ปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญา มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุม โทรศัพท์ / อีเมล / สื่อสังคมออนไลน์ ข้อเสนอแนะ / ร้องเรียน

ผู้มีส่วนได้เสีย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม
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 / ข้อร้องเรียนของชุมชน / 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"> การปฏิบัติตามกฎหมาย ประกาศ กฎเกณฑ์และระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การกำกับดูแลกิจการที่ดี การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม สนับสนุนนโยบายและการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐบาล การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ประกอบธุรกิจภายใต้กรอบของกฎหมายและประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ การปฏิบัติตามและให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ การจัดทำโครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน เว็บไซต์ของบริษัท โทรศัพท์ / สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล การจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ข้อเสนอแนะ / ข้อร้องเรียน

6.2 โครงการการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน

ปี 2564 บริษัทยังดำเนินการต่อเนื่องตามแผนงานการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน ที่ได้เริ่มดำเนินการไว้ในปี 2561 เป็นต้นมา เพื่อเป้าหมายที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ “เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ” โดยการบูรณาการแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน เข้าไปในกระบวนการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

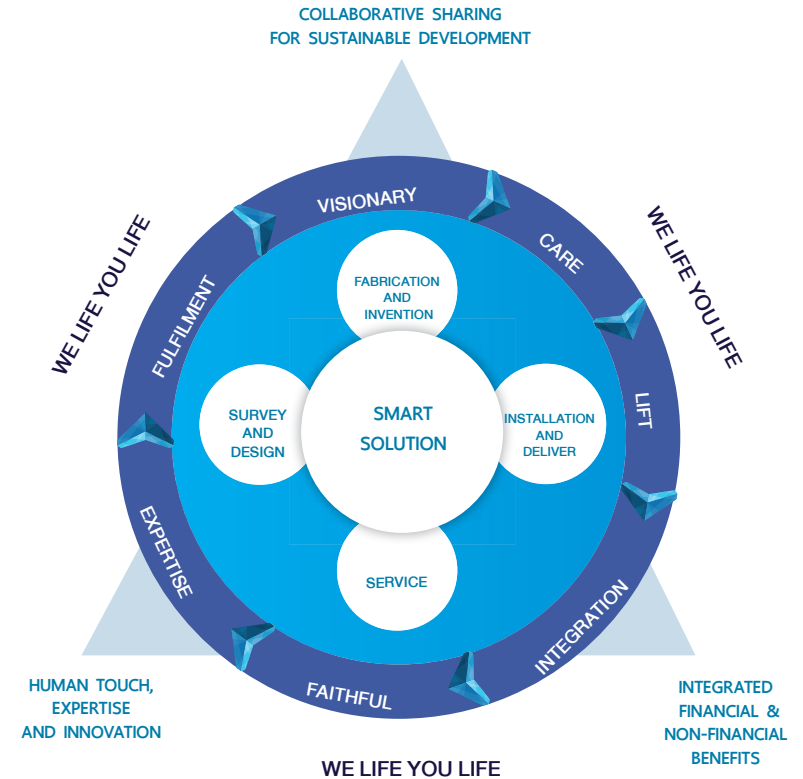
แผนงานโครงการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน

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"> กำหนดแนวทางการสื่อสารกับพนักงานและการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท และบริษัทย่อย การฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการความยั่งยืน เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานของบริษัท การฝึกอบรมพัฒนากิจกรรมแปลงพันธะสัญญา เป้าหมายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนไปเป็นแผนปฏิบัติการ จัดตั้งคณะทำงานเพื่ออำนวยความสะดวก การติดตาม และตรวจสอบการนำเป้าหมายและ แนวทางด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนไปปฏิบัติของหน่วยงานต่างๆ
ปี 2563	Phase III : Check & Change
วัตถุประสงค์	เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทจะสามารถบรรลุพันธะสัญญาด้านความยั่งยืนที่คณะกรรมการกำหนดไว้ได้ จึงเห็นควรจัดการอบรมและกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร รวมถึงประเมินและตรวจสอบการปฏิบัติงานอยู่เสมอ

	<ul style="list-style-type: none"> ฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจของคณะทำงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเกี่ยวกับการวัดวิเคราะห์ และประเมินผลการบูรณาการแนวคิด เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน จัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายในงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายระดับองค์กร กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินความเหมาะสมของแนวปฏิบัติ และกิจกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของแต่ละหน่วยงาน
ปี 2564-2567	แผนการดำเนินโครงการ “การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Human Resources Management (SHRM))”
วัตถุประสงค์	เพื่อยกระดับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และเกิดการพัฒนาสู่ความยั่งยืนขององค์กร
	<ul style="list-style-type: none"> มุ่งพัฒนาสมรรถนะของหน่วยงาน HR เทียบเคียงกับตัวแบบมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพบริหารงานบุคคลในด้านสมรรถนะพื้นฐาน และสมรรถนะทางวิชาชีพบริหารทรัพยากรบุคคล มุ่งให้ความสำคัญกับการบริหารความเปลี่ยนแปลงทางด้านทรัพยากรบุคคลในมิติด้านตัวงานกำลังคน 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

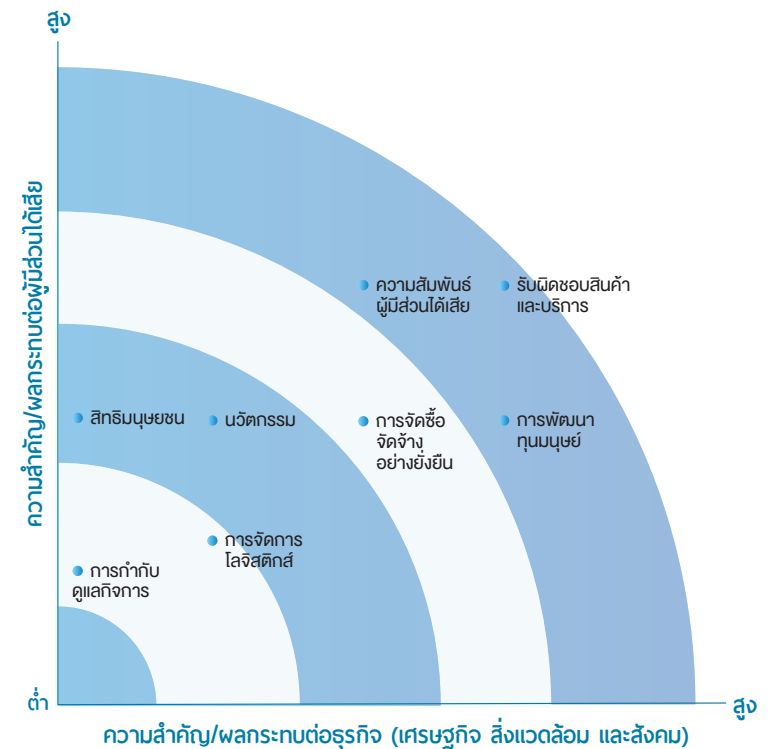
2561	We Lift Our People Life
	<p>บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากร (Human Capital) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจและสร้างมูลค่าองค์กรให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ดังนั้น บริษัท จึงได้จัดทำแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง พร้อมส่งเสริมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (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) เพื่อให้สามารถจัดหาและออกแบบรวมถึงพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการลูกค้า รวมถึงเป็นไปตามมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล อันจะนำไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืนร่วมกันต่อไป
2563	We Lift Our Partners Life
	เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดห่วงโซ่คุณค่า 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) แผนการพัฒนาระบบการบริหารและพัฒนาบุคลากรเชิงรุก และ 3) แผนพัฒนากิจกรรมผู้นำผู้บริหารระดับกลาง

