

3. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

3.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยยึดตามหลักกำกับดูแลกิจการ ประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สร้างความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อมภายใน และภายนอกตลอดห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ โดยครอบคลุมประเด็นด้านบรรษัทภิบาล เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล บริษัทอ้างอิงการจัดทำรายงานให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN Sustainability Development Goals : SDGs) อ้างอิงตามดัชนีชี้วัดของ Global Reporting Initiative Version Standard (GRI Standard 2018) และเป็นไปตามกฎหมาย สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกิจการที่ดีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และระเบียบปฏิบัติของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

เพื่อให้การบริหารงานขององค์กรเกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ คณะกรรมการบริษัทเชื่อมั่นว่ากระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดี จะยกระดับผลการดำเนินงานของบริษัทให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน และเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งคุณสมบัติของหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีประกอบด้วย

- | | |
|-----------------|-------------------------------|
| - ความซื่อสัตย์ | - ความรับผิดชอบต่อภาระหน้าที่ |
| - ความโปร่งใส | - ความเป็นธรรม |
| - ความเป็นอิสระ | - ความรับผิดชอบต่อสังคม |

นโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัท ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สร้างความสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ ครอบคลุมมิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม

เพื่อการพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน บริษัทจึงกำหนดนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นกรอบแนวทางการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (UN Sustainability Development Goals: SDGs) โดยกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็น 3 มิติ ดังนี้

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ

1. ดำเนินธุรกิจตามหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณและจริยธรรมทางธุรกิจ ด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สร้างความมั่นคงทางการเงินและผลประโยชน์ที่ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง
2. พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและการให้บริการ ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี ให้ตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า คู่ค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด รวมถึงสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว โดยพิจารณาเลือกใช้สินค้าและบริการที่ได้การรับรองว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. รักษาความสัมพันธ์อันดี กับพันธมิตรทางธุรกิจ คู่ค้า และสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ
4. บริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานทั่วทั้งองค์กร เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
5. เสริมสร้างโอกาสในการลงทุน เพื่อสร้างมูลค่าและการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

มิตีสังคม

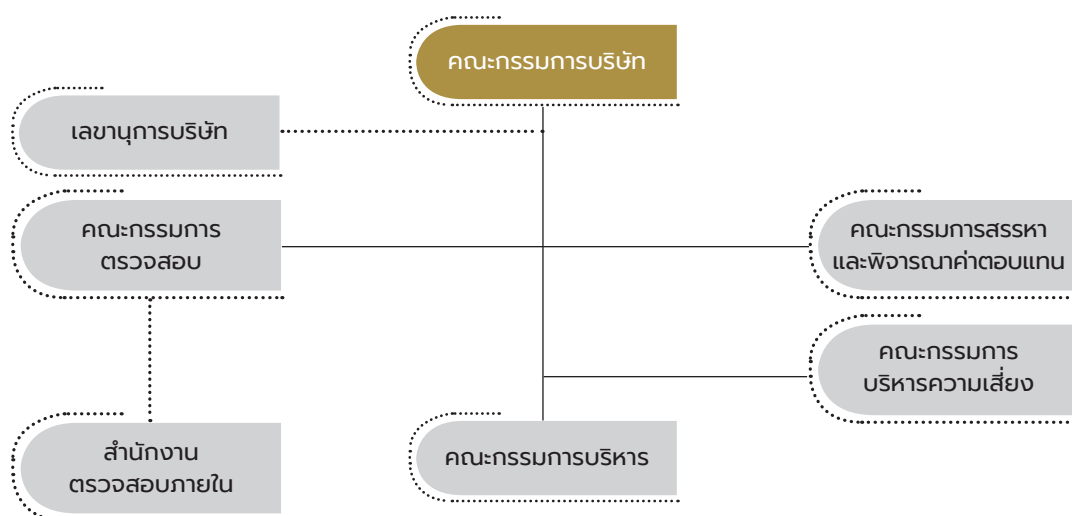
1. ดำเนินธุรกิจ โดยให้ความสำคัญความเสมอภาคและความเท่าเทียม รวมถึงการเคารพสิทธิมนุษยชน
2. ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการ ยกกระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้า
4. ส่งเสริมการพัฒนาทักษะ ศักยภาพของบุคลากร จัดให้มีสวัสดิการอย่างครอบคลุม รวมถึงการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของบุคลากร
5. การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคม พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในสังคมโดยให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการจ้างงานในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงรวมถึงเศรษฐกิจชุมชน สนับสนุนด้านการศึกษาซึ่งเป็นพื้นฐานของสังคม

มิตีสิ่งแวดล้อม

1. ส่งเสริม ให้ความรู้ และปลูกจิตสำนึกให้กับบุคลากรในการรักษาสິงแวดล้อม พิจารณาเลือกใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติหรือสามารถย่อยสลายได้ และการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อการจัดการกับทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ
2. บริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ เพื่อป้องกันผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
3. สนับสนุนและรณรงค์การใช้ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ศึกษาแนวทางในการลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) การนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) การซ่อมแซม (Repair) การประดิษฐ์และดัดแปลงทรัพยากรเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ใหม่ (Upcycle) รวมถึงสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาดและการอนุรักษ์พลังงาน

โครงสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัท มุ่งมั่นสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน จึงได้มีการจัดโครงสร้างองค์กรให้มีคณะกรรมการชุดย่อยจำนวน 4 คณะ ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริหาร โดยในปี 2568 คณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารรับผิดชอบดูแล การจัดงานอย่างยั่งยืนขององค์กร และการกำหนดนโยบาย รวมถึงหลักเกณฑ์ และแนวทางการปฏิบัติในด้านต่างๆ ของบริษัท ให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและนำพาบริษัทไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนต่อไป



3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

3.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

การบริหารปัจจัยการผลิต	• การจัดหาที่ดิน และทรัพยากร • การจัดหาเงินทุน • การตรวจสอบคุณภาพ
การปฏิบัติการ	• การจัดการสัญญาเช่า สัญญา ซื้อ/ขาย • การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ศูนย์การประชุม, โรงแรม, ศูนย์แสดงสินค้า
การกระจายสินค้าและบริการ	• สำนักงาน ซื้อ / ขาย / เช่า
การตลาดและการขาย	• การกำหนดราคาอย่างเหมาะสม • การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ • การโฆษณาประชาสัมพันธ์
การบริการหลังการขาย	• การส่งเสริมการขายและการตลาด • การบริหารงานสาธารณูปโภค และนิติบุคคล • การสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า • ช่องทางการรับข้อร้องเรียน

