



CHEWATHAI PLC

BUILD A LIFE

รายงานการพัฒนา
อย่างยั่งยืนประจำปี
2565



วิสัยทัศน์

**บริษัท ชีวาทัย จำกัด
(มหาชน)**

มุ่งมั่นจะเป็นผู้พัฒนา
อาหารเสริมถัฟยขึ้นนำในใจของ
ผู้บริโภค ด้วยการไม่หยุดยั้งที่จะ
สร้างสรรค์และ
ส่งมอบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการ
บริการ ให้อยู่เหนือ
ความพึงพอใจของลูกค้า



พันธกิจ

1. ดูแลใส่ใจลูกค้าให้เปรียบเสมือนหุ้นส่วนชีวิต
2. ดำรงรักษาและมุ่งมั่นพัฒนาขีดความสามารถของทรัพยากรบุคคลในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
3. ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ต้ออย่างยั่งยืนกับคู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ
4. ตระหนักและให้ความสำคัญต่อการดูแลรับผิดชอบต่อ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม



สารบัญ



1. วิทยาลัยฯ และพันธกิจ	2
2. คณะกรรมการบริษัท	4
3. สารจากประธานคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ และความยั่งยืน	5
4. สารจากกรรมการผู้จัดการ	6
5. คุณค่าที่จะส่งมอบ	7
6. ข้อมูลองค์กร	8
โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท	8
ผลิตภัณฑ์และบริการ	9
โครงสร้างองค์กร	21
ห่วงโซ่คุณค่า	22
7. การวิเคราะห์ผลกระทบ ความเสี่ยง โอกาส	23
8. การบริหารจัดการความยั่งยืน	24
การเติบโตทางเศรษฐกิจ	26
กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน	27
การกำกับดูแลกิจการ	28
ผู้มีส่วนได้เสีย	29
ประเด็นสำคัญ	30
กลยุทธ์และกิจกรรมด้านความยั่งยืน	30
โครงการ Chewa Goes Green	39
กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม	39
กิจกรรมด้านสังคม	45
9. ข้อความจากผู้บริหาร	48
10. โครงการพัฒนาชุมชน กลุ่มโรงเรียนบ้านป่าเลา	72
11. เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้	75
มาตรฐานการรายงาน	75





คณะกรรมการบริษัท

(Disclosure 102-22, 102-26)



1 นายชาติชาย พานิชชีวะ

- ประธานกรรมการ
- ประธานกรรมการบริหาร
- กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท

2 นางสาวกรณ บุษพฤกษศรี

- กรรมการอิสระ
- ประธานกรรมการตรวจสอบ
- กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
- กรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน
- ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง

3 นายบุญ ชุน เกียรติ

- กรรมการ
- กรรมการบริหาร
- กรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน
- กรรมการบริหารความเสี่ยง
- กรรมการผู้จัดการ
- กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท

4 นางสาวหทัย พานิชชีวะ

- กรรมการ
- กรรมการบริหาร
- กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท

5 นายชัยยุทธ เตชะกัศนสุนทร

- กรรมการอิสระ
- กรรมการตรวจสอบ
- กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน
- ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน
- กรรมการบริหารความเสี่ยง

6 นายพีณิจ หาญพานิชย์

- กรรมการอิสระ
- กรรมการตรวจสอบ

7 พลตำรวจเอก วิสณุ ปราสาททองโอสถ

- กรรมการอิสระ
- ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน



สารจากประธานคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน

(Disclosure 102-14)

บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)

ให้ความสำคัญกับประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) และการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development : SD) ควบคู่ไปกับการดำเนินกิจการเพื่อเป้าหมายทางธุรกิจและสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น

บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ให้ความสำคัญกับประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) และ การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development : SD) ควบคู่ไปกับการดำเนินกิจการเพื่อเป้าหมายทางธุรกิจและสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น ภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) โดยเน้นที่จะสร้างสมดุลให้เกิดขึ้นไปพร้อมกัน

บริษัทกำหนดให้มีกระบวนการที่เน้นไปที่การสร้างคุณค่า (Value) ทั้งในมุมมองของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย รวมถึงให้ความสำคัญกับการจัดการผลกระทบ (Impact) เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อมส่งผลกระทบต่อผู้คน สังคม สิ่งแวดล้อมไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและ/หรือด้านลบ ทั้งจากการกระทำที่เจตนาหรือไม่เจตนาก็ตาม ในปี 2565 จึงเป็นปีของการวางรากฐานเพื่อการดำเนินกิจการของบริษัทให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

(นายชัยยุทธ เดชะทัศนสุนทร)

ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการ
และความยั่งยืน





สารจากกรรมการผู้จัดการและความยั่งยืน

(Disclosure 102-14)

คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ

(Disclosure 102-22, 102-26)

นายชัยยุทธ เตชะทัศนสุนทร

ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการ
และความยั่งยืน

นางสุภาภรณ์ บุรพกุลศรี

กรรมการกำกับดูแลกิจการ
และความยั่งยืน

นายบุญ ชุน เกียรติ, CFA, CPA

กรรมการกำกับดูแลกิจการและ
ความยั่งยืน และกรรมการผู้จัดการ



บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก้าวเข้าสู่ปีที่ 14 สำหรับการเป็นบริษัทผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์โครงการที่อยู่อาศัย เช่น คอนโดมิเนียม บ้าน ทาวน์โฮม โฮมออฟฟิศ และโรงงานให้เช่า ที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการในทุกๆ ระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2565 ที่ผ่านมา บริษัท ยังคงต่อยอดพัฒนาโครงการทาวน์โฮมและขยายตลาดเพิ่มโครงการโฮมออฟฟิศเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าและผู้บริโภค

การปรับเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อให้เกิดความสมดุลใน 3 มิติ คือ (1) มิติเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและมีการเติบโตได้อย่างยั่งยืน (2) มิติสังคมเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตการอยู่อาศัยของคนในสังคมและส่งเสริมให้เกิดความสุขทางใจหรือสุขภาพจิตที่ดีขึ้น (3) มิติสิ่งแวดล้อมบริษัทพยายามอย่างเต็มที่ที่จะใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าและควบคุมให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

บริษัทให้ความสำคัญกับประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อด้านตามที่มีผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกเห็นความสำคัญ ประกอบด้วย (1) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพราะพนักงานเป็นหนึ่งในทรัพยากรที่สำคัญที่สุด

ของบริษัท (2) การใช้นวัตกรรม (Innovation) เทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ๆ เข้ามาตอบสนองโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง (3) การบริหารจัดการทรัพยากรการผลิตรวมถึงการบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อความร่วมมือกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Integration) โดยเฉพาะในเชิงสิ่งแวดล้อม บริษัทเริ่มตระหนักในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกระแสรักษ์โลกหรือการรักษาสิ่งแวดล้อม (4) การสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างรอบด้าน โดยให้ความสำคัญในเรื่องการบริการที่เป็นเลิศเพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในสายตาของลูกค้าจนกลายเป็นความจงรักภักดีต่อแบรนด์ชีวาทัย (Customer Loyalty) การให้ความสำคัญกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างให้เกิดคุณค่าร่วม (Shared Value) บริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพสูงสุดร่วมกัน รวมถึงการสื่อสารกับชุมชนเพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการรักษาและส่งเสริมความสัมพันธ์อันดี (5) การวางแผนกลยุทธ์เพื่อรับมือกับมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและความท้าทายของภาวะเศรษฐกิจในช่วงปี 2565 ซึ่งทั้งหมดเป็นสิ่งที่บริษัทเห็นความสำคัญและปรับเปลี่ยนกระบวนการเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2565 ที่ผ่านมา

(นายบุญ ชุน เกียรติ)
กรรมการผู้จัดการ



คุณค่าที่จะส่งมอบ

(Disclosure 102-16)



BUILD *a life*

สร้างคุณภาพชีวิตด้วยความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต
พึงพอใจกับสถานที่ด้วยมาตรฐานการก่อสร้างระดับสากล
พร้อมกับทีมผู้เชี่ยวชาญที่จะต้อนรับลูกค้าของชีวาทัย





ข้อมูลองค์กร

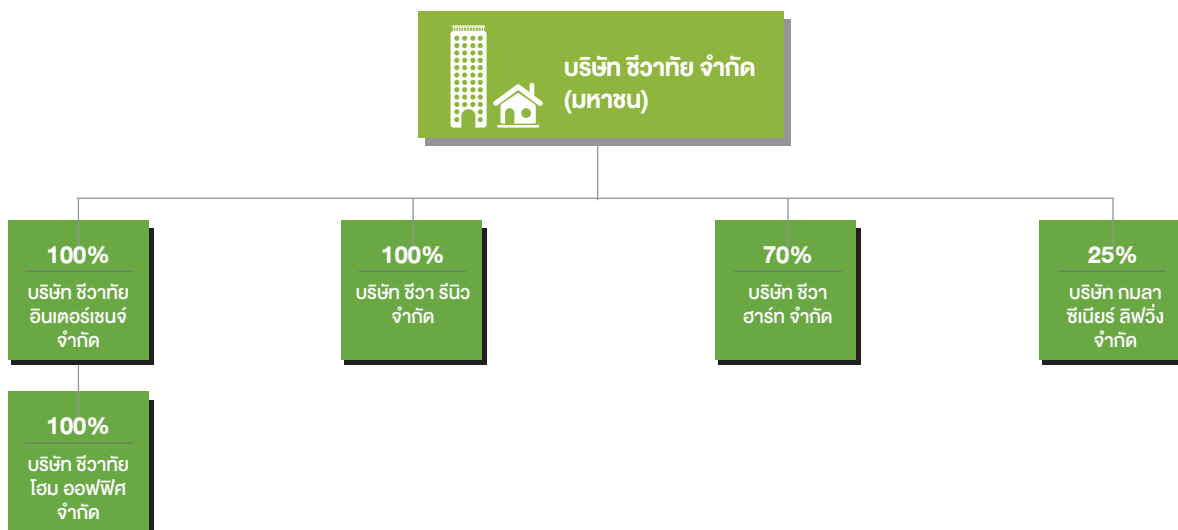
(Disclosure 102-14)

สำนักงานใหญ่

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อ	:	CHEWA
ประเภทของกิจการ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
เลขที่จดทะเบียนบริษัท	:	0107558000181
ทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	:	1,275,027,883 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
สำนักงานใหญ่	:	1168/80 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 27 ยูนิตดี ถนนพระรามสี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์	:	(02) 679 8870 - 4
แฟกซ์	:	(02) 679 8875
โฮมเพจ	:	www.chewathai.com
Chewathai Call Center	:	1260
เลขานุการบริษัท	:	นางสาวชนิสรา ยี่นอก
(Disclosure 102-53)	:	โทรศัพท์ (02) 679 8870 - 4 ต่อ 163
อีเมล	:	chanitsara@chewathai.com
นักลงทุนสัมพันธ์	:	นางสาวชนิสรา ยี่นอก
	:	โทรศัพท์ (02) 679 8870 - 4 ต่อ 163
อีเมล	:	ir@chewathai.com

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

(Disclosure 102-5)





ผลิตภัณฑ์และบริการ

(Disclosure 102-2, 102-4)

บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยมีลักษณะการประกอบธุรกิจประกอบธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัย

1. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัย

1.1 พัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม



รายละเอียดโครงการคอนโดมิเนียม สามารถสรุปได้ดังนี้



CHEWATHAI
RATCHAPRAROP

ชื่อโครงการ	ชีวาทัย ราชปรารภ
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนราชปรารภ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	2-0-90 ไร่
พื้นที่ขาย	17,093 ตร.ม.
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 26 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (High Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,350 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	325 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%

ชื่อโครงการ	เดอะ สุรวงศ์
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย ฮัพ ซูน จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	ถนนสุรวงศ์ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	0-2-40 ไร่
พื้นที่ขาย	2,774 ตร.ม.
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (Low Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	321 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	52 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%

The Surawong

By Chewathai Hup Soon



CHEWATHAI RAMKHAMHAENG



ชื่อโครงการ	ชีวาทัย รามคำแหง
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	3-3-32 ไร่
พื้นที่ขาย	17,054 ตร.ม.
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 33 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (High Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,100 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	535 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%

ชื่อโครงการ	ชีวาทัย อินเตอร์เชนจ์
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย อินเตอร์เชนจ์ จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	ถนนประชาราษฎร์สาย 2 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	1-3-12.5 ไร่
พื้นที่ขาย	10,353 ตร.ม.
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 26 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (High Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,050 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	279 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%



CHEWATHAI HALLMARK CHAENGWATTANA



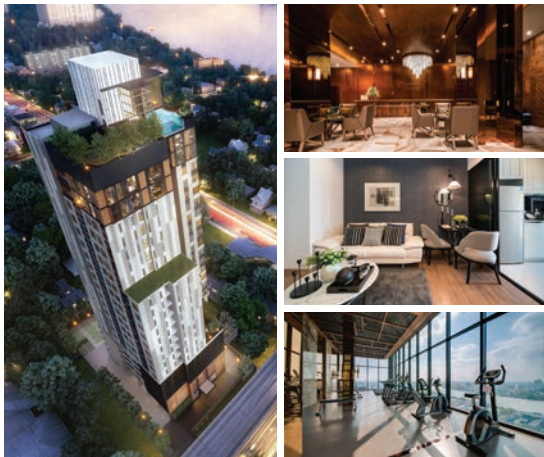
ชื่อโครงการ	ชีวาทัย ฮอลล์มาร์ค แจ้งวัฒนะ
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนปากเกร็ด-แจ้งวัฒนะ 17 ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
พื้นที่โครงการ	3-1-75 ไร่
พื้นที่ขาย	13,193 ตร.ม.
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 8 ชั้น จำนวน 2 อาคาร (Low Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	780 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	427 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%

ชื่อโครงการ	ชีวาทัย ฮอลล์มาร์ค งามวงศ์วาน
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย อินเตอร์เนชั่น จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	ซอยดวงมณี ตำบลบางเขน อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
พื้นที่โครงการ	7-0-70.5 ไร่
พื้นที่ขาย	23,265 ตร.ม.
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 8 ชั้น จำนวน 4 อาคาร (Low Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,200 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	792 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%

CHEWATHAI HALLMARK NGAMWONGWAN



CHEWATHAI RESIDENCE BANG PHO



ชื่อโครงการ	ชีวาทัย เรสซิเดนซ์ บางโพ
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนประชาราษฎร์สาย 2 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	1-1-94.3 ไร่
พื้นที่ขาย	2,364 ตร.ม.
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 24 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (High Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,050 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	172 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%

ชื่อโครงการ	ชีวาทัย เพชรเกษม 27
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	4-0-36 ไร่
พื้นที่ขาย	17,989 ตร.ม.
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 26 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (High Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,564 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	638 ยูนิต และร้านค้า 14 ร้านค้า
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%

CHEWATHAI PHETKASEM 27




**CHEWATHAI
RESIDENCE**
ASOKE


ชื่อโครงการ	ชีวาทัย เรสซิเดนซ์ อโศก
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนอโศก-ดินแดง แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	1-2-66 ไร่
พื้นที่ขาย	9,477.65 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 30 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (High Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,835 ล้านบาท
จำนวนห้องพัก	315 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	99.24%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	98.91%

ชื่อโครงการ	ชีวาทัย ฮอลล์มาร์ค จรัญฯ 13
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนจรัญสนิทวงศ์ 13 แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	1 - 1 - 76 ไร่
พื้นที่ขาย	5,201.31 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (Low Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	519 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	184 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	98.27%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	97.77%

**CHEWATHAI
HALLMARK**
CHARAN 13

**CHEWATHAI
RESIDENCE**
THONGLOR


ชื่อโครงการ	ชีวาทัย เรสซิเดนซ์ ทองหล่อ
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	1 - 0 - 89 ไร่
พื้นที่ขาย	5,439.48 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (Low Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,077 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	130 ยูนิต
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	27.02%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	26.50%

ชื่อโครงการ	ชีวาทัย เกษตร-นวมินทร์
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนประเสริฐมนูกิจ แขวงเสนาานิคม เขตจตุจักร จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	5 - 0 - 44 ไร่
พื้นที่ขาย	19,223.07 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 25 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (High Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,700 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	ห้องพักอาศัย จำนวน 649 ยูนิต และร้านค้าจำนวน 5 ร้านค้า
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	64.42%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	62.10%

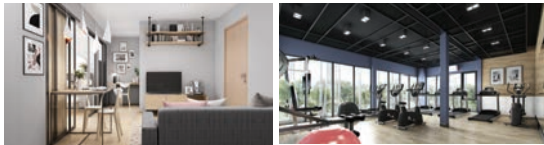
CHEWATHAI

KASET-NAWAMIN



CHEWATHAI HALLMARK

LADPRAO-CHOKCHAI 4



ชื่อโครงการ	ชีวาทัย ฮอลล์มาร์ค ลาดพร้าว-โชคชัย 4 เฟส 1-2
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนสังคมสงเคราะห์ แขวงสะพานสอง เขตวังทองหลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	8 - 3 - 58 ไร่
พื้นที่ขาย	27,323 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	มี 2 เฟส (Low Rise) เฟส 1 อาคารพักอาศัย ขนาด 8 ชั้น จำนวน 2 อาคาร เฟส 2 อาคารพักอาศัย ขนาด 8 ชั้น จำนวน 2 อาคาร และขนาด 4 ชั้น จำนวน 1 อาคาร
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	เฟส 1 1,100 ล้านบาท เฟส 2 994 ล้านบาท รวม 3,094 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	เฟส 1 ห้องพักอาศัย จำนวน 434 ยูนิตและร้านค้า จำนวน 1 ร้านค้า เฟส 2 ห้องพักอาศัย จำนวน 380 ยูนิตและร้านค้า จำนวน 1 ร้านค้า
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	เฟส 1 100% เฟส 2 100%
ความคืบหน้าการขาย	เฟส 1 82.16% เฟส 2 14.77%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	เฟส 1 81.92% เฟส 2 7.31%

CHEWATHAI

PINKLAO



ชื่อโครงการ	ชีวาทัย ปิ่นเกล้า
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด จังหวัด กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	4 - 0 - 72 ไร่
พื้นที่ขาย	17,859 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	อาคารพักอาศัย ขนาด 13 ชั้น จำนวน 1 อาคาร (High Rise)
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,587 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	ห้องพักอาศัย จำนวน 588 ยูนิต และร้านค้าจำนวน 5 ร้านค้า
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	28.80%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	27.25%

ชื่อโครงการ	Otium Phuket
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท กมลลา ซีเนียร์ ลิฟวิ่ง จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	ตำบลกมลา อำเภอกระบุรี จังหวัดภูเก็ต
พื้นที่โครงการ	50 - 2 - 75 ไร่
พื้นที่ขาย	26,256 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	Senior Living Village
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	4,408 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	อยู่ในระหว่างการพัฒนา
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	แบ่งการก่อสร้าง เป็น 2 เฟส คาดว่าเริ่มก่อสร้าง เฟส 1 ไตรมาส 1 ปี 2566 คาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จ ไตรมาส 4 ปี 2568



1.2 พัฒนาโครงการลักษณะแนวราบหรือบ้านพักอาศัย

CHEWAWAN

โครงการ ชีวาวัลย์

รูปแบบผลิตภัณฑ์ :
บ้านเดี่ยว แบบ Luxury ระดับราคา : 20 - 40 ล้านบาท

Chewarom

โครงการ ชีวารมย์

รูปแบบผลิตภัณฑ์ :
บ้านเดี่ยว แบบ HIGH-END ระดับราคา : 8 - 18 ล้านบาท



โครงการ ฮาร์ท

รูปแบบผลิตภัณฑ์ :
ทาวน์โฮม แบบ HIGH-END ระดับราคา : 12 - 30 ล้านบาท

CHEWA HOME

โครงการ ชีวาโฮม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ :
ทาวน์โฮมระดับราคา : 2 - 5 ล้านบาท