7. การประเมิน 4 ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

นับแต่ปี 2561 เป็นต้นมา ตามที่บริษัท ได้ดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรในระยะกลางและระยะยาว สื่อสารให้บุคลากรในองค์กรทราบพันธะสัญญาด้านความยั่งยืนของบริษัท รวมถึงร่วมเป็นแรงผลักดันและมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร

โดยผลการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน พบว่า ประเด็นที่สำคัญต่อการส่งมอบคุณค่าที่ยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียตามวิสัยทัศน์ "เรายกระดับคุณภาพชีวิตคุณ" 4 อันดับแรก คือ 1) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ 2) การพัฒนาทุนมนุษย์ 3) ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย และ 4) การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันมีประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทและบริษัทย่อยให้ความสำคัญ ได้แก่ แนววัฒนธรรม สิทธิมนุษยชน การจัดการโลจิสติกส์ และการกำกับดูแลกิจการ



7.1 การบริหารจัดการประเด็นที่เป็นสาระสำคัญต่อความยั่งยืน (Management Approach)

ประเด็นสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ	ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน	การพัฒนาทุนมนุษย์
แนวทางการบริหารจัดการ				
นโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> มุ่งเน้นในการคัดเลือก จัดหา สินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพ 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"> มุ่งมั่นพัฒนาองค์ความรู้และทักษะพนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เสริมสร้างจิตสำนึกและความสามารถและความได้เปรียบในการแข่งขัน
เป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มสัดส่วนรายได้ของสินค้าด้านความยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร สร้างความเชื่อมั่นว่าบริษัทดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มสัดส่วนผู้ค้าตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกตามเกณฑ์มาตรฐานทางด้านวิชาชีพ และเพิ่มพูนทักษะชุดความรู้ใหม่ที่เป็นจำเป็น สรุปผลการดำเนินโครงการพัฒนาทุนมนุษย์ ปี 2563 เพื่อวางแผนการดำเนินงานในประเด็นที่สำคัญในปี 2564 ส่งเสริมพนักงานให้ได้รับการ

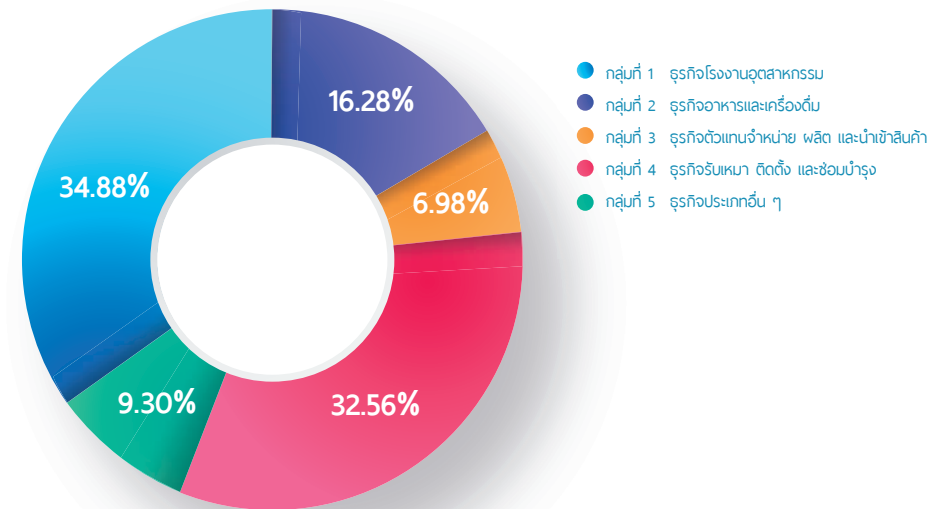
ประเด็นสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ	ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน	การพัฒนาทุนมนุษย์
แนวทางการบริหารจัดการ				
				<p>พัฒนาองค์ความรู้และเพิ่มทักษะในการทำงาน เพื่อให้</p> <ul style="list-style-type: none"> สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้และพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้มีส่วนได้เสีย
หน่วยงานผู้รับผิดชอบ	<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"> คณะทำงานด้านความยั่งยืน ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และกิจการทั่วไป
กลยุทธ์แผนการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> คัดเลือกและสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตแก่ลูกค้า / ผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> การเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอ่อนไหวทางสังคม สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนและสังคม จัดกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า 	<ul style="list-style-type: none"> แผนการพัฒนา HR Expert แผนการพัฒนากระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงรุก แผนพัฒนากฎระเบียบที่เกื้อหนุนผู้บริหารระดับกลาง

ประเด็นสำคัญ	ความรับผิดชอบต่อ สินค้าและบริการ	ความสัมพันธ์กับผู้ มีส่วนได้เสีย	การจัดซื้อจัดจ้าง อย่างยั่งยืน	การพัฒนาทุน มนุษย์
แนวทางการบริหารจัดการ				
การดำเนินงาน / กิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบาย การคัดเลือกและสรรหาสินค้า มีการสื่อสารเกี่ยวกับคุณค่าของสินค้าให้พนักงานรับรู้และเข้าใจ จัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ลูกค้า น้ำที่ใช้ทำกาแฟ / โรงแรม น้ำปลอดภัย (ผลิตภัณฑ์/ส่งเสริม) 	<ul style="list-style-type: none"> ร่วมกับพันธมิตรในการส่งมอบและติดตั้งเครื่องกรองน้ำให้แก่มูลนิธิ/โรงเรียน ฯลฯ การจัดอบรมสัมมนาและสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กิจกรรมวันเด็กยั่งยืน 	<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)
การรายงานผลการดำเนินงาน	รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) และรายงานความยั่งยืน			
กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> สังคม / ชุมชน / สิ่งแวดล้อม / หน่วยงานกำกับดูแล / องค์กรอิสระ 	<ul style="list-style-type: none"> คู่ค้า / ตัวแทนจำหน่าย / พันธมิตรธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงาน

7.2 ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ

ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ทั้ง 4 กลุ่มธุรกิจ และเพื่อสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการต่อลูกค้าและคู่ค้าในปี 2564 นำมาประเมินเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการในด้านต่าง ๆ โดยได้ดำเนินการสำรวจ จำนวน 43 ราย แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 ธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรม
- กลุ่มที่ 2 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- กลุ่มที่ 3 ธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ผลิต และนำเข้าสินค้า
- กลุ่มที่ 4 ธุรกิจรับเหมา ติดตั้ง และซ่อมบำรุง
- กลุ่มที่ 5 ธุรกิจประเภทอื่น ๆ

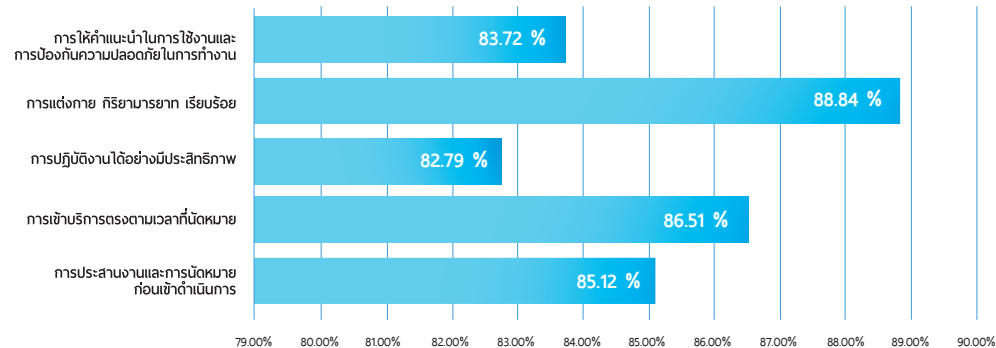


ระดับการประเมิน

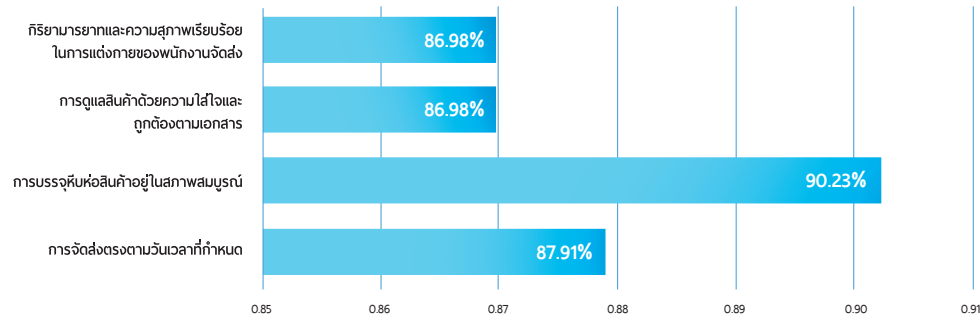
ระดับ 5	เยี่ยม	(91% – 100%)
ระดับ 4	ดีมาก	(81% – 90%)
ระดับ 3	ดี	(71% – 80%)
ระดับ 2	พอใช้	(61% – 70%)
ระดับ 1	ต้องปรับปรุง	(51% – 60%)

ในปี 2564 ได้ดำเนินการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในงานบริการ 3 ด้าน ดังนี้

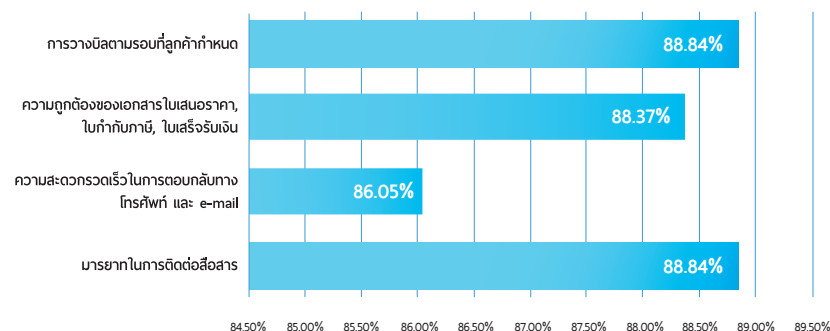
1. ด้านเทคนิคบริการ



2. ด้านจัดส่งสินค้า



3. ด้านเจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้า



7.3 ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

7.3.1 กิจกรรม Morning Talk ประจำปี 2564

การมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน ผ่านกิจกรรม Morning Talk ที่จัดเป็นประจำทุกเดือน ผ่านระบบ MS Team เพื่อผู้บริหารสามารถแจ้งข่าวสารและสถานการณ์ต่าง ๆ ขององค์กรต่อพนักงานทั้งกลุ่มบริษัท และรับข้อเสนอแนะจากพนักงานได้โดยตรง



7.3.2 การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย-พนักงาน, ผู้ปฏิบัติงาน ด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน



คุณภาพชีวิตที่ดี

พนักงานทุกคน ได้รับสิทธิในการรับการดูแล ป้องกัน รักษาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างเท่าเทียม



เสรีภาพในการแสดงออก

ทุกคนมีเสรีภาพในการแสดงสิทธิ, การออกเสียง แสดงความเห็นในช่องทางอันไม่ละเมิดต่อสิทธิเสรีภาพผู้อื่น เช่น การเลือกตั้งคณะกรรมการสวัสดิการ, คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการ



เสรีภาพในการนับถือศาสนา

การให้ความเคารพในเชิงความเชื่อและการนับถือศาสนา และสนับสนุนในการปฏิบัติ ที่ไม่หลอกล้ำ เช่น จัดพิธีทำบุญ 3 ศาสนา,



สิทธิความเป็นส่วนตัว

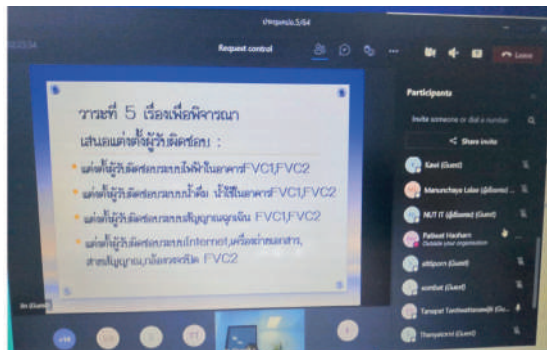
ทุกคนมีสิทธิในการให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่สมัครใจและเป็นคุณแก่ตน โดยองค์กรได้ขอความยินยอมตามกฎหมาย (PDPA) จากพนักงานทุกคน

