

คำนิยาม

บริษัทฯ / องค์กร	หมายถึง	บริษัท แอสเซท ไฟว์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
บริษัทย่อย	หมายถึง	นิติบุคคลที่บริษัท มีอำนาจควบคุมกิจการ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ดังนี้ (ก) การถือหุ้นเกินกว่าร้อยละห้าสิบของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของนิติบุคคลนั้น ไม่ว่าจะโดยทางตรง หรือทางอ้อม (ข) การมีอำนาจควบคุมคะแนนเสียงส่วนใหญ่ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นของนิติบุคคลนั้น ไม่ว่าจะโดยทางตรง หรือทางอ้อมหรือไม่ว่าเพราะเหตุใด (ค) การมีอำนาจควบคุมการแต่งตั้ง หรือ ถอดถอนกรรมการ ตั้งแต่กึ่งหนึ่งของกรรมการทั้งหมดในนิติบุคคลนั้น ไม่ว่าจะโดยทางตรง หรือทางอ้อม (ง) ใ้รวมถึงบริษัทที่อยู่ภายใต้อำนาจควบคุมกิจการของนิติบุคคลตาม (ก)-(ค) ต่อไป เป็นทอดๆ ด้วย
กลุ่มแอสเซท ไฟว์ / กลุ่มบริษัท	หมายถึง	1. บริษัท แอสเซท ไฟว์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และ 2. บริษัทย่อยของบริษัท แอสเซท ไฟว์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
กรรมการบริษัท	หมายถึง	กรรมการบริษัท แอสเซท ไฟว์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ผู้บริหาร	หมายถึง	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารสายแรกนับต่อจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารลงมา ผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งเทียบเท่ากับผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหาร รายที่สี่ทุกรายและหมายความรวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชี หรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า
กรรมการบริษัท	หมายถึง	กรรมการบริษัท แอสเซท ไฟว์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ลูกค้า	หมายถึง	บุคคลหรือนิติบุคคลที่ซื้อ เข้า หรือแสดงความสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท รวมถึงผู้ที่คาดว่าจะ是客户ในอนาคตและผู้อยู่อาศัยในโครงการ
ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	หมายถึง	ความมุ่งมั่นของบริษัทในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง โปร่งใส ให้บริการอย่างเป็นธรรม และส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจในระยะยาว
ข้อมูลส่วนบุคคล	หมายถึง	ข้อมูลใดๆ ที่สามารถระบุตัวบุคคลได้โดยตรงหรือโดยอ้อม ตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)
ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว	หมายถึง	ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีลักษณะเฉพาะและต้องได้รับการคุ้มครองเป็นพิเศษ เช่น ข้อมูลสุขภาพ ข้อมูลชีวมิติ หรือข้อมูลอื่นตามที่กฎหมายกำหนด

เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล	หมายถึง	บุคคลธรรมดาที่ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเกี่ยวข้อง
ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล	หมายถึง	บริษัทซึ่งมีอำนาจตัดสินใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และวิธีการในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล	หมายถึง	บุคคลหรือนิติบุคคลที่ดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามคำสั่งของบริษัท
การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล	หมายถึง	การดำเนินการใดๆ กับข้อมูลส่วนบุคคล เช่น การเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผย จัดเก็บ หรือ ทำลายข้อมูล
ความยินยอม	หมายถึง	การแสดงเจตนาโดยชัดแจ้งของเจ้าของข้อมูลในการอนุญาตให้บริษัทดำเนินการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล	หมายถึง	การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจากการเข้าถึง ใช้ หรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับอนุญาต พร้อมทั้งเคารพสิทธิของเจ้าของข้อมูล
ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล	หมายถึง	มาตรการด้านเทคนิคและการบริหารจัดการเพื่อป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลจากการสูญหาย การเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือการถูกแก้ไข
เหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล	หมายถึง	เหตุการณ์ที่ทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลสูญหาย ถูกเข้าถึง เปิดเผย หรือเปลี่ยนแปลงโดยไม่ได้รับอนุญาต
ระยะเวลาการเก็บรักษาข้อมูล	หมายถึง	ระยะเวลาที่บริษัทเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลตามความจำเป็นทางธุรกิจและข้อกำหนดทางกฎหมาย
ข้อร้องเรียนของลูกค้า	หมายถึง	การแสดงความไม่พึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ บริการ หรือการดำเนินงานของบริษัท
ความพึงพอใจของลูกค้า	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทเมื่อเทียบกับความคาดหวัง