3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	ช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วม
ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร 1. ผู้ถือหุ้น	• ผลประกอบการที่ดีของบริษัท • การเติบโตทางธุรกิจ • การจัดการบริษัทตามหลักความยั่งยืน • การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ	1) การจัดประชุมสามัญ/วิสามัญผู้ถือหุ้น 2) การจัดทำ Company snapshot 3) การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์หรืออีเมล 4) ช่องทางรับข้อแนะนำ หรือข้อร้องเรียน
2. พนักงาน	• ความมั่นคงและความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน • สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี • การพัฒนาศักยภาพ ความรู้และความสามารถ • ความปลอดภัยในการทำงาน	1) การพบปะกับพนักงานของบริษัทและกลุ่มบริษัท 2) การประชุมคณะกรรมการกิจการกรม (สวัสดิการ) 3) การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์อินทราเน็ตและอีเมล 4) การแจ้งเบาะแส สำหรับข้อแนะนำหรือข้อร้องเรียน 5) การสำรวจความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรประจำปี
ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร 1. ลูกค้า	• บริการหลังการขายที่มีคุณภาพ • การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า • การแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณและความปลอดภัยทางถนน • การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม อาทิ การจัดการ น้ำเสียและการจัดการขยะ • การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะฉุกเฉิน • การรักษาข้อมูลความลับ • การรักษาความปลอดภัย	1) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี 2) การจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์/กิจกรรมทางการตลาด 3) การประชุมกับลูกค้าโดยตรง 4) การสื่อสารออนไลน์/อีเมล 5) ช่องทางแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	ช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วม
2. คู่ค้า และ/หรือผู้รับเหมา	- การดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว - ความเสมอภาคในการทำธุรกิจ - กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใสและเป็นธรรม - การพัฒนาคู่ค้า	1) การประชุมร่วมกับคู่ค้าและผู้รับเหมา 2) การตรวจประเมินคู่ค้าและผู้รับเหมา 3) การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์หรืออีเมล 4) ช่องทางแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน
3. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	- ความปลอดภัยและการแก้ไขปัญหาจราจร - คุณภาพน้ำของน้ำใช้และแหล่งน้ำธรรมชาติ - การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม - การพัฒนาชุมชนและสังคม	1) การจัดกิจกรรมกับชุมชน 2) การสำรวจความพึงพอใจของชุมชน 3) การพบปะกับพนักงานของบริษัท 4) การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อีเมล และอื่นๆ 5) ช่องทางแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน
4. ภาครัฐ และ/หรือหน่วยงานกำกับดูแล	- การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - การสร้างคุณค่าให้แก่เศรษฐกิจและสังคม - การเปิดเผยผลการดำเนินงานของบริษัท	1) การประชุมร่วมกันในวาระต่างๆ 2) การร่วมมือกัน ในโครงการต่างๆ 3) การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อีเมล และอื่นๆ 4) การเปิดเผยหรือรายงานข้อมูล
5. เจ้าหนี้	- การปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเงินกู้และหุ้นกู้ - การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ - การจัดการโครงสร้างเงินทุนอย่างเหมาะสม - ความตรงต่อเวลาในการชำระหนี้	1) การประชุมร่วมกับเจ้าหนี้ 2) การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อีเมล และอื่นๆ
6. คู่แข่ง	การแข่งขันที่เป็นธรรมและเป็นไปตามกฎหมาย	1) การประชุมร่วมกันในกลุ่มอุตสาหกรรม 2) การร่วมปฏิบัติงานตามคำร้องจากภาครัฐ

การติดตามผล และการปรับปรุงพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

จากการประเมินแบบวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียแล้ว บริษัทจะทำการติดตามผลและประเมินผลกระบวนการสร้างความมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการในอนาคตและจัดทำแผนบูรณาการจากข้อเสนอแนะที่ได้จากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในประเด็นสำคัญของบริษัท เพื่อสะท้อนว่า บริษัทเห็นคุณค่าของข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสีย ในการกำหนดยุทธศาสตร์และการดำเนินโครงการของบริษัท พร้อมทั้งเปิดเผยข้อมูลให้สาธารณชนรับทราบ

การประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทได้ทำการประเมินประเด็นที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งพิจารณาจากระดับความสำคัญของผลกระทบที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียและธุรกิจของบริษัท และนำมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ โดยคำนึงถึงผลกระทบทางด้านบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถสรุปตามการจัดลำดับความสำคัญได้ดังนี้

1. ระบุประเด็นสำคัญ: บริษัทรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน พิจารณาจากประเด็นที่เป็นไปตามกรอบการดำเนินงานของบริษัท แบ่งเป็นความคาดหวังและความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย และช่องทางการสื่อสารหรือวิธีการรวบรวมข้อมูล
2. การประเมินระดับความสำคัญด้านความยั่งยืน: บริษัทนำประเด็นที่มีนัยสำคัญด้านความยั่งยืนต่อบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียมาประเมิน โดยแบ่งเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
3. การทบทวนประเด็นที่มีนัยสำคัญ: มีการตรวจสอบประเด็น และจัดลำดับความสำคัญให้เป็นไปตาม เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และกรอบการรายงานความยั่งยืนสากล (GRI Standard)

แนวทางการจัดการประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

การระบุประเด็นสำคัญ	คณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้รวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน โดยพิจารณาจากประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งครอบคลุมถึงมิติ บรรษัทภิบาลเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ - ประเด็นด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของ องค์การสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) - กรอบการรายงานความยั่งยืนสากล (Global Reporting Initiative: GRI) - ประเด็นสำคัญอื่นๆ ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน หรือกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ กลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง กลุ่มธุรกิจบริการด้านการจัดเลี้ยง เป็นต้น
การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญ	บริษัทนำประเด็นความยั่งยืนที่มีความ สำคัญจากหน่วยงานต่างๆ มาทำการวิเคราะห์เบื้องต้น มีการทบทวนจากคณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของกลุ่มบริษัท โดยทำการประเมินระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจในประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียและองค์กร รวมถึงประเด็นสำคัญอื่นจากกลุ่มธุรกิจเดียวกันที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งคณะกรรมการได้ให้ผู้มีส่วนได้เสีย ผู้บริหาร แลพนักงานของบริษัทที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประเมินดังกล่าว
การตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญและทบทวนเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	คณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้นำเสนอประเด็นวิเคราะห์ด้านความยั่งยืนที่สำคัญต่อคณะกรรมการบริหาร ซึ่งเป็น ตัวแทนกรรมการและตัวแทนผู้บริหารระดับสูงเพื่อรับรองการจัดลำดับภายใต้การคำนึงถึงระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียและองค์กร ควบคู่ไปกับระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่อมิติบรรษัทภิบาล เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย และจัดการประชุมภายในองค์กร เพื่อพิจารณาทบทวนข้อมูลของกระบวนการประเมินประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารได้พิจารณาทบทวนและเห็นชอบผลการประเมินประเด็นด้านความยั่งยืนที่สำคัญประจำปี 2568 ซึ่งแสดงผลในรูปแบบของเมทริกซ์

การประเมินประเด็นความสำคัญด้านความยั่งยืน

ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย			4	1
		2, 8		
	5, 6	3		7
ระดับความสำคัญ / ผลกระทบต่อธุรกิจ				
ระดับความสำคัญ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สูงมาก

มิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ
1. การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการปฏิบัติตามกฎหมาย	
2. การรักษาข้อมูลความลับ	
3. การเปิดเผยข้อมูลที่ชัดเจน	
มิติสังคม	
4. การพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน และสังคม	
5. หลักสิทธิมนุษยชน	
6. สุขภาพและความปลอดภัย	
มิติสิ่งแวดล้อม	
7. การจัดการสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อม	
8. การจัดการของเสีย	

3.3 ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม



3.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัท และกลุ่มบริษัท มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน และคำนึงถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการสร้างความสมดุลระหว่างการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมต่างๆ ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจผ่านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า การลดใช้พลังงาน การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งวางแผนและเตรียมแนวทางเพื่อช่วยลดและแก้ไขปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมาย และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
2. ศึกษาแนวทางในการลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) การนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) การซ่อมแซม (Repair) การประดิษฐ์และดัดแปลงทรัพยากรเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ใหม่ (Upcycle) และการใช้พลังงานสะอาด รวมถึงปรับปรุงการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
3. เสริมสร้างจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
4. สื่อสารการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมไปยังพนักงานทุกระดับและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
5. ส่งเสริมโครงการเกี่ยวกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก
6. ดำเนินกระบวนการจัดซื้อ จัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.3.2 ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

1. การจัดการพลังงาน

บริษัท และกลุ่มบริษัท มีระบบการจัดการพลังงาน หลากหลายรูปแบบผ่านกิจกรรมและโครงการ เพื่อลดการใช้พลังงาน และทรัพยากรที่อาจส่งผลให้เกิดการใช้พลังงานที่สิ้นเปลือง รวมถึงก่อให้เกิดของเสีย โดยกำหนดวิธีการควบคุมพลังงาน ได้แก่ การควบคุมการใช้พลังงานไฟฟ้า และการควบคุมปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ทั้งนี้ ผลของการดำเนินโครงการในปีที่ผ่านมา สามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้

กิจกรรมและโครงการด้านการจัดการพลังงาน

1.1 โครงการลดการใช้พลังงานภายในพื้นที่จัดแสดงงาน

จากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ทวีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อุณหภูมิเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น และฤดูกาลแปรปรวนไปจากเดิม ซึ่งกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมถึงทำให้ต้นทุนด้านพลังงานเพิ่มสูงขึ้น