7.3.3 กิจกรรมการดำเนินงาน คปอ. และ คสท. ประจำปี 2564

บริษัทได้จัดให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจการและการดำเนินงานขององค์กร โดยการรับสมัครคณะกรรมการความปลอดภัย ชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และรับสมัครคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ เพื่อเป็นตัวแทนของพนักงานเข้ามีส่วนร่วมในกิจการงานภายในขององค์กร นับแต่ปี 2563 (ซึ่งคณะ คปอ. และ คสท. จะมีวาระ 2 ปี โดยจะมีการเลือกตั้ง คปอ. และ คสท. อีกครั้งใน ปี 2565



ในปี 2564 คณะ คปอ. และ คสท. ได้มีการประชุมหารือร่วมกันในส่วนของพนักงาน (ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โปรแกรม MS TEAM) เพื่อให้พนักงานได้เสนอแนะข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์สำหรับลูกจ้างต่อนายจ้าง รวมถึงตรวจตรา ควบคุม ดูแล การจัดสวัสดิการต่าง ๆ ในเรื่องความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ตลอดจนเรื่องที่เกี่ยวข้องเสนอต่อนายจ้างเพื่อจัดให้แก่งูกจ้างตามความเหมาะสม รวมถึงวางแผนการดำเนินงานและกิจกรรมในการเลือกตั้ง คปอ. และ คสท. ในปี 2565 ตามวาระต่อไป



7.3.4 ความปลอดภัยในการทำงานและการควบคุมป้องกันด้านสุขภาพและ

เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนได้เกิดความตระหนักและให้ความสำคัญในการร่วมกันรักษาความปลอดภัยในการทำงานและการควบคุมป้องกันด้านสุขภาพและในองค์กร บริษัทได้มีมาตรการป้องกันและเฝ้าระวังสำหรับบุคลากรภายใน รวมถึงลูกค้า ลูกจ้าง ที่จะมีการเดินทางเข้ามาในพื้นที่ของ บริษัทในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19

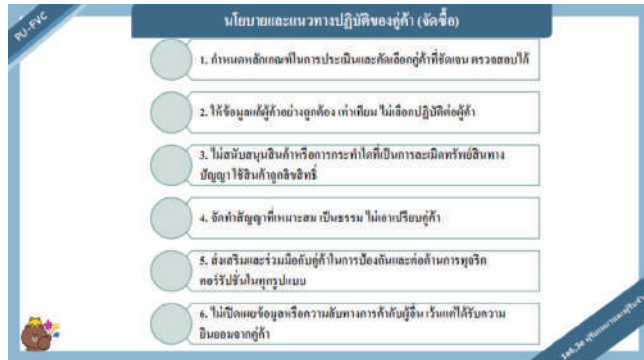
1. ให้ความรู้/อบรม สร้างความตระหนัก		
●	กลุ่มผู้รับเหมา	จัดให้มีการอบรมเพื่อให้ความรู้ รวมถึงแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างผู้รับเหมาและทีมงานของบริษัท เพื่อสามารถดำเนินงานร่วมกันไปในทิศทางเดียวกัน และร่วมกันตรวจสอบและเฝ้าระวังในเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน และด้านสุขลักษณะในสถานที่ปฏิบัติงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรร่วมกัน
2. ปกป้องสุขภาพและสุขอนามัย		
●	บุคลากรภายในองค์กร	จัดหาวัคซีนป้องกัน COVID-19
		ให้การตรวจคัดกรองแบบ ATK อย่างสม่ำเสมอ
		มาตรการสวมใส่หน้ากากอนามัยเข้าในพื้นที่สำนักงาน 100%
●	ลูกค้า / คู่ค้า / บุคคลภายนอกผู้มาติดต่อ	การคัดกรองผู้มาติดต่อและบุคคลภายนอก
		มาตรการสวมใส่หน้ากากอนามัยเข้าในพื้นที่สำนักงาน 100%

7.4 การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

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

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

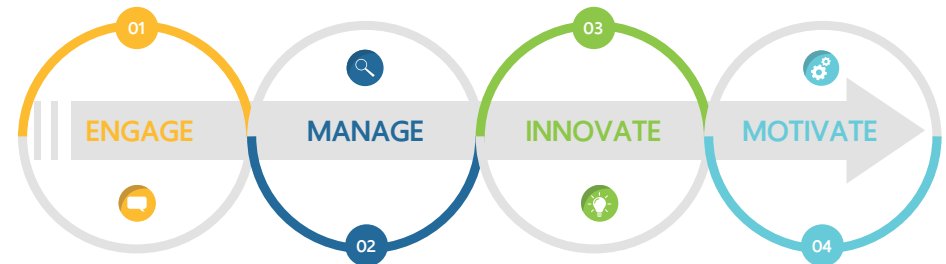
ในปี 2564 บริษัทได้จัดการฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้และเทคนิคการใช้งาน ติดตั้ง รวมถึงความปลอดภัยในการทำงาน ให้แก่บุคลากรภายในองค์กรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเชิญให้ตัวแทนจำหน่ายส่งตัวแทนเข้าร่วมอบรมเพื่อให้ได้รับความรู้และเทคนิคในการทำงานต่าง ๆ ร่วมกับบุคลากรของบริษัทและบริษัทย่อย ให้ทราบถึงกระบวนการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันภายใต้กรอบและข้อกำหนดการทำงานของ บริษัท



7.5 การพัฒนาทุนมนุษย์

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

โดยมีแนวทางการสร้างวัฒนธรรมความยั่งยืนองค์กร ดังนี้



01: การเชื่อมโยงแผน กับผู้ที่เกี่ยวข้อง	02: กำหนดรูปแบบ การนำไปปฏิบัติอย่าง เป็นทางการ	03: การพัฒนาการเรียนรู้ เพื่อการต่อยอดและ ยกระดับโครงการ	04: การสร้างแรงจูงใจ ให้สามารถรักษา ความต่อเนื่อง
เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ แผนและการเชื่อมโยง ของแผนกับความ ยั่งยืนขององค์กร เตรียมความพร้อม ของพนักงาน เพื่อ การมีส่วนร่วม ต่อโครงการ	เพื่อพัฒนามาตรฐาน ระเบียบปฏิบัติ ที่ สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของแผน และการแปลงเป้า หมายของแผนไปสู่ขั้น ตอนการดำเนินงาน	เพื่อการประเมินผลการ ปฏิบัติ และเรียนรู้จาก ผลการปฏิบัติ โดยนำไป ปรับปรุงการดำเนินงาน ให้ดีขึ้น และทดลอง สร้างสรรค์สิ่งใหม่	เพื่อส่งเสริมหรือจูงใจ ให้พนักงานเห็น ความสำคัญของ โครงการ ที่มีต่อ ความยั่งยืนขององค์กร หรือความสำคัญต่อ การปฏิบัติเพื่อการ เปลี่ยนแปลง

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

การดำเนินงานด้าน การพัฒนาความยั่งยืน	<----- FVC Human Excellence Project ----->				
	2563	2564	2565	2566	2567
แผนการพัฒนา HR Expert	-->	Phase I			
แผนการพัฒนา กระบวนการบริหารและ พัฒนาบุคลากรเชิงรุก	-->	Phase II			
แผนพัฒนากิจกรรม แก่ผู้บริหารระดับกลาง	-->	Phase III			

7.5.1 Phase I: แผนการพัฒนา HR Expert

มุ่งพัฒนาสมรรถนะของหน่วยงาน HR ให้เทียบเคียงกับตัวแบบมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพบริหารงานบุคคลใน 2 กลุ่มสมรรถนะสำคัญ คือ

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



*HR รุ่นที่ 1 จำนวน 4 คนจะเข้าสู่การสอบประเมินสมรรถนะตามแนวทาง PMAT ในปี 2565

7.5.2 Phase II: แผนการพัฒนากระบวนการบริหารและพัฒนาบุคลากรเชิงรุก

มุ่งให้ความสำคัญกับการบริหารความเปลี่ยนแปลงในด้านทรัพยากรบุคคลใน 3 มิติ คือ

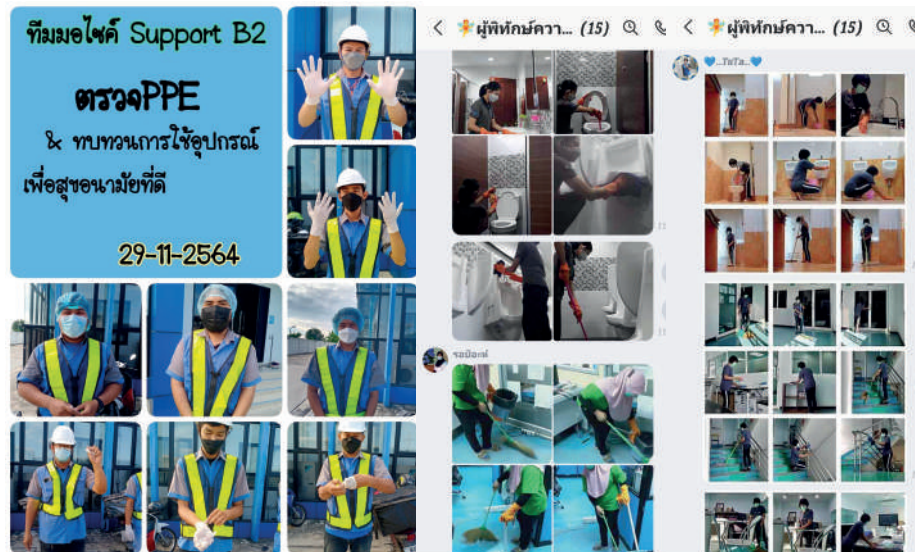
1. Work (ตัวงาน)
2. Workforce (กำลังคน)
3. Workplace (สถานที่ทำงาน)



โดยในปี 2564 ได้เชื่อมโยงกับสถานการณ์โลกในเชิงรุก ด้านความปลอดภัยในการปกป้องจากการแพร่ระบาด COVID-19

แผนการพัฒนากระบวนการบริหารและพัฒนาบุคลากรเชิงรุก		
มิติ Workplace (สถานที่ทำงาน)		
1. ให้ความรู้/อบรม สร้างความตระหนัก		
●	สื่อสารความรู้สู่กลุ่มพนักงาน	พนักงานใหม่ ได้รับการอบรม คปท.100%, สื่อสารความรู้ในกลุ่มไลน์
●	ปฏิบัติตามสอดคล้องมาตรการตามกฎหมายและนโยบายภาครัฐ	การรวมตัว, รวมกลุ่ม ตามนโยบายภาครัฐ การเดินทางข้ามจังหวัด, จำกัดพื้นที่การฝึกซ้อมเพื่อรองรับเหตุการณ์ต่างๆ
2. ปกป้องสุขภาพและสุขอนามัย		
●	SHE (Safety-Health and Environment)	การจัดอุปกรณ์เพื่อการดูแลสุขภาพอนามัย ได้แก่ เจลแอลกอฮอล์, แอลกอฮอล์น้ำ, การไอโซน,
		การควบคุมการทำความสะอาดจุดสัมผัสต่าง,การจัดพื้นที่ทำงานตามแนวทางDistancing
		การบริหารจัดการทีมงานในรูปแบบWork from Home

แผนการพัฒนาระบบการบริหารและพัฒนาศักยภาพเชิงรุก		
มิติ Workplace (สถานที่ทำงาน)		
2. ปกป้องสุขภาพและสุขอนามัย (ต่อ)		
<ul style="list-style-type: none"> ป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตามแนวทาง Bubble & Seal ปลูกจิตสำนึกด้านสุขอนามัย (ส่วนบุคคล และในสถานที่ทำงาน) 	การจัดหาวัคซีนป้องกัน COVID-19, การตรวจหาเชื้อป้องกัน แบบ ATK มาตรการควบคุมสวมใส่หน้ากากอนามัย 100%	
	<p>ประชาสัมพันธ์และรณรงค์การใช้อุปกรณ์ป้องกันและดูแลสุขอนามัยที่ดีส่วนบุคคลในสถานที่ทำงาน เช่น การสวมใส่หน้ากากอนามัย การล้างมือ และการใช้สิ่งของอุปกรณ์ร่วมกันอย่างถูกวิธี เป็นต้น</p> <p>ทบทวนการใช้อุปกรณ์เพื่อสุขอนามัยที่ดีในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานแต่ละส่วนงาน เช่น การตรวจสวมใส่และใช้งาน PPE ได้อย่างถูกต้อง การใช้อุปกรณ์ร่วมกันตามข้อกำหนดอย่างถูกวิธี เป็นต้น</p>	



7.5.3 Phase III: แผนพัฒนากิจกรรมภาวะผู้นำแก่ผู้บริหารระดับกลาง

มุ่งเน้นการพัฒนาบทบาทภาวะผู้นำให้กับทีมบริหารระดับกลางใน 5 รูปแบบ คือ

1. Self-Leadership
2. Functional Leadership
3. Cross-Functional Leadership
4. Strategic Leadership
5. Change Leadership



*ผ่านขั้นตอนการสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในระดับผู้บริหารระดับกลาง (MLD) :

ปัจจุบันอยู่ระหว่างการประเมินสมรรถนะเบื้องต้น และนำสู่แผนพัฒนา ในปี 2565

8. การดำเนินงานสู่ความยั่งยืน

8.1 การดำเนินงานในมิติเศรษฐกิจ

ปี 2564 บริษัทมีรายได้รวมเพิ่มขึ้น 35.26 ล้านบาท (ร้อยละ 5.77) เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จาก 610.88 ล้านบาทในปี 2563 เป็น 646.14 ล้านบาทในปี 2564 อย่างไรก็ดี เมื่อเทียบสัดส่วนรายได้ระหว่างกลุ่มธุรกิจพบว่า กลุ่มธุรกิจให้บริการทางการแพทย์ (B3) มีรายได้ในปี 2564 เติบโตขึ้น 97.94 ล้านบาท (ร้อยละ 46.31) เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จาก 211.15 ล้านบาทในปี 2563 เป็น 309.44 ล้านบาทในปี 2564

สำหรับกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมและ OEM (B1) และกลุ่มเพื่อการพาณิชย์และที่พักอาศัย (B2) ในปี 2564 มีรายได้ลดลง 7.60 ล้านบาท และ 3.71 ล้านบาท ตามลำดับเมื่อเทียบกับจากปีที่ผ่านมา โดยคิดเป็นลดลงร้อยละ 6.91 และ 1.56 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มธุรกิจความงามและผิวพรรณ (B4) จำเป็นต้องหยุดให้บริการชั่วคราวเนื่องด้วยมีผลการดำเนินงานขาดทุนสะสมต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 นับแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นต้นมา

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	ปี 2564	ปี 2563	+ / (--)	%
รายได้จากการขายและบริการ	645.43	558.80	86.63	15.50%
กำไรขั้นต้นจากการขายและบริการ	179.94	147.14	32.80	22.29%
กำไร(ขาดทุน) สำหรับปี	42.79	(96.72)	139.51	144.24%
EBITDA	91.13	33.99	57.14	168.11%
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาทต่อหุ้น)	0.067	(0.164)	0.23	140.85%

8.2 การดำเนินงานในมิติสังคมและมิติสิ่งแวดล้อม

ในปี 2564 บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานในมิติสังคมและมิติสิ่งแวดล้อม ดังนี้

8.2.1 การดำเนินงานด้านสังคม

บริษัทมีความตระหนักและให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยได้ตั้งเป้าหมายการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2564 ไว้ดังนี้

1. มุ่งเน้นโครงการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยมีเป้าหมาย 3 แผนงานดังนี้

1.1 เพื่อยกระดับการพัฒนาบุคลากรในงานด้านทรัพยากรมนุษย์ให้มีความเชี่ยวชาญในงานบริหารงานบุคคล และสามารถสนับสนุนและตอบสนองกลยุทธ์ในทิศทางธุรกิจขององค์กร รวมถึงแนวโน้มของบริบทโลก เพื่อยกระดับหน่วยงานด้านทรัพยากรมนุษย์มีแผนการพัฒนาระบบการบริหารและพัฒนาบุคลากรเชิงรุกที่สามารถตอบสนองทิศทางของธุรกิจและแนวโน้มของบริบทโลก

1.2 เพื่อยกระดับและพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารระดับกลาง เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นผู้บริหารระดับสูงในอนาคต

2. มุ่งเน้นการดำเนินงานด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน อันเป็นการปฏิบัติต่อพนักงาน ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ผ่านกิจกรรมและการดำเนินงานในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม

3. มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการจัดการซื้อจัดจ้างเชิงรุกอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมและการดำเนินงานทั้งภายในองค์กรและร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม

4. มุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยในการทำงานและการควบคุมป้องกันด้านสุขลักษณะในสถานปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม

5. มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะทางของพนักงานเพื่อให้เกิดความชำนาญและเชี่ยวชาญเฉพาะด้านทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องตาม พ.ร.บ. พัฒนาฝีมือแรงงานฯ อีกทั้งสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการต่อลูกค้าตลอดจนคู่ค้าที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินงานกิจกรรมด้านสังคมภายในองค์กร ภายใต้มาตรการป้องกันและเฝ้าระวังในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ดังนี้

กิจกรรมวันเด็กยั่งยืน ประจำปี 2564

เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ที่ยังคงอยู่ในสถานการณ์เฝ้าระวัง ในปี 2564 บริษัทจึงงดการจัดกิจกรรมวันเด็กยั่งยืนดังกล่าว แต่ยังคงมีแผนการจัดกิจกรรมวันเด็กยั่งยืน ในปี 2565 เพื่อรักษาไว้ซึ่งการมีกิจกรรมร่วมกันของบุคลากรและบุตรหลานของเรากับกลุ่มบริษัทต่อไป

การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม

บริษัทมีนโยบายปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติจากความแตกต่างใด ทั้งเชื้อชาติ ศาสนา เพศ สถานภาพสมรส หรือความไร้สมรรถภาพทางร่างกาย



พนักงานทุกคนได้รับสิทธิในการรับการดูแล ป้องกัน รักษาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างเท่าเทียม



เสรีภาพในการแสดงออก

ทุกคนมีเสรีภาพในการแสดงสิทธิ, การออกเสียง แสดงความเห็นในช่องทางอันไม่ละเมิดต่อสิทธิเสรีภาพผู้อื่น เช่น การเลือกตั้งคณะกรรมการสวัสดิการ, คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการประจำปี 2563 ซึ่งมีคณะทำงานจะมีวาระ 2 ปี โดยคณะทำงานดังกล่าวได้มีการประชุมหารือ และร่วมกันหาแนวทางเพื่อให้ข้อเสนอแนะเป็นประโยชน์ต่อนักงานทุกคน โดยจะมีการเลือกตั้ง คปอ. และ คสท. อีกครั้งในปี 2565



เสรีภาพในการเข้าถึงศาสนา

การให้ความเคารพในเชิงความเชื่อและการนับถือศาสนาและสนับสนุนในการปฏิบัติที่ไม่หล่อมล้ำ เช่น จัดพิธีทำบุญตามศาสนา, กิจกรรมวันลอยกระทง



สิทธิความเป็นส่วนตัว

ทุกคนมีสิทธิในการให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่สมัครใจและเป็นคุณแทน โดยองค์กรได้ขอความยินยอมตามกฎหมายฯ (PDPA) จากพนักงานทุกคน

บริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมที่จะมีการเริ่มใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) ซึ่งปัจจุบัน พ.ร.บ. ฉบับนี้อยู่ระหว่างขยายระยะเวลาประกาศใช้ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 โดยคาดว่าจะได้เริ่มประกาศใช้เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดดังกล่าวคลี่คลายลง ทั้งนี้ บริษัทได้เริ่มจัดทำนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเป็นแนวทางนำร่องในการดำเนินงานดังกล่าว โดยการจัดทำนโยบายและแผนการดำเนินในระดับองค์กร คาดว่าจะดำเนินการนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร และเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติดำเนินการดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้สอดคล้องและรองรับการประกาศใช้ พ.ร.บ. ดังกล่าวในอนาคตอันใกล้ต่อไป

การตรวจสุขภาพประจำปี



อบรมพัฒนากักขะความรู้พื้นฐาน และชุดทักษะใหม่ เพื่อใช้ปฏิบัติงาน



8.2.2 การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีนโยบายเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรในการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด และส่งต่อแนวคิด/ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสู่ผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้ง บริษัทส่งเสริมและรณรงค์ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดใช้พลังงานและทรัพยากร

โดยได้ตั้งเป้าหมายการดำเนินงานด้านสังคม ในปี 2564 ไว้ดังนี้

1. สนับสนุนลูกค้าให้พนักงานทุกระดับตระหนักและให้ความสำคัญในการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า คำนึงถึงกิจกรรมการภายในองค์กร เพื่อให้เป็นจุดเริ่มต้นในการดำเนินกิจกรรมองค์กรและต่อส่วนรวมอย่างเป็นรูปธรรมในอนาคตต่อไป

2. มุ่งเน้นให้ความรู้เรื่องของ carbon footprint (ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยและดูดกลับ) ต่อพนักงานทุกระดับ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญผ่านการร่วมดำเนินกิจกรรมในองค์กรเรื่อง carbon footprint อย่างเป็นรูปธรรม

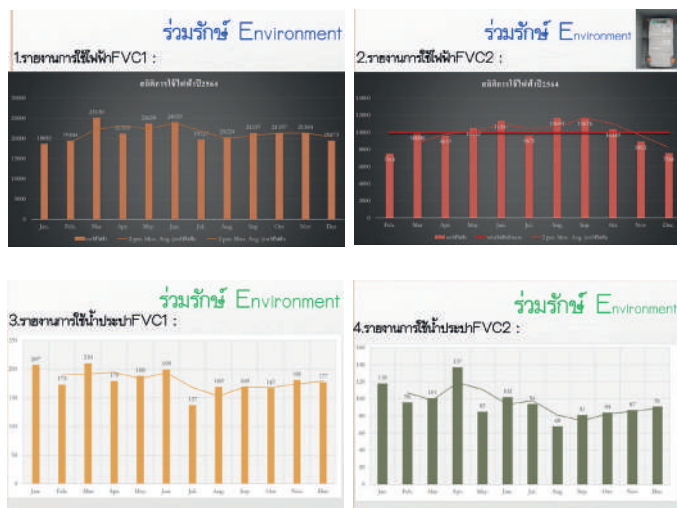
3. มุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมเพื่อการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ผ่านโครงการ “ร่วมรักษ์สิ่งแวดล้อม” เพื่อให้พนักงานทุกระดับได้ร่วมกันใช้ทรัพยากรในการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนี้

- 3.1 ลดอัตราองหน่วยงานใช้ทรัพยากรไฟฟ้าลง 10%
- 3.2 ลดอัตราองหน่วยงานใช้ทรัพยากรน้ำลง 10%
- 3.3 สนับสนุนองค์ความรู้ต่อพนักงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในปี 2564 บริษัทได้ดำเนินงานกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ดังนี้

โครงการ “ร่วมรักษ์สิ่งแวดล้อม”

มุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมเพื่อการรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ผ่านโครงการ “ร่วมรักษ์สิ่งแวดล้อม” เพื่อให้พนักงานทุกระดับได้ร่วมกันใช้ทรัพยากรในการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ได้แก่ การปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน กำหนดเวลาเปิด-ปิดเครื่องปรับอากาศ การใช้ตัวอย่างประหยัด รวมถึงการประหยัดกระดาษโดยการนำกระดาษรีไซเคิลมาใช้ทำประโยชน์ และการรณรงค์ให้เก็บข้อมูลในรูปแบบของไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น



บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำโครงการ “ร่วมรักษ์” เพื่อให้พนักงานในองค์กรได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการรณรงค์ ควบคุม และบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในองค์กรได้อย่างคุ้มค่า สำหรับปี 2564 นับเป็นจุดเริ่มต้นที่พนักงานทุกคนได้ร่วมกันดำเนินโครงการ “ร่วมรักษ์” เพื่อนำไปสู่การจัดเก็บข้อมูลการใช้ไฟฟ้า น้ำประปา รวมถึงการรายงานปริมาณขยะรายวันในองค์กร เพื่อประเมินและควบคุมการใช้ทรัพยากรดังกล่าวอย่างคุ้มค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ บริษัทได้ส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ตู้น้ำดื่มปลอดเชื้ออัตโนมัติ OASIS



โดยปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อเปิดเผยในรายงานแบบ 56-1 One Report ในปี 2565 ต่อไป

8.3 การประเมินระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ

ตามที่ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2564 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2564 ได้มีมติแต่งตั้งคณะทำงานด้านความยั่งยืน ของบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ เป็นประธานคณะทำงานด้านความยั่งยืน และมีผู้จัดการทั่วไป เป็นรองประธานคณะทำงานด้านความยั่งยืน เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการบริษัทในด้านการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยได้กำหนดนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development) ของบริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม

โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2564 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2564 ได้มีมติอนุมัติการจัดทำแบบประเมินระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ ประจำปี 2564 เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร มีกรอบแนวทางในการประเมินผลและรายงานและประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร ต่อคณะกรรมการบริษัทได้รับทราบรวมถึงประเมินและให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้การดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ แนวทางในการประเมินระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ ประจำปี 2564 อ้างอิงตามแบบประเมินระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ (แหล่งที่มา: NACD: National Association of Corporate Director, 2017)

การรายงานและการประเมินผลเป็นกระบวนการสำคัญที่คณะกรรมการใช้เพื่อติดตามการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนองค์กร อันประกอบด้วย

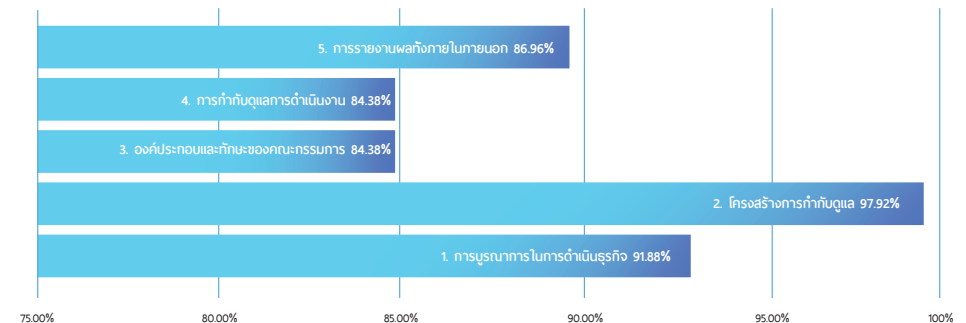
1. เพื่อติดตามและวัดผลการดำเนินงานตามการกำหนดตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน ในมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และ มิติการกำกับดูแลกิจการ (ESG)
2. การเปิดเผยข้อมูล (Disclosure)

ระดับคะแนน

- คะแนน 0 – 30: คณะกรรมการยังไม่ได้พิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนในกระบวนการตัดสินใจในระดับที่เหมาะสม และคณะกรรมการควรเพิ่มการพิจารณาประเด็นด้านความยั่งยืนในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร
- คะแนน 31 – 55: คณะกรรมการมีการกำกับดูแลองค์กรโดยคำนึงถึงประเด็นด้านความยั่งยืนในระดับกลาง และยังสามารถขยายการดำเนินงานเพิ่มเติมได้ในกระบวนการต่าง ๆ ขององค์กร
- คะแนน 55 ขึ้นไป: คณะกรรมการได้บูรณาการการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในการกำกับดูแลการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและเป้าหมายหลักขององค์กรในระดับที่เหมาะสม

ผลการประเมินประเมินระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ ประจำปี 2564 ดังนี้

ผลการประเมินระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ ประจำปี 2564	คะแนนโดยรวมเฉลี่ย	89.58%
หัวข้อที่ใช้ในการประเมิน	คะแนนเฉลี่ย	
การบูรณาการในการดำเนินงานธุรกิจ (Integration with the Business)	91.88%	
โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ (Governance Structure)	97.92%	
องค์ประกอบและทักษะของคณะกรรมการ (Board Composition and Skill Sets)	84.38%	
การกำกับดูแลการดำเนินงาน (Performance Oversight)	84.38%	
การรายงานผลทั้งภายในและภายนอกองค์กร (Internal and External Reporting)	89.06%	



ผลการประเมินระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ ประจำปี 2564 จากการประเมินโดยคณะกรรมการบริษัท มีคะแนนโดยรวมเฉลี่ย 89.58% เมื่อประเมินระดับคะแนนตามแบบประเมินระดับการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ (แหล่งที่มา: NACD: National Association of Corporate Director, 2017) แล้วนั้น จัดอยู่ในระดับคะแนน 55 ขึ้นไป คือ คณะกรรมการได้บูรณาการการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในการกำกับดูแลการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและเป้าหมายหลักขององค์กรในระดับที่เหมาะสม

9. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท ฟิลเตอร์ วิชั่น จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อเปิดเผยนโยบายกลยุทธ์ และข้อมูลด้านการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทและบริษัทย่อยต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยให้ครอบคลุมผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึง 31 ธันวาคม 2564

แนวทางการจัดทำรายงาน

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2564 ตามแนวทางการจัดทำรายงานความยั่งยืนของ Global Reporting Initiative (GRI) โดยพิจารณาตามหลักสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ การพิจารณาบริบทแห่งความยั่งยืน (Sustainability Context) การประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Materiality) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการจัดทำรายงาน (Stakeholder Inclusiveness) และการประเมินระดับการดำเนินงานด้านธุรกิจอย่างยั่งยืนของคณะกรรมการ (Assessment of the Board's Sustainable Business Operations Level)

ขอบเขตการรายงาน

การจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ บริษัทได้นำเสนอการดำเนินงานด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืนองค์กรที่บริษัทและบริษัทย่อยได้เริ่มดำเนินโครงการ นับแต่ปี 2561-2563 และนำเสนอแผนการดำเนินงานตามแผนงาน Strategic Human Resource Management (SHRM) โดยในปี 2564 ได้เริ่มดำเนินโครงการ เรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human capital development) เพื่อมุ่งเน้นในประเด็นสำคัญ ส่งเสริม และสนับสนุนการให้เกิดกิจกรรมด้านการพัฒนาคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ในทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม โดยบริษัทมีความเชื่อมั่นว่า ทรัพยากรมนุษย์ เป็นทรัพยากรอันมีค่าและเป็นสิ่งสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานและร่วมขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดไปพร้อมกัน 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

GRI Index

GRI standard	Disclosure	Page number (s) And/or URL (s)
General Disclosures		
1. ORGANIZATIONAL PROFILE		
102-1	Name of the organization	4-6
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	11-14
102-8	Information on employees and other workers	14
102-9	Supply chain	22-28
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	10-11
102-11	Precautionary Principle or approach	-
102-12	External initiatives	41-42
102-13	Membership of association	-
2. STRATEGY		
102-14	Statement from senior decision-maker	2-3
102-15	Key impacts, risk, and opportunities	18-21

GRI standard	Disclosure	Page number (s) And/or URL (s)
3. ETHICS AND INTEGRITY		
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	5-6
4. STRATEGY		
102-18	Governance structure	11-16
102-19	Delegating authority	13
102-20	Executive-level responsibility for economic, and social topics	16
102-22	Composition of the highest governance body and its committees	12
102-24	Nomination and selecting the highest governance body	12
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	54-55
102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	47-53
102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	47-55
102-33	Communicating critical concerns	33-36
5. STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
102-40	List of stakeholder groups	22-28
102-41	Collective bargaining agreements	-

GRI standard	Disclosure	Page number (s) And/or URL (s)
102-42	Identifying and selecting stakeholders	22-28
102-43	Approach to stakeholder engagement	25
102-44	Key topics and concerns raised	26-28
6. REPORTING PRACTICE		
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	13-14
102-46	Defining report content and topic boundaries	56
102-47	List of material topics	33
102-48	Restatements of information	11
102-49	Changes in reporting	43-47
102-50	Reporting period	56
102-51	Date of most recent report	56
102-52	Reporting cycle	56
102-53	Contact point for question regarding the report	56
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI standards	56
102-55	GRI content index	57
102-56	External assurance	-
GRI 200 : ECONOMIC		
201	ECONOMIC PERFORMANCE	
201-1	Direct economic value generated and distributed	13-14
204	PROCUREMENT PRACTICE	

GRI standard	Disclosure	Page number (s) And/or URL (s)
GRI 103-2	The management approach and its components	41-42
GRI 300 : ENVIRONMENTAL		
301	MATERIALS	
GRI 103-2	The management approach and its components	48-51
304	ENERGY	
GRI 103-2	The management approach and its components	52-53
GRI 400 : SOCIAL		
404	TRAINING AND EDUCATION	
GRI 103-2	The management approach and its components	51
401-1	Average hours of training per year per employees	-
406	NON-DISCRIMINATION	
GRI 103-2	The management approach and its components	49-50
412	HUMAN RIGHTS ASSESSMENT	
GRI 103-2	The management approach and its components	49-50
413	LOCAL COMMUNITIES	
413-1	Operations with local community engagement, impact assessment and development programs	-
416	CUSTOMER HEALTH AND SAFETY	
GRI 103-2	The management approach and its components	41-42



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