

2. การบริหารความเสี่ยง

2.1 นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงว่าเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้บริษัทบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและมีการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถสร้างโอกาสทาง ธุรกิจใหม่ รวมถึงสามารถจัดการกับผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ ในสถานการณ์ปัจจุบันได้ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบาย บริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรที่พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตาม และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย กรอบบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลและสนับสนุนการดำเนินงานด้านบริหารความเสี่ยงขององค์กร ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ และเป้าหมายทางธุรกิจ โดยพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ตามสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายในและภายนอกตลอดเวลา ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมทั้งในระดับภูมิภาคและทั่วโลก ทั้งนี้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะรายงานการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้ทราบถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรตามแผนที่ได้กำหนดไว้ และรับข้อคิดเห็นเพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพ ของการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ด้าน อีกทั้งเพื่อให้เกิดการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับ การดำเนินธุรกิจขององค์กร สามารถสร้างกลยุทธ์แผนงานและการดำเนินงานด้านต่างๆ ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2564 คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้ทบทวนกรอบบริหารความเสี่ยง และติดตามแผนการบริหารความเสี่ยงในทุกด้าน ที่ได้วางแผนไว้ โดยให้ทุกหน่วยงานรายงานความก้าวหน้าและผลลัพธ์หลังการจัดการความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่าทุกความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ซึ่งในปีนี้ได้มีการจัดทำแผนความเสี่ยงทั้งหมด 8 ด้านด้วยกัน คือ ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจในมุมมองของการเปลี่ยนแปลงในระดับภูมิภาคที่อาจมีผลกระทบต่อองค์กร ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการกระจายตัวของลูกค้า ความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ความเสี่ยงด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ตามสภาพแวดล้อมและสังคมในยุคปัจจุบัน ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากการดำเนินงานดังกล่าวเห็นว่าการบริหารความเสี่ยงได้มีการดำเนินไปอย่างสอดคล้องตาม ข้อกำหนด กฎหมายที่เกี่ยวข้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร

2.2 ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้พิจารณาความเสี่ยงในทุกด้านร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดมาตรการป้องกัน และลดความเสี่ยงที่จะเกิด ซึ่งมีการพิจารณาประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญๆ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ

จากสถานการณ์เศรษฐกิจโลก อาทิ เช่น วิกฤตเศรษฐกิจในภาคอสังหาริมทรัพย์และการขาดแคลนพลังงานในประเทศจีน, ราคาน้ำมันโลกที่ปรับตัวสูงขึ้น การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ที่ใช้ในการส่งออก ประเด็นเหล่านี้มีผลกระทบทางตรงและทางอ้อมกับธุรกิจของบริษัท ทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้นจากค่าวัตถุดิบและค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น, การส่งมอบสินค้าส่งออกที่อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย รวมถึงกำลังซื้อจากจีนที่อาจจะลดลง



การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในส่วน supply chain ได้มีการประเมินเรื่องการใช้วัตถุดิบล่วงหน้า โดยเป็นกลุ่มวัตถุดิบที่มีการใช้สม่ำเสมอและมีปริมาณสูงเพื่อใช้ในการเจรจาต่อรองกับผู้ขายในการลดต้นทุนค่าขนส่งร่วมกัน และในส่วนของงานส่งออกมีการทำแผนงานการส่งมอบอย่างละเอียดในทุก shipment ของแต่ละลูกค้า และจากการจัดการดังกล่าวทำให้บริษัทสามารถส่งสินค้าส่งออกได้ตามแผนและสามารถจัดการต้นทุนอยู่ในระดับที่เหมาะสม