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด จึงได้ดำเนินโครงการลดการใช้พลังงานภายในพื้นที่จัดแสดงงาน ควบคู่กับการสร้างความตระหนักรู้ให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปฏิบัติงานสอดคล้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย เพื่อลดผลกระทบจากภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ควบคู่กับการลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานขององค์กร โดยได้มีการวางแผนและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เช่น เปลี่ยนหลอดไฟแบบเดิมเป็นหลอด LED ซึ่งช่วยประหยัดพลังงานในพื้นที่อาคารและห้องจัดงาน, ปรับเปลี่ยนม่านอากาศ (Air Curtain) เพื่อป้องกันการแลกเปลี่ยนอากาศระหว่างภายในและภายนอก ช่วยรักษาอุณหภูมิให้คงที่ และควบคุมการทำงานของระบบปรับอากาศ เช่น ระบบ BBP และการเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศแบบ Split Type ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

รายงานสรุปการดำเนินงานเพื่อลดการใช้พลังงาน ปี 2567

- อิมแพ็ค ตั้งเป้าหมายลดการใช้พลังงานในพื้นที่จัดแสดงงาน 3 %
(อ้างอิงข้อมูลปี 2566 มาเป็นฐานร้อยละที่ลดลงของปริมาณพลังงานที่ใช้เดิม) ทำได้จริงอยู่ที่ 3.07%
- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ถึง 858,163 กิโลวัตต์/ชั่วโมง คิดเป็นอัตราค่าใช้จ่ายที่ประหยัดได้ 4,007,619 บาท (อัตราค่าไฟเฉลี่ย 4.67 บาทต่อกิโลวัตต์/ชั่วโมง)
- สามารถช่วยลดภาวะโลกร้อนหรือลดก๊าซเรือนกระจก 481,429 กิโลคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2e) เทียบเท่าการลดการใช้พลังงานบ้าน 2 ชั้น ขนาด 16 ตารางวา จำนวน 2,600 หลังคาเรือน

1.2 โครงการพลังงานสะอาด ติดตั้งระบบเซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Cell)

สืบเนื่องจากโครงการลดการใช้พลังงาน ผู้บริหารได้มีวิสัยทัศน์ในการสนับสนุนและการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด ติดตั้งระบบเซลล์แสงอาทิตย์ รูปแบบ Solar Rooftop เปลี่ยนพลังงานธรรมชาติอย่างพลังงานแสงอาทิตย์ให้มาอยู่ในรูปของพลังงานไฟฟ้า ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้า อีกทั้งยังลดปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จึงเป็นทางเลือกด้านพลังงานสะอาดที่ยั่งยืน

รายงานดำเนินการติดตั้งระบบเซลล์แสงอาทิตย์ (Solar Cell) ในพื้นที่ต่างๆ

- อาคาร IMPACT CHALLENGER, อาคาร IMPACT FORUM, อาคารจอดรถ IMPACT IN DOOR PARKING 3 และอาคาร The Portal Lifestyle โดยบริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ให้กำลังผลิตติดตั้งรวม 1,185 kWp ปริมาณการผลิตไฟฟ้า รวมประมาณ 1,254,497.82 kWh
- อาคาร COSMO BAZAAR Phase 1, อาคาร COSMO BAZAAR Phase 2 โดยบริษัท บางกอกแลนด์ เอเจนซี่ จำกัด ให้กำลังผลิตติดตั้ง 969.84 kWp ปริมาณการผลิตไฟฟ้า รวมประมาณ 1,518,703.17 kWh
- อาคาร COSMO OFFICE PARK โดยบริษัท บางกอกแอร์พอร์ทอินดัสทรี จำกัด ให้กำลังผลิตติดตั้ง 165.24 kWp ปริมาณการผลิตไฟฟ้า รวมประมาณ 201,410.80 kWh
- อาคาร BEEHIVE LIFESTYLE MALL โดยบริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) ให้กำลังผลิตติดตั้ง 375.84 kWp ปริมาณการผลิตไฟฟ้า รวมประมาณ 549,788.370 kWh

1.3 โครงการบริการสถานีขาร์จรถยนต์ไฟฟ้า

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด เล็งเห็นถึงความสำคัญของรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ลดการก่อกมลพิษจากการเผาไหม้ของเครื่องยนต์ที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง จึงได้เปิดพื้นที่ให้บริการสถานีขาร์จรถยนต์ไฟฟ้าระดับ 2 จำนวน 8 จุดบริการ พร้อมกับมีรถยนต์ไฟฟ้าให้เช่าอีกจำนวน 8 คัน เพื่อให้บริการคาร์แชร์ริ่งแก่ลูกค้าที่มาร่วมงานอีเวนต์หรือใช้บริการภายในพื้นที่รอบศูนย์ฯ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยยึดหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า พร้อมดูแลสิ่งแวดล้อม

รายงานการติดตั้งสถานีขาร์จรถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 6 จุดบริการ รวม 18 ช่องจอด ได้แก่

1. ลานจอด P1 Challenger (G27-G28) (1 ช่องจอด)
2. ลานจอด P3 (1 ช่องจอด)
3. ลานจอดรถ The Portal (1 ช่องจอด)
4. ลานจอด Bee Hive Lifestyle Mall (3 ช่องจอด)
5. อาคารจอดรถ P1 Challenger (G30-G33) (9 ช่องจอด)
6. ลานจอดรถ Novotel (4 ช่องจอด)

2. การบริหารจัดการน้ำ

บริษัท และกลุ่มบริษัทมีกระบวนการควบคุมการใช้น้ำสำหรับการทำงานที่สำคัญ อาทิ การใช้น้ำในการอุปโภค บริโภค การทำความสะอาดอาคารสถานที่ การล้างเตรียมสินค้าวัตถุดิบ การบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการน้ำ ทั้งการควบคุมปริมาณการใช้ คุณภาพ รวมถึงการเฝ้าระวังน้ำเสีย โดยกำหนดแผนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างรัดกุม และการใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญเรื่องการควบคุมคุณภาพน้ำประปาที่นำมาใช้ โดยการตรวจวัดค่า ปริมาณออกซิเจนที่ต้องการเพื่อใช้ไปในกระบวนการ (Biological Oxygen Demand: BOD) ให้อยู่ในเกณฑ์ตามมาตรฐาน และกฎหมาย เพื่อควบคุมการเกิดน้ำเสียตั้งแต่ต้นทาง ทั้งนี้ผลการตรวจวัดในปี 2568 อยู่ในเกณฑ์ที่ดีเป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด

ตารางสรุปคุณภาพน้ำเสียเฉลี่ยปี 2567

หน่วย: มิลลิกรัม/ลิตร

pH (5.5 - 9.5)	BOD (<20)	TSS (<30)	TDS (<1000)	SS (<0.5)	Sulfide (<1.0)	TKN (<35)	Oil & Grease (<20)	DO (>5)
8.6	6.5	5.8	282.7	0.1	0.5	4.5	3.0	7.3

กิจกรรมและโครงการด้านการบริหารจัดการน้ำ

2.1 การจัดการน้ำเสียภายในพื้นที่เมืองทองธานี

ด้วยขนาดพื้นที่ของเมืองทองธานีที่ครอบคลุมทั้งอาคารที่พักอาศัย สำนักงาน ศูนย์แสดงสินค้า และร้านค้าต่างๆ บริษัทฯ จึงได้ออกแบบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง เพื่อให้การปล่อยน้ำทิ้งสู่ธรรมชาติเป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด และไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศโดยรอบ โดยระบบบำบัดนี้สามารถรองรับน้ำเสียได้สูงสุดถึง 7,500 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน สะท้อนถึงความใส่ใจในการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2.2 โครงการ ขุดลอกคูคลอง ท่อระบายน้ำ

ในปัจจุบัน พื้นที่เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี มีการขยายตัวทางธุรกิจที่หลากหลาย ทำให้มีประชาชน เข้ามายังเมืองทองธานีจำนวนมาก ซึ่งในกรณีที่ฝนตกหนัก เกินกว่าปริมาณการระบายน้ำที่ทางโครงการ ได้ออกแบบไว้ และเกิดเหตุน้ำท่วมขังนั้น เพื่อการบรรเทาปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ทางบริษัทฯ ได้จัดทำ แผนการลอกคูคลอง ในพื้นที่เมืองทองธานี เพื่อที่จะสามารถระบายน้ำฝนได้เต็มประสิทธิภาพ เพื่อเป็น การช่วยเหลือและบรรเทาความเดือดร้อนของชาวชุมชน