วัตถุประสงค์

บริษัท แอสเซท โฟว กะปี้ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric Approach) ควบคู่กับการเคารพสิทธิส่วนบุคคล ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า อันนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวอย่างยั่งยืนและมีคุณค่า

กลุ่มบริษัทจึงกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการดูแลลูกค้าและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA) กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกฎหมายฉบับแก้ไขเพิ่มเติมในอนาคต ตลอดจนยึดมั่นในนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทประกาศใช้ในปัจจุบัน

พร้อมกันนี้ กลุ่มบริษัทยังยึดมั่นในมาตรฐานสากล เช่น FTSE Russell ESG โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ผลานการเติบโตทางธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยมีการเปิดเผยรายละเอียดการเชื่อมโยง (ESG Mapping) ไว้ในแบบ 56-1 One Report เว็บไซต์บริษัทฯ และรายงานด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ

แนวทางปฏิบัติ

กลุ่มบริษัทกำหนดแนวปฏิบัติด้านการดูแลลูกค้าและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมาย รวมถึงมาตรฐานสากล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence)

ให้บริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว เป็นธรรม และเป็นมืออาชีพ โดยมุ่งเน้นความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม (Customer Insight) เพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวอย่างยั่งยืน

2. การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy and Protection)

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

- เก็บรวบรวมข้อมูลเท่าที่จำเป็น (Data Minimization) เพื่อวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและชอบด้วยกฎหมาย
- แจ้งวัตถุประสงค์อย่างโปร่งใสก่อนการเก็บข้อมูล
- ใช้ระบบหรือช่องทางที่มีมาตรฐานความปลอดภัย เช่น CRM หรือแพลตฟอร์มดิจิทัล

2.2 การใช้และการเปิดเผยข้อมูล (Use & Disclosure)

- ใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้เท่านั้น
- ไม่เปิดเผยข้อมูลโดยไม่ได้รับความยินยอม เว้นแต่เป็นไปตามกฎหมาย

- กำหนดข้อตกลงด้านการคุ้มครองข้อมูลกับคู่ค้า (Data Processing Agreement)

2.3 สิทธิของเจ้าของข้อมูล (Data Subject Rights)

ลูกค้าสามารถ:

- เข้าถึงและขอสำเนาข้อมูล
- แก้ไขข้อมูลให้ถูกต้อง
- ลบหรือระงับการใช้ข้อมูล
- ถอนความยินยอมได้ทุกเมื่อ

โดยบริษัทจัดให้มีช่องทางรองรับอย่างชัดเจน ได้แก่:

- Customer Service (โทรศัพท์ และ Line contact)
- Website
- E-mail

2.4 การเก็บรักษาและระยะเวลา (Retention & Storage)

- กำหนดระยะเวลาการเก็บข้อมูลตามกฎหมายและความจำเป็นทางธุรกิจ
- ลบหรือทำลายข้อมูลอย่างปลอดภัยเมื่อพ้นระยะเวลา
- ใช้มาตรการด้านความปลอดภัย เช่น Access Control และ Encryption

3. ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล (Data Security)

- กำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล (Role-based Access)
- ใช้การเข้ารหัสข้อมูล (Encryption)
- มีระบบสำรองข้อมูล (Backup)
- ทดสอบระบบความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ
- จัดอบรมพนักงานด้าน Data Privacy และ Cybersecurity

4. การบริหารจัดการเหตุการณ์ข้อมูล (Data Breach Management)

- จัดทำแผนรับมือเหตุการณ์ (Incident Response Plan)
- แจ้งหน่วยงานกำกับและเจ้าของข้อมูลตามกฎหมาย
- วิเคราะห์สาเหตุและป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ

5. การดูแลลูกค้าและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Customer Responsibility)

- ให้ข้อมูลโครงการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และไม่ทำให้เข้าใจผิด
- จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะ
- กำหนดระยะเวลาในการตอบข้อร้องเรียน (SLA)
- วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา (Root Cause Analysis) และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- นำความคิดเห็นลูกค้า (Customer Feedback) ไปพัฒนาสินค้าและบริการ

6. การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM)

- สื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- สำรวจความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Survey)
- พัฒนาประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience)
- เสนอสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมเพื่อสร้างความภักดีในระยะยาว