ด้านหน่วยงานขายได้มีการติดตามยอดขายของลูกค้าที่ส่งออกไปจีนเพื่อติดตามระดับความต้องการของสินค้าในตลาด โดยตรงร่วมกับการนำเสนอสินค้าในกลุ่มกันแดดซึ่งเป็นสินค้าขายดีในประเทศจีนมากขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขาย รวมทั้งมีการผลักดันสินค้าที่ส่งออกไปยุโรปตามแผนที่ตั้งไว้ โดยใช้กลยุทธ์การตลาดในการนำเสนอสินค้าในรูปแบบรวมชุดในขนาดที่หลากหลาย เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถตอบโจทย์การตลาดที่ลูกค้าได้วางแผนไว้ในทุกกลุ่มลูกค้า และทุกช่องทาง ซึ่งส่งผลให้ยอดขายของบริษัทในช่วงไตรมาส 4 เติบโตอย่างแข็งแกร่ง

2. ความเสี่ยงด้านลูกค้าและยอดขาย

ความเสี่ยงทางด้านลูกค้าและยอดขายหมายถึงความเสี่ยงของรายได้ในการดำเนินธุรกิจและยอดขายสินค้าของบริษัทที่มีการกระจุกตัวอยู่ที่ลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นยอดขายส่วนใหญ่ของบริษัท ซึ่งหากลูกค้ากลุ่มนี้มีการเปลี่ยนแปลงในการสั่งซื้อที่น้อยลงจะส่งผลกระทบต่อรายรับของบริษัทอย่างมาก

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

ในการลดสัดส่วนการกระจุกตัวของลูกค้า บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันที่มีอยู่และการสร้างลูกค้าใหม่ที่มีการซื้อซ้ำเกิดขึ้นในปี 2564 เพื่อเพิ่มสัดส่วนของจำนวนของลูกค้าและเพิ่มยอดขายเพื่อให้เกิดการกระจายยอดขายในหลากหลายทั้งในกลุ่มลูกค้าและกลุ่มสินค้า (product categories) เช่นกลุ่มเครื่องสำอาง, skincare, toiletries, color cosmetics และจากการตั้งเป้าหมายดังกล่าว ส่งผลให้มีการเพิ่มยอดขายและเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่อย่างชัดเจน เกิดการกระจายตัวของลูกค้าและยอดขายทั้งในกลุ่มลูกค้าและกลุ่มสินค้าด้วยกัน ทำให้สัดส่วนยอดขายต่อลูกค้าปรับตัวอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามทางบริษัทยังคงตั้งเป้าหมายและ KPI (Key Performance Indicator) เป็นตัวกำกับเพื่อให้มั่นใจว่าระดับยอดขายและจำนวนลูกค้ายังคงอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดไว้

3. ความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจบริษัทจะใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการเก็บฐานข้อมูลต่างๆทั้งข้อมูลสำคัญทางธุรกิจและข้อมูลส่วนบุคคล และมีการนำระบบ Software Program มาใช้ในแต่ละหน่วยงาน รวมถึงในขณะนี้ทางบริษัทได้ปรับให้มีการทำงานจากที่บ้านได้ ดังนั้นในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้อาจเกิดความเสี่ยงด้านข้อมูลสำคัญทั้งส่วนบุคคลและส่วนธุรกิจรั่วไหลออกไปภายนอกที่อาจทำให้บริษัทเสียหาย เสียชื่อเสียง หรือมีค่าใช้จ่ายที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นได้ นอกเหนือจากนี้ยังมีภัยคุกคามจากไซเบอร์ (Hacker, Virus Software) ที่อาจสร้างความเสียหายในส่วน Software, Hardware หรือ digital ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจหยุดชะงักจนไม่สามารถดำเนินการได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งการเกิดภัยคุกคามจากทางไซเบอร์นี้มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและขาดความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ



การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

การรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นการป้องกันระบบคอมพิวเตอร์จากการโจรกรรมที่ทำให้เกิดความเสียหายในระบบ Hardware, Software และ Digital ขององค์กร บริษัทได้ติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัสให้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องและพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามนโยบายการใช้ระบบคอมพิวเตอร์อย่างเคร่งครัดเช่น Update ฐานข้อมูลไวรัสอย่างน้อยอาทิตย์ละครั้ง, การสแกนหาไวรัสก่อนเปิดไฟล์จากแฟลชไดรฟ์ที่นำมาจากที่อื่น รวมถึงการใช้ซอฟต์แวร์ที่ปลอดภัย และตั้งอัปเดตเวอร์ชันอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อให้ระบบฐานข้อมูลของบริษัทสามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องและต่อเนื่อง ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

4. ความเสี่ยงด้านการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA),

เนื่องจากกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) จะมีผลบังคับใช้ในเดือนมิถุนายน ปี 2565 ในการบริหารความเสี่ยงของบริษัทเรื่อง PDPA ทางบริษัทได้จัดอบรมพนักงานเรื่องพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 ในระดับหัวหน้างานขึ้นไป เพื่อให้ตระหนักรู้และเข้าใจถึงข้อบังคับของกฎหมายที่ออกมาคุ้มครองสิทธิและข้อมูลส่วนบุคคล ในการป้องกันข้อมูลรั่วไหล และบริษัทได้มีการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบโดยตรง ทำหน้าที่กำกับดูแลควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล โดยกำหนดเป็นนโยบายความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลภายในองค์กร นอกจากนี้ บริษัทยังได้วางแผนกำหนดขอบเขตการเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคล, การใช้ข้อมูล, การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล, การจำกัดการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล, รวมถึงการบันทึกกิจกรรมการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล สิ่งเหล่านี้บริษัทได้กำหนดเป็นนโยบายให้ทุกหน่วยงานจะต้องปฏิบัติตามเพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติ PDPA ภายในมิถุนายน 2565 นี้

5. ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล

จากแผนการจัดกำลังคนในปี 2564 ทางบริษัทพบว่า มีพนักงานที่ใกล้เกษียณอายุในอีก 5 ปีข้างหน้า ในกลุ่มผู้บริหารระดับสูง ระดับกลางและตำแหน่งงานที่สำคัญหลัก (Key Position) ซึ่งหากพนักงานในกลุ่มนี้ได้เกษียณอายุตามวาระจะมีผลกระทบต่อให้บริษัทขาดแคลนกำลังคนที่มีศักยภาพในองค์กรทันที ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการขับเคลื่อนองค์กรเป็นไปอย่างล่าช้า หรือไม่สามารรถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคความปกติใหม่ (New Normal) ได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้ทำการตรวจสอบตำแหน่งงานต่างๆเพื่อพิจารณาตำแหน่งงานที่เป็น Key Position ซึ่งประกอบไปด้วยตำแหน่งงานที่เป็น Core Position, Push Achievement, Critical Position, Specialize Leadership และที่สำคัญคือตำแหน่งพนักงานที่จะเกษียณในระยะเวลา 3-5 ปี (Retired executive) เพื่อวางแผนการเตรียมบุคคลากรในการทดแทนและรองรับการเติบโตขององค์กรในปัจจุบันและในอนาคต ทั้งนี้บริษัทได้จ้างที่ปรึกษาโครงการในการดำเนินการตั้งแต่จัดให้มีการอบรมหลักสูตร “การจัดทำระบบบริหารแผนสืบทอดตำแหน่งงาน” (Succession Plan Management System) แก่ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้อง การวางระบบได้แก่ 1.การกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลากร ซึ่งพิจารณาจากอายุงาน/ ประสบการณ์ ความเหมาะสม ผลการปฏิบัติงานและขีดความสามารถ (Competency) 2.การกำหนด Training Roadmap เพื่อใช้ในการพัฒนา 3.การทดลองรักษาการณ์ในตำแหน่ง และ 4.การแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ โดยเป็นแผนระยะยาว 1 ปี เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2564 เป็นต้นมา และจะจบโครงการในเดือนพฤษภาคม ของปี 2565 ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับความรู้ ความสามารถของพนักงานให้เหมาะสมกับเป้าหมายของบริษัทต่อไป

6. ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่จากการแพร่ระบาดของ COVID-19

จากสถานการณ์ COVID-19 ที่แพร่ระบาดตั้งแต่ปี 2563 จนถึงช่วงต้นปี 2564 พบว่าการแพร่ระบาดกระจายเป็นวงกว้าง และเกิดสถานที่เสี่ยงหรือคลัสเตอร์ในหลายแห่งในประเทศไทย บริษัทที่มีความตระหนักเป็นอย่างมากต่อผลกระทบทางธุรกิจจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 และจำเป็นต้องเตรียมพร้อมเพื่อให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ทันทั่วถึง รวมถึงต้องมีการคาดการณ์และการประเมินความเสี่ยงผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงานจากสถานการณ์ระบาดของ COVID-19 อย่างใกล้ชิด



การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทได้จัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Contingency Plan) ตลอดสาย Supply Chain เพื่อติดตามงานทั้งทางด้านการส่งมอบ ให้มีการส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลา. ด้านบัญชีการเงิน การดูแลบัญชีรายรับรวมถึงการประเมินอัตราแลกเปลี่ยนในทุกสกุลเงินที่มีการซื้อขาย ด้านลูกค้า การบริหารลูกค้าและยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

นอกจากนี้บริษัทยังได้กำหนดมาตรการ D-M-H-T-T (Distancing, Ware Mask, Hand Washing, Testing, Thai Chana) ทั้งออฟฟิศในกรุงเทพฯ ศรีราชาและปิ่นทอง. โดยจัดให้มีการปฏิบัติงานในรูปแบบ (Work from Home) สำหรับหน่วยงานที่สามารถทำงานที่บ้านได้เพื่อลดความเสี่ยงกรณีเมื่อเกิดการแพร่ระบาด, การจัดสรรทรัพยากรในระบบงานสื่อสารที่สำคัญเพื่อช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง, การกำหนดมาตรการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย ในการดูแลรักษาความสะอาดของพื้นที่ส่วนกลาง, การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันเชื้อโรค, น้ำยาฆ่าเชื้อตามจุดต่างๆ รวมถึงการกำหนดมาตรการสำหรับการเดินทางเป็นพื้นที่เสี่ยง และการจัดให้มีการตรวจคัดกรองเชิงรุกด้วยการตรวจ ATK ตามแผนกำหนดการและครอบคลุมทุกหน่วยงาน

ในส่วนมาตรการจัดการเมื่อได้รับแจ้งการติดเชื้อของบุคคลากร จะให้มีการแจ้งหัวหน้างาน และรายงานต่อผู้อำนวยการ แผนภาวะฉุกเฉินและดำเนินการตามวิธีปฏิบัติต่อไป. มีแนวทางการกักตัวบุคคลากรกลุ่มเสี่ยง ทางบริษัทกำหนดให้กักตัวที่บ้านเป็นเวลาอย่างน้อย 14 วัน และมีการตรวจวัดอุณหภูมิ และติดตามอาการอย่างใกล้ชิดทุกวันจนครบกำหนด รวมถึงจัดระเบียบปฏิบัติและกระบวนการรองรับการให้บริการต่อบุคคลภายนอก เช่น ลูกค้า, Supplier ผู้รับเหมา หรือหน่วยงานราชการที่จำเป็นต้องเข้ามาติดต่อ

ทั้งหมดนี้ทำให้บริษัทมีการตอบสนองและบริหารจัดการองค์การภายใต้สถานการณ์ COVID-19 ได้อย่างครอบคลุมรอบด้าน ซึ่งรวมถึงการเตรียมพร้อมการดำเนินธุรกิจภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาด ทำให้บริษัทสามารถดำเนินการได้ตามปกติ โดยไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทแต่อย่างใด

7. ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Risk)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) หรือการเกิดภาวะโลกร้อนได้มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติโดยตรง ทั้งในพื้นที่เกษตร, การอุตสาหกรรม รวมถึงการดำเนินชีวิตของประชากรโลกในทุกพื้นที่ที่จะต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติในทุกๆด้าน ดังนั้นการลดโลกร้อนจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องช่วยกัน ทั้งนี้บริษัทฯได้ดำเนินธุรกิจในการผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งใช้วัตถุดิบที่ทำจากธรรมชาติหลากหลายชนิด และหลากหลายแหล่งที่จำเป็นต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ เช่นน้ำ, อากาศที่เหมาะสม, และพื้นที่ในการเพาะปลูก ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรงอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานทางด้านวัตถุดิบได้

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทฯได้ตระหนักถึงความเสี่ยงและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจมีผลต่อการส่งมอบวัตถุดิบหลักที่ผลิตจากธรรมชาติ จึงได้กำหนดให้หน่วยงาน Business Analysis ติดตามปัจจัยสำคัญทางด้านสิ่งแวดล้อม และสังคม ที่อาจมีผลต่อการส่งมอบ โดยจัดทำเป็นรายงานประจำเดือนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ อีกทั้งบริษัทยังได้จัดทำโครงการ Green Initiative ขึ้น โดยกำหนดเป้าหมายเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า ที่เริ่มจากกระบวนการวิจัยพัฒนาและการออกแบบ, การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ, การผลิตและการส่งมอบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งโครงการนี้จะร่วมกันทำทุกหน่วยงานในองค์กร



8. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Risk)

มลพิษทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ มลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ ขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูลต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงาน ยังกระทบถึงผู้พักอาศัยในชุมชนโดยรอบ รวมทั้งมีผลต่อสภาพแวดล้อมรอบโรงงาน จึงเป็นความรับผิดชอบของบริษัทที่ต้องประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและกำหนดแนวทางในการลดผลกระทบที่เกิดขึ้น

การบริหารความเสี่ยงของบริษัท

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ โดยการคัดเลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือวัตถุดิบธรรมชาติมาใช้ในกระบวนการออกแบบและพัฒนาสินค้า รวมถึงการจัดการในกระบวนการผลิตและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การออกแบบกระบวนการผลิตที่ลดการใช้พลังงานทั้งพลังงานไฟฟ้า พลังงานความร้อน การใช้น้ำในกระบวนการผลิตอย่างคุ้มค่า ปรับปรุงกระบวนการเพื่อลดการใช้น้ำและนำน้ำหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น ส่วนปลายน้ำนั้น บริษัทได้มีการจัดการกับของเสียที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทั้งหมดในโรงงาน ให้สามารถนำมา Reuse หรือ Recycle ได้ เพื่อลดการเกิดขยะที่ต้องนำไปฝังกลบ

บริษัทได้นำระบบมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001:2015 มาปฏิบัติ กำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานร่วมมือกัน เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า

การสร้างวัฒนธรรมด้านการประเมินความเสี่ยง

ในการบริหารความเสี่ยง ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จำเป็นจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกคนในบริษัท โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดของการบริหารความเสี่ยง คือ เริ่มจากการให้คนในองค์กรทุกคนเข้าใจในหลักการและวิธีการของการประเมินความเสี่ยง สามารถนำไปปรับใช้ในงานของตนได้ การสร้างวัฒนธรรมด้านการประเมินความเสี่ยง (Risk Awareness Culture) มิได้เกิดขึ้นในเวลาอันสั้น บริษัทจึงวางแนวทางด้วยการสร้างเป็นมาตรฐานที่เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการทำงานประจำ เช่น

- ผู้บริหารระดับสูงและทุกระดับในองค์กรที่นำมาใช้ในการวางแผน การดำเนินการด้านธุรกิจ
- ทุกหน่วยมีการประเมินความเสี่ยงในกระบวนการทำงานหลักตามข้อกำหนดของ ISO9001:2015
- การนำเข้ามาเป็นเครื่องมือหลัก (Tools) ในขั้นตอนการออกแบบ การใช้งานเพื่อประเมินด้านต่างๆ และการกำหนดกระบวนการทำงานที่เหมาะสมของสินค้าใหม่ ก่อนส่งเข้าสู่กระบวนการผลิตในโรงงาน
- นำมาใช้ในการควบคุมกระบวนการผลิต (HACCP) และใช้การประเมินสถานการณ์ในการผลิตต่างๆ