3. การจัดการขยะ ของเสียและมลพิษ

บริษัท และกลุ่มบริษัท จัดให้มีระบบการจัดการขยะ ของเสียและมลพิษตามที่กฎหมายกำหนด โดย จัดโครงการและกิจกรรมเพื่อสนับสนุนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อมแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ด้วยจำนวนผู้มาเยือนศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี เพื่อร่วมงานและกิจกรรม ต่างๆ ในแต่ละปีมากถึง 10 ล้านคน บริษัทฯ จึงได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการและอำนวยความสะดวกลูกค้า ปรับเปลี่ยนถึงขยะจากถังเดียวมาเป็นถังขยะแยกประเภท และมีการจัดเก็บคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ เพื่อนำ ขยะแต่ละประเภทไปกำจัดอย่างถูกวิธี รวมถึงมีการบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยใช้หลัก 4R ได้แก่ Reuse, Repair/Recover, Reduce และ Recycle เพื่อเป็นการลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ ดี และสอดคล้องกับนโยบายการจัดงานอย่างยั่งยืน โดยในปี 2567/2568 บริษัทได้ดำเนินการเกี่ยวกับการบริหาร จัดการขยะดังนี้

กิจกรรมและโครงการด้านการจัดการขยะ ของเสียและมลพิษ

3.1 การส่งเสริมการจัดงานอย่างยั่งยืน (Green Package)

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ผู้บริหารศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิม แพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งเป็นสถานที่จัดงานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีศักยภาพรองรับการจัดกิจกรรมทุกรูปแบบตามมาตรฐานสากล ทั้งด้านบริการและแนวปฏิบัติ ที่ดีเลิศ ในฐานะองค์กรชั้นนำในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ที่ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมจัดทำนโยบายการจัดงานอย่างยั่งยืน (Sustainable Event Policy) เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและข้อกำหนดด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ยังได้พัฒนา การบริการ “Green Package” เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ไ้ ให้ความสำคัญกับการจัดงานอย่างยั่งยืน โดยสามารถเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะการจัดงานของ แต่ละหน่วยงาน ซึ่งครอบคลุมกิจกรรม 5 ประเภท ได้แก่ งานประชุม/สัมมนา (Meeting), งานแสดง สินค้า/นิทรรศการ (Exhibition), คอนเสิร์ต (Concert), งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party) และงานมงคลสมรส (Wedding)

ตัวอย่างรูปแบบการบริการจากอิมแพ็คเพื่อการจัดงานอย่างยั่งยืน

- การให้บริการอาคารและสถานที่ ได้แก่ ใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ได้มาตรฐาน ชนิดประหยัดพลังงาน, การใช้พลังงานทดแทน
- บริการอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หลอดดูดน้ำ แก้วกระดาษ กล่องอาหาร บริการจุดน้ำดื่ม

การให้บริการเมนูอาหารยั่งยืน เช่น เมนูใช้พลังงานน้อย เมนูมังสวิรัติ หรือโปรตีนจากพืช, มีการส่งเสริมให้ลูกค้านำอาหารที่เหลือกลับบ้าน หรือส่งต่อสังคมชุมชนผู้ยากไร้โดยการบริจาค เป็นต้น

- การจัดการของเสีย ได้แก่ จัดเตรียมถังขยะแยกประเภทให้บริการ คัดแยกเศษอาหาร เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือ กำจัดอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เปลี่ยนสภาพของเศษอาหารให้กลายเป็นสารปุ๋ยดิน
- อุปกรณ์สำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืน เช่น ไม่ใช้ผ้าคลุมโต๊ะ คลุมเก้าอี้ หรือใช้เลือกผ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เลือกใช้ต้นไม้ พัก ผลไม้ และดอกไม้ประดิษฐ์ในการตกแต่งงานที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ การตั้งจุดบริการและรับคืนเครื่องเขียน
- ป้ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอย่างยั่งยืน เพื่อแสดงเจตนารมณ์ชัดเจนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการจัดงาน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการเพื่อความยั่งยืนของการจัดงาน ISO 20121:2024 (เวอร์ชันล่าสุด) จากบริษัท SGS (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 โดยถือเป็นองค์กรแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานฉบับล่าสุดนี้

ในช่วงเดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2567 บริษัทฯ ได้ให้บริการจัดงานภายใต้แนวคิดความยั่งยืนในรูปแบบ Green Package จำนวนทั้งสิ้น 99 งาน ครอบคลุมกิจกรรมหลากหลายประเภท ทั้งงานประชุม นิทรรศการ คอนเสิร์ต งานเลี้ยง และงานมงคลสมรส ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการส่งเสริมการจัดงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

3.2 การคัดแยกขยะประเภทรีไซเคิลในอาคารจัดแสดงงาน ส่วนงานจัดเลี้ยง ศูนย์อาหาร และร้านอาหารในพื้นที่

รายงานสรุปปริมาณ “ขยะรีไซเคิล” ที่ได้จากการคัดแยกในอาคารจัดแสดงงาน ปีงบประมาณ 2567

- ขวดพลาสติก 3,756.10 กิโลกรัม
- กระดาษลัง 27,258.90 กิโลกรัม
- กระดาษขาว 350 กิโลกรัม
- เศษ/ แกนกระดาษ 3,381.20 กิโลกรัม
- บีบสังกะสี (บีบเปล่า) 2,024 กิโลกรัม
- น้ำมันพืชใช้แล้ว 1,388 กิโลกรัม
- กระป๋องอะลูมิเนียม รวมอยู่ที่ 188.10 กิโลกรัม

3.3 โครงการ Zero Waste: แปรรูปเศษอาหารเป็นสารบำรุงดิน

อิมแพ็ค เมืองทองธานี นอกจากให้บริการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับการจัดงานกิจกรรมต่างๆ แล้ว ยังเป็นผู้ให้บริการด้านอาหาร-เครื่องดื่มด้วย ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการจัดการเศษอาหารที่เกิดขึ้น ด้วยการนำเทคโนโลยี Food Waste Composer แปรรูปเศษวัตถุดิบและอาหารเหลือเป็นสารบำรุงดิน สำหรับใช้ในแปลงผักออร์แกนิกและแปลงเพาะปลูกของอิมแพ็คเอง

เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยลดการฝังกลบขยะได้ถึง 100 กก./วัน (36,500 กก./ปี) และผลิตปุ๋ยได้ 20 กก./วัน (7,300 กก./ปี) เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ 28 ต้น/วัน หรือ 10,220 ต้น/ปี พร้อมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ 315 kgCO₂e/วัน หรือ 115 ตัน/ปี

ในปี 2567 มีเศษอาหารรวม 13,409 กิโลกรัม โดยนำเข้าสู่กระบวนการผลิตปุ๋ยได้ 4,446 กก. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อปุ๋ยและสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

3.4 โครงการ Zero Waste: การประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามหลัก 4R และลดต้นทุนงานจัดเลี้ยง อิมแพ็คได้ดำเนินโครงการประดิษฐ์ของตกแต่งจากกระดาษและวัสดุเหลือใช้ เช่น แจกันจากกระดาษลัง ประดับด้วยดอกไม้จากเปลือกข้าวโพด เปลือกกล้วย และเมล็ดพืชต่างๆ เพื่อลดปริมาณขยะ และสะท้อนการดำเนินงานที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

3.5 โครงการประยุกต์ใช้งานทรัพย์สินเหลือใช้ เพื่อลดต้นทุนของกิจการ

หน่วยงาน FA Asset นำอุปกรณ์ Raiser ที่ไม่ใช้แล้ว มาดัดแปลงเป็นอุปกรณ์ยก/ย้ายสิ่งของ (ชั้นวางของ/ กล่องใส่ของเคลื่อนที่) ภายใน Store Asset ซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ได้ถูกใช้งาน มาเป็นเครื่องมือช่วยในการปฏิบัติงาน โดยไม่จำเป็นต้องซื้อเครื่องมือจากภายนอก ถือเป็นการใช้เคล็ดลับของเหลือใช้ เพื่อให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพ และช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานขององค์กร

3.6 โครงการ Lotto เปลี่ยนขยะเป็นรายได้เพื่อสังคม

ได้ดำเนินการตั้งแต่ปี 2562 โดยเปิดรับบริจาคหลอดรีไซเคิลแล้ว เพื่อนำส่งไปยังศูนย์สาธารณสงเคราะห์พัฒนาเด็กพิเศษวัดห้วยหมู จ.ราชบุรี เพื่อนำไปประดิษฐ์เป็นกระถาง พวงหรีด และของตกแต่ง ช่วยส่งเสริมอาชีพและเพิ่มมูลค่าให้ของเหลือใช้

3.7 การบริหารจัดการขยะและการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

อิมแพ็คมีนโยบายลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-use Plastic) โดยรณรงค์ให้ใช้ถุงผ้าและบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ เช่น กล่องอาหาร ถุงหูหิ้ว หลอด และภาชนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกว่า 55 รายการถูกนำมาใช้ในกลุ่มธุรกิจอาหารของอิมแพ็ค เช่น Food Arena, Sky Kitchen และ IMPACT Catering และได้ส่งเสริมให้ร้านค้า ร้านอาหารในพื้นที่เปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้อย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสนับสนุนแนวคิดธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ดำเนินงานอย่างยั่งยืน และแสดงออกถึงความใส่ใจในโลกใบนี้

4. การจัดการเพื่อลดปัญหาก๊าซเรือนกระจก

บริษัท และกลุ่มบริษัท ให้ความสำคัญกับสภาวะโลกร้อนจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือผลกระทบ และมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผ่านกิจกรรมและโครงการด้านสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ในปี 2568 บริษัทได้เริ่มต้นประเมินปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร หรือปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมขององค์กร แบ่งเป็นขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปริมาณการปล่อยคาร์บอน

ขอบเขตการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

Scope 1	Scope 2	Scope 3
• น้ำมันดีเซล (รถบริษัท) • น้ำมันเบนซิน (รถบริษัท) • สารทำความเย็น R-22 (เครื่องปรับอากาศ)	• ไฟฟ้า	• น้ำมันดีเซล • น้ำประปา • ก๊าซ LPG ห้องอาหาร • กระดาษขาว

กิจกรรมและโครงการจัดการเพื่อลดปัญหาก๊าซเรือนกระจก

4.1 โครงการปลูกป่าชายเลน “อิมแพ็ค ฮิลป่า ฮิลใจ คีนลมหายใจสู่ธรรมชาติ” และโครงการปลูกป่าชายเลน

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิซิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน จึงได้จัดโครงการ “อิมแพ็ค ฮิลป่า ฮิลใจ คีนลมหายใจสู่ธรรมชาติ” โดยฝ่าย Real Estate และโครงการปลูกป่าชายเลน โดยฝ่าย Procurement Non-Food ณ ตำบลคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อฟื้นฟูป่าชายเลนที่ถูกบุกรุกให้กลับคืนสู่ความอุดมสมบูรณ์ โดยป่าชายเลนมีบทบาทสำคัญทั้งในการป้องกันการกัดเซาะชายฝั่ง เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำวัยอ่อน และเป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อความหลากหลายทางชีวภาพและความมั่นคงทางอาหารของชุมชน ซึ่งกิจกรรมนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของอิมแพ็คในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมจิตสำนึกในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

4.2 โครงการ ภัฏวิฤตและอนุรักษ์พะยูน

อิมแพ็ค เมืองทองธานี ร่วมกับมูลนิธิเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และหน่วยงานภาครัฐ จัดโครงการ “ภัฏวิฤตและอนุรักษ์พะยูน ครั้งที่ 2” โดยดำเนินกิจกรรมปลูกหญ้าทะเลจำนวนกว่า 900 ต้น บริเวณอ่าวบางขวัญ จังหวัดพังงา เพื่อฟื้นฟูแหล่งอาหารของพะยูนและฟื้นคืนความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ระบบนิเวศทางทะเล

4.3 โครงการใช้ระบบเอกสารออนไลน์แทนกระดาษ

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ควรตระหนักถึงอย่างมาก จากปัจจัยในการใช้ชีวิตและการดำเนินธุรกิจในหลายด้านส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทางตรงและทางอ้อม เช่น การใช้กระดาษในหลายหน่วยงานและองค์กรมีอัตราการใช้กระดาษที่สูงและใช้งานไม่คุ้มค่า ทำให้เกิดขยะจากกระดาษเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการลดปัญหาขยะกระดาษซึ่งสอดคล้องกับนโยบายด้านการรักษาสภาพแวดล้อมของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการบริหารจัดการโดยใช้หลัก I am 3R (Reduce, Reuse/Recycle and Replenish) โดยจะรณรงค์ให้พนักงานใช้เอกสารออนไลน์แทนการใช้กระดาษ และใช้กระดาษทั้ง 2 หน้า เพื่อใช้กระดาษให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าที่สุด อีกทั้งลดค่าใช้จ่ายองค์กร ลดปริมาณขยะที่เกิดจากกระดาษ และต่อยอดช่วยลดการตัดไม้ ที่เป็นส่วนประกอบหลักของการผลิตกระดาษ ลดการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงในโรงงานผลิตกระดาษ รวมถึงภาคการขนส่งด้วย

4.4 อิมแพ็ค สนับสนุนเยาวชนไทยในงาน “เยาวชนไทยขับเคลื่อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ปีที่ 2

เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2567 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้เข้าร่วมกิจกรรม “เยาวชนไทยขับเคลื่อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ปีที่ 2 พร้อมกล่าวสุนทรพจน์ในหัวข้อ “บทบาทภาคเอกชนกับการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม” กิจกรรมภายในงานประกอบด้วย การฉายสารคดีสิ่งแวดล้อม และนิทรรศการจากเยาวชนรุ่นใหม่ ในฐานะผู้ให้บริการศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมรายใหญ่ของไทย ซึ่งรองรับผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลกกว่า 15 ล้านคนต่อปี ได้ตระหนักถึงบทบาทของตนในฐานะผู้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่างๆ

บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นพัฒนาและดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการ “ลด-เลี่ยง-เลิก การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก” โครงการคัดแยกขยะ และโครงการขยะเป็นศูนย์ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก และมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนสังคมสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง

3.4 ผลการดำเนินงานด้านสังคม



3.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

บริษัท และกลุ่มบริษัท ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชน และสังคมโดยรอบสถานที่ที่บริษัทดำเนินธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันแบบครอบครัวกับชุมชน และสังคม โดยมุ่งมั่นที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรที่พำนักอาศัยในโครงการ รวมถึงชุมชน และสังคมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ตามแนวคิด “เมืองอัจฉริยะ” จึงมีนโยบายที่จะปฏิบัติต่อชุมชนและสังคม อย่างรับผิดชอบ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน โดยนโยบายและแนวปฏิบัติการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน และสังคมฉบับเต็มอยู่ในส่วนที่ 4 เอกสารแนบ 5

3.4.2 ผลการดำเนินงานด้านสังคม

บริษัท ให้ความสำคัญในการปฏิบัติต่อพนักงาน และแรงงาน โดยกำหนดนโยบายสิทธิมนุษยชน ให้ครอบคลุมพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท โดยในปี 2567 มีแผนการปฏิบัติต่อพนักงาน และแรงงานอย่างเป็นธรรมและเคารพสิทธิมนุษยชน ผ่านกิจกรรมต่างๆ

กิจกรรมและโครงการด้านสังคม

โครงการ อิมแพ็ค ปันน้ำใจมอบรักสู่สังคม ประจำปี 2567

1. ส่งมอบขนมคุกกี้และพายฟิเลโอ สนับสนุนกิจกรรมวันเด็ก ประจำปี 2567

ระหว่างวันที่ 12 ม.ค. - 9 ก.พ. 2567 อิมแพ็คได้จัดส่งขนมและของใช้จำเป็น แก่ 11 มูลนิธิในกรุงเทพฯ ปริมาณ และพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อส่งเสริมโภชนาการและมอบความสุขให้แก่เด็กและผู้ด้อยโอกาสในชุมชนได้แก่