7. การคุ้มครองสิทธิและความเท่าเทียม (Customer Rights and Equitable Treatment)

- ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ
- เคารพสิทธิของลูกค้าในการรับรู้ข้อมูลและตัดสินใจ
- ออกแบบบริการให้เข้าถึงได้สำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม (Accessibility & Inclusivity)

8. การใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับบริการ (Digital Customer Experience)

- นำเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการ
- เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัยของข้อมูล
- พัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับประสบการณ์ลูกค้า

9. หลักการปฏิบัติที่สำคัญ (Core Principles)

- ความเท่าเทียม (Equitable Treatment)
- การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Communication)
- ความรับผิดชอบ (Accountability)
- ความโปร่งใส (Transparency)
- การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)

10. การกำกับดูแล (Governance)

- แต่งตั้งผู้รับผิดชอบด้านข้อมูลส่วนบุคคล (DPO หรือผู้ประสานงาน)
- รายงานความเสี่ยงและประเด็นสำคัญต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง
- ทบทวนนโยบายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

11. การพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าอัจฉริยะ (Smart Living and Sustainable Living Experience)

กลุ่มบริษัทมุ่งพัฒนา “Smart Living and Sustainable Living Experience” โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ความสะดวกสบาย และความปลอดภัยของลูกค้าอย่างครบวงจร โดยมีแนวทางดังนี้:

- พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Application หรือ CRM เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก
- ใช้ระบบ Smart Security และเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในโครงการ
- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- นำข้อมูล (Data Analytics) มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

การสื่อสารและการอบรม (Communication and Training)

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญต่อการเผยแพร่และสร้างความเข้าใจในนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคล (Customer Responsibility and Data Privacy Policy and Practices) แก่คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ เพื่อให้บุคลากรทุกคนตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบของตนในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทได้ดำเนินการสื่อสารและอบรมอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางที่หลากหลาย ดังนี้

- **การปฐมนิเทศพนักงานใหม่ (Orientation Program)** จัดให้มีการอบรมพนักงานใหม่โดยบรรจุเนื้อหา นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคล ไว้ในหลักสูตร เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกด้านความยั่งยืน การอนุรักษ์ทรัพยากร และความรับผิดชอบต่อสังคมตั้งแต่เริ่มเข้าทำงาน
- **การอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Training & Development)** จัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบการพบปะโดยตรง (On-site Training) และระบบออนไลน์ (E-Learning) เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) รวมถึงการนำไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม
- **การสื่อสารภายในองค์กร (Internal Communication)** เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้บุคลากรทุกระดับสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึงและปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ระบบอินทราเน็ต อีเมลภายใน เอกสารประชาสัมพันธ์ และบอร์ดประกาศ

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังเผยแพร่ นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคล ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อสร้าง ความโปร่งใส ความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในระยะยาวผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัท รายงานประจำปี การประชุมผู้ถือหุ้นและกิจกรรมเพื่อสังคมที่จัดโดยองค์กร

ในกรณีที่บุคลากรมีข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบาย หรือแนวทางการดำเนินงานด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคล สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก ผู้บังคับบัญชาโดยตรง คณะทำงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ หน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ

การติดตามและประเมินผล

กลุ่มบริษัทมีกลไกในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายและบรรลุดัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีแนวทางดังนี้

1. คณะทำงานการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการพัฒนาที่ยั่งยืน มีหน้าที่รวบรวมข้อมูลและผลการดำเนินงานด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในองค์กร วิเคราะห์ความก้าวหน้า ความเสี่ยง และผลกระทบที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งจัดทำรายงานเสนอคณะกรรมการบริหารอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาและกำหนดแนวทางพัฒนาเพิ่มเติม

2. คณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่กำกับดูแลและให้ความเห็นชอบผลการดำเนินงานด้านการดูแลลูกค้าและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงติดตามความคืบหน้าและประสิทธิผลของการดำเนินงาน เช่น การบริหารข้อร้องเรียนของลูกค้า การคุ้มครองสิทธิของเจ้าของข้อมูล และการป้องกันเหตุละเมิดข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนขององค์กร

3. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส กลุ่มบริษัทจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานด้านการดูแลลูกค้าและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ผ่านรายงานประจำปี เว็บไซต์ของบริษัท และรายงานความยั่งยืน เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และรับทราบถึงความก้าวหน้าในการดำเนินงานขององค์กร

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทจะดำเนินการทบทวนกลไกการติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้กระบวนการดังกล่าวมีความเหมาะสม ทันสมัย และสอดคล้องกับแนวโน้มและมาตรฐานสากลด้านความยั่งยืน

ตัวชี้วัด

- จำนวนข้อร้องเรียนลูกค้า < 10 เรื่อง / เดือน
- อัตราการปิดเรื่อง > 95%
- ระยะเวลาเฉลี่ยในการตอบข้อร้องเรียน < 1 วัน
- จำนวนเหตุการณ์ Data Breach = 0

- ความพึงพอใจของลูกค้า (CSAT / NPS) > 90%
- โครงการที่มีระบบ Smart Security / Digital Platform รองรับลูกค้า > 60%

การทบทวนนโยบาย

กลุ่มบริษัทจะทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคล (Customer Responsibility and Data Privacy Policy and Practices) ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่มีผลต่อธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการดูแลลูกค้าและข้อมูลส่วนบุคคล (Customer Responsibility and Data Privacy Policy and Practices) นี้ ได้จะทำขึ้นใหม่ในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2569 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2569 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2569

.....
(รองศาสตราจารย์มานพ พงศทัต)

ประธานกรรมการ

บริษัท แอสเซท ไฟร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

Appendix: ESG Mapping to FTSE Russell Criteria

มิติ ESG	หัวข้อ FTSE	เกณฑ์การประเมิน	แนวปฏิบัติของ A5	หลักฐาน / การเปิดเผยข้อมูล
สิ่งแวดล้อม (E)	นวัตกรรม	การอยู่อาศัยอย่างยั่งยืน	ใช้เทคโนโลยีบริหารพลังงาน และทรัพยากร	รายงาน ESG / โครงการ
สังคม (S)	ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	คุณภาพสินค้าและบริการ	ควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการตรวจสอบก่อนส่งมอบ	รายงานตรวจสอบคุณภาพ (QC Report)
		ความพึงพอใจของลูกค้า	สำรวจความพึงพอใจ (CSAT / NPS) และใช้ระบบ CRM	ผลสำรวจ / ระบบ CRM
		การจัดการข้อร้องเรียน	มีช่องทางร้องเรียน กำหนด SLA และวิเคราะห์สาเหตุ	บันทึกข้อร้องเรียน / รายงานบริการ
		การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค	ให้ข้อมูลโปร่งใส ไม่บิดเบือน เคารพสิทธิของลูกค้า	นโยบาย / สื่อการขาย
		การเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียม	ออกแบบบริการให้เข้าถึงได้ทุกกลุ่ม	ช่องทางบริการ / การออกแบบ
		ประสบการณ์ลูกค้า	พัฒนา Customer Experience และกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์	ระบบ CRM / กิจกรรมลูกค้า
	นวัตกรรม	Smart Living and Sustainable Living	พัฒนา Smart Living Experience และระบบ Smart Security	คุณสมบัติโครงการ / แพลตฟอร์ม
ธรรมาภิบาล (G)	การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	นโยบายคุ้มครองข้อมูล	มีนโยบาย PDPA ครอบคลุมทั้งองค์กร	เอกสารนโยบาย
		การเก็บและใช้ข้อมูล	เก็บข้อมูลเท่าที่จำเป็น และใช้ตามความยินยอม	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน
		สิทธิของเจ้าของข้อมูล	ลูกค้าสามารถเข้าถึง แก้ไข และลบข้อมูล	ช่องทางคำขอ
		ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล	ใช้ Encryption, Access Control และ Backup	ระบบ IT / มาตรการความปลอดภัย
		การบริหารเหตุละเมิดข้อมูล	มี Incident Response Plan และการรายงาน	ขั้นตอนภายใน
	ทรัพยากรบุคคล	การอบรมพนักงาน	อบรม Data Privacy และ Cybersecurity	บันทึกการอบรม
	การบริหารความเสี่ยง	การกำกับดูแล	รายงานต่อคณะกรรมการบริษัท	รายงานการประชุม
	การเปิดเผยข้อมูล	ความโปร่งใส	เปิดเผยข้อมูลผ่าน One Report / Website	รายงานสาธารณะ

** ตารางนี้จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงตามโครงสร้างมิติ ESG ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance)