

Plan·B
media

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

Plan B Media Public Company



รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2565

สารบัญ

สารจากประธานกรรมการ	3
วิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์	5
กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ	6
การประกอบธุรกิจและการดำเนินงาน	8
โครงสร้างองค์กร	21
รางวัลและการรับรอง	22
กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)	25
เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	34
นโยบายความยั่งยืน	35
ห่วงโซ่คุณค่าของแพลนบี	36
การสร้างความผูกพันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	39
การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	44
ผลการประเมินและขอบเขตประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	46
ประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตผลกระทบ	47
กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน	51
โครงสร้างคณะกรรมการความยั่งยืน	52
มิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ (Governance)	
การกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ	54
จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	58
การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	59
การจัดการและบริหารความเสี่ยง	62
ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	66
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	68
จรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง	73
ความมั่นคงปลอดภัยของระบบข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	74
ความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า	77

มิติสังคม (Social)

อาชีพอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	81
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี	83
การบริหารจัดการพนักงานที่มีศักยภาพสูง	85
การฝึกอบรมพนักงาน	86
การจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง	88
ความหลากหลายในที่ทำงาน	89
การสร้างความผูกพันของพนักงาน	89
คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า	90
การดูแลพนักงาน	91
การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน	92
นวัตกรรมเพื่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า	96
การพัฒนาสังคมและชุมชน	98
การสนับสนุนพื้นที่สื่อโฆษณาผ่านสื่อแพลนบี	99

มิติสิ่งแวดล้อม (Environment)

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	102
การบริหารจัดการด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	104
การประเมินความเสี่ยงเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้ง 4 ด้าน	108
การจัดการน้ำ	108
การจัดการของเสีย	109
ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	111
GRI CONTENT INDEX	116
แบบสำรวจความเห็นต่อรายงานความยั่งยืน	120

สารจากประธานกรรมการ

(GRI 2-22)

แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (แพลนบี) ยึดมั่นในพันธกิจภายใต้แนวคิดในการ “สร้างคุณค่าด้านความยั่งยืนในระยะยาวให้ผู้มีส่วนได้เสีย” โดยได้นำแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนรูปแบบของคร่อมมาใช้ให้เกิดคุณค่าอย่างแท้จริง แพลนบีดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนความยั่งยืนอย่างเป็นระบบในทุกกระบวนการตั้งแต่การลงทุน การพัฒนาโครงการ การก่อสร้าง การบริหารจัดการ ไปจนถึงการส่งต่อคุณค่าให้แก่ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยทำการติดตามตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาการดำเนินงาน โดยนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดระบบนิเวศ (Ecosystem) ของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ครบวงจร เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างคุณค่าองค์รวมให้แก่ชุมชน ลูกค้า คู่ค้า รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยแพลนบียึดหลักในการดำเนินงานตามนโยบายการบริหารความยั่งยืนอันประกอบด้วย 8 หัวข้อหลัก ที่ครอบคลุมใน 3 มิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแกนหลักในทุกกระบวนการตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า อีกทั้ง เรายังมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ระยะยาว 5 ปี ที่มีการกำหนดตัวชี้วัดและมีการติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ โดยมีคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ และคณะทำงานด้านความยั่งยืนเป็นส่วนสำคัญในการกำกับและสนับสนุนการดำเนินแผนการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมในการขับเคลื่อนแผนงาน รวมถึงกิจกรรมด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้บรรลุตามเป้าหมายตามนโยบายและแผนความยั่งยืน เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจสีเขียวขนานออกที่อยู่อาศัยของประเทศ และสร้างคุณค่าองค์รวมอย่างแท้จริงให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

แพลนบีให้ความสำคัญกับความยั่งยืนตลอดกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อสร้างผลลัพธ์เชิงบวกต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม แพลนบียึดมั่นในแนวทางการกำกับดูแลการดำเนินงานภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจที่ดี เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย นอกจากนี้ แพลนบียังมุ่งส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้าพร้อมทั้งนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

แพลนบีให้ความสำคัญกับบทบาทของพนักงานมากยิ่งขึ้น เนื่องจากพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดของเรา รวมถึงการสนับสนุนความหลากหลายความเสมอภาค และการไม่เลือกปฏิบัติทั่วทั้งองค์กรอย่างต่อเนื่อง แพลนบีเคารพสิทธิมนุษยชนจึงได้ดำเนินการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน รวมถึงการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในปี 2565 และในส่วนของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม แพลนบี มุ่งมั่นลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการลดยะจากการดำเนินธุรกิจทั้งองค์กร



จากความรับผิดชอบและความมุ่งมั่นของบริษัทต่อการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนนั้น ส่งผลให้บริษัทได้รับการยอมรับ และการรับรองจากหน่วยงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรารู้สึกภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของ Thailand Sustainability Investment (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืนโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ตั้งแต่ปี 2564-2565

ภารกิจของแพลนบีไม่เพียงแต่สนับสนุนความยั่งยืนขององค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมรอบตัว เราขอขอบคุณผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ทั้งพนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และชุมชน ที่ให้ความไว้วางใจและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี แพลนบีเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและการเติบโตในอนาคตของทุกภาคส่วนไปด้วยกัน

พลตำรวจเอก สมชาย วาณิชเสณี
ประธานกรรมการ

วิสัยทัศน์

ยกระดับการสื่อสารของแบรนด์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
เพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคทั่วภูมิภาคอาเซียน

วัตถุประสงค์

ให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยโดยนำเสนอช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและมีนวัตกรรมเพื่อ
สร้างความรู้สึกร่วมและประสบการณ์ที่เหนือกว่าให้กับผู้ที่ได้พบเห็นสื่อ



CHANEL
FINE JEWELLERY

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ



Active

ผู้บริหารและคนในองค์กรเข้าใจในความคาดหวังและสิ่งที่ลูกค้าต้องการพร้อมมอบบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า และมุ่งมั่นเพื่อเป็นองค์กรที่เป็นเลิศในการให้บริการสื่อโฆษณา

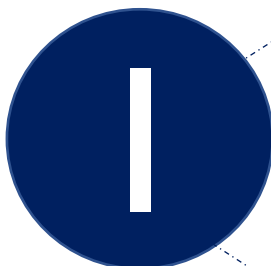
Growth

ผู้บริหารและคนในองค์กรสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงหลักธรรมาภิบาล และการดำเนินงานที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้



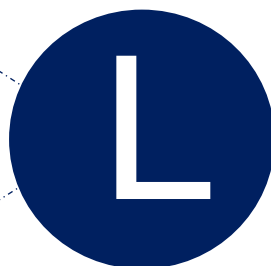
Innovation

ส่งเสริมการคิดนอกกรอบ โดยมีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในทุกมิติของการทำงาน การคำนึงถึงผลกระทบของผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นสังคมชุมชนโดยรอบ ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ผู้บริโภค



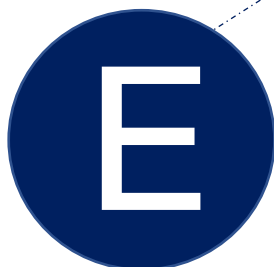
Leadership

มีความเป็นผู้นำ ทำงานอย่างทุ่มเทเพื่อสร้างผลงานที่มีคุณภาพและการเติบโตที่ยั่งยืนของบริษัท



Expert

พัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญ โดยผู้บริหารและคนในองค์กรพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาความสามารถอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งร่วมกันคิดแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจขององค์กร และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน



- ดำเนินธุรกิจโดยมีเป้าหมายสูงสุดในการสร้างประโยชน์ร่วมกันตลอดห่วงโซ่คุณค่า
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้ายกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในสังคมด้วยนวัตกรรม



- มุ่งดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
- การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและรักษาสมดุลระบบนิเวศอย่างยั่งยืน
- สร้างโอกาสให้กับคนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมเพื่อพัฒนาศักยภาพและดูแลสังคมให้มีคุณภาพ

การประกอบธุรกิจและการดำเนินงาน

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้บริการสื่อโฆษณาภายนอกที่อยู่อาศัยซึ่งมีแพลตฟอร์มที่หลากหลายด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งมีสื่อครอบคลุมทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด นอกจากนี้ ยังให้บริการการดูแลรักษาสื่อโฆษณาด้วยมาตรฐานสากลที่จะตอบโจทย์แบรนด์สินค้าและบริการให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพสูงสุด

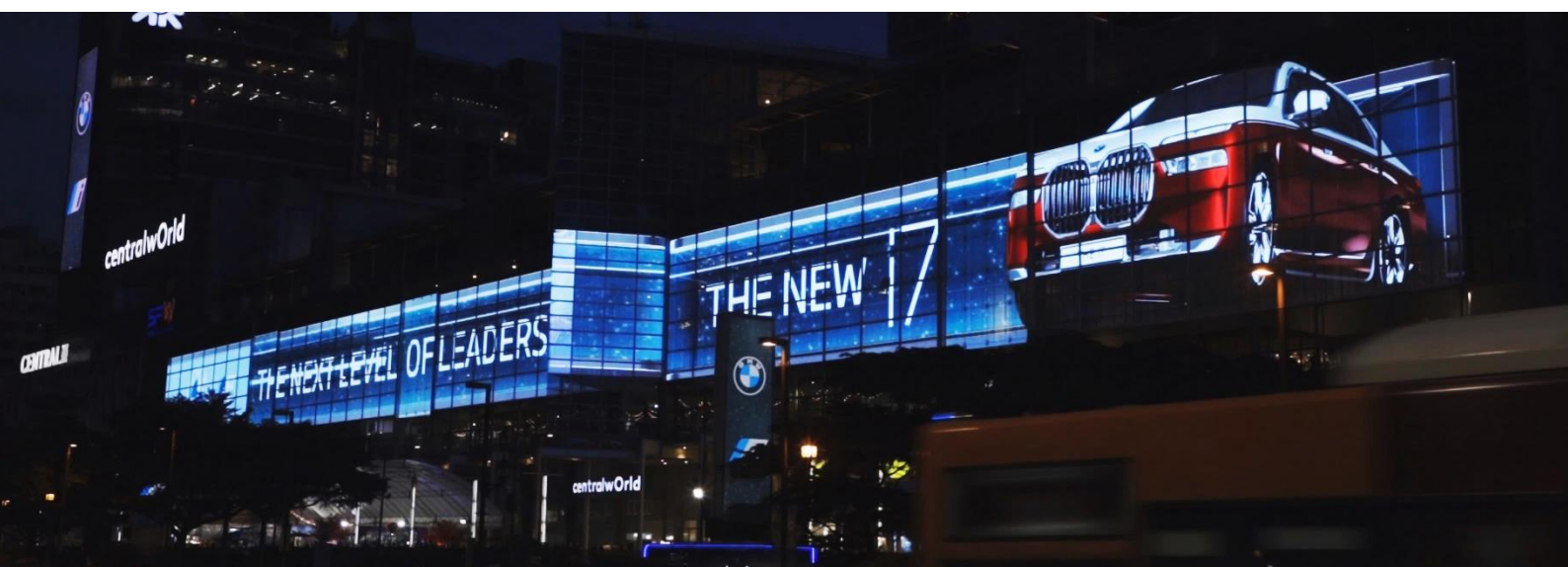
บริษัทเดินหน้าพัฒนาคอนเทนต์ให้ครอบคลุมทุกด้านเพื่อตอบสนองความต้องการของแบรนด์และสินค้าได้อย่างรอบด้านพร้อมทั้งให้คำปรึกษาด้านการวางแผนการตลาด การคิดค้นคอนเทนต์ที่น่าสนใจในการนำเสนอได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัยของบริษัทแบ่งออกเป็น 5 ประเภทหลักดังนี้

1. สื่อโฆษณาระบบขนส่งมวลชน
2. สื่อโฆษณาประเภทภาพนิ่ง
3. สื่อโฆษณาประเภทจอดิจิทัล
4. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ
5. สื่อโฆษณา ณ สนามบิน

นอกจากการเพิ่มช่องทางสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัยแล้วบริษัทยังมีความมุ่งมั่นในการเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจด้วยการพัฒนาธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมและคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ ได้แก่ กลุ่มสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง และกลุ่มอาร์ตส เมเนจเม้นท์ โดยกลุ่มสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง สามารถแบ่งออกได้ทั้งหมด 5 ประเภท คือ

1. กีฬาฟุตบอล
2. กีฬามวย
3. การบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการถ่ายทอดสดมหกรรมกีฬาระดับโลก
4. อีสปอร์ต และเกมออนไลน์
5. กีฬาวิ่ง



ธุรกิจอาร์ทิส เมเนจเม้นท์ บริษัทได้พัฒนาคอนเทนต์ด้านดนตรีจากวงเกิร์ลกรุ๊ป BNK48 และลงทุนผลิตรายการ The Voice Thailand โดยการโปรโมทคอนเทนต์ต่างๆ ผ่านสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์สินค้าและบริการกับกลุ่มลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถสร้างความผูกพันระหว่างกลุ่มเป้าหมายและศิลปินให้ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจสื่อโฆษณาดิจิทัล มีแนวโน้มในการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนเป็นอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนใช้สมาร์ตโฟนเป็นเครื่องมือหลักในการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน เช่น การท่องโลกอินเทอร์เน็ต การเข้าออนไลน์แบงก์กิ้ง (Online Banking) การส่งข้อมูลและเอกสารผ่านอีเมลล์ผ่านสมาร์ตโฟน สื่อโฆษณาดิจิทัลจึงเป็นทางเลือกอีกช่องทางหนึ่งในการเลือกใช้รูปแบบสื่อ เนื่องจากช่องทางการโฆษณาสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วและฉับไว พร้อมทั้งสามารถเข้าถึงผู้คนในทุกระดับอายุ เพศ และตำแหน่งที่ตั้งอย่างครอบคลุม ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นเหตุผลที่ผู้คนเลือกใช้สื่อโฆษณาดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการใช้งานที่สามารถวัดผลได้และตอบโต้กับแบรนด์สินค้าและบริการได้อย่างตรงจุด

ธุรกิจสื่อโฆษณากายนอที่อยู่อาศัย

1. สื่อโฆษณาบนระบบขนส่งมวลชน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 สื่อโฆษณากายนอและภายในรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

ด้วยศักยภาพความเป็นผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญกว่า 17 ปี ในการให้บริการพื้นที่สื่อโฆษณากายนอและภายในรถโดยสารประจำทาง ซึ่งเป็นสื่อแรกเริ่มในการดำเนินธุรกิจของบริษัทและเป็นสื่อที่ทำให้บริษัทเป็นที่จดจำ ปัจจุบันบริษัทมีสื่อโฆษณากายนอและภายในรถโดยสารประจำทางจำนวนกว่า 2,500 คัน ซึ่งได้รับสัมปทานจากองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในการบริหารจัดการพื้นที่สื่อโฆษณาในรถโดยสารประจำทางของบริษัทเอกชน ทำให้บริษัทมีพื้นที่สื่อโฆษณาครอบคลุมสายรถโดยสารประจำทางกว่า 109 เส้นทาง ที่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้สื่อที่ติดตั้งในรถโดยสารประจำทางมี 2 ประเภทหลัก คือ

1.1.1 สื่อโฆษณากายนอรถประจำทาง

เปรียบเสมือนป้ายโฆษณาบิลบอร์ดเคลื่อนที่ สามารถสร้างการรับรู้ ดึงดูดสายตา และการจดจำแบรนด์สินค้า ด้วยรูปแบบการทำงานของสื่อที่วิ่งเข้าหาผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถจดจำแบรนด์สินค้าผ่านสื่อโฆษณาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้รูปแบบของสื่อยังสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ทั้งในลักษณะ Full Wrap และ Half Wrap ที่สร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์สินค้าได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังมีเทคนิครูปแบบพิเศษ Mock-up 2 มิติ (2D) และ 3 มิติ (3D) ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ของสื่อโฆษณา และในปี 2560 บริษัทได้นำนวัตกรรมรูปแบบใหม่พร้อมเทคนิคพิเศษ LED Lighting Technique เพื่อดึงดูดสายตาผู้บริโภคพร้อมสร้างลูกเล่นที่น่าสนใจให้กับภาพโฆษณา นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์สินค้าและบริการให้เกิดการจดจำมากยิ่งขึ้น



1.1.2 สื่อโฆษณาภายในรถโดยสารประจำทาง

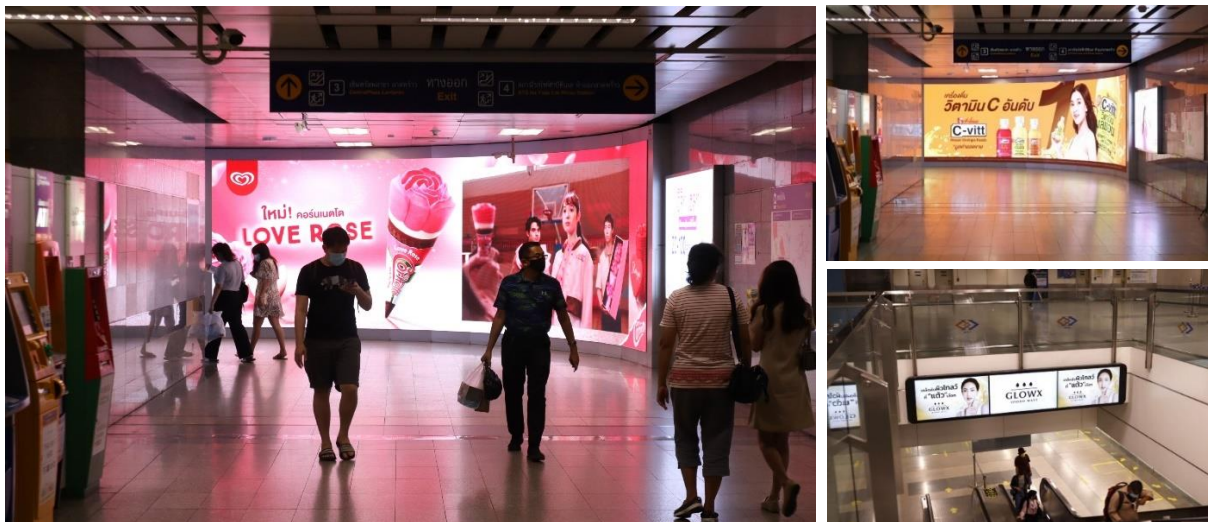
เป็นสื่อโฆษณาที่มีความใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการตลอดระยะเวลาของการเดินทาง นอกจากนี้ การกระจายตัวในการติดตั้งและตำแหน่งของสื่อทั้งภายในและภายนอกรถโดยสาร เช่น การติดตั้งบริเวณหลังเบาะผู้โดยสาร การติดตั้งบริเวณทางขึ้น-ทางลง การติดตั้งบริเวณเพดานเหนือที่นั่งผู้โดยสาร และการติดตั้งจอ LCD ทำให้สามารถดึงดูดสายตาและสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม



1.2 สื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้ามหานคร

บริษัทขยายสื่อโฆษณาในระบบรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเติบโตของจำนวนผู้โดยสาร โดยบริษัทเห็นแนวโน้มการเติบโตในสื่อดังกล่าวจากแผนการขยายเส้นทางของระบบรถไฟฟ้ามหานคร

ในปี 2564 มีสถานีที่เปิดให้บริการเพิ่มขึ้นอีก 10 สถานี ซึ่งให้บริการโครงข่ายเชื่อมโยงระหว่างกรุงเทพมหานครชั้นใน กรุงเทพมหานครชั้นนอก และปริมณฑล โดยสื่อของบริษัทประกอบไปด้วยจอแสดงข้อมูลแก่ผู้โดยสารทั้งภายในและนอกขบวนรถ (Passenger Information Display - PIDs) และสื่อดิจิทัลภายในสถานี (Digital @MRT)



2. สื่อโฆษณาประเภทภาพนิ่ง

สื่อโฆษณาภาพนิ่งของบริษัทมีความหลากหลายในด้านขนาดของป้าย ตำแหน่งที่ตั้งที่มีความโดดเด่นและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นเพื่อให้สามารถดึงดูดสายตาจากผู้บริโภค สร้างการจดจำ การรับรู้แบรนด์สินค้าและบริการได้อย่างตรงจุดสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมในบริเวณพื้นที่สำคัญต่างๆ ทั้งในย่านธุรกิจ และแหล่งชุมชน เช่น บนทางเท้า บนถนนสายหลัก บนทางด่วนพิเศษ และภายนอกอาคาร โดยเน้นบริเวณที่มีการจราจรและประชากรหนาแน่นเพื่อรองรับการมองเห็นที่เด่นชัดและบ่อยครั้ง ทั้งนี้ บริษัทได้ขยายสื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ไปยังจังหวัดสำคัญต่างๆ เพื่อรองรับจำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งการให้บริการสื่อป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ จำนวนทั้งหมด 2,864 ป้ายทั่วประเทศและสื่อป้ายบิลบอร์ดแบบเคลื่อนย้าย โดยเน้นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยเพื่อให้สามารถเข้าถึงพื้นที่สำคัญของไทยได้อย่างครอบคลุม



นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมมือกับสำนักการจราจรและขนส่งกรุงเทพมหานครในการพัฒนาและปรับปรุงศาลาที่พักผู้โดยสารรถประจำทาง (Smart bus shelter) รูปแบบเดิมให้มีความทันสมัยจำนวนกว่า 700 ศาลา โดยมีสื่อโฆษณาประเภทภาพนิ่งหน้าศาลาจำนวน 1,170 ป้าย เพื่อแก้ไขปัญหาการรอรถโดยสารประจำทางอย่างไม่มีจุดหมายที่แน่นอน มีระบบรักษาความปลอดภัยด้วยการติดตั้งระบบกล้อง CCTV ระบบชาร์จแบตเตอรี่มือถือ และ Free Wi-Fi ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับประชาชน ซึ่งแต่ละพื้นที่บริเวณศาลาที่พักจะประกอบไปด้วยป้ายสื่อโฆษณาที่มีตำแหน่งที่ตั้งโดดเด่นสามารถดึงดูดสายตาและสร้างการจดจำแบรนด์สินค้าและบริการจากกลุ่มเป้าหมายที่รอรับบริการจากรถโดยสารประจำทางได้อย่างตรงจุดและครอบคลุม



3. สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัล

สื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลเป็นสื่อที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดจากการนำเสนอที่โดดเด่นและการนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมาผสมผสานให้เกิดการแสดงผลได้หลากหลายรูปแบบ พร้อมด้วยระบบควบคุมการแสดงผลที่บริษัทคัดเลือกมาเป็นพิเศษ ทำให้เกิดความยืดหยุ่น รวดเร็ว และมีความปลอดภัยสูง ซึ่งแตกต่างไปจากการรับรู้สื่อโฆษณาทั่วไป นอกจากนี้ยังสามารถตอบสนองความต้องการตามแคมเปญที่เปลี่ยนแปลงและความต้องการในการพัฒนาแบรนด์สินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับช่วงเวลาที่ต้องการ และสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์สินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี

ประกอบกับการเลือกยุทธศาสตร์ในการติดตั้งสื่อโฆษณาในสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น ศูนย์กลางย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ (CBD) ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ บริเวณพื้นที่เศรษฐกิจหรือบริเวณที่มีการจราจรและประชากรหนาแน่น และขยายพื้นที่ให้ครอบคลุมไปยัง 58 จังหวัดทั่วประเทศ ทำให้เกิดเครือข่ายพื้นที่สื่อโฆษณาดิจิทัลครอบคลุมกว่า 19,001 จอ บริษัทไม่เพียงแต่สร้างสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลที่มีความทันสมัย แต่ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำสารสนเทศประโยชน์จากสื่อโฆษณาประเภทดิจิทัลด้วยการรายงานสภาพการจราจร (Intelligence traffic sign) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนเมืองและช่วยแก้ไขปัญหาการจราจรของคนกรุงเทพฯ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและการนำจุดเด่นของระบบ Accident report และกล้อง CCTV มาผสมผสานเพิ่มประสิทธิภาพในการรายงานสภาพการจราจรให้ดียิ่งขึ้น



นอกจากนี้บริษัทยังเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ที่สมจริงให้แก่ผู้ชม โดยการยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยด้วยการใช้เทคนิค 3 มิติ บนจอดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่สมจริงให้แก่ผู้ชม ทั้งนี้ บริษัทได้เปิดตัวโครงการต่อสู้อะหว่างมังกรจอมราชันย์และคิงคอง บนจอดิจิทัลขนาดใหญ่ 4 จอเรียงกัน ณ บริเวณลานพาร์คพารากอน เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2564 ซึ่งการเปิดตัวแคมเปญดังกล่าวได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าและถูกนำมาพูดถึงบนโลกออนไลน์ โดยโพสต์ถูก Retweet กว่า 60,000 ครั้ง นอกจากนี้ ในปี 2565 บริษัทยังได้ปรับปรุงจอดิจิทัลมากกว่า 80 จอทั่วประเทศไทยเพื่อให้ความคมชัด ลดแสงสะท้อน และลดทิวาหรือบนกระจก รวมถึงการแก้ปัญหาไฟส่องสว่างเป็นจุดเด่นในเวลากลางคืนให้กับป้ายนี้ประเภทกล่องไฟ

4. สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

4.1 สื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า

เครือข่ายสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าเป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อได้เป็นจำนวนมากและเป็นอีกหนึ่งสื่อโฆษณานักการตลาดนิยมใช้ในการกระตุ้นยอดขายและเน้นย้ำการจดจำ แบรนด์สินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังสามารถจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่าย บริษัทได้มุ่งมั่นพัฒนาสื่อโฆษณาไปยังห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ โดยมีการให้บริการสื่อแบบครบวงจรทั้งภายในและภายนอกอาคาร ตั้งแต่สื่อโฆษณาภาพนิ่งไป

จนถึงสื่อโฆษณาดิจิทัลที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคได้ ปัจจุบันบริษัทมีสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า เช่น ศูนย์การค้าเมกาบางนา สยามเซ็นเตอร์ สยามพารากอน เอ็มโพเรียม เอ็มควอเทียร์ และศูนย์การค้าในเครือเซ็นทรัลกรุ๊ป

ด้วยรูปแบบจอแสดงผลและเทคโนโลยีในการนำเสนอที่หลากหลาย และที่ตั้งพื้นที่สื่อโฆษณาที่สวยงามมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งภายในห้างและนอกห้าง ส่งผลให้สามารถสร้างการจดจำแบรนด์สินค้าและบริการได้ดี โดยสื่อโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้าของบริษัทครอบคลุมพื้นที่ใจกลางเมืองและบริเวณชานเมือง ส่งผลให้สื่อของบริษัทสามารถตอบโจทย์แบรนด์สินค้าและบริการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย



4.2 สื่อโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ

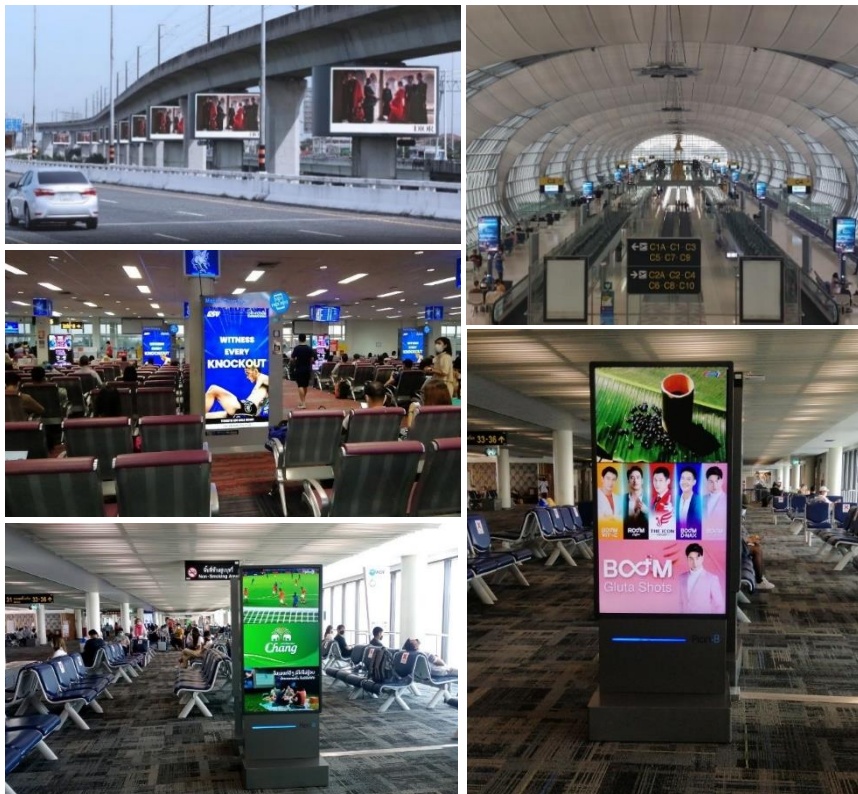
สื่อโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญของนักการตลาดที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดระหว่างร้านค้ากับลูกค้า ทั้งนี้ ยังสามารถสร้างความภักดีของผู้บริโภคต่อแบรนด์สินค้าได้ในระยะยาว กระตุ้นยอดขายและการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคหลังจากได้เห็นโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้บริษัทได้นำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมกับการพัฒนาการนำเสนอรูปแบบสื่อโฆษณาให้มีความทันสมัยเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแบรนด์ คอนเทนต์ รวมถึงโปรโมชั่นต่างๆ ของผู้บริโภค

โดยปัจจุบันบริษัทได้ให้บริการสื่อโฆษณาภายในซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven เป็นจำนวนกว่า 16,301 จอ ทั่วประเทศ โดยวางจุดติดตั้งบริเวณทางเข้าห้าง บริเวณชอว์โลเวย์ภายในซูเปอร์มาร์เก็ต บริเวณจุดเซ็นเซอร์ทางเข้า-ออกซูเปอร์มาร์เก็ต และบริเวณหน้าห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้ในปี 2565 บริษัทได้ขยายธุรกิจสื่อโฆษณาโดยการติดตั้งจอดิจิทัลในร้านสะดวกซื้อโดยเพิ่มพื้นที่สื่อโฆษณาภายใน 7-Eleven ครบจำนวน 2,000 สาขา ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพฯและต่างจังหวัด โดยติดตั้งจอบริเวณเหนือตู้เครื่องดื่ม บริเวณเหนือชั้นวางอาหารแช่แข็ง และบริเวณเหนือชั้นวางนมและของทานเล่น ซึ่งเป็นบริเวณที่สามารถสร้างโอกาสในการมองเห็นได้ง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม



5. สื่อโฆษณา ณ สนามบิน

บริษัทได้ขยายธุรกิจสื่อโฆษณาในสนามบินเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมในทุกการเดินทางเนื่องจากปัจจุบันราคาค่าโดยสารของสายการบินมีราคาถูกลงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาเลือกใช้บริการสายการบินแทนบริการรถโดยสารสาธารณะประเภทอื่นๆ ในปัจจุบันบริษัทให้บริการสื่อโฆษณา ณ สนามบินครอบคลุมทั่วประเทศจำนวนทั้งหมดกว่า 23 สนามบิน โดยมีป้ายโฆษณาจำนวน 739 ป้าย โดยติดตั้งสื่อบริเวณประตูทางเข้า-ออกสนามบิน ติดตั้งสื่อโฆษณาบนรถเหิน และติดตั้งสื่อโฆษณาบนสัมภาระเพื่อดึงดูดสายตาให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้มาใช้บริการสนามบินทุกกลุ่ม



ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วม (Engagement Marketing)

บริษัทมีความสนใจที่จะต่อยอดธุรกิจโดยใช้ประโยชน์จากความสามารถในการผลิตสื่อโฆษณาที่มากเพียงพอ (Over capacity) ในการเข้ามาบริหารจัดการต้นน้ำ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำงานใกล้ชิดกับแบรนด์สินค้าและเจ้าของสินค้ามากขึ้นผ่านการทำการตลาดด้วยกลยุทธ์ 4O: Online, On the air, Out of home และ On ground ทั้งนี้ ธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง และกลุ่มอาร์ทิส เมเนจเม้นท์

1. สปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง (Sports Marketing)

1.1 กีฬาฟุตบอล

อีกหนึ่งความภาคภูมิใจของบริษัทที่ได้รับความไว้วางใจจากสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ให้เป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการในการบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยและ บริษัท ไทยลีก จำกัด จากประสบการณ์ในการบริหารสื่อโฆษณาหลากหลายรูปแบบของบริษัทมาเป็นระยะเวลานาน รวมถึงฐานลูกค้าที่ครอบคลุมสินค้าและบริการทุกรูปแบบทำให้บริษัทสามารถเพิ่มรายได้และต่อยอดธุรกิจจากการเป็นตัวแทนในการบริหารสิทธิประโยชน์ของสมาคมกีฬาฟุตบอล ในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดหาผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาฟุตบอลทีมชาติ การแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ และกิจกรรมฟุตบอลอื่นๆ ประจำปี 2564-2571 เป็นเวลาทั้งหมด 8 ปี แต่เพียงผู้เดียว เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาฟุตบอลของชาติ โดยเสนอสื่อโฆษณาประเภทสปอร์ตมาร์เก็ตติ้งให้เหมาะสมกับแบรนด์สินค้าและบริการสามารถสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์สินค้าและบริการแก่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ ในวงกว้างได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ สิทธิประโยชน์ของสมาคมฟุตบอลที่บริษัทบริหารจัดการ มีทั้งสิ้น 4 ประเภท