- | | |
|----------------------------|-------------------------------------|
| 1. ศูนย์นันทนาการดอนเมือง | 7. ศูนย์ปฏิบัติการทุนระเบิดแห่งชาติ |
| 2. ศูนย์นันทนาการจตุจักร | 8. เทศบาลนครปากเกร็ด |
| 3. ศูนย์นันทนาการวัดดอกไม้ | 9. ศูนย์นันทนาการคลองสามวา |
| 4. ศูนย์นันทนาการสวนอ้อย | 10. ศูนย์นันทนาการบ่อนไก่ |
| 5. โรงเรียนป่าไม้อุทิศ 9 | 11. ชมรมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย |
| 6. ศูนย์นันทนาการคลองเตย | |

2. กิจกรรมส่งมอบขนมเดนนิชไส้ไก่หยอง

เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2567 อิมแพ็คได้ส่งขนมมอรรอยๆ จากครัวเบเกอรี่ จำนวน 300 ชิ้น ให้แก่ มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ ทั้งนี้ สำหรับมูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ ปัจจุบันมีเด็กนักเรียนผู้พิการทางสายตาศึกษาอยู่ประมาณ 110 คน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้พิการทางสายตาโดยกำเนิด และผู้พิการซ้ำซ้อนที่มีภาวะความพิการอื่นๆ ร่วมด้วย อาทิ ความพิการทางสมอง สมาธิสั้น และโรคออทิสติก เป็นต้น ทั้งนี้ มีการสอบถามความต้องการความช่วยเหลือและสิ่งของบริจาคจากทางมูลนิธิฯ เพื่อนำมาปรับปรุงการส่งมอบความช่วยเหลือและสิ่งของบริจาคให้ตรงกับความต้องการของมูลนิธิต่อไป

3. กิจกรรมส่งมอบข้าวสาร

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ได้ส่งมอบข้าวสารจำนวน 6 กระสอบ ให้แก่ สถานสงเคราะห์เด็กหญิงบ้านราชวิถี และมูลนิธิช่วยคนปัญญาอ่อนแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2567 ภายใต้โครงการ “ปันน้ำใจ มอบรักสู่สังคม”

4. ส่งมอบนมกล่อง UHT และขนมเดนนิชไก่หยอง

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ได้ส่งมอบนม UHT 12 ลัง และขนมเดนนิช ไก่หยอง 2,700 ชิ้น เมื่อวันที่ 25 และ 28 มิถุนายน 2567 ให้แก่ 6 มูลนิธิ

- สถานคุ้มครองและพัฒนาคนพิการบ้านกึ่งวิถี (หญิง) จังหวัดปทุมธานี จำนวน 600 ชิ้น
- สถานคุ้มครองและพัฒนาคนพิการบ้าน กึ่งวิถี (ชาย) จังหวัดปทุมธานี จำนวน 600 ชิ้น
- ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ จังหวัดปทุมธานี
- สถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่งชายธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
- สถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่งหญิงธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
- สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนรังสิต จังหวัดปทุมธานี

5. บริจาคชุดโต๊ะเก้าอี้ ศูนย์อาหาร Sky Kitchen ให้แก่ 3 มูลนิธิ (เดือนกรกฎาคม 2567) ได้แก่

- สถานคุ้มครองและพัฒนาคนพิการบ้านกึ่งวิถี (หญิง) จังหวัดปทุมธานี จำนวน 60 ชุด
- สถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่งชายธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 50 ชุด
- สถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่งหญิงธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 90 ชุด

6. ส่งมอบข้าวสารออร์แกนิกและน้ำพริกแกง จากโครงการ “อิมแพ็ค ฟาร์ม” (เดือน ส.ค. 2567)

- สถานสงเคราะห์เยาวชนมูลนิธิมหาราช ข้าวสาร จำนวน 104 กก. และน้ำพริก 24 กล่อง
- สถานแรกรับเด็กหญิงบ้านธัญบุรี ข้าวสาร จำนวน 101 กก. และน้ำพริก 24 กล่อง

7. งานทอดกฐินสามัคคี ณ วัดผาสุมณีจักร

คุณพอลล์ กาญจนพาสน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร พร้อมคณะผู้บริหารกลุ่มบริษัทบางกอกแลนด์ และพนักงานอิมแพ็ค และบริษัทในเครือฯ เข้าร่วมงานทอดกฐินสามัคคี ประจำปี 2567 ณ วัดผาสุมณีจักร เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2567

โดยกฐินสามัคคีครั้งนี้ได้รวบรวมเงินปัจจัยจากทั้งพนักงานอิมแพ็ค และบริษัทในเครือฯ พร้อมลูกค้าที่ร่วมกันทำบุญ โดยได้ถวาย ให้แก่วัดผาสุมณีจักรเพื่อนำไปบูรณปฏิสังขรณ์เสนาสนะ ปูกระเบื้องพื้นให้สมบูรณ์ พร้อมปรับปรุงภูมิทัศน์วัดให้สวยงาม ซึ่งจะเป็นการอำนวยความสะดวกและเป็นสาธารณประโยชน์แก่ประชาชนในชุมชนเมืองทองธานีต่อไป

8. โครงการ “ปันน้ำใจ มอบรักสู่สังคม” มอบหลอดไฟให้วัดที่ขาดแคลน

บริจาคหลอดไฟจำนวน 48 หลอด ให้แก่วัดใน อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา เพื่อสนับสนุนการใช้งานด้านสาธารณูปโภค

9. โครงการ “อิมแพ็คปันสุขให้น้อง อิ่มท้องด้วยรัก”

ฝ่าย Real Estate ร่วมกับร้านค้าในการจัดกิจกรรมเลี้ยงอาหารกลางวัน พร้อมมอบอุปกรณ์การเรียน มอบทุนการศึกษา ทุนการเรียนดี และทุนกิจกรรมพิเศษ ทั้งหมด 15 ทุน ณ โรงเรียนวัดตำหนักเหนือ (ชินวิทยานุสรณ์) ต.บางตะไนย์ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี ซึ่งเป็นโรงเรียนขนาดเล็กประกอบด้วยนักเรียนระดับอนุบาลและประถมศึกษาารวม 75 คน

10. โครงการ “อิมแพ็คปันน้ำใจช่วยภัยน้ำท่วม”

เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยในภาคเหนือ ฝ่าย Real Estate ร่วมกับมูลนิธิกระจกเงา เปิดจุดรับบริจาคสิ่งของ 3 แห่ง ได้แก่

- อาคารบางกอกแลนด์ ชั้น 9 (Real Estate Office)
- ศูนย์อาหาร Food Arena
- ศูนย์การค้า บีไฮฟ โลฟส์ไคล์ มอลล์

โดยเปิดรับสิ่งของจำเป็น เช่น อุปกรณ์ทำความสะอาด เครื่องใช้ไฟฟ้า อาหารแห้ง ยาสามัญ เครื่องครัว และเสื้อผ้า

11. โครงการ “ขับเคลื่อนลดภัย ประจำปี 2567”

ฝ่ายควบคุมมาตรฐาน ร่วมกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลองค์กร และสถานีตำรวจภูธรปากเกร็ด จัดอบรมให้ความรู้ในหัวข้อ “ขับเคลื่อนลดภัย” เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม ณ ห้อง Sapphire 106-107 โดยได้รับเกียรติจาก พ.ต.ต.ฐานันท์ พึ่งมี สารวัตรจราจร พร้อมด้วยเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจร ร่วมถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์แก่พนักงานอิมแพ็ค การอบรมเริ่มต้นด้วยการฉายภาพเหตุการณ์อุบัติเหตุจริงในพื้นที่จัดแสดงงาน เพื่อสร้างความตระหนักรู้ ก่อนเข้าสู่เนื้อหาเกี่ยวกับกฎหมายและข้อบังคับจราจร ตลอดจนแนวทางปฏิบัติในการขับขี่อย่างปลอดภัย

มีผู้เข้าร่วมอบรมจากหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร จำนวน 92 คน โดยกิจกรรมนี้มุ่งหวังให้พนักงานนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ทั้งในการปฏิบัติงานและการใช้ชีวิตประจำวัน

12. โครงการจัดบริการรับบริจาคโลหิต

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลองค์กร ร่วมกับ สภากาชาดไทย ได้จัดกิจกรรมรับบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่อง ปีละ 4 ครั้ง โดยเชิญชวนพนักงานอิมแพ็คและบริษัทในเครือบางกอกแลนด์ รวมถึงประชาชนทั่วไปร่วมบริจาคโลหิต ซึ่งได้รับการตอบรับมีผู้เข้าร่วมบริจาคโลหิตจำนวนมาก เพื่อเป็นการช่วยชีวิตผู้อื่นในสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปี	จำนวนผู้บริจาค	ปริมาณโลหิต (ยูนิต)
2568*	154	140
2567	699	596
2566	741	632
2565	746	597

* ปี 2568 ข้อมูลเฉพาะไตรมาสที่ 1 สิ้นสุด มีนาคม 2568

13. โครงการ “อิมแพ็คฯ ส่งต่อความรักให้เพื่อนสี่ขา”

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ในครั้งนี้ ฝ่ายขาย ร่วมกับฝ่ายโครงการนิทรรศการ (Exhibition Project) ได้จัดกิจกรรมบริจาคสิ่งของและอาหารให้กับ “สถานสงเคราะห์สัตว์ป่ามณี” จ.ปทุมธานี ซึ่งดูแลสุนัขและแมวจรจัดกว่า 500 ตัว โดยสามารถระดมทุนได้จำนวน 18,000 บาท เพื่อนำไปจัดซื้ออาหารและของใช้ที่จำเป็นสำหรับสัตว์ กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความตั้งใจขององค์กรในการมีส่วนร่วมในการดูแลสวัสดิภาพสัตว์จรจัด ตลอดจนการส่งเสริมสังคมแห่งการแบ่งปัน และสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมโดยรวม

14. โครงการ “กล้า MICE”

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ให้การต้อนรับนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ เข้าร่วมโครงการ “กล้า MICE” ซึ่งเป็นโครงการพัฒนา นวัตกรรมด้านทรัพยากรบุคคล เพื่อสร้างและสรรหาบุคลากรรุ่นใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน

โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้และฝึกปฏิบัติงานจริง สัมผัสประสบการณ์จากหน่วยงานจริง พร้อมทั้งส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ตลอดจนปลูกฝังแนวคิดด้านความยั่งยืน (Sustainability) เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นกำลังสำคัญของอุตสาหกรรมในอนาคต

15. โครงการ “MUANGTHONG Hackathon”

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด จัดกิจกรรม “MUANGTHONG Hackathon” เพื่อเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่เสนอไอเดียเพื่อ ยกกระดับคุณภาพชีวิตคนเมืองทองธานีให้ดียิ่งขึ้น โดยมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาเมืองทองธานีให้เป็น “เมืองอัจฉริยะ” (Smart City) อย่างครบวงจร การแข่งขัน Hackathon ในครั้งนี้ ครอบคลุม 5 หัวข้อหลักได้แก่ Smart Environment, Smart Mobility, Smart Living, Smart Energy และ Smart People โดยโครงการนี้ได้เริ่มเปิดรับสมัครนักศึกษา เพื่อเข้าร่วมแข่งขัน โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมแข่งขันทั้งหมด 72 ทีม จาก 30 มหาวิทยาลัย และผ่านการคัดเลือกรอบที่ 1 จำนวน 12 ทีม เพื่อเข้าค่าย Hackathon Camp ทำกิจกรรม Workshop Class และรับคำแนะนำจาก Mentor ผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทในเครือบางกอกแลนด์ จำกัด มหาชน

3.5 ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ และbssชัทธิภบา



กิจกรรมและโครงการด้านเศรษฐกิจ และบรรรชัทธิภบา

1. การดำเนินงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม เพื่อพนักงาน ลูกค้า และผู้ให้บริการ

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ด้วยนโยบายที่เน้นการสร้างความปลอดภัยให้กับพนักงาน ผู้จัดงาน ตลอดจนผู้ให้บริการทุกคน โดยดำเนินการภายใต้กฎระเบียบและมาตรฐานความปลอดภัยของสถานที่อย่างต่อเนื่อง อาทิ

- การฝึกซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟประจำปี
- การจัดอบรมด้านความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
- การอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
- การฝึกซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต เช่น เหตุกราดยิง

กิจกรรมเหล่านี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ส่งเสริมความมั่นคงในการทำงาน และพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานและผู้เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน

2. โครงการสนับสนุนการจ้างงานในชุมชน ผ่านระบบ KeepMe

บริษัทฯ ให้การสนับสนุนการจ้างงานแก่ประชาชนในชุมชนโดยรอบอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างรายได้และส่งเสริมอาชีพ ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชน นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้นักเรียน และนักศึกษาได้เข้าร่วมปฏิบัติงานในช่วงปิดภาคเรียน หรือวันหยุด รวมถึงให้คำตอบแทนสำหรับนักศึกษาฝึกงาน

เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ซึ่งในปีงบประมาณ 2567 องค์การได้ส่งเสริมการจ้างงานในชุมชนรวม 126,246 คน โดยเป็นการจ้างงานในพื้นที่ชุมชนโดยตรงจำนวน 86,002 คน คิดเป็นร้อยละ 86 ของจำนวนการจ้างงานทั้งหมด

3. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อชุมชนเมืองทองธานีผ่านรายการ Made in เมืองทอง

ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ตั้งอยู่ใจกลางชุมชนเมืองทองธานี ซึ่งมีผู้อยู่อาศัยมากกว่า 10,000 ครัวเรือน บริษัทฯ ได้จัดทำสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media ภายใต้รายการ “Made in เมืองทอง” เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นอยู่ของชาวเมืองทองธานี แนะนำสถานที่สำคัญต่างๆ และเชิดชูวิถีชีวิตของคนในชุมชน

กิจกรรมนี้ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชน เสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก และเปิดโอกาสให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชน จากรายได้ที่เหลือเวียนจากบุคคลภายนอกสู่ท้องถิ่น

4. ไวนิลเก่าสู่กระเป๋าใบใหม่ (Bag Again)

โครงการ Bag Again เกิดจากแนวคิดในการนำป้ายไวนิลที่ไม่ได้ใช้งานแล้วจากพื้นที่โฆษณาของลูกค้า มาสร้างคุณค่าใหม่แทน การทิ้งเป็นขยะ โดยฝ่าย Real Estate ได้รวบรวมป้ายไวนิล พร้อมทั้ง ร่วมกันตัดเป็นชิ้นส่วนที่พร้อมใช้งาน และส่งมอบให้แก่สถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่งจังหวัดนนทบุรี นำไปผลิตเป็นกระเป๋า ซึ่งโครงการนี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณขยะที่ย่อยสลายยาก แต่ยังเป็นการสร้างงานและอาชีพให้แก่ผู้ป่วยจิตเวช และคนไร้ที่พึ่ง ทั้งนี้ กระเป๋าที่ผลิตจากโครงการได้มีการนำมาจำหน่ายภายในงาน ณ ศูนย์การค้า Beehive Life Style Mall และศูนย์อาหาร Food Arena อาคาร The Portal เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2568 โดยรายได้ทั้งหมดได้มอบให้แก่สถานคุ้มครองคนไร้ที่พึ่งฯ โดยไม่หักค่าใช้จ่ายใดๆ

5. งานเสวนา “พลิกวิคิด เริ่มต้นธุรกิจด้วย Social Media 2025

เพื่อตอบรับกับเทรนด์การประกอบธุรกิจยุคใหม่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ได้จัดงานเสวนาในหัวข้อ “พลิกวิคิด เริ่มต้นธุรกิจด้วย Social Media 2025” เพื่อถ่ายทอดความรู้ เทคนิค และแนวทางการสร้างธุรกิจด้วยการใช้ช่องทางออนไลน์ กิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจของคนในชุมชนเมืองทองธานี โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปได้เรียนรู้แนวคิดใหม่ สร้างแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นธุรกิจ สร้างรายได้ และสร้างโอกาสเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

6. การส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการ ผ่านแนวทาง “จัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน” เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณลักษณะด้านความยั่งยืน เช่น:

- สินค้า / บริการที่มีได้รับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืน เช่น ISO 14001, ISO 50001, ISO 45001 เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองหรือมีสัญลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (eco-label, Carbon Footprint label)
- สินค้าและวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Products)
- เครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูง ลดการใช้พลังงาน (ฉลากประหยัดไฟ)
- ผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น, ผลิตภัณฑ์อินทรีย์

อิมแพ็ค เมืองทองธานี ได้รับรางวัล “Sustainable Forest Contributors Award” จากบริษัท คิมเบอร์ลีย์-คลาร์ก (Kimberly-Clark) ผู้นำระดับโลกด้านผลิตภัณฑ์สุขอนามัย เพื่อเชิดชูเกียรติองค์กรที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และมีบทบาทในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยรางวัลดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับนโยบายสิ่งแวดล้อม และแสดงถึงความรับผิดชอบต่อระดับองค์กรต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรและลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม

7. อิมแพ็ค เมืองทองธานี คว่ำรางวัล 2024 Thailand Headlines Person Of the Year Award สาขา Socioeconomics Award

เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2567 คุณพอลล์ กาญจนพาสน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ผู้บริหารศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ได้รับรางวัล “2024 Thailand Headlines Person of the Year Award” สาขาเศรษฐกิจและสังคม (Socioeconomics Award) จากงานประกาศรางวัล “Thailand Headlines Person of the Year Award 2024” ซึ่งจัดโดยบริษัท ไทยเจียร์ไน กรุ๊ป จำกัด ณ อาคาร 4 อิมแพ็ค ฟอรั่ม เมืองทองธานี ซึ่งรางวัลอันทรงเกียรตินี้สะท้อนถึงแนวทางและความมุ่งมั่นของอิมแพ็ค เมืองทองธานี ในการส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย ควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ผ่านการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน รวมถึงสนับสนุนการจ้างงานนักเรียน นักศึกษา เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม

สำหรับงาน Thailand Headlines Person of the Year Award 2024 ถือเป็นเวทีมอบรางวัลอันทรงเกียรติประจำปี โดยปีนี้จัดขึ้นภายใต้ธีม “ปีมังกรทอง ดวงดาวนับหมื่นส่องประกายแดนสยาม” แบ่งออกเป็น 5 สาขารางวัล ได้แก่ สาขาข่าวสารการเมือง, สาขาความสัมพันธ์ไทย-จีน, สาขาเศรษฐกิจและสังคม, สาขาวัฒนธรรมและบันเทิง, สาขา The Most Influential (รางวัลเชิดชูบุคคลแห่งปี)

8. อิมแพ็ค เมืองทองธานี คว่ำรางวัล HR Management จากเวทีระดับโลก เป็นองค์กรแรกของประเทศไทย

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยในระดับโลก ด้วยการคว่ำรางวัล “HR Management” จากเวที UFI Awards 2024 ซึ่งจัดขึ้นภายในงานประชุม UFI Global Congress ครั้งที่ 91 ณ ศูนย์แสดงสินค้า Koelnmesse เมืองโคโลญ ประเทศเยอรมนี โครงการที่นำเสนอในครั้งนี้คือ “Routine to Innovation (R2i)” ซึ่งเป็นแนวคิดการส่งเสริมนวัตกรรมภายในองค์กร โดยเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงศักยภาพ คิดริเริ่มสิ่งใหม่ และพัฒนาการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ความสำเร็จครั้งนี้ นับเป็นก้าวสำคัญของอิมแพ็คฯ ในฐานะองค์กรไทยรายแรกที่ได้รับรางวัลในสาขา HR Management บนเวที UFI Awards อันทรงเกียรติ ซึ่งมีผู้บริหารในอุตสาหกรรมไมซ์จากทั่วโลกเข้าร่วมกว่า 500 คน โดยรายละเอียดโครงการ R2i มีดังนี้

R2i-Routineto Innovation

- โครงการประกวดผลงานนวัตกรรม ของบริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด และบริษัท ในเครือ
- มีการจัดแข่งขันมาแล้ว 5 ครั้ง ตั้งแต่ปี 2018 ถึง ปัจจุบัน ผลงานเข้าแข่งขัน รวม 176 ผลงาน
- โครงการที่เข้าแข่งขัน คือ โครงการนวัตกรรมที่เกิดจากการทำงาน โดยเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการทำงาน หรือได้มาจากการคิดค้นวิธีการใหม่ๆ หรือเกิดการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้น
- เป็นกระบวนการระบบงาน แนวคิด วิธีการ การบริการ อุปกรณ์ใหม่ โครงการใหม่ ฯลฯ
- เพื่อสร้างกำไร, ลดต้นทุนค่าใช้จ่าย, ลดขั้นตอนในการทำงาน, ลดเวลาในการทำงาน, สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า, เพิ่มโอกาสในการต่อยอดธุรกิจเดิมได้

Objective

1. ส่งเสริมและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงไอเดียใหม่ที่เกิดจากการทำงานจริง พร้อมต่อยอดให้เป็นนวัตกรรมที่มีคุณค่า
2. ผลักดันนวัตกรรมที่ใช้งานได้จริงในองค์กร มุ่งเน้นการพัฒนาแนวคิดที่สามารถสร้างกำไร ลดต้นทุน ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการทำงาน ยกย่องประสบการณ์ของลูกค้า และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ
3. สร้างแรงบันดาลใจและความภาคภูมิใจให้พนักงาน โดยเปิดเวทีให้แสดงศักยภาพ และรู้สึกถึงคุณค่าของไอเดียที่สามารถขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้าได้

รูปแบบการแข่งขัน

พนักงานเสนอไอเดียความคิดสร้างสรรค์ และได้ลงมือปฏิบัติจริง พร้อมทั้งได้รับคำ แนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนา แก้ไข ปรับปรุง และผลักดันให้ผลงานเกิดขึ้นจริงในองค์กร

ในปี 2024 ภายใต้หัวข้อ “YOUR IDEAS, OUR FUTURE” พัฒนาโครงการจริงด้วยแนวทาง Project Management พร้อมเพิ่มระบบ Mentor Program ช่วยผลักดันไอเดียให้เกิดขึ้นจริง

9. อิมแพ็คร่วมเซ็น MOU สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติพร้อมบ้านเมืองทองธานีสู่เมืองนวัตกรรม

อิมแพ็คเดินทางสู่การเป็นเมืองนวัตกรรมอย่างเต็มรูปแบบ ล่าสุด คุณพอลล์ กาญจนพาสน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด และ ดร.กริชพกา บุญเฟื่อง ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ในการพัฒนาย่านนวัตกรรม ระหว่างอิมแพ็ค เมืองทองธานี และสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2567 ที่ผ่านมา ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การลงนาม MOU ครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาเมืองนวัตกรรม สร้างเครือข่ายความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ และยกระดับพื้นที่เป้าหมายให้มีศักยภาพในการดึงดูดการลงทุนในอนาคต ตลอดจนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และข้อมูลทางวิชาการระหว่างบุคลากรของทั้งสองหน่วยงาน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

10. อิมแพ็ครับรางวัลแห่งความภาคภูมิใจจากเวที TEA Awards 2024

สมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thai Exhibition Association: TEA) ได้จัดกิจกรรมเชิญชวนผู้ประกอบการ บุคคล และองค์กรในอุตสาหกรรมแสดงสินค้าเข้าร่วมโหวตรางวัล TEA Awards 2024 เพื่อยกย่องบุคคลและองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าไทย ด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจ และทุ่มเท โดยมีการประกาศและมอบรางวัลภายในงาน TEA Forum 2024 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2567 ที่ผ่านมา ในโอกาสนี้ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ได้รับรางวัล “Favorite Venue Member Award 2024” ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจ และเป็นเครื่องสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินงานที่ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งตอกย้ำบทบาทผู้นำด้านการจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย

นอกจากนี้ คุณกุลวดี จินตวร ผู้อำนวยการบริหาร บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ยังได้รับรางวัลอันทรงเกียรติ “Loyal Employee Award 2024” ซึ่งมอบให้แก่บุคลากรที่มีความทุ่มเท เสียสละ และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง