

SJI รายงานการพัฒนา อย่างยั่งยืนประจำปี **2566**

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)



นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม

เอส แอนด์ เจฯ มุ่งหวังให้บริษัทเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงานตามหลักบรรษัทภิบาลดำเนินกิจกรรมทางสังคมที่ปราศจากการบังคับ มีส่วนร่วมต่อสังคม นอกเหนือจากการแสวงหากำไรเน้นความอยู่รอดของธุรกิจ ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มาจากกระบวนการทุกส่วนภายในองค์กร

ปรัชญาองค์กร



ค่านิยมองค์กร





สารบัญ

	หน้า
นโยบาย ปรัชญาองค์กร	
สารจากกรรมการผู้จัดการ	A-B
รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ	1-2
รู้จักเอสแอนด์เจฯ	3-5
นโยบายความยั่งยืนประจำปี	6-9
เกี่ยวกับรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน	10
การดำเนินงานกับผู้มีส่วนได้เสีย	11-13
เอส แอนด์ เจฯ กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน	14-17
คนดี	18-47
สินค้าดี	48-112
สังคมดี	113-124
ดัชนีข้อมูลตามกรอบการรายงาน GRI	125-128

สาร จากกรรมการผู้จัดการ

เราเชื่อมั่นว่า การดำเนินธุรกิจที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นหนึ่งเดียวกับแผนกลยุทธ์ของบริษัท จะสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2567 นี้ บริษัทฯ จะคิดค้นนวัตกรรมและหาวิธีการทำงานใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนตลอดไป

วิสิทธิ์ วัฒนชัย
นายธีระศักดิ์ วิภัติเศรษฐ์
กรรมการผู้จัดการ

ปี 2566 ที่ผ่านมา โลกเผชิญกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆมากมาย โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ ที่ก่อให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ทวีความรุนแรง ซึ่งมีสาเหตุมาจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่อง จนเกิด **สภาวะโลกร้อน** และกลายเป็น **สภาวะโลกเดือด** ทั้งนี้ผลกระทบที่เกิดขึ้นส่งผลอย่างรุนแรงต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

การที่บริษัทเอส แอนด์ เจฯ มีนโยบายการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องภายใต้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (United Nations Sustainability Development Goals : SDGs และสามารถทำให้นโยบายเหล่านั้นกระจายลงสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจน สามารถจับต้องได้ เป็นการแสดงถึงพลังแห่งความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้โลกใบนี้ดีขึ้น ดังนั้นบริษัทเอส แอนด์ เจฯ จึงมีเป้าหมายในการมีส่วนร่วมเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่มุ่งสู่การเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2040 และปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2050

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนปี 2566

ด้านเศรษฐกิจ : บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในด้านการเติบโตของยอดขายและกำไรที่ต่อเนื่องมาโดยตลอดโดยเฉพาะในช่วงของวิกฤตโควิด ปัจจัยหลักเกิดจากการที่บริษัทฯ เข้าใจตลาดที่มีความผันผวนอย่างมาก ทั้งในด้านความต้องการของผู้บริโภค ลูกค้า และยังรวมไปถึงกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่างๆ ทำให้บุคลากรทุกคนในบริษัทฯ ต้องร่วมมือกัน เพื่อคิดค้นนวัตกรรมและหาวิธีการทำงานใหม่ๆ หาสินค้าใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงเหล่านั้น

นอกจากการทำให้เกิดผลงาที่ดีทางด้านเศรษฐกิจแล้ว บริษัทฯ ยังให้การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

ด้านสังคม : บริษัทฯ ส่งเสริมแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ ได้เพิ่มกระบวนการตรวจสอบ อย่างรอบด้านเพื่อสร้างความชัดเจนในการดำเนินงาน การดูแลการจ้างงานอย่างมีคุณค่า นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถทั้งในด้านการเป็นผู้นำที่ดี และเพิ่มทักษะการทำงานแก่พนักงานทุกระดับอย่างสม่ำเสมอ

ด้านสิ่งแวดล้อม : บริษัทฯ จับมือกับพันธมิตรทางธุรกิจทั้งที่เป็นลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชน เพื่อสานต่อแนวคิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย

และท้ายที่สุดนี้ บริษัทเอส แอนด์ เจฯ จะขอเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลและทำให้โลกใบนี้ให้ดีขึ้น ด้วยการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

วิรัตน์ ศรีทอง

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

ด้านความยั่งยืนและนวัตกรรมองค์กร

- 1 รางวัลหุ้นยั่งยืน
Thailand Sustainability Investment ปี 2557-2565
SET ESG Ratings ระดับ AA ปี 2566
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2 รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนดีเด่น
Outstanding Sustainability Awards ปี 2560-2561
Highly Commended Sustainability Awards ปี 2562, 2564
Commended Sustainability Excellence ปี 2565-2566
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 3 รางวัลองค์กรนวัตกรรมยอดเยี่ยม
Top Innovative Organization
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติและ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2561
- 4 รางวัล THAILAND TECHNOLOGY
EXCELLENCE AWARDS
นิตยสาร Asian Business Review ปี 2566
- 5 รางวัลผู้ประกอบการ สวก. ดีเด่น
ที่นำผลงานวิจัยด้านการเกษตร
ไปใช้ประโยชน์
สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร
(องค์การมหาชน) ปี 2566



ด้านลูกค้า



6 Magazine นิตยสารแพรว
รางวัล ICONIC BEAUTY
ปี 2562

7 Watson
รางวัล WATSONS AWARDS
ปี 2560-2566

8 ELLE BEAUTY STAR AWARDS
รางวัล Best Star Facial Skincare
ปี 2566

9 SCGP
"SCGP Circularity in Action :
Pursuit of Packaging Sustainability
Award ปี 2566

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

ด้านคุณภาพและบุคลากร



10

รางวัลยอดเยี่ยม คอวลิตี อวอร์ด ปี 2557-2562, 2566
รางวัล Best of the Best ปี 2563 และ ปี 2565
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



11

รางวัลความเป็นเลิศด้านห้องปฏิบัติการ ปี 2561
DMSc Quality Awards
กระทรวงสาธารณสุข



12

รางวัล Zero Accident Campaign ปี 2564
ระดับทอง : สำนักงานกรุงเทพ
ระดับเงิน : โรงงานปิ่นทอง
กระทรวงแรงงาน



13

รางวัลองค์กรสนับสนุนงานด้านคนพิการ
ระดับดีเด่น ปี 2560-2563
ระดับดีเยี่ยม ปี 2564-2566
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ด้านสิ่งแวดล้อม



14

รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว Green Industry
ระดับ 4 (Green Culture) : โรงงานศรีราชา ปี 2566
ระดับ 3 (Green System) : โรงงานปิ่นทอง ปี 2566
กระทรวงอุตสาหกรรม

รู้จัก เอส แอนด์ เจ



บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

- ชื่อในตลาดหุ้น : S&J
- ก่อตั้งเมื่อ : 22 เมษายน 2523
- จดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : 6 กันยายน 2531
- กุญแจจดทะเบียน: 200,000,000 บาท
- ดำเนินธุรกิจ : รับออกแบบและผลิตเครื่องสำอางที่มุ่งตอบโจทยลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยทีมงานนักวิจัยกว่า 200 คน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล



สถานที่ตั้ง

สำนักงานใหญ่และโรงงาน

(สวนอุตสาหกรรมศรีนครินทร์ศรีราชา)
600/4 ม.11 ต.สุภาพบาล 8 ต.หนองขาม
อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
ที่ตั้งโรงงานมีพื้นที่ 20,000 ตรม.
จำนวนพนักงาน 1,800 คน
กำลังการผลิต 19-25 ล้านชิ้นต่อเดือน



โรงงาน (นิคมบึงทอง)

789/159 ม.1 ต.สายหนองคือ-แหลมฉิม
ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
มีเนื้อที่ทำการผลิต 5,000 ตรม.
จำนวนพนักงาน 300 คน
กำลังการผลิต 2 ล้านชิ้นต่อเดือน

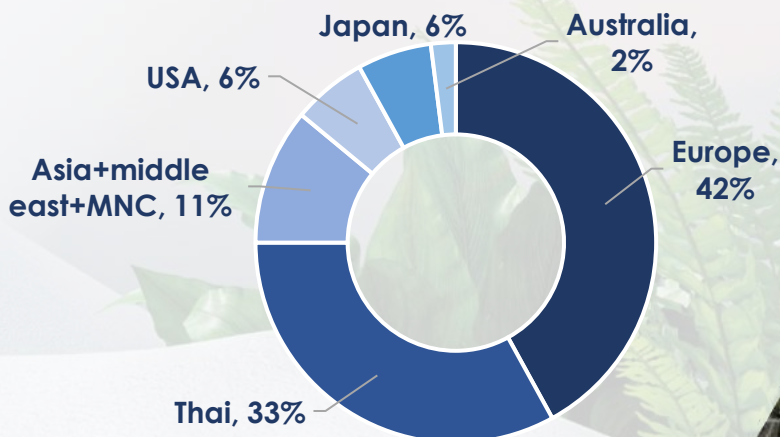


สำนักงาน

เลขที่ 2 ถนนราวีวาสรามศรีนครินทร์ (ซอย10)
แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ : 0-2676-2727
โทรสาร : 0-2676-2726



โซนการส่งออกสินค้าการตลาด





วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำอุตสาหกรรมความงามครบวงจรในประเทศไทย เอเชีย และภูมิภาคอื่นๆ ที่สร้างแรงบันดาลใจด้วยนวัตกรรมในตัวสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการโดยตรงใจลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค

พันธกิจ

- 1.ขยายฐานลูกค้าและรายได้จากตลาดผลิตภัณฑ์ความงามให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศ
- 2.ขยายศักยภาพการขยายและการตลาดทั้งในและต่างประเทศโดยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงธุรกิจและบริการได้ง่ายรวดเร็ว
- 3.ออกแบบ วิจัย ค้นหา พัฒนานวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ Mixed base และสูตรใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมความงาม
- 4.เพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการผลิตและการบริหารจัดการเทคโนโลยีที่ทันสมัยตลอด Supply Chain
- 5.ดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดีที่คำนึงถึงประโยชน์สังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ถือหุ้น และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย



คนดี

พัฒนาบุคลากรให้เป็นคนดี คนเก่ง ขององค์กร โดยไม่เลือกปฏิบัติและคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน



สินค้าดี

พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ โดยตอบโจทยความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค



สังคมดี

สร้างบรรยากาศและจิตสำนึกการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมที่ใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัว

Core Competency

Commit to Success

Customer Focus

Collaborative working

Core Value



มุ่งมั่น เป้าหมาย



ท้าทาย ความคิด



พิชิต ผลงาน



ประสานพลัง



สร้างสรรค์ คุณธรรม

การบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน

แนวทางบริหารจัดการ

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กรเพื่อให้แต่ละหน่วยงานนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและมีการถ่ายทอดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนสู่การปฏิบัติได้อย่างเชื่อมโยงสอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ขององค์กร ทั้งนี้ บริษัทได้นำเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนของสหประชาชาติ (United Nation Sustainable Development Goals) มาเป็นกรอบในการพัฒนาประสิทธิภาพ การดำเนินงานอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงสร้างความตระหนักของพนักงานในการมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน

มิติสิ่งแวดล้อม



- การบริหารจัดการพลังงาน
- การบริหารจัดการน้ำ
- การบริหารจัดการขยะและของเสีย
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

มิติสังคม



- สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรม
- การพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
- การพัฒนาสังคมชุมชนและสังคม

มิติเศรษฐกิจ



- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
- การบริหารจัดการความเสี่ยง
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- นวัตกรรมทางธุรกิจและเทคโนโลยี
- การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์
- ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

นโยบายความยั่งยืน

เอส แอนด์ เจฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้การกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดห่วงโซ่คุณค่าโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมและเป็นการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ

สังคมและ สิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงได้มีการกำหนดแนวปฏิบัติ สำหรับผู้บริหารและพนักงานเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆ ภายในองค์กร โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้



ด้านเศรษฐกิจ



ด้านสิ่งแวดล้อม



ด้านสังคม



เอส แอนด์ เจฯ

มีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง ยึดหลักการทำงานที่โปร่งใส เป็นธรรม ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานภายในองค์กร ที่สอดคล้องกับระบบคุณภาพต่างๆ ในระดับสากล รวมถึงการกำหนด แนวทางการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม

เอส แอนด์ เจฯ

พนักงาน บริษัทฯ ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ใช่แรงงานเด็กมีการทำงานอย่างปลอดภัยควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์ความรู้ อย่างเพียงพอและต่อเนื่อง

ลูกค้า พัฒนาแนวคิดและกระบวนการในการทำงานร่วมกัน ภายใต้บริบทของความยั่งยืน และกฎเกณฑ์ที่เป็นธรรม

ลูกค้า/ผู้บริโภค สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความปลอดภัยของผู้บริโภคและใส่ใจสังคมตลอดจนสิ่งแวดล้อม

ชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนให้รู้จักการพึ่งพาตนเองเพื่อสร้างบรรยากาศการอยู่ร่วมกันในสังคม

เอส แอนด์ เจฯ

ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และเกิดประโยชน์ สูงสุดตลอดสายห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำที่คำนึงถึงการอนุรักษ์พลังงาน การบริหารจัดการน้ำ/น้ำเสีย การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การจัดการของเสียและกากขยะอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ยังส่งเสริมผู้มีส่วนได้เสียที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยยะสำคัญ ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชน ร่วมกันใส่ใจและดูแลสิ่งแวดล้อม ภายใต้ นโยบาย Green Initiative

ผลการดำเนินงาน ESG ปี 2566

ประเด็นสำคัญ/ตัวชี้วัด

ผลการดำเนินงาน

	เป้าหมาย	2564	2565	2566
ยอดขายเติบโต (ล้านบาท)	-	4,906 ล้านบาท	5,960 ล้านบาท	6,804 ล้านบาท
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	-	373 ล้านบาท	504 ล้านบาท	717 ล้านบาท

มีติบรชักรภกภภภภและเศรษฐภภภ :

ด้านผู้ถือหุ้น : เป้าหมายเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม

ผลการประเมินการเป็นองค์กรที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี	100	98*	100	100
ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน โดย IOD	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม
ข้อร้องเรียนด้านทุจริตคอร์รัปชัน	เป็น 0	0	0	0
ข้อร้องเรียนจากการฝ่าฝืนจรรยาบรรณทางธุรกิจ	เป็น 0	0	0	0

ด้านลูกค้า : เป้าหมายสร้างการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

คู่ค้ารายหลักเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการคอร์รัปชัน	50 ราย	56 ราย	77 ราย	105 ราย
จำนวนคู่ค้าที่ได้รับการพัฒนาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์	7 ราย	9 ราย	10 ราย	3 ราย

ด้านลูกค้า : เป้าหมายสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

คะแนนประเมินความพึงพอใจเฉลี่ยของลูกค้าในประเทศ	> 85%	88%	90%	90.5%
คะแนนประเมินความพึงพอใจเฉลี่ยของลูกค้าต่างประเทศ	> 85%	84%	85%	84%

ด้านพนักงาน : ส่งเสริมศักยภาพและแนวคิดด้านนวัตกรรม

จำนวนข้อเสนอแนะระดับพนักงาน	600 เรื่อง/ปี	538 เรื่อง	611 เรื่อง	630 เรื่อง
จำนวน KM	300 เรื่อง/ปี	447 เรื่อง	393 เรื่อง	310 เรื่อง
จำนวนนวัตกรรมใหม่	>20 รายการ	25 รายการ	24 รายการ	25 รายการ
ยอดขายสินค้านวัตกรรม	-	489 ล้านบาท	1,580 ล้านบาท	885 ล้านบาท
จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการพัฒนาบุคลากร	10 ชม./คน/ปี	35 ชม./คน/ปี	37 ชม./คน/ปี	30 ชม./คน/ปี
คะแนนประเมิน Employee Engagement	>80%	84%	82%	83%
จำนวนข้อร้องเรียนด้านสิทธิมนุษยชน	0	0	0	0

ด้านชุมชน : การดูแลเยาวชนและผู้ด้อยโอกาสให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

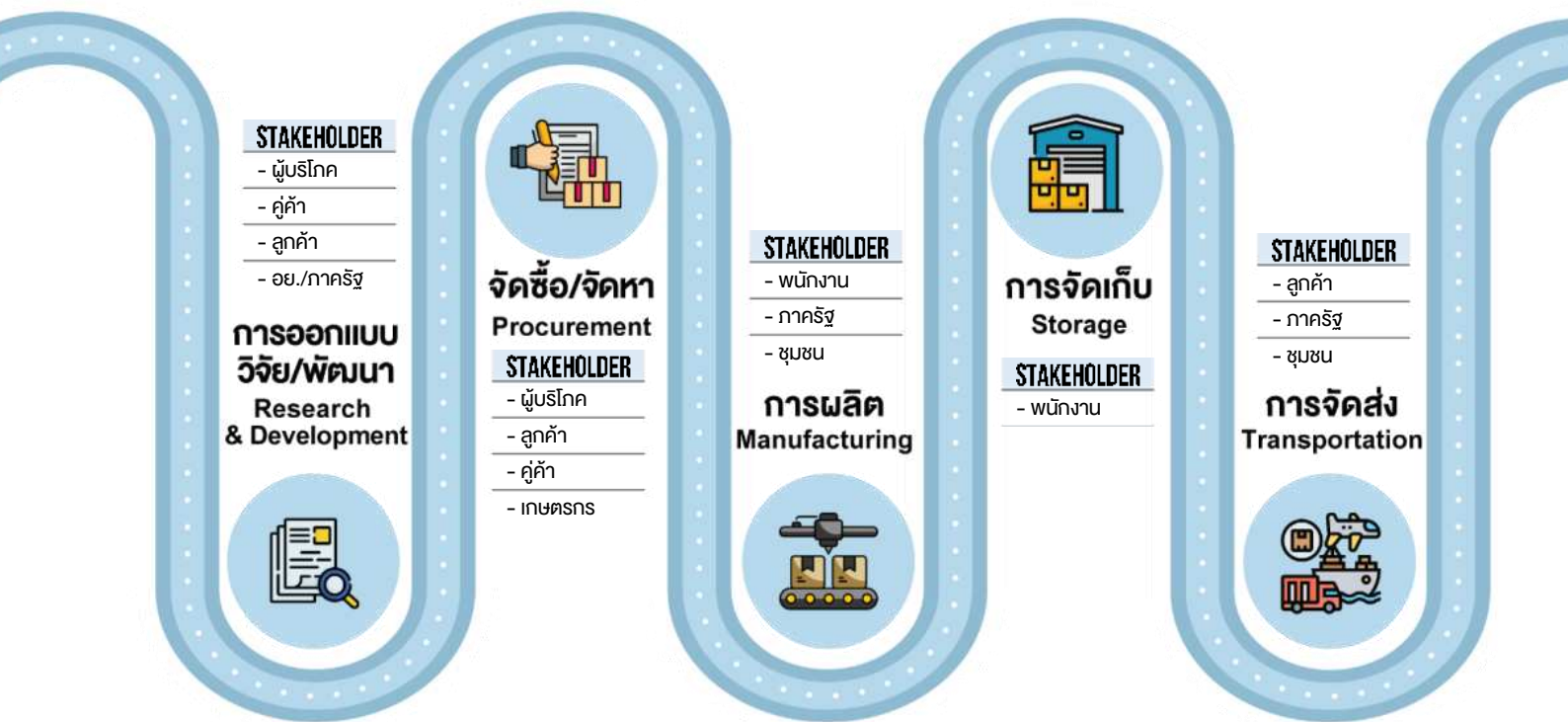
จำนวนโครงการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพชุมชน	15 โครงการ/ปี	15 โครงการ/ปี	15 โครงการ/ปี	15 โครงการ/ปี
จำนวนข้อร้องเรียนจากชุมชน	0	0	0	0

มีคัส่งแวกค้ลล้ลลล : เป้าหมาย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การบริหารจัดการพลังงาน การบริหารจัดการน้ำ การบริหารจัดการขยะ/ของเสีย

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อชิ้นผลิตภัณฑ์ (เทียบฐานปี 2563)	ลดลง 10%	8.9%	10.70%	5.36%
เพิ่มอัตราส่วนการใช้พลังงานทดแทน Solar cell ในเวลากลางวัน	100%	65%	96%	100%
ปริมาณการใช้น้ำต่อชิ้นผลิตภัณฑ์ (เทียบฐานปี 2563)	ลดลง 5%	6.25%	6.25%	-6.25%
การนำน้ำ RO กลับมาใช้ใหม่	15,500 m ³	19,093 m ³	22,071 m ³	18,000 m ³
สัดส่วนขยะอันตรายต่อขยะไม่อันตราย	< 50%	50%	45%	31%
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกต่อชิ้นผลิต (Scope1+Scope2)	ลดลง 5% เริ่มฐานปี 2566	0.00037	0.00036	3.78%

Business Value Chain



ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย



โครงสร้างผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้น	ตัวย่อ	ทุนจดทะเบียน	ร้อยละ
บริษัทย่อย			
1.บริษัท ท็อปเทร็นด์ แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด (TTM)	TTM	120 ล้านบาท*	50.00%
2.บริษัท อีเอฟ จำกัด	EF	4 ล้านบาท*	100.00%
3.บริษัทเอส แอนด์ เจ อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล (ยูค) จำกัด	S&J UK	5 ล้านบาท*	100.00%
- บริษัท กว่างโจว เอส แอนด์ เจ คอสเมติกส์ จำกัด	GZ S&J	5 ล้านบาท*	100.00%
- บริษัท ฟอร์ดบับเบิลยูดี วิชั่น (เอชเค) จำกัด	4WD HK	5 ล้านบาท*	100.00%
4.บริษัท ฟอร์ดบับเบิลยูดี วิชั่น จำกัด	4WD TH	10 ล้านบาท*	99.99%
- บริษัท ฟอร์ดบับเบิลยูดี วิชั่น ยูโรป บี.วี จำกัด	4WD NL	4 ล้านบาท*	100.00%
5.บริษัท ไวลด์ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด**	WL**	1 ล้านบาท*	99.99%
บริษัทร่วม			
7.บริษัท ยามาฮ่าซี (ประเทศไทย) จำกัด	YHT	20 ล้านบาท*	30.00%
8.บริษัท ออปอเรชั่นนอล เอ็นเนอร์ยี กรุ๊ป จำกัด	OEG	30 ล้านบาท*	30.00%
9.บริษัท โอเอส อินเทอร์เน็ตแอมบราเดอร์รี่ จำกัด	OSI	670 ล้านบาท*	37.73%
10. Atika Beauty Manufacturing Sdn, Bhd.	ATIKA	6 ล้านริงกิต*	35.00%

*ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

**บริษัทดังกล่าวได้จดทะเบียนเลิกกิจการ และปัจจุบันอยู่ระหว่างชำระบัญชี

โครงสร้างองค์กร



เกี่ยวกับรายงาน การพัฒนาอย่างยั่งยืน

บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อเนื่องเป็นปีที่ 11 เพื่อเปิดเผยผลการดำเนินงานที่ครอบคลุมใน 3 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อมและเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับรู้มาอย่างต่อเนื่อง โดยได้เริ่มเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมาตั้งแต่ปี 2558 โดยการใช้กรอบการรายงานของ Global Reporting Initiative Standards (GRI Standard) การเปิดเผยผลการดำเนินงานมีระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2566

ขอบเขตของการรายงาน

รายงานฉบับนี้ได้นำเสนอการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ครอบคลุม สำนักงานกรุงเทพฯ โรงงานสวนอุตสาหกรรมสหพัฒน์ฯ ศรีราชา และโรงงานสวนอุตสาหกรรมปิ่นทอง จ.ชลบุรี โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ดังกล่าวข้างต้นมีการเชื่อมโยงภาพการดำเนินงานที่สนับสนุนต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับสากลของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) โดยพิจารณาสาระสำคัญในการนำเสนอ ในส่วนที่เป็นข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเฉพาะโดยมุ่งเน้นการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ใช้รายงานฉบับนี้ ในส่วนของมิติสิ่งแวดล้อม ได้ผ่านการตรวจสอบและรับรองข้อมูลในการคำนวณค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ตามหลักสากลจากองค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก ในส่วนของมิติเศรษฐกิจและสังคม บริษัทมีการทบทวนความถูกต้องของข้อมูลและเนื้อหาโดยได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารตามสายงานและคณะกรรมการกลุ่มย่อยที่รับผิดชอบในหัวข้อต่างๆ อาทิ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น



สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ :

แผนกความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล

โทรศัพท์ : 0-3848-0086-69

โทรสาร : 0-3848-0139



หมายเหตุ :

ข้อมูลที่มีการเปิดเผยเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านอื่นๆ สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน “รายงานประจำปี 2566”

Website : www.snjinter.com (หัวข้อนักลงทุนสัมพันธ์)

E-mail : @snjinter.com

การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบาย

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและเคารพในสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งหมายถึง บุคคล หน่วยงานหรือองค์กรที่สามารถสร้างผลกระทบ และ/หรือ ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายและแนวปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ไว้ในจรรยาบรรณของบริษัทฯ โดยจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียตามผลกระทบและความคาดหวัง รวมถึงการตอบสนอง ต่อความคาดหวังเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

เป้าหมายสำคัญ เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

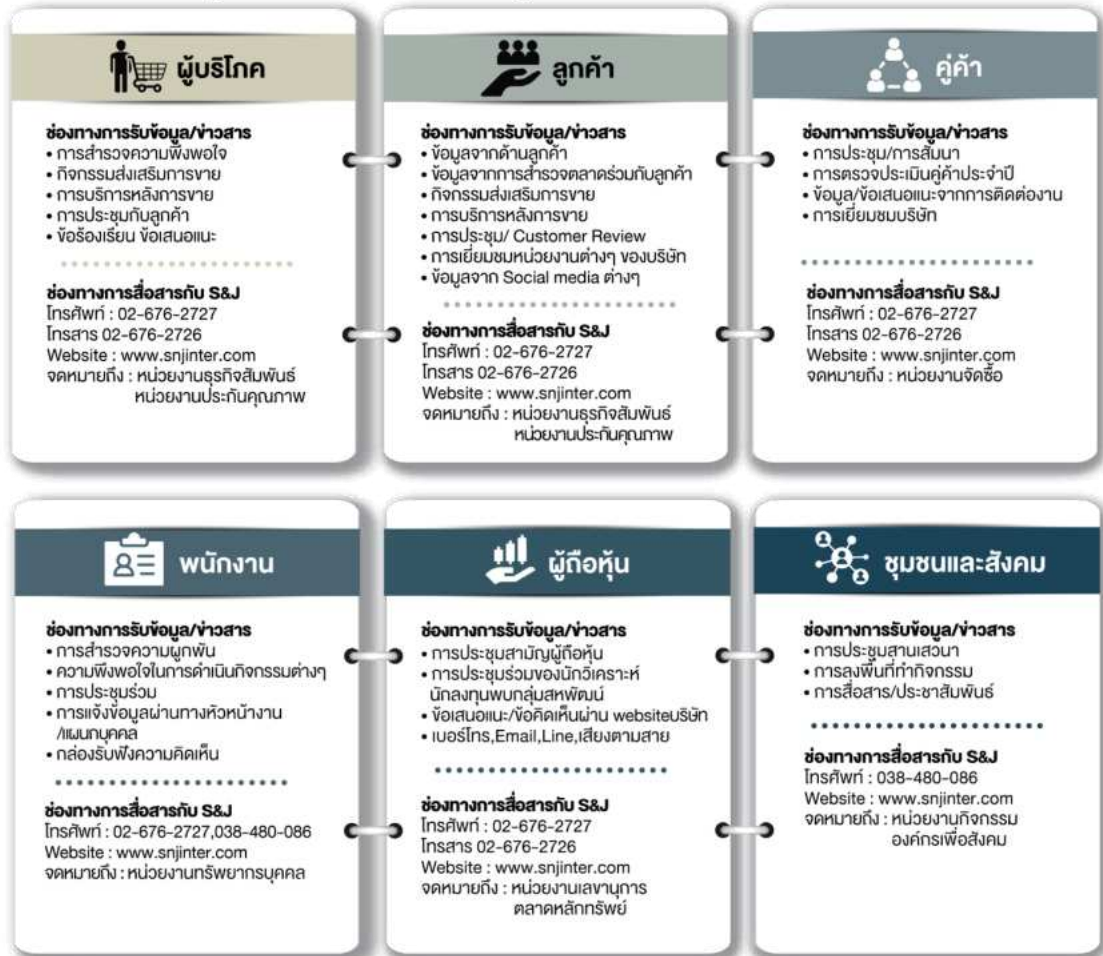
ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์และพิจารณา ประเด็นของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย และทำการคัดเลือกผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้



ช่องทางการรับข้อมูลและช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย



การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

ผลการดำเนินงานที่สำคัญปี 2566

- บริษัทฯ ได้รับรองการเป็นองค์กรต้นแบบด้านการสนับสนุนคนพิการ **ระดับดีเยี่ยม** จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
- บริษัทฯ ได้รับรางวัล อย.ควอลิตี้ อวอร์ด มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557-2566 โดยได้รับรางวัล Best of The Best ในปี 2564 และปี 2565
- บริษัทฯ ได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 3 โรงงานปิ่นทอง ระดับ 4 โรงงานศรีราชา
- บริษัทฯ ได้รับการรับรอง CFO คาร์บอนฟุตพริ้นท์
- บริษัทฯ ได้รับการรับรอง C GMP , Higg

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียและประเด็นความคาดหวัง

บริษัทฯ ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นต่อประเด็นด้านการพัฒนาความยั่งยืน ของบริษัท ที่สนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติในหัวข้อที่ 8 **ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและยั่งยืน การจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน** ผ่านการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม โดยในปี 2566 มีประเด็นความคาดหวังแนวทางการตอบสนองต่อความคาดหวังและผลที่เกิดจากการดำเนินการ สรุปได้ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ตัวชี้วัดการดำเนินงาน
 <p>ผู้บริโภค</p>	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย และถูกต้องตามกฎหมาย การให้ข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วน ชัดเจนไม่โฆษณาเกินจริง 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย การแสดงผลข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วนเข้าใจง่าย ชัดเจน และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด การกำหนดช่องทางในการรับคำร้องเรียน และข้อมูลอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> รางวัลที่รับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์. (อย.) เอกสารหน้า 2 การให้ข้อมูล/ข้อควรระวังต่างๆ ในเวลาสั้นค้ำของผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่าย เอกสารหน้า 94
 <p>ลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> นวัตกรรมใหม่ๆ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การผลิตและส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพ และตรงเวลา ความปลอดภัยของข้อมูล และความเป็นส่วนตัว ร่วมดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> คิดค้น วิจัยพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ในการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ปรับกระบวนการทำงานตลอดสาย ห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานตามพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จัดทำโครงการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> นวัตกรรมใหม่ๆ ที่สร้างยอดขาย เอกสารหน้า 66 ความพึงพอใจของลูกค้า เอกสารหน้า 85 แนวทางปฏิบัติในการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า การทวนสอบและรับรองค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก เอกสารหน้า 107
 <p>คู่ค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> จริยธรรมการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ความโปร่งใสในการจัดซื้อจัดจ้าง การพัฒนาคู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อคู่ค้าทุกรายด้วยความเสมอภาค และเท่าเทียมตามที่ระบุไว้ในจรรยาบรรณทางธุรกิจ ขยายเครือข่ายแนวร่วมต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน โครงการทบทวนและอบรมจริยธรรมการดำเนินธุรกิจกับคู่ค้า โครงการพัฒนาคู่ค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ขยายผลจำนวนคู่ค้าหลักที่เข้าร่วมประกาศเจตนาแนรมัย เอกสารหน้า 79 การพัฒนาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน เอกสารหน้า 79-81 การอบรมทบทวนจริยธรรมการทำงานกับคู่ค้า เอกสารหน้า 80

การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement)

ผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวัง	การตอบสนองต่อความคาดหวัง	ตัวชี้วัดการดำเนินงาน
<p>พนักงาน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาศักยภาพเพื่อความมั่นคง และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เป็นธรรม การได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม การทำงานด้วยความปลอดภัยและมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี การส่งเสริมสุขภาพและการจัดการความเครียดอันเนื่องมาจากการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง การใช้หลักสิทธิมนุษยชนในการบริหารทรัพยากรบุคคล จัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการ จัดให้มีนโยบายและคณะทำงานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน การจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปี 	<ul style="list-style-type: none"> ชั่วโมงการพัฒนาบุคลากรในระดับต่างๆ เอกสารหน้า 23 ผลการปรับระดับ/เลื่อนขั้นกลุ่มทักษะ เอกสารหน้า 26 คะแนนประเมิน Employee Engagement เอกสารหน้า 33-34 สถิติการเกิดอุบัติเหตุ เอกสารหน้า 44-45 จำนวนพนักงานที่ได้รับการตรวจสุขภาพประจำปี เอกสารหน้า 32
<p>ผู้ถือหุ้น</p> 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมีความมั่นคงและมีผลตอบแทนที่ดี ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อส่วนกลาง พัฒนาอย่างยั่งยืนครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การกำหนดกรอบแนวทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> ผลประกอบการของบริษัท เอกสารหน้า 7 ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการ เอกสารหน้า 55 รางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่น เอกสารหน้า 1 นโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เอกสารหน้า 6 โครงการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม เอกสารหน้า 95-114
<p>ชุมชน</p> 	<ul style="list-style-type: none"> การดูแลสภาพแวดล้อมในระบบการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมและส่งเสริมชุมชนอย่างยั่งยืน การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่ชุมชนและภาครัฐจัดขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและกิจกรรมการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนในด้านต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมด้านต่างๆ เอกสารหน้า 95-114

เอสแอนด์เจจ กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน



หลักการคัดเลือกประเด็นที่สำคัญและขอบเขตผลกระทบ

บมจ.เอส แอนด์ เจจ ได้ดำเนินการทบทวนและคัดเลือกประเด็นที่มีนัยสำคัญ ทั้งในมิติ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆ และประเด็นความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ทั้งนี้ได้มีการสำรวจความคาดหวังจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ นำมาวิเคราะห์ ประเมิน กำหนดประเด็นและจัดลำดับความสำคัญประเด็นของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยประเด็นที่ได้จากการประเมินจะเป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทฯ สามารถนำไปผนวกเข้ากับการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อให้มีการบริหารจัดการอย่างครอบคลุมมากขึ้น

กระบวนการคัดเลือกประเด็นสำคัญและขอบเขตผลกระทบ มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1.

การระบุประเด็นด้านความยั่งยืน
(Identification)

คณะกรรมการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมรวบรวมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่คุณค่า มาพิจารณาทบทวนโดยคำนึงถึงผลกระทบ และโอกาสเกิดที่เกี่ยวข้อง ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม โดยมีแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้แก่ กรอบการรายงานความยั่งยืนสากล (GRI) ปัจจัยการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ (SDGs Goal) รวมถึงประเด็นสำคัญอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (อุปโภค บริโภค)

ที่มาของแหล่งข้อมูล

 <p>ข้อมูลจากลูกค้า</p>	 <p>ผลการวิจัยทางตลาด</p>	 <p>สภาพเศรษฐกิจ</p>	 <p>การประชุมสัมมนาร่วมกับลูกค้า</p>	 <p>กรอบการรายงานความยั่งยืนสากล (GRI)</p>
 <p>การประชุมร่วมกับหน่วยงานรัฐ</p>	 <p>ข้อมูล/ข่าวสารเครือข่ายพันธมิตร</p>	 <p>การแสดงความคิดเห็นจากพนักงาน</p>	 <p>ข้อมูลจากการประชุมภายใน/ภายนอก</p>	 <p>ปัจจัยการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ SDGs Goal</p>

ขั้นตอนที่ 2.

การจัดลำดับประเด็นด้านความยั่งยืน (Prioritization)

นำประเด็นที่ได้จากการคัดเลือกมาจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากการทดสอบสารัตถภาพ (Materiality Test) ใน 2 มุมมอง คือ ระดับผลกระทบและโอกาสการเกิดผลกระทบ ที่มีต่อบริษัทและต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการทบทวนร่วมกันทั้งในส่วนของคณะกรรมการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคมและผู้บริหารระดับสูง จากผลการทบทวนสามารถแบ่งผลกระทบออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย 1.ระดับต่ำ 2.ระดับกลาง 3.ระดับสูง

Materiality Matrix

ผลกระทบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ผลกระทบกับบริษัท

ผลกระทบระดับสูง

1. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
2. นวัตกรรมและเทคโนโลยี
3. การบริหารจัดการความเสี่ยง
4. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
5. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
6. การบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์
11. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
13. สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน
14. การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
17. การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ผลกระทบระดับปานกลาง

7. การกำกับดูแลกิจการที่ดี
8. การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน
9. การบริหารจัดการด้านพลังงาน
10. การบริหารจัดการน้ำ/น้ำเสีย
15. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในการทำงาน

ผลกระทบระดับต่ำ

12. การจัดการภาวะหยุดสายการผลิต/ของเสีย
16. การพัฒนาชุมชนและสังคม

ขั้นตอนที่ 3.

การตรวจสอบและนำเสนอประเด็นที่มีนัยสำคัญ

บริษัทเอส แอนด์ เจฯ พิจารณาตรวจสอบและสรุปประเด็นด้านความยั่งยืนในแต่ละมิติ ภายใต้มุมมองของทั้งบริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำเสนอประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อคณะกรรมการบริษัท และขออนุมัติในการเปิดเผยข้อมูล ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่า ประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีนัยสำคัญมีทั้งหมด 17 ประเด็น โดยแยกเป็นประเด็นในมิติเศรษฐกิจ 9 ประเด็น มิติสังคม 4 ประเด็น และมิติสิ่งแวดล้อม 4 ประเด็น ดังข้อมูลที่สรุปได้ดังนี้

สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตของผลกระทบ

มิติ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยง/โอกาส	ขอบเขตของผลกระทบ						หัวข้อในรายงาน	ความสอดคล้อง SDGs
			ผู้บริโภค	ลูกค้า	คู่ค้า	ผู้ถือหุ้น	พนักงาน	ชุมชนและสังคม		
ด้านเศรษฐกิจ (Economic)	1. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	ธุรกิจ : การบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค : คุณภาพและความปลอดภัยในการใช้สินค้า ลูกค้า : การบริหารจัดการระบบมาตรฐานคุณภาพ							สินค้าดี	12
	2. นวัตกรรมและเทคโนโลยี	ธุรกิจ : การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี ลูกค้า : การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความยั่งยืน							สินค้าดี	8,9
	3. การบริหารจัดการความเสี่ยง	ธุรกิจ : การบริหารจัดการความเสี่ยงและมาตรการป้องกัน ผู้มีส่วนได้เสีย : ผลกระทบที่ได้รับจากการดำเนินธุรกิจ							สินค้าดี	8
	4. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	ธุรกิจ : การสร้างการมีส่วนร่วมและเข้าถึงความต้องการของลูกค้า ผู้บริโภค,ลูกค้า : การตอบโต้ของลูกค้าอย่างครอบคลุม (Q,C,D)							สินค้าดี	8
	5. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	ธุรกิจ : กระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ผู้มีส่วนได้เสีย : จริยธรรม/คุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ							สินค้าดี	8
	6. การบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์	ธุรกิจ : กระบวนการรับประกันคุณภาพสินค้าและบริการ ผู้มีส่วนได้เสีย : ความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการ							สินค้าดี	8
	7. การกำกับดูแลกิจการ	ธุรกิจ : จริยธรรม / คุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ ผู้มีส่วนได้เสีย : ความโปร่งใส ความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจ							สินค้าดี	8
	8. การต่อต้านคอร์รัปชัน	ธุรกิจ : แนวทางในการปฏิบัติและมาตรการในการป้องกันการทุจริต ผู้มีส่วนได้เสีย : จ้องเรียนเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ							สินค้าดี	8

สรุปประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนและขอบเขตของผลกระทบ

มิติ	ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเสี่ยง/โอกาส	ขอบเขตของผลกระทบ						หัวข้อในรายงาน	ความสอดคล้อง SDGs
			ผู้บริโภค	ลูกค้า	คู่ค้า	ผู้ถือหุ้น	พนักงาน	ชุมชนและสังคม		
ด้านสังคม และ ด้านสิ่งแวดล้อม	9.การพัฒนาบุคลากร	ธุรกิจ : กระบวนการในการพัฒนาความรู้/ทักษะที่เพียงพอต่อการทำงาน ผู้มีส่วนได้เสีย : ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์การทำงานที่ส่งผลต่อความมั่นคง การจัดการองค์ความรู้ในองค์กร							คนดี	4
	10.ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย	ธุรกิจ : มาตรการดูแลความปลอดภัยของพนักงานและผู้รับเหมา พนักงาน : ความปลอดภัยของสถานที่ทำงาน							คนดี	3
	11.สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน	ธุรกิจ : นโยบายตลอดจนมาตรการป้องกันและเยียวยาด้านสิทธิมนุษยชน ผู้มีส่วนได้เสีย : นโยบายและการปฏิบัติตามนโยบายโดยไม่เลือกปฏิบัติ							คนดี	5,10
	12.การพัฒนาชุมชน	ธุรกิจ : โครงการในการพัฒนาชุมชนตลอดจนสิ่งแวดล้อมโดยรวม ชุมชน : นโยบายการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและดูแลชุมชนทั้งด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม							สังคมดี	16
	13.การบริหารจัดการน้ำ	ธุรกิจ : การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงาน/ชุมชน : การร่วมมือกันในการใช้น้ำมีประสิทธิภาพ							สังคมดี	6
	14.การจัดการพลังงาน	ธุรกิจ : การบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงาน/ชุมชน : การร่วมมือกันในการดูแลการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ							สังคมดี	7
	15.การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ธุรกิจ : การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกในองค์กร ผู้มีส่วนได้เสีย : นโยบายและมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก							สังคมดี	13
16.การบริหารจัดการขยะ/ของเสีย	ธุรกิจ : มาตรการการจัดการของเสีย/ขยะอันตรายในองค์กรตั้งแต่ต้นน้ำ ผู้มีส่วนได้เสีย : การจัดการขยะอันตรายและลดจำนวนขยะตั้งแต่แหล่งกำเนิด							สังคมดี	12	
17. ลดการปล่อย CO2	ธุรกิจ : การจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร ผู้มีส่วนได้เสีย : นโยบายและมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก							สังคมดี	13	

ขั้นตอนที่ 4.

การทวนสอบและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่มีนัยสำคัญ บริษัทเอส แอนด์ เจฯ จะทำการทวนสอบโดยคณะกรรมการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อขออนุมัติในการเปิดเผยข้อมูล

คนดี

- การพัฒนาบุคลากร
- ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
- สิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน

การนำเสนอประเด็นสำคัญ ในรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สินค้าดี

- ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
- นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- การบริหารจัดการความเสี่ยง
- การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- การบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- การต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

สังคมดี

- การพัฒนาชุมชนและสังคม
- การบริหารจัดการน้ำ
- การบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้า
- การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ
- การบริหารจัดการขยะ / ของเสีย
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจก



คนดี

พัฒนาบุคลากรให้เป็นคนดี
คนเก่งขององค์กร โดยไม่เลือกปฏิบัติ
และคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน



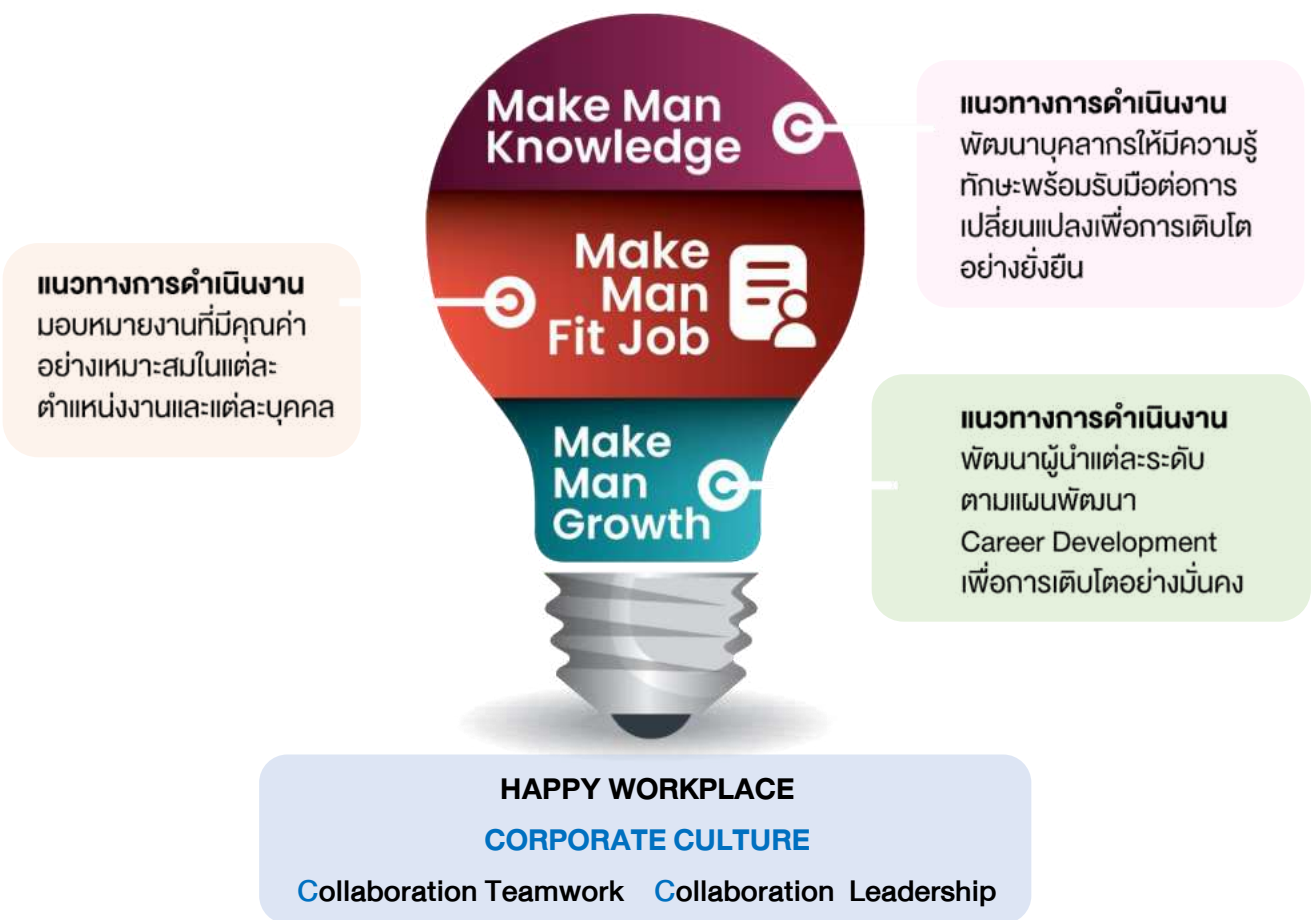
การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

นโยบายการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์องค์กรไปสู่เป้าหมาย จากสถานการณ์ปัจจุบันที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรจำเป็นต้องมีการปรับตัวตั้งแต่กระบวนการภายในขององค์กร รวมถึงการปรับตัวด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ตั้งแต่กระบวนการสรรหา คัดเลือก การวางแผนอัตรากำลังคน การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การรักษาใจ โดยมีการกิจหลักในการดำเนินงานดังนี้



กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน



บุคลากร

จำนวนพนักงานจำแนกตามเพศ



จำนวนพนักงานทั้งหมด
1,818 คน

จำนวน
พนักงานชาย
503 คน
ร้อยละ 28%



จำนวน
พนักงานหญิง
1,315 คน
ร้อยละ 72%

พนักงานอายุ 30-50 ปี
จำนวน 1,052 คน
(ร้อยละ 58%)

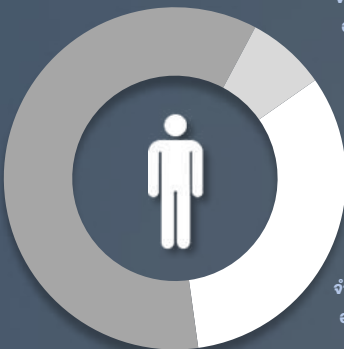


พนักงานอายุมากกว่า 50 ปี
จำนวน 157 คน
(ร้อยละ 9%)

พนักงานอายุน้อยกว่า 30 ปี
จำนวน 609 คน
(ร้อยละ 33%)

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามอายุ

จำนวนพนักงานชาย
อายุ 30-50 ปี
302 คน
(ร้อยละ 60%)

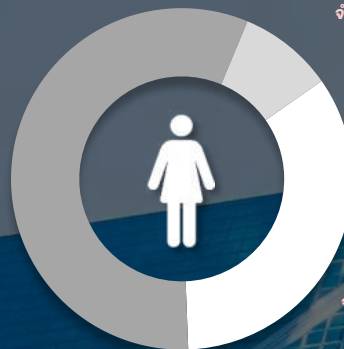


จำนวนพนักงานชาย
อายุมากกว่า 50 ปี
38 คน
(ร้อยละ 8%)

จำนวนพนักงานชาย
อายุน้อยกว่า 30 ปี
163 คน
(ร้อยละ 32%)

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามอายุ

จำนวนพนักงานหญิง
อายุ 30-50 ปี
746 คน
(ร้อยละ 57%)



จำนวนพนักงานหญิง
อายุมากกว่า 50 ปี
119 คน
(ร้อยละ 9%)

จำนวนพนักงานหญิง
อายุน้อยกว่า 30 ปี
450 คน
(ร้อยละ 34%)

จำนวนพนักงาน จำแนกตามระดับตำแหน่ง

จำนวนพนักงานระดับปฏิบัติการ
จำนวน 1,639 คน
(ร้อยละ 90%)

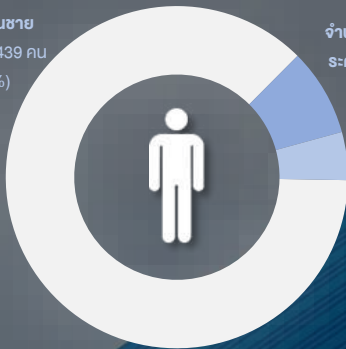


จำนวนพนักงานระดับบริหาร
จำนวน 128 คน
(ร้อยละ 7%)

จำนวนผู้บริหารระดับสูง
จำนวน 51 คน
(ร้อยละ 3%)

จำนวนพนักงานชาย จำแนกตามระดับตำแหน่ง

จำนวนพนักงานชาย
ระดับปฏิบัติการ 439 คน
(ร้อยละ 87%)

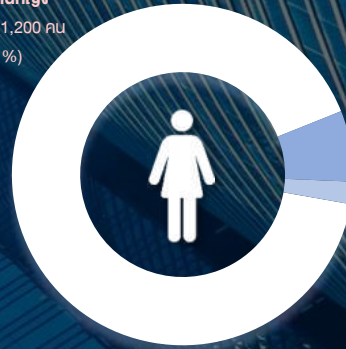


จำนวนพนักงานชาย
ระดับบริหาร 41 คน
(ร้อยละ 8%)

จำนวนผู้บริหารชาย
ระดับสูง 23 คน
(ร้อยละ 5%)

จำนวนพนักงานหญิง จำแนกตามระดับตำแหน่ง

จำนวนพนักงานหญิง
ระดับปฏิบัติการ 1,200 คน
(ร้อยละ 91%)



จำนวนพนักงานหญิง
ระดับบริหาร 87 คน
(ร้อยละ 7%)

จำนวนผู้บริหารหญิง
ระดับสูง 28 คน
(ร้อยละ 2%)

จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิก กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ



จำนวนพนักงานทั้งหมด
ที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
1,097 คน

ร้อยละ 60% ของพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
ต่อพนักงานทั้งหมด

การส่งเสริมความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมกับพนักงาน



จำนวนรวมพนักงาน
ที่ลาออกโดยความสมัครใจ
207 คน

ร้อยละ 11% ของจำนวนรวมพนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจ
ต่อพนักงานทั้งหมด



จำนวนเงินที่บริษัทสมทบ
เข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
11,138,715 บาท

ร้อยละ 1% ของจำนวนเงินที่บริษัทสมทบเข้ากองทุน
สำรองเลี้ยงชีพต่อค่าตอบแทนรวมของพนักงานทั้งหมด

จำนวนพนักงานที่ลาออกโดยความสมัครใจ

พนักงานชาย
57 คน
ร้อยละ 28%



พนักงานหญิง
150 คน
ร้อยละ 72%



ข้อพิพาทด้านแรงงานที่มีนัยสำคัญต่อธุรกิจ : **ไม่มี**

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

นโยบายการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากร เพราะถือเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าเป็นกลไกสำคัญที่จะสามารถช่วยขับเคลื่อนเป้าหมายธุรกิจและกลยุทธ์ขององค์กร ผ่านการวางแผนเส้นทางความก้าวหน้าตามสายอาชีพควบคู่กับการจัดทำโครงการเสริมสร้างศักยภาพให้กับพนักงานทุกระดับ ให้มีความรู้ ความชำนาญ และมีความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในทุกสถานการณ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

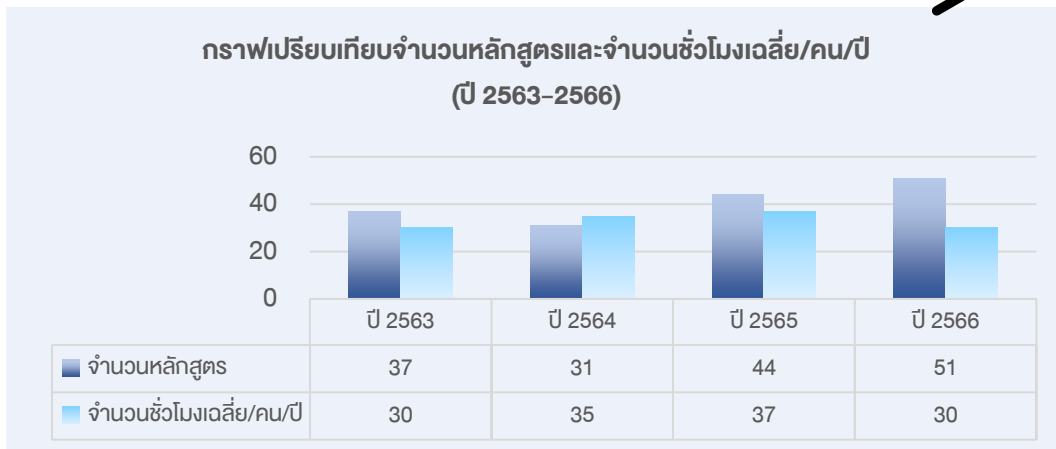
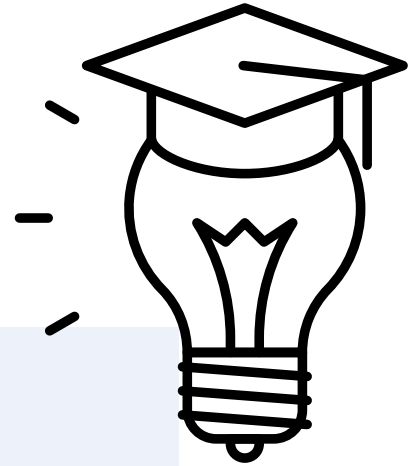
แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ มีแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจและกลยุทธ์ขององค์กร ด้วยการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพของพนักงานผ่านการวิเคราะห์ความจำเป็นของพนักงาน ก่อนนำมาวางแผนเพื่อกำหนดหลักสูตรในการฝึกอบรมแต่ละปี พร้อมทั้งกำหนดวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัดของแต่ละหลักสูตรอย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถติดตามและประเมินประสิทธิผลการอบรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

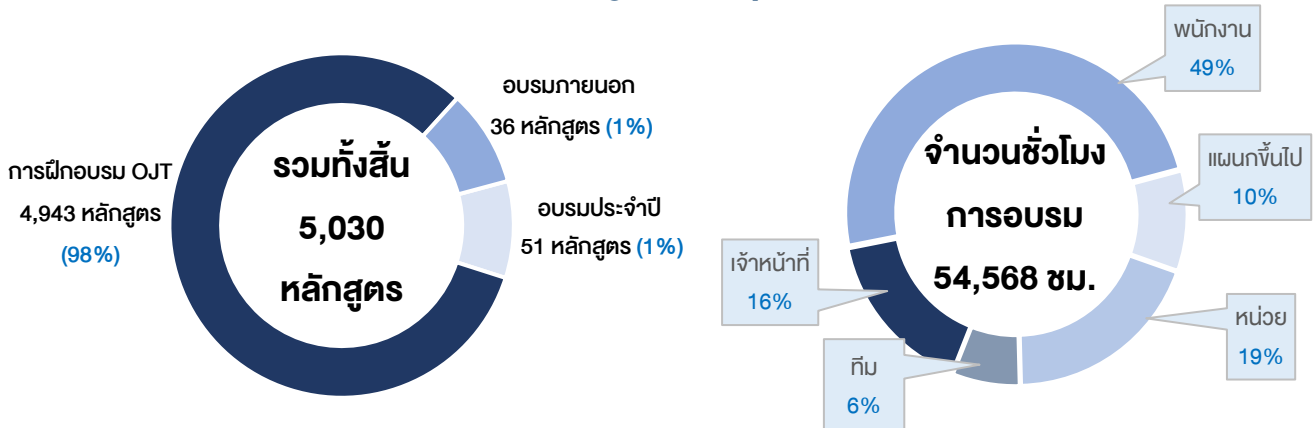
ผลการดำเนินงาน ปี 2566



จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ย ปี 2566	
เป้าหมาย	10 ชม./คน/ปี
ผล	30 ชม./คน/ปี
ค่าใช้จ่าย	➤ 5,000,000 บาท/ปี



Training & Development



โครงการพัฒนา
ทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ
ประจำปี 2566



1 โครงการพัฒนา
พนักงานที่มีศักยภาพสูง



2 โครงการ
การพัฒนาผู้นำ



3 โครงการ
พัฒนากิษะ



4 โครงการ
พัฒนาผ่านสื่อออนไลน์



5 On the job
training (OJT)

1 โครงการพัฒนาพนักงานที่มีศักยภาพสูง

1.1 โครงการพัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan)

บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์การบริหารการสืบทอดตำแหน่งครอบคลุมผู้บริหารระดับกลางและสูง โดยพัฒนาผู้บริหารที่มีศักยภาพสูง เพื่อเตรียมความพร้อมและลดความเสี่ยงในการขาดแคลนบุคลากรในตำแหน่งงานหลักหรืองานสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ กระบวนการจัดทำแผนการสืบทอดตำแหน่งประกอบด้วย 10 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



จำนวนผู้บริหารที่จำเป็นในการเตรียมการสืบทอดตำแหน่ง

ระดับ	เป้าหมาย	ผล ปี2566
ระดับฝ่าย	9 ตำแหน่ง	อยู่ระหว่างการสรรหากายนอก 6 ตำแหน่ง พัฒนาจากภายใน 3 ตำแหน่ง
ระดับส่วน	40 ตำแหน่ง	ปรับระดับ 13 ตำแหน่ง อยู่ระหว่างการสรรหากายนอก 21 ตำแหน่ง พัฒนาจากผู้ที่มีศักยภาพภายใน 6 ตำแหน่ง

ผลที่บริษัทได้รับ

บริษัทลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรในตำแหน่งงานหลัก เพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ผลที่พนักงานได้รับ

พนักงานในโครงการได้รับการเลื่อนหรือปรับตำแหน่ง จำนวน 13 ตำแหน่ง

1.2 โครงการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management)

การประเมินผลการปฏิบัติงานนอกจากจะเป็นการสะท้อนศักยภาพการดำเนินงานขององค์กรยังสามารถสะท้อนศักยภาพของตัวบุคคลผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงาน ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ พฤติกรรมการทำงานที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงาน นอกจากนี้การประเมินผลการปฏิบัติงาน (KPI) ที่มีการกำหนดอย่างสอดคล้องเชื่อมโยง จะยังสามารถทำให้บุคลากร ของแต่ละส่วนงาน สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานของส่วนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกัน ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทเอส แอนด์ เจซ ได้มีการทบทวนระบบประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร และทบทวนตัวชี้วัดที่สามารถส่งผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจในระดับต่างๆ เริ่มตั้งแต่ระดับ (ฝ่าย, ส่วน) และนอกจากนี้ยังมีโอกาสทบทวนในส่วนของ Competency : Managerial Competency และ Functional Competency ซึ่งเป็นพฤติกรรมหลักที่จำเป็นในด้านการบริหารงานและการทำงานให้บรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน

**ผลสำเร็จ
ในปี 2566**

บริษัทฯ สามารถทบทวน Corporate KPI แล้วเสร็จตามแผนการที่กำหนด และสามารถทบทวนสอบความเชื่อมโยงระหว่าง Corporate KPI กับ Functional KPI ระดับฝ่าย

2 โครงการพัฒนาผู้นำ

2.1 Leadership Program

ผู้นำคือปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ ความร่วมมือร่วมใจของทีมงานก็เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้นำสามารถนำพา กลยุทธ์ไปสู่แผนการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้นำจึงต้องได้รับการเรียนรู้เพื่อช่วยให้ผู้นำเข้าใจตนเอง เข้าใจถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของทีม และนำจุดแข็ง จุดอ่อนของทีมมาปรับใช้ให้สอดคล้องเพื่อความสำเร็จในภาพรวมขององค์กรต่อไป

หลักสูตร	Hi Impact Collaboration Leadership Program : ผู้นำสร้างทีมร่วมมือร่วมใจ
วัตถุประสงค์	เพื่อยกระดับการสร้างความร่วมมือจากทุกฝ่าย (Win-Win Situation) ก่อให้เกิดความร่วมมือแรงร่วมใจ (Collaboration) ในการพัฒนาองค์กรไปสู่อนาคตที่มีความยั่งยืนได้ในที่สุด
กลุ่มเป้าหมาย	ผู้บริหารระดับฝ่าย , ส่วน



หลักสูตร	Growth Mindset & Daily Management
วัตถุประสงค์	เพื่อสร้างกรอบความคิดของการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงรุก ให้สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อทีม สามารถแยกแยะและจัดลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ และสร้างระบบการบริหารจัดการเวลาทำงานในแต่ละวัน
กลุ่มเป้าหมาย	หัวหน้างานระดับหน่วย



ผลที่บริษัทได้รับ	แนวคิดการปรับปรุงงาน จำนวน 75 เรื่อง แนวคิดนวัตกรรม จำนวน 10 เรื่อง คิดเป็นเงินที่ลดได้ 6 ล้านบาท
ผลที่พนักงานได้รับ	พนักงานมีความรู้ความสามารถในการคิดแบบผู้นำ สามารถจัดลำดับความสำคัญของงานอย่างเป็นระบบ ลดความผิดพลาดและความล่าช้าในการทำงาน

หลักสูตร	Growth Mindset & Smart Leadership
วัตถุประสงค์	เพื่อให้เข้าใจทักษะเบื้องต้นของการเป็นผู้นำ สามารถมอบหมาย ติดตามความก้าวหน้า รวมถึงสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อทีมได้
กลุ่มเป้าหมาย	หัวหน้างานระดับทีม



ผลการดำเนินงาน

Leadership Program		
จำนวนผู้นำ ที่ได้รับการพัฒนา จำนวน 218 คน	จำนวนหลักสูตร ในการพัฒนา จำนวน 3 หลักสูตร	ผู้นำที่ได้รับการพัฒนาแยกตามระดับ - ผู้บริหารระดับฝ่าย, ส่วน : 21 คน - หัวหน้างานระดับหน่วย : 117 คน - หัวหน้างานระดับทีม : 80 คน

3 โครงการพัฒนาทักษะ

3.1 โครงการพนักงานกลุ่มทักษะในกระบวนการผลิต

พนักงานกลุ่มทักษะในกระบวนการผลิต เป็นกลไกสำคัญ ที่ต้องอาศัยความรู้ ความเชี่ยวชาญในการทำงาน ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้จัดให้มีการประเมินความรู้ทักษะของพนักงานกลุ่มทักษะนี้อย่างต่อเนื่อง โดยผลของการประเมินจะทำให้องค์กรสามารถทราบถึงกระบวนการที่ต้องพัฒนาต่อไป ในขณะที่พนักงานที่ผ่านการประเมินในแต่ละปีจะได้รับการปรับระดับขั้นการทำงานที่สูงขึ้น



กลุ่มเป้าหมาย

- พนักงานทักษะ A
- พนักงานผสม
- ช่างเทคนิค



กลุ่มพนักงานผลิต (A,B,C)

แผน 98 คน	ผล 98 คน
ผ่านการปรับระดับ	100%

กลุ่มพนักงาน/เจ้าหน้าที่ผสม

แผน 9 คน	ผล 9 คน
ผ่านการปรับระดับ	100%



ผลที่บริษัทได้รับ	ผลที่พนักงานได้รับ
ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ของงานที่เพิ่มสูงขึ้น >30%	พนักงาน เลื่อนปรับระดับ 110 คน คิดเป็น 100%



กลุ่มช่างเทคนิค

แผน 3 คน	ผล 3 คน
ผ่านการปรับระดับ	100%

3.2 Up Skill และ Re Skill

เพื่อตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ พนักงานจำเป็นต้องพัฒนาทักษะอยู่เสมอ ทั้งทักษะเดิมหรือทักษะใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต ในปี 2566 บริษัทฯ ได้วิเคราะห์หน่วยงานที่จำเป็นต่อการ Upskill และ Reskill เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมีทั้งสิ้น 3 หลักสูตร 5 หน่วยงานดังนี้

หลักสูตร Negotiation Skills	หลักสูตร Strategic selling with data	หลักสูตร Innovation & Design Thinking
<p>วัตถุประสงค์ : เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ เกิดทักษะในการเจรจาต่อรองและสามารถประยุกต์ใช้ทักษะการเจรจาต่อรองในการปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย : หัวหน้างานระดับแผนก และเทียบเท่าส่วนงาน CUS , PUR , SOC และฝ่ายเทคนิค</p> <p>ผลที่บริษัทได้รับ : ความสำเร็จในการเจรจาต่อรองกับลูกค้า ลูกค้า และระหว่างหน่วยงาน > 90 ผลงาน ลดค่าใช้จ่ายได้</p> <p>ผลที่พนักงานได้รับ : ความรู้/เทคนิคในการเจรจาต่อรองอย่างมีขั้นตอน</p>	<p>วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาทักษะในการดึงดูดลูกค้าและสร้างระบบในการดูแลลูกค้า รวมถึงสามารถวิเคราะห์ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย : ฝ่ายขาย , การตลาด</p> <p>ผลที่บริษัทได้รับ : ผลประกอบการด้านการขายที่เติบโตสูงขึ้น</p> <p>ผลที่พนักงานได้รับ : ความรู้/เทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มลูกค้า</p>	<p>วัตถุประสงค์ : เพื่อสร้างความเข้าใจในกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม ทั้งเชิงผลิตภัณฑ์ กระบวนการ บริการและแบบจำลองธุรกิจเพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรม</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย : หัวหน้างานระดับส่วน , แผนก และเทียบเท่าของฝ่ายเทคนิค</p> <p>ผลที่บริษัทได้รับ : จำนวนนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สร้างยอดขายในปี 2567</p> <p>ผลที่พนักงานได้รับ : ความรู้/ทักษะในการออกแบบนวัตกรรมเบื้องต้น</p>
		

ผลลัพธ์ที่บริษัทได้จากการเจรจาต่อรอง

เพิ่มยอดขายลูกค้าใหม่
มูลค่า 8.9 ล้าน
ลดค่าใช้จ่ายจากการเจรจาต่อรอง
มูลค่า 131,980 บาท

ผลลัพธ์ที่พนักงานได้รับจากการพัฒนา

1. ความรู้ ความเข้าใจในการทำงาน
2. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
3. เพิ่มโอกาสในการเติบโตตามสายงาน

ผลลัพธ์ที่บริษัทได้จากหลักสูตรนวัตกรรม

ผลงาน นวัตกรรมใหม่ๆ จำนวน 8 ผลงาน

1. Innovation ACM
2. Innovation sustainable beauty
3. Innovation PEACHY foundation
4. Innovation Zubstar pumping lip
5. Innovation Sunscreen
6. Innovation Somethinggirl
7. Innovation SERUM & CREAM SKIN RADIANT BOOSTER
8. Innovation Multi beauty stick



4

โครงการพัฒนาผ่านสื่อ ออนไลน์

บริษัทฯ ได้นำระบบดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนที่น่าสนใจ สั้น กระชับ ตรงประเด็น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นสื่อในการทบทวนความรู้ของพนักงานในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต้องมีการทบทวนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดทำสื่อการเรียนการสอนแบบดิจิทัลมาตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปัจจุบัน ทั้งสิ้น 8 หลักสูตร และเพื่อให้กระบวนการเรียนรู้สามารถดำเนินการอย่างครบวงจร บริษัทฯจึงได้จัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดผลการเรียนรู้ โดยผลการเรียนรู้ จะถูกบันทึกเข้าในระบบบันทึกประวัติอัตโนมัติอีกด้วย