- 1) สิทธิในการหารายได้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน และการจัดการกิจกรรมอื่นๆ ของสมาคมฟุตบอล และบริษัท ไทยลีก จำกัด
- 2) สิทธิในการนำคอนเท้นท์ซึ่งเป็นสิทธิของสมาคมฟุตบอล และบริษัท ไทยลีก จำกัด ไปจัดหารายได้ทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อไร้สาย และสื่อโทรคมนาคมต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 3) สิทธิในการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของสมาคมฟุตบอล และบริษัท ไทยลีก จำกัด

บริษัทไม่เพียงแต่ทำหน้าที่บริหารสิทธิประโยชน์ให้แก่สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย และบริษัท ไทยลีก จำกัด แต่ยังสามารถสร้างเครือข่ายสังคมจากหลากหลายช่องทางเพื่อโปรโมทกีฬาฟุตบอลของไทยให้ชาวไทยได้เป็นส่วนหนึ่งในการมีส่วนร่วมสนับสนุนกีฬาฟุตบอลของไทยให้ก้าวไปสู่ระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นช่องทางออนไลน์ ที่มีผู้ติดตามข่าวสารอัปเดต และกิจกรรมต่างๆ อย่างเหนียวแน่น การจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การออกบูธ เพื่อให้ผู้คนได้มีส่วนร่วมก่อนการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการโปรโมทคอนเท้นท์ที่มีคุณภาพผ่านสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าร้อยละ 80 ทั่วประเทศ



1.2 กีฬามวย

ในปี 2564 บริษัทได้จัดตั้งบริษัท โกลบิล สปอร์ต เวนเจอร์ส จำกัด (บริษัทย่อย) เพื่อลงทุนในธุรกิจอื่น (Holding Company) ที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวย โดยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านธุรกิจมวยและกิจกรรมด้านการตลาดที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะมุ่งเน้นด้านกีฬามวยไทยและมวยสากล ประกอบกับยกระดับความเป็นเอกลักษณ์ของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก เนื่องจากกีฬามวยถือเป็นหนึ่งในกีฬาที่ได้รับความนิยม และเป็น Soft power ของประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทเชื่อว่าธุรกิจมวยจะเป็นอีกธุรกิจที่ช่วยขับเคลื่อนและเพิ่มความสามารถในการต่อยอดการเติบโตของธุรกิจสปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง ในอนาคตต่อไป

ในปี 2564 บริษัทได้จัดงานผ่านอีเว้นท์สุดยิ่งใหญ่ของวงการมวยยุคใหม่ โดยเป็นการแข่งขันเพื่อฟื้นฟูวงการมวยไทยที่ได้รับจากผลกระทบการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งนี้ มีจำนวนนักมวยกว่า 600 คน และเทรนเนอร์ 660 คน จาก 77 จังหวัดทั่วประเทศ เข้าร่วมเจ็ดฉายคืนสู่สังเวียนมวยไทย นอกจากนี้ บริษัท โกลบิล สปอร์ต เวนเจอร์ส จำกัด ได้ทำการเข้าซื้อหุ้นในบริษัท เวทีมวยราชดำเนิน จำกัด ผู้ประกอบธุรกิจบริหารพื้นที่สนามมวยเวทีราชดำเนิน เพื่อร่วมกันกำหนดทิศทาง และบริหารเวทีราชดำเนิน ซึ่งเป็นสนามมวยมาตรฐานแห่งแรกของเมืองไทยและหนึ่งในสนามมวยอันเก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก โดยมีความมุ่งหมายเพื่อให้สนามมวยเวทีราชดำเนิน เป็นศูนย์กลางมวยไทยของโลก (Global Hub of Muay Thai) พร้อมผนึกกำลังโปรโมเตอร์ นำพาทกีฬามวยไทยไปสู่ระดับโลก เป็น Soft Power ของประเทศไทยอย่างแท้จริง



ในปี 2565 บริษัทได้มีการจัดการแข่งขันมวยที่ยิ่งใหญ่ระดับโลก คือ Rajadamnern World Series (RWS) ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของเวทีราชดำเนินกับการก้าวเข้าสู่ยุคสมัยใหม่แห่งวงการกีฬามวยไทยอย่างแท้จริง โดยบริษัทได้ทำการจัดทัวร์นาเมนต์ใหม่จากเวทีราชดำเนินที่จะค้นหาที่สุดของนักมวยไทยจากโปรโมเตอร์ชั้นนำถึงนักชกชายและหญิง เพื่อชิงเข็มขัดอันทรงเกียรติเส้นใหม่ของเวทีราชดำเนิน กับการชกในกฎและกติกาในรูปแบบใหม่ ทั้งการแข่งขันแบบ 3 ยก ยกละ 3 นาทีจากเดิม 5 ยก ยกละ 3 นาที, การปรับรูปแบบการให้คะแนนจากเดิม 10-10 เปลี่ยนเป็น 10-9 โดยใช้หลักเกณฑ์ว่าผู้ที่ออกอาวุธได้มีประสิทธิภาพกว่าจะเป็นผู้ชนะในแต่ละยก ซึ่งทุกยกจะมีการเปิดเผยคะแนนแบบทันทีเมื่อครบยกเพื่อความโปร่งใส และลดขนาดเวทีลงจาก 7x7 เมตร เป็น 6x6 เมตร เพื่อความกระชับและความตื่นเต้นที่มากขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวบริษัทเชื่อว่าจะสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลง และยกระดับกีฬามวยไทยสู่ระดับโลกได้ รวมไปถึงการปรับปรุงเวทีมวยราชดำเนินให้มีความทันสมัย และดึงดูดผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น

1.3 การบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการถ่ายทอดสดมหกรรมกีฬาระดับโลก

บริษัทได้ลงนามเป็นตัวแทนบริหารสิทธิทางการตลาดสำหรับการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก โตเกียว 2020 ซึ่งประกอบด้วย สิทธิในการถ่ายทอดสด สิทธิในการบริหารผู้สนับสนุน และสิทธิในการบริหารคอนเทนต์ ทั้งนี้ บริษัทมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างโอกาสการรับชมมหกรรมกีฬาสำคัญของมวลมนุษยชาติให้เข้าถึงพี่น้องชาวไทยอย่างทั่วถึง ซึ่งจะช่วยสร้างความสุขให้กับทุกๆ คนในการร่วมส่งกำลังใจให้นักกีฬาไทยไปสู่เหรียญทองโอลิมปิกด้วยกัน นอกจากนี้ บริษัทยังได้สิทธิทางการตลาดในการบริหารสิทธิต่างๆ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นสำหรับการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ฤดูหนาว และกีฬาเอเชียนเกมส์ 2022 ที่นครหางโจว ซึ่งจะจัดขึ้นในปี 2566 อีกด้วย



1.4 อีสปอร์ต และเกมออนไลน์

บริษัทได้พัฒนารุรกิจอีสปอร์ตและเกมออนไลน์เพื่อขยายธุรกิจการตลาดแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้สามารถตอบโจทย์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2565 บริษัทได้จัดการแข่งขันกีฬา “e-Football THAI LEAGUE 2022” ผนึกพันธมิตรฟุตบอลไทย ค้นหา “ผู้จัดการทีมอีสปอร์ต” หรือปูทาง Career Path สร้างโค้ชหน้าใหม่ให้สโมสรไทยลีกทั้ง 16 สโมสรไทยลีก นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกับสโมสรไทยลีก บริษัทไทยลีก และสมาคมกีฬาฟุตบอลฯ ในการวางแผนการจัดการนักกีฬาและรูปแบบการแข่งขัน ซึ่งจะทำหน้าที่รับผิดชอบตั้งแต่คัดเลือกนักกีฬาเข้าสู่สังกัดสโมสร รวมถึงพัฒนาแผนการสร้างทีม ดูแลการฝึกซ้อมทั้งก่อน ระหว่าง หลังการแข่งขัน และบริหารจัดการในส่วนของการรายได้สำหรับนักกีฬาในสังกัดสโมสรไทยลีกด้วย



1.5 กีฬาวิ่ง

ปัจจุบันงานวิ่งถือเป็นอีกงานกีฬาที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย มีผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาวิ่งทั้งคนไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก บริษัทจึงได้เข้าลงทุนกับ บริษัท เรซฮัพ เวิร์ค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจัดกิจกรรมกีฬา และงานอีเวนต์วิ่งมาราธอนในรูปแบบ Sport tourism theme จัดการแข่งขันตามเส้นทางที่มีทิวทัศน์สวยงามในแต่ละจังหวัด ซึ่งเป็นการจัดการแข่งขันที่ได้รับมาตรฐาน IAAF โดยใช้สื่อออกที่อยู่อาศัยของบริษัทในการโปรโมทการจัดกิจกรรมและการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดร่วมกับการสนับสนุนด้าน Sponsorship เพื่อเพิ่มมูลค่าและต่อยอดธุรกิจ Sports marketing



2. อาร์ทิส เมเนจเม้นท์ (Artist management)

บริษัทต่อยอดธุรกิจมิวสิคมาร์เก็ตติ้งสู่ Artist management โดยการนำคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ ไปโมกผ่านสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์สินค้าและบริการกับกลุ่มลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถสร้างความผูกพันระหว่างกลุ่มเป้าหมายและศิลปินให้ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้นผ่านวง BNK48, CGM48 และ VYRA จากการจัดกิจกรรมรวมถึงคอนเทนต์ต่างๆ เช่น คอนเสิร์ต อัลบั้มเพลง และภาพยนตร์ เป็นต้น รวมถึงการลงทุนผลิตรายการ The Voice Thailand โดยการโปรโมทคอนเทนต์ต่างๆ ผ่านสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์สินค้าและบริการกับกลุ่มลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถสร้างความผูกพันระหว่างกลุ่มเป้าหมายและศิลปินให้ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ช่องทางรายได้ของบริษัทจาก Artist management สามารถจำแนกออกมาได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

- 1) Merchandising & Events
- 2) Sponsorship & Endorsement
- 3) Contents & Multichannel

โดยบริษัทมองเห็นถึงศักยภาพของ Artist management ที่ไม่เพียงสร้างรายได้ให้แก่บริษัทแต่ยังช่วยเพิ่มอัตราการใช้สื่อโฆษณา (Utilization rate) ของบริษัทให้มีระดับสูงขึ้นจากการใช้สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทที่โดดเด่นด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีผ่านคอนเทนต์และเนื้อหาที่มีคุณภาพสามารถสร้างความผูกพันระหว่างกลุ่มเป้าหมายและศิลปินได้เป็นอย่างดี



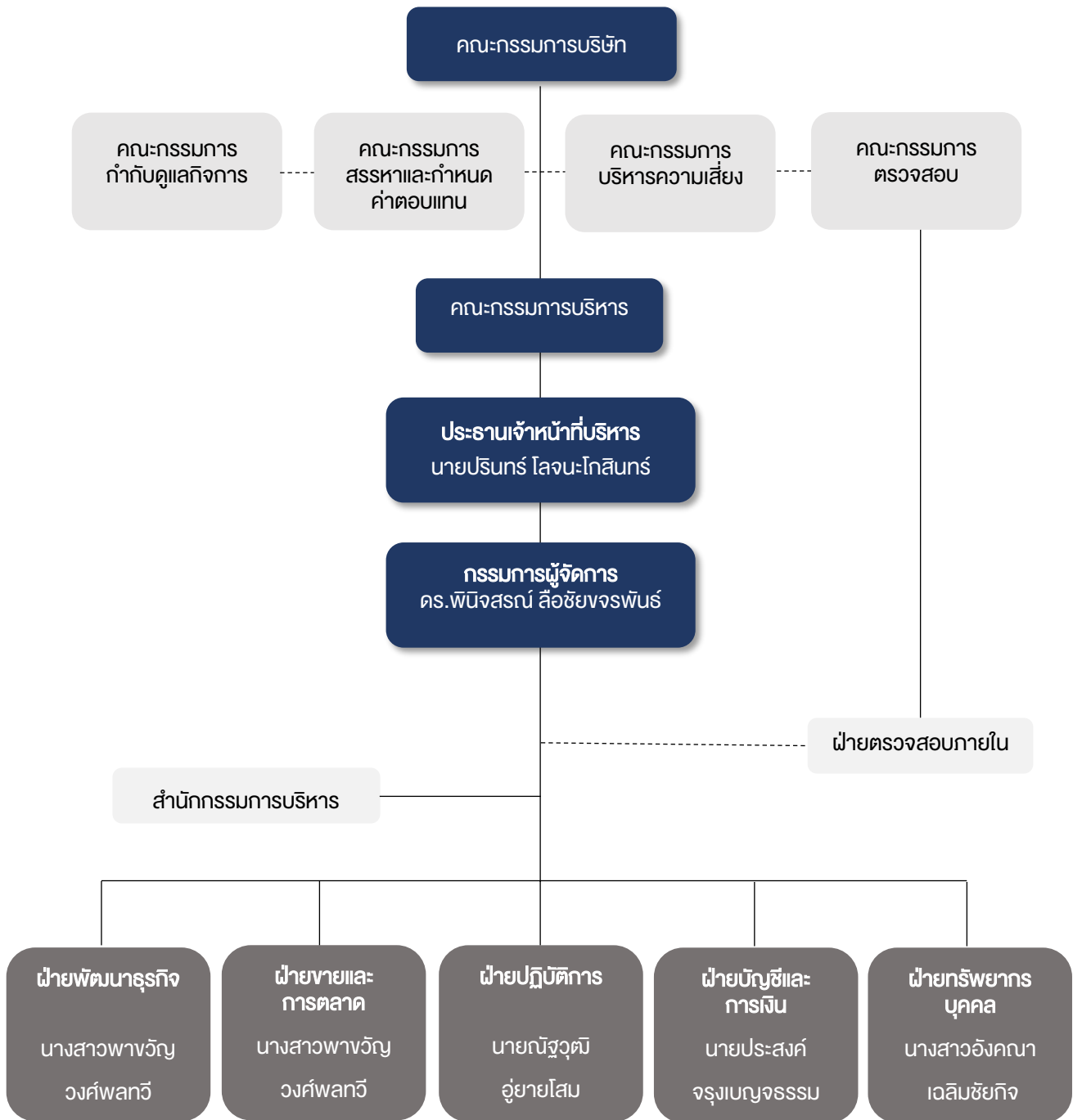
ธุรกิจสื่อโฆษณาออนไลน์

สื่อโฆษณาออนไลน์มีแนวโน้มในการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนเป็นอย่างมาก เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนใช้สมาร์ตโฟนเป็นเครื่องมือหลักในการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน เช่น การท่องโลกอินเทอร์เน็ต การเข้าออนไลน์แบงก์กิง (Online Banking) การส่งข้อมูลและเอกสารผ่านอีเมลล์ผ่านสมาร์ตโฟน สื่อโฆษณาออนไลน์จึงเป็นทางเลือกอีกช่องทางหนึ่งในการเลือกใช้รูปแบบสื่อ เนื่องจากช่องทางการโฆษณาสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วและฉับไว พร้อมทั้งสามารถเข้าถึงผู้คนในทุกระดับอายุ เพศ และตำแหน่งที่ตั้งอย่างครอบคลุม ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นเหตุผลที่ผู้คนเลือกใช้สื่อโฆษณาออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการใช้งานที่สามารถวัดผลได้และตอบโต้ทันทีแบบโต้ตอบและให้บริการได้อย่างตรงจุด

ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับการเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตส่งผลให้การรับรู้จากสื่อของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตาม ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการใช้สื่อออนไลน์ บริษัทจึงได้พัฒนาการให้บริการรถโดยสารประจำทางสาธารณะให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยร่วมมือกับบริษัท เวียร์ กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชัน “ViaBus” เพื่อนำทางและติดตามเวลาและตำแหน่งของรถโดยสารประจำทางแบบเรียลไทม์ได้อย่างแม่นยำเพื่อช่วยแก้ปัญหาและวางแผนการเดินทางให้กับผู้ใช้รถโดยสารประจำทางสาธารณะ

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดตั้งบริษัทร่วมกับ บริษัท เมนสแตนด์ครีเอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับสื่อทางด้านกีฬาทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการเผยแพร่คอนเทนต์เกี่ยวกับกีฬา นักกีฬา และเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาและการออกกำลังกาย เพื่อช่วยในการโปรโมทเนื้อหา ข่าวสาร และคอนเทนต์เกี่ยวกับธุรกิจกีฬาของ บริษัทต่อไปในอนาคต

โครงสร้างองค์กร



รางวัลและการรับรอง

Best Investor Relations Awards



บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้าน**นักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม (Best Investor Relations Awards)** จากงาน SET AWARDS เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ตั้งแต่ปี 2564-2565 ที่จัดขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและวารสารการเงินการธนาคาร



บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัล**การเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืน (Sustainability Disclosure Award)** ของสถาบันไทยพัฒน์ ในปี 2565



- บริษัทเป็นหนึ่งในสมาชิกของดัชนี MSCI
เข้าเป็นสมาชิกของดัชนี MSCI ประเภทดัชนี MSCI Small Cap โดย Morgan Stanley Capital International (MSCI) Index ตั้งแต่ 2558-2565



- บริษัทเข้าเป็นสมาชิกของดัชนี SET100 ตั้งแต่ 2558-2565



- บริษัทเป็นหนึ่งในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีผลการดำเนินงานแบบยั่งยืน
ได้รับคัดเลือกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เป็น 1 ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีผลการดำเนินงานแบบยั่งยืน หรือ “หุ้นยั่งยืน” ประจำปี 2564-2565 สะท้อนให้เห็นว่า แพลนบี มีความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีในมิติที่หลากหลายทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการรับผิดชอบต่อสังคม



- บริษัทได้รับรางวัล Excellent CG Scoring ปี 2565 ติดต่อกัน 6 ปี
ได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในระดับ “ดีเลิศ” จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการ
บริษัทไทยติดต่อกันเป็นระยะเวลา 6 ปี ตั้งแต่ปี 2560-2565



- บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC)
เป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ปี 2562-2565 โดยยึดหลักในการดำเนิน
ธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล จรรยาบรรณ และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และ
สิ่งแวดล้อม รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายตลอดห่วงโซ่อุปทาน



สมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย
THAI INVESTORS ASSOCIATION

- บริษัทได้คะแนนเต็มร้อยละในการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ติดต่อกัน 6 ปี
ได้รับคะแนน “เต็มร้อย” โครงการการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย
ปี 2560-2565

กิจกรรมเพื่อสังคม

2563

โครงการ “Thailand Together As One”

เป็นโครงการที่จัดทำขึ้น เพื่อส่งกำลังใจผ่านข้อความบนจอติดจอแอลพีอีกว่า 700 จอ ผ่าน 16 สื่อทั่วประเทศ เพื่อให้คนไทยร่วมแรงร่วมใจฝ่าวิกฤตไปด้วยกัน โดยมีเหล่า ดารา นักแสดง เหล่าคนมีชื่อเสียง ออกมาแสดงข้อความให้กำลังใจบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้เราสามารถผ่านเหตุการณ์ครั้งนี้ไปได้ด้วยกัน



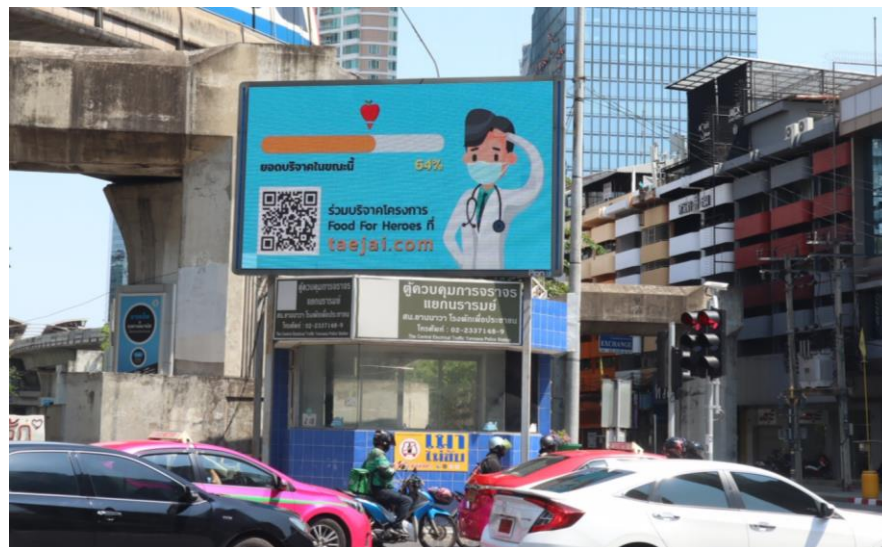
โครงการ “ถุงยิ้มได้”

บริษัท ร่วมกับพันธมิตร ส่งมอบถุงยิ้มได้ และอาสาสมัคร ในการส่งมอบสิ่งของที่จำเป็น ให้แก่ พี่น้องผู้ประสบภัยในชุมชนในที่ได้รับผลกระทบและความเดือดร้อน จำนวนทั้งหมด 30,000 ถุง ตามแหล่งชุมชนต่างๆ กว่า 83 ชุมชนตามบ้านเรือนและจุดต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด



โครงการ “Food for Heroes”

บริษัท มอบพื้นที่สื่อในการช่วยประชาสัมพันธ์โครงการ Food for Heroes หรือหนึ่งกล่องกำลังใจช่วยแพทย์พยาบาลไทยสู้ COVID-19 ในการจัดส่งอาหารที่มีคุณภาพไปยังบุคลากรโรงพยาบาล ที่ต่อสู้โควิดให้กับคนไทย



การเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นสาธารณประโยชน์

บริษัทมอบพื้นที่สื่อโฆษณาของบริษัท เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นสาธารณประโยชน์ ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ไม่ว่าจะเป็นการรายงานข่าวสารและสถานการณ์การติดเชื้อ เพื่อให้ความรู้เตรียมพร้อมกับสถานการณ์การแพร่กระจายของไวรัส รวมถึง การร่วมมือกับสภากาชาดไทยในการโพสต์เชิญชวนบริจาคโลหิต เนื่องจากวิกฤติโลหิตขาดสะสมอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงพอต่อการจ่ายเลือดให้ รพ. ทั่วประเทศ

โครงการ 63 บาท สู้ COVID-19 ปี 63

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) ร่วมกับสภากาชาดไทย โดยมอบพื้นที่สื่อโฆษณาของบริษัท เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นสาธารณประโยชน์ เชิญชวนร่วมบริจาค พลังน้ำใจ 63 บาท แปรเปลี่ยนความทุกข์ยาก ปี 2563 มอบชุดธารน้ำใจสู้ภัยโควิด และอาหารปรุงสุกจากครัวเคลื่อนที่ สภากาชาดไทยเพื่อช่วยเหลือ ป้องกัน เยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19



โครงการ “ AirAsia Fly to Dream Football Clinic 2020”

เป็นการฝึกสอนฟุตบอลเบื้องต้นให้กับเยาวชนที่ขาดโอกาสให้ได้เรียนรู้ทักษะกีฬาฟุตบอลจากโค้ชทีมชาติไทย ได้แก่ “อิสระ ศรีทะโร” (AFC Pro License) เป็นผู้ควบคุมการฝึกสอนและมอบลูกฟุตบอลและทุนการศึกษาพิเศษให้กับโรงเรียนบ้านจอนยุง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีเยาวชนเข้าร่วมโครงการอายุตั้งแต่ 12-16 ปี จำนวน 30 คน นอกจากนี้ได้มอบเงินทั้งหมดจากกิจกรรมการประมูลเสื้อ Match Worn ของ “สารัช อยู่เย็น” นักกีฬาฟุตบอลทีมชาติไทย สังกัดสโมสร บีจี ปทุม ยูไนเต็ด มอบให้แก่ “บ้านอุดรธานี” ซึ่งเป็นสถานสงเคราะห์อุปการะเลี้ยงดูรวมถึงคุ้มครองสวัสดิภาพเด็กชายและเด็กหญิงจังหวัดอุดรธานีอีกด้วย



บริษัทร่วมเป็นหนึ่งในช่องทางการประชาสัมพันธ์การรับบริจาคโลหิตให้ทางสภาการขาดไทย ทางสภาการขาดไทยได้เรียนเชิญบริษัทเข้าร่วมเป็นหนึ่งในในการจัดหาและส่งเสริมผู้ให้โลหิตแห่ง สภาการขาดไทย ซึ่งได้รับการรับรองจากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพ รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2563 เป็นต้น ไป หลังจากบริษัทได้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนคนไทยไปบริจาคเลือดที่ศูนย์บริการโลหิต แห่งชาติ สภาการขาดไทย ผ่านช่องทางสื่อโฆษณาออกที่อยู่อาศัยของบริษัทส่งผลให้ยอด บริจาคโลหิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ



2564

โครงการ สงน้ำใจ ดับไฟป่า

จากสถานการณ์ไฟป่าของประเทศไทยก่อให้เกิดความเสียหายแก่ป่าไม้ และสัตว์ป่า รวมทั้ง สุกภาพพลาณามียของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติหมอกควันอย่างต่อเนื่องและมี แนวโน้มรุนแรงมากขึ้น บริษัทจึงมอบพื้นที่สื่อโฆษณาของบริษัทให้แก่เว็บไซต์เทใจเพื่อเป็น ช่องทางหนึ่งในการช่วยประชาสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้คนในสังคมได้สนับสนุนอุปกรณ์การ ดับไฟเพื่อช่วยเหลือสัตว์ป่าให้กับผู้พิทักษ์ป่าทั่วประเทศ และให้กำลังใจเจ้าหน้าที่ผู้พิทักษ์ใน การปฏิบัติภารกิจรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อคนไทยและประเทศไทย ของเรา



โครงการ “ปันสุขผู้สูงวัย”

บริษัทมอบพื้นที่สื่อโฆษณาเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์การช่วยเหลือผู้สูงวัยในเชียงใหม่และลำปางจำนวนกว่า 500 คน ด้วยการสนับสนุนค่าอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสม เครื่องนุ่งห่มที่เหมาะสมกับสภาวะอากาศและยาสามัญประจำบ้านแก่สูงวัยยากไร้ที่ถูกต้องถึง



โครงการ “ฝากร้านผ่านจอ”

Plan B media แบ่งปันพื้นที่สื่อโฆษณาผ่านโครงการ “ฝากร้านผ่านจอ” เพื่อช่วยโปรโมทร้านค้า SMEs ประเภทร้านอาหาร เครื่องดื่มและเบเกอรี่ ที่ได้รับผลกระทบจากการประกาศปิดไม่ให้นั่งรับประทานอาหารภายในร้าน และอยู่ในพื้นที่ควบคุมสูงสุด (กรุงเทพมหานคร, นครปฐม, นนทบุรี, นราธิวาส, ปทุมธานี, ปัตตานี, ยะลา, สงขลา, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร) อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 บริษัทจะนำภาพร้านค้าขึ้นประชาสัมพันธ์บนจอดิจิทัลของแพลนบี 250 จอทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 12 กรกฎาคม - 12 สิงหาคม โดยไม่มีค่าใช้จ่าย



โครงการแบ่งปันข้าวสารและของว่างกว่า 30,000 ชุด

แพลน บี ร่วมมือกับพันธมิตร และอาสาสมัคร ขอเป็นพลังเล็กๆ ในการช่วยเหลือพี่น้องชาวไทย ในการร่วมแบ่งปันข้าวสาร และของว่างกว่า 30,000 ชุด แจกจ่ายไปยังชุมชนต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ พร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการส่งมอบกำลังใจ และขอร่วมต่อสู้ไปพร้อมกับพี่น้องชาวไทยทุกคนเพื่อผ่านช่วงเวลานี้ไปด้วยกัน



โครงการ “ร้านยิ้มได้..เราก็กินด้วย x ฝากร้านผ่านจอ”

แพลน บี ร่วมมือกับพันธมิตร อย่าง “เวิร์ดแก๊ส” ในแคมเปญ “ร้านยิ้มได้..เราก็กินด้วย x ฝากร้านผ่านจอ” ซึ่งแคมเปญนี้ไม่เพียงแต่ช่วยโปรโมทร้านค้าผ่านจอดิจิทัลเท่านั้นแต่ยังได้รับการสนับสนุนถึงแก๊สให้กับร้านค้าที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 จากเวิร์ดแก๊ส ฟรี โดยไม่มีค่าใช้จ่าย



การประชาสัมพันธ์การรับบริจาคโลหิตให้ทางสภาอากาศไทย

บริษัทร่วมเป็นหนึ่งในช่องทางการประชาสัมพันธ์การรับบริจาคโลหิตให้ทางสภาอากาศไทย โดยทางสภาอากาศไทยได้เรียนเชิญ บริษัทเข้าร่วมเป็นหนึ่งในการจัดหาและส่งเสริมผู้บริจาคโลหิตแห่งสภาอากาศไทย ซึ่งได้รับการรับรองจากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2563 เป็นต้นไป หลังจากบริษัทได้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนคนไทยไปบริจาคเลือดที่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภาอากาศไทย ผ่านช่องทางสื่อโซเชียลนอกที่อยู่อาศัยของบริษัทส่งผลให้ยอดบริจาคโลหิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ



Initiative Blue Day: โครงการปายต่อความสุข

นิชเอทีพี ประเทศไทย (Initiative Thailand) นำโดย ดร.สร เกียรติคุณารัตน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นิชเอทีพี และ บีพีเอ็น ประเทศไทย ทีมเพื่อนๆ พนักงาน และพาร์กเนอร์อย่าง Plan B Media, Pinnshop และ คุณท๊อป พิพัฒน์ อภิรักษ์นากกร ร่วมจัดกิจกรรม “Initiative Blue Day: โครงการปายต่อความสุข” เพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม ณ ชุมชนเฟื่องฟ้าพัฒนา ผ่านการประยุกต์ (upcycle) ปายโฆษณาที่ไม่ได้ใช้แล้วมาเพื่อบูรณะสถานที่อยู่อาศัยพร้อมมอบการเย็บกระเป๋าจากปายโฆษณาไว้นิลเพื่อสร้างรายได้ในชุมชน โดยกิจกรรมทั้งหมดมีเป้าหมายที่จะยกระดับสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นการนำองค์พร้อมความคิดสร้างสรรค์ไปมอบแก่ชุมชนเพื่อเสริมสร้างอาชีพให้แก่ผู้อยู่อาศัยในชุมชน และปัจจัยสำคัญที่สุดคือการสร้างรายได้ที่มั่นคงได้จากขยะปายโฆษณาที่ไม่ได้ใช้แล้วที่ตอบโจทย์ในด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมตามพันธกิจของบริษัทอีกด้วย



โครงการ “Rabbit Crossing ทางกระต่าย”

ด้วยปณิธานอันแน่วแน่ของกลุ่ม ‘Rabbit Crossing ทางกระต่าย’ กลุ่มรณรงค์การข้ามทางม้าลายให้ปลอดภัยที่เกิดขึ้นจากเพื่อนๆ ของ ‘หมอกระต่าย’ หรือ พญ.วรลาดีศ สุขวัตร จริยากุล ที่อยากปลูกจิตสำนึกและรณรงค์เกี่ยวกับการใช้ทางม้าลายให้ผู้ขับรถใช้ถนนทุกคน เข้าใจถึงความสำคัญของการหยุดรถให้คนข้าม และให้ประชาชนทุกคนเห็นว่าเรื่องนี้เป็นมาตรฐานที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด บริษัทร่วมเป็นแรงสนับสนุนโครงการดังกล่าว ด้วยการมอบพื้นที่สื่อโฆษณาบนจอดิจิทัลทั่วกรุงเทพฯ เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนได้ตระหนักถึงปัญหาอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นบนทางม้าลาย



แผน กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) จัดทำรายงานความยั่งยืนในปีนี้เป็นปีแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลการดำเนินงาน ภายใต้นโยบายและกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนายั่งยืนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มให้ได้รับทราบข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงธรรมาภิบาลขององค์กร ในช่วงเวลา 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2565

การจัดทำรายงานความยั่งยืนฉบับนี้เป็นไปตามแนวทางและมาตรฐาน GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) ในระดับตัวชี้วัด (Core Options) ซึ่งได้มีการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนทั้งหมด 8 ประเด็น โดยผลการดำเนินงานครอบคลุมถึงการประกอบธุรกิจของบริษัทในประเทศไทย รวมถึงบริษัทย่อยต่างๆ ที่แพลน บี มีเดียมีส่วนการถือหุ้นเกินร้อยละ 50 เป็นเวลานานเกิน 2 ปี และมีอำนาจในการควบคุมการดำเนินงาน

ทั้งนี้ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่เปิดเผยในรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการของบริษัท

แพลน บี มีความสำคัญต่อความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน อันจะเป็นการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หากท่านมีข้อแนะนำ ข้อคิดเห็น หรือข้อสงสัยใดๆ สามารถนำเสนอได้ที่



ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์และการบริหารอย่างยั่งยืน

บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (PLANB)
เลขที่ 1700 อาคารแพลน บี ทาวเวอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
โทร: +662 530 8053
อีเมล: irplanb@planbmedia.co.th

นโยบายความยั่งยืน

แพลนบี มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามกรอบการทำงานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล รวมถึงยึดมั่นที่จะสร้างสรรคคุณค่าในทุกมิติอย่างต่อเนื่องให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนของการทำธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า รวมไปถึงการดูแลคุณค่าองค์กรรวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ แพลนบี มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าขององค์กร เสริมสร้างการเติบโตของธุรกิจ และสร้างนวัตกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดในการสร้างความยั่งยืนขององค์กรเพื่อประโยชน์ในระยะยาวของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยแพลนบีให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ก่อให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจ และมีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีความมุ่งมั่นเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตตามกรอบแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs: Sustainable Development Goals) ขององค์การสหประชาชาติโดยบริษัทเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนนั้นไม่ใช่เพียงแค่เป็นการยืนหยัดธุรกิจอยู่ระยะยาว แต่เป็นการยืนหยัดด้วยการวางรากฐานที่แข็งแกร่ง และพร้อมที่จะเติบโตร่วมกันไปกับสังคมอย่างเกื้อกูลกัน รวมถึงอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างลงตัว หากบริษัทมีการดำเนินงานที่ติดบนรากฐานที่แข็งแกร่ง และคำนึงถึงประโยชน์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้ว บริษัทก็จะสามารถดำรงกิจการเพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่ดี รวมถึงสามารถสร้างคุณค่าและความยั่งยืนให้แก่สังคมโดยรวมได้ในที่สุด ทั้งนี้ บริษัทได้จัดให้มีการสื่อสาร กรอบแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้กับทุกๆ ภาคส่วนได้เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องดังกล่าว เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือแรงร่วมใจและร่วมมือกัน เพื่อผลักดันให้การดำเนินงานของกลุ่มบริษัทตั้งอยู่บนแนวทางการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนด้วยมาตรฐานระดับสากล

ในปี 2564-2565 บริษัทได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของกลุ่มหุ้นยั่งยืน (THSI: Thailand Sustainability Investment) 2 ปีติดต่อกัน ซึ่งเป็นโครงการประเมินและมอบรางวัลโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งพิจารณาการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นและตั้งใจอย่างแรงกล้าของบริษัทที่มุ่งพัฒนาและดำเนินการอย่างใส่ใจถึงความยั่งยืนมากกว่าเพียงแค่ผลประโยชน์ทางธุรกิจแต่เพียงอย่างเดียว

ห่วงโซ่คุณค่าของแพลนบี

บริษัทมีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลายครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำในห่วงโซ่ดังกล่าว บริษัทให้ความสำคัญตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการ ทั้งนี้ ห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจของบริษัทเริ่มตั้งแต่การจัดหาสถานที่ติดตั้งป้ายสื่อโฆษณาหรือการจัดหาสถานที่ในการจัดงานต่างๆ การจัดงานหรือการบริหารจอ ตามด้วยการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ต้องใช้ในการสื่อโฆษณาหรือที่เรียกว่า Content การตลาดและการขาย จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการกระจายสื่อไปตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วทั้งประเทศ ตามที่บริษัทมีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของหรือเช่าพื้นที่ และท้ายสุดคือการให้บริการแก่ลูกค้าที่ต้องการซื้อพื้นที่สื่อโฆษณาของบริษัท

ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่บริษัทต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดหาพื้นที่สื่อโฆษณา และการบริหารสื่อต่างๆ ให้มีคุณภาพสูงสุด แต่ขณะเดียวกันก็ยังมีความตั้งใจที่จะลดทอนความเสี่ยงจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่รายรอบอยู่ให้น้อยที่สุดอีกด้วย พร้อมกันนั้น บริษัทได้ตั้งเป้าหมายในการบริหารภาพลักษณ์ทางการตลาดของบริษัทให้เป็นที่จดจำของลูกค้า ซึ่งจะต้องอยู่ภายใต้การกำหนดราคาที่เหมาะสม ถูกต้อง เป็นธรรม สามารถแข่งขันในตลาดได้ และในขณะเดียวกันก็ยังคงสามารถเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของสื่อโฆษณาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผ่านการพัฒนามาตรวัดผลผู้ใช้สื่อและมีบริการหลังการขายเพื่อรักษาและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าด้วยเช่นกัน



นอกจากนี้ บริษัทยึดมั่นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม โดยเคารพหลักจริยธรรมทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยของผู้มีส่วนได้เสียทุกระดับ และคำนึงถึงผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) จากการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดนโยบายการปฏิบัติต่อคู่ค้าไว้ในคู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจริยธรรมทางธุรกิจของบริษัทอย่างชัดเจน เพื่อให้เป็นแนวทางปฏิบัติแก่บุคลากรทุกภาคส่วน รวมถึงได้จัดทำบรรณารักษ์สำหรับคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง (Supplier code of conduct) ที่มีเนื้อหาครอบคลุมทุกมิติประเด็น ESG เพื่อให้คู่ค้าได้นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจกับบริษัท ทั้งยังได้ประกาศใช้นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

อย่างเป็นทางการ ซึ่งได้วางกรอบการสนับสนุนให้คู่ค้าธุรกิจทุกรายปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน โดยผสานหลักการไว้ในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดซื้อจัดจ้าง อีกทั้งระบุแนวทางการตรวจสอบคู่ค้าทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้น และกำหนดมาตรการในการบรรเทาความเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิมนุษยชนในระบบการจัดซื้อจัดจ้างอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- **การคัดกรอง** คู่ค้าทุกรายของบริษัท ต้องลงนามในเอกสารยอมรับจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจที่อาจเกิดความเสี่ยงด้าน ESG อย่างไรก็ดี หากคู่ค้ามีกิจกรรมทางธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานตามหลัก ESG คู่ค้าของบริษัทจะต้องทำแบบประเมินตนเองที่สอบถามถึงข้อมูลการทำงานด้านคุณภาพสินค้าและบริการ ด้านการกำกับดูแลกิจการด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม เพื่อแยกประเภทความเสี่ยงและกำหนดควบคุมให้บริษัทบริหารอย่างเป็นทางการ เพื่อให้บริษัทใช้ประกอบการพิจารณาเลือกคู่ค้าได้อย่างถูกต้องเหมาะสมต่อไป
- **การติดตาม/ประเมิน** คู่ค้าทุกรายที่มีการดำเนินธุรกิจกับบริษัทอย่างต่อเนื่องมาระยะหนึ่ง จะได้รับการประเมินผลการดำเนินงาน โดยแบ่งเป็นการประเมินเพื่อประกันคุณภาพของสินค้าและบริการ และการประเมินด้านความยั่งยืน หรือ ESG เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจว่าคู่ค้ามีมาตรฐานในการดำเนินการอย่างยั่งยืน และผ่านเกณฑ์ในการคัดเลือกให้เป็นคู่ค้าของบริษัท อย่างแท้จริง

นอกจากห่วงโซ่คุณค่าที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับ

1. **การลงทุน:** จุดเริ่มต้นของความยั่งยืนของธุรกิจ เริ่มตั้งแต่กระบวนการสรรหาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการสร้างจอโฆษณา รวมถึงการสรรหาเงินทุนสำหรับการพัฒนาโครงการใหม่ๆ เพื่อต่อยอดการเป็นผู้นำสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยที่มีนวัตกรรม
2. **การพัฒนาโครงการ:** การร่วมมือกับพันธมิตรและคู่ค้าทางธุรกิจในการสร้างสรรค์สื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยเพื่อตอบโจทย์กับผู้บริโภค
3. **การก่อสร้าง:** เพิ่มประสิทธิภาพเชิงนิเวศในการดำเนินงานด้วยกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้หลอดไฟให้เป็นแบบ LED เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น
4. **การจัดการสินทรัพย์:** ยกระดับการบริการ และบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อส่งมอบสินค้าและบริการ รวมถึงประสบการณ์ที่ดีที่สุด ตลอดจนคุณค่าด้านความยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	การสร้างคุณค่า
การลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> พนักงาน หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ชุมชน สื่อมวลชน 	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับดูแลกิจการที่ดี ความเชื่อถือและความมั่นใจต่อบริษัทระยะยาว การพัฒนาศักยภาพพนักงาน
การพัฒนาโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> พนักงาน ลูกค้า ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและลูกค้า พัฒนาศักยภาพลูกค้า
การก่อสร้าง	<ul style="list-style-type: none"> พนักงาน ลูกค้า ลูกค้า ชุมชน ผู้เช่า หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าและบริการมีคุณภาพตามที่คาดหวัง ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่ดีขึ้น
การจัดการทรัพย์สิน	<ul style="list-style-type: none"> พนักงาน ลูกค้า ลูกค้า ชุมชน ผู้เช่า ผู้ถือหุ้นและนักลงทุน หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ สื่อมวลชน 	<ul style="list-style-type: none"> ความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่ม การกำกับกิจการที่ดี โครงการสร้างคุณค่าองค์กรที่จับต้องได้ คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

บริษัทมีความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนนั้น เป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีในอนาคต บริษัทจึงมุ่งเน้นความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนร่วมกันแบบบูรณาการ โดยจัดให้มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านความปลอดภัยกับลูกค้าใหม่ที่เกี่ยวข้องกับงานโครงการและงานติดตั้งสื่อโฆษณา หรือลูกค้าที่อาจมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นประจำ

การสร้างความปลอดภัยของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

(GRI 2-12, 2-29)

บริษัทคำนึงถึงบทบาทและให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มทั้งภายในและภายนอก โดยจะดูแลให้ได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสม เสมอภาค เป็นธรรม และสนับสนุนการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมอย่างครอบคลุม เพื่อนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์อันดี สร้างความเชื่อมั่น และสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ประเด็นที่ให้ความสนใจ	การดำเนินการและการตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสารและการสร้างความผูกพัน	การสร้างคุณค่า
ผู้ถือหุ้น/ ผู้ลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและความโปร่งใส ผลการดำเนินงานของธุรกิจและความสามารถในการแข่งขัน ทิศทางการเติบโตของธุรกิจและทิศทางในอนาคต การเปิดเผยข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจและนโยบายของบริษัทอย่างเคร่งครัด ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหนี้อย่างเคร่งครัด เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใสและอยู่ในความเหมาะสม รับฟังข้อแนะนำและเสียงสะท้อนจากผู้ถือหุ้นและนักลงทุน มอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบในการประสานงานกับผู้ถือหุ้นและนักลงทุน 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี การรายงานผลประกอบการรายไตรมาสและรายปี โดยเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของบริษัท และตลาดหลักทรัพย์ฯ ช่องทางการสื่อสารต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ เป็นต้น ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> การขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน ประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการกำกับกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพ ดำเนินกิจการที่มีผลประโยชน์ร่วมกันและยั่งยืน เปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ คำนึงถึงสิทธิของผู้ถือหุ้นและปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> ความก้าวหน้าในอาชีพ การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ 	<ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีการฝึกอบรมที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีโปรแกรมเพื่อรักษาพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> การสนทนา การประชุมทีม การประชุมพนักงานทุกระดับ โดยผู้บริหารระดับสูง 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสมเพื่อความก้าวหน้าในสายอาชีพ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ประเด็นที่ให้ความสนใจ	การดำเนินการและการตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสารและการสร้างความผูกพัน	การสร้างคุณค่า
	<ul style="list-style-type: none"> เงินตอบแทนสิทธิประโยชน์และผลประโยชน์อื่นๆ อาชีพอนามัยและความปลอดภัย ความโปร่งใสการเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน และการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> ที่ดีและมีความสามารถ จัดการให้พนักงานได้รับเงินตอบแทนและสิทธิประโยชน์ที่เป็นธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานไทย ปฏิบัติกับพนักงานด้วยความเคารพตามหลักสิทธิมนุษยชน จัดให้มีช่องทางสำหรับพนักงานเพื่อส่งข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียน กำหนดค่านิยมองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> ของสายงานและ/หรือของบริษัท อินทราเน็ต การสำรวจความผูกพันของพนักงาน เว็บไซต์บริษัท ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เสถียรภาพและความก้าวหน้าในอาชีพ การประเมินความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน กลไกการรับข้อร้องเรียน
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม การปกป้องสิ่งแวดล้อม ตำแหน่งที่ตั้งป้ายชื่อโฆษณา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม ความปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว การอนุรักษ์ทรัพยากร 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด เสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการในราคาที่เหมาะสม มอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียนจากลูกค้า จัดหาวัตถุดิบจากแหล่งที่ยั่งยืน ริเริ่มวิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ศูนย์รับข้อร้องเรียน การสำรวจความพึงพอใจประจำปี การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ร่วมกัน เป็นต้น การรับเรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> ความน่าเชื่อถือของสื่อหรือผลิตภัณฑ์ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ในราคาที่เป็นธรรมและเหมาะสม ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า พัฒนาคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์และ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ประเด็นที่ให้ความสนใจ	การดำเนินการและการตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสารและการสร้างความผูกพัน	การสร้างคุณค่า
		<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจและนโยบายของบริษัทอย่างเคร่งครัด 		<p>บริการอย่างต่อเนื่อง</p>
<p>ลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ความโปร่งใส และความเท่าเทียม ทิศทางของธุรกิจในอนาคต และการเติบโตของธุรกิจ การเสริมสร้างศักยภาพของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดให้มีจรรยาบรรณลูกค้าเพื่อกำหนดมาตรฐาน พัฒนาโครงการลูกค้าที่เป็นพันธมิตรกับบริษัท มอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสื่อสารกับลูกค้าในเรื่องต่างๆ และประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยตรง ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมตามที่ระบุไว้ในจรรยาบรรณทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนามาตรฐานวัดผลของผู้ใช้สื่อร่วมกับลูกค้า การพัฒนาคุณภาพของสื่อร่วมกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ กระบวนการคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของลูกค้า การประชุมร่วมกับลูกค้า รายงานประจำปี เว็บไซต์บริษัท ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม จัดซื้อจัดจ้างอย่างโปร่งใสเป็นธรรม และตรวจสอบได้ ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญา ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและลูกค้า ความเชื่อถือและความสัมพันธ์กับบริษัทในระยะยาว สินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกลุ่มอื่น
<p>ชุมชน</p>	<ul style="list-style-type: none"> ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชน เช่น รายได้ การจ้างงาน การศึกษา และสุขภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจเพื่อป้องกันผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด สื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> การลงพื้นที่ กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม การสำรวจความพึงพอใจของชุมชน รายงานประจำปี เว็บไซต์บริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> ลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและชุมชน โครงการสร้างคุณค่าที่จับต้องได้

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ประเด็นที่ให้ความสนใจ	การดำเนินการและการตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสารและการสร้างความผูกพัน	การสร้างคุณค่า
	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและข้อบังคับ ปกป้องสิทธิมนุษยชน 	<ul style="list-style-type: none"> อย่างถูกต้องและทันก่วงที่ ริเริ่มโครงการรักษาสิ่งแวดล้อม ริเริ่มโครงการเพื่อเสริมสร้างด้านสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
ผู้เช่า	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม การปกป้องสิ่งแวดล้อม ตำแหน่งที่ตั้งป้ายสื่อโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างความสัมพันธ์กับผู้เช่า การประเมินความพึงพอใจประจำปี รายงานประจำปี เว็บไซต์บริษัท ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> ความน่าเชื่อถือและความมั่นใจต่อบริษัทในระยะยาว ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและผู้เช่า
หน่วยงานกำกับดูแลและภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล ความร่วมมือกับภาครัฐเพื่อบังคับใช้นโยบายและเป็นแบบอย่างของกลุ่มธุรกิจ ปกป้องสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจและเคารพกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใส ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ และบริษัท ริเริ่มโครงการระยะยาวเพื่อลดผลกระทบและปรับปรุงคุณภาพด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> การเปิดเผยข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจ การใช้พื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ การร่วมมือและสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้อง ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ความโปร่งใสในการประมูล / สัมปทาน การเป็นตัวอย่างในการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ ความน่าเชื่อถือของสื่อ โปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการกำกับกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ประเด็นที่ให้ความสนใจ	การดำเนินการและการตอบสนอง	ช่องทางการสื่อสารและการสร้างความผูกพัน	การสร้างคุณค่า
สมาคมอุตสาหกรรม	<ul style="list-style-type: none"> จริยธรรมทางธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล ความร่วมมือกับสมาคมอุตสาหกรรมเพื่อเป็นแบบอย่างของกลุ่มธุรกิจ ปกป้องสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจและเคารพกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เปิดเผยข้อมูลด้วยความโปร่งใส ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ และบริษัท ริเริ่มโครงการระยะยาวเพื่อลดผลกระทบ และปรับปรุงคุณภาพด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> การมีส่วนร่วมกับสมาคมอุตสาหกรรมที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกัน รายงานประจำปี เว็บไซต์บริษัท ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> การกำกับกิจการที่ดี ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและสมาคมอุตสาหกรรม
สื่อมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> ความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูล ทิศทางของธุรกิจ ความปลอดภัยของข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> มอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนเสนอความคิดเห็น 	<ul style="list-style-type: none"> รูปแบบและช่องทางการสื่อสาร การสนับสนุนและสร้างความผูกพันในกิจกรรมสื่อมวลชน ข่าวแจกและการให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อ รายงานประจำปี เว็บไซต์บริษัท ช่องทางการร้องเรียน Whistleblowing 	<ul style="list-style-type: none"> ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและสื่อมวลชน ข้อมูลอันเป็นประโยชน์และเป็นปัจจุบันบนพื้นฐานของข้อเท็จจริง

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

(GRI 3-1, 3-2)

ประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทและการดำเนินงานของบริษัทนั้นครอบคลุมหลายประเด็น ทั้งนี้รายงานความยั่งยืนฉบับนี้รายงานเฉพาะประเด็นความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อบริษัท



การระบุประเด็นสำคัญ

บริษัทรวบรวมประเด็นด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย ปัจจุบันที่ใช้ประกอบการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กรอบการรายงานความยั่งยืนสากล (Global Reporting Initiative: GRI) แนวโน้มของโลก (Global Trend) ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) และประเด็นสำคัญอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง



การจัดลำดับความสำคัญ

บริษัทคัดกรองประเด็นที่ถูกรวบรวมข้างต้นผ่านกระบวนการจากที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญทางด้าน การรายงานความยั่งยืน และจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็นด้วยการสำรวจความคิดเห็นและความคาดหวังของ ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนการทบทวนประเด็นสำคัญอื่นจากอุตสาหกรรมเดียวกันหรือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง



การตรวจสอบความถูกต้อง

บริษัทนำเสนอผลการจัดลำดับความสำคัญต่อคณะกรรมการบริหาร เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของผลการ จัดลำดับความสำคัญภายใต้การคำนึงถึงการประเมินและการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียควบคู่ไปกับผลกระทบทาง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความสอดคล้องต่อบริษัทและกลยุทธ์ของบริษัท อีกทั้งบริษัท รับฟังความคิดเห็น ของพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้มั่นใจถึงความถูกต้องของผลการจัดลำดับประเด็น สำคัญด้านความยั่งยืน



การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ รายงานการ พัฒนาที่ยั่งยืนฉบับนี้รายงานการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีการเชื่อมโยงกับประเด็นสำคัญ



การทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

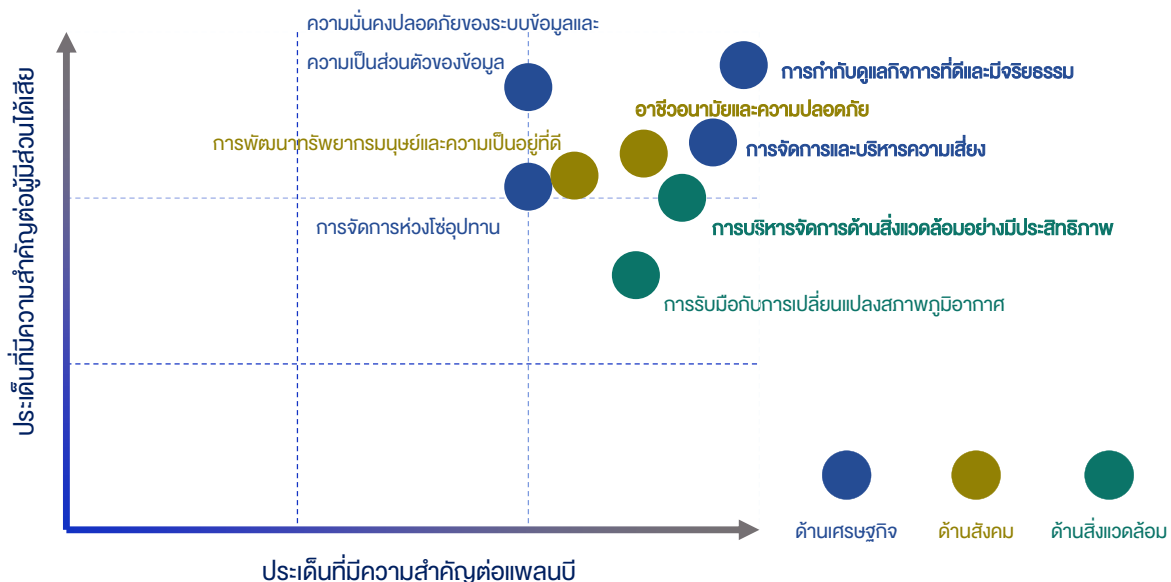
บริษัทติดตาม ทบทวน และเปิดเผยการจัดลำดับความสำคัญประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน พร้อมทั้งข้อมูลใน รายงานความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

ผลการประเมินและขอบเขตประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

จากการประเมินสาระสำคัญที่อธิบายไว้ในหัวข้อก่อนหน้านี้ ทำให้ทราบ “ผลการประเมินและขอบเขตประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน” ที่แสดงให้เห็นถึงระดับความสำคัญของประเด็นสาระสำคัญของบริษัท ซึ่งพิจารณาจากความสำคัญต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและความสำคัญต่อบริษัทแล้วนำแต่ละประเด็นมาจัดลำดับความสำคัญ

ในการขับเคลื่อนความยั่งยืนขององค์กร บริษัทยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีจริยธรรม การจัดการและบริหารความเสี่ยง อาชีวอนามัยและความปลอดภัย และการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ มาเป็นหัวใจในการดำเนินการด้านความยั่งยืนในระยะยาว ขณะเดียวกันประเด็นสาระสำคัญอื่นๆ ก็จะถูกนำมาพิจารณาเพื่อส่งเสริมความสามารถของบริษัท และส่งเสริมการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด









ผลการประเมินที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของแพลนบี ปี 2565-2567



ประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตผลกระทบ

แพลนบีมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าขององค์กร เสริมสร้างความเติบโตของธุรกิจ และสร้างนวัตกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดในการสร้างความยั่งยืนขององค์กรเพื่อประโยชน์ในระยะยาวของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยแพลนบีให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม การบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี ก่อให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจ และมีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ สามารถพิจารณาเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว 5 ปี และเป้าหมายปี 2566 ได้ดังนี้

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2565-2569)	เป้าหมายปี 2566	SDGs	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง	
มิติเศรษฐกิจ	การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนของบริษัทเข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนของบริษัทเข้าร่วมการอบรมจริยธรรมทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100 ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” 	 	GRI 2-9 GRI 2-10 GRI 2-11 GRI 2-12 GRI 2-13 GRI 2-17 GRI 2-25 GRI 3-3 GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3
	การจัดการและบริหารความเสี่ยง	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการความเสี่ยงดำเนินการตามกรอบ COSMO-ERM2017 	<ul style="list-style-type: none"> ฝึกอบรมพนักงานด้านการบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กร เพื่อสร้างวัฒนธรรมที่ดีขององค์กร 		GRI 2-12 GRI 2-25 GRI 2-26 GRI 207-2 GRI 403-2
	การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> คู่ค้าร้อยละ 100 ลงนามรับทราบจริยธรรมคู่ค้าที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> คู่ค้าร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 	 	GRI 414-1 GRI 414-2
	ความมั่นคงปลอดภัยของระบบข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีข้อเรียกร้องจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ ไม่มีข้อมูลของลูก้ารั่วไหล 	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีข้อเรียกร้องจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ ไม่มีข้อมูลของลูก้ารั่วไหล 	 	GRI 3-3 GRI 418-1

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2565-2569)	เป้าหมายปี 2566	SDGs	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง
เบตสิงคัม	<p>อาชีวอนามัยและความปลอดภัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานส่วนปฏิบัติการของบริษัท และคู่ค้าในอัตราร้อยละ 100 ได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานความปลอดภัย - ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำนโยบายมาตรการ และการฝึกฝนด้านความปลอดภัยแก่พนักงานส่วนปฏิบัติการ - ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน 		<p>GRI 403-1 GRI 403-2 GRI 403-3 GRI 403-6 GRI 403-7 GRI 403-8</p>
	<p>การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี</p> <ul style="list-style-type: none"> - อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 - ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 - ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน 	   	<p>GRI 401-1 GRI 401-2 GRI 403-3 GRI 404-1 GRI 404-2</p>
เบตสิงแวงล้อม	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดนโยบายในการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายองค์กรในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ลงให้ได้ร้อยละ 20 ภายในปี 2574 เทียบกับฐานปี 2564 - บริหารจัดการทรัพยากรเพื่อการผลิตสื่อโฆษณาให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการนำโวนิลเหลือใช้หรือหมดสัญญาของลูกค้านำกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงสติ๊กเกอร์ที่ใช้ในสื่อโฆษณานบนรถประจำ 	<ul style="list-style-type: none"> - บริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่อการใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ส่วนกลาง และระบบปรับอากาศ โดยบริษัทตั้งเป้าหมายลดการใช้พลังงานร้อยละ 5 ในปี 2565 เทียบกับปี 2564 ผ่านมาตรการต่างๆ เพื่อลดการใช้และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานให้ดียิ่งขึ้น - การเปลี่ยนระบบแสงสว่างของป้ายโฆษณาจากหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอด LED ทั้งหมดร้อยละ 100 	  	<p>GRI 301-1 GRI 301-2 GRI 302-1 GRI 302-5</p>

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2565-2569)	เป้าหมายปี 2566	SDGs	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง
	<p>ทางปรับอากาศมา ปรับปรุงและออกแบบ ให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี</p>	<p>ภายในปี 2565 เพื่อ ประหยัดพลังงานและ ลดการปล่อยก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ได้ ถึง 44 kg/หลอด/ปี หรือลดได้ถึง ร้อยละ 78</p> <ul style="list-style-type: none"> - การลดการใช้น้ำล้าง รถโดยสารประจำทาง โดยปรับเปลี่ยนวิธีการ ล้างแบบใหม่ อาทิ การ เปลี่ยนหัวท้อก เปลี่ยน วิธีล้างจากด้านบนลง ล่าง และมีการ ตรวจเช็คความพร้อม ของอุปกรณ์ตรวจไม่ ปล่อยน้ำไหลทิ้งอย่าง สม่ำเสมอ 		
การจัดการน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> - บริหารจัดการลด ปริมาณการใช้น้ำ ร้อยละ 10 ในปี 2574 เทียบกับฐานปี 2564 เพื่อความยั่งยืนในด้าน สิ่งแวดล้อมและลด ความเสี่ยงเรื่อง ปริมาณน้ำที่ไม่ เพียงพอต่อความ ต้องการของภาคส่วน ต่างๆ ในระยะยาว 	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดเป้าหมายใน การลดการใช้น้ำจาก Operation ร้อยละ 5-10 ภายในปี 2565 เทียบกับปีฐาน 2564 		<p>GRI 303-1 GRI 303-2</p>

ประเด็นด้านความยั่งยืน	เป้าหมายระยะยาวด้านความยั่งยืน 5 ปี (2565-2569)	เป้าหมายปี 2566	SDGs	กรอบ GRI ที่เกี่ยวข้อง
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	- มุ่งมั่นในการควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยและให้ความร่วมมือในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามความตกลงปารีส (Paris Agreement) บริษัทจึงตั้งเป้าหมายที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ร้อยละ 5-10 ภายในปี 2574 เทียบกับฐานปี 2564	- กำหนดเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 5-10 ภายในปี 2565 เทียบกับปีฐาน 2564 ผ่านการปรับปรุงหน้าจอของป้ายสื่อโฆษณาของบริษัท รวมไปถึงการเปลี่ยนคอมพิวเตอร์และหลอดไฟให้เป็นแบบ LED	   	GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-4 GRI 305-5

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

แพลนบี มีความภูมิใจที่จะนำเสนอผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในปี 2565 ซึ่งเป็นผลของความพยายามอย่างต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท แพลนบี เป็นที่ยอมรับในฐานะผู้ให้บริการสื่อโฆษณาพร้อมนวัตกรรมอย่างครบวงจร รวมถึงในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนในระดับประเทศ โดยบริษัทได้รับคัดเลือกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เป็น 1 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีผลการดำเนินงานแบบยั่งยืน หรือ “หุ้นยั่งยืน” 2 ปี ติดต่อกัน ตั้งแต่ปี 2564-2565 สะท้อนให้เห็นว่าแพลนบีมีความมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีในมิติที่หลากหลายทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการรับผิดชอบต่อสังคม

แพลนบี มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับกรอบการทำงานในระดับประเทศและระดับสากล ตลอดจนยึดมั่นในการสร้างคุณค่าในทุกมิติ และการจัดลำดับความสำคัญในทุกการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าของเรา โดยมีความตั้งใจที่จะส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง โดยยึดแนวทางตามนโยบายความยั่งยืนและประเด็นที่มีสาระสำคัญ เพื่อให้บริษัทเข้าใจถึงความเสี่ยงและโอกาสของการดำเนินธุรกิจ

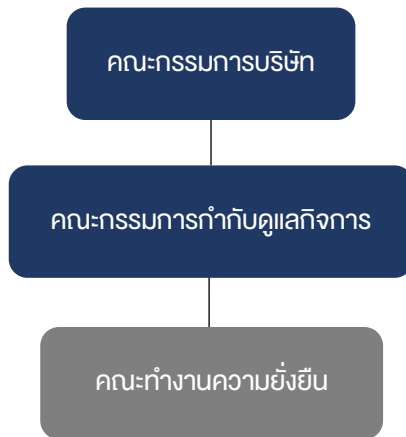
บริษัทได้พัฒนาแผนกลยุทธ์ 5 ปี เพื่อร่างกรอบการทำงานที่ชัดเจน 3 ประการ ที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนายั่งยืนของแพลนบี โดยบริษัทได้ผนวกกรอบการทำงานและเป้าหมายด้านการพัฒนายั่งยืนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัทให้ครอบคลุมความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ

1. การสนับสนุนและพัฒนาให้เกิดการสร้างคุณค่าทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อถือในสังคม และเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนโดยรอบพื้นที่ดำเนินงานของบริษัท
2. การดำเนินงานภายใต้พันธกิจการเป็นผู้นำสื่อโฆษณาพร้อมส่งมอบนวัตกรรมที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ
3. การขับเคลื่อนอย่างยั่งยืนและการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นระดับสากล โดยมีเป้าหมายให้บริษัทเป็นหนึ่งใน Dow Jones Sustainability Indices: DJSI)

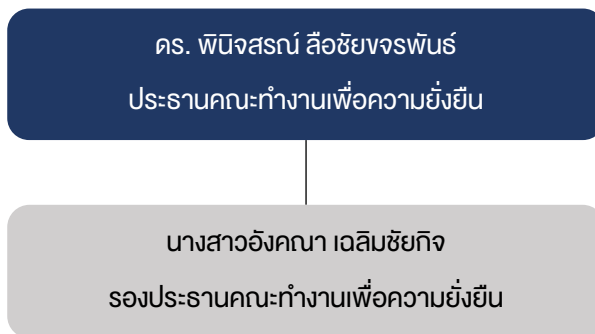
ในปี 2564 แพลนบี ได้จัดตั้งคณะผู้ทำงานด้านความยั่งยืนซึ่งรายงานตรงต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการโดยคณะทำงานด้านความยั่งยืนมีบทบาทและความรับผิดชอบในการคิดนโยบาย แนวปฏิบัติ และกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามกลยุทธ์และเป้าหมายด้านความยั่งยืน ให้ข้อเสนอแนะและการสนับสนุนเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานด้านความยั่งยืน รวมถึงสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท คณะผู้ทำงานด้านความยั่งยืนได้จัดให้มีการประชุมราย 6 เดือน เพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงาน สื่อสารให้กับสมาชิกได้รับทราบข้อมูลโดยทั่วกัน รวมทั้งรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนต่อคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ นอกจากนี้เพื่อให้บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างบูรณาการ คณะทำงานด้านความยั่งยืนและผู้เชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ จะประสานงานกับหน่วยธุรกิจและหน่วยปฏิบัติการต่างๆ เพื่อดำเนินงานภายใต้การสนับสนุนจากคณะผู้ดำเนินงานด้านความยั่งยืน

โครงสร้างคณะทำงานความยั่งยืน

คณะทำงานความยั่งยืนจัดตั้งขึ้นเพื่อดูแลการพัฒนาและการดำเนินการตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน โดยมีตัวแทนผู้บริหารจากหน่วยงานต่างๆ เข้ามาร่วมทำหน้าที่คณะทำงานเพื่อผลักดันการดำเนินงานด้านความยั่งยืนผ่านการกำหนดนโยบาย ทิศทางของกลยุทธ์ และกรอบการดำเนินงาน เพื่อส่งเสริมความตระหนักรู้ การสื่อสาร และผนวกการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้าไว้ภายในวัฒนธรรมขององค์กร



คณะทำงานเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Development Working Team) มีดังนี้



ตัวแทนฝ่าย Value Management	ตัวแทนฝ่าย Human Capital	ตัวแทนฝ่าย Human Capital
ตัวแทนฝ่าย Digital Media	ตัวแทนฝ่าย Static Media	ตัวแทนฝ่าย Purchasing
ตัวแทนฝ่าย Marketing	ตัวแทนฝ่าย Investor Relations และเลขานุการคณะทำงาน	ตัวแทนฝ่าย Corporate Secretarial, Legal และเลขานุการ คณะทำงาน

มิติเศรษฐกิจ
และการกำกับดูแลกิจการ
(Governance and Economic Dimension)

การกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ

(GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-17, 2-25, 3-3, 205-1, 205-2, 205-3)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนของบริษัทเข้าร่วมการอบรมจรรยาบรรณทางธุรกิจ ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนของบริษัทเข้าร่วมการอบรมจรรยาบรรณทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100 ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ” 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนของบริษัทเข้าร่วมการอบรมจรรยาบรรณทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100 ไม่มีคำเตือนหรือการตรวจสอบที่มีนัยสำคัญจากหน่วยงานกำกับดูแล ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ “ดีเลิศ”

การกำกับดูแลกิจการที่ดีรวมถึงการดำเนินงานอย่างสุจริตและโปร่งใสเป็นพื้นฐานสำคัญของการดำเนินกิจการและการเติบโตอย่างยั่งยืน เรายึดมั่นในแนวทางการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจที่ดี เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

การกำกับดูแลกิจการ

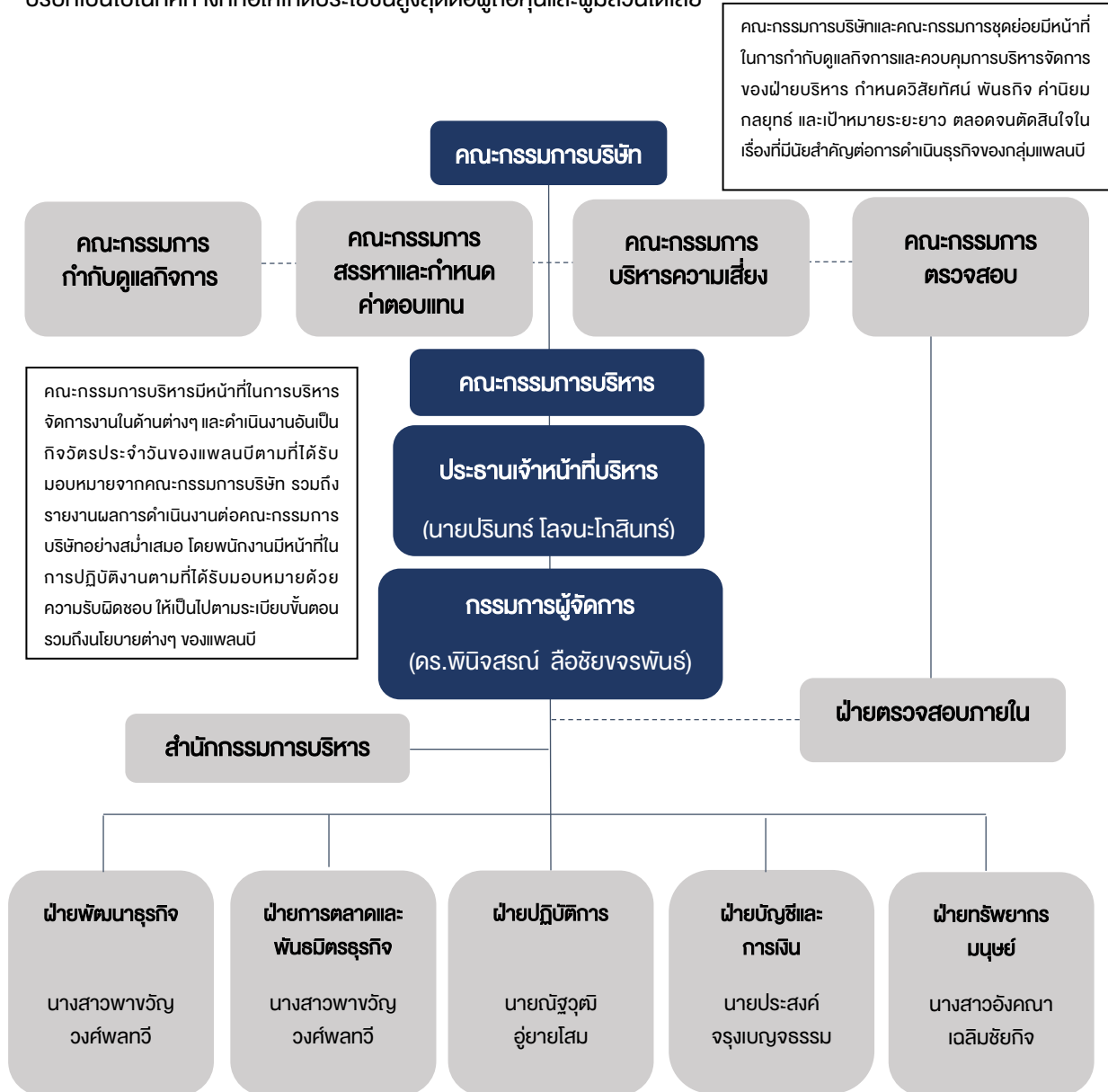
แพลนบียึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงได้กำหนดโครงสร้างการประกอบธุรกิจ ระบบบริหารจัดการ และระบบการกำกับดูแลกิจการที่สนับสนุนและสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) ข้อเสนอแนะของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทยและมาตรฐานสากลต่างๆ โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจ เพื่อกำหนดเป็นทิศทางในการทำงานให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้รับทราบและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทจะทบทวนคู่มือฉบับนี้เป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าการกำกับดูแลกิจการของแพลนบีนั้นสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาของสถานการณ์และการประกอบธุรกิจในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณทางธุรกิจ

โครงสร้างการกำกับดูแล

บริษัท ได้ออกแบบโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ให้เป็นไปตามกฎหมายวัตถุประสงค์ ข้อบังคับของบริษัทและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ะมัดระวังรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปในทิศทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

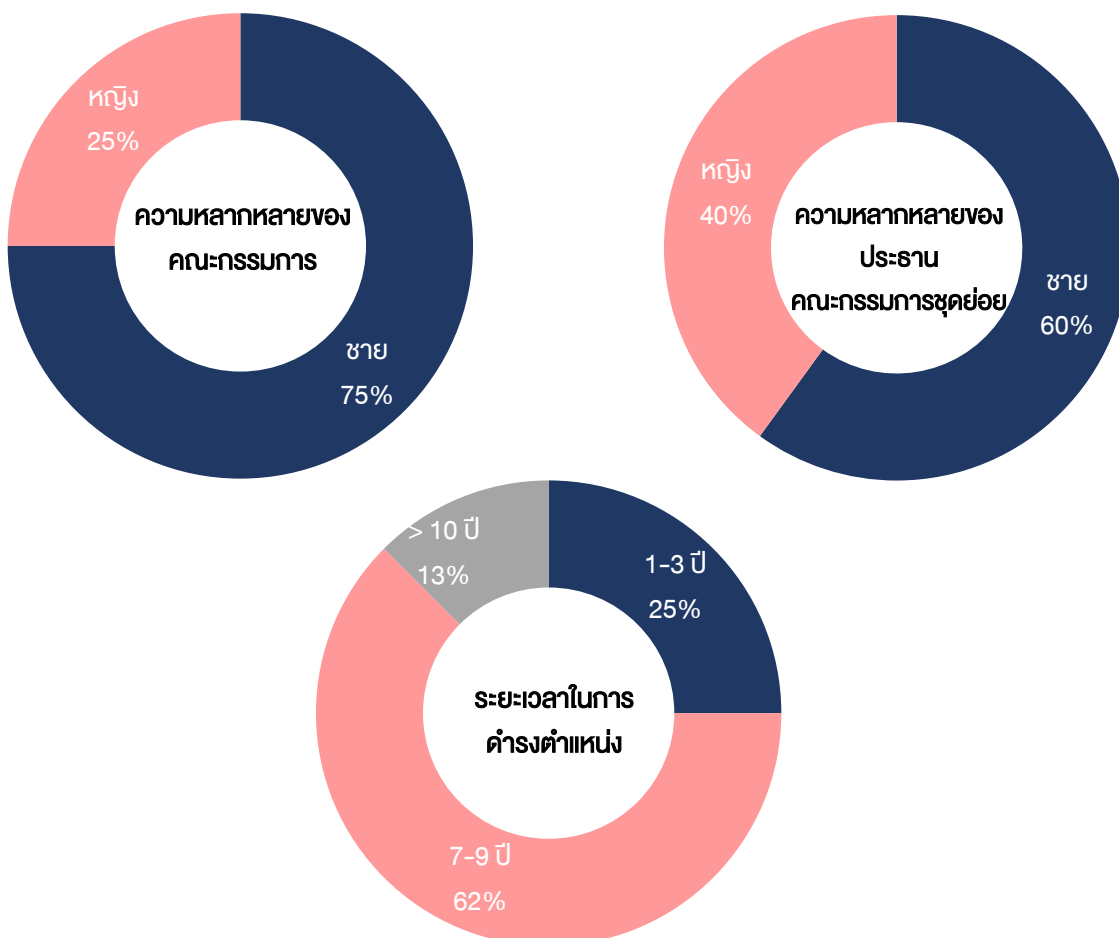


โครงสร้างของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมาย ภารกิจ แผนธุรกิจ และมีการพิจารณาทบทวนและอนุมัติวิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ของบริษัทเป็นประจำทุกปี รวมถึงการพิจารณากำหนดงบประมาณของบริษัทตลอดจนกำกับดูแลให้ คณะผู้บริหาร บริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้กรอบของกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น มติที่ประชุมคณะกรรมการ ด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต ะมัดระวัง ตามหลักการจรรยาบรรณที่ดี เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุดให้แก่กิจการ และความมั่นคงสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยทั้งหมด 8 ท่าน ดังนี้

1. พลตำรวจเอกสมชาย วาณิชเสณี ประธานกรรมการ / กรรมการอิสระ
2. ดร. เพ็ญภา ธาราสีลป์ กรรมการอิสระ
3. นางมลฤดี สุพັນธรัตน์ กรรมการอิสระ
4. นายมานะ จันทนียังยง กรรมการ
5. นายเอกภักดิ์ นิราพารพงศ์พร กรรมการ
6. นายอานนท์ พรธิต กรรมการ
7. นายปรินทร์ ไลงน-โกสินทร์ กรรมการ / ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
8. ดร. พิณจสรณ์ สือชัยจรพันธ์ กรรมการ / กรรมการผู้จัดการ

ความหลากหลายของคณะกรรมการบริษัท



ตารางความรู้ความชำนาญ (Board Skills Matrix)

คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการจำนวน 8 คน โดยคณะกรรมการมีความหลากหลายและมีทักษะที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท ผ่านการจัดทำตารางความรู้ความชำนาญ (Board Skills Matrix) และมีความหลากหลายในด้านของประวัติการศึกษา และประสบการณ์ รายละเอียดดังนี้

คณะกรรมการ	พล.ต.อ. สมชาย วาณิชชณี	นาย ปรีณทร์ โสจนะโกสินทร์	ดร. พินิจ สรณ สือชัย จจรพันธ์	นาย เอกกศักดิ์ นิราพาร พงศ์พร ยง	นาย มานะ จันทนยิ่ง ยง	นาย อานนท์ พรวิริตี	ดร. เพ็ญนภา รัตนสาร ศิลป์	นาง มลฤดี สุนทรรัตน์
ความรู้และประสบการณ์ในอุตสาหกรรม								
ความรู้และประสบการณ์ในอุตสาหกรรม	•	•	•	•	•	•	•	•
ความรู้ในธุรกิจหลัก		•	•	•		•		
ความรู้และประสบการณ์เฉพาะทาง								
กฎหมาย	•							
การตลาด		•			•			
เศรษฐศาสตร์/บริหารธุรกิจ			•	•		•	•	
รัฐประศาสนศาสตร์	•							
การบริหารทรัพยากรบุคคล								
บัญชี								•
เทคโนโลยีสารสนเทศ								
วิศวกรรม				•				
อื่นๆ						•		
ความสามารถในการกำกับดูแล								
ความรู้ในการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ	•	•	•	•	•	•	•	•
การวางแผนเชิงกลยุทธ์			•	•				
การบริหารความเสี่ยง			•	•		•		•

ที่มา : อ้างอิงตามแนวทางตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Effective Governance, HopgoodGanim Advisory Group

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรชั้นนำในอุตสาหกรรม ดึงดูดผู้มีความสามารถในทุกระดับ และเป็นองค์กรแบบอย่างในการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ โดยบริษัทคาดหวังให้พนักงานทุกคนต้องประพฤติตนอย่างสุภาพและเคารพซึ่งกันและกัน ไม่ละเมิดความคิดเห็นของผู้อื่น และเคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานในทุกระดับ แพลนบีปฏิบัติต่อผู้คนที่เท่าเทียมโดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ชาติพันธุ์ สีผิว ชนชั้น เพศ อายุ ลักษณะทางกายภาพ ภาษา ความคิดเห็นทางการเมือง และคุณลักษณะที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย นอกจากนี้ บริษัทให้ความสำคัญเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศเป็นอันดับต้นๆ ผ่านการให้โอกาสในการเติบโตตามสายอาชีพโดยประเมินจากความสามารถในการทำงานและไม่แบ่งแยกเพศ

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

แพลนบีตระหนักดีว่าการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจริยธรรมทางธุรกิจที่ดีนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยคณะกรรมการบริษัทได้จัดทำและประกาศคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของบริษัท รวมถึงบริษัทย่อยให้ยึดถือปฏิบัติตาม โดยคู่มือฉบับนี้ครอบคลุมข้อกำหนดด้านการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อลูกค้า การปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้า การปฏิบัติต่อเจ้าหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันการฟอกเงิน กิจกรรมทางการเมือง การไม่ส่งละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การรักษาความลับ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การซื้อขายหลักทรัพย์ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การรายงานหรือแจ้งเรื่องร้องเรียนและบทลงโทษ ทั้งนี้ คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับได้มีการลงนามรับทราบคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจนี้แล้วทุกคน

- พนักงานเข้าอบรม 100%
- ผ่านการทดสอบ 100%
- คะแนนเฉลี่ย 100%

การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทมุ่งเน้นแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและกระบวนการควบคุมภายในที่เหมาะสมเพียงพอ โดยได้มีการกำหนดนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) ที่มีความชัดเจน ครบคลุม และมีการกำหนดค่านิยมของการคอร์รัปชันที่ชัดเจน รวมถึงมีแนวทางปฏิบัติ ซึ่งได้สื่อสารให้บุคคลภายในและภายนอกองค์กรได้รับทราบ ทั้งนี้ บริษัทมีการตรวจสอบป้องกันและประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัท มีการกำหนดมาตรการในการควบคุมและติดตามกระบวนการทำงานที่อาจเกิดการทุจริตได้ เพื่อยืนยันความถูกต้องของการปฏิบัติงานให้มีความสุจริตโปร่งใส ป้องกันการทุจริต รวมทั้งเปิดช่องทางการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแส ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับทุจริตได้โดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2562-2564 โดยยึดหลักในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล จรรยาบรรณ และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายตลอดห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากนี้ บริษัทยังกำหนดให้พนักงานทุกรายดำเนินการทดสอบความรู้ความเข้าใจในด้านจริยธรรมในการทำงานหรือ Code of Conduct อย่างเข้มงวด โดยพนักงานทุกคนต้องสอบผ่านเกณฑ์ทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานทุกรายของบริษัท รับทราบและปลูกฝังจริยธรรมในการทำงานแก่พนักงาน

แนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บุคลากรทุกระดับของบริษัทต้องปฏิบัติตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

- ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบน จรรยาบรรณธุรกิจ รวมทั้ง กฎระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทโดยต้องไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม
- ไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการแสดงถึงเจตนาว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบน แก่ผู้ที่มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในเรื่องที่ตนมีหน้าที่รับผิดชอบทั้งทางตรงหรือโดยอ้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์แก่องค์กรตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง
- ไม่ละเลยหรือเพิกเฉย เมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายการทุจริตและคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัท โดยถือเป็นหน้าที่ที่ต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชา หรือบุคคลที่รับผิดชอบได้ทราบ และให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริงต่างๆ
- ในการดำเนินการใดๆ ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตและคอร์รัปชัน บุคลากรทุกระดับของบริษัทจะต้องปฏิบัติตามโดยเฉพาะในเรื่องดังต่อไปนี้ด้วยความระมัดระวัง
- การให้ หรือรับของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง และค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปตามแนวปฏิบัติที่ดีที่กำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงนโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบนบริษัท
- การให้เงินบริจาคเพื่อการกุศล จะต้องกระทำในนามบริษัทแก่องค์กรใดๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ต่อสังคม โดยต้องเป็นองค์กรที่เชื่อถือได้ มีใบรับรอง และต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใส ผ่านขั้นตอนตามระเบียบของ บริษัทที่กำหนดไว้ และถูกต้องตามกฎหมาย ตลอดจนมีการติดตามและตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าเงินบริจาคไม่ได้ถูกนำไปใช้เพื่อเป็นข้ออ้างในการติดสินบน

- การให้เงินสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นเงิน วัตถุประสงค์หรือทรัพย์สิน แก่กิจกรรมหรือโครงการใด ต้องมีการระบุชื่อบริษัท โดยการให้การสนับสนุนนั้น ต้องมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจ ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท และต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใส ผ่านขั้นตอนตามระเบียบของบริษัทที่กำหนดไว้ และถูกต้องตามกฎหมาย
- ความสัมพันธ์ทางธุรกิจและการจัดซื้อ จัดจ้างกับภาครัฐ หรือเอกชน รวมถึง การติดต่อกับภาครัฐหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ หรือเอกชน ตลอดจนบุคคลที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- บริษัทมีนโยบายเป็นกลางทางการเมือง โดยบุคลากรทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพทางการเมืองตามกฎหมาย แต่พึงตระหนักที่จะไม่ดำเนินการ หรือดำเนินกิจกรรมใดๆ รวมถึงการนำทรัพยากรใดๆ ของบริษัทไปใช้เพื่อดำเนินการหรือกิจกรรมทางการเมือง อันจะทำให้บริษัทสูญเสียความเป็นกลางหรือได้รับความเสียหายจากการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องและการให้ความช่วยเหลือทางการเมือง

การแจ้งเรื่องร้องเรียน

บริษัทได้จัดให้มีกระบวนการและช่องทางในการรับและจัดการกับข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยสามารถติดต่อหรือร้องเรียนในเรื่องที่อาจเป็นปัญหา โดยร้องเรียนต่อคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระ ดังนี้

1) ทางไปรษณีย์ ที่คณะกรรมการตรวจสอบ เลขที่ 1700 อาคารแพลน บี ทาวเวอร์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ

2) E-mail ที่ auditcommittee@planbmedia.co.th

3) ส่งโดยตรงผ่านเลขานุการบริษัทที่ E-mail: companysecretary@planbmedia.co.th

4) โทรศัพท์: +66 (0) 2530-8053-6 #422

ในการนี้ผู้ร้องเรียนสามารถมั่นใจได้ว่าบริษัทมีมาตรการในการเก็บข้อมูลของผู้ร้องเรียนไว้เป็นความลับและคุ้มครองผู้ให้ข้อมูล

การจัดการเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน

1. มีผู้แจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนตามช่องทางต่างๆ ฝ่ายเลขานุการบริษัทจัดทำสรุปเรื่องร้องเรียนการทุจริตและคอร์รัปชันที่ได้รับ
2. พิจารณาในเบื้องต้นว่าเรื่องร้องเรียนเป็นกรณีการฝ่าฝืนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันหรือไม่
 - กรณีเป็นเรื่องที่ไม่เข้าข่ายการกระทำการฝ่าฝืนมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน จะส่งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
 - กรณีเป็นเรื่องทุจริตคอร์รัปชัน
 - i. ไม่มีมูล จะแจ้งผลต่อผู้ร้องเรียน
 - ii. มีมูลพอ ฝ่ายเลขานุการบริษัทจะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป หากเป็นกรณีทุจริตคอร์รัปชันที่มีความรุนแรง และต้องได้รับการแก้ไขอย่างทันท่วงที รายงานเหตุดังกล่าวเบื้องต้นต่อคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการตรวจสอบ โดยจะส่งสำเนาให้ฝ่ายตรวจสอบภายในรับทราบ
3. ประสานงานไปยังฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวน ภายหลังจากตั้งคณะกรรมการสอบสวนแล้ว ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการสอบสวนข้อเท็จจริงต่อไป
4. รายงานจำนวนการแจ้งเบาะแสการทุจริต สรุปเหตุการณ์และสถานะการดำเนินงานแก่คณะกรรมการตรวจสอบ โดยจะทำการรายงานทุก 6 เดือน

แพลนบีมีมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูล โดยบริษัทจะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือข้อมูลใดๆ ที่สามารถระบุตัวตนของผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลได้ และจะจัดเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูลไว้อย่างเป็นความลับ ทั้งนี้ รายละเอียดกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ขั้นตอนการดำเนินการสืบสวนสอบสวน และช่องทางการแจ้งเบาะแส สามารถอ้างอิงเพิ่มเติมได้ดังแสดงในมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยในปี 2565 แพลนบีไม่ได้รับการแจ้งเหตุ เบาะแส หรือข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด

ตัวชี้วัด	ปี 2565
จำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด	0
<ul style="list-style-type: none"> • การดำเนินคดี 	0
<ul style="list-style-type: none"> • จริยธรรมทางธุรกิจ 	0
<ul style="list-style-type: none"> • ข้อมูลส่วนบุคคล 	0
<ul style="list-style-type: none"> • ผลประโยชน์ทับซ้อน 	0
<ul style="list-style-type: none"> • สิทธิมนุษยชน ได้แก่ การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิด 	0
<ul style="list-style-type: none"> • สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัย 	0
การดำเนินข้อร้องเรียน	0
<ul style="list-style-type: none"> • ตักเตือนด้วยวาจา 	0
<ul style="list-style-type: none"> • ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร 	0
<ul style="list-style-type: none"> • ยกเลิกสัญญา 	0
<ul style="list-style-type: none"> • อยู่ระหว่างการสืบสวนสอบสวน 	0

การจัดการและบริหารความเสี่ยง

(GRI 2-12, 2-25, 2-26, 207-2, 403-2)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> การจัดการความเสี่ยงดำเนินการตามกรอบ COSMO-ERM2017 	<ul style="list-style-type: none"> ฝึกอบรมพนักงานด้านการบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กรเพื่อสร้างวัฒนธรรมที่ดีขององค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> ฝึกอบรมพนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไปในด้านการบริหารความเสี่ยงเพื่อสร้างวัฒนธรรมที่ดีขององค์กร

บริษัทตระหนักดีว่าการจัดการความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากบริษัทต้องเผชิญกับความเสียหายหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงทางการค้า สิทธิทรัพย์สิน ภัยพิบัติ สิ่งแวดล้อม สุขภาพและความปลอดภัย การหยุดชะงักทางธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทได้ใช้แนวคิดแบบบูรณาการในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อระบุและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่างๆ โดยใช้ข้อมูลจากมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ดำเนินงานในหลากหลายมิติตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทิศทางของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา ตลอดจนแนวโน้มด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การจัดลำดับความสำคัญความเสี่ยงถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของแพลนบี

บริษัทได้กำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรตาม COSO Enterprise Risk Management 2017 ซึ่งมีการใช้ทั่วทั้งองค์กรผ่านการดำเนินการตามนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทกับพนักงานทุกระดับ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัท (RMC) ได้กำหนดนโยบายและกรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยมีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (RMC) เป็นผู้รับผิดชอบในการควบคุมดูแลความเสี่ยงตามกรอบและนโยบายที่กำหนด ในขณะเดียวกันฝ่ายบริหารความเสี่ยงจะเป็นผู้สนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความเสี่ยง ซึ่งหมายรวมถึงการรวบรวมข้อมูล การจัดฝึกอบรม และการส่งเสริมวัฒนธรรมการจัดการความเสี่ยงให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร

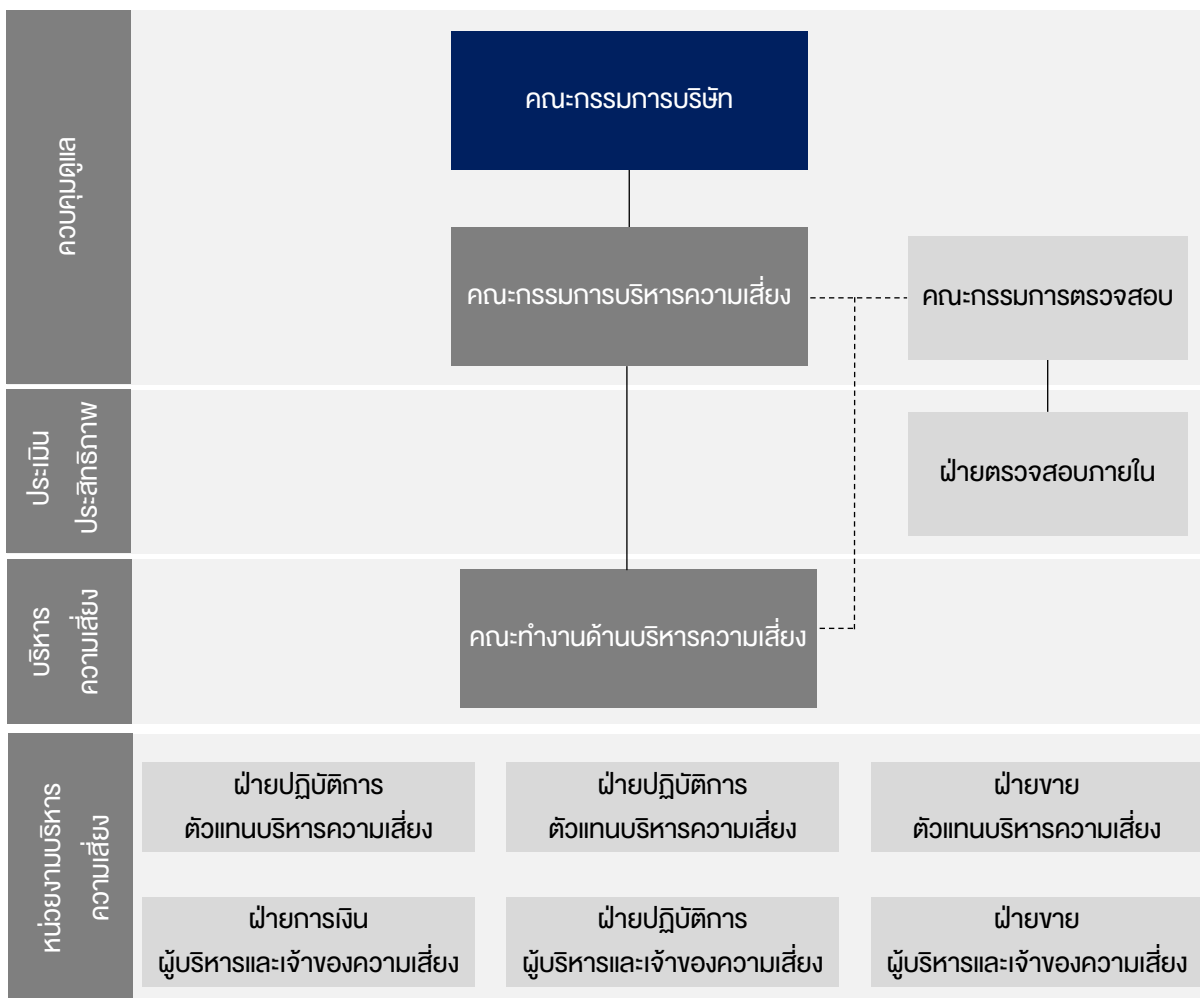
บริษัทมีการกำหนดนโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมทางธุรกิจทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยได้วางแผนบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติงาน การตัดสินใจลงทุนเพื่อทำธุรกิจใหม่ๆ รวมถึงการควบคุมและติดตามเพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ดังนั้นคณะกรรมการบริษัทจึงได้แต่งตั้ง คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้

1. กำหนด และทบทวน นโยบาย กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร
2. กำกับดูแล และสนับสนุนให้มีการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงองค์กร สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
3. ให้ข้อเสนอแนะแนวทาง ติดตาม และประเมินผล การบริหารความเสี่ยงต่อคณะทำงานบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) เพื่อนำไปดำเนินการ
4. พิจารณารายงานผลการบริหารความเสี่ยงองค์กร และให้ข้อคิดเห็นในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งแนวทางการกำหนดมาตรการควบคุมหรือบรรเทา (Mitigation Plan) และการพัฒนาระบบการจัดการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง
5. สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการบริหารความเสี่ยงองค์กร
6. รายงานผลการบริหารความเสี่ยงองค์กรให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบ และในกรณีที่มีปัจจัย หรือเหตุการณ์สำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อทราบและพิจารณาโดยเร็วที่สุด
7. พิจารณาสอบทานการลงทุนในต่างประเทศ
8. ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง

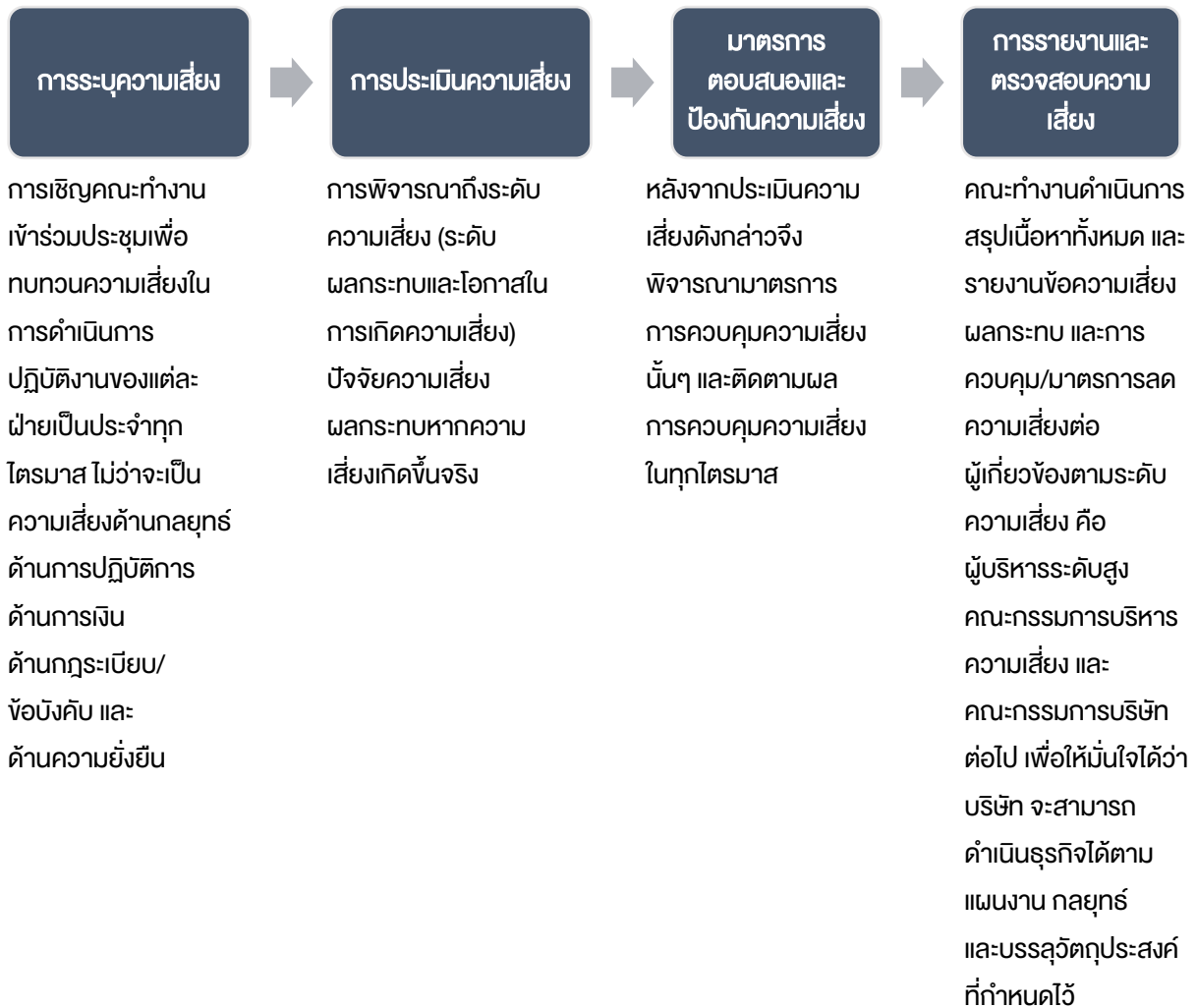
แผนผังคณะกรรมการด้านความเสี่ยง



ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของบริษัทประกอบด้วยกรรมการและผู้บริหารระดับสูง จำนวน 4 คน ได้แก่

- นางมลฤดี สุพพันธ์รัตน์ ประธานคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
- ดร.พินิจสรณ์ ลือชัยจรพันธ์ กรรมการบริหารความเสี่ยง
- นายเอกภักดิ์ นิราพารพงศ์พร กรรมการบริหารความเสี่ยง
- นายอานนท์ พรธิต กรรมการบริหารความเสี่ยง

กรอบการบริหารความเสี่ยง



แนวทางการรายงานความเสี่ยง

ระดับความเสี่ยง	การดำเนินการ	การรายงาน
สูงมาก	ต้องกำกับดูแลใกล้ชิด และเสนอแผนการดำเนินการเพื่อลดระดับความเสี่ยง และมีแผนการติดตามความเสี่ยงจนระดับความเสี่ยงลดลง จนกระทั่งถึงระดับปานกลาง-ต่ำ และขออนุมัติแผนจากคณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการบริษัท (Board of Director: BOD)
สูง	ต้องคอยเฝ้าระวัง และเสนอแผนการดำเนินการเพื่อให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงให้เห็นในการลดระดับความเสี่ยงให้เป็นไปตามแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยให้มีแผนการติดตามความเสี่ยงจนระดับความเสี่ยงลดลงจนกระทั่งถึงระดับปานกลาง-ต่ำ	คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee: RMC)
ปานกลาง	ใช้วิธีควบคุมปรกติ และเฝ้าระวัง	ผู้บริหารระดับสูง (Chief Executive Officer & Managing Director)
ต่ำ	ใช้วิธีควบคุมปรกติ ไม่ต้องเฝ้าระวัง	คณะทำงาน

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

แพลนบีไม่เพียงแต่มุ่งเน้นแต่การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อหรือนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัทในอนาคตอีกด้วย

1. ความเสี่ยงด้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทมุ่งเน้นแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและกระบวนการควบคุมภายในที่เหมาะสมเพียงพอ โดยได้มีการกำหนดนโยบายต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Policy) ที่มีความชัดเจน ครอบคลุม และมีการกำหนดค่านิยมของการคอร์รัปชันที่ชัดเจน รวมถึงมีแนวทางปฏิบัติ ซึ่งได้สื่อสารให้บุคคลภายในและภายนอกองค์กรได้รับทราบ

ทั้งนี้ บริษัทมีการการตรวจสอบป้องกันและประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัท มีการกำหนดมาตรการในการควบคุมและติดตามกระบวนการทำงานที่อาจเกิดการทุจริตได้ เพื่อยืนยันความถูกต้องของการปฏิบัติงานให้มีความสุจริตโปร่งใส ป้องกันการทุจริต รวมทั้งเปิดช่องทางการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแส ข้อเสนอแนะ ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตได้โดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (CAC) นอกจากนี้ บริษัทยังกำหนดให้พนักงานทุกรายดำเนินการทดสอบความรู้ความเข้าใจในด้านจริยธรรมในการทำงานหรือ Code of Conduct อย่างเข้มงวด โดยพนักงานร้อยละ 100 ต้องสอบผ่านเกณฑ์ทั้งหมด ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานทุกรายของบริษัท รับทราบและปลูกฝังจริยธรรมในการทำงานแก่พนักงาน

2. ความเสี่ยงจากภัยคุกคามต่อความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

เนื่องจากปัจจุบันบริษัทมีเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อช่วยทำให้เกิดความคุ้มค่าทางธุรกิจยิ่งขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น ดังนั้น การเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตอาจทำให้บริษัทเผชิญกับภัยคุกคามที่สามารถเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้องค์กรมีความมั่นคง ปลอดภัยทางไซเบอร์ของระบบคอมพิวเตอร์ที่ใช้ดำเนินงานทางธุรกิจ และเป็นไปตามแนวปฏิบัติด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ตามมาตรฐานระดับสากลและตามกรอบของ พ.ร.บ. ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของประเทศไทย ในปี 2565 ที่ผ่านมา บริษัทจึงได้ดำเนินมาตรการต่างๆ อย่างเข้มข้น เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ เช่น

- การจัดทำนโยบายด้านความปลอดภัยไซเบอร์ที่ชัดเจนของกลุ่มบริษัท และจัดตั้งคณะทำงานเพื่อรับผิดชอบการพัฒนาเรื่องดังกล่าวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
- การให้ความรู้แก่พนักงานด้านรูปแบบภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นและแนวปฏิบัติในการป้องกัน/รับมือเหตุการณ์ด้วยตนเอง เพื่อจำกัดความเสียหายให้ส่งผลกระทบต่อส่วนน้อยที่สุด
- การทดสอบระบบและการฝึกซ้อมแผนกู้คืนระบบสารสนเทศ กรณีที่เกิดภัยคุกคาม

3. ความเสี่ยงในการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ตามที่ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ได้มีผลบังคับใช้แล้วในวันที่ 1 มิถุนายน 2565 (“กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล”) แม้ว่าลักษณะการดำเนินงานของบริษัทจะทำให้บริษัทไม่ได้มีการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่บริษัทเองก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และกฎระเบียบต่างๆ ที่ทางคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ออกเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว โดยบริษัทได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อออกนโยบายและขั้นตอนการทำงานภายในบริษัทเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและระเบียบอื่นใดที่เกี่ยวข้อง และเพื่อให้ นโยบายและขั้นตอนการทำงานภายในมีการปรับปรุงแก้ไขให้เป็นปัจจุบันเสมอ รวมทั้งมีการวางระบบการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับให้พนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยใช้งานในขั้นตอนของการจัดเก็บข้อมูลเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการรั่วไหลและสามารถป้องกันเหตุได้ทันในกรณีที่มีการร้องเรียนใด ๆ ระบบดังกล่าวจะสามารถติดตามหาต้นตอข้อมูลเอกสาร รวมทั้งผู้จัดเก็บได้ทันที นอกจากนี้ บริษัทยังได้ออกแผนงานเพื่อให้พนักงานทุกคนในบริษัทและบริษัทย่อยทราบถึงลักษณะการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ขั้นตอนการทำลายข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งขั้นตอนในกรณี ที่เจ้าของข้อมูลได้มีการแจ้งขอให้บริษัท ลบ ทำลาย หรือแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลของตนที่เก็บรักษาไว้กับบริษัท และรวมไปถึง การแจ้งให้คู่ค้าและลูกค้าทราบถึงแผนการปฏิบัติงานและนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท เพื่อให้การทำงาน ร่วมกันสอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและแนวปฏิบัติของคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานด้านการจัดการความเสี่ยง

บริษัทประเมินความเสี่ยงเป็นประจำทุกปีและใช้ผลดังกล่าวในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร บริษัทได้จำแนก ความเสี่ยงตามระดับความรุนแรงที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจออกเป็น 5 ระดับ และระบุประเภทความเสี่ยงออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ความเสี่ยงเชิงปฏิบัติการ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบหรือข้อบังคับ และ ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน

ทั้งนี้ในปี 2565 บริษัทได้ประเมินความเสี่ยงทั้งหมด 11 ประเด็นด้วยกัน โดยประเมินตามระดับความรุนแรงของ ผลกระทบจาก “ระดับต่ำ” ถึง “ระดับสูงมาก” และโอกาสที่จะเกิดจาก “เป็นไปได้น้อย” ถึง “เป็นไปได้สูง” จากผลการประเมิน พบว่า ความเสี่ยง 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค/การก่อการร้าย/ภัยพิบัติ ซึ่งเป็นความเสี่ยง ในระดับสูงมาก (2) ความเสี่ยงด้านความสามารถในการแข่งขันเชิงกลยุทธ์ และ (3) ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของ ภาครัฐ สถานการณ์ทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งประเด็นดังกล่าวข้างต้นถือเป็นความเสี่ยงในระดับสูง

วัฒนธรรมด้านความเสี่ยงขององค์กร

วัฒนธรรมด้านความเสี่ยงขององค์กร เป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมี ประสิทธิภาพ โดยแพลนบีมุ่งเน้นที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมด้านความเสี่ยงที่แข็งแกร่งทั่วทั้งองค์กร และความหวังให้พนักงาน ทุกคน มีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยงในกิจกรรมในแต่ละวัน ทั้งนี้ ในปี 2565 แพลนบีได้มีการจัดการ ฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อให้ความรู้แก่พนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไปและผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งหมด 65 คน นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการจัดอบรมการบริหารความเสี่ยงให้คณะกรรมการบริษัท เพื่อปลูกฝัง จิตสำนึกและความเข้าใจถึงบริษัท และความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงในองค์กร

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

(GRI 414-1, 414-2)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าร้อยละ 100 ลงนามรับการอบรมจรรยาบรรณลูกค้าที่ระบุประเด็นการดำเนินงานครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าร้อยละ 100 ได้รับการประเมินความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าร้อยละ 100 ได้รับการทราบนะและลงนามยอมรับหลักปฏิบัติจรรยาบรรณสำหรับลูกค้า ไม่พบความเสี่ยงที่เกิดจากลูกค้า

บริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และมุ่งเน้นความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทานขององค์กร โดยบริษัทให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ไขหรือป้องกันความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (“ESG”) จากลูกค้าที่อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทได้กำหนดนโยบายและจรรยาบรรณลูกค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง เพื่อให้ลูกค้าได้นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามความคาดหวังของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังมีกระบวนการประเมินลูกค้าเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องตามหลักปฏิบัติซึ่งครอบคลุมการกลั่นกรองและคัดเลือก การระบุลูกค้าที่มีนัยสำคัญ รวมทั้งลูกค้าที่มีความเสี่ยงด้าน ESG สูง การติดตามและการประเมินผลลูกค้าของบริษัท ทั้งนี้ ลูกค้าจะต้องยึดหลักจรรยาบรรณและการดำเนินงานที่ป้องกันผลกระทบต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม และในขณะเดียวกันคุ้มครองอาชีพอนามัยและความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานและสังคมอีกด้วย

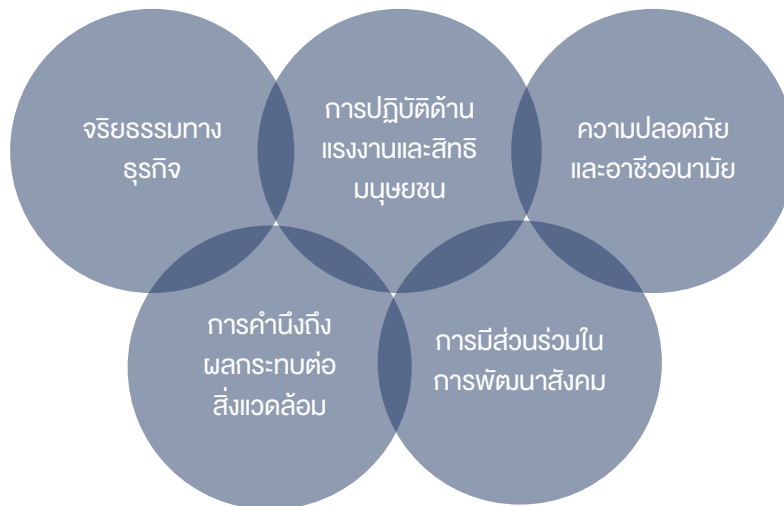
ทั้งนี้ ในปี 2565 บริษัทไม่พบความเสี่ยงที่เกิดจากลูกค้า



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

แนวทางการบริหารจัดการ

ปัจจุบันบริษัทได้จัดทำหลักจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier code of conduct) ขึ้น และได้กำหนดให้นำไปใช้ในกลุ่มธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คู่ค้าได้รับทราบถึงเป้าหมายที่บริษัทคาดหวังไว้ ตลอดจนชี้แจงหลักการและแนวทางให้รับทราบกระบวนการคัดเลือกของคู่ค้ารายใหม่ พร้อมทั้งเป็นการวางมาตรฐานและแนวปฏิบัติให้แก่คู่ค้าใช้ในการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทตลอดกระบวนการทำงาน โดยจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจนี้จะมุ่งเน้นพัฒนามาตรฐานการทำงานใน 5 ประเด็นหลัก ดังนี้



เนื่องด้วยคู่ค้าเป็นหนึ่งในผู้มีส่วนได้เสียอันสำคัญอย่างยิ่งในห่วงโซ่อุปทานของบริษัท เราจึงยึดมั่นในการปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยจริยธรรม ความโปร่งใส เท่าเทียม และเป็นธรรม โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมของผู้มีส่วนได้เสียทุกระดับ ดังนั้น บริษัทจึงคาดหวังให้คู่ค้าและผู้ร่วมดำเนินธุรกิจกับบริษัททุกราย ยึดมั่น และปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ โดยมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้เช่นเดียวกัน

ในการนี้บริษัทจึงกำหนดหลักปฏิบัติสำหรับคู่ค้าเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าที่ดำเนินธุรกิจร่วมกันกับบริษัทมีคุณสมบัติถูกต้องตรงตามจริยธรรมที่บริษัทยึดมั่นเชื่อถือ รวมทั้งเพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาในการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกันต่อไป โดยหลักปฏิบัติดังกล่าวมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านจริยธรรมทางธุรกิจ

1. การส่งมอบสินค้าและบริการ

คู่ค้าของบริษัทต้องส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพด้วยราคาที่เหมาะสมเป็นธรรม พร้อมทั้งต้องส่งมอบให้ตรงเวลา รวมทั้งไม่ค้ากำไรเกินควรเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการในชนิดหรือประเภทเดียวกัน นอกจากนี้คู่ค้ายังต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้สินค้าและบริการมีประสิทธิภาพสูงสุดอย่างสม่ำเสมอ

2. การปฏิบัติตามข้อบังคับ

ผู้จ้างของบริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งกฎหมายข้ามชาติ ระดับชาติและระดับท้องถิ่น รวมถึงกฎระเบียบที่บังคับใช้กับการดำเนินธุรกิจ และใบอนุญาตที่จำเป็นในสถานที่ประกอบการหรือสถานที่ดำเนินธุรกิจนั้นๆ อย่างเคร่งครัดจริงจัง

3. การทุจริตและการติดสินบน

บริษัทมีนโยบายต่อต้านการทุจริต (Collective Anti-Corruption: CAC) และแสดงเจตนาสนับสนุนในการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดในเรื่องการทุจริต การชดเชย วัล โท หรือการติดสินบน หากผู้ค้ารายใดมีส่วนเกี่ยวข้องในการจ่ายหรือรับสินบนจะถูกลงโทษตามกฎหมายทันที โดยบริษัทจะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นต่อผู้ค้าอื่นเนื่องมาจากการยกเลิกสัญญาดังกล่าวและผู้ค้าอาจถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย

4. ของขวัญ ของรางวัล

ผู้จ้างของบริษัทต้องรับทราบว่าบุคลากรของบริษัทจะไม่มี การให้หรือเรียกร้องรับของขวัญ ของรางวัล ของที่ระลึก อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจในการดำเนินงานหรือก่อให้เกิดการเอื้อประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม ยกเว้นเฉพาะการให้หรือรับตามธรรมเนียมประเพณีปฏิบัติทางธุรกิจ

5. ผลประโยชน์กับซ้อน

ผู้จ้างของบริษัทต้องแจ้งให้บริษัททราบทันที หากพบว่ามีการกระทำใดๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลประโยชน์กับซ้อนระหว่างฝ่ายจัดการ พนักงาน และบุคลากรในบริษัทกับผู้ค้า

6. การรักษาความลับทางการค้า

ผู้จ้างของบริษัทต้องมีกระบวนการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลที่เป็นความลับ ไม่ว่าจะ เป็นข้อมูลทางธุรกิจ หรือข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท

ด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน

1. ด้านสิทธิมนุษยชน

ผู้จ้างของบริษัทต้องมุ่งมั่นและรักษาไว้ซึ่งสภาพการทำงานที่เป็นธรรมและเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินธุรกิจและด้านอื่นๆ ที่เป็นไปตามสิทธิมนุษยชน อาทิ การไม่ใช้แรงงานเด็ก หรือเรื่องอื่นใดที่แสดงถึงการไม่เคารพต่อหลักสิทธิมนุษยชนหรือไม่ปฏิบัติตามอยู่บนมาตรฐานสากลเกี่ยวกับหลักการด้านสิทธิมนุษยชน สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของบุคคล

2. แรงงานและแรงงานเด็ก

ผู้จ้างของบริษัทจะต้องไม่กระทำการหรือสนับสนุนให้มีการว่าจ้างแรงงานที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด และต้องจ่ายค่าตอบแทนแก่ลูกจ้างด้วยความเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบ มีความเหมาะสมแก่ความรู้ ความสามารถ ตามที่ลูกจ้างควรได้รับ

3. การไม่เลือกปฏิบัติ

ผู้จ้างของบริษัทจะต้องเคารพศักดิ์ศรีของลูกจ้าง ปฏิบัติต่อลูกจ้างอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ไม่กดขี่บังคับการใช้แรงงาน และไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นพิเศษ แม้ว่าจะมีความแตกต่างของเชื้อชาติ ศาสนา เพศ อายุ การศึกษา ความเชื่อ ความพิการ หรือเรื่องอื่นใดก็ตาม

4. การไม่บังคับใช้แรงงาน

ผู้จ้างของบริษัทต้องไม่ใช้หรือได้รับประโยชน์จากการบังคับการใช้แรงงานด้วยรูปแบบใดๆ ที่เป็นการลงโทษทางกาย การขู่เคี่ยว การกักขัง การคุกคาม หน่วงเหนี่ยว การล่วงละเมิด การค้ามนุษย์ หรือการใช้ความรุนแรง

ด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย

1. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ผู้จ้างของบริษัทต้องจัดให้มีนโยบายด้านสุขภาพ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย เพื่อสนับสนุนให้เกิดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ เพื่อลดความเสียหายจากการบาดเจ็บ การเจ็บป่วย และอุบัติเหตุจากการทำงาน รวมถึงจัดให้มีเครื่องป้องกันส่วนบุคคลให้กับลูกจ้างอย่างเพียงพอและเหมาะสม พร้อมทั้งจัดให้พนักงานสามารถเสนอแนะด้านความปลอดภัยได้ เพื่อเปิดรับข้อเสนอต่างๆ ด้านความปลอดภัย

2. การป้องกัน เตรียมตัว และตอบสนองในสภาวะฉุกเฉิน

ผู้จ้างต้องมีการประเมินความเสี่ยงรวมถึงการคาดคะเน บ่งชี้ และประเมินสถานการณ์และเหตุการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงมีการวางแผนและมีระเบียบวิธีปฏิบัติที่รองรับการตอบสนองในสภาวะฉุกเฉิน เพื่อช่วยลดผลกระทบจากสถานการณ์ฉุกเฉินที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงาน

ด้านการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1. การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

ผู้จ้างของบริษัทต้องมีความใส่ใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ โดยต้องจัดให้มีระบบจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนาให้มีประสิทธิภาพในการทำงานอย่างต่อเนื่อง

2. ของเสีย สารเคมี และวัตถุอันตราย

ผู้จ้างของบริษัทต้องบริหารจัดการการรักษา การปล่อย หรือการกำจัดของเสีย สารเคมี และวัตถุอันตราย ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบที่ใช้บังคับ โดยมีการตรวจสอบและมาตรการควบคุมที่ดีโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

3. ผลกระทบต่อชุมชน

ผู้จ้างของบริษัทต้องมีการประเมินอย่างเป็นระบบ มีเอกสาร และควบคุมผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานต่อชุมชนโดยรอบ

ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม

ผู้จ้างของบริษัทควรดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชนและสังคมรอบข้าง รวมไปถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้กับชุมชนและสังคมไทย

หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้ค้า

บริษัทมีการกำหนดหลักเกณฑ์ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติในการใช้คัดเลือกและจัดกลุ่มผู้ค้า ทั้งนี้บริษัทได้ประเมินความเสี่ยง ซึ่งครอบคลุมประเด็นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากผู้จ้างของบริษัท และมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ค้าดังนี้

1. ผู้ค้ามีสถานประกอบการที่สามารถตรวจสอบได้
2. ผู้ค้ามีบุคลากร เครื่องจักร อุปกรณ์ สินค้า บริการ คลังสินค้า สถานภาพทางการเงิน และประวัติในการดำเนินงานที่น่าเชื่อถือ
3. ผู้ค้าเป็นผู้มีผลงานที่น่าพอใจ ทั้งด้านคุณภาพสินค้า การบริการ การส่งมอบตามกำหนดเวลา การให้บริการหลังการขาย การรับประกัน หรือเงื่อนไขอื่นๆ ในการทำธุรกรรมที่ตกลงร่วมกัน
4. ผู้ค้าต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ รวมถึงไม่มีประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัท และไม่มีประวัติต้องห้ามทำการค้าอัน

เนื่องจากการกระทำทุจริต หรือประวัติการละทิ้งงาน หรืออยู่ในบัญชีรายชื่อบริษัทที่ต้องการของทางราชการและเอกชน

5. คู่ค้าต้องมีเจตจำนงและการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาครอบคลุมเรื่องสิทธิมนุษยชน การดูแลพนักงานและแรงงาน จรรยาบรรณธุรกิจ และการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม

การประเมินคู่ค้าของบริษัท

บริษัทมีกระบวนการประเมินคู่ค้าของบริษัทเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และใช้ในการหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า อีกทั้งเป็นการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทและคู่ค้าร่วมกัน โดยการประเมินคู่ค้าของบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1. การประเมินความเสี่ยงคู่ค้า (Supplier's risk assessment)

บริษัทกำหนดให้มีการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าเพื่อจัดลำดับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ภายใต้เกณฑ์การประเมินความเสี่ยงที่บริษัทกำหนด ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ 3 ประเด็นทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยเสี่ยง	แนวทางบริหารจัดการและการควบคุม
ด้านเศรษฐกิจ	
สถานะและความมั่นคงทางการเงินของคู่ค้า	<ul style="list-style-type: none"> • หลักทรัพย์ค่าประกัน • ตรวจสอบงบการเงินย้อนหลัง
คู่ค้าที่มีมูลค่าการซื้อขายสูง	<ul style="list-style-type: none"> • ตรวจสอบการปฏิบัติตามสัญญาและการส่งมอบงาน • กำหนดเงื่อนไขการชำระเงิน (Credit Term) เป็นงวดตามความก้าวหน้าของงาน
ด้านสังคม	
การใช้แรงงานเด็ก ต่างด้าวผิดกฎหมาย และการละเมิดสิทธิมนุษยชน	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดหลักเกณฑ์ประเมินคุณสมบัติคู่ค้า • การลงพื้นที่เยี่ยมชมกิจการ
ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดหลักเกณฑ์ประเมินคุณสมบัติคู่ค้า • การลงพื้นที่เยี่ยมชมกิจการ
ด้านสิ่งแวดล้อม	
การดูแลสิ่งแวดล้อมและการจัดการของเสีย	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดเงื่อนไขในสัญญาจ้างและติดตามตรวจสอบ • ตรวจสอบใบประกอบกิจการ (รง.4) ตามประเภทที่รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม

2. การประเมินประสิทธิภาพในการทำงานของคู่ค้า (Supplier's performance assessment)

การประเมินประสิทธิภาพในการทำงานของคู่ค้า แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. คุณภาพของสินค้าและบริการ
2. การส่งมอบครบถ้วนและตรงเวลา
3. การประสานงานและประสิทธิภาพการบริหาร
4. ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

หลักเกณฑ์ในการระบุคู่ค้ารายสำคัญ

บริษัทใช้รูปแบบการจัดการจัดหาแบบรวมศูนย์ (Centralized Procurement) โดยกำหนดนโยบายและควบคุมการบริหาร การจัดหาจากหน่วยงานจัดซื้อกลางเพื่อเพิ่มอำนาจในการเจรจาต่อรอง เสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันด้านต้นทุน และที่สำคัญคือควบคุมคุณภาพและความโปร่งใสในการจัดหา โดยจำแนกคู่ค้าตามประเภทสินค้าที่จำหน่ายเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มคู่ค้าหลัก (Critical Supplier)

คู่ค้าที่มีมูลค่าสัญญาสูง สินค้าทดแทนยาก และมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ และมีความเสี่ยงสูงมากหรือ ความเสี่ยงสูง โดยบริษัทกำหนดให้คู่ค้ากลุ่มนี้มีการประเมินผลการทำงานทุกปีผ่านการประเมินคู่ค้า (Vendor Evaluation Form) และเยี่ยมชมพื้นที่การปฏิบัติงาน (On-site Audit) ตลอดจนการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความยั่งยืน

2. กลุ่มคู่ค้ารอง (Non-critical Supplier)

คู่ค้าที่มีมูลค่าสัญญาปานกลางไปจนถึงต่ำ และมีความเสี่ยงอยู่ในระดับกลางไปจนถึงต่ำ ซึ่งบริษัทกำหนดให้มีการ ประเมินผลการทำงานเป็นประจำทุกปีผ่านการประเมินคู่ค้า (Vendor Evaluation Form) และการทำแบบประเมินตนเองของ คู่ค้า (Vendor Self-Assessment)

การรับทราบและลงนามยอมรับหลักปฏิบัติจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า

คู่ค้ารายใหม่ทุกรายต้องยอมรับและปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ค้า ว่าด้วยเรื่อง แนวทางจรรยาบรรณคู่ค้า ทางธุรกิจ (Supplier code of conduct) ของบริษัทเพื่อความเข้าใจที่ตรงกันและเป็นการยืนยัน รวมไปถึงยอมรับแนวทาง ดังกล่าวร่วมกันเพื่อการพัฒนาที่ร่วมกันที่ยั่งยืน ทั้งนี้ ในปี 2565 คู่ค้าทุกรายได้รับทราบและยอมรับแนวทางปฏิบัติสำหรับคู่ ค้าว่าด้วยเรื่องแนวทางจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง

บริษัทจัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าด้านการจัดซื้อ จัดหา ว่าจ้าง เพื่อประกาศความยึดมั่นในการปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วย ความโปร่งใส เท่าเทียม และเป็นธรรม ที่ครอบคลุมแนวปฏิบัติด้านมาตรฐานสิ่งแวดล้อม สิทธิมนุษยชน (ได้แก่ แรงงานเด็ก สิทธิขั้นพื้นฐาน สภาพการทำงาน และค่าตอบแทนที่เหมาะสม) อาชีวอนามัย และความปลอดภัย รวมทั้งการคำนึงถึงหลัก จริยธรรม ทั้งนี้ บริษัทยังสนับสนุนให้คู่ค้าของบริษัทนำหลักการปฏิบัตินี้ไปประยุกต์ใช้กับคู่ค้าของตนเอง เพื่อส่งเสริมความ ยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายจรรยาบรรณคู่ค้าทางธุรกิจ

ความมั่นคงปลอดภัยของระบบข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

(GRI 3-3, 418-1)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีข้อเรียกร้องจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ ไม่มีข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล 	<ul style="list-style-type: none"> ไม่มีข้อเรียกร้องจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ ไม่มีข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนได้รับการอบรมเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ไม่มีข้อเรียกร้องจากหน่วยงานของรัฐ ลูกค้า หรือผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบ ไม่มีข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล

ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและการพึ่งพาเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นในปัจจุบันนั้นอาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล แพลนบีตระหนักถึงความสำคัญของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสียดังกล่าวต่อการดำเนินธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย ในวันนี้บริษัทจึงได้ยึดมั่นปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และกำหนดมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่างๆ พร้อมทั้งยังเสริมสร้างความตระหนักรู้ของพนักงานเกี่ยวกับภัยคุกคามความปลอดภัยทางไซเบอร์อีกด้วย

บริษัทปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) และพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 ตลอดจนข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเก็บข้อมูล การบันทึกข้อมูล การใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การจัดเก็บรักษาข้อมูล รวมถึงการกำจัดข้อมูลภายหลังการใช้งาน โดยแพลนบีได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูล (DPO) เพื่อรับผิดชอบประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวต่างๆ ในปี 2565 บริษัทได้ยกระดับการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ด้วยการเพิ่มการกำกับดูแลข้อมูลต่างๆ โดยบริษัทได้ทบทวนแนวปฏิบัติและนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานทุกคนมีความรู้ทักษะ และเครื่องมือที่เหมาะสมในการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า

การดำเนินงานของบริษัทมีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทหลายกลุ่ม ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน เป็นต้น และเกี่ยวข้องกับบุคลากรของบริษัทในหลายหน่วยงาน ทำให้อาจเกิดการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องไม่ครบถ้วนตามมาตรการที่กำหนดไว้ในเรื่องต่าง ๆ เช่น การแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวและขออนุญาตใช้ข้อมูล การดำเนินการตอบสนองตามสิทธิของเจ้าของข้อมูล การจัดการเมื่อเกิดการรั่วไหลของข้อมูล เป็นต้น จึงอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงแก่บริษัทที่จะเกิดความเสียหายทั้งในด้านชื่อเสียงและการต้องชำระค่าเสียหายเป็นจำนวนมากหากมีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทได้มีการจัดเก็บ และโดยที่พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ได้มีผลบังคับใช้แล้วในวันที่ 1 มิถุนายน 2565 (“กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล”) บริษัทจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ทางคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้ออกเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว โดยบริษัทได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อออกนโยบายและขั้นตอนการทำงานภายในบริษัทเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและระเบียบอื่นใดที่

เกี่ยวข้อง และเพื่อให้นโยบายและขั้นตอนการทำงานภายในมีการปรับปรุงแก้ไขให้เป็นปัจจุบันเสมอ รวมทั้งมีการวางระบบ การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับให้พนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยใช้งานเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการ รั่วไหลและสามารถบรรเทาความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ทันที ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการร้องเรียน หรือข้อเรียกร้องใด ๆ ระบบ ดังกล่าวจะสามารถติดตามหาต้นตอข้อมูล เอกสาร รวมทั้งผู้จัดเก็บได้ทันที นอกจากนี้ บริษัทยังได้ออกแผนงานเพื่อให้ พนักงานทุกคนในบริษัทและบริษัทย่อยทราบถึงลักษณะการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ขั้นตอนการ ทำลายข้อมูลส่วนบุคคล รวมทั้งขั้นตอนในกรณีที่เจ้าของข้อมูลได้มีการแจ้งขอให้บริษัท ลบ ทำลาย หรือแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคล ของตนเองที่เก็บรักษาไว้กับบริษัท และรวมไปถึงการแจ้งให้ลูกค้าและลูกค้าทราบถึงแผนการปฏิบัติงานและนโยบาย คัดกรองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท เพื่อให้การทำงานร่วมกันสอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและแนว ปฏิบัติของคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทใช้ระบบบริหารจัดการความยินยอม (CMS) เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ PDPA โดยปัจจุบันบริษัทได้ใช้ระบบ CMS แล้ว โดยเว็บไซต์บริษัทได้ผนวกรวมเข้ากับระบบ CMS เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ บริษัทมีการบริหารกระบวนการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเก็บและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อบันทึกผลการประมวลผล ข้อมูลส่วนบุคคล (RoPA) ซึ่งช่วยให้ลูกค้ายื่นคำขอใช้สิทธิในฐานะเป็นเจ้าของข้อมูลได้โดยสะดวก โดยสามารถทำผ่านหัวข้อ “สิทธิของเจ้าของข้อมูล” ในระบบ CMS ทีมคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจะทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดการ ฝึกอบรมให้กับเจ้าของข้อมูล ผู้กำกับดูแลข้อมูล (ตัวแทนจากทุกหน่วยธุรกิจ) และผู้ใช้งาน เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจใน บทบาทความรับผิดชอบ กระบวนการ และระบบต่างๆ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทสามารถคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หนังสือยินยอมให้ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีสิทธิ์ เพื่อสมัครงานกับบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ด้วยบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “แพลนบี”) มีความประสงค์ที่จะเก็บรวบรวม ใช้ และเปิดเผย ข้อมูลส่วนบุคคลของข้าพเจ้า เพื่อใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของข้าพเจ้ากับบริษัท และเพื่อ บริษัทในเครือในกลุ่มของแพลนบี ตามที่กำหนดไว้ใน “นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล” ของบริษัท

ข้าพเจ้า (ชื่อ-นามสกุล) _____ จิตตฺยได้ขอมอบสิทธิในการเก็บรวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของข้าพเจ้าแก่แพลนบี ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว

ข้าพเจ้า ยินยอมให้บริษัทเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหวของข้าพเจ้า เพื่อการดำเนินการต่อไปนี้

 - เพื่อดำเนินการตรวจสอบประวัติและคุณสมบัติของข้าพเจ้าก่อนการจ้างงานภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย รวมถึง การตรวจสอบประวัติอาชญากรรม ประวัติสุขภาพ และตรวจสอบข้อมูลจากบุคคลอ้างอิงที่ท่านระบุ

ยินยอม ไม่ยินยอม
 - เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจ้างงาน เช่น การส่งข้อมูลผู้สมัครหรือ รายงานการสัมภาษณ์ไปยังฝ่ายที่เกี่ยวข้องและผู้มีอำนาจตัดสินใจคัดเลือก กระบวนการภายในเพื่อติดต่อ สัมภาษณ์จ้าง รวมถึงกระบวนการบริหารงานบุคคลอื่นๆ

ยินยอม ไม่ยินยอม
- ข้าพเจ้ายินยอมให้บริษัทดำเนินการรวบรวมข้อมูลของข้าพเจ้าที่ได้โดยตรงและจากแหล่งอื่นได้ เช่น หน่วยงานราชการ บุคคลอ้างอิงที่ท่านระบุในแบบฟอร์มสมัครงานของบริษัท หรือแหล่งข้อมูลสาธารณะอื่นๆ

ยินยอม ไม่ยินยอม
- ข้าพเจ้ายินยอมให้ บริษัทเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของข้าพเจ้าให้แก่บริษัทในกลุ่มของแพลนบีและบริษัทในเครือ และ บุคคลภายนอก เพื่อการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัท

ยินยอม ไม่ยินยอม
- ข้าพเจ้ายินยอมให้บริษัทจะสามารถเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของข้าพเจ้าต่อไปได้เป็นเวลา 2 (สอง) ปี หากบริษัท ตัดสินใจไม่ประสงค์ที่จะจ้างข้าพเจ้าเป็นพนักงานส่วนหน้าแผนงานที่ข้าพเจ้าได้สมัครไว้ ภายหลังจากที่บริษัท พิจารณาคุณสมบัติต่างๆ ของข้าพเจ้าแล้ว

ยินยอม ไม่ยินยอม

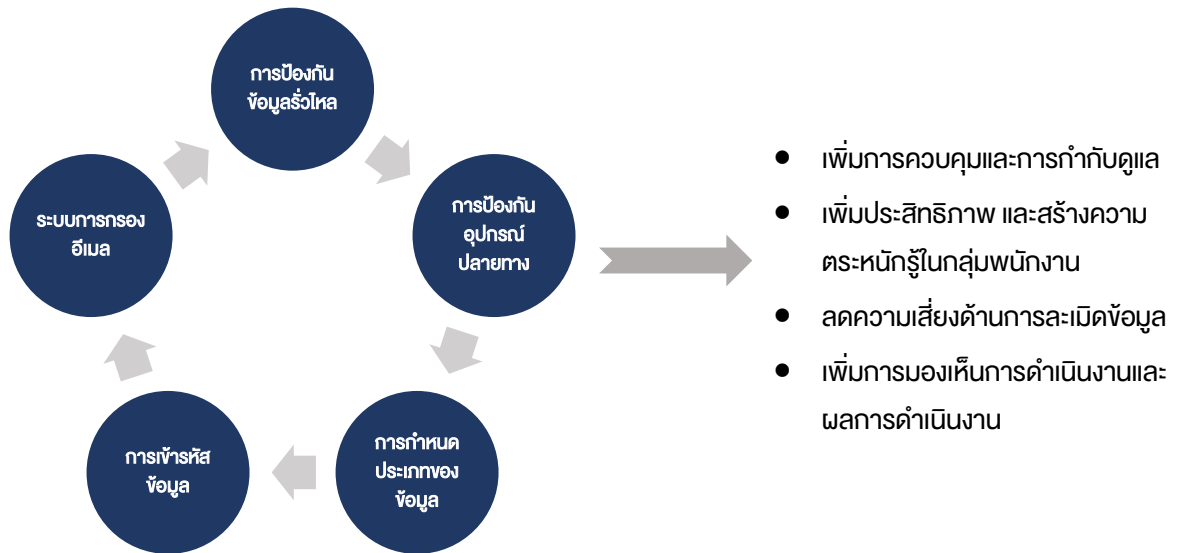
เว็บไซต์นี้มีการจัดเก็บคุกกี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานของท่าน และมอบบริการที่ดีที่สุดจากเรา กรุณาทราบบรรยากาศการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้งานคุกกี้ของเราได้ที่ [นโยบายการใช้คุกกี้](#)

เราคัดค้านการใช้คุกกี้ [การตั้งค่าคุกกี้](#) [ยอมรับทั้งหมด](#)



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายความเป็นส่วนตัว

บริษัทได้ติดตั้งระบบการป้องกันข้อมูลรั่วไหลเพื่อลดความเสี่ยงของการละเมิดข้อมูล รวมถึงเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของโครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ ในขณะเดียวกัน บริษัทปลูกฝังวัฒนธรรมของการใช้ข้อมูลอย่างรับผิดชอบผ่านการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรม อีกทั้งสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการป้องกันข้อมูล และสื่อสารข่าวสารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทางจดหมายข่าวและการตรวจสอบภายในบริษัท



ความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความปลอดภัยทางไซเบอร์และเสถียรภาพของเครือข่ายข้อมูล ซึ่งมีความเสี่ยงต่อการถูกโจรกรรมข้อมูลและอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่มีความหลากหลายและซับซ้อน และอาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงความน่าเชื่อถือของลูกค้าและลูกค้าที่มีต่อบริษัท อีกทั้งยังเป็นการให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมายทั้งในประเทศและระดับสากลด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และความเป็นส่วนตัวของข้อมูลอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันภัยทางไซเบอร์และลดผลกระทบจากการรั่วไหลของข้อมูลสู่สาธารณะที่อาจเกิดขึ้นได้

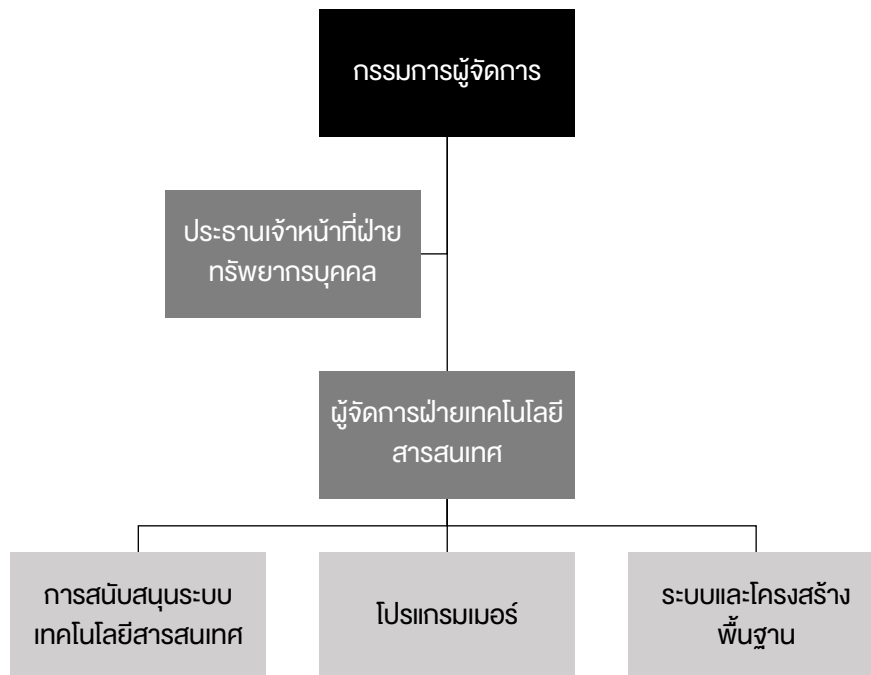
บริษัทจัดทำนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศโดยขอบเขตการบังคับใช้นั้นครอบคลุมถึงพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานในนามของบริษัท นโยบายฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบในการกำหนดแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของบริษัท เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดครอบคลุมถึงโครงสร้างความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัท ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร การบริหารจัดการทรัพยากร การควบคุมการเข้าถึง การเข้ารหัสข้อมูลทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงาน ด้านการสื่อสาร ความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการภายนอก การบริหารจัดการเหตุการณ์ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของการบริหารจัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยนโยบายฉบับนี้จะได้รับการทบทวนและกำหนดให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามข้อกำหนด โดยผู้ตรวจรับทั้งภายในและภายนอก นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจและแผนการกู้คืนข้อมูลทางสารสนเทศ เพื่อให้มั่นใจในความพร้อมทางข้อมูลและการบริหารหลังจากการหยุดชะงักที่อาจเกิดขึ้นกับกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง

การให้ความคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้า พนักงาน คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้นนับเป็นสิ่งหนึ่งที่แพลน บีให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยบริษัทได้จัดทำนโยบายความเป็นส่วนตัวเพื่อประกาศเจตจำนงการให้ความคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 ตลอดจนมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับข้อกำหนดในกฎระเบียบดังกล่าวเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้แก่พนักงาน และในปี 2565 บริษัทได้มีการจัดหลักสูตรอบรมดังกล่าวแก่คณะกรรมการบริษัทได้เตรียมพร้อมและเพิ่มพูนความรู้ให้พร้อมสำหรับการบังคับใช้กฎหมายอีกด้วย ทั้งนี้ แพลน บีจะใช้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งไว้ในนโยบายความเป็นส่วนตัวและ/หรือที่ได้รับคามยินยอมสำหรับวัตถุประสงค์ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องได้รับความยินยอมเท่านั้น

แนวทางการจัดการ

บริษัทยึดถือแนวปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 และพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ.2562 ในการจัดการความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และสารสนเทศ (Cybersecurity and Information Security Management Policy) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลของลูกค้าและลูกค้า รวมไปถึงข้อมูลภายในองค์กรจะได้รับการปกป้องอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทได้วางนโยบายเพื่อความปลอดภัยด้านสารสนเทศและไซเบอร์ไว้เพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โครงสร้างการกำกับดูแลด้านความมั่นคงทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า



กรรมการผู้จัดการ

- กำกับดูแลโดยกรรมการผู้จัดการเพื่อกำหนด ทบทวน และอนุมัตินโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และ ทบทวนประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบาย
- ให้แนวทางและการสนับสนุนการจัดทำมาตรการและทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับความปลอดภัยข้อมูล
- ตรวจสอบให้แน่ใจว่าการดำเนินการควบคุมความปลอดภัยของข้อมูลได้รับความร่วมมือจากทั่วทั้งองค์กร

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคล

- ทบทวนและอนุมัติแผนและโปรแกรมเพื่อดำเนินการ รักษา และปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล
- ดำเนินการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล
- กำหนดทิศทางกลยุทธ์สารสนเทศและการสื่อสารเทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ

ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

- ดูแลให้องค์กรปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562
- ทำหน้าที่รับเรื่องติดต่อสำหรับการรายงานและการจัดการเรื่องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

ระเบียบปฏิบัติสำหรับเหตุการณ์ทางด้านความมั่นคงปลอดภัย

บริษัทมีนโยบายเมื่อพบเหตุการณ์ทางด้านความมั่นคงปลอดภัย ดังนี้



ในกรณีพนักงานมีการฝ่าฝืนนโยบายการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จนเป็นเหตุให้องค์กรได้รับความเสียหายหรืออาจจะพิสูจน์ได้ว่าจะได้รับ ความเสียหายตามความเห็นของผู้บริหารองค์กร พนักงานที่กระทำ ความผิดดังกล่าวรับทราบและยินยอมให้องค์กร สามารถทำการให้โทษแก่พนักงานได้ตามความ เหมาะสมของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็น การว่ากล่าวตักเตือน ออกหนังสือแจ้ง คาดโทษ หรือให้พ้น สภาพจากการเป็นพนักงานได้ ตามกฎระเบียบ ข้อมบังคับขององค์กร

ในกรณีที่เกิดความเสียหายร้ายแรง โดยการกระทำที่ ทุจริตหรือประมาทอย่างร้ายแรงจนเป็นเหตุให้องค์กร ได้รับความเสียหายพนักงานที่กระทำ ความผิด ดังกล่าวรับทราบและยินยอมให้องค์กรสามารถกระทำ การตามข้อจ้างต้นได้ รวมถึงยินยอมที่จะชดใช้ความ เสียหายที่เกิดขึ้นตามจริงให้แก่องค์กรในการกระทำผิด ดังกล่าว

ผลการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนาระบบและการบริหารจัดการความปลอดภัยของข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่า สามารถป้องกันการละเมิดข้อมูลได้อย่างสมบูรณ์ร้อยละ 100 ตามเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็น การรั่วไหลของข้อมูล การโจรกรรม หรือการสูญหายของข้อมูล

ผลการดำเนินงาน	2563	2564	2565
จำนวนคำร้องเรียนจากบุคคลภายนอกองค์กรและได้รับการยืนยันจาก บุคคลในองค์กร	0	0	0
จำนวนคำร้องเรียนจากหน่วยงานกำกับดูแล	0	0	0
จำนวนกรณีที่ข้อมูลของลูกค้ารั่วไหล ถูกโจรกรรมหรือสูญหาย	0	0	0

อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

(GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-6, 403-7, 403-8)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> พนักงานส่วนปฏิบัติการของ บริษัทและลูกค้าในอัตรา ร้อยละ 100 ได้รับการฝึกอบรม ตามมาตรฐานความปลอดภัย ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำนโยบาย มาตรการ และการฝึกฝนด้านความปลอดภัย แก่พนักงานส่วนปฏิบัติการ ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำนโยบาย มาตรการ และการฝึกฝนด้านความปลอดภัย แก่พนักงานส่วนปฏิบัติการ ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน

ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดำเนิน เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ แพลนบีมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่ไม่มีอุบัติเหตุโดยใส่ใจต่อความปลอดภัยของพนักงานและสังคมเป็นหลัก โดยบริษัทดำเนินการเพื่อพัฒนาความปลอดภัย สุขภาพ และสวัสดิภาพของพนักงานในทุกสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง

แพลนบีได้กำหนดนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยซึ่งมีผลบังคับใช้กับพนักงาน ผู้รับเหมา และลูกค้า รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัททั้งหมด บริษัทดำเนินการจัดการและพัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยขององค์กรอย่างต่อเนื่องตามข้อกำหนดขององค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (ISO 45001) รวมไปถึงกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และบริษัททำการประเมินและจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานสำหรับธุรกิจสีเขียวเป็นประจำ โดยกระบวนการประเมินความเสี่ยงประกอบด้วย

- 1) การวิเคราะห์และการประเมินกิจกรรมการทำงาน
- 2) การใช้ลำดับชั้นของการควบคุมและกำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อจัดอันตรายและลดความเสี่ยง
- 3) การดำเนินการและประเมินความคืบหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อสุขภาพ
- 4) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ พนักงานสามารถรายงานเหตุการณ์และสถานการณ์อันตรายจากการทำงานได้ระหว่างการประชุมด้วยความปลอดภัยประจำเดือน หรือสามารถจัดทำรายงานอุบัติเหตุเพื่อดำเนินการสืบสวนสอบสวนดังขั้นตอนที่กำหนดไว้ในระเบียบปฏิบัติงาน นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนให้พนักงานรายงานข้อกังวลที่เกี่ยวข้องกับอาชีวอนามัยและความปลอดภัยผ่านช่องทางการแจ้งเรื่องร้องเรียนตามที่บริษัทได้กำหนดคู่มือ การกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ โดยผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการตอบโต้ อีกทั้งในสถานการณ์ที่เชื่อว่าจะก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วย พนักงานมีสิทธิหยุดงานและแจ้งให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไปได้ อีกทั้งบริษัทยังจัดทำแผนบริหาร ความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินด้านสุขภาพ เช่น วิกฤติโรคระบาดที่อาจทำให้ธุรกิจหยุดชะงักได้

บริษัทยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมได้เสีย โดยมีกำหนดมาตรการและการดำเนินงานต่างๆ เพื่อสร้างความปลอดภัย ความเชื่อมั่น และความสบายใจให้กับลูกค้าและคู่ค้าที่เข้ามาใช้บริการทุกรายอีกด้วย แพลนบีดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพต่างๆ ให้กับพนักงานเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยโครงการดังกล่าว ได้แก่ การตรวจสุขภาพประจำปี ฟิตเนส รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ เช่น การวิ่งมาราธอน นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดให้มีการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเพื่อปลูกฝังความตระหนักและลดเหตุการณ์อันไม่พึงประสงค์ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติงานที่อาจเกิดขึ้นได้กับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงาน โดยหลักสูตรฝึกอบรมนี้จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปีสำหรับพนักงานทุกคน เช่น

- การจัดอบรมเรื่องการช้อนหนีไฟให้แก่พนักงานเป็นประจำทุกปี
- การจัดอบรมเรื่องความปลอดภัยในการทำงานกับความร้อนและประกายไฟ (Hot Work)
- การจัดอบรมเรื่องความปลอดภัยในการทำงานบนที่สูง (High Work)
- การจัดอบรมเรื่องความปลอดภัยและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับไฟฟ้า
- การจัดกิจกรรม “5ส” เพื่อดูแลรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและถูกสุขลักษณะอนามัยให้เหมาะสมกับลักษณะงานของแต่ละหน่วยงาน



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดี

(GRI 401-1, 401-2, 403-3, 404-1, 404-2)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 	<ul style="list-style-type: none"> อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 	<ul style="list-style-type: none"> อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรในระดับร้อยละ 80

พนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าในการขับเคลื่อนบริษัทไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานและการปรับตัวให้เข้ากับทิศทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยแพลนบีมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการพัฒนาและรักษาพนักงานไว้เพื่อขับเคลื่อนบริษัทไปสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืนได้

ภายใต้การเติบโตด้านทรัพยากรมนุษย์ แพลนบีปลูกฝังให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันกับค่านิยมองค์กร (PLANB Core Value) และตัวตนของแบรนด์ (Brand DNA) ผ่านการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมหลักเรื่องความเชื่อมั่นในคุณค่าของความยั่งยืนในระยะยาว (Long-Term Sustainable Value) โดยแพลนบียังได้จัดหลักสูตรการเรียนรู้และการพัฒนารวมถึงการยกระดับทักษะ (Upskill Program) สำหรับผู้นำองค์กรและพนักงาน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพ โดยบริษัทได้จัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งและการพัฒนาสายอาชีพ (Succession and Career Development Program) เพื่อใช้ในการพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพและผู้สืบทอดตำแหน่งให้สอดคล้องกับเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) และเพิ่มจำนวนผู้สืบทอดภายในองค์กร บริษัทตั้งเป้าหมายให้ตำแหน่งสำคัญในบริษัท ต้องได้รับการคัดเลือกจากพนักงานภายในองค์กรร้อยละ 100 โดยตั้งเป้าที่จะบรรลุผลภายในปี 2570

อีกทั้งเรายังเชื่อว่าการสร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดี การรักษาพนักงาน และการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพล้วนมีความสำคัญต่อความสำเร็จของ แพลนบี โดยเฉพาะการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรเรามุ่งมั่นที่จะปลดล็อกศักยภาพของบุคลากรของเราและเพิ่มพลังอำนาจแก่พวกเขาด้วยการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการทำงาน และสร้างความมั่นใจว่าความสามารถของพวกเขาจะได้รับการยอมรับและรางวัลแห่งความสำเร็จ นอกจากนี้ บริษัทตระหนักดีว่าการรับฟังความคิดเห็นของคนในองค์กรนั้นมีความสำคัญต่อบริษัทอย่างยิ่ง

บริษัทลงทุนในการพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานเพื่อการเติบโตของบริษัทและการผลิตทรัพยากรบุคคลที่สามารถสร้างคุณค่าแก่สังคม ผ่านค่านิยมของแพลนบี ได้แก่ AGILE: Active, Growth, Innovation, Leadership และ Expert นอกจากนี้ เรามุ่งมั่นเพื่อให้ได้การยอมรับว่าเป็นหนึ่งในนายจ้างที่ดีที่สุดในอุตสาหกรรมที่สามารถดึงดูดผู้มีความสามารถจากทุกระดับ และเป็นเลิศในด้านการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศในองค์กร

แพลนบีให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมทางเพศในสถานที่ทำงาน เราสนับสนุนโอกาสความก้าวหน้าและการเติบโตในสายอาชีพโดยขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำงานและไม่แบ่งแยกเพศ โดยบริษัทได้รายงานสถิติการจ้างงานทั้งปีพื้นฐานในปี 2565 ด้านโครงสร้างแรงงานการจ้างพนักงานใหม่ การลาออกของพนักงาน และการลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร

- จำนวนพนักงานทั้งหมด 538 คน
 - จำนวนพนักงานชายทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 58
 - จำนวนพนักงานหญิงทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 42
- อัตราการจ้างงานใหม่คิดเป็นร้อยละ 27
- อัตราการลาออกคิดเป็นร้อยละ 8

ผลการประเมินการปฏิบัติงานทั้งรายคณะและรายบุคคลประจำปี 2565 มีประสิทธิภาพที่มากขึ้น นอกจากนี้บริษัทมีการกำหนดค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับผลการปฏิบัติหน้าที่ของผู้นำบริษัท (CEO หรือเทียบเท่า)

- ผลการประเมินคณะกรรมการรายคณะ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยมที่ร้อยละ 95.50
- ผลการประเมินคณะกรรมการรายบุคคล มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยมที่ร้อยละ 95.73
- ผลการประเมินประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยมที่ร้อยละ 97.33
- ผลการประเมินกรรมการผู้จัดการ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยมที่ร้อยละ 96.90

การบริหารจัดการพนักงานที่มีศักยภาพสูง

จากความสำเร็จในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน บริษัทจึงได้เล็งเห็นถึงการบริหารทรัพยากรบุคคล ทั้งการสรรหาและสร้างแรงจูงใจและรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพไว้ นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญในการพัฒนา ศักยภาพของบุคลากรผ่านโปรแกรมการฝึกอบรมสมรรถนะ การสอนงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมไปถึงองค์ ความรู้รอบตัวอื่นๆ เพื่อเสริมสร้างโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ และเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรในการรับมือ กับความท้าทายในอนาคต

บริษัทมุ่งมั่นที่จะปลูกฝังและสร้างบุคลากรที่มีศักยภาพผ่านโปรแกรมพัฒนาสมรรถนะ การสอนงาน และการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พร้อมเสริมทักษะการแก้ไขปัญหาในการทำงาน แผนการเรียนรู้ของบริษัทยังมีพื้นฐานมาจากหลายด้าน ทั้งด้านวัฒนธรรมองค์กร ความเป็นผู้นำ และสมรรถนะในบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ โดยมีความเหมาะสมกับพนักงานและผู้จัดการแต่ละคน คือ

- การสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทด้วยโครงการ Employee Referral Program หรือโครงการเพื่อนแนะนำเพื่อน เพื่อให้บริษัท สามารถสรรหาบุคลากรได้ในแบบที่ต้องการ ร่วมกับสถาบันการศึกษาจัดกิจกรรม Roadshow เพื่อแนะนำบริษัทให้เป็นที่รู้จักแก่บรรดาศิษย์นักศึกษาที่ใกล้ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย เป็นต้น
- การพัฒนาและสนับสนุนให้บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ได้มีโอกาสแสดงความสามารถผ่าน Talent Management Program พร้อมโอกาสในการพัฒนา เรียนรู้ และความก้าวหน้าในการทำงาน
- การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor Program) เพื่อเตรียมความพร้อมให้การ ดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องเมื่อมีตำแหน่งงานสำคัญว่างลง

การฝึกอบรมพนักงาน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการจัดฝึกอบรมด้านการเคารพกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างการฝึกอบรม เช่น การฝึกอบรมด้านความปลอดภัยสำหรับผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา และพนักงาน การดับเพลิงขั้นพื้นฐาน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม การปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการทำ CPR ฯลฯ นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนให้พนักงานตั้งเป้าหมายการเรียนรู้และการพัฒนาด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 15 ชั่วโมงต่อคนต่อปี เพื่อเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตสิทธิมนุษยชน และการพัฒนาที่ยั่งยืน ในปี 2565 บริษัทได้จัดหาหลักสูตรบนระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Plan B Academy Center และจะได้รับประกาศนียบัตรเมื่อเรียนจบ ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาผู้บริหารและพนักงานที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ บริษัทยังสนับสนุนให้ผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมหลักสูตร Director Certification Program (DCP) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย เพื่อให้มีทักษะและองค์ความรู้ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี อันเป็นสิ่งสำคัญที่กรรมการบริษัทต้องทราบเพื่อนำมาใช้พัฒนาผลการดำเนินงานในภาพรวม กำหนดทิศทางและนำองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนาผลประกอบการของธุรกิจแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

การฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร

ปัจจุบันบริษัทมีการพัฒนาหลักสูตรอบรมอย่างมากมายครอบคลุมพนักงานในทุกระดับและสายงาน เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองตามขอบข่ายหน้าที่งาน ดังนี้

กลุ่มการเรียนรู้	ตัวอย่างหลักสูตรการอบรม
1. ก้าวผู้นำ (Leadership)	<ul style="list-style-type: none"> • อโงศล แพลนบี ดีเอ็นเอ • การนำตนเอง • ก้าวผู้นำสำหรับทีมสิด • โปรแกรมพัฒนาก้าวผู้นำ LDP
2. ทักษะธุรกิจ (Business essential)	<ul style="list-style-type: none"> • วิธีการให้และรับ Feedback • วิธีการตั้งเป้าหมาย และประเมินผลงาน • การบริหารเวลา และจัดลำดับความสำคัญ • ทักษะการสัมภาษณ์สำหรับผู้จัดการ • การโค้ชและสอนงาน • การเข้าใจผู้อื่น • การคิดเชิงออกแบบ • การคิดแบบเติบโต • การทำงานเป็นทีม • ทักษะการนำเสนองาน • ฝึกเล่าเรื่องให้ประทับใจ • การคิดอย่างมีเหตุผล • การบริหารโครงการ • การแก้ปัญหาและตัดสินใจ • ปฐมนิเทศพนักงานใหม่

กลุ่มการเรียนรู้	ตัวอย่างหลักสูตรการอบรม
	<ul style="list-style-type: none"> ● เตรียมความพร้อม ● การเป็นผู้จัดการ
3. ทักษะตามสายงาน (Expertise)	<ul style="list-style-type: none"> ● ขายสื่อออกที่อยู่อาศัยอย่างไรให้ได้ยอดขายหลักพันล้านบาท ● หลักการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ● Big Four: สื่อออกบ้าน (Bus, Static, Digital, Airport) ● การผลิตสื่อออกบ้าน (Out-of-home production) ● ความรู้ภาษีป้าย ● การตลาดแบบมีส่วนร่วมกับ Plan B Stadium ● ขั้นตอนเกี่ยวกับบัญชีและการเงิน ● ขั้นตอนเกี่ยวกับงานจัดซื้อ ● วิธีการใช้งานระบบใบขอซื้อ (PR Epicor) และใบสั่งจ่าย (e-Payment) ● Legal 101 การร่างสัญญาเบื้องต้น ● ระบบงาน IT และการใช้ Google workspace ● หลักการทำงานกับคน ● ความปลอดภัยและไฟฟ้าเบื้องต้น เล่ม 1 ● ไฟฟ้าเบื้องต้น เล่ม 2 และเล่ม 3 ● ความปลอดภัยการทำงานบนที่สูง (High work) ● ความปลอดภัยการทำงานในอุโมงค์ ● ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน
4. ดิจิทัลเทคโนโลยี (DigiTech)	<ul style="list-style-type: none"> ● ระบบงาน IT และการใช้ Google workspace ● PowerPoint / Google Slide Expert ● Excel / Google Sheet Expert ● ความปลอดภัยทางไซเบอร์ ● ความรอบรู้ทางดิจิทัล
5. ข้อมูลและการออกแบบ (Data & Design)	<ul style="list-style-type: none"> ● การแปลงข้อมูลเป็นสินทรัพย์ ● หลักการออกแบบ Dashboard ● การทำ Dashboard ด้วย Data Studio ● การออกแบบประสบการณ์ให้ผู้ใช้งาน ● การออกแบบบริการให้ผู้ใช้งาน

ศูนย์การเรียนรู้และฝึกอบรมผ่าน Plan B Academy Center

Plan B Academy Center เป็นศูนย์การเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ที่จะช่วยพัฒนาอาชีพให้กับพนักงานผ่านกว่า 200 คอร์สเรียนทั้งด้านภาวะผู้นำ ทักษะทางธุรกิจ ทักษะตามสายงาน ดิจิทัลเทคโนโลยี ข้อมูลการออกแบบ และ AGILE Plan B DNA โดยบริษัทตั้งเป้าหมายในการเก็บชั่วโมงฝึกอบรมของพนักงานแต่ละคนอยู่ที่ 15 ชั่วโมงต่อปี

การฝึกอบรมและการพัฒนาศึกยภาพ

จำนวนการฝึกอบรม (ชั่วโมงต่อคน)	ปี 2564	ปี 2565
ภาพรวมพนักงานทุกระดับ	10.81	15.83
ระดับผู้บริหาร	4.90	23.21
ระดับหัวหน้างาน	13.14	18.58
ระดับผู้จัดการ	10.44	22.04
ระดับปฏิบัติการ	10.38	13.84

การจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง

แผนสืบทอดตำแหน่งเป็นนโยบายการสรรหาพนักงานที่มีศึกยภาพสูง และมีขีดความสามารถที่จะเป็นผู้สืบทอดในตำแหน่งสำคัญของบริษัท เพื่อสานความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างมั่นคง รวมถึงแสดงศึกยภาพในการขึ้นดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงของแพลนบีในอนาคต

ในปี 2565 บริษัทได้ดำเนินการตามกรอบแนวคิดด้านการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งโดยเริ่มจากการระบุตำแหน่งที่สำคัญ (Critical Positions) ในองค์กร ถัดมาจึงเป็นการระบุผู้ที่มีศึกยภาพที่จะมาสืบทอดตำแหน่ง โดยใช้เครื่องมือ 9-Grid (ประเมินจากผลการดำเนินงานและศึกยภาพ) จากนั้น บริษัทจะคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่งเพื่อนำมาเข้ากระบวนการพัฒนาแบบยกระดับ (Accelerated Development Plan: ADP) และปิดช่องว่างทางสมรรถนะของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ บริษัทวางแผนที่จะระบุผู้สืบทอดตำแหน่งในตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายและหัวหน้าส่วนจากพนักงานทุกระดับในองค์กร ในปี 2566 ซึ่งถือเป็นการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 3 ของแผนการดำเนินงานสืบทอดตำแหน่งการดำเนินงานตามแผนสืบทอดตำแหน่งของแพลนบี แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

- ขั้นตอนที่ 1: เพื่อระบุผู้สืบทอดตำแหน่งหัวหน้าคณะธุรกิจหรือสายงาน
- ขั้นตอนที่ 2: เพื่อระบุผู้สืบทอดตำแหน่งของผู้ที่ขึ้นตรงต่อหัวหน้า คณะธุรกิจหรือสายงาน และตำแหน่งสำคัญทั้งหมดในองค์กร
- ขั้นตอนที่ 3: เพื่อระบุผู้สืบทอดตำแหน่งหัวหน้าฝ่าย และหัวหน้าส่วนจากพนักงานทุกระดับในองค์กร

บริษัทได้ออกแบบและวางแผนที่จะดำเนินงานตามโครงการพัฒนาพนักงานที่มีศึกยภาพสูง (Talent Development Program) สำหรับกลุ่มผู้สืบทอดตำแหน่งในขั้นตอนที่ 1, 2 และ 3 โดยมีเป้าหมายที่จะให้แล้วเสร็จภายในสิ้นปี 2566

ความหลากหลายในที่ทำงาน

จากแนวโน้มประชากรสูงวัยที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก บริษัททราบว่าประเทศไทยกำลังเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัย และตระหนักถึงความสำคัญของการเตรียมพร้อมเพื่อเข้าสู่สังคมสูงวัยด้วยเหตุนี้บริษัทจึงริเริ่มการจ้างงานผู้เกษียณอายุ ไม่ว่าจะเป็นการจ้างงานแบบสัญญาใหม่หรือต่ออายุสัญญาเดิม (สำหรับผู้ที่ถึงวัยเกษียณที่ทำงานกับแพลนบี) ในปีนี้เราจ้างผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ที่ยังสามารถทำงานได้ที่ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 คน

นอกจากนี้ แพลนบีให้ความสำคัญกับพนักงานที่หลากหลายและวัฒนธรรมการไม่แบ่งแยก โดยบริษัทเชื่อมั่นอย่างยิ่งว่าความหลากหลายและการรวมเป็นหนึ่งเดียวกันจะสร้างที่ทำงานที่ขับเคลื่อนโดยไม่หยุดนิ่ง โดยพนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติต่อความชอบทางเพศ เพศ เชื้อชาติพันธุ์ สัญชาติ ประเทศต้นกำเนิด หรือภูมิหลังทางวัฒนธรรม ซึ่งบุคคล LGBTQI+ มีสิทธิได้รับสวัสดิการและผลประโยชน์ของบริษัทเท่าเทียม เช่น กองทุน ลาเพื่ออุปการะบิดา มารดา และการลาป่วยเพื่อผ่าตัดแปลงเพศ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน โดยพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยไม่คำนึงถึงเพศ

พฤติกรรมกรรมการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดสามารถรายงานได้ผ่านช่องทางการแจ้งเบาะแสตามคู่มือการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งผู้รายงานจะได้รับการคุ้มครองจากการรายงานดังกล่าว นอกจากนี้ ผู้รายงานยังสามารถรายงานเป็นลายลักษณ์อักษรหรือด้วยวาจาต่อหัวหน้างานและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะมีการดำเนินการตามกระบวนการสอบสวนที่กำหนดไว้ และส่งต่อไปยังหัวหน้าสายงานทรัพยากรมนุษย์ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทจะมีการดำเนินการแก้ไขหรือดำเนินการทางวินัยตามเห็นสมควรจากข้อสรุปของการสอบสวนดังกล่าว โดยในกรณีการละเมิดจะมีการดำเนินการคดีทางกฎหมายตามความเหมาะสม