CHEWA BIZ HOME

โครงการชีวา บิซ โฮม

รูปแบบผลิตภัณฑ์ :
โฮมออฟฟิศระดับราคา : 5 - 7 ล้านบาท

โครงการแนวราบสามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

ชื่อโครงการ	ชีวารมย์ รังสิต-ดอนเมือง
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
พื้นที่โครงการ	15-1-76 ไร่
พื้นที่ขาย	3,648.15 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	บ้านเดี่ยว และ บ้านแฝด
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	475 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	บ้านเดี่ยว จำนวน 15 หลัง บ้านแฝด จำนวน 66 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	100%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	100%

C h e w a r m

Rangsit-Don Mueang



CHEWAWAN

PINKLAO-SATHORN



ชื่อโครงการ	ชีวารัลย์ ปิ่นเกล้า-สาทร
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนพุทธมณฑลสาย 1 แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	26 - 3 - 20 ไร่
พื้นที่ขาย	26,000 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	บ้านเดี่ยว
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,539 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	52 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	77%
ความคืบหน้าการขาย	31.78%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	31.78%

ชื่อโครงการ	ชีวาโฮม วงแหวน-ลำลูกกา
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนไฮเวย์ประชาราษฎร์ คลอง 4 ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
พื้นที่โครงการ	32 - 0 - 67 ไร่
พื้นที่ขาย	34,717 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	ทาวน์โฮม
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	965 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	ทาวน์โฮม จำนวน 271 หลัง อาคารพาณิชย์ จำนวน 3 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	79%
ความคืบหน้าการขาย	51.61%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	50.85%

CHEWA HOME

WONGWAEN - LAMLUKKA



ชื่อโครงการ	ชีวาโฮม สุขสวัสดิ์ - ประชาอุทิศ
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนประชาอุทิศ 90 ตำบลบ้านสวน อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ
พื้นที่โครงการ	31 - 2 - 87 ไร่
พื้นที่ขาย	38,852 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	ทาวน์โฮม
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	890 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	ทาวน์โฮม จำนวน 359 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	67%
ความคืบหน้าการขาย	48.08%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	46.28%

CHEWA HOME

SUKSAWAT PRACHA U-THIT



Chewarom

Nakhon In



ชื่อโครงการ	ชีวารมย์ นครินทร์
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ถนนนครินทร์ ตำบลบางขุน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
พื้นที่โครงการ	40 - 3 - 43 ไร่
พื้นที่ขาย	37,714 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	บ้านเดี่ยว
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,593 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	139 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	67%
ความคืบหน้าการขาย	47.54%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	45.32%

ชื่อโครงการ	ชีวา บิซ โฮม เอกชัย-บางบอน
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย โฮม ออฟฟิศ จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	ถนนเอกชัย แขวงคลองบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	16-1-99 ไร่
พื้นที่ขาย	15,927 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	โฮมออฟฟิศ
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	765 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	120 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	81%
ความคืบหน้าการขาย	36.98%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	24.94%



CHEWA BIZ HOME

EKACHAI-BANGBON



ชื่อโครงการ	ชีวาโฮม กรุงเทพ-ปทุม
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ตำบลบางเต็ อำเภอมะนังปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี
พื้นที่โครงการ	32-1-19 ไร่
พื้นที่ขาย	30,123 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	ทาวน์โฮม
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	903 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	ทาวน์โฮม จำนวน 333 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	62%
ความคืบหน้าการขาย	32.56%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	31.95%

CHEWA HOME

KRUNGTHEP - PATHUM



CHEWA HOME

RANGSIT - PATHUM



ชื่อโครงการ	ชีวาโฮม รังสิต-ปทุม
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งโครงการ	ตำบลบ้านกลาง อำเภอมะนังปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี
พื้นที่โครงการ	40-3-59 ไร่
พื้นที่ขาย	36,775 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	ทาวน์โฮม บ้านแฝด และอาคารพาณิชย์
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	1,093 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	ทาวน์โฮม จำนวน 329 หลัง บ้านแฝด จำนวน 40 หลัง อาคารพาณิชย์ จำนวน 16 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	49%
ความคืบหน้าการขาย	16.97%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	16.74%

ชื่อโครงการ	ฮาร์ท สุขุมวิท 62/1
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวา ฮาร์ท จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	ถนนสุขุมวิท ซอยสุขุมวิท 62/1 แขวงบางจาก เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	0 - 2 - 9.38 ไร่
พื้นที่ขาย	1,750 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	ทาวน์โฮม
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	160 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	9 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	100%
ความคืบหน้าการขาย	28.23%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	28.23%



CHEWA HEART
SUKHUMVIT 62/1



ชื่อโครงการ	ฮาร์ท สุขุมวิท 36
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ซีวา ฮาร์ท จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	ถนนสุขุมวิท ซอยสุขุมวิท 36 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	0 - 3 - 70 ไร่
พื้นที่ขาย	2,777 ตร.ม
ชนิดของโครงการ	ทาว์นโฮม
มูลค่าโครงการโดยประมาณ	270 ล้านบาท
จำนวนยูนิต	9 หลัง
ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	88%
ความคืบหน้าการขาย	0%
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	0%



1.3 พัฒนาโครงการทรัพย์สินมือสองทั้งบ้านและคอนโดมิเนียม

<p>Habitia มิถุนายน 2</p>	<p>The Plant นวมินทร์ 86</p>	<p>บราลริ มิถุนายน 2</p>	<p>ฮาร์บี เทีย วัชรพล</p>
<p>พฤกษาริลล์ สายไหม พิกัด 64 สายไหม</p>	<p>The Centro รามอินทรา</p>	<p>คัลสเตอร์ รามอินทรา</p>	<p>บ้านพฤกษา 63 บางกะปิ - ปทุมธานี บ้านพฤกษา 63/1 บางกะปิ - ปทุมธานี</p>
<p>ไอ ดีไซน์ วงแหวน - รามอินทรา</p>	<p>พลีโน วงแหวน - รามอินทรา</p>	<p>พฤกษา วิลล์ วงแหวน - รามอินทรา</p>	<p>แอทโฮม รามอินทรา</p>
<p>อาร์ เอ็น พี เพลส รามอินทรา-สุรินทร์</p>	<p>พฤกษาริลล์ 62/1 นิมิตรใหม่</p>	<p>ราชพฤกษ์ รามคำแหง-สุรินทร์</p>	<p>ทาวน์พลัส ประชาอุทิศ</p>



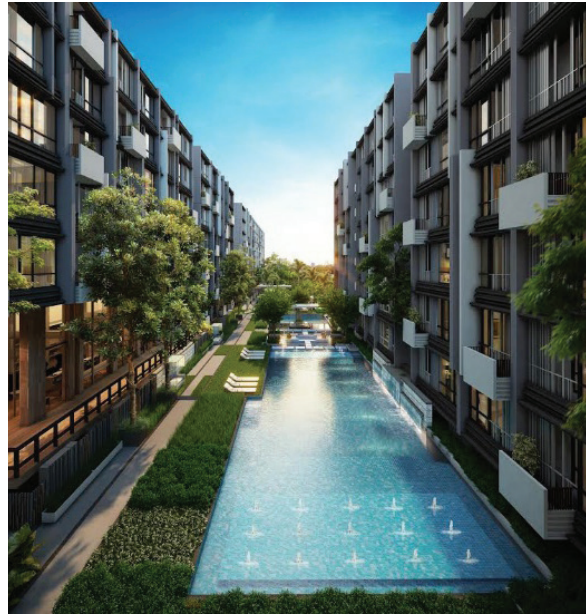
ชื่อโครงการ	Habitia ปัญญาอินทรา 2	The Plant นวมินทร์ 86
	บุราสิริ ปัญญาอินทรา	พฤษทรัพย์นิรมิต สายไหม
	ฮาบีเทีย วัชรพล	คัลสเตอร์ รามอินทรา
	The Centro รามอินทรา	ไอ ดีไซน์ วงแหวน - รามอินทรา
	บ้านพฤษทรัพย์นิรมิต 63 บางกะดี - ปทุมธานี	ทรัพย์ธานี 5
	สถาพร รังสิต คลอง 3	พลินี วงแหวน - รามอินทรา
	Golden Town 2 บางนา	พฤษทรัพย์นิรมิต วิลล์ วงแหวน - รามอินทรา
	วิสด้า วิลล์ ล้าลูกกา คลอง 3	สินธานี แกรนด์ วิลล์ รังสิต คลอง 5
	พฤษทรัพย์นิรมิต	พฤษทรัพย์นิรมิต สายไหม
	พฤษทรัพย์นิรมิต 62/2 เฟส 2	เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม กาญจนภิเษก - ราชพฤกษ์
	แอทโฮม รามอินทรา	อาร์ เอ็น พี เฟส รามอินทรา - สุวินทวงศ์
	พฤษทรัพย์นิรมิต 62/1 นิมิตรใหม่	ราชพฤกษ์ งามคำแหง-สุวินทวงศ์
	ทาวนพลัส ประชาอุทิศ	The Connect 12A สุวรรณภูมิ
	พฤษทรัพย์นิรมิต สุวรรณภูมิ	พฤษทรัพย์นิรมิต บูรี แสนแก้ว (กิ่งแก้ว)
	เวนิว ดิวานนท์ - รังสิต	ฮาบีเทียบอนด์ ราชพฤกษ์
ภัสสร 19 วัชรพล - วงแหวน	สัมมากร ชัยพฤกษ์ วงแหวน	
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวา รีโนว จำกัด	
ที่ตั้งโครงการ	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	
ความคืบหน้าการขาย	27.91%	
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของมูลค่าโครงการ	27.91%	

โครงการทรัพย์สินมือสองแนวสูงสามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

รายละเอียดโครงการทรัพย์สินมือสองแนวสูง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 สามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้



ชื่อโครงการ	Esta Bliss รามอินทรา
รายละเอียด	1 Bedroom Building A Floor 6 พื้นที่ใช้สอย 24.72
จำนวน Unit	1 Unit
ที่ตั้ง	ถ. รามอินทรา มีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวา รีโนว จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของ มูลค่าโครงการ	0%



ชื่อโครงการ	Nich ID Serithai
รายละเอียด	1 Bedroom Building B Floor 3 และ 4
จำนวน Unit	2 Unit
ที่ตั้ง	ซอย เสรีไทย 81/2 แขวง คันทวย เขต คันทวย กรุงเทพมหานคร
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวา รีโนว จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของ มูลค่าโครงการ	0%



ชื่อโครงการ	เดอะเบส แจ้งวัฒนะ
รายละเอียด	1 Bedroom Building 2 Floor 17
จำนวน Unit	1 Unit
ที่ตั้ง	ถนน แจ้งวัฒนะ หน้าบ้าน ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี
ผู้พัฒนาโครงการ	บริษัท ชีวา รีโนว จำกัด
ที่ตั้งโครงการ	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
มูลค่าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้วของ มูลค่าโครงการ	0%





ห่วงโซ่คุณค่า





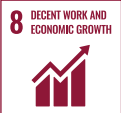






(Disclosure 102-9)





การวิเคราะห์ผลกระทบ ความเสี่ยง โอกาส

(Disclosure 102-15, 102-29)

ประเด็นผลกระทบ	Mega forces & trends	ความเสี่ยง	โอกาส
ด้านเศรษฐกิจ			
ผลิตภัณฑ์และกระบวนการ	 	วัตถุประสงค์ของแบรนด์ (-) การบริหารจัดการโครงการ (-) การบริหารงานก่อสร้าง (-) การควบคุมต้นทุน (-) กฎระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง (+/-)	นวัตกรรม (+) เทคโนโลยี (+) ความปลอดภัย (+)
ลูกค้า		ความพึงพอใจลูกค้า (+/-) พฤติกรรมผู้บริโภค (+/-) ข่าวสาร บทวิเคราะห์ (+/-)	
สังคม			
พนักงาน	   	การปฏิบัติต่อผู้ใช้งาน (+/-) สิทธิมนุษยชน (+/-) การจัดการความรู้ (+/-) มาตรฐานการปฏิบัติงาน (+/-) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการ (+/-)	
ผู้รับเหมาและผู้ขาย		การคัดเลือกผู้รับเหมาและผู้ขาย (+/-) การประเมินผู้รับเหมาและผู้ขาย (+/-)	
ชุมชน		การแข่งขัน (-)	สังคมผู้สูงอายุ (+)
แนวโน้มของสังคมหรือกระแสสังคม (+/-)			
สิ่งแวดล้อม			
	 	การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ (-) ฤดูกาล (-) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (-)	
การสรรหาที่ดิน (+/-)			

การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (value chain)

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบรับจากบริษัท	ช่องทางการติดต่อ
ลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพ เป็นไปตามมาตรฐาน ส่งมอบสินค้าและบริการ ตรงตามเวลาที่กำหนด การบริการหลังการขายที่ดี มีคุณภาพ การรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูลส่วนตัว รักษาสีทธิมนุษยชน ไม่เลือกปฏิบัติ 	<ul style="list-style-type: none"> การบริการที่ดี มีคุณภาพ และมีความรับผิดชอบต่อ การส่งมอบสินค้าคุณภาพดี ตรงตามเวลา ส่งมอบประสบการณ์ที่ดี และการบริการที่เหนือความคาดหมาย พัฒนาระบบการบริหารข้อมูลลูกค้า เพื่อเก็บรักษา ข้อมูลส่วนตัวและความปลอดภัย เป็นไปตามมาตรฐานสากล ปฏิบัติตามนโยบายด้านสิทธิมนุษยชน อย่างเคร่งครัด 	<ul style="list-style-type: none"> การติดต่อลูกค้าโดยตรง ศูนย์บริการลูกค้า / call center สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน
พันธมิตรทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ความเสมอภาคเท่าเทียม ความโปร่งใส การกำกับดูแลกิจการที่ดีในการดำเนินธุรกิจ การร่วมพัฒนาศักยภาพเติบโตไปด้วยกัน การบริหารและการชำระเงินที่ตรงตามเวลา กลยุทธ์การบริหารจัดการ การป้องกันความเสี่ยงที่มีประสิทธิผล ความสามารถสร้างโอกาสในความท้าทาย บริหารข้อมูลทางการเงิน ที่ถูกต้อง การชำระเงินเต็มจำนวนและตรงเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> การแข่งขันที่เป็นธรรม และโปร่งใส สัญญาทางธุรกิจที่โปร่งใส และเป็นธรรม จัดหลักสูตรอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ กำหนดการชำระเงินที่ถูกต้องครบถ้วน และตรงตามเวลา เก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า / พันธมิตรทางธุรกิจ ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น และผลตอบแทนสูงสุด การเปิดเผยข้อมูลที่มีคุณภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน ทันเหตุการณ์ ปฏิบัติตามพันธสัญญา ภายใต้หลักเกณฑ์ และบริบททางกฎหมาย ชำระหนี้ครบถ้วนตรงตามเวลา และดูแลคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกัน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดฝึกอบรมเพิ่มความรู้แก่ลูกค้า และกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันระหว่างบริษัทและเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน หรือ การแจ้งเบาะแส แบบ 56-1 One Report / รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) ประชุมชี้แจง นักลงทุน รายไตรมาส / รายปี สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน
หน่วยงานกำกับดูแล 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามตัวบทกฎหมาย และส่งเสริม การกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาลและแนวปฏิบัติที่ดี การแข่งขันที่เท่าเทียม และเป็นธรรม สนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ จัดการกับข้อร้องเรียนต่างๆ อย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส ครบถ้วน ตรวจสอบได้ ดำรงไว้ซึ่งการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ และสร้างความน่าเชื่อถือ สนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> รับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะอย่างสม่ำเสมอ เข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานกำกับดูแล สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบรับจากบริษัท	ช่องทางการติดต่อ
ผู้ถือหุ้น/ นักลงทุน 	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจเติบโต ผลตอบแทนการลงทุนอย่างยั่งยืน การกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารจัดการด้วยความโปร่งใส ความสามารถสร้างโอกาสในความท้าทาย การบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นและผลตอบแทนสูงสุด การเปิดเผยข้อมูลที่คุณภาพ ทันต่อเหตุการณ์ การสร้างชื่อเสียง ภาพลักษณ์องค์กรในการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> ประชุมชี้แจงนักลงทุนรายไตรมาส, รายปี เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การเปิดเผยข้อมูลผ่านแบบ 56-1 One Report, รายงานเพื่อความยั่งยืน การแจ้งข่าวสารผ่านตลาดหลักทรัพย์ การประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น การแจ้งเบาะแส
สังคมและชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ให้ความสำคัญกับเสียงสะท้อนจากชุมชน ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดูแลเรื่องข้อร้องเรียนอย่างเป็นธรรม สนับสนุน และส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษาเรียนรู้ เข้าใจ รับฟัง เสียงสะท้อนจากชุมชน และตอบสนองอย่างตรงประเด็น ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างตรงประเด็น สร้างการยอมรับ เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกับชุมชน สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้กับชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน จัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายชุมชน
พนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> คำตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม ความก้าวหน้าในอาชีพ การพัฒนาศักยภาพ ความรู้ความสามารถ การแสดงความคิดเห็นและการมีส่วนร่วม ความปลอดภัยในงาน ไม่เลือกปฏิบัติ จ้างงานอย่างเป็นธรรม การแจ้งเบาะแสการทุจริตคอร์รัปชัน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดสรรผลตอบแทน สวัสดิการที่เหมาะสมเพื่อรักษาพนักงานที่ดีให้ทำงานกับบริษัท สร้างแรงจูงใจในการทำงาน พิจารณาการเลื่อนขั้น การโอนย้ายความก้าวหน้าในอาชีพ จัดระบบการประเมินผลงานที่เท่าเทียมและเป็นธรรม จัดหลักสูตร ฝึกอบรมที่ส่งเสริมการปฏิบัติงาน รับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุง สร้างระบบความปลอดภัยในการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานและสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีความเหมาะสม ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และไม่เลือกปฏิบัติ รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ 	<ul style="list-style-type: none"> การประชุม ประกาศวิสัยทัศน์และเป้าหมายประจำปี สื่อสังคมออนไลน์ / อีเมล แบบ 56-1 One Report / รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน (เว็บไซต์) ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อร้องเรียน หรือ การแจ้งเบาะแส การสำรวจความพึงพอใจและความผูกพัน ของพนักงานที่มีต่อองค์กร



การเติบโตทางเศรษฐกิจ

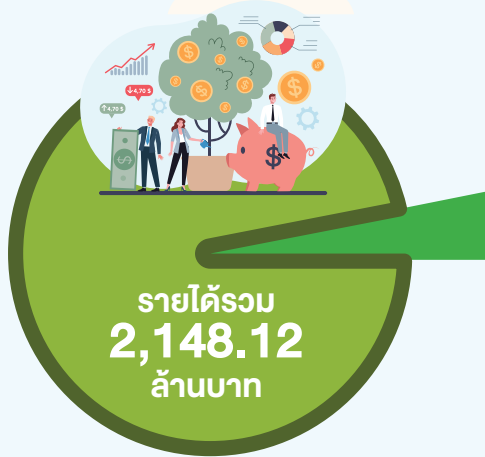
(Disclosure 201-1)

(as of 31 December 2022)



รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์

จำนวน **2,101.08** ล้านบาท
คิดเป็น **97.81%**



รายได้อื่น

จำนวน **47.04** ล้านบาท
คิดเป็น **2.19%**



รายได้จากโครงการคอนโดมิเนียม
จำนวน
1,347.57 ล้านบาท
คิดเป็น **64.14%**



รายได้จากโครงการแนวราบ
จำนวน
730.60 ล้านบาท
คิดเป็น **34.77%**



รายได้จากโครงการบ้านมือสอง
จำนวน
22.91 ล้านบาท
คิดเป็น **1.09%**



สิ้นปี 2565 บริษัทมียอด
Backlog รวมทั้งสิ้น
889 ล้านบาท



โครงการคอนโดมิเนียม
715
ล้านบาท



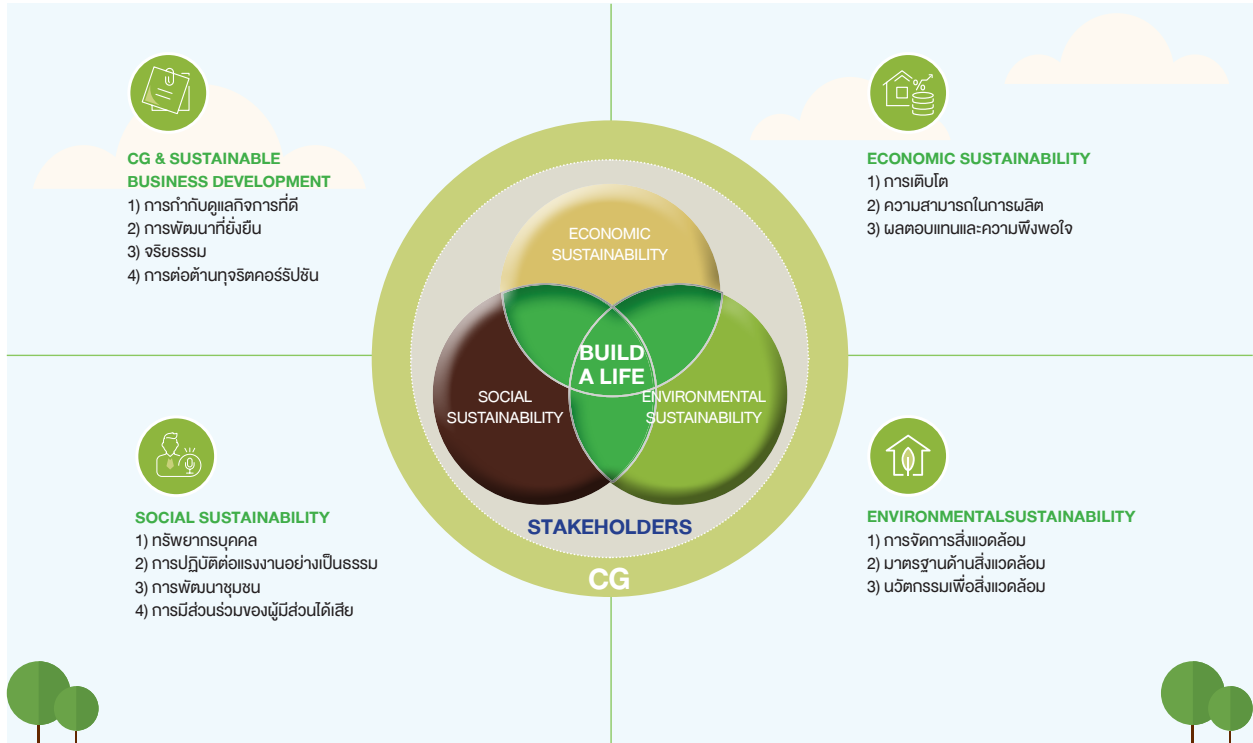
โครงการแนวราบ
174
ล้านบาท



ความพึงพอใจต่อ
ผลิตภัณฑ์และบริการโดย
รวมของบริษัท ปี 2565
ร้อยละ **94%**

กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

(Disclosure 102-16)





รางวัล



1 ISO 9001 : 2015

ISO 9001 : 2015
ใบรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน
ระบบบริหารงานคุณภาพ

2 ISO 14001 : 2015

ISO 14001 : 2015
ใบรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน
ด้านสิ่งแวดล้อม

3 CAC

เข้าร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย
ในการต่อต้านการทุจริต (CAC)

4 CG SCORE

ระดับดีเลิศ CG Score ประจำปี 2565
จาก สมาคมส่งเสริมสถาบัน
กรรมการบริษัทไทย

5 TIA

ระดับดีเลิศ ข้อมูล AGM ประจำปี 2565
จาก สมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

6 SET AWARDS

รางวัล SET Awards 2022 กลุ่มรางวัล
Business Excellence รางวัลยอดเยี่ยม Best
Investor Relations Awards และ รางวัลดีเด่น
Outstanding IR awards บริษัทจดทะเบียนฯ
ในตลาดหลักทรัพย์ mai ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์
ตามราคาตลาดไม่เกิน 1,500 ล้านบาท

7 BCI

รางวัล 1 ใน 10
บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ดีเด่น

8 ประกาศเชิดชูเกียรติ

ผู้ทำคุณประโยชน์ให้แก่สำนักงาน
คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
ประจำปี 2564

ผู้มีส่วนได้เสีย

(Disclosure 102-40)



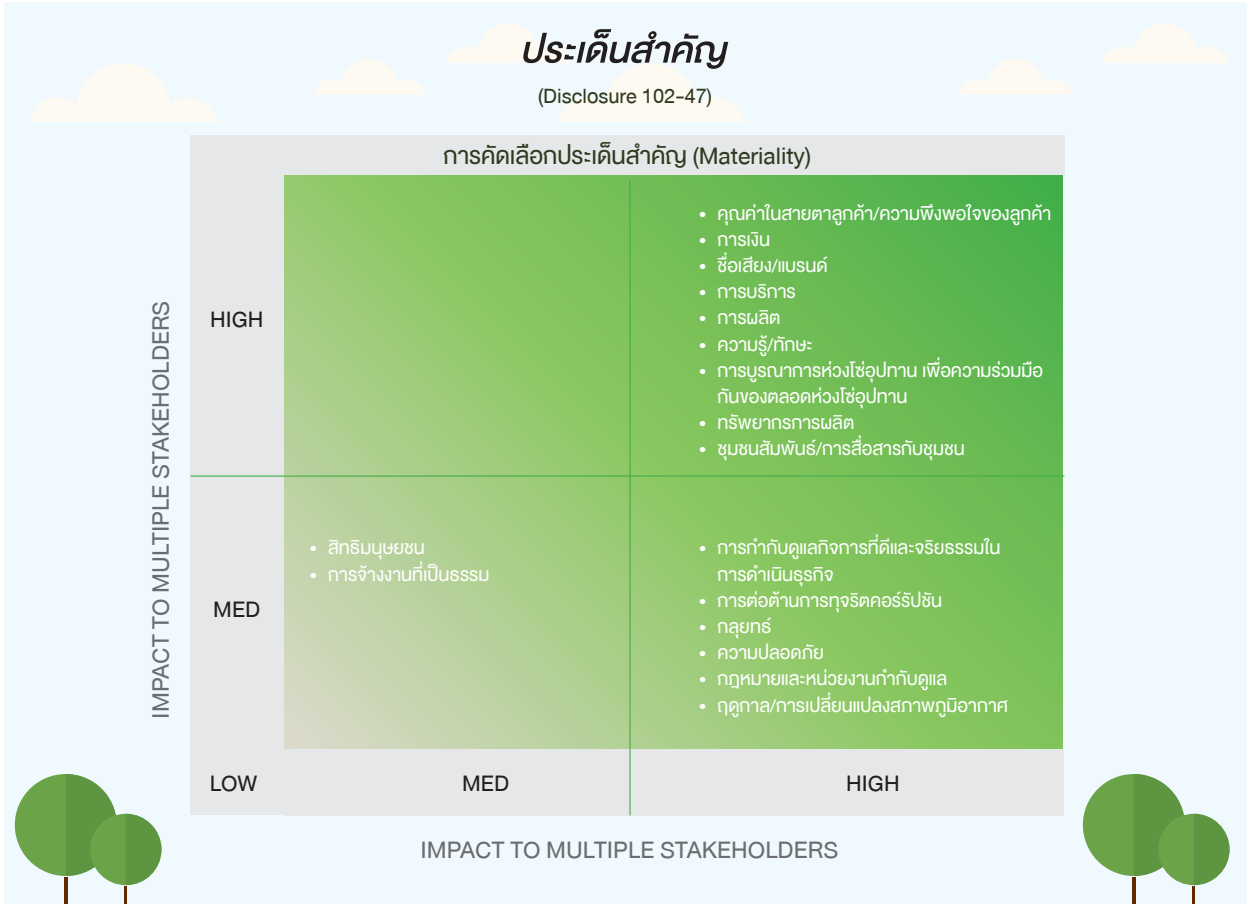
การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

(Disclosure 102-42, 102-43, 102-44)

	RESEARCH & DEVELOPMENT	SOURCING	OPERATION	SALES & MARKETING	SERVICE
กระบวนการ  <ul style="list-style-type: none"> เทคโนโลยี นวัตกรรม กระแสสังคม กฎหมายที่เกี่ยวข้อง การจัดหาที่ดิน การเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> การสรรหาผู้รับเหมา/ผู้ขาย การประเมินผู้รับเหมา/ผู้ขาย การควบคุมวัตถุดิบ การจัดการสภาพคล่อง 	<ul style="list-style-type: none"> กฎหมายที่เกี่ยวข้อง การจัดการความรู้ (KM) มาตรฐานการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการโครงการ การบริหารงานก่อสร้าง (CM) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการ การจัดการเกี่ยวกับฤดูกาลและการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย การปฏิบัติต่อผู้ใช้แรงงาน สิทธิมนุษยชน 	<ul style="list-style-type: none"> ความพึงพอใจของลูกค้า อัตลักษณ์ของแบรนด์ การโฆษณา โปรโมชันการขาย ข่าวสาร/ บทวิเคราะห์/ ข่าวประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> แอปพลิเคชันบริการหลังการขาย เทคโนโลยี นวัตกรรม การบริหารการสื่อสาร งานบริการ 	
ผู้มีส่วนได้เสีย  <ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานกำกับดูแล คู่แข่ง นายหน้า Designer 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้รับเหมา ผู้ขาย พันธมิตร ธนาคาร/บริษัทหลักทรัพย์ 	<ul style="list-style-type: none"> พนักงาน สังคม ชุมชน ผู้รับเหมา ที่ปรึกษา 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสีย นักลงทุน/ผู้ถือหุ้น นักข่าว/นักวิเคราะห์ คู่แข่ง 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้า ชุมชน 	

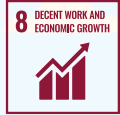
ประเด็นสำคัญ

(Disclosure 102-47)



กลยุทธ์ และกิจกรรมด้านความยั่งยืน

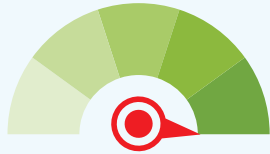
STRATEGY	ASPECT
 <p>Establish a Performance Standards on Green Construction สร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานเพื่อควบคุมคุณภาพการก่อสร้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Knowledge Management (KM) • Training (In-House Training / On-the-Job Training / Workshop / Seminar) • Research & Development (R&D)
 <p>Monitoring & Controlling Progress to Improve Performance ควบคุมและตรวจสอบความก้าวหน้าของงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Project Planning • Project Control • Knowledge Sharing
 <p>Enhance a Contractors Selection Process (CSP) ปรับปรุงกระบวนการสรรหาผู้รับเหมา</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Risk Analysis in Construction Project • Criteria for Specifying Infrastructure Contractors • Supplier / Contractor / Vendor Self-Assessment <ul style="list-style-type: none"> • Onsite Audit • Onsite Visit
 <p>Establish a Stakeholders' Satisfaction Survey System สร้างระบบประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสีย</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stakeholders Satisfaction Survey • Smart After Sales Service • CHEWATHAI Society Project • Whistle Blowing



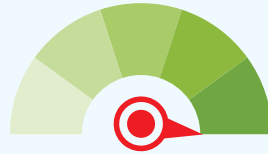
HIGHLIGHTS การพัฒนาความยั่งยืน ปี 2565

การบริหารองค์กรอย่างยั่งยืน

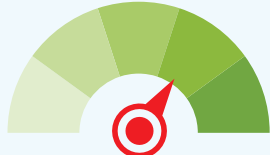
สัดส่วนการถือหุ้นในกลุ่มธุรกิจ



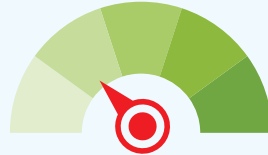
บริษัท ชัยวาทย์
อินเตอร์เซนจ์ จำกัด
100%



บริษัท
ชิวา รีบิว จำกัด
100%

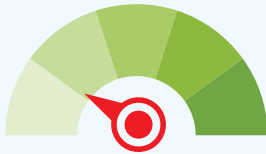


บริษัท
ชิวา ฮาร์ท จำกัด
70%



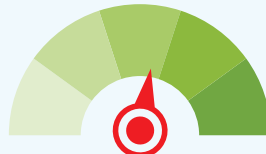
บริษัท
กมลลา ซีเนียร์ ลีฟวิ่ง
25%

สัดส่วนของหุ้น Free Float
(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565)



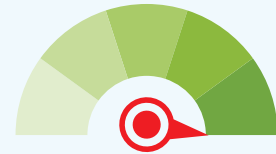
Free Float
21.01%

สัดส่วนคณะกรรมการอิสระ



คณะกรรมการอิสระ
57%

สัดส่วนกรรมการอิสระในคณะกรรมการ
สรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน



กรรมการอิสระในคณะกรรมการสรรหา
และพิจารณาค่าตอบแทน
100%



อัตราการเข้าร่วม
ประชุมเฉลี่ยของ
คณะกรรมการบริษัท
100%



สัดส่วนกรรมการเข้าร่วม
การฝึกอบรมของคณะกรรมการ
100%



สัดส่วนของกรรมการ
เพศหญิง
29%



ความหลากหลายทางเพศ
ในคณะกรรมการ

สัดส่วนการถือหุ้นของกรรมการ (ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2565)



นายชาติชาย พานิชชิวะ
0.16%
นายบุญ ชุน เกียรติ
0.20%

พล.ต.อ.วิสันุ ปราสาททองโอสถ
0.00%

นายพิณัง หาญพานิชย์
0.00%
นายชัยยุทธ เตชะทัตสุนทร
0.13%



นางสมหะทัย พานิชชิวะ
0.10%
นางสุภากรณ์ บุรพุกศาสตร์
0.00%



จำนวนข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันในกระบวนการดำเนินธุรกิจ

-ไม่มี-

การพัฒนาและดูแลพนักงาน



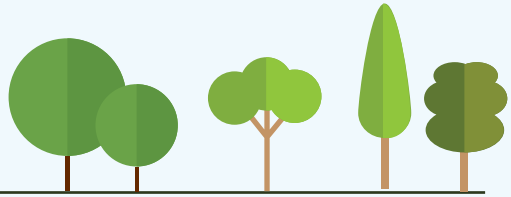
ค่าตอบแทนพนักงานรวม ปี 2565

74,070,147.00 บาท

พนักงานหญิง

38,978,689.00 บาท

พนักงานชาย

35,091,458.00 บาท

จำนวนพนักงาน

215 คน

ชาย

94 คน

หญิง

121 คน

สถิติการเกิดอุบัติเหตุ /
อัตราการหยุดงาน /
อัตราการเจ็บป่วยจาก
การทำงานของพนักงาน
(Disclosure 403-2)

1 ราย

อัตราการลาออก
ของพนักงาน

4.06%

ฝึกอบรมพนักงาน
คิดเป็นร้อยละ

97.35
ของพนักงาน
ทั้งหมด

เฉลี่ยจำนวน
ชั่วโมงการฝึกอบรม

18.24
ชั่วโมง

สัดส่วนพนักงานที่ผ่านการ
อบรมจรรยาบรรณธุรกิจ

100%

จำนวนกรณีฝ่าฝืน
จรรยาบรรณธุรกิจ

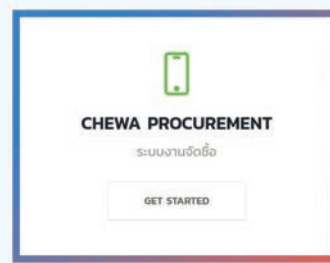
-ไม่มี-



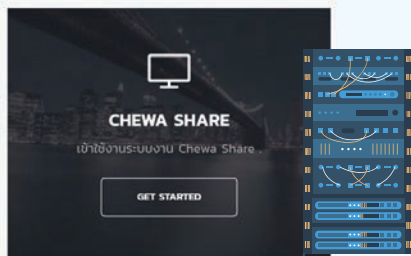
การนำนวัตกรรมมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ระบบเดิมที่ใช้อยู่ทันสมัย ได้ผลดี มีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม ประหยัดเวลา และแรงงาน สามารถประมวลผลได้อย่างถูกต้องแม่นยำ



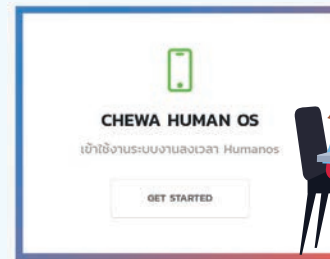
ระบบ CHEWA CONNECT โปรแกรมสำหรับฝ่ายขายและการตลาด และฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ระบบงานด้านการขายอสังหาริมทรัพย์ และการบริหารจัดการลูกค้า



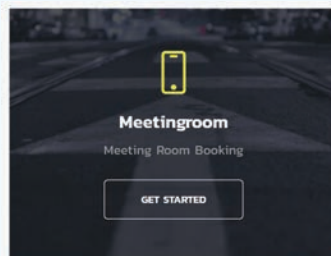
ระบบ CHEWA PROCUREMENT โปรแกรมสำหรับฝ่ายจัดซื้อ ระบบที่รองรับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างด้านอสังหาริมทรัพย์ และการบริหารจัดการงานงบประมาณ



ระบบ CHEWA SHARE เพื่อเป็นพื้นที่เก็บข้อมูล และใช้ข้อมูลร่วมกันภายในบริษัท



ระบบ CHEWA HUMAN OS โปรแกรมสำหรับฝ่ายกุนมนุษย์ ระบบการลงเวลาทำงาน อนุมัติการลา และอนุมัติค่าล่วงเวลา

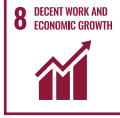


ระบบ Meeting room โปรแกรมสำหรับการจองห้องประชุม



CHEWATHAI SOCIETY

(Disclosure 102-2, 102-12, 203-1)



บริษัทมุ่งมั่นในการพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อโจทย์ความต้องการของลูกค้า และสร้างความแตกต่างในเรื่องของสิทธิประโยชน์ที่มีให้ โดยจะเป็นการนำเอาอินไซด์ที่เป็นความต้องการของลูกค้ามานำเสนอ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อโจทย์ความต้องการได้ตรงจุด และมอบความพิเศษยิ่งกว่าให้ครอบครัวของชีวาทัยด้วย “บัตร CHEWATHAI SOCIETY ALL MEMBER” ที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์และประสบการณ์ที่พิเศษกว่าของลูกค้าบ้านโดยเฉพาะ ภายใต้คอนเซปต์ “More living More lively” หรือ “ความพิเศษและสิ่งดีๆ เพื่อคุณ ลูกบ้านชีวาทัยเท่านั้น” และพิเศษกว่าด้วยสิทธิพิเศษเฉพาะสมาชิก All Member ทั้งสะสมแต้มทุกการใช้จ่าย, แด้มใช้แทนเงินสด (100 แด้ม = 1 บาท) และส่วนลดเฉพาะสมาชิก ที่สามารถใช้จ่ายได้ทุกที่ด้วยความสะดวกที่ 7-11 ทุกสาขา พร้อมสิทธิพิเศษและส่วนลดมากมาย ถือเป็นการสร้างความแปลกใหม่ในวงการอสังหาริมทรัพย์ของเมืองไทยอีกด้วย

นอกจากนี้ CHEWATHAI SOCIETY ALL MEMBER ยังมีสิทธิพิเศษคัดสรรมาเพื่อลูกค้าคนสำคัญอีก อาทิ

- **Chewathai Privilege** รับส่วนลดสุดพิเศษจากร้านค้าชั้นนำต่างๆ ทั้งลด แลก แจก และแถม ให้คุณรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษได้ทุกที่ ทุกเวลา กับร้านค้าใกล้โครงการ และร้านอื่นๆอีกมากมาย
- **Chewathai Variety** กิจกรรมดีๆ เพื่อคุณเท่านั้น ไม่ว่าจะชมภาพยนตร์จัดรอบพิเศษ ชมคอนเสิร์ตแบบ Exclusive ใกล้ชิดกับศิลปินที่ชื่นชอบ และกิจกรรมสุดพิเศษอื่นๆ อีกมากมาย
- **Member Get Member** เพียงคุณแนะนำเพื่อน มาเป็นลูกค้าโครงการใดก็ได้ของชีวาทัย รับคำแนะนำพิเศษสูงสุดยูนิตละ 100,000 บาท ยิ่งแนะนำมาก ยิ่งได้คำแนะนำแบบคุ้มค่าที่สุด
- **Chewa Care** บริการดูแลหลังการขาย แจ้งซ่อม บริการการใช้งาน เหมือนคุณมีผู้ช่วยส่วนตัว คอยให้คำปรึกษา แนะนำการดูแลรักษาอุปกรณ์ต่างๆ ภายในที่พักอาศัยของคุณให้มีอายุการใช้งานที่นานขึ้น



และอีกหนึ่งช่องทาง LINE OFFICIAL MANAGEMENT เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามข่าวสาร และสามารถติดต่อกับชีวาทัย โซเชียลได้ทันที ทั้งการแจ้งซ่อม, ติดตามงานซ่อม รวมถึงการอัปเดตกิจกรรมต่างๆ สำหรับลูกบ้าน



CHEWA SMART TRANSFER

(Disclosure 102-2, 203-1)

CHEWA SMART TRANSFER

มุ่งเน้นที่จะพัฒนากระบวนการทำงานด้านการโอนกรรมสิทธิ์ เพื่อผลประโยชน์สูงสุด ตามเป้าหมายของบริษัท โดยให้ความสำคัญกับการให้บริการที่รวดเร็ว การเป็นเสมือนที่ปรึกษาด้านสินเชื่อ การให้ความช่วยเหลือ และเสนอแนวทางที่ดีที่สุดเพื่อสนองความต้องการที่แตกต่างของลูกค้า รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและบอกต่อ อีกทั้งยังทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่าคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่ากับผลิตภัณฑ์ และทำให้บริษัทของเราเข้าไปอยู่ในใจของลูกค้ามากขึ้น

โดยมีการกำหนด VISION ของแผนก คือ “มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญ และเป็นที่ปรึกษาด้านสินเชื่อบ้าน และคอนโด เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยเราเชื่อว่าการบริการที่ดีที่สุดเกิดจากการใส่ใจในทุกรายละเอียดของลูกค้า” และมี MISSION ของแผนก คือ

- ลูกค้าคือคนสำคัญ** ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก เข้าใจในความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าพร้อมตอบสนองทางเลือกที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
- บริการอย่างมืออาชีพ** ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐาน โดยเน้นความครบถ้วน ถูกต้อง รวดเร็ว เพื่อตอบสนองความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า
- มุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุง** พัฒนาระบบการทำงานให้มีมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เน้นที่การปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้เหมาะกับงานนั้นๆ
- เสริมสร้างความสามารถและประสิทธิภาพของทีม** เสริมสร้างให้พนักงานทุกคนในทีมได้มีการเพิ่มความสามารถให้กับตนเองตลอดเวลา มีการอบรมอย่างต่อเนื่อง และใช้ระบบ Sharing ระหว่างความรู้ในทีม

จึงทำให้เกิดคำว่า Chewa SMART TRANSFER

- SMART PERSON** มีบุคลากรที่ชาญฉลาด มีความสามารถด้านบุคลิกภาพ และการนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ
- SMART INFORMATION** การมีข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ถูกต้อง ชัดเจน รวดเร็ว เข้าถึงง่าย
- SMART TECHNOLOGY** การใช้เทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาขั้นตอนการทำงาน ให้เกิดความรวดเร็ว และอำนวยความสะดวกให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

โดยกระบวนการทำงานของ Chewa Smart Transfer จะครอบคลุม งานตรวจรับห้องชุด งานด้านสินเชื่อ งานจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ และงานโอนเปลี่ยนชื่อ/โอนเงินประกันสาธาณูปโภค (มิเตอร์น้ำ - มิเตอร์ไฟ) ของลูกค้า



CHEWA CARE CHEWA CARE

(Disclosure 102-2, 203-1)

บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องบริการหลังการขาย หลักบริการของเราเรียกว่า ‘CHEWA CARE’ ซึ่งครอบคลุมงานซ่อมแซม การดูแลบ้าน และ งานสาธารณูปโภคทั้งหมด

- Caring** โดย CHEWA มีระบบ ‘CHEWA CARE Maintenance Service’ บริการตรวจเช็คและบำรุงรักษาบ้านและห้องชุดให้คงคุณภาพพร้อมใช้งาน โดยมีการตรวจเช็ค ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า และระบบเครื่องปรับอากาศให้ลูกบ้าน เพื่อคุณภาพการอยู่อาศัยที่ดีที่สุด
- Attentive** หมายถึง ความห่วงใยและการเอาใจใส่ลูกบ้านเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว โดยดูแลทุกเรื่องในตัวบ้านให้ลูกบ้านอุ่นใจได้เสมอ
- Responsibility** นอกจากการดูแลลูกบ้านซึ่งเสมือนเป็นครอบครัวแล้ว บริษัทยังดูแลรับผิดชอบต่อพื้นที่ในโครงการของ CHEWA และดูแลผลกระทบต่อพื้นที่ข้างเคียง โดยดูแลทั้งคุณภาพชีวิตของลูกบ้านและเพื่อนบ้านข้างเคียงอีกด้วย
- Expertist** การให้บริการด้วยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ มีมาตรฐานในรูปแบบเดียวกัน ทั้งทีม Service ไปจนถึงพนักงานรักษาความปลอดภัย และพนักงานดูแลสวน และส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการพัฒนาทักษะของทีมงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อคุณภาพการดูแลที่ดีที่สุด

คอนเซ็ปต์ คือ 'CHEWA CARE ดูแลด้วยใจ' บริษัทเน้นดูแลความรู้สึกของลูกค้าเป็นหลัก พยายามให้บริการที่ตอบโจทย์ของลูกค้า เพราะเมื่อลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในงานบริการอาจจะสร้างให้เกิดการตลาดแบบปากต่อปากเพิ่มการรับรู้ในตราสินค้าให้ขยายวงกว้างออกไป และอีกจุดเด่นของ 'CHEWA CARE' คือการให้บริการแบบเชิงรุก เช่น ตลอดช่วงเวลาประกันบริษัทจะเข้าไปดูและระบบต่างๆ โดยไม่ต้องรอให้เกิดปัญหาลูกค้าแจ้งซ่อมเข้ามาเสียก่อน

"CHEWA CARE ดูแลด้วยใจ" งานบริการที่มากกว่างานบริการทั่วไป ดูแลลูกค้าให้เสมือนเป็นญาติหรือเพื่อนสนิท และสามารถตอบสนองความต้องการให้มากยิ่งขึ้นเพราะความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

วิสัยทัศน์ Chewa care

Chewa care พร้อมที่จะส่งมอบประสบการณ์ในงานบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า รวมถึงไม่หยุดยั้งที่จะพัฒนา งานบริการ โดยการสร้างสรรค์ โปรแกรมพิเศษต่างๆ เพื่อตอบสนองและเติมเต็มความต้องการของลูกค้า โดยผ่านทีมงานบริการที่มีประสิทธิภาพ

Chewa care เป็นฝ่ายบริการที่เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยยึดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน และการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว

Chewa care สามารถที่จะคิดค้นและพัฒนางานบริการ โดยมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม

Chewa care สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีในการทำงาน พร้อมมีส่วนร่วมในสนับสนุนส่วนงานอื่นๆ และสามารถที่จะช่วยพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ของ Chewa care เพื่อให้ได้ตามเป้าหมาย

“Chewa care beyond service”

ไม่ใช่แค่ดูแลเรื่องงานซ่อม แต่เราดูแลและห่วงใยในความเป็นอยู่ของลูกค้าของสมาชิกทุกคน

งาน Service ภายใต้ทีม Chewa care ถูกสร้างขึ้นมา เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าของ ชีวาทัย โดยได้สำรวจแบรนด์ต่างๆ ในด้านบริการหลังการขาย เพื่อนำมาพัฒนางานบริการควบคู่กันและทำให้เกิดความประทับใจกับลูกค้ามากที่สุด และยังคงสร้างมาตรฐานในด้าน การบริการลูกค้า ให้เป็นไปตามบริบทที่ ไม่ว่าจะลูกค้าจะซื้อบ้าน/คอนโด ชีวาทัย ลูกค้าจะนึกถึง Chewa Care กับงานบริการที่ดีและตรงใจ และพร้อมบริการด้วยใจ ตาม Concept ชีวาทัยดูแลคุณด้วยใจ

กิจกรรมและงานบริการหลังการขายนั้นมีประโยชน์สำหรับ developer อย่างมากมาย เพราะหลายๆ developer อาจจะเน้นไปที่งาน service (งานซ่อม) และมองว่างานบริการคือการให้บริการงานซ่อม ซึ่งจริงๆแล้ว งานบริการยังมีส่วนงานอื่นๆ ที่สำคัญไม่แพ้กัน service เช่นกัน ด้วยเหตุนี้ บริษัทชีวาทัย โดยทีม Chewa Care จึงมีกิจกรรมพิเศษสำหรับลูกค้า ชีวาทัย ด้วยการจัดกิจกรรม CMS (Chewa Maintenances service) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จะช่วยดูแลและตรวจเช็ค บ้านและคอนโด ของลูกค้า ก่อนที่วัสดุและอุปกรณ์ภายในบ้านจะเสื่อมคุณภาพและเกิดปัญหา เช่น มีการเช็คระบบสายน้ำดี, เช็คระบบแอร์, และ เช็คระบบไฟฟ้าให้ลูกค้า เป็นต้น โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ซึ่งทางบริษัทชีวาทัย มองว่า การบริการนี้ เป็นสิ่งที่ควรจะต้องทำ เพื่อให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ในการบริการที่ดีขึ้นกว่าเดิม

สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและต้องการก็คือสินค้า (บ้านหรือคอนโด) ต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานตามที่ได้โฆษณาไว้ ดังนั้นภายใน 6 เดือนแรก หลังจากที่ลูกค้าได้เข้าอยู่อาศัยแล้ว จึงไม่ควรที่จะมีปัญหาเกิดขึ้นกับตัวสินค้า ทางบริษัทเล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าวนี้นี้จึงได้จัดให้มี การตรวจเช็คห้องหรือบ้าน ก่อนที่จะโอนให้ลูกค้าโดยทีมงาน QC ของโครงการ เพื่อให้สินค้านั้นไม่มีปัญหาในอนาคตหรือตามนโยบาย zero defect ของบริษัท หรือถ้ามีปัญหากเกิดขึ้น ก็จะเป็นปัญหา minor defect ที่จะได้รับการดูแลและแก้ไขอย่างรวดเร็ว อีกสิ่งหนึ่งที่ลูกค้าต้องการก็คือ การดูแลเรื่องความเป็นอยู่อาศัยของลูกค้า ที่มีมาตรฐานที่ดี เช่น การควบคุมมาตรฐานการทำงาน ของ ทีมงาน รมภ, การดูแลสภาพโครงการให้ทุกส่วนงานอยู่ในสถานะที่พร้อมให้บริการกับลูกค้า และ ทีมงาน service ที่มีคุณภาพ

Mr. inspector Hero

พันธมิตทางธุรกิจของบริษัทเป็นผู้ให้บริการตรวจบ้านและคอนโด โดยที่วิศวกรมืออาชีพที่มี ประสบการณ์โดยตรงในการตรวจสอบและควบคุมสายงานการก่อสร้าง เช่น งานก่อสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก และ งานก่อสร้างบ้าน การตรวจสอบครอบคลุมทุกรายการ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า สุขาภิบาล หลังคา ภายในและภายนอก และ ทีมงาน Mr. inspector Hero ทุกคน ต้องผ่านการฝึกงานและทดสอบเพื่อให้ได้มาตรฐานก่อนลงงานจริง โดยมีตรวจสอบบ้านของลูกค้าด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย ซึ่งช่วยให้มองหาลูกดักแก้ไขได้อย่างแม่นยำเช่น การใช้โดรน และการใช้กล้องอินฟราเรดในการตรวจสอบ เป็นต้น

มีการส่งรายงานให้ลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมงหลังการตรวจเสร็จ เพื่อให้โครงการสามารถแก้ไขงานให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีการอธิบาย ชี้แจง และทำข้อมูลสรุปงานทุกขั้นตอนให้ลูกค้าทราบและเข้าใจหลังตรวจเสร็จ

บริษัทเชื่อว่าสิ่งที่บริษัทได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับบริษัท Mr. inspector Hero นั้นจะเป็นประโยชน์และเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าบริษัทเชื่อว่า โดยบริษัทได้ทำการคัดสรร บริษัทตรวจบ้านที่ดำเนินการตรวจสอบโดยที่วิศวกรมืออาชีพและมีประสบการณ์โดยตรงในการตรวจสอบและควบคุมสายงานการก่อสร้าง อีกทั้งยังมีมาตรฐานและคุณภาพในการทำงานเป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีการส่งสรุปรายงานการตรวจที่รวดเร็วและแม่นยำ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าของบริษัทเชื่อว่า

มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ

บริษัทได้รับการรับรองระบบ ISO 9001:2015 ซึ่งเป็นระบบบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นระบบที่สร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการปฏิบัติงานต่างๆ ว่าเป็นไปตามมาตรฐานสากล มีระบบการควบคุมที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับเพื่อทำการแก้ไขข้อผิดพลาด รวมทั้งมีแนวทางในการป้องกันข้อผิดพลาดเดิมไม่ให้เกิดซ้ำอีก

ประโยชน์ที่จะบริษัทได้รับ

- คุณภาพสินค้าที่ตีสม่าเสมอและมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานดีขึ้น
- เป็นส่วนหนึ่งของการมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้าและบริการ รวมทั้งสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า



การสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability)

มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENT STANDARDS)

การจัดการดูแลสิ่งแวดล้อมที่ดีจะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทให้มีประสิทธิภาพและเติบโตอย่างยั่งยืน จึงมีนโยบายสิ่งแวดล้อม (Environmental Policy) ในการดำเนินงานตามมาตรฐาน ISO 14001 : 2015 ด้วยจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยของพนักงาน และ ผู้มีส่วนได้เสีย





นวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม (SMART INNOVATION)

ระบบ Home Automation จะสามารถควบคุมอุปกรณ์ภายในบ้านผ่าน application มือถือ

- ช่วยให้มีความปลอดภัย เช่น Digital Doorlock, ตรวจสอบสัญญาณกันขโมยหรือไฟไหม้ หรือ ตรวจสอบภาพวงจรปิดแบบ Real time
- ออกแบบมาเพื่อผู้สูงอายุ ผู้ที่อยู่ระหว่างพักฟื้นจากอาการบาดเจ็บ ผู้พิการ หรือเด็ก จะสามารถช่วยเหลือตัวเองได้สะดวกขึ้น
- เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะสามารถลดปัญหาการเปิดปิด ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุให้สิ้นเปลืองพลังงานโดยเปล่าประโยชน์
- ไฟฟ้าส่องสว่างภายในโครงการแบบโซลาร์เซลล์พลังงานแสงอาทิตย์สำหรับพื้นที่ส่วนกลางภายในโครงการ

การแจ้งเบาะแสร (Whistle Blowing)

การแจ้งเบาะแสร



Call Center 1260 กด 3 ติดต่อพนักงานสัมพันธ์ หรือ กด 4 แจ้งร้องเรียน

จัดส่งทางไปรษณีย์ หรือยื่นส่งโดยตรงที่



บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน)

1168/80 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 27 ยูนิตดี

ถนนพระรามสี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120



auditcommittee@chewathai.com



www.chewathai.com

ติดต่อเลขานุการบริษัท (Disclosure 102-53)



companysecretary@chewathai.com

ติดต่อฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์



Call Center 1260 กด 3



ir@chewathai.com



โครงการ CHEWA GOES GREEN (Disclosure 306-2)



ปัญหาโลกร้อน (Global Warming) หรือ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่มีสาเหตุมาจากกิจกรรมที่ปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์มากเกินไปจนเกิดภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Gas : GHG) ทั้งกิจกรรมจากภาคพลังงาน ภาคการเกษตร และภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กิจกรรมจากกระบวนการก่อสร้างมีส่วนในการปล่อย GHG จากการสร้างขยะหรือเศษวัสดุในการก่อสร้าง หรือแม้แต่การใช้พลังงานไฟฟ้าหรือน้ำในสำนักงานหรือแม้แต่การใช้พลังงานหลายรูปแบบในอาคารสำนักงาน

บริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ดำเนินธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ดำเนินงานภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และ มีนโยบายในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility : CSR) ในกระบวนการปฏิบัติงานหลัก (CSR in Process) และนอกเหนือจากกระบวนการดำเนินงาน (CSR after process)

บริษัทให้ความสำคัญตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการ โดยการคัดเลือกปัจจัยการผลิตที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ประกอบกับระบบบริหารจัดการที่ดี เพื่อป้องกันผลกระทบทางสังคมที่มีผลโดยตรงต่อชีวิตของคนในสังคมและชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า ในการลดปริมาณการใช้ การนำกลับมาใช้ใหม่ และการจัดการกับวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ตั้งแต่ปี 2563 บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการขยะ โดยฝ่ายจัดการมอบหมายให้คณะทำงาน CSR เป็นผู้ดำเนินโครงการ ภายใต้ชื่อโครงการ “CHEWA Goes Green” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แหล่งกำเนิดมูลฝอยหรือสิ่งสูญเสีย ลด คัดแยก ใช้ประโยชน์ให้ยาวนานออกไปก่อนจะทิ้งขยะที่ไม่มีค่าและนำไปกำจัด ทั้งในกระบวนการธุรกิจหลัก สำนักงานขาย และ อาคารสำนักงาน และที่สำคัญคือการสร้างจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม เห็นคุณค่าและตระหนักในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า ลดกิจกรรมการบริโภคที่ส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย ขาดการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม



บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดแยกขยะเป็นอย่างมาก โดยจัดให้มีโครงการที่ชื่อว่า Chewa Goes green ที่รณรงค์ให้พนักงานคัดแยกขยะที่ทิ้งทุกชั้นในองค์กร ในทุกสำนักงานขาย มีนโยบายลดการใช้พลาสติก ให้เหลือใกล้เคียง 0% ที่สุด พนักงานทุกคนห้ามใช้ขวดน้ำพลาสติก และแก้วน้ำพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวภายในและห้ามนำเข้าสำนักงานเด็ดขาด พนักงานทุกคนต้องใช้ภาชนะ ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ รวมถึงรณรงค์การอนุรักษ์พลังงาน ลดการใช้ไฟฟ้าและเครื่องปรับอากาศด้วย

ส่วนในโครงการของชีวาทัย ที่สร้างใน 3 ปีหลังสุด จะมีระบบการคัดแยกขยะแบบครบวงจร คือรณรงค์ให้ลูกบ้าน และนิติบุคคล คัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง โดยมีจุดคัดแยกขยะอยู่ในจุดรับขยะทุกชั้น รวมถึงมีการแบ่งแยกสัดส่วนการเก็บขยะแต่ละชนิดอย่างชัดเจน ในจุดรวมขยะ ซึ่งย้ายมาอยู่บริเวณหน้าโครงการ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดเก็บ และการนำส่งไปรีไซเคิล รวมถึงจะทำให้ผู้อยู่อาศัยเห็นว่า การคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง สามารถทำประโยชน์ได้จริง

บริษัทร่วมมือกับ บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) (“SCGP”) จัดทำโครงการ “เก็บกระดาษของเค้า” ตามแนวความคิดของ SCG Circular Way ที่ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด เริ่มต้นรณรงค์กับกลุ่มพนักงาน ก่อนจะขยายต่อยอดไปสู่ชุมชนต่าง ๆ โดยรอบ จนถึงการรณรงค์กับสังคม โดยมีหลักการง่ายๆ คือการ “ใช้ให้คุ้ม แยกให้เป็น ทิ้งให้ถูก” เพื่อให้ทรัพยากรสามารถหมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ได้

บริษัทสนับสนุนการคัดแยกขยะให้ถูกประเภท ทั้งในสำนักงาน และในโครงการที่อยู่อาศัย โดยมีจุดคัดแยกขยะส่วนกลางชัดเจนเพื่อให้ลูกบ้านสามารถแยกขยะและทิ้งได้ถูกประเภท นอกจากนั้นยังรณรงค์ให้ลูกบ้านหันมาให้ความสำคัญกับการแยกขยะที่สามารถทำเองได้ด้วยตัวเอง โดยได้รับความร่วมมืออันดีจาก SCGP ในการเข้ามาช่วยรับขยะที่มีปริมาณมาก นั่นก็คือกระดาษ โดยเฉพาะพวกกล่องจากการสั่งซื้อของออนไลน์ต่างๆ หรือกระดาษขาวดำที่ใช้งานในออฟฟิศนิติบุคคล โดยขยะที่คัดแยกแล้วไปใช้เป็นทรัพยากรในการผลิตกระดาษที่นำมาทำสินค้าต่างๆ เช่น ถุงกระดาษ กล่องกระดาษ หรือนำมาทำเป็นบ้านกระดาษ รถกระดาษ เฟอร์นิเจอร์กระดาษ เพื่อนำกลับมาสร้างประโยชน์ให้แก่ partner หรือ ชุมชนข้างเคียงต่อไป ประกอบกับการพัฒนาแอปพลิเคชันในการบริหารจัดการ การเก็บขยะให้เกิดความทันสมัย สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

โครงการลดขยะจากกระบวนการทำธุรกิจ ภายใต้ชื่อโครงการ “Low waste Less plastic” เพื่อเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างและปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่บริษัทและคู่ค้าทางธุรกิจ โดยเฉพาะผู้รับเหมา คู่ค้ารายสำคัญของบริษัท เพื่อสามารถหาแนวทางในการจัดการปัญหาและความเสียหายจากการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด และสามารถดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน โดยบริษัทเริ่มต้นจากโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานของบริษัทและพันธมิตรทางธุรกิจไปพร้อมกัน โดยพระทีพากร อริโย ฌ ศูนย์การเรียนรู้สิ่งแวดล้อม วัดจากแดง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

โครงการ “ลดขยะ อย่างยั่งยืน” ซึ่งบริษัทได้เริ่มโครงการการลดและแยกขยะ โดยเริ่มจากการจัดตั้งจุดแยกขยะแต่ละประเภทภายในสำนักงานก่อน และ เริ่มกระจายจุดแยกขยะไปตามโครงการของบริษัท โดยจัดให้มีผู้รับผิดชอบทำหน้าที่ดูแลการคัดแยกขยะ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการ Recycle ช่วยลดปริมาณขยะและเพิ่มมูลค่าขยะในเวลาเดียวกัน ซึ่งเป็นการคัดแยกขยะอย่างถูกวิธีและมีประสิทธิภาพ

บริษัทนำเอาขวดพลาสติก (PET) ที่ได้จากการแยกขยะ บริจาคให้กับศูนย์การเรียนรู้สิ่งแวดล้อม วัดจากแดง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้ทางวัดนำไปรีไซเคิล ทำเป็นเส้นใยถักทอเป็นชุดผ้าไตรจีวรให้แก่พระสงฆ์ และ ยังสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยรอบวัด สร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน ซึ่งการแยกขยะนอกจากทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ได้ก็ยังสามารถไปประโยชน์ในหลากหลายมิติ



โครงการเก็บกระดาษของเก่า บริษัทร่วมกับ บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) (“SCGP”) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ในการจัดตั้งจุดรองรับขยะประเภทกระดาษสำนักงาน และ กระดาษแข็งกล่องน้ำตาล ตามจุดต่างๆ ภายในสำนักงาน และ โครงการต่างๆ ของบริษัท โดยจัดให้มีผู้รับผิดชอบทำหน้าที่รวบรวมขยะกระดาษส่งให้ SCGP เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการ Recycle ช่วยลดปริมาณขยะและเพิ่มมูลค่าขยะในเวลาเดียวกัน เป็นการคัดแยกขยะกระดาษอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ขยะกระดาษที่รวบรวมส่งให้ SCGP จะตีมูลค่ากลับมาเป็นประโยชน์ให้กับบริษัทและสังคม โดยกระดาษสำนักงาน (หรือกระดาษถ่ายเอกสาร) สามารถแลกเปลี่ยนกระดาษ A4 รีมใหม่เพื่อนำกลับมาใช้ในสำนักงาน ในปี 2565 บริษัทสามารถรวบรวมขยะประเภทกระดาษแข็งกล่องน้ำตาลเพื่อส่งต่อให้ SCGP จำนวน 4 ตัน สามารถนำไป Upcycling เป็นโต๊ะเก้าอี้เด็กนักเรียน หากเทียบสัดส่วนการบริหารจัดการขยะประเภทกระดาษบริษัทสามารถจัดการขยะได้เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า ถือว่าบริษัทสามารถสร้างความตระหนักในด้านการลดการใช้ทรัพยากรตามโครงการได้เป็นอย่างดี

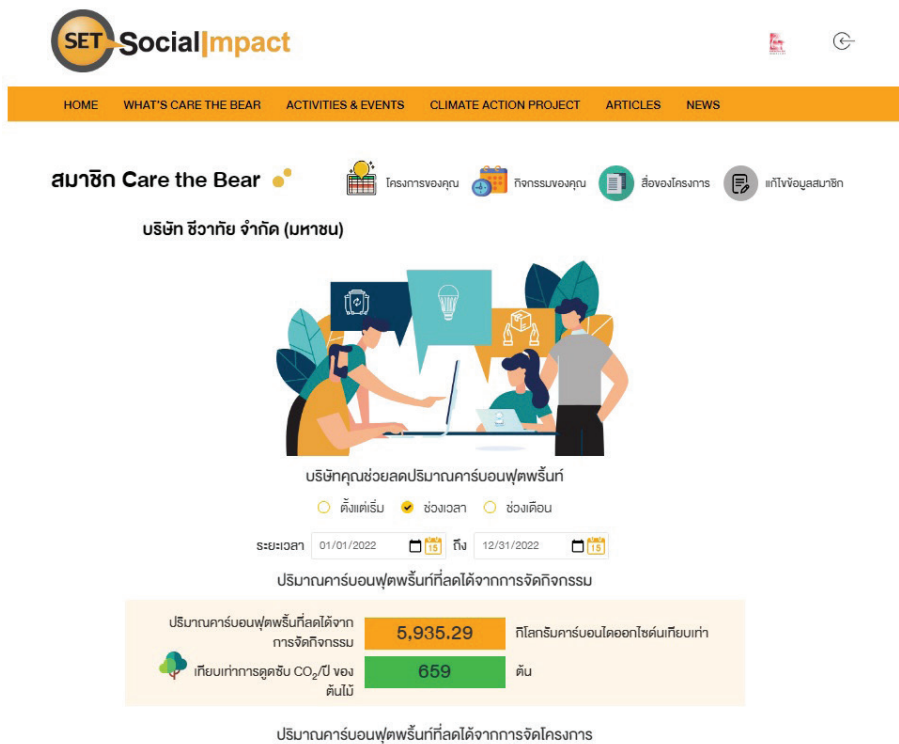
โดยคุณบุญ ชุน เกียรติ Managing Director และ คุณธเนศ สุวรรณหาวิสิทธิ์ Director-Recycling Materials Management บริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ SCGP ร่วมมือตามโครงการห้องเรียนชีวาทัย by CHEWA x SCGP บริหารขยะกระดาษเหลือใช้ให้กลับมาสร้างโอกาสส่งเสริมการศึกษาให้เยาวชนไทย ด้วยการเปิดจุดรับกล่องกระดาษเหลือใช้ เพื่อนำกลับมารีไซเคิลเป็นชุดโต๊ะนักเรียน ส่งมอบให้แก่โรงเรียนบ้านป่าเลา อ.แม่ทา จ.ลำพูน ซึ่งเป็นโรงเรียนที่ขาดโอกาสทางการศึกษา ขาดแคลนทุนทรัพย์และการสนับสนุน และเป็นโรงเรียนที่ชีวาทัยมีการสนับสนุนด้านการศึกษาอยู่ในปัจจุบันอย่างต่อเนื่องกว่า 5 ปีแล้ว และนอกจากได้สนับสนุนการศึกษาถือว่าเป็นโครงการที่ลูกบ้านทุกโครงการของชีวาทัยจะได้ช่วยกันคัดแยกขยะเพื่อลดขยะที่จะเข้าสู่ระบบ และเป็นการส่งเสริมกิจกรรมดีๆ ระหว่างชีวาทัยและลูกค้าอีกด้วย



บริษัทกำหนดให้มีระเบียบปฏิบัติในการจัดทำโครงการร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายใต้โครงการ Care the Bear ในการจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้วยการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases : GHGS) โดยมีแนวปฏิบัติในการจัดกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. รณรงค์ให้เดินทางโดยรถสาธารณะหรือเดินทางมาร่วมกัน
2. ลดการใช้กระดาษ พลาสติก จากเอกสารต่างๆ และบรรจุภัณฑ์
3. งดการใช้โฟมจากบรรจุภัณฑ์หรือโฟมเพื่อการตกแต่ง
4. ลดการใช้พลังงานจากอุปกรณ์ไฟฟ้าหรือเปลี่ยนไปใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
5. ออกแบบโดยใช้วัสดุตกแต่งที่สามารถกลับมาใช้ใหม่ได้
6. ลดการเกิดขยะอาหารเหลือทิ้งโดยการตักแต่พอดีและทานให้หมด

โดยเฉพาะจากการจัดประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดการเดินทาง ลดการใช้กระดาษ เอกสาร พลาสติกและบรรจุภัณฑ์ประกอบการประชุม ในปี 2565 บริษัทรณรงค์ให้มีการจัดประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ตามโครงการ Care the bear อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อม จากการวัดผลการลดก๊าซเรือนกระจกบนเว็บไซต์ <https://www.carethebear.com/> บริษัทสามารถลดปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์แล้ว 5,935.29 kgCO₂e หรือเทียบเท่าการดูดซับ CO₂/ปี ของต้นไม้จำนวน 659 ต้น หากเทียบสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึง 72.23% ถือว่าบริษัทสามารถสร้างความตระหนักในด้านการลดการใช้ทรัพยากรตามโครงการได้เป็นอย่างดี (เอกสารที่เกี่ยวข้อง : QP-SEC-801 ระเบียบปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมของบริษัทที่ส่งเสริมพฤติกรรมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG) รวมถึงการคำนวณการปล่อย GHG, WM-SEC-101 คู่มือปฏิบัติงานการจัดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม)



โครงการบริหารการใช้กระดาษภายในบริษัท บริษัทใช้ประโยชน์จากวัสดุสำนักงานโดยเฉพาะวัสดุประเภทกระดาษในการจัดพิมพ์ข้อมูลที่ช่วยให้ อ่านง่ายชัดเจน เกิดความเป็นระเบียบในการค้นหา ตรวจสอบและจัดเก็บ ซึ่งจากการสำรวจการใช้งานในปัจจุบันอัตราการใช้งานกระดาษของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นและส่งผลกระทบต่อปริมาณขยะกระดาษที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ฝ่ายจัดการเห็นว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้กระดาษให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อลดปริมาณขยะที่จะเกิดขึ้นอีกทั้งเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายของบริษัทไปในคราวเดียวกัน เป็นการตอบสนองกิจกรรม Chewa Goes Green ในด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม จึงได้ริเริ่มให้เกิดโครงการบริหารการใช้กระดาษภายในบริษัทขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยในการลดการใช้กระดาษอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม ดังนี้

1. สร้างความตระหนักในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าโดยเฉพาะการใช้กระดาษภายในบริษัท
2. สื่อสารให้พนักงานทุกระดับรับทราบและถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด
3. ติดตาม ตรวจสอบ รายงานผลการใช้กระดาษภายในบริษัทอย่างต่อเนื่อง
4. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology), สื่อออนไลน์ (Social media), งานสารบรรณ Electronic (e-office), เอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Document), การประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Meeting), การใช้ฐานข้อมูลร่วมกัน เช่น Lan, Intra เป็นต้น



บริษัทกำหนดนโยบายลดการสร้างขยะภายในองค์กรเพื่อสร้างจิตสำนึกการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า สร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อเป็นกิจกรรมด้านความยั่งยืนที่สร้างประโยชน์แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิ หลีกเลี่ยงการรับถุงพลาสติกเมื่อซื้อสินค้าน้อยชิ้น, เลือกใช้ภาชนะหรืออุปกรณ์ที่สามารถใช้ซ้ำ เช่น ถ้วยผ้า ตะกร้า ปิ่นโต, พกของใช้ส่วนตัวที่ต้องใช้ประจำ เช่น ขวดน้ำ แก้วน้ำ เพื่อลดการซื้อขวดน้ำพลาสติก, นำถุงพลาสติกหรือกล่องโฟมที่ใช้แล้วกลับมาใช้ประโยชน์ซ้ำ, เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ เช่น บรรจุภัณฑ์จากกระดาษ เป็นต้น

การจัดการมลพิษในการตรวจวัดคุณภาพอากาศ

ฝุ่นละออง ช่วงระหว่างก่อสร้างทำการตรวจวัดปริมาณฝุ่นละอองในบรรยากาศ TSP และปริมาณฝุ่นละอองในบรรยากาศ ขนาด 10 ไมครอน (PM10) ที่จุดตรวจวัดพื้นที่โครงการระหว่างก่อสร้าง 2 แห่ง ได้แก่ โครงการชีวathy ปิ่นเกล้า และ โครงการชีวathy ฮอลล์มาร์ค ลาดพร้าว โซคชัย 4 เฟส 2 ช่วงเดือน มกราคม ถึง มิถุนายน 2565 ผลการตรวจวัดคุณภาพอากาศ (TSP) ค่ามาตรฐานตามกฎหมาย

การจัดการตรวจวัดระดับเสียง

ช่วงก่อสร้าง ตรวจวัดระดับเสียง พารามิเตอร์ที่กำหนด ระดับเสียงเฉลี่ย 24 ชั่วโมง (Leq) , ระดับเสียงสูงสุด (Lmax) , ระดับเสียงกลางวันกลางคืน (Ldn) , ระดับเสียงพื้นฐาน (L90 , L10) และเสียงรบกวน ที่จุดตรวจวัดพื้นที่โครงการระหว่างก่อสร้าง 2 แห่ง ได้แก่ โครงการชีวathy ปิ่นเกล้า และ โครงการชีวathy ฮอลล์มาร์ค ลาดพร้าว โซคชัย 4 เฟส 2 ช่วงเดือน มกราคม ถึง มิถุนายน 2565 **สรุปผลตรวจวัดระดับเสียงรายเดือน ค่ามาตรฐานเสียงพื้นฐาน**

การจัดการคุณภาพน้ำ ผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำทิ้ง

การเก็บตัวอย่างน้ำทิ้งจากบ่อกักน้ำระบบบำบัดน้ำเสียของพื้นที่ก่อสร้าง จำนวน 1 จุดเก็บตัวอย่าง ช่วงระหว่างก่อสร้าง ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง ธันวาคม 2565 ของโครงการชีวathy ปิ่นเกล้า และโครงการชีวathy ฮอลล์มาร์ค ลาดพร้าว โซคชัย 4 เฟส 2 โครงการได้จัดให้มีห้องน้ำภายในพื้นที่โครงการ พร้อมระบบกรอง-กรองไร้อากาศ และเติมอากาศ สรุปผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำ **ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้ง BOD ค่ามาตรฐาน**

หนึ่ง น้ำประปาที่ผ่านการใช้งานแล้วโดยเฉพาะในพื้นที่เขตก่อสร้างบริษัทบริหารจัดการน้ำเสียอย่างเป็นระบบเพื่อบำบัดน้ำเสียให้สามารถหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่อีกครั้ง ลดการส่งมลพิษทางน้ำที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและยังสามารถลดต้นทุนการผลิตได้บางส่วน น้ำซึ่งผ่านระบบบำบัดแล้วมีความสะอาดเพียงพอในการนำกลับมาใช้ในกระบวนการอื่น อาทิ น้ำอุปโภค น้ำในห้องน้ำ รดน้ำต้นไม้ ทำความสะอาดล้อรถบรรทุกเข้า-ออกไซต์งานก่อสร้าง ให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดก่อนที่จะไหลสู่แหล่งน้ำสาธารณะ จากผลการประหยัดน้ำ โดยการนำน้ำที่ผ่านการบำบัดมาหมุนเวียนเพื่อใช้รดน้ำต้นไม้ภายในโครงการ ทำให้สามารถสามารถประหยัดค่าน้ำประปาได้ อย่างน้อยเดือนละ 10,000 บาท/โครงการ

การประหยัดพลังงานไฟฟ้า บริษัทมีมาตรการในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ดังนี้

- การกำหนดช่วงเวลาการเปิดปิดไฟ เครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด ในสำนักงานให้เหมาะสมกับช่วงเวลาที่ใช้งาน ได้แก่ ปิดเครื่องปรับอากาศก่อนเวลาพัก หรือเลิกงาน 30 นาที , การปิดและถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อเลิกใช้ เช่น คอมพิวเตอร์ และเครื่องปริ้น เป็นต้น
- เลือกใช้อุปกรณ์และหลอดไฟชนิดประหยัดพลังงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมทั้งมีการรณรงค์ให้ช่วยกันประหยัด เช่น การใช้หลอด LED ทั้งสำนักงาน , การทำความสะอาดแผ่นกรองอากาศอยู่เสมอ, การตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศให้เหมาะสม โดยมีคณะกรรมการ 5ส ช่วยกันประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทุกคนมีหน้าที่สำรวจ และตรวจตราอุปกรณ์ไฟฟ้าให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
- จัดผังและพื้นที่การนั่งปฏิบัติงานภายในสำนักงานใหม่ และกำหนดระเบียบให้พนักงานสามารถไปปฏิบัติงานที่ไซต์งานได้อย่างน้อย เดือนละ 2 วัน เพื่อเป็นการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และลดการใช้เครื่องปรับอากาศภายในออฟฟิศได้
- ส่งเสริม และปลูกฝังให้ทุกคนได้ตระหนักและเห็นความสำคัญ เพื่อช่วยกันสอดส่องดูแลการใช้ไฟฟ้าภายในสำนักงานเพื่อให้สามารถประหยัดไฟฟ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยในปี 2565 บริษัทสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากการที่เปลี่ยนหลอดไฟภายในสำนักงานใหญ่จากหลอดไฟธรรมดา มาเป็นหลอดไฟ LED ได้ 50% โดยทำให้สามารถประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ ประมาณ 2,795 บาทต่อเดือน หรือประมาณ 33,540 บาทต่อปี คิดเป็น 33%

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

บริษัทให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลบนรากฐานของหลักความยุติธรรม เท่าเทียมกัน สิทธิมนุษยชน ป้องกันมิให้เกิดการละเมิดสิทธิไม่ว่าต่อพนักงานหรือผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ภายใต้นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม (เอกสารที่เกี่ยวข้อง : PC-CWG-002 นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม, PC-CWG-028 นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน)

- กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานภายในองค์กร (Employees relations) บริษัทมีสวัสดิการในการสร้างความสัมพันธ์ สร้างความสามัคคี กิจกรรมละลายพฤติกรรม ทำให้ทุกคนในองค์กรมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สามารถทำงานแก้ไขปัญหา ตลอดจนสร้างทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน เช่น การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ประจำปี, การสร้างทีม (Team Building), การแข่งขันกีฬา เป็นต้น
- แนวปฏิบัติการคัดเลือกพนักงานโดยปราศจาก “อคติ” ในสถาบันการศึกษา, เพศสภาพ หรือแนวคิดค่านิยมด้านการเมือง เป็นต้น เพราะองค์กรมีค่านิยมและความเชื่อว่าหากสมาชิกขององค์กรทุกคนทำงานร่วมกันโดยปราศจาก “อคติ” หรือ มีจิตสำนึกที่ดีในด้าน “ความเท่าเทียมในสังคม” แล้วจึงจะทำให้พนักงานทุกคนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยความราบรื่นและมีความสุขในองค์กรได้
- การเคารพสิทธิด้าน “ความเสมอภาคของการแสดงออก” บริษัทกำหนดให้มีแนวปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เช่น โครงการ คุณพ่อ คุณแม่ และ โครงการ บุญ..รอ..ฟัง แนวปฏิบัติที่ให้พนักงานสามารถสื่อสารกับผู้บริหารได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านหัวหน้างานหรือฝ่ายใดภายในองค์กรเพื่อรักษาความลับนอกเหนือจากวิธีการร้องทุกข์ปกติ โดยโครงการดังกล่าวไม่จำเป็นต้องเปิดเผยชื่อสามารถร้องเรียนผู้บังคับบัญชา, บอกกล่าวเรื่องราวที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร, ข้อมูลหรือเบาะแสในการทุจริต, การถูกละเมิดหรือไม่ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม (เอกสารที่เกี่ยวข้อง : โครงการ คุณพ่อ คุณแม่ บุญ..รอ..ฟัง และ โครงการ บุญ..รอ..ฟัง)
- มาตรการเฝ้าระวัง ป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดโควิด-19 ในแคมป์คนงานก่อสร้างที่ส่งผลให้เกิดความตึงเครียดในการซื้อหาของอุปโภคบริโภคในกลุ่มคนงาน บริษัทและผู้รับเหมาหลัก จึงร่วมบริจาคสิ่งของเครื่องใช้ เช่น เครื่องอุปโภคบริโภค ยารักษาโรค เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน อีกทั้งเป็นกำลังใจให้ทุกคนสามารถผ่านพ้นวิกฤตไปได้
- บริษัทกำหนดให้มีกิจกรรมการแข่งขันกีฬาสีภายในองค์กรเพื่อเป็นกิจกรรมการพัฒนาสุขภาพและพละนาถายของพนักงาน รวมถึงเพื่อสร้างการกระชับมิตรและความสามัคคี อีกทั้งพนักงานยังสามารถบริหารเวลาภายหลังเลิกงานให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพ ฝึกฝนทักษะกีฬาประเภทที่ตนเองถนัดเพื่อมีส่วนร่วมในการแข่งขัน การจัดการความสมดุลระหว่างเวลาทำงานและนอกเวลาทำงานให้มีระบบ ส่งผลต่อการทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2565 บริษัทได้จัดกิจกรรมกีฬาสีขึ้นในวันที่ 13 กันยายน 2565 ณ สนามกีฬาสปอร์ตคลับ จังหวัดนนทบุรี อีกทั้งในงานยังมีการแข่งขันการจัดการขยะเพื่อกระตุ้นให้พนักงานทุกคนมีวินัยในการลดการสร้างขยะมูลฝอยและใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า



- กิจกรรมด้านความสัมพันธ์ร่วมกับคู่ค้าโดยจัดให้มีการแข่งขันกีฬาระหว่างบริษัทกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่าของบริษัทเพื่อการมีส่วนร่วมและมีเป้าหมายร่วมกันให้เกิดความสามัคคีกลมเกลียว ช่วยเหลือปรองดองซึ่งกันและกัน มีน้ำใจนักกีฬา ให้อภัยซึ่งกันและกัน และส่งเสริมให้ร่างกายแข็งแรงถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างเสริมผลานามัยที่ดี และเป็นกิจกรรมที่บริษัทจัดให้คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจได้มีการทำกิจกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อรองรับการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต ในปี 2565 บริษัทจัดงานกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร «Chewathai Cup#1 ณ สนาม Flick Arena ถนนประดิษฐ์มนูญธรรม กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2565



- การฝึกอบรมพัฒนาทักษะความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เช่น การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การปรับเปลี่ยนทัศนคติวิธีคิด และการใช้ชีวิต เพื่อให้ผู้บริหาร พนักงานเข้าใจและสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในการดูแลสุขภาพกาย จิตใจ และสมองในการทำงาน รวมถึงการใช้ชีวิตประจำวัน หลักสูตร NO MORE OFFICE AND HOME SYNDROME เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2565 ณ สมาคมธรรมศาสตร์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซอยงามดูพลี เขตสาทร กรุงเทพมหานคร



- การฝึกอบรมให้ความรู้ในการปรับสมดุลชีวิตทำงาน หรือ Work-Life Balance แก่ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อลดผลกระทบจากการทำงานหนักปรับให้มีความสุขกับชีวิตทั้งสุขภาพกายและใจพร้อมทั้งให้คำแนะนำการออกกำลังกายที่ถูกต้อง เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2565 ณ สมาคมธรรมศาสตร์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซอยงามดูพลี เขตสาทร กรุงเทพมหานคร



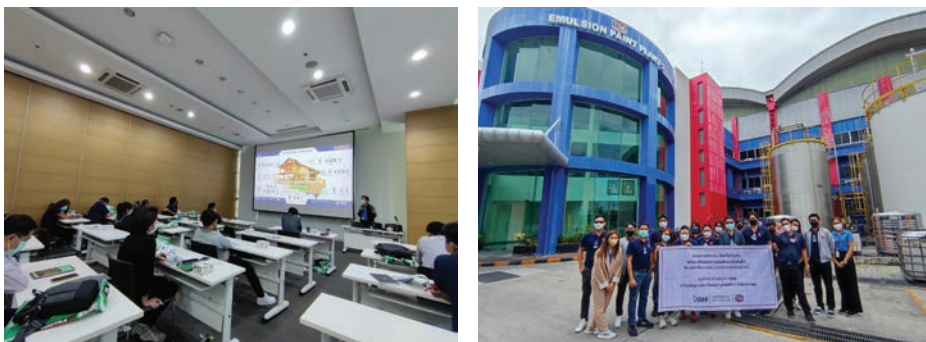
- กิจกรรมฝึกอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐานเพื่อให้พนักงานสามารถจัดการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐานในสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งภายในองค์กรและสำหรับลูกบ้านในโครงการ กิจกรรมเป็นการพัฒนาความรู้ในด้านความปลอดภัย ลดความเสี่ยงในการสูญเสียและเพิ่มโอกาสรอดชีวิต ในปี 2565 บริษัทจัดกิจกรรมให้ความรู้หลักสูตรการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการช่วยฟื้นคืนชีพขั้นพื้นฐาน (CPR) ในวันที่ 25 กรกฎาคม 2565 ณ โครงการชีวาทัย เกษตร-นวมินทร์



- กิจกรรมอบรมการซ้อมหนีไฟเพื่อให้พนักงานได้รับทราบขั้นตอนเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ เรียนรู้สัญญาณเตือนภัยในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อให้มีชีวิตรอดจากเหตุการณ์เพลิงไหม้ ลดความเสี่ยงและการสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากเหตุเพลิงไหม้ ทั้งพนักงานในองค์กรและลูกบ้านในโครงการ โดยในปี 2565 บริษัทร่วมกับฝ่ายงานบริการหลังการขายชีวาแควร์จัดกิจกรรมฝึกอบรมซ้อมหนีไฟ เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2565 ณ โครงการชีวาทัย เรสซิเดนซ์ ทองหล่อ



- บริษัทร่วมกับคู่ค้าในการพัฒนาทักษะ ความรู้ในการปฏิบัติงาน การแก้ไขปัญหา รวมถึงการเรียนรู้นวัตกรรมใหม่ๆ ในงานก่อสร้างและตกแต่งให้กับผู้บริหารและพนักงานให้สามารถนำประสบการณ์และเทคนิคไปต่อยอดการทำงาน โดยในปี 2565 บริษัทร่วมกับฝ่ายงานบริการหลังการขายชีวาแควร์จัดกิจกรรมฝึกอบรมร่วมกับ บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ในวันที่ 22 กรกฎาคม 2565 ณ สำนักงานใหญ่ TOA อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ





ข้อความจากผู้บริหาร

(Disclosure 102-14)

“

Zero Defect ทำยากมากๆ เป้าหมายคือให้ลูกค้าไม่เจอข้อผิดพลาดเลย..

ซึ่ง Developer ส่วนใหญ่จะให้มี List Defect ประมาณพันข้อ จะง่ายกว่าที่จะทำได้ไปเลย

เพื่อให้เห็นความแตกต่าง ลูกค้าจะสัมผัสได้ว่าสินค้ามีคุณภาพและมีคุณภาพจริง

“Chewathai ทำได้ง่ายและทำได้ดี ไม่ค่อยมีอะไรให้ตรวจ”

คำพูดนี้จากลูกค้า “ผมภูมิใจมากและจะพยายามต่อไป”

Zero Defect is very difficult to do, the goal is to keep customers from encountering mistakes at all...

Most developers have about a defect list of 1000 items, so it's easier to just make it perfect.

In order to see the difference, customers will feel that the product is of real quality and quality.

...“Chewathai can do it easily and do it well, there is not much to check.”

This quote from a customer “I am very proud and will keep trying”.

”

นายบุญ ชุน เกียรติ
กรรมการผู้จัดการ
MR. BOON CHOON KIAT,
MANAGING DIRECTOR

“

บริษัทจัดทำคู่มือการให้บริการลูกค้าเพื่อเป็นแนวปฏิบัติแก่พนักงานให้สามารถรักษามาตรฐานการบริการเพราะบริษัทตระหนักในความสำคัญของลูกค้า การให้ความช่วยเหลือเอาใจใส่เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงความมุ่งมั่นที่จะไม่หยุดยั้งในการสร้างสรรค์เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการให้บริการที่อยู่เหนือความพึงพอใจของลูกค้าอย่างยั่งยืนต่อไป

The Company makes the customer service handbook as a guideline to employees so that they can maintain the service standard because The Company realizes the importance of customers, providing help, care to meet the need, create good relationship and determination to not stop creating to hand over products and service that are above the satisfaction of customers in a sustainable manner.

”



นางสาวอิสยาห์ พันธุ์วงษ์

รองผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

MS.ESSAYA PHANKAWONG,

VICE PRESIDENT CUSTOMER SERVICE

“

บริษัทชี้แจงเงื่อนไขสินเชื่อและดอกเบี้ยต่างๆ ให้ลูกค้าได้รับทราบผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ในหลายรูปแบบ เพื่อให้เป็นข้อมูลความรู้กับลูกค้า และยังเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด

The company explains the condition of loan and various interests so that customers are aware via many forms of social media in order to provide data and knowledge to customers and it is a part that will help customers to receive the maximum benefit.

”

*นางสาวเพ็ญพร ดายปัญญาวงศ์
รองผู้อำนวยการผู้จัดการ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
MS. PENPORN CHAIPANYAWONG,
VICE PRESIDENT CUSTOMER SERVICE*





“

การประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจตรงกัน ร่วมมือกันให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น ไม่เกิดความซ้ำซ้อน เหลื่อมล้ำ ขัดแย้งกัน ทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตรงกันอย่างมีประสิทธิภาพ

Coordinate to concerned agency to have the same understanding and cooperate to perform the work smoothly and there is no complication, overlapping or conflict and to work to achieve the same goal efficiently.

”

นายวิสุทธ์ พิริยะอักษรเดช

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

MR. VISUTH PIRIYAAKKARADEJ,

SENIOR VICE PRESIDENT

CUSTOMER SERVICE



บริษัทมีเป้าหมายในการบริหารการเงินอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการจัดโครงสร้างทางการเงิน และจัดหาเงินทุนด้วยต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสมสามารถรองรับการดำเนินงานและโครงการลงทุนต่างๆ ของบริษัท รวมถึงเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ นักลงทุน สถาบันการเงิน และประชาชนทั่วไปอย่างครบถ้วน ถูกต้องสม่ำเสมอ และทันกับสถานการณ์ โดยในปี 2565 บริษัทมีการจัดหาเงินทุนจากการขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินในประเทศ/การออกหุ้นกู้ และวางแผนในการออกหุ้นกู้แปลงสภาพ เพื่อระดมทุนและใช้เป็นเงินลงทุนสำหรับพัฒนาโครงการใหม่ ซึ่งบริษัทยังคงมุ่งเน้นคุณภาพ การบริการ และการดูแลสังคมที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความยั่งยืนขององค์กรและสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้น



The Company had the goal of efficient financial management by arranging financial structure and procuring fund by financial fund that is suitable and can support the work operation and various investment projects of The Company and disclosing data to shareholders, analysts, investors, financial institutions and general people completely, regularly and up-to-date with the current situation. In the year 2022, The Company finds financial source from loan with financial institutions in Thailand/issuing debenture and planning in issuing convertible debenture to raise fund and to use as fund for developing a new project. The Company still focuses on quality, service and good social care in order to create sustainability of the organization and good return to shareholders.



นางสาวพรภัส เทพด้วง
รองผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายการเงิน
MS.PORN LAPAT THEPDUANG,
VICE PRESIDENT FINANCE

“

บริษัทให้ความสำคัญกับแนวคิด สิ่งแวดล้อม สังคม และ การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environmental Social Governance หรือ “ESG”) ต่อการเปิดเผยข้อมูลรายงาน ทางบัญชีและการเงินของกิจการ ดังนั้น การจัดทำและนำเสนอ รายงานที่เกี่ยวข้องทางการเงินทั้งหมดต้องมีการเปิดเผยข้อมูล ที่เกี่ยวกับโอกาสและความเสี่ยงเรื่องความยั่งยืนที่มีประโยชน์ ต่อผู้ใช้ ภายใต้หลักการปฏิบัติที่สำคัญคือ ความมีสาระสำคัญ โปร่งใส ถูกต้อง และครบถ้วนตามการ โดยมีการสื่อสาร อย่างเท่าเทียมแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ต่อนักลงทุนหรือผู้มีความสนใจพิจารณาตัดสินใจลงทุนทั้งใน ปัจจุบันและอนาคต ในการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท

The Company prioritizes the concept, environment, society and governance (Environmental Social Governance or “ESG”) to disclosing of accounting report data and finance of the business. Therefore, making and presenting all report concerning finance must disclose data on opportunity and the risk on sustainability that is beneficial to users under important practice principle which is importance, transparency, correctness and completeness with equal communication to every group of stakeholders to create trust to investors or interested people to consider and to decide investing at the present and in the future in trading assets of The Company.

”

นางสาวอาริสสา อุ่ทอง
รองผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายบัญชี
MS.ARISA U-THONG,
VICE PRESIDENT ACCOUNTING





ปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจเข้าสู่ช่วงของการฟื้นตัว กิจกรรมทางเศรษฐกิจเริ่มกลับมามีชีวิตชีวา ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่ดีหรือการลงทุนที่ดี.. การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงปัจจัยด้าน ESG มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สำหรับงานด้านการขายและการตลาดแม้ว่าจะจะเป็นฟันเฟืองเล็กๆ ในองค์กรที่จะช่วยในการสะท้อนแนวคิดผ่านกิจกรรมทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นการจัดทำโปรโมชั่น การจัดอีเวนท์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างสม่ำเสมอ งานขายและการตลาดยังเป็นตัวกลางที่จะรับข้อมูลสิ่งที่ลูกค้าต้องการนำไปสื่อสารเพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์กับความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้ ทั้งนี้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการเตรียมตัวเข้าสู่สังคม Net Zeroที่กำลังจะมาถึง



Nowadays, the economy is getting into recovery. The economic activity is starting to be alive such as tourism or investment. Business operation by considering ESG factor is crucially important especially real estate business. As for the sale and marketing work even though it is just a small cog in an organization that will help reflect the concept through marketing activity such as making promotion, arranging event that considers the environment and the society regularly. The sale and marketing work is a medium to receive data that customers want to communicate in order to develop goods that meet the need of customer in the future. This is to show that The Company places great importance with the preparation into Net Zero society that is coming around.



นายกิตติคุณ สีมานนทปริญญา

รองผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

ฝ่ายการตลาด

MR.KITTIKHUN

SIMANONTHAPARINYA,

VICE PRESIDENT MARKETING



“

การดำเนินธุรกิจของชีวาทียมุ่งเน้นในเรื่องคุณภาพของสินค้าเพื่อสร้างความยั่งยืนตามหลักการ ESG ในส่วนของ การตลาดนอกจากเราพยายามสร้างสินค้าให้ตอบรับความต้องการของลูกค้า เรายังเล็งเห็นคุณค่าของการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและใจดีกับโลกใบนี้ให้ได้มากที่สุด เราจึงพยายามมองหาวิธีที่ทำให้บ้านเป็นบ้านที่ประหยัดพลังงานและเป็นบ้านที่รักสิ่งแวดล้อม โดยสิ่งนี้จะถูกสื่อสารผ่านบ้านและคอนโดของชีวาทีย รวมไปถึงแนวคิดในการลดและงดการใช้ทรัพยากรที่ทำให้เกิดขยะจากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เปลี่ยนมานั้นสื่อรูปแบบออนไลน์แทน ทำให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เร็วกว่า ทั้งการรับรู้ข้อมูล การตอบข้อซักถาม ข้อเสนอแนะ รวมไปถึงการแก้ปัญหาให้ลูกค้าที่เข้ามาเป็นครอบครัวในบ้านของชีวาทีย

The business operation of Chewathai focuses on the quality of the goods to create sustainability according to the ESG principle. As for marketing apart from the fact that we try to build goods to meet the need of customers. We still see the value of using resource to the maximum and to be kind to this world as much as possible, so we try to find a way make a house an energy saving one and an environmental house. This will be communicated through the house and condo of Chewathai including the concept in reducing and stopping using resource that causes garbage from changing the use of printing material to online format which can communicate with customers faster including data awareness, answering of questions and recommendations and solving problems to customers who become a family in the house of Chewathai.

”

นางสาวอัญพัชญ์ พีระภักดีพงศ์
 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายขายและการตลาด
MS.AUNYAPACH PEERAPAKDEEPPONG,
SENIOR VICE PRESIDENT SALES &
MARKETING



สำหรับปีนี้บริษัทชิวากัย เราให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า เช่นเคย เสมอมา และได้มีการเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของการใช้หลักการ ESG มาเป็นแนวทางในการทำงานในทุกภาคส่วนมากขึ้น เน้นประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เริ่มจากตัวพนักงานของเราเอง ให้ตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ ESG โดยเฉพาะ E หรือ ด้านสิ่งแวดล้อม Environment จากเรื่องง่ายๆ รอบตัวและจำเป็น ภายในองค์กร เช่น การงดใช้พลาสติก มีแก้วน้ำส่วนตัว การรีไซเคิล สิ่งที่สามารถนำกลับมาใช้งานได้ สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องราวดีๆ ที่พนักงานได้รับการปลูกฝัง ทั้งยัง สามารถปรับใช้กับการพัฒนา ธุรกิจ เพื่อถ่ายทอดไปยังผู้บริโภคของเราได้อย่างมีประสิทธิภาพและ เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้วัสดุที่คำนึงถึง สิ่งแวดล้อมมาใช้ในการสร้างบ้านหรือคอนโด การดูแลเรื่องของการแยกขยะภายในโครงการฯ เป็นต้น เหล่านี้ ถือเป็นสิ่งที่มีประโยชน์และ ลูกค้ำเองได้มีส่วนร่วมในการใช้แนวทาง ESG ไปพร้อมๆ กับเรา



As for this year Chewathai, we place priority to the quality of the goods as always and focused on prioritizing the use of ESG as a guideline in the work in every sector more and focus on the sustainability by starting from our employee to realize and see the significance of ESG especially E or Environment from easy things around us and necessary inside the organization such as stop using plastic, personal glass, recycling things that can be used again. These things are goods things that employees are instilled, and it can be used with business development to pass on to our consumers efficiently and to the maximum benefit. For example, using of environment-conscious material to build a house or condominium and taking care of garbage separation inside the project etc. These things are beneficial, and customers can participate in using ESG with together with us.



นางสาวอภิรดี พิศพลงาม
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายขาย
MS.APIRADEE PISLAENGAM,
SENIOR VICE PRESIDENT SALES

“

ดำเนินธุรกิจตามรูปแบบ ESG เพื่อความยั่งยืนในอนาคต ด้านสิ่งแวดล้อมหรือ Environment บริษัทสร้างความตระหนักรู้ให้พนักงานในองค์กรในเรื่องการประหยัดพลังงานด้านสังคมหรือ Social นอกจากมุ่งเน้นการบริการที่ดีที่สุดให้กับองค์กรแล้ว บริษัทยังพัฒนาด้านบุคลากรโดยรวมในดูแลด้านสุขภาพ (Health), สวัสดิการของพนักงาน (Welfare), การจัดอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุดมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพพร้อมส่งเสริมความกตัญญูของแต่ละบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานอย่างเต็มที่, การส่งเสริมด้านสิทธิและสุขภาพของบุคลากรให้สามารถได้รับสิทธิพื้นฐานอย่างครบถ้วน รวมถึงบุคลากรได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชนของบุคลากร ด้านบรรษัทภิบาลหรือ Governance บริษัทดำเนินธุรกิจไปในทิศทางที่โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

The business operation in the form of ESG for sustainability in the future on environment, The Company creates awareness to employees in the organization on energy saving, social aspect. Apart from focusing on the best service to the organization, The Company also develops personnel in the overall picture in taking care of health, welfare of employees, arrangement of training personnel to have the maximum efficiency and has the target to increase potential and promote aptitude of each person for the sake of maximum work efficiency. Promoting on the right and health of personnel so that they can receive basic right fully and personnel will be treated equally. There is no human right violation of personnel. As for governance, The Company conducts the business in a transparent, fair and verifiable direction with social responsibility.

”

นางสาวจิราพัทธ์ วัชรเพ็ชร์
รองกรรมการผู้จัดการ สายงานขายและการตลาด
MSJIRAPAT CHATPECH,
EXECUTIVE VICE PRESIDENT SALES &
MARKETING





เทคโนโลยีดิจิทัล ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมักจะมีเทคโนโลยีใหม่ๆ มาเสมอเช่น Metaverse, Web 3.0, AI, AR/VR ,NFT และ Quantum Computing ทั้งหมดนี้คือเทคโนโลยีที่มีสำคัญที่จะมีผลกระทบต่อการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันของเรา ซึ่งจะมีกระแสการใช้งานอย่างมากและเกิดขึ้นได้จริง บริษัทก็มีการวางแผน ศึกษา และเริ่มหาแนวทางนำเทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้มาประยุกต์ใช้งาน เพื่อให้สามารถสร้างศักยภาพในการแข่งขันในโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ และสิ่งที่สำคัญบริษัทก็ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Sustainable tech) มากขึ้น เพื่อนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับบริษัท

Nowadays, the technology is changing rapidly and there would always be a new technology such as Metaverse, Web 3.0, AI, AR/VR ,NFT and Quantum Computing. All of this is important technology that will affect the work and our daily life which there will be a great use popularity and can really happen. The Company is planning, studying and starting to apply various technology in order to build potential in the competition in the world that is changing quickly and most importantly, The Company places great importance to sustainable technology and environmentally friendly more for maximum benefit to The Company.



นายธัชกร สุวรรณคล้าย

รองผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

MR. THAJAKORN SUWANKHLAI,

VICE PRESIDENT IT



“

องค์กรของเราไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อสรรหาและคัดเลือกบุคคลากรให้ตรงตาม วัฒนธรรมองค์กรแต่เพียงด้านเดียว แต่ยังเล็งเห็นความสำคัญต่อการ พัฒนาพนักงานให้เป็นทั้ง “คนเก่ง และ คนดี” เพื่อตอบสนองนโยบาย การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ ตามหลักการกำกับกิจการที่ดี และดูแลผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรได้อย่างเป็นธรรม และมีนโยบายอย่างต่อเนื่องที่เอื้อต่อการบริหารทรัพยากรบุคคลภายใน อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ห่วงใยใส่ใจต่อคุณภาพชีวิตของพนักงาน ลูกค้า ชุมชนและสังคมโดยรวม รวมถึงมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องมาโดย ตลอดเพื่อรักษาและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมที่อาจจะได้รับผลกระทบทั้ง ทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

Our organization does not only focus on recruiting and selecting personnel to match only one aspect of the organizational culture but it sees the importance of developing employees to be “efficient and good person” to meet the policy of transparent and verifiable business according to good governance principle and to take care of the benefit of stakeholders of the organization fairly and to have continuous policy that helps management of internal human resource fairly and equally and to care life quality of employees, customers, community and the overall society and to have continuous business to maintain and rehabilitate the environment that will be affected directly and indirectly to the business operation of The Company. benefit to The Company.

”

นายพีระพงศ์ จำปีศรี

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายทุนมนุษย์

MR. PEERAPONG JUMPEESRI,

SVP HUMAN CAPITAL





คณะกรรมการของชีวาทัย บริหารงานให้ไปสู่เป้าหมายด้วยหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Governance) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบระมัดระวัง (Duty of care) ซื่อสัตย์สุจริต (Duty of Loyalty) ปฏิบัติตามกฎหมายเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องรวมถึงหลักจริยธรรม (Duty of obedience) เปิดเผยนข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วน (Duty of disclosure) เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบ โปร่งใส และยังสามารถแข่งขันเพื่อมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Economic) รักษาเงินลงทุนและเพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระยะยาว ผสมผสานกับแนวคิดการพัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืนในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) และสังคม (Social) รอบด้านอย่างเป็นธรรม ใส่ใจผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม (Environment) และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า



The board of directors of Chewathai manages the work to the target by good governance and perform the duty with care, loyalty, obedience, disclosure so that the management is efficiency, responsible, transparent and can compete for the economic value and maintain investment money and increase the value to concerned people in the long run mixing with the concept of business development for sustainability in treating stakeholders and surrounding society fairly and care for the business impact to the environment and to use the resource worthily.



นางสาวชนิสรา ยิ่งนอกร
เลขาธิการบริษัท
MS.CHANITSARA YINGNORK,
COMPANY SECRETARY

“

ดูแล ใส่ใจให้พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ได้รับการบริการและ
การปฏิบัติที่เป็นธรรมด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน
พร้อมทั้ง เจริญธุรกิจและทำสัญญานบนพื้นฐานแห่ง
ความยุติธรรม โปร่งใส สนับสนุนการทำกิจกรรมตอบแทน
สังคมเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและยั่งยืนแก่องค์กรต่อไป

To take care and to pay attention to employees,
customers, partners to receive the service and
treatment with fairness and equality and to negotiate
the business and make a contract on the foundation
of justice, transparency and promoting social
contributing activity to create credibility and
sustainability to the organization.

”

นายอนุพงษ์ จันทรสว่าง
รองผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายกฎหมาย
MR.NARUPHON JANSWANG,
VP LEGAL



“

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบัน ต้องคำนึงถึงกระบวนการก่อสร้างที่ลดภาระให้สิ่งแวดล้อม ทุกวันนี้โลกเรามีปัญหามลพิษมากมายพออยู่แล้ว เราจึงต้องร่วมมือกันเป็นส่วนหนึ่งในการลดภาระเหล่านั้น เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีให้คนรุ่นหลังเพื่อลูกหลานของเรา

Development of real estate nowadays must consider construction process that reduces burden to the environment. Nowadays, our world already has many problems of pollution so we must join hands to be part in reducing those burden for good environment to younger generation and for our children.

”

นายสมพล ลัมทรัพย์เจริญ

รองผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายก่อสร้าง

MR.SOMPOL LIMSAPJAROEN,

VICE PRESIDENT CONSTRUCTION



“

จุดมุ่งหมายบริษัทในปี 2566 เราจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งบ้าน และคอนโดมิเนียม โดยคำนึงถึงและเน้นความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้วัสดุ ก่อสร้าง สรรค์สร้าง นำไปใช้ได้จริงกับโครงการ ส่งเสริมตามแนวทางภาครัฐและสังคม แนวคิดของเราเริ่มตั้งแต่ การซื้อที่ดินและหากมีต้นไม้และธรรมชาติเดิม จะออกแบบให้กลมกลืนและรักษาสภาพเดิมได้อย่างลงตัว หากลูกค้าได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสและเยี่ยมชมโครงการของเรา จะรับรู้ได้ถึงบรรยากาศโครงการที่ได้รับรู้ถึงความรู้สึกในรายละเอียดเล็กๆเหล่านั้น ดูอบอุ่น.. เราตั้งใจจะส่งมอบความประทับใจให้ทุกท่านได้เป็นครอบครัวของชีวิตเพราะเรามองว่า ลูกค้า คือ คนในครอบครัว ที่ต้องดูแลใส่ใจถึงเป็นปณิธานของเรา และบริษัทจะส่งมอบสินค้าทุกประเภทให้เป็น zero defect ในอนาคตอันใกล้

The goal of The Company in 2023, we will develop both houses and condominiums by considering and focusing environmental friendliness and to use construction material that can really be use with the project and promote according to the public and social sector guideline. Our concept starts from buying land and if there are original trees or nature, we will design so that they will blend in with the original condition properly. If customers have an opportunity to touch and feel our project, they will sense the project atmosphere that gives the feeling of small details and feel welcomed. We are determined to give impression to everyone who has become a family of Chewathai because we think that customers are people in the family that we must take care. This is our mission, and The Company will hand over every kind of product as zero defect in the near future.

”

นายยุทธนา บุญสิทธิวรารณ

รองกรรมการผู้จัดการ

สายงานปฏิบัติการก่อสร้าง

MR. YUDHANA

BOONSITIVARAPORN,

EXECUTIVE VICE PRESIDENT

OPERATION





ทางทีมงานมุ่งมั่นและไม่หยุดที่จะพัฒนากระบวนการทำงาน การควบคุมตรวจสอบ และ การพัฒนาบุคลากร ในทีมให้พร้อมที่พัฒนางองค์กรไปสู่เป้าหมายได้ และตระหนักถึงความสำคัญของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรอบข้างอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน

Our work team is determined and will not stop developing the work process, inspection control and team personnel development in order to develop the organization to the target and realize the significance of concerned people all around efficiently and effectively in a sustainable way.



นางสาวสุภารัตน์ งามทรัพย์ทวีคุณ

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

ฝ่ายกฎหมายและกำกับกิจการ

**MS.SUPARAT NGAMSUPTAWEEKOON,
SENIOR VICE PRESIDENT LEGAL &
COMPLIANCE**



“

การจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน (Sustainable Procurement) โดยการสนับสนุนคู่ค้าที่ทำการค้าอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่เลือกปฏิบัติต่อคู่ค้า มีการสื่อสารกับคู่ค้าทุกรายให้ปฏิบัติ ตามจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนจัดซื้อจัดจ้าง ด้วยความ โปร่งใส และเป็นธรรม

Sustainable Procurement by supporting partners who conduct the business in a friendly way with the environment and does not discriminate partners and communication to every partner to perform according to the business operation ethics and to procure with transparency and fairness.

”

นางสาวอรทัย อารยะญาณ
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ
MS.ORATAI ARAYAYAN,
SENIOR VICE PRESIDENT PURCHASING



“

เทรนด์ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน และการใช้ชีวิตประจำวัน เริ่มมีการปรับเปลี่ยนให้มีความสะดวกสบายมากขึ้นกับตัวลูกค้าเอง ทางบริษัทได้พัฒนาโครงการแนวสูงและโครงการแนวราบ โดยนำระบบ Home Automation ต่างๆ เพิ่มเข้ามาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และยังสามารถแข่งขันกับตลาดได้ในอนาคตทางบริษัทได้วางแนวทางในการออกแบบโครงการเพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อนและช่วยประหยัดพลังงาน ทั้งในพื้นที่ส่วนกลางและในพื้นที่พักอาศัย โดยมองถึงสิ่งที่ลูกค้าสามารถใช้งานได้จริง ในส่วนของการพัฒนาต่างๆ นี้เรายังคงคำนึงถึงต้นทุนที่เหมาะสมของ Product Segment เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์สูงสุด

The living place trend nowadays and daily lifestyle starts to change for more convenience to the customers. The Company develops high-rise and low-rise projects by using the various Home Automation to meet the need of customers and can still compete with the market. In the future, the company places the guideline in designing the project to reduce global warming and help save energy in both the common area and resident area by considering things that customers can really use. As for the various development, we still consider the suitable cost of the Product Segment so that customers can receive the maximum benefit.

”

นายสุพจน์ วรรณะบุรณ์
รองผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
ฝ่ายควบคุมต้นทุน
MR.SUPOT WANTANABOON,
VICE PRESIDENT COST CONTROL





การเลือกที่ดินพัฒนาโครงการทั้งแนวสูงและแนวราบ ด้วยการคัดเลือกทำเลที่มีการขยายตัวของชุมชนสูง เป็นทำเลในอนาคตที่มีศักยภาพการเติบโตที่ดีทั้งในเมืองและปริมณฑล โดยเราวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าจากข้อมูลการตลาด ซึ่งเราพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการและมีความเหมาะสมกับพื้นที่โดยที่เชื่อว่าท้ายจะสร้างสินค้าที่มีความแตกต่าง และจุดขายที่มีความคุ้มค่าเหนือกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน มีการเพิ่มการลงทุนในสินค้าด้านนวัตกรรมและ การลดโลกร้อนเพื่อการอยู่อาศัยที่ยั่งยืนในการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันและอนาคต

Choosing of land to develop the high-rise and low-rise project by selecting the location with high level of community expansion. It is a location in the future that has potential for growth in the city and adjacent areas. We analyze the need of customers from the marketing data which we develop goods to meet the need and suitable with the area. Chewathai will create goods with difference and selling point that is more worthy than competitors in the same market by increasing investment in the innovation goods and to reduce global warming for sustainable residence in developing real estate at the present and in the future.



นายอุดมพร จันทรศรีบุต

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์

MR.AUDOMPORN CHANSRIBUTH,

SENIOR VICE PRESIDENT BUSINESS

DEVELOPMENT & PRODUCT

DEVELOPMENT





กิจกรรมและงานบริการหลังการขายนั้นมีประโยชน์สำหรับ developer อย่างมากมาย เพราะหลายๆ developer อาจจะเน้นไปที่งาน service (งานซ่อม) และมองว่างานบริการคือการให้บริการงานซ่อม ซึ่งจริงๆแล้ว งานบริการยังมีส่วนงานอื่นๆ ที่สำคัญไม่แพ้งาน service เช่นกัน ด้วยเหตุนี้ บริษัทชีวาไทย โดยทีม Chewa Care จึงมีกิจกรรมพิเศษสำหรับลูกค้า ชีวาไทย ด้วยการจัดกิจกรรม CMS (Chewa Maintenances service) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จะช่วยดูแลและตรวจเช็ค บ้านและคอนโด ของลูกบ้าน ก่อนที่วัสดุและอุปกรณ์ภายในบ้านจะเสื่อมคุณภาพและเกิดปัญหา เช่น มีการใช้ระบบสายน้ำดี, ใช้ระบบแอร์, และ ใช้ระบบไฟฟ้าให้ลูกบ้าน เป็นต้น โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ซึ่งทางบริษัทชีวาไทย มองว่า การบริการนี้ เป็นสิ่งที่ควรจะต้องทำ เพื่อให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ในการบริการที่ดีขึ้นกว่าเดิม

Aftersales activity and service is very beneficial to the developer because many developers might focus on service work (repair work) and see that service work is repair work but in reality, service work still has other important parts. By this reason, Chewathai by Chewa Care has special activity for customers of Chewathai by arranging CMS activity (Chewa Maintenances service) which is an activity that will help take care and check houses and condominium of residents before materials and equipment inside the house will deteriorate and there will be a problem such as checking the cold water pipe system, checking air-conditioning system, and checking electricity system to residents etc without extra charge. Chewathai sees that this service is a must so that customers will have experience in better service.



นายเจ็ดพงศ์ มีผดุง

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

ฝ่ายชีวาแคร์และ

ความสัมพันธ์ลูกค้า

MR.JERDPONG MEEPHADUNG,

SENIOR VICE PRESIDENT

CHEWA CARE &

CUSTOMER RELATIONS



“

เรามุ่งมั่นที่จะพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการอยู่อาศัยอย่างยั่งยืน ให้ลูกค้าอยู่ในสังคมที่ดี การจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และผลิตภัณฑ์ที่เราคิดสรรและพัฒนาอย่างคุ้มค่าและตั้งใจ ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ดูแลลูกค้าให้เสมือนหุ้นส่วนชีวิต ไม่เอาเปรียบสังคมเหมือนกระจกที่สะท้อนภาพการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท ให้ความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง

We're determined to develop real estate with social and environment responsibility for sustainable living so that customers live in a good society, appropriate environment management and product that we choose and develop in a worthy and determined way under good governance and to take care of customers like life partner and do not take advantage of the society like a mirror that reflect business operation of the company and to be outstanding above competitors.

”

นางสาวปวีณา ฉายศรี
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
ฝ่าย CHEWA RENUE
MS.PAVEENA CHAISRI,
SENIOR VICE PRESIDENT
CHEWA RENUE





ผมย้ำอยู่เสมอว่าลูกค้าคือคนสำคัญที่สุด และลูกค้าของ ชิวทายทุกคนเปรียบเสมือนคนในครอบครัว แม้ว่าในปีนี้ สถานการณ์โควิด-19 จะดีขึ้นแล้ว ทำให้เราสามารถจัด กิจกรรมเพื่อลูกค้าได้เต็มที่มากขึ้น แต่เราก็ไม่ประมาท ที่จะดูแลเรื่องระยะห่าง และความปลอดภัยของลูกค้าเป็นหลัก และเรายังคงหาสิทธิพิเศษ และกิจกรรมต่างๆ ให้มากขึ้นเพื่อ ตอบสนองไลฟ์สไตล์ และความต้องการของลูกค้า รวมไปถึง การบริการหลังการขายที่ดี เพื่อให้ลูกค้าที่อยู่อาศัยใน โครงการของชิวทาย รู้สึกอุ่นใจ และคิดไม่ผิดที่เลือกโครงการ ของเรา

I always emphasize that customers are the most important people and every customer of Chewathai is like a family member. Even though, in this year, the Covid-19 situation has improved, it enables us to arrange activities for residents more but we're not negligent to take care of the distance and safety of residents and we still find special privilege and various activities more to respond to the lifestyle and the need of residents and good aftersales service so that residents living in the project of Chewathai feels warm and they are not wrong to choose our project.



นายภูเบศร์ สำราญเริงจิต

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

ฝ่ายบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

MR. POOBEST SAMRANRENGJIT

SENIOR VICE PRESIDENT CUSTOMER

RELATIONSHIP MANAGEMENT



“

บริษัทมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจและการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพตามพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างสมเหตุสมผล โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดความผันผวนและความไม่แน่นอนในช่วงเวลาปัจจุบัน ซึ่งการพัฒนาโครงการของบริษัทเน้นการสร้างสังคมที่ดี สิ่งแวดล้อมที่ดี รวมถึงการให้ความสำคัญในการส่งมอบบ้านที่มีคุณภาพ และการบริการที่ดีให้กับลูกค้าในโครงการของบริษัท ทั้งนี้ในการบริหารและดำเนินนโยบายด้านการเงิน ได้กำหนดโครงสร้างทางการบริหารกระแสเงินสดให้มีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม ประกอบกับการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ และการรายงานทางบัญชีและการเงินต่อสาธารณชน อยู่ภายใต้กรอบของความถูกต้อง โปร่งใส และเป็นไปตามมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มผู้ถือหุ้น นักลงทุน และประชาชนทั่วไป ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มของบริษัท

The company are determined to conduct the business and management efficiently according to the bond in taking care of every group of stakeholders in a reasonable way by focusing on sustainable development and growth of the organization and to be consistent with the situation with fluctuation and uncertainty at the current time. The project development of the company focuses on building good society and environment and placing importance to handing over houses with quality and good management to customers in the project of the company. In the management and operation on finance, it specifies the cash flow management structure to have maximum efficiency by suitable financial cost and various data disclosure and accounting and finance report to the public under the framework of correction, transparency and follows various concerned standard to create confidence to every group of shareholders, investors and the general public of the company.

”

นายนิศร นิตสารโรภาส

รองกรรมการผู้จัดการ สายงานการเงินและบัญชี

MR. THANISORN NITISAROPAS

**EXECUTIVE VICE PRESIDENT FINANCE
AND ACCOUNTING**





โครงการพัฒนาชุมชนกลุ่มโรงเรียนบ้านป่าเลา



(Disclosure 102-12)



บริษัท ซีวาทัย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibilities) โดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งชุมชนและโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกลเพื่อมอบโอกาสให้แก่เยาวชนและชุมชนที่ขาดความเท่าเทียม จากการพิจารณาร่วมกับองค์ประกอบที่สำคัญหลายประเด็น พบว่าการแก้ไขปัญหาให้ตรงจุดจะช่วยสร้างให้เกิดการขับเคลื่อนชุมชนและสังคมไปพร้อมกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ บริษัทจึงสำรวจพื้นที่สูง ห่างไกล ทุรกันดาร ขาดความเท่าเทียมทางการศึกษา และทำการคัดเลือกโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ “ซีวาทัย พัฒนาสังคม เพื่อชุมชนที่ยั่งยืน” เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนที่ขาดโอกาสได้เติบโตและมีอนาคตที่ดี เยาวชนเป็นอนาคตของชาติการสร้างโอกาสให้เยาวชนถือเป็นการสร้างอนาคตของชาติทางหนึ่ง

ตั้งแต่ปี 2560 บริษัทได้จัดตั้งโครงการพัฒนาชุมชนระยะยาวให้กับกลุ่มโรงเรียนบ้านป่าเลา ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน และโรงเรียนสาขาจำนวน 3 แห่ง คือ (1) สาขาผาด่าน (2) สาขาแม่สะแงะ (3) สาขาปางฝาง ซึ่งเป็นโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มชาติพันธุ์ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร โรงเรียนสาขาอยู่ในพื้นที่สูง มีสภาพภูมิประเทศที่ยากลำบากในการเดินทาง บริษัทมอบโอกาสทางการศึกษาให้กับกลุ่มโรงเรียนบ้านป่าเลา เพื่อให้เยาวชนได้มีโอกาส มีความเป็นอยู่ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พร้อมทั้งส่งต่อโอกาสไปยังคนในชุมชนเพื่อสร้างให้เกิดความรู้สึกสำนึกรักบ้านเกิด ร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนาชุมชน บำรุงรักษาทรัพยากรในพื้นที่ และศิลปวัฒนธรรมของชนเผ่าให้คงอยู่คู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพเยาวชน จึงได้ร่วมกันทำข้อตกลงในด้านต่างๆ ที่จะสนับสนุนกลุ่มโรงเรียนบ้านป่าเลา ดังนี้

1. กิจกรรมในด้านการพัฒนาการศึกษาที่มีคุณภาพครอบคลุมในทุกระดับตั้งแต่ระดับปฐมวัย ประถมศึกษา มัธยมศึกษาอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง เพื่อพัฒนาศักยภาพของเยาวชนให้มีทักษะ ความรู้ และความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า ยกระดับคุณภาพการศึกษา ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม รวมถึงให้การสนับสนุนในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมส่งเสริมการเพิ่มทักษะอาชีพในการสร้างรายได้ให้โรงเรียนและนักเรียนเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน
2. กิจกรรมในการสนับสนุนบุคลากรทางการศึกษา เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนครูและบุคลากรในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน รวมถึงปัญหาการเดินทางไปสอนที่โรงเรียนสาขาที่มีระยะทางห่างไกลและมีภูมิประเทศที่ยากลำบากในการเดินทาง โดยเฉพาะช่วงฤดูฝนหรือช่วงมรสุมจะประสบกับถนนขาดเป็นระยะ ดินสไลด์ น้ำป่าหลาก ต้นไม้โค่นขวางถนน ก้อนหินหล่นร่วงทับเส้นทาง เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก
3. กิจกรรมในด้านกรีฑาและการออกกำลังกาย เพื่อสร้างประโยชน์ในด้านต่างๆ คือ (1) ทางด้านร่างกาย ร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง อดทน มีบุคลิกภาพที่ดี (2) ทางด้านจิตใจ จะทำให้จิตใจร่าเริง แจ่มใส เบิกบาน การออกกำลังกายเป็นทีม จะช่วยให้ความเครียดมีเหตุมีผล ยุติธรรม (3) ทางด้านอารมณ์ จะทำให้มีอารมณ์เยือกเย็น ไม่หุนหันพลันแล่น และช่วยลดความเครียด (4) ทางด้านสติปัญญา การออกกำลังกายสม่ำเสมอทำให้ความคิดอ่านปลอดโปร่ง มีความคิดสร้างสรรค์ (5) ทางด้านสังคม สามารถปรับตัวเข้ากับทีมได้เพราะการออกกำลังกายร่วมกันเป็นทีมจะทำให้เกิดการเรียนรู้ พฤติกรรม สร้างความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข โดยเฉพาะการแข่งขันกีฬาระหว่างโรงเรียนในระดับจังหวัดและระดับภาค เช่น วอลเลย์บอล ตะกร้อ เปตอง เป็นต้น ซึ่งจะช่วยสร้างให้เกิดความสามัคคี และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

4. กิจกรรมในด้านการอ่านและการเรียนรู้ในห้องสมุด เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความคิดและประสบการณ์ รู้ทันต่อเหตุการณ์ บ้านเมือง กระแสสังคม และสามารถนำประสบการณ์ที่ได้จากการอ่านไปใช้ในชีวิตประจำวัน
5. กิจกรรมในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การอนุรักษ์การเล่นดนตรีพื้นบ้าน การอนุรักษ์และพัฒนาคุณภาพฝีมือการทอผ้าพื้นเมืองปกากะญอ เพื่อร่วมสืบสานวัฒนธรรมพื้นถิ่นให้คงอยู่และนำไปสู่ความรักและหวงแหนในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในท้องถิ่นของตนเอง ตลอดจนการสร้างรายได้ สร้างอาชีพจากภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. กิจกรรมในการก่อสร้าง บำรุงรักษาสถานศึกษาและศูนย์การเรียนรู้ เพื่อมอบโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้ให้กับชุมชนในพื้นที่ห่างไกล ทุกกันดาร

อนึ่ง โรงเรียนสาขาเป็นพื้นที่ที่ไม่มีสัญญาณโทรศัพท์การติดต่อสื่อสารเข้าถึงยาก บริษัทจึงได้ส่งมอบวิทยุสื่อสารติดตั้งที่โรงเรียนสาขาเพื่อช่วยให้การติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น พร้อมทั้งได้จัดทำระบบกรองน้ำใหม่เพื่อให้เยาวชนและคนในชุมชนสามารถบริโภคน้ำที่มีความสะอาดไม่มีสิ่งเจือปน เพราะการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในชุมชนจะใช้โรงเรียนเป็นจุดศูนย์กลางในทุกๆ ด้าน บริษัทจึงเล็งเห็นว่า ระบบการสื่อสารและระบบสาธารณสุขที่ดียิ่งจะช่วยสร้างคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนให้มีความสุขยิ่งขึ้น

จากกิจกรรมพัฒนาชุมชนดังกล่าวบริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนและชุมชนเพื่อให้มีความพร้อมในการดำรงชีวิตอยู่ด้วยการพึ่งพาตนเองซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและสามารถดำรงชีวิตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ในปี 2565 พันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทร่วมกันบริจาคงบประมาณเพื่อสนับสนุนการศึกษาของกลุ่มโรงเรียนบ้านป่าเลาให้โครงการพัฒนาชุมชนได้สามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่องแม้ในสถานการณ์วิกฤตเช่นปัจจุบัน

เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2565 ที่ผ่านมา ทีมงาน CSR นำโดยคุณบุญ ชุน เกียรติ กรรมการผู้จัดการ ได้เดินทางไปตรวจเยี่ยมโรงเรียนบ้านป่าเลาและพบว่าอาคารหอพักชาย และ อาคารเรียนสาขาที่มีความชำรุดทรุดโทรมเป็นอย่างมาก ขึ้นได้สนับสนุนเงินบริจาคเพื่อช่วยปรับปรุงสถานที่เพื่อให้มีความคงทน ปลอดภัย และสามารถสนับสนุนการศึกษาของนักเรียนทางหนึ่ง



Boon Choon Kiat, Managing Director

กิจกรรม CSR ของบริษัท ชิวทาย จำกัด (มหาชน) ที่โรงเรียนบ้านป่าเลา รวมถึง โรงเรียนสาขาทั้ง 3 แห่ง เป็นกิจกรรม CSR ที่ทำต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2560 สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพเด็กๆ ในชุมชนเพื่อสร้างให้เกิดการเข้าถึงศึกษาที่มีคุณภาพ เพิ่มทักษะอาชีพการจ้างงาน ส่งเสริมการพัฒนาอย่างความยั่งยืน โดยการมอบโอกาสทางการศึกษาให้กับเด็กที่ด้อยโอกาส ในชุมชนทุกกันดารห่างไกลความเจริญ อีกทั้งเพิ่มจำนวนบุคลากรทางการศึกษาให้มีศักยภาพเพียงพอในการปฏิบัติงานและการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยเป็นการสร้างความร่วมมือกันระหว่างบริษัทและพันธมิตรในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม

การทำ CSR ของบริษัทไม่ใช่เพียงการมอบทุนการศึกษาเพียงอย่างเดียว แต่บริษัทยังสนับสนุนในการสร้างอาคารเรียนเพื่อให้เด็กๆ มีสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ปลอดภัยควบคู่ไปกับการสนับสนุนอุปกรณ์การศึกษาที่เหมาะสมกับการจัดกิจกรรมการเรียน

รวมถึงการส่งเสริมด้านการออกกำลังกาย เพื่อให้เด็กๆ ได้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์ สร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย และมีสุขภาพใจที่ดี มีอารมณ์ที่ดี อีกทั้งยังได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ซึ่งจะช่วยป้องกันปัญหาสุขภาพจิตที่อาจเกิดขึ้นในชุมชนได้ทางหนึ่ง

สโลแกนของบริษัทชิวทาย คือ Build a life คือ การสร้างชีวิต ซึ่งบริษัทไม่ได้ต้องการสร้างเพียงอาคาร บ้าน หรือ คอนโดเพื่อการขายเท่านั้น เรายังต้องการสร้างชีวิตให้กับเด็กๆ ผู้ด้อยโอกาส โดยการแบ่งปันทั้งเงินทุน และ ความรัก เพื่อช่วยลดปัญหาทางสังคม สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ให้เด็กๆ สามารถดำรงชีวิตและพึ่งพาตนเองได้อย่างมีศักดิ์ศรีต่อไป



Mr. Wanas Wongmas,
Chairman of the Corporate
Social Responsibility Committee

CSR กลายเป็นหนึ่งกลยุทธ์ในการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน ที่ไม่ใช่แค่เพียงการสร้างผลกำไรแต่ยังต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อส่วนรวมทั้งชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยกระแสของการทำเพื่อสังคมนั้นก็ได้กลายเป็นสิ่งที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญและสนับสนุนองค์กรที่ทำประโยชน์ให้กับสังคมในทุกๆ มิติ การทำกิจกรรมเพื่อสังคมนั้นจะช่วยสร้างให้เกิดความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ สร้างภาพลักษณ์ และการสนับสนุนในการทำสิ่งต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม

ในฐานะประธานคณะกรรมการ CSR ของบริษัท ชีวาทัย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินกิจกรรม CSR ที่เริ่มดำเนินการมาแล้วอย่างต่อเนื่อง และพร้อมที่จะริเริ่มกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อที่จะพัฒนาและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นในสังคมต่อไป



Chanitsara Yingnork,
Vice Chairman of the Corporate
Social Responsibility Committee

การอนุรักษ์งานทอผ้าพื้นเมืองของนักเรียนโรงเรียนบ้านป่าเลา บริษัทได้สนับสนุนให้มีครูผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญในงานผ้าทอพื้นเมือง สร้างให้เกิดการพัฒนาฝีมืองานทอผ้าแก่เด็กนักเรียน คิดค้นผลิตภัณฑ์แบบใหม่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่น มีความสวยงาม และมีคุณภาพในระดับที่สามารถสร้างรายได้ให้ตนเองและโรงเรียนได้

อีกทั้ง บริษัทยังสนับสนุนในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์งานผ้าทอจากโรงเรียนเพื่อใช้ในกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท เป็นการสร้างรายได้ เพิ่มช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์ สร้างการรับรู้ให้กับสังคม เพื่อต่อยอดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

Poobest Samranrengjit,
Vice Chairman of the Corporate
Social Responsibility Committee

ชีวาทัย มองว่าการสนับสนุนไม่ควรให้เป็นเพียงการบริจาคสิ่งของต่างๆ เพียงครั้งเดียว แต่ต้องสนับสนุนให้คนที่ได้รับมีคุณภาพในทุกๆ ด้าน ซึ่งด้านกีฬา และสุขภาพ ของเด็กๆ ที่นี้ก็สำคัญไม่แพ้กัน

เราได้ให้การสนับสนุน ครูผู้ฝึกสอนด้านกีฬา สนับสนุนการปรับปรุงสนามกีฬา รวมถึงงบประมาณการแข่งขัน เพื่อที่จะให้ เด็กนักเรียนมีพัฒนาการครบทุกด้าน และเราอาจจะเจอ คนที่มีพรสวรรค์ทางด้านกีฬา แนะนำมาพัฒนาต่อได้ เช่นในปีที่ผ่านมา ทีมตะกร้อของโรงเรียนบ้านป่าเลา ก็ได้แชมป์ระดับจังหวัด และได้ถึงรองแชมป์ของภาคเหนือ ซึ่งถ้าไม่มีครูผู้สอนที่ถูกต้อง หรือผู้สนับสนุนในการส่งทีมไปแข่งขัน เด็กกลุ่มนี้ก็จะขาดโอกาสไป





เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2565 ของบริษัท ซีวาทัย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดทำเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทให้กับผู้มีส่วนได้เสีย หรือประชาชนทั่วไปที่ให้ความสนใจ อ้างอิงข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2565 โดยข้อมูลได้เผยแพร่บนเว็บไซต์ของบริษัท และจัดส่งพร้อมหนังสือเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2566 ให้แก่ผู้ถือหุ้นในรูปแบบ QR Code ทั้งนี้ บริษัทมีความตั้งใจที่จะพัฒนาคุณภาพการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด เป้าหมาย พัฒนาการ และผลการดำเนินงานด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและการกำกับดูแลกิจการที่ดีแก่ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบอย่างต่อเนื่องต่อไป

การสอบถามข้อมูล

บริษัท ซีวาทัย จำกัด (มหาชน) เลขที่ 1168/80 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 27 ยูนิทดี ถนนพระรามสี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120

นางสาวชนิสรา ยั่งยืนนอก เลขาธิการบริษัท

โทรศัพท์ : 02 679 8870-4 ต่อ 163

อีเมล : companysecretary@chewathai.com

คณะทำงานความรับผิดชอบต่อสังคม

อีเมล : ChewathaiCSR@chewathai.com

GRI Standards Content Index มาตรฐานการรายงาน

GRI Standards		Page number	SDGs
GRI 102: General Disclosures Organizational profile			
102-1	Name of the organization	9-20	
102-2	Activities, brands, products, and services	8, 9-20, 34	
102-3	Location of headquarters	8	
102-4	Location of operations	9	
102-5	Ownership and legal form	8	
102-6	Markets served	9, 26	
102-7	Scale of the organization	31 - 32	
102-8	Information on employees and other workers	8, 31 - 32	8
102-9	Supply chain	22	
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	6	
102-12	External initiatives	39, 47	
102-13	Membership of associations	28	

GRI Standards	Page number	SDGs
Strategy		
102-14	Statement from senior decision-maker	5, 6, 48-71, 74
102-15	Key impacts, risks, and opportunities	19
Ethics and integrity		
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	23 16
102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	From 56-1 One Report 2021
Governance		
102-18	Governance structure	21
102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	21
102-22	Composition of the highest governance body and its committees	4, 6, 21
102-23	Chair of the highest governance body	21
102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy	4, 6, 21
102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	23
102-30	Effectiveness of risk management processes	
102-35	Remuneration policies	From 56-1 One Report 2021
102-36	Process for determining remuneration	
Stakeholder engagement		
102-40	List of stakeholder groups	29
102-42	Identifying and selecting stakeholders	29
102-43	Approach to stakeholder engagement	24-25
102-44	Key topics and concerns raised	24-25
Reporting practice		
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	From 56-1 One Report 2021
102-47	List of material topics	30
102-49	Changes in reporting	26
102-50	Reporting period	26
102-51	Date of most recent report	26
102-52	Reporting cycle	26
102-53	Contact point for questions regarding the report	8, 38
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	75
102-55	GRI content index	75

GRI Standards		Page number	SDGs
GRI 201: Economic Performance			
201-1	Direct economic value generated and distributed	26	8
GRI 203: Indirect Economic Impacts			
203-1	Infrastructure investments and services supported	34-37	8
GRI 205: Anti-corruption			
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	From 56-1	
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	One Report 2021	
GRI 306 : Effluents and Waste			
306-2	Waste by type and disposal method	39-44	13,15
GRI 401: Employment 32U1			
401-1	New employee hires and employee turnover	32	
401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	From 56-1 One Report 2021	
GRI 403: Occupational Health and Safety			
403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	32	
GRI 404: Training and Education			
404-1	Average hours of training per year per employee	32	
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	45-47	



บริษัท ซีวาทัย จำกัด (มหาชน)


1168/80 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 27 ยูนิต D
ถ.พระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์: 02 679-8870-4 โทรสาร : 02 679-8875

www.chewathai.com

Call Center 1260

 CHEWATHAIPLC

 chewathaiplc

 @chewathai

 @chewathaiplc