การสร้างความผูกพันของพนักงาน

พนักงานเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนความต่อเนื่องทางธุรกิจของแพลนบีในกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล บริษัทได้ดำเนินการเพื่อส่งเสริมความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร เช่น จัดให้มีการฝึกอบรมที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาย่างต่อเนื่อง จัดทำโครงการเพื่อรักษาพนักงานที่ดีและมีความสามารถ ให้ผลตอบแทนและสิทธิประโยชน์แก่พนักงานอย่างเป็นธรรม กำหนดนโยบายและแนวทางด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัยที่สอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานไทยอย่างเคร่งครัดให้แก่พนักงาน ปฏิบัติต่อพนักงานโดยเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน และจัดให้มีช่องทางสำหรับการรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะ หรือข้อร้องเรียนจากพนักงาน

บริษัทรับฟังความคาดหวังและข้อกังวลของพนักงานผ่านแบบสอบถาม การมีส่วนร่วมประจำปี และแบบสำรวจความพึงพอใจที่จัดทำทั้งบริษัท โดยผลลัพธ์จะถูกนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการปรับปรุงความพึงพอใจของพนักงาน

ในปี 2565 ผลการสำรวจความผูกพันของพนักงานชี้ว่ามีพนักงานที่ตอบกลับแบบสำรวจคิดเป็นร้อยละ 100.0 โดยมีพนักงานที่รู้สึกผูกพันกับบริษัทร้อยละ 80.4 ซึ่งมากกว่าค่าเป้าหมายที่บริษัทกำหนด ทั้งนี้ บริษัทได้สื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมจากพนักงานผ่านหลากหลายช่องทาง อาทิ อีเมลภายในองค์กร (Plan B News, HR News) และการจัด Townhall โดยผู้บริหารระดับสูง จากความพยายามนี้ส่งผลให้พนักงานของแพลนบีมีความพึงพอใจสูงขึ้นในทุกมิติ ได้แก่ มิติด้านความผูกพัน (Engagement) ภาวะผู้นำ (Leadership) แนวทางการทำงาน (Alignment) สภาพแวดล้อม (Environment) และผลตอบแทน (Benefits)

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า

ในช่วงปีที่ผ่านมาบริษัทมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า และรับมือกับความท้าทายในการรักษาฐานลูกค้าเดิมหรือการหาลูกค้าใหม่ๆ ดังนั้น บริษัทจึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดและมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า อีกทั้ง ยังถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเสริมสร้างการเติบโตทางธุรกิจในระยะยาว บริษัทมีการส่งแบบประเมินคะแนนต่อทีมขายให้กับลูกค้าทั้งลูกค้าตรงและลูกค้าเอเจนซี่ในทุกๆ ปี โดยพิจารณาจากหลากหลายด้าน เช่น ความรู้ความเชี่ยวชาญในสื่อออกที่อยู่อาศัย ความสามารถในการวางแผนสื่อให้ตรงตามจุดประสงค์และเป้าหมายของลูกค้า ความสามารถในการแก้ปัญหา และอื่นๆ โดยคำนึงถึงแนวโน้มด้านการตลาดและความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย

คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Score)

	2562	2563	2564	2565
คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า	4.37	4.48	4.66	4.65

ในปี 2565 บริษัทได้ตั้งเป้าหมายระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ที่ 4.5 จากคะแนนเต็ม 5.0 ซึ่งปรากฏว่าระดับความพึงพอใจเฉลี่ยของลูกค้าจริงอยู่ที่ระดับ 4.65 ซึ่งเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยบริษัทได้นำมาต่อยอดเพื่อปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการลูกค้าและความรู้ความสามารถของพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง และจากผลการประเมินความพึงพอใจของบริษัทได้มีการนำมาวิเคราะห์แยกออกเป็นกลุ่มตามหลักเกณฑ์ด้วยการพิจารณาจาก ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการขาย ความรู้ความเชี่ยวชาญในสื่อออกที่อยู่อาศัย บุคลิกภาพ การสื่อสารกับลูกค้า และทักษะการแก้ไขปัญหา เพื่อให้บริษัทสามารถจัดหาหลักสูตรการอบรมและข้อเสนอแนะที่จะช่วยพัฒนาทักษะของพนักงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มสูงขึ้นและรองรับความต้องการของลูกค้าที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในอุตสาหกรรมตามมาด้วย

กลยุทธ์ในการพัฒนาด้านลูกค้าสัมพันธ์เพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้า

- จัดการประชุมภายในทีมและองค์กร เพื่อระดมความคิดแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

- จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเพื่อนำความคิดเห็นไปปรับปรุงและต่อยอดในอนาคต



- ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการให้คำปรึกษา วิเคราะห์ และนำเสนอการแก้ปัญหาที่สอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายทางธุรกิจของลูกค้า

- การนำเสนอแพ็คเกจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง
- ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อจัดการปัญหาได้อย่างทันถ่วงที

การดูแลพนักงาน

นโยบายการรักษาพนักงานของแพลนบีในช่วงโควิด-19 ของบริษัทยังคงยึดมั่นในหลักการไม่เลิกจ้างพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานทุกคนเหมือนเดิม เพื่อร่วมยืนหยัดและฝ่าฟันช่วงเวลาแห่งความท้าทายนี้ไปด้วยกัน บริษัทได้รณรงค์ให้พนักงานมีวิถีการทำงานใหม่แบบไร้ขีดจำกัดเพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานและคุ้นชินกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นำมาซึ่งการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและไร้พรมแดน

ทั้งนี้ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในระยะเวลา 2-3 ปี ที่ผ่านมานั้น บริษัทให้ความสำคัญกับด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานเป็นอย่างมาก บริษัทได้วางนโยบายเพื่อบริหารความเสี่ยงด้านเชื้อไวรัส COVID-19 และจัดให้มีการดำเนินการต่างๆ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับพนักงานในระดับสูงสุด ดังนี้

1. บริษัทออกมาตรการในการป้องกันการแพร่กระจายเชื้ออย่างรัดกุม และมีนโยบายในการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากการแพร่เชื้ออย่างเป็นทางการ รวมถึงดำเนินการแต่ละกรณีอย่างรวดเร็วและชัดเจน
2. กำหนดมาตรการการทำงานจากที่บ้าน (Work from home – WFH) โดยจัดให้แต่ละฝ่ายงานแบ่งกำลังคนออกเป็นประเภทตามเนื้อหา และให้หัวหน้างานเป็นผู้ควบคุมประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานแต่ละคน หากพนักงานจำเป็นต้องเข้าปฏิบัติงานที่สำนักงาน อาคาร จะต้องนั่งปฏิบัติงานแบบเว้นระยะห่าง ทั้งนี้ บริษัทได้จัดหาหน้ากากอนามัย รวมถึง COVID Protection board ติดตั้งให้ที่โต๊ะทำงานของพนักงานทั้งบริษัท มีกำหนดการฉีดพ่นฆ่าเชื้อทุกสัปดาห์ และให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายอาคารทำความสะอาดพื้นที่ในสำนักงานเป็นประจำทุกวัน และสำหรับพนักงานที่ต้องออกไปปฏิบัติงานภายนอก บริษัทมีการเตรียมหน้ากากอนามัย เจลล้างมือ และชุดตรวจ ATK ไว้คอยบริการ และอนุญาตให้สายงานทำเรื่องเบิกค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการปฏิบัติในสายงานได้เท่าที่จำเป็น
3. ในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ดีขึ้น บริษัทจะกำหนดให้พนักงานสลับทีมเข้ามาทำงานที่สำนักงาน และจัดหาชุดตรวจ ATK ให้กับพนักงาน โดยกำหนดส่งผลตรวจอย่างสม่ำเสมอ และมีการออกแบบสำรวจความเสี่ยงเป็นประจำทุกสัปดาห์เพื่อให้มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด และพร้อมที่จะนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือดำเนินการต่างๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป
4. บริษัทจัดหา COVID-19 Insurance ให้กับพนักงาน และจัดเตรียมวัคซีนให้กับพนักงานทุกราย
5. บริษัทเน้นย้ำและประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเชื้อไวรัส COVID-19 รวมถึงรายงานสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบันที่เกิดขึ้นทั้งภายนอกและภายในองค์กรให้พนักงานได้รับทราบผ่านทุกช่องทางการสื่อสารเป็นประจำ

การเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน

(GRI 2-19, 410-1)

บริษัทยึดถือและเคารพสิทธิมนุษยชนในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ระดับปฏิบัติงานไปจนถึงห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท เราตระหนักดีว่าบริษัทมีอำนาจควบคุมการปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวข้องกับสิทธิของพนักงานภายใต้กลุ่มบริษัท เราจึงมุ่งมั่นตั้งใจปกป้องสิทธิมนุษยชนของพนักงาน

อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นไม่ว่าจะผ่านทางห่วงโซ่คุณค่าหรือคู่ค้าของเรา เรามุ่งมั่นที่จะปิดช่องว่างเหล่านี้เพื่อยกระดับการดูแลเรื่องสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัท ไม่ว่าบุคคลเหล่านั้นจะเป็นใครหรือว่าอยู่ในตำแหน่งใดของห่วงโซ่คุณค่าก็ตาม บริษัทยึดหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเคร่งครัด และไม่ยินยอมให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างเด็ดขาด ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทนั้นย้ำในจรรยาบรรณทางธุรกิจ และสะท้อนในการปฏิบัติงานของบริษัท สิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องคือหัวใจสำคัญของการปฏิบัติงานของแพลน บี โดยเราให้ความสำคัญกับการประเมินความเสี่ยง และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการระบุกลุ่มที่อาจได้รับผลกระทบหลักสิทธิมนุษยชนที่แพลน บีให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ดังนี้

- สิทธิมนุษยชนในการดำเนินกิจการ
- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- สภาพแวดล้อมในการทำงาน
- ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม
- การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและโอกาสที่เสมอภาค
- เสรีภาพในการสมาคม

ทั้งนี้ แพลน บีให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมทางเพศและความเสมอภาค โดยสะท้อนผ่านความหลากหลายทางเพศของพนักงานในทุกระดับ ตั้งแต่หน่วยงานกำกับดูแลไปจนถึงระดับปฏิบัติการ การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนในปี 2565 นั้น ทางบริษัทได้ทำการประกาศและเน้นย้ำเรื่องสิทธิมนุษยชนไว้ในจรรยาบรรณของบริษัท ดังนี้

- บริษัทตระหนักถึงสิทธิ เสรีภาพ ความเท่าเทียม ความเป็นธรรม และสันติภาพ ดังนั้นทุกคนควรได้รับการคุ้มครองภายใต้หลักสิทธิมนุษยชน เพื่อให้เป็นไปตามการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานพึงปฏิบัติตามแนวทาง ดังต่อไปนี้
 - ทุกคนต้องปฏิบัติอย่างสุภาพ และเคารพซึ่งกันและกันในทุกตำแหน่งงานโดยปราศจากการละเมิดความคิดเห็นของผู้อื่น
 - เคารพหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานในทุกระดับ โดยห้ามแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ชาติพันธุ์ สีผิว ชนชั้น เพศ อายุ ลักษณะทางกายภาพ ภาษา ความคิดเห็นด้านการเมือง และลักษณะอื่นๆ ที่ได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย
 - ทุกคนมีหน้าที่ในการสนับสนุนสิทธิและข้อบังคับสากล ซึ่งหมายรวมถึงการนำมาใช้กับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้มั่นใจได้ว่าเราไม่มีการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน

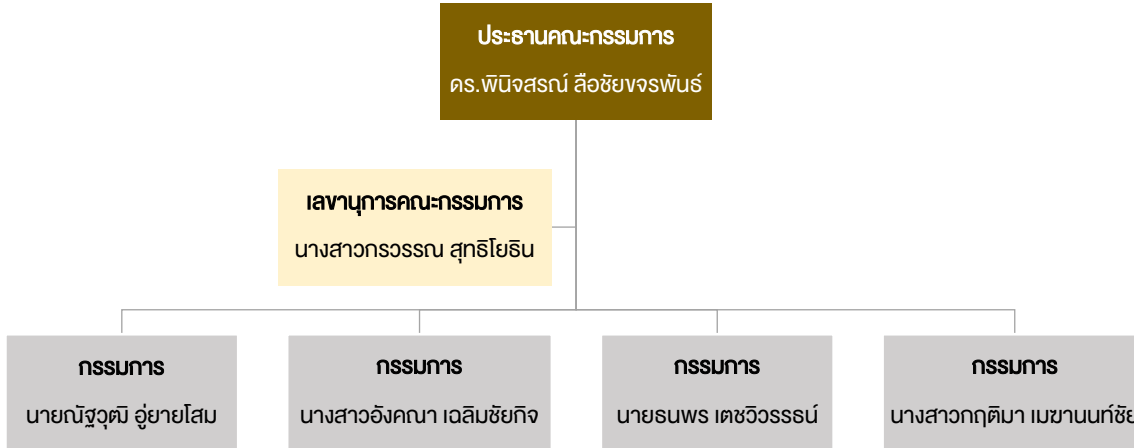
นอกจากนี้ ทีมบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้ผนวกจรรยาบรรณทางธุรกิจด้านสิทธิมนุษยชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ทุกคน เพื่อสื่อสารว่าบริษัทยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นพื้นฐานอย่างเคร่งครัด

ในปี 2565 บริษัทได้จัดการฝึกอบรมผ่านรูปแบบออนไลน์เพื่อให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับข้อมูลด้านสิทธิมนุษยชน ขึ้นพื้นฐาน รวมถึงความเสี่ยงและผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่สำคัญและเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่าของการประกอบธุรกิจ เช่น การเลือกปฏิบัติ และการล่วงละเมิดในที่ทำงาน นอกจากนี้ พนักงานยังได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการของการตรวจสอบความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน นโยบายเรื่องการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อสิทธิมนุษยชนของบุคคลอื่น และนโยบายเรื่องความหลากหลายและการยอมรับความหลากหลาย ในกรณีที่เกิดการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเหตุหรือเบาะแสผ่านการแจ้งเรื่องร้องเรียนที่บริษัทได้กำหนด เพื่อดำเนินการตามกระบวนการสืบสวนข้อเท็จจริง โดยในปี 2565 บริษัทไม่ได้รับข้อร้องเรียนหรือการแจ้งเหตุเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน และไม่มีเหตุการณ์เลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดที่เกิดขึ้น



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

แผนผังคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน



โดยให้กรรมการสิทธิมนุษยชนเป็นผู้กำกับดูแลการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนเพื่อให้มั่นใจว่ากรรมการผู้บริหาร และพนักงานของบริษัททุกคนยึดถือและปฏิบัติตามนโยบายสิทธิมนุษยชน รวมทั้งให้การเคารพต่อความเป็นปัจเจกชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยมีแนวทางและหลักปฏิบัติของนโยบายสิทธิมนุษยชน ดังนี้

1. เคารพและปฏิบัติตามกฎหมายและหลักสิทธิมนุษยชนต่อบุคคลอื่นอย่างเท่าเทียม ให้เกียรติซึ่งกันและกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ อันเนื่องมาจากความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ ถิ่นกำเนิด ศาสนา ความเชื่อ เพศ สีสัน ภาษา เผ่าพันธุ์ สถานะทางสังคม หรือสถานะอื่นใดต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในทุกพื้นที่ที่บริษัทเข้าไปดำเนินธุรกิจ
2. ให้ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนด้วยความระมัดระวังและหลีกเลี่ยงการกระทำอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. ร่วมกันสอดส่องดูแล ระบุ และประเมินความเสี่ยง รวมถึงผลกระทบทางด้านสิทธิมนุษยชนในกิจกรรมทางธุรกิจอย่างรอบด้าน เป็นประจำสม่ำเสมอ ทั้งนี้ การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) และมีขั้นตอนในการประเมินเช่นเดียวกับการประเมินความเสี่ยงด้านอื่นๆ
4. สนับสนุนและส่งเสริมเรื่องสิทธิมนุษยชนในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในทุกรูปแบบ โดยให้มีส่วนร่วมเคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน
5. เมื่อบริษัทสื่อสาร เผยแพร่ ให้ความรู้เกี่ยวกับด้านสิทธิมนุษยชนผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ภายในองค์กรให้ทำความเข้าใจต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย พร้อมทั้งให้การสนับสนุนคู่ค้าและผู้ร่วมธุรกิจ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจโดยเคารพและปฏิบัติต่อบุคคลอื่นตามหลักสิทธิมนุษยชน
6. สอดส่องดูแลเรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน ไม่ละเลย เพิกเฉย เมื่อพบเห็นการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัท โดยให้ผู้พบเห็นการกระทำดังกล่าวหรือผู้ถูกล่วงละเมิดรายงานต่อผู้บังคับบัญชาหรือแจ้งไปยังช่องทางที่กำหนดไว้สำหรับการแจ้งเรื่องร้องเรียนหรือเบาะแสการกระทำผิด (Whistleblowing) ตามหลักจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัท
7. บริษัทมีความตั้งใจที่จะเยียวยาผู้ที่โดนละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างจริงจัง โดยมีกระบวนการเยียวยาบรรเทาผลกระทบที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพตามหลักความยุติธรรมและความเสมอภาค และมีนโยบายปฏิบัติต่อข้อร้องเรียนใดๆ ก็ตามที่บริษัทได้รับอย่างเข้มงวดจริงจัง โดยบริษัทจะรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลเป็น

ความลับในทุกกรณี และให้ความเห็นอกเห็นใจต่อผู้ที่ถูกล่วงละเมิด ทั้งนี้ หากข้อร้องเรียนได้รับการพิสูจน์ยืนยันว่าเป็นความจริง บริษัทจะดำเนินการตามมาตรการเยียวยา กล่าวคือ การลงโทษทางวินัยต่อผู้กระทำผิดถึงขั้นพักงานหรือเลิกจ้าง รวมถึงดำเนินการคดีตามกฎหมาย พร้อมทั้งกำหนดแนวทางในการติดตาม ตรวจสอบและจัดการอย่างเหมาะสมเพื่อป้องกันการเกิดเหตุซ้ำ เมื่อมีเหตุสุดวิสัยเกิดขึ้นต้องพิจารณาความรับผิดชอบโดยเร็ว

ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน หรือ The Universal Declaration of Human Rights (UDHR) การประชุมสมัชชาสหประชาชาติ ในปี 2491 ได้กำหนดสิทธิขั้นพื้นฐานสำหรับทุกคน โดยบัญญัติออกเป็น 30 ข้อย่อย 10 หัวข้อหลักโดยมีหลายหัวข้อหลักที่อยู่ภายใต้หน้าที่ความรับผิดชอบของธรรมาภิบาลในการปกป้องและป้องกันชีวิตมนุษย์ อาทิ สิทธิการลี้ภัย การแต่งงาน และการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้ บริษัทได้ดำเนินการตามหลักสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน โดยมุ่งเน้นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักต่อธุรกิจของแพลนบี ดังนี้

<p>สิทธิในการได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม โดยไม่คำนึงถึง สีผิว วรรณะ ศาสนาเพศ ทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน</p>	<p>แพลนบี จัดตั้งห้องสำหรับพิธีกรรมทางศาสนา เราตระหนักถึงความสำคัญของโอกาสที่เท่าเทียมกันสำหรับคนทุกกลุ่ม โดยปราศจากอคติด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ และวัฒนธรรม เพื่อรองรับความหลากหลายทางศาสนา และยืนยันว่าเราเคารพความเท่าเทียมทางสังคมในทุกรูปแบบ</p>
<p>สิทธิการทำงาน สิทธินี้ครอบคลุมความหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งหมายถึงทุกคนมีสิทธิในการทำงาน และได้ทำงานในปัจจัยแวดล้อมที่เอื้ออำนวยแก่การทำงาน</p>	<p>แพลนบี จัดหาโอกาสทางอาชีพสำหรับผู้สูงอายุและคนในชุมชนท้องถิ่น เราสร้างโอกาสทางอาชีพในรูปแบบของสัญญาจ้างงานใหม่ เพื่อจ้างงานผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปี และดำเนินการต่อสัญญาจ้างงาน สำหรับผู้ที่กำลังจะปลดเกษียณอายุกับแพลนบี</p>
<p>สิทธิการมีเสรีภาพจากการทรมาน สิทธินี้หมายถึงไม่มีบุคคลใดสมควรได้รับการทรมาน การทารุณ การถูกปฏิบัติหรือการถูกทำโทษที่ลดทอนความเป็นมนุษย์และไร้มนุษยธรรม</p>	<p>จรรยาบรรณทางธุรกิจของแพลนบี โดยการปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพ เคารพ เพื่อการให้เกียรติในความเป็นมนุษย์ รับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำของพนักงานที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อบริษัท</p>
<p>สิทธิในการปกป้องความเป็นส่วนตัว สิทธินี้ปกป้องพลเมืองจากการถูกละเมิดและสอดส่องควบคุมจากรัฐบาลและองค์กร</p>	<p>ตามจรรยาบรรณทางธุรกิจด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล แพลนบีให้ความสำคัญกับการรักษาความลับข้อมูลของลูกค้า แพลนบีปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 (PDPA) แพลนบีมีการทบทวนการดำเนินงาน และนโยบายด้านไอทีในทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานของบริษัทมีเครื่องมือที่ดีที่สุดในการปกป้องข้อมูลของลูกค้า</p>
<p>สิทธิในเสรีภาพทางความคิดความเห็นและการแสดงออก บุคคลทุกคนมีสิทธิในการเป็นเจ้าของความคิดเห็น นับถือศาสนาที่ตนต้องการ และมีสิทธิที่จะเปลี่ยนความเชื่อของตน</p>	<p>ตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ แพลนบีต้องปฏิบัติตามกฎหมายการจ้างงานที่เกี่ยวข้องโดยปราศจากการเลือกปฏิบัติในทุกรูปแบบ บริษัทสนับสนุนให้พนักงานมีสิทธิในฐานะพลเมืองที่ภายใต้หลักรัฐธรรมนูญ พนักงานสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมทางการเมือง นอกเหนือจากชั่วโมงการทำงานและการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องของบริษัท</p>

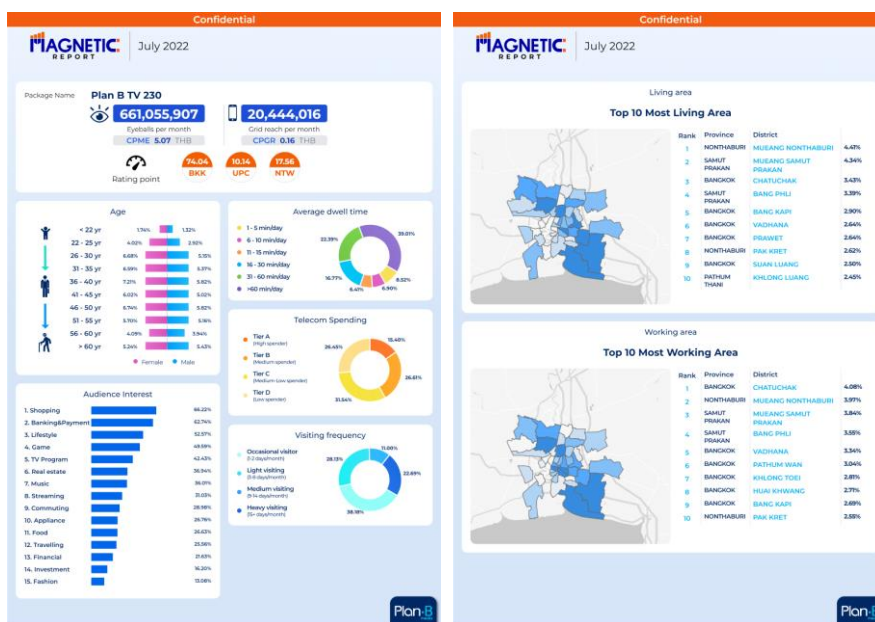
สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนเพิ่มเติมได้ที่: <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

นวัตกรรมเพื่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

นวัตกรรมเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักที่เป็นรากฐานของกลยุทธ์ทางธุรกิจของแพลนบี และเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของบริษัทเพื่อเป็นผู้นำสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยและนวัตกรรม แพลนบียึดมั่นต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและความเป็นเลิศด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เป็นนวัตกรรมเพิ่มเติม ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

โครงการ Magnetic Measurement

บริษัทมีการพัฒนาระบบวัดผลการมองเห็นสื่อออกบ้านที่เป็นสิทธิของบริษัทแต่เพียงผู้เดียว เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถวางแผนการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าติดตามผลลัพธ์จากการลงทุนใช้สื่อของบริษัทในแต่ละเดือนได้ ด้วยการร่วมมือกับบริษัทโทรคมนาคม ในการจัดทำรายงานผลการมองเห็นสื่อเป็นประจำทุกเดือน โดยรายงานนี้เป็นการประมวลผลในภาพรวม ที่ไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยข้อมูลในรายงานประกอบด้วย จำนวนครั้งของการมองเห็นสื่อ (Eyeballs) จำนวนคนที่มองเห็นสื่อ (Grid reach) ความถี่ในการมองเห็นสื่อ (Frequency) ระยะเวลาที่ใช้ในบริเวณที่มีโอกาสเห็นสื่อ (Dwell time) และข้อมูลของผู้ที่มองเห็นสื่อ อาทิ เพศ อายุ กำลังการใช้จ่าย (Demo-graphic)



การวัดผลสื่อออกบ้านนี้ช่วยยกระดับให้สื่อออกบ้านมีมาตรฐานการให้บริการใกล้เคียงกับสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และมีบทบาทสำคัญที่ผลักดันให้ลูกค้ามั่นใจในการตัดสินใจลงทุนกับสื่อออกบ้านในช่วงเวลาที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากโรคโควิด-19 เป็นอย่างยิ่ง โครงการนี้ยังมีแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของ การเก็บและประมวลผลข้อมูลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องแม่นยำมากขึ้น และในส่วนของ การจัดทำรายงานที่จะปรับรูปแบบไปแสดงผลบนหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็วกว่าเดิม คาดว่าจะเสร็จสิ้นภายในปี 2566

โครงการ PLANB TV SYNCHONIZATION

สื่อ Plan B TV กับการเล่นภาพโฆษณาในรูปแบบ Synchronization พร้อมกัน ทั้ง 230 จุดทั่วกรุงเทพฯ เป็นการสร้าง Brand moment ให้เกิดความโดดเด่น สะกดสายตาผู้ชม การันตีการมองเห็นโฆษณา สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม



การพัฒนาสังคมและชุมชน

แพลนบีตระหนักดีว่าการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทจะต้องเป็นองค์กรที่ดีที่สามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับสังคมได้อย่างเป็นสุข บริษัท จึงมุ่งเน้นดำเนินงานควบคู่กับความรับผิดชอบต่อการพัฒนาปรับปรุงชุมชนและสังคม เนื่องจากการได้รับการยอมรับและความไว้วางใจเป็นส่วนสำคัญต่อการเติบโตทางธุรกิจของแพลนบีอย่างยั่งยืน

บริษัทส่งเสริมการใช้กระบวนการทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ช่วยสร้างเศรษฐกิจและความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคมไทยผ่านโครงการความร่วมมือของบริษัท คู่ค้าของบริษัท เช่น การพัฒนาระบบรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะ ซึ่งให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์แก่ผู้ขับขี่ยานยนต์อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 บริษัทยังคงพัฒนาระบบการรายงานสภาพจราจรอัจฉริยะ เพื่ออำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มความแม่นยำในการวางแผนการเดินทางของผู้ใช้รถใช้ถนนได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับสื่อโฆษณาในบริเวณดังกล่าวของบริษัท



การสนับสนุนพื้นที่สื่อโฆษณาผ่านสื่อเพลนบี

Rabbit Crossing (ทางกระต่าย)

บริษัทร่วมมือประชาสัมพันธ์โครงการ Rabbit Crossing (ทางกระต่าย) ผ่านสื่อโฆษณานอกบ้านเพื่อกระตุ้นให้สังคมตระหนักและลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุรถจักรยานยนต์และการเฉี่ยวชนบนทางม้าลาย Rabbit Crossing เป็นโครงการที่รณรงค์กระตุ้นจิตสำนึกคนไทยให้ชะลอ หยุดรถ และไม่แซงบนทางม้าลาย โดยทาง Plan B ในฐานะผู้ให้บริการสื่อโฆษณานอกบ้าน ซึ่งเป็นสื่อที่ทำหน้าที่สร้างการรับรู้ไปยังผู้ที่สัญจรไปมาบนท้องถนน ได้สังเกตเห็นถึงประโยชน์ของการใช้สื่อโฆษณาของบริษัทในการรณรงค์ครั้งนี้ จึงได้ร่วมมือกับกลุ่ม Rabbit Crossing มอบพื้นที่จอดิจิทัลของบริษัททั่วประเทศ เพื่อนำสื่อรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นบนทางม้าลาย



โครงการปายต่อความสุข

บริษัทช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านโครงการ Initiative Blue Day หรือ โครงการปายต่อความสุข นิซอเทิฟ ประเทศไทย (Initiative Thailand) นำโดย ดร.สร เกียรติคุณารัตน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นิซอเทิฟ และ บีพีเอ็น ประเทศไทย ทีมเพื่อนๆ พนักงาน และพาร์ตเนอร์อย่าง Plan B Media, Pinshop และ คุณท๊อป พิพัฒน์ อภิรักษ์นารกร ร่วมจัดกิจกรรม “Initiative Blue Day: โครงการปายต่อความสุข” เพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม ณ ชุมชนเฟื่องฟ้าพัฒนา ผ่านการประยุกต์ (upcycle) ป้ายโฆษณาที่ไม่ได้ใช้แล้วมาเพื่อบูรณะสถานที่อยู่อาศัย พร้อมอบรมการแยกขยะจากป้ายโฆษณาไวโอลเพื่อสร้างรายได้ในชุมชน โดยกิจกรรมทั้งหมดมีเป้าหมายที่จะยกระดับสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นการนำองค์ความรู้ พร้อมความคิดสร้างสรรค์ไปมอบแก่ชุมชนเพื่อเสริมสร้างอาชีพให้แก่ผู้อยู่อาศัยในชุมชน และปัจจัยสำคัญที่สุดคือการสร้างรายได้ที่มั่นคงได้จากขยะป้ายโฆษณาที่ไม่ได้ใช้แล้วที่ตอบโจทย์ในด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมตามพันธกิจของบริษัทอีกด้วย



โครงการอื่นๆ ที่บริษัทฯ เข้าร่วมในปี 2565 เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมผ่านทางสื่อโฆษณาของบริษัท

- **โครงการธรรมะ ธรรมคา ธรรมชาติ**

บริษัทฯ ร่วมกับเพจสงฆ์สยาม? ธรรมะ ส่งต่อข้อคิดดีๆ ในการใช้ชีวิต ทำธรรมะให้น่าอ่านและเข้าใจมากขึ้นผ่านสื่อโฆษณาประเภทจดจกัฏกภายในห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน และสยามเซ็นเตอร์ โดยได้เริ่มโครงการตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 อย่างต่อเนื่อง

- **ร่วมกับมูลนิธิเด็กโสสะแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์**

บริษัทฯ ได้ร่วมประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ของมูลนิธิ ผ่านเครือข่ายสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัทมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้มูลนิธิเป็นที่รู้จักและได้รับการสนับสนุนทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินเพื่อใช้กิจกรรมของมูลนิธิและรูปแบบที่ไม่ใช่ตัวเงินผ่านอาสาสมัครที่เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของมูลนิธิ ทั้งนี้ มูลนิธิมีภารกิจหลักเพื่อช่วยเหลือเด็กไทยที่สูญเสียพ่อแม่ และขาดญาติมิตร โดยมีต้นแบบการดำเนินงานมาจากองค์กรเอส โอ เอส สากล (SOS Children's Villages International) ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเลี้ยงดูพร้อมเสริมสร้างประสบการณ์ในวัยเด็กของเหล่าเด็กด้อยโอกาสให้เติบโตขึ้นอย่างสมบูรณ์ในทิศทางที่เหมาะสม รวมถึงได้รับการศึกษาสูงสุดตามความสามารถและสามารถประกอบอาชีพ พึ่งพาตนเองได้ และอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

- **ร่วมกับมูลนิธิกระจกเงา**

บริษัทฯ ร่วมประชาสัมพันธ์ตามหาคนหายที่ได้รับแจ้งจากมูลนิธิกระจกเงาผ่านจดจกัฏกเป็นปีที่ 9

- **ร่วมกับสำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ หรือ UNDP**

บริษัทฯ ร่วมประชาสัมพันธ์แคมเปญ Air Pollution และวันสากลว่าด้วยชนพื้นเมืองดั้งเดิมของโลก ผ่านจดจกัฏกทั่วประเทศ

- **ร่วมกับองค์กรไวด์เดอด**

บริษัทฯ ร่วมประชาสัมพันธ์แคมเปญ React Against Wildlife Trade สนับสนุนให้คนต่อต้านการฆ่าและลักลอบค้าสัตว์ป่าอย่างผิดกฎหมาย โดยใช้ฮีโมตคอน หรือสัญลักษณ์แทนอารมณ์โกรธที่ใช้โซเชียล มีเดียอย่างเฟซบุ๊กเคยเป็นอย่างดี ไล่ไว้ตรงส่วนที่เป็นที่ต้องการของการค้าสัตว์ป่า เพื่อให้ผู้ใช้โซเชียล มีเดียตระหนักว่า การค้าสัตว์ป่าผิดกฎหมายออนไลน์ และการบริโภคที่ยั่งยืนอย่างเมฆูดลาม เป็นสิ่งที่เราทุกคนไม่ควรยอมรับอีกต่อไป โดยประชาสัมพันธ์แคมเปญผ่านจดจกัฏกทั่วประเทศ

มิติสิ่งแวดล้อม
(Environmental Dimension)

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

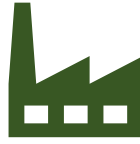
(GRI 301-1, 301-2, 302-1, 302-5)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทมีการกำหนดนโยบายในการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายองค์กรในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่ลงให้ได้ร้อยละ 20 ภายในปี 2574 เทียบกับฐานปี 2564 • บริษัทมีการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อการผลิตสีเขียวให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการนำโพลีเอสเตอร์หรือพลาสติกชนิดอื่นมาใช้แทนพลาสติกชนิดอื่นใหม่ รวมถึงสติกเกอร์ที่ใช้ในสื่อโฆษณาบนรถประจำทางปรับอากาศมาปรับปรุงและออกแบบให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี 	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่ส่วนกลาง และระบบปรับอากาศ โดยบริษัทตั้งเป้าหมายลดการใช้พลังงานร้อยละ 5 ในปี 2566 เทียบกับปี 2564 • การเปลี่ยนระบบแสงสว่างของป้ายโฆษณาจากหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอด LED ทั้งหมด ร้อยละ 100 ภายในปี 2566 • การลดการใช้น้ำล้างรถโดยสารประจำทาง โดยปรับเปลี่ยนวิธีการล้างแบบใหม่ อาทิ การเปลี่ยนหัวฉีด เปลี่ยนวิธีล้างจากด้านบนลงล่าง และมีการตรวจเช็คความพร้อมของอุปกรณ์ตรวจไม่ปล่อยน้ำไหลทิ้งอย่างสม่ำเสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> • ปรับปรุงจอ LED ไม่ต่ำกว่า 739 m² • การเปลี่ยนระบบแสงสว่างของป้ายโฆษณาจากหลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลอด LED จำนวน 142 ป้าย รวมเป็นพื้นที่ราว 1,118 m² • เปลี่ยนโคมไฟจากโคมไฟ Metal Halide 400w เป็นโคมไฟ LED 200w โดแบ่งเป็นป้ายใหญ่ จำนวน 262 ป้าย รวม 4,700 โคม และป้ายเล็ก จำนวน 155 ป้าย รวม 310 โคม • ออกแบบระบบไฟส่องป้ายรูปแบบใหม่ให้เหมาะสมกับสถานที่ • จัดทำสื่อสะท้อนแสงสำหรับพนักงานปฏิบัติการของแพลนบี เพื่อลดการใช้ชุดที่ไม่จำเป็น ปีละ 1,200 ชุด

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคน ดังนั้นบริษัทจึงมุ่งมั่นพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อจะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และบรรเทาปัญหาสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อบริษัท โดยบริษัทมีความมุ่งมั่นนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่



การคัดแยกขยะ



การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



การหมุนเวียนขยะนำกลับมาใช้ใหม่



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(GRI 305-1, 305-2, 305-4, 305-5)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมีความมุ่งมั่นในการควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยและให้ความร่วมมือในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามความตกลงปารีส (Paris Agreement) เพื่อความยั่งยืนในระยะยาว บริษัทจึงตั้งเป้าหมายที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้ร้อยละ 5-10 ภายในปี 2574 เทียบกับฐานปี 2564 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 5-10 ภายในปี 2566 เทียบกับปีฐาน 2564 ผ่านการปรับปรุงหน้าจองงป้ายสื่อโฆษณาของบริษัท รวมไปถึงการเปลี่ยนคอมพิวเตอร์และหลอดไฟให้เป็นแบบ LED 	<ul style="list-style-type: none"> การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ Operation Team ในปี 2565 ประมาณราว 22,793,000 KgCO₂e

บริษัทตระหนักถึงปัญหาโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่รุนแรงมากขึ้น เป็นปัจจัยเร่งด่วนที่ทุกฝ่ายต้องให้ความร่วมมือในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามความตกลงปารีส บริษัทได้แสดงความมุ่งมั่นในการควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยของโลก โดยที่ผ่านมามีการบันทึกและเก็บสถิติข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการและกำหนดมาตรการในการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ในระยะยาว

แนวทางการบริหารจัดการด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทกำหนดกรอบแนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทอย่างมีมาตรฐาน สอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและข้อตกลงที่เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการสร้างกลยุทธ์และการดำเนินการแบบมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและบรรเทาความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพื่อสร้างความร่วมมือกันระหว่างบุคลากรของบริษัท ลูกค้า คู่ค้า คู่ธุรกิจ พันธมิตรทางธุรกิจชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีการบริหารจัดการการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและปัญหาโลกร้อนที่รุนแรงมากขึ้น

โครงการที่ช่วยลดปริมาณการใช้พลังงานในช่วงปี 2562-2565

1. เปลี่ยนระบบไฟส่องสว่างเป็นคอมไฟแบบ LED

ตามที่ภาครัฐมีนโยบายบริหารจัดการด้านพลังงานของประเทศ โดยส่งเสริมและผลักดันการอนุรักษ์พลังงานอย่างเต็มรูปแบบตามแผนปฏิบัติการอนุรักษ์พลังงาน 20 ปี (พ.ศ.2554-2573) พร้อมส่งเสริมการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าประสิทธิภาพสูงและอาคารประหยัดพลังงาน พัฒนาพลังงานสะอาด เพื่อลดก๊าซเรือนกระจกและแก้ปัญหาโลกร้อน

ทางบริษัทได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว และสนองต่อนโยบายของรัฐในทุกๆ ด้าน โดยบริษัทได้มีการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นแบบ LED ซึ่งใช้พลังงานต่ำแต่ให้ประสิทธิภาพในการส่องสว่างสูง ไม่มีสารรังสียูวีและสารปรอท ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยลดภาวะโลกร้อนได้ รวมไปถึงช่วยลดค่าไฟฟ้าลงไปได้มากกว่าร้อยละ 50 ในปี 2565 บริษัทได้เปลี่ยน

โคมไฟส่องป้ายบิลบอร์ดจากโคมไฟแบบ Metal Halide เป็นแบบ LED จำนวน 4,700 โคม ซึ่งช่วยลดค่าไฟไปได้ 13,254,000 บาทต่อปี และลดก๊าซเรือนกระจกไปได้ราว 6,552 kgCO₂e หรือก็โลกรับคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี

2. การปรับปรุงจอ LED

เนื่องจากสินทรัพย์ในการดำเนินงานของบริษัทเกือบทั้งหมดเป็น ป้ายพื้นที่โฆษณา บริษัทจึงได้สังเกตเห็นประโยชน์ในการปรับปรุงป้าย LED เพื่อลดการซ่อมบำรุงทั้งในด้านกำลังคนและค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง โดยการปรับปรุงจอ LED นี้ได้เริ่มมาตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นมา มีผลประกอบการ ดังนี้

- ในปี 2564 จากการปรับปรุงจอ LED พื้นที่ทั้งหมด 9,865 ตารางเมตร ส่งผลให้ช่วยลดการใช้เชื้อเพลิงในการเดินทางประมาณ 154 ลิตรต่อเดือน ลดค่าใช้จ่ายทั้งค่าบำรุงรักษาและค่าเชื้อเพลิงราว 15,786,630 บาท และลดก๊าซเรือนกระจกได้ราว 2,270 tCO₂e หรือ ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี
- ในปี 2565 จากการปรับปรุงจอ LED พื้นที่ทั้งหมด 1,375 ตารางเมตร ส่งผลให้ช่วยลดการใช้เชื้อเพลิงในการเดินทางประมาณ 100 ลิตรต่อเดือน, ลดค่าใช้จ่ายทั้งค่าบำรุงรักษาและค่าเชื้อเพลิงราว 159,600 บาท และลดก๊าซเรือนกระจกได้ราว 3,288 tCO₂e หรือ ต้นคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี 2564 เพิ่มเติม

สถิติปริมาณการใช้พลังงาน

	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	เป้าหมายปี 2566	เป้าหมายระยะยาว
การใช้พลังงานทั้งหมด (MWh)	N/A	N/A	39,155	38,000	<38,000
การใช้พลังงานหมุนเวียน (MWh)	N/A	N/A	N/A	-3%	-

โครงการที่เกี่ยวข้องกับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

- บริษัทได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงหน้าจอของป้ายสื่อโฆษณาของบริษัทด้วยระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ จำนวน 9,865 ตารางเมตร ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่า 59,184 KgCO₂e เมื่อเทียบกับการใช้พลังงานไฟฟ้าของหน้าจอแบบเก่า
- บริษัทได้ดำเนินการเปลี่ยนโคมไฟจากแบบเมทัลฮาไลด์เป็นแบบ LED กว่า 4,480 โคมทั่วประเทศ ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่า 6,264 KgCO₂e

สถิติปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท

	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	เป้าหมายปี 2566	เป้าหมายระยะยาว
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ต้นคาร์บอนไดออกไซด์)	17,665	15,325	22,793	22,000	<22,000
เพิ่มขึ้น (ลดลง) (%)	nm	-13%	+49%	-4%	-

การประเมินความเสี่ยงเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้ง 4 ด้าน

(GRI 201-2)

บริษัทดำเนินการประเมินความเสี่ยงและโอกาสด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศผ่านการประเมินความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร โดยแต่ละหน่วยธุรกิจระบุปัจจัยความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติหน้าที่ผ่าน Risk Champion และแบบ Top-down การประเมินผ่านคณะกรรมการกลยุทธ์องค์กร ครอบคลุมทั้งความเสี่ยงในปัจจุบันและที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk) ตามกรอบการรายงานความเสี่ยงของคุณทำงานเปิดเผยข้อมูลการเงินที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ และได้ผลการประเมินเบื้องต้น ดังนี้

ความเสี่ยง	รายละเอียดความเสี่ยง	ผลกระทบต่อบริษัท
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risks)	ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งภาวะเรือนกระจก, อุณหภูมิที่สูงขึ้น สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง และการขาดแคลนน้ำและวัตถุดิบ	<ul style="list-style-type: none"> • ความเสียหายต่อป้ายโฆษณาของบริษัท • ค่าใช้จ่ายและผลการดำเนินงานด้านไฟฟ้า • ชื่อเสียงด้านลบ หากป้ายโฆษณาในการขึ้นสื่อของแบรนด์ต่างๆ ได้รับความเสียหาย หรือเกิดการชำรุดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risks)	ความเสี่ยงจากผลกระทบทางกายภาพทั้งแบบเฉียบพลันและเรื้อรังจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น น้ำท่วม และภัยแล้ง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ และอุณหภูมิที่สูงขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> • ความล่าช้าในการก่อสร้างหรือติดตั้งป้ายโฆษณาสื่อภายในระยะเวลาที่กำหนด • ขั้นตอนการจัดการสินค้า เช่น การวางแผนซ่อมบำรุงป้ายโฆษณาที่ชำรุด • การขาดแคลนบุคลากร
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risks)	ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม/ความต้องการของลูกค้า/ผู้บริโภคที่ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศมีเพิ่มมากขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> • การลดลงของรายได้จากการดำเนินงาน
ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ (Compliance Risks)	ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย/กฎเกณฑ์ของภาครัฐเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมไปถึงความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตาม กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ รวมถึง สัญญาและข้อตกลงต่างๆ	<ul style="list-style-type: none"> • ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ต่างๆภายในองค์กร เพื่อช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

โอกาส	รายละเอียดโอกาส	ผลกระทบต่อบริษัท
ผลิตภัณฑ์และบริการ (Products and Services)	โอกาสในการเพิ่มสัดส่วนของผลิตภัณฑ์บริการสำหรับสินค้าบางชนิดที่ส่งเสริมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> ● เกิดนวัตกรรมในการผลิตป้ายโฆษณาและบริการ ● เพิ่มชื่อเสียงด้านบวกจากการมีป้ายโฆษณาหรือบริการที่ส่งเสริมด้านการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
การตลาด (Market)	โอกาสในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและช่องทางการตลาดที่ได้เปรียบคู่แข่งที่เกี่ยวกับด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	<ul style="list-style-type: none"> ● ช่องทางในการโฆษณาการบริการ รวมถึงการเข้าถึงผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว

การจัดการน้ำ

(GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-5)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมุ่งมั่นบริหารจัดการลดปริมาณการใช้น้ำร้อยละ 10 ในปี 2574 เทียบกับฐานปี 2564 เพื่อความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม และลดความเสี่ยงเรื่องปริมาณน้ำที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของภาคส่วนต่างๆ ในระยะยาว 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทกำหนดเป้าหมายในการลดการใช้น้ำจาก Operation ร้อยละ 5-10 ภายในปี 2566 เทียบกับปีฐาน 2564 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทสามารถลดการใช้น้ำจาก Operation ในปี 2565 ได้ ร้อยละ 21 เทียบกับปีฐาน 2564

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำในแหล่งน้ำของแต่ละพื้นที่ ทำให้เกิดความเสี่ยงที่ปริมาณน้ำไม่พอเพียงต่อความต้องการของภาคส่วนต่างๆ บริษัทจึงกำหนดแผน และการบริหารจัดการน้ำ รวมถึงปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้น้ำให้ดียิ่งขึ้น

แนวทางการบริหารจัดการน้ำ

- เพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำในกระบวนการใช้น้ำ
- การนำน้ำเสียผ่านการบำบัดกลับมาใช้งาน
- การควบคุมปริมาณน้ำในการสร้างรถ ทั้งการใช้ท็อกแบบมีหัวเปิดปิด และการตรวจเช็คความพร้อมของอุปกรณ์ในการล้างเพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองน้ำ

สถิติปริมาณการใช้น้ำของบริษัท

	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	เป้าหมายปี 2566	เป้าหมายระยะยาว
ปริมาณการใช้น้ำ (ลบ.ม)	450	455	360	300	<300
เพิ่มขึ้น (ลดลง) (%)	nm	+1%	-21%	-16%	-



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

การจัดการของเสีย

(GRI 306-1, 306-2, 306-3)

เป้าหมายระยะยาว ด้านความยั่งยืน 2565-2569	เป้าหมาย 2566	ผลการดำเนินงาน 2565
<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมุ่งมั่นที่จะเพิ่มประเภทของถังแยกขยะออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ขยะเปียก ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล และขยะพิษให้ครอบคลุมร้อยละ 100 ที่สำนักงานของบริษัททุกแห่ง การนำไวโนลเหลือใช้หรือหมดสัญญาของลูกค้าแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทตั้งเป้าหมายที่จะติดตั้งชุดถังขยะให้ครอบคลุมร้อยละ 100 ที่สำนักงานของบริษัททุกแห่ง การนำไวโนลเหลือใช้หรือหมดสัญญาของลูกค้าแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทติดตั้งชุดถังขยะครอบคลุมร้อยละ 100 ที่สำนักงานของบริษัททุกแห่ง การนำไวโนลเหลือใช้หรือหมดสัญญาของลูกค้าแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ เช่น การแยกขยะจากป้ายโฆษณาไวโนลเพื่อสร้างรายได้ในชุมชน, การนำไวโนลเก่ามาทำใช้ซ้ำในการรองพื้นหลังของป้ายบิลบอร์ด ส่วนของป้ายโฆษณาที่เก่าและชำรุด บริษัทจะนำไปทิ้งและกำจัดโดยหน่วยงานของกทม.

การจัดการของเสียถือเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในระยะยาวและยั่งยืน โดยทั่วไปแล้วของเสียจากการดำเนินงานของบริษัทจะเกิดจากกิจกรรมภายในสำนักงานและป้ายไวโนลที่ใช้แล้วที่เกิดจากธุรกิจสื่อโฆษณานอกที่อยู่อาศัยของบริษัท

แนวทางการบริหารจัดการของเสีย

บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและลดปริมาณของเสียในการดำเนินงานของบริษัท อีกทั้งการจัดการของเสียที่เกิดขึ้นจากดำเนินงานของบริษัทเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงช่วยลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

โครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของเสีย

1. การคัดแยกขยะ

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศจึงมีการรณรงค์และขอความร่วมมือในการคัดแยกขยะเพื่อช่วยลดปริมาณขยะและช่วยลดมลภาวะที่เป็นพิษ โดยบริษัทได้มีการติดตั้งถังขยะแบบแยกประเภทให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งสำนักงานใหญ่ สำนักงานพระรามเก้า และโถงตามจุดต่าง และแยกขยะทั่วไปและขยะพิษแยกเก็บทิ้งให้กทม. รวมไปถึงนำขยะรีไซเคิลมาจำหน่ายต่อ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะลง สามารถนำขยะเปียกไปทำเป็นเชื้อเพลิงหรือก๊าซชีวภาพได้ และเพิ่มความปลอดภัยต่อขยะที่เป็นอันตราย



2. Zero Waste Process ลดพลังงานในการกำจัดภาพโฆษณาเก่าไวนิล (Vinyl)

วัสดุไวนิลเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งใช้เป็นภาพโฆษณาบนป้ายโฆษณานอกบ้านขนาดใหญ่ (Billboard) โดยบริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างเสริมคุณค่าและลดพลังงานในการกำจัดป้ายไวนิลที่ใช้แล้ว โดยแต่ละปีบริษัทจะนำป้ายไวนิลที่ใช้แล้วไปสร้างประโยชน์ช่วยเหลือสังคม ดังนี้

- นำไปเป็นวัตถุดิบสนับสนุนให้กับสถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่ง นนทบุรี เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและช่วยส่งเสริมทักษะ ช่วยแบ่งเบาภาระทางสังคม
- นำไปช่วยสร้างความสุขให้กับชุมชน ใช้คลุมหลังคาที่รั่วและใช้เป็นกันสาดกันน้ำฝน

ปี	พื้นที่ป้ายไวนิลที่ใช้แล้ว (ตารางเมตร)	น้ำหนักของป้ายไวนิลที่ใช้แล้ว (ตัน)
2561	13,351	13.35
2562	14,499	14.49
2563	13,239	13.24
2564-2565	5,036	5.00

สถิติปริมาณของเสียของบริษัท

	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	เป้าหมายปี 2566	เป้าหมายระยะยาว
ปริมาณของเสีย (ตร.ม.)	N/A	N/A	N/A	279,010	250,000	<250,000
เพิ่มขึ้น(ลดลง) (%)	N/A	N/A	N/A	N/A	-10%	-



โปรดสแกนคิวอาร์โค้ดนี้สำหรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

(GRI102-8)

มิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแลกิจการ (Governance Dimension)

ตัวชี้วัด	หน่วย	ผลการดำเนินงาน		
		2563	2564	2565
รายได้รวม	ล้านบาท	3,724	4,443	6,590
- รายได้จากธุรกิจสื่อ นอกที่อยู่อาศัย		3,011	3,227	5,278
- รายได้จากธุรกิจ การตลาดแบบมีส่วนร่วม		711	1,216	1,312
- รายได้อื่น				
กำไรจากการดำเนินงาน		140	64	703
การจ่ายเงินปันผล				
เงินภาษีที่ชำระแก่รัฐ		31	18	214
การบริจาคเงินเพื่อสังคมและ พัฒนาชุมชน		-	-	-
สินทรัพย์		12,250	13,764	15,397
หนี้สิน		6,596	6,404	7,174
ส่วนของผู้ถือหุ้น	5,655	7,360	8,224	

ด้านสังคม (Social Dimension)

ตัวชี้วัด	หน่วย	ผลการดำเนินงาน			เป้าหมายปี 2566
		2563	2564	2565	
ข้อมูลการจ้างงาน					
พนักงานทั้งหมด	คน	450	466	538	-
พนักงานประจำทั้งหมด	คน	450	466	538	-
	% เทียบ กับ พนักงาน ทั้งหมด	100%	100%	100%	-
พนักงานสัญญาจ้าง ทั้งหมด	คน (Person)	N/A	N/A	N/A	-
	% เทียบ กับ พนักงาน ทั้งหมด	N/A	N/A	N/A	-

ตัวชี้วัด	หน่วย	ผลการดำเนินงาน			เป้าหมายปี 2566
		2563	2564	2565	
ความหลากหลายของพนักงานภายในบริษัท					
พนักงานทั้งหมด	คน	450	466	538	-
จำนวนพนักงานแบ่งตามเพศ					
- เพศชาย	คน	268	277	310	-
	% เทียบ กับ พนักงาน ทั้งหมด	60%	59%	58%	-
- เพศหญิง	คน (Person)	182	189	228	-
	% เทียบ กับ พนักงาน ทั้งหมด	40%	41%	42%	-
จำนวนพนักงานแบ่งตามอายุ					
- น้อยกว่า 30 ปี	คน	N/A	160	184	-
- ระหว่าง 30-50 ปี		N/A	296	345	-
- มากกว่า 50 ปี		N/A	10	9	-
จำนวนพนักงานแบ่งตามระดับ					
- ระดับผู้บริหาร	คน	9	9	11	-
- ระดับหัวหน้างาน		72	86	97	-
- ระดับผู้จัดการ		45	40	46	-
- ระดับปฏิบัติการ		324	331	384	-
อัตราการจ้างพนักงาน ใหม่	ร้อยละ	18.4	17.4	27.1	-
จำนวนพนักงานพ้น สภาพทั้งหมด	คน	17	27	45	-
จำนวนพนักงานพ้นสภาพแบ่งตามเพศ					
- เพศชาย	คน	46	44	58	-
- เพศหญิง		38	46	66	-
จำนวนพนักงานพ้นสภาพแบ่งตามอายุ					
- น้อยกว่า 30 ปี	คน	N/A	31	50	-
- ระหว่าง 30-50 ปี		N/A	58	74	-
- มากกว่า 50 ปี		N/A	1	3	-
จำนวนพนักงานพ้นสภาพแบ่งตามระดับ					
- ระดับผู้บริหาร	คน	1	1	0	-
- ระดับหัวหน้างาน		11	14	25	-
- ระดับผู้จัดการ		12	10	15	-

ตัวชี้วัด	หน่วย	ผลการดำเนินงาน			เป้าหมายปี 2566
		2563	2564	2565	
- ระดับปฏิบัติการ		60	65	87	-
อัตราการพ้นสภาพพนักงาน	ร้อยละ	3.8	5.8	8.4	-
ข้อมูลสิทธิในการลาคลอดและการลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร					
จำนวนพนักงานที่มีสิทธิในการลาคลอดและลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรทั้งหมด	คน	180	189	228	-
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิในการลาคลอดและลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร		2	2	4	-
อัตราพนักงานที่กลับมาปฏิบัติงานหลังจากใช้สิทธิลาคลอดและลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร	ร้อยละ	100	100	100	-
ข้อมูลการฝึกอบรม					
ชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงานทั้งหมด	ชั่วโมงต่อคน	N/A	11	16	-
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยแบ่งตามเพศ					
- เพศชาย	ชั่วโมงต่อคน	N/A	9	14	-
- เพศหญิง	คน	N/A	13	18	-
จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ยแบ่งตามระดับ					
- ระดับผู้บริหาร		N/A	5	23	-
- ระดับหัวหน้างาน	ชั่วโมงต่อคน	nm	13	19	-
- ระดับผู้จัดการ	คน	nm	10	22	-
- ระดับปฏิบัติการ		nm	10	14	-
ข้อมูลความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร					
อัตราความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร	ร้อยละ	78	70	80	-
ข้อมูลอาชีวอนามัยและความปลอดภัย					
จำนวนผู้ปฏิบัติงานที่อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	คน	278	216	293	-
จำนวนผู้เสียชีวิตจากการบาดเจ็บเนื่องจากการทำงาน					
- พนักงาน		0	0	0	0
- เจ้าหน้าที่ของบริษัทคู่ค้า	คน	0	0	0	0

ตัวชี้วัด	หน่วย	ผลการดำเนินงาน			เป้าหมายปี 2566
		2563	2564	2565	
จำนวนการบาดเจ็บจากการทำงานที่มีความรุนแรงสูงถึงขั้นหยุดงาน					
- พนักงาน	คน	3	0	0	0
- เจ้าหน้าที่ของ บริษัทคู่ค้า		0	0	0	0
จำนวนการบาดเจ็บจากการทำงานที่ต้องได้รับการรักษาพยาบาล					
- พนักงาน	คน	3	0	0	0
- เจ้าหน้าที่ของ บริษัทคู่ค้า		0	0	0	0

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Dimension)

ตัวชี้วัด	หน่วย	ผลการดำเนินงาน			เป้าหมายปี 2566
		2563	2564	2565	
การบริหารจัดการด้านพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ					
การใช้พลังงานภายในองค์กร	เมกะวัตต์	N/A	N/A	39,155	38,000
การใช้พลังงานภายในองค์กรต่อรายได้	เมกะวัตต์ต่อล้านบาท	N/A	N/A	5.84	-
การใช้พลังงานหมุนเวียน	เมกะวัตต์	N/A	N/A	N/A	-
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)					
- ปริมาณสารทำความเย็นร่งไหล	ตันคาร์บอนไดออกไซด์	N/A	11	23	-
การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2)					
- การใช้พลังงานไฟฟ้า	ตันคาร์บอนไดออกไซด์	N/A	N/A	22,793	22,000
การจัดการน้ำ					
ปริมาณการใช้น้ำ	ลบ.ม.	450	455	360	300
การจัดการของเสีย					
ปริมาณของเสียทั้งหมด	ตร.ม.	N/A	N/A	279,010	-
ปริมาณของเสียอันตราย	ตัน	N/A	N/A	N/A	-
ปริมาณของเสียไม่อันตราย	ตัน	N/A	N/A	N/A	-
ความสอดคล้องกับกฎหมายสิ่งแวดล้อม					
จำนวนเหตุการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมาย	กรณี	0	0	0	0

ตัวชี้วัด	หน่วย	ผลการดำเนินงาน			เป้าหมายปี
		2563	2564	2565	2566
ค่าปรับจากการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับกฎหมาย	ล้านบาท	0	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์ที่ได้รับผลกระทบที่ไม่เป็นตัวเงิน	กรณี	0	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์ที่เข้าสู่กระบวนการระงับข้อพิพาท	กรณี	0	0	0	0

GRI CONTENT INDEX

(GRI 102-55)

GRI Standards	Indicators	Page Number (s)	SDG Goal
GRI 2: General Disclosures 2021			
Organization Profile			
GRI 2-1	Organizational details	8	
GRI 2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	34	
GRI 2-3	Reporting period, frequency and contact point	34	
Activities and workers			
GRI 2-6	Activities, value chain, and other business relationships	8-20	
GRI 2-7	Employees	112-113	8, 10
Governance			
GRI 2-9	Governance structure and composition	21, 55-57	
GRI 2-10	Nomination and selection of the highest governance body	56-57	
GRI 2-11	Chair of the highest governance body	56	
GRI 2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	39-43, 55, 63	
GRI 2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	52, 55	
GRI 2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	52	
GRI 2-17	Collective knowledge of the highest governance body	57	
GRI 2-19	Remuneration policies	92	
Strategy, policies, and practices			
GRI 2-22	Statement on sustainable development strategy	3-4, 51	
GRI 2-23	Policy commitments	92-95	
GRI 2-24	Embedding policy commitments	35	
GRI 2-25	Processes to remediate negative impacts	59, 65	
GRI 2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	36-37, 65-67	
Stakeholder engagement			
GRI 2-29	Approach to stakeholder engagement	39-43	
GRI 3: Material Topics 2021			
GRI 3-1	Process to determine material topics	44-45	
GRI 3-2	List of material topics	44-45	
GRI 3-3	Management of material topics	55-56	
GRI 201: Economic Performance			
GRI 201-2	Financial implications and other risks and opportunity due to climate change	106-107	8

GRI Standards	Indicators	Page Number (s)	SDG Goal
GRI 205: Anti-corruption			
GRI 205-1	Operations assessed for risks related to corruption	59	
GRI 205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	59-60	16
GRI 205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	61	16
GRI 207: Tax			
GRI 207-2	Tax governance, control, and risk management	62-67	
GRI 301: Materials			
GRI 301-1	Materials used by weight or volume	102	
GRI 301-2	Recycled input materials used	102	
GRI 302: Energy			
GRI 302-1	Energy consumption within the organization	105, 115	7, 8, 12, 13
GRI 302-4	Reduction of energy consumption	102-105	7, 8, 12, 13
GRI 302-5	Reductions in energy requirements of products and services	102-105	7, 8, 12, 13
GRI 303: Water and Effluents			
GRI 303-1	Interactions with water as a shared resource	108	
GRI 303-2	Management of water discharge-related impacts	108	
GRI 303-3	Water withdrawal	108, 115	6
GRI 303-5	Water consumption	108, 115	6
GRI 305: Emissions			
GRI 305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	104-105	3, 12, 13, 14, 15
GRI 305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	104-105	3, 12, 13, 14, 15
GRI 305-4	GHG emissions intensity	104-105	
GRI 305-5	Reduction of GHG emissions	104-105	3, 12, 13, 14, 15
GRI 306: Waste			
GRI 306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	109-110	3, 6, 11, 12
GRI 306-2	Management of significant waste-related impacts	109-110	3, 6, 11, 12

GRI Standards	Indicators	Page Number (s)	SDG Goal
GRI 306-3	Waste generated	110	3, 11, 12
GRI 401: Employment			
GRI 401-1	New employee hires and employee turnover	84, 112	
GRI 401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provide to temporary or part-time employees	83, 91-93	
GRI 401-3	Parental leave	113	
GRI 403: Occupational Health and Safety			
GRI 403-1	Occupational health and safety management system	81-83	
GRI 403-2	Hazard identification, risk assessment and incident investigation	62-67, 81-82	
GRI 403-3	Occupational health services	81-82, 91	
GRI 403-5	Worker training on occupational health and safety	81-82	16
GRI 403-6	Promotion of worker health	81-82	
GRI 403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	81-82	
GRI 403-8	Worker covered by an occupational health and safety management system	81-82, 114	
GRI 403-9	Work-related injuries	114	
GRI 404: Training and Education			
GRI 404-1	Average hours of training per year per employee	88, 113	
GRI 404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	86-87	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity			
GRI 405-1	Diversity of governance bodies and employees	112-113	
GRI 414: Supplier Social Assessment			
GRI 414-1	New suppliers that were screened using social criteria	71-73	5, 8, 16
GRI 414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	68-69	5, 8, 16
GRI 415: Public Policy			
GRI 415-1	Political contributions	57, 60	
GRI 418: Customer Privacy			
GRI 418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	78-79	16

แบบสำรวจความคิดเห็นต่อรายงานความยั่งยืน

ข้อมูลทั่วไป

เพศ

หญิง ชาย ไม่ระบุ

อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี 25-40 ปี
 41-60 ปี มากกว่า 60 ปี

ความสัมพันธ์กับกลุ่มบริษัทแพลน บี มีเดีย (กรุณาเลือก 1 คำตอบ)

ผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้าและเจ้าหน้าที่ คู่แข่งทางธุรกิจ
 หน่วยงานราชการ ชุมชน

วัตถุประสงค์ที่ท่านอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้

เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน ทำความเข้าใจธุรกิจของกลุ่มบริษัท
 การวิจัยและการศึกษา อื่นๆ ระบุ.....

ความพึงพอใจต่อการนำเสนอรายงานความยั่งยืน

เนื้อหาอ่านเข้าใจง่าย	<input type="checkbox"/> มาก	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ไม่พึงพอใจ
เนื้อหาครอบคลุมเรื่องที่ทำให้ความสนใจ	<input type="checkbox"/> มาก	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ไม่พึงพอใจ
ความเชื่อถือได้ของข้อมูล	<input type="checkbox"/> มาก	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ไม่พึงพอใจ
การออกแบบการนำเสนอและความสวยงาม	<input type="checkbox"/> มาก	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ไม่พึงพอใจ
การใช้ภาษาของรายงานที่เข้าใจง่าย	<input type="checkbox"/> มาก	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ไม่พึงพอใจ
ความพึงพอใจต่อรายงานฉบับนี้โดยภาพรวม	<input type="checkbox"/> มาก	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ไม่พึงพอใจ

หลังจากอ่านรายงานฉบับนี้ ท่านเห็นว่ากลุ่มบริษัทจะเติบโตอย่างยั่งยืนได้หรือไม่ อย่างไร

ได้ IWR:.....
 ไม่ได้ IWR:.....
 ไม่ทราบ IWR:.....

ท่านคิดว่าประเด็นใดที่มีความสำคัญต่อความยั่งยืนของกลุ่มบริษัท

เศรษฐกิจ ประเด็นเรื่อง.....
 สิ่งแวดล้อม ประเด็นเรื่อง.....
 สังคม ประเด็นเรื่อง.....

ข้อเสนอแนะ กรุณาระบุข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรายงานการพัฒนายั่งยืนในปีต่อไป

.....
.....

กลุ่มบริษัทแพลน บี มีเดีย ขอขอบคุณที่ท่านเสียสละเวลาตอบแบบสำรวจความคิดเห็นฉบับนี้

ความเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนารายงานฉบับนี้ต่อไปให้ดียิ่งขึ้น

สามารถส่งแบบสอบถามทางจดหมายหรืออีเมลได้ที่ บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1213/420 94 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ

อีเมล: irplanb@planbmedia.co.th