ปี 2565

- ข้อกำหนด TLS.8001
- การต่อต้านการคอร์รัปชัน CAC
- ข้อกำหนด TLS.8001

ปี 2566

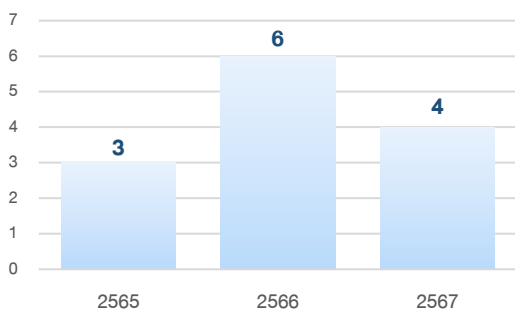
- ข้อกำหนด ETI Base Code
- ข้อกำหนด HAS 23000 implementation
- การคิดแยก และการกึ่งยะอย่างถูกต้อง
- ข้อกำหนดในระบบคุณภาพ ISO9001,ISO22716,GMP
- ความรู้พื้นฐานด้านข้อมูลส่วนบุคคล

ปี 2567

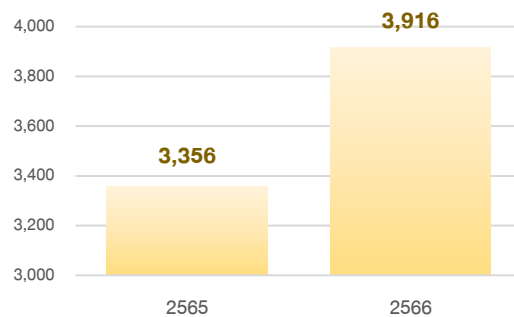
- ข้อกำหนด ISO14001 & ISO45001
- มาตรฐาน RSPO
- ความรู้พื้นฐานด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์
- หลักการพื้นฐานด้านสิทธิมนุษยชน

any
where → any
time →

จำนวนหลักสูตรที่จัดทำสื่อการเรียนการสอนแบบออนไลน์ รวมทั้งสิ้น 6 หลักสูตร



จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมผ่านสื่อออนไลน์



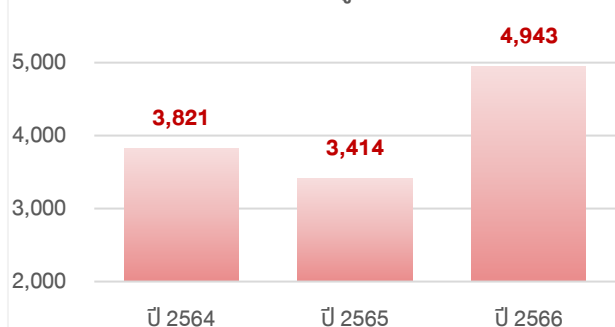
สิ่งที่ได้รับ : พนักงานผ่านการอบรมทบทวนความรู้/ความเข้าใจตามแผนที่กำหนดส่งผลต่อการทวนสอบระบบคุณภาพต่างๆของบริษัทฯ **ผลการทวนสอบหรืออดิจากภายนอก : ผ่าน 100 %**

5

On-the-job training (OJT)

OJT เป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน ปี 2566 มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

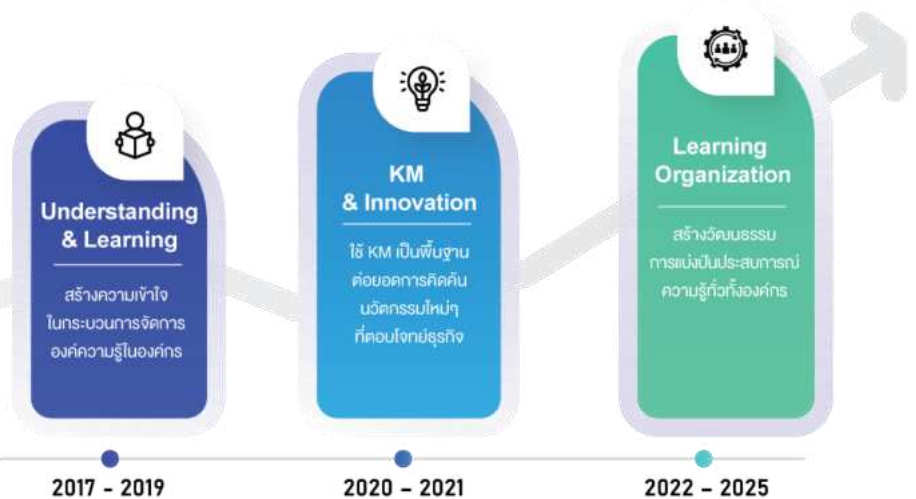
กราฟจำนวนหลักสูตรอบรม OJT



การจัดการองค์ความรู้ในองค์กร (Knowledge Management)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดการความรู้ในองค์กรอย่างเป็นระบบทั้งความรู้ที่เป็น Explicit และ ความรู้ที่เป็น Tacit โดยมีเป้าหมายในแต่ละปี ไม่ต่ำกว่า 300 เรื่อง ตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา ทั้งนี้มีกระบวนการติดตามการนำองค์ความรู้ไปใช้งานผ่านการทบทวน คู่มือคุณภาพในการปฏิบัติงานทั้งระบบ ISO 9001,14001,45001 โดยในปี 2566 บริษัทฯ ได้มีการดำเนินการเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ทั่วทั้งองค์กรผ่านกระบวนการ Community of Practice (ชุมชนนักปฏิบัติ) ในการวิเคราะห์องค์ความรู้ อย่างเป็นระบบเพื่อมุ่งสู่ Learning Organization โดยมีการดำเนินการตาม Roadmap ดังนี้

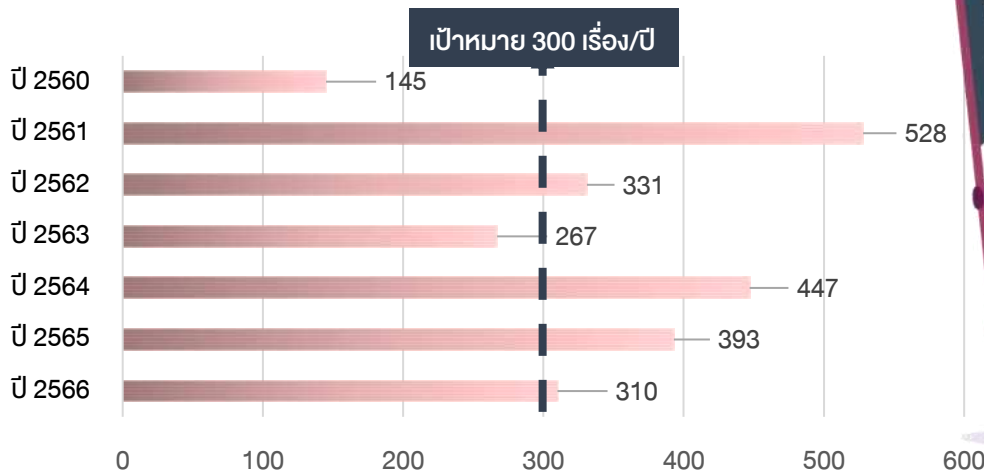
KM ROADMAP



ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

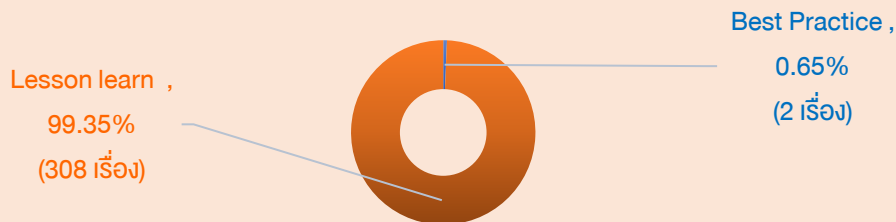


ผลการดำเนินงานปี 2560 - 2566 (จำนวนเรื่อง)



อัตราส่วนเปรียบเทียบ ปี 2566

Best Practice : Lesson Learn



ในปี 2566 นอกจากบริษัทฯ จะมีการพัฒนาโปรแกรมในการจัดเก็บองค์ความรู้เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงง่ายและสะดวกมากขึ้นแล้ว บริษัทฯ ยังมีการวางแผนดำเนินงานเพื่อสร้างวัฒนธรรมการแบ่งปันประสบการณ์ความรู้ทั่วทั้งองค์กร ผ่าน 3 เสาหลัก ดังนี้

Building Block 1 : A supportive learning environment. (สภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการเรียนรู้)

Building Block 2 : Concrete learning processes and practices (กระบวนการเรียนรู้ และการปฏิบัติที่ชัดเจน)

Building Block 3 : Leadership that reinforces learning (ผู้นำที่ส่งเสริมการเรียนรู้)



การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตกับการทำงานอย่างมีความสุข (Happy workplace)

การทำงานอย่างมีความสุขย่อมส่งผลกระทบเป็นวงกว้างทั้งต่อคนทำงานเอง และต่อองค์กร การสร้างองค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) จึงเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่บริษัทใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคนในองค์กร โดยเริ่มจากการสร้างทัศนคติบวก ต่อมุมมองในการดำเนินชีวิต การอยู่ร่วมกันกับผู้อื่น การรับผิดชอบต่อสังคมรวมทั้งการเป็นสมาชิกที่ดีต่อครอบครัว องค์กร และสังคม อย่างสมดุล

HAPPY BODY

สุขภาพดี

การมีสุขภาพดีทั้งทางกายและทางใจจะช่วยลดความกังวล และทำให้คนทำงานมีประสิทธิภาพในการทำงานอย่างเต็มที่



- การออกกำลังกายตามหลักกายศาสตร์
- การตรวจสุขภาพพนักงานประจำปี /ตรวจปัจจัยเสี่ยง
- โครงการดูแลสุขภาพผู้ประกันตนเชิงรุกในสถานประกอบการ
- โครงการตรวจคัดกรองมะเร็งปากมดลูก



HAPPY SOUL

ทางสงบ

การดำเนินชีวิตตามหลักธรรมาภิบาลของพระพุทธศาสนา



- โครงการทำบุญตักบาตรเนื่องในวันสำคัญต่างๆ
- โครงการกุศลสามัคคี
- โครงการได้ชีวิตโค-กระบือ



HAPPY SOCIETY

สังคมดี

การมีสังคมแวดล้อมที่ดี เข้าใจกันและกัน จะช่วยให้คนในสังคมนับถือกันสูงไปพร้อมกัน



- โครงการ S&J Care You (จ้างงานคนพิการ)
- โครงการจิตอาสาพัฒนาถิ่นเกิด
- โครงการดูแลผู้ป่วยติดเตียง
- โครงการปั่นยิ้มสร้างสุขผู้สูงอายุ



HAPPY RELAX

ผ่อนคลาย

การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความผ่อนคลายเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยลดความเครียดและเติมเต็มความสุขให้พนักงาน



- กิจกรรมรื่นเริงในวันสงกรานต์
- กิจกรรมวันลอยกระทง
- กิจกรรมรื่นเริงในวันปีใหม่



HAPPY BRAIN

หาความรู้

ทุกการเรียนรู้ใหม่ๆ นำไปสู่การเติบโต และภาคภูมิใจ ผ่านการพัฒนาบุคลากรทั้งทาง Hard side และ Soft side



- หลักสูตรด้าน Hard side
- หลักสูตรด้าน Soft side



Happy Body

พนักงานที่เข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี **1,847 คน** คิดเป็น 100%

Happy Society

จำนวนคนพิพากที่บริษัทฯ ใช้งาน **20 คน**

Happy Brain

จำนวนพนักงานที่ได้รับทุนการศึกษาบุตร **94 คน**

HAPPY FAMILY

ครอบครัวดี

ปลูกฝังนิสัยการรักครอบครัว รักตนเอง รักสังคม



- เชื่อมสายใยรักแห่งครอบครัว ด้วยนมแม่



HAPPY HEART

น้ำใจงาม

การมีน้ำใจต่อคนรอบข้าง จะช่วยให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดี ในที่ทำงาน และได้รับความสุข ทั้งผู้ให้และผู้รับ



- การมอบรางวัลพนักงาน อายุงานครบ 30ปี 20ปี 10ปี
- โครงการมอบทุนการศึกษา บุตร-ธิดาพนักงาน
- โครงการเพื่อนช่วยเพื่อน



Happy Family

จำนวนพนักงานที่คลอดบุตรปี 2566 **17 คน**

Happy Heart

จำนวนพนักงานที่อายุงานครบ 10, 20, 30 ปี **101 คน**

Happy Money

จำนวนสมาชิกในโครงการสหกรณ์ออมทรัพย์ **367 คน**
ยอดเงินฝากรวม **32,064,930 บาท**

HAPPY MONEY

ปลอดภัย

การดำเนินชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง รู้จักใช้ ไม่มีหนี้ จะทำให้ไม่มีความกังวล และทำให้เกิดความสบายใจ



- โครงการสหกรณ์ ออมทรัพย์เครือข่าย
- โครงการมีออม ไม่มีอด



การสร้างความผูกพันขององค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้าง Employee Engagement ในองค์กร โดยบริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานในองค์กรสามารถรวมกลุ่มเพื่อเจรจาหรือ กับบริษัทเกี่ยวกับผลประโยชน์และสวัสดิการต่างๆผ่านตัวแทนลูกจ้าง หรือคณะกรรมการสวัสดิการ นอกจากนี้เพื่อให้พนักงานที่มีศักยภาพมีความผูกพันที่ดี และคงอยู่กับองค์กรบริษัทฯ จึงจัดให้มีการสำรวจความผูกพันระหว่างองค์กร กับพนักงานมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 โดยหมุนเวียนกันในแต่ละระดับ เพื่อให้ทราบถึง ความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นของพนักงานในด้านต่างๆ ที่มีต่อบริษัทฯ ทั้งนี้ในปี 2566 บริษัทฯ ได้สำรวจระดับความผูกพันของพนักงานในองค์กร ครอบคลุมโรงงาน ในส่วนอุตสาหกรรมเครื่องสพัตมัน์ศรีราชา และ นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 1

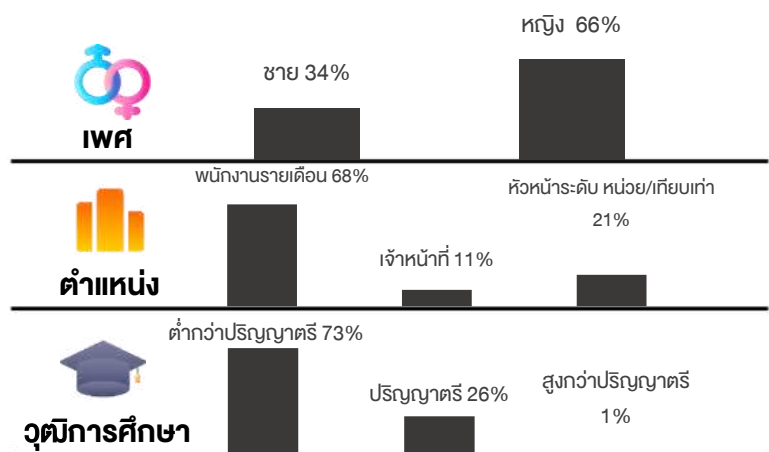
เป้าหมายการสำรวจ : พนักงานรายเดือน เจ้าหน้าที่ปริญญาตรี หัวหน้างานระดับ หน่วย ทีม และเทียบเท่า (จำนวน 1,000 คน)
ขอบเขต : ครอบคลุมโรงงานศรีราชา (SJ1) และโรงงานปิ่นทอง (SJ12)



เป้าหมาย >80%

ผล 83%

ข้อมูลพื้นฐานจากการสำรวจพนักงานทั้งหมด 1,000 คน



แนวคิดในการสร้างความผูกพัน

SAY

พนักงานกล่าวถึง
องค์กรในแง่บวก

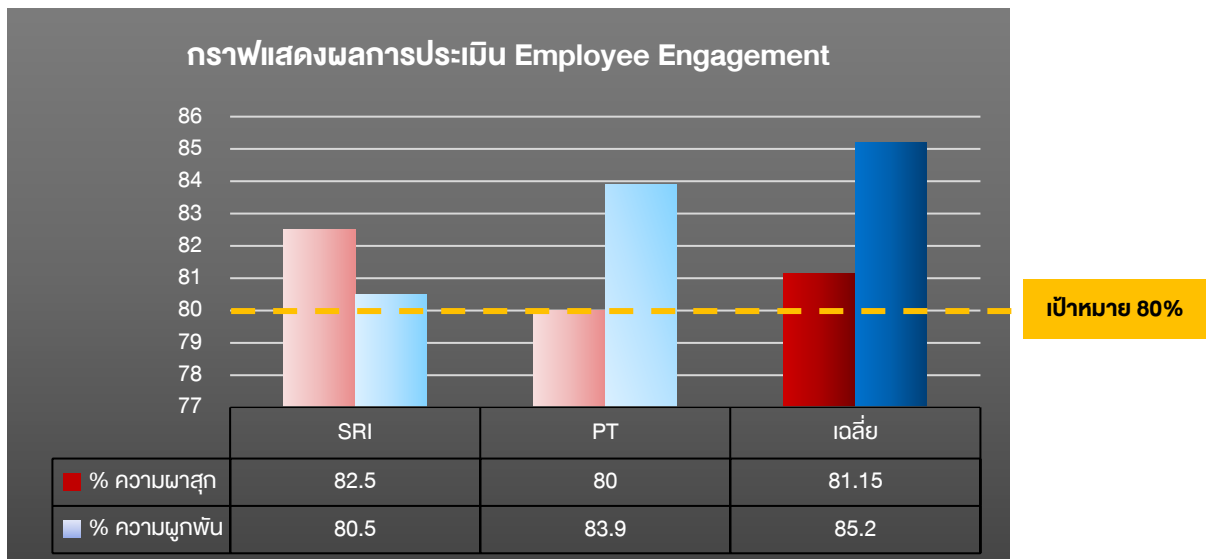
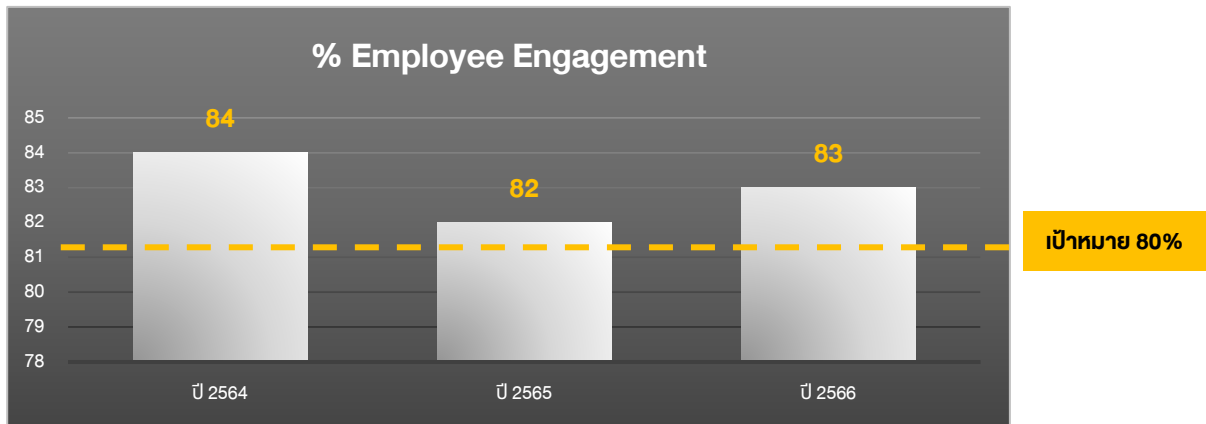
STAY

พนักงานปรารถนา
จะร่วมทุกข์ร่วมสุขกับองค์กร

STRIVE

พนักงานมีความทุ่มเท
ในการทำงานอย่างเต็มที่

บริษัทฯ ตั้งเป้าการสำรวจพนักงานในกลุ่มต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาความผูกพันที่ดี ระหว่างพนักงานกับองค์กร โดยในปี 2566 บริษัทมีเป้าหมายสำรวจพนักงานรายเดือน เจ้าหน้าที่ปริญญาตรี หัวหน้างานระดับหน่วย ทีม และเทียบเท่า จำนวน 1,081 คน เข้ารับการสำรวจจริง 1,000 คน คิดเป็น 92.5%



จากกราฟ จะเห็นได้ว่า % ภาพรวม Employee Engagement ของทั้ง 2 Plant คือ SRI และ PT ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด เป้าหมาย คือ 80% คะแนนความผูกพัน เวสลี่ 85.2% , คะแนนความผูกพัน เวสลี่ 81.15% , ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า คะแนนความผูกพันต่ำกว่าคะแนนความผูกพัน บริษัทฯ จึงได้นำข้อเสนอแนะของพนักงานด้านความผูกพันมาวิเคราะห์ และดำเนินการปรับปรุงเพิ่มเติม ดังนี้

ลำดับ	ประเด็น	แนวทางการดำเนินการแก้ไข
1	ต้องการให้มีการเปิดใช้งานช่องทาง Line, Facebook, YouTube เพื่อให้หน่วยงานสามารถค้นหา และทำงานได้สะดวกมากขึ้น	หน่วยงาน IT ได้เปิดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้งาน Line, Facebook, YouTube เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน ตั้งแต่ปี 2566
2	รองแท้งที่สวมใส่บริเวณคลังสินค้าต้องจับพื้น	หน่วยงาน LBR ได้ดำเนินการเปลี่ยนรองแท้งที่เบากว่าเมื่อเดือน ต.ค. เป็นรุ่นที่มีการยึดเกาะมากขึ้น

การบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์

การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร

บริษัทฯ มีกระบวนการสรรหาและจ้างงานอย่างเป็นระบบและเป็นธรรมโดยเปิดโอกาสให้บุคลากรที่มีความหลากหลายและแตกต่างทั้งในด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ ถิ่นกำเนิด วัฒนธรรม ฯลฯ เข้าสู่กระบวนการคัดเลือกและสรรหา มีการกำหนดเป้าหมายในการสรรหา เพื่อให้รองรับทันต่อการขยายตัวของธุรกิจ ตรงตามวิสัยทัศน์ และให้ได้ผู้สมัครที่หลากหลาย และมีคุณสมบัติที่หน่วยงานต้องการผ่านการประชาสัมพันธ์การรับสมัครงานผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เช่น การสรรหาผ่านช่องทาง Job Website, Connection Channel, Line, Facebook, Link / QR Code และเพจงานนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ และพื้นที่ใกล้เคียง ใกล้เคียงโดยในกระบวนการสรรหา มีการยืดหยุ่น เรื่องของเวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ รวมทั้งมีคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือก มีการทดสอบและใช้เครื่องมือการประเมินต่างๆ ผ่าน Google Form มาพิจารณาประกอบ การประเมินทัศนคติ เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้บุคลากรที่เหมาะสม สอดคล้องกับงาน และวัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความพร้อมที่จะรับผิดชอบงานในระดับสูงขึ้นและพัฒนาต่อไปในอนาคต

การบริหารค่าตอบแทนและรักษาพนักงาน

นโยบายการบริหารค่าตอบแทนและการรักษาพนักงาน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดให้มีการจ่ายค่าตอบแทนในการทำงานแก่พนักงานตามคุณวุฒิ ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงาน โดยเงินเดือนขั้นต่ำของพนักงานเป็นไปตามค่าแรงขั้นต่ำตามที่รัฐบาลกำหนด รวมทั้งมีการกำหนดโครงสร้างเงินเดือนเพื่อให้สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทฯ กำหนดให้มีการพิจารณาปรับเพิ่มอัตราเงินเดือนประจำปีและโบนัส ให้แก่พนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยผ่านกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละระดับ ประกอบด้วยเกณฑ์การประเมินความรู้ความสามารถ Competency Model และ เกณฑ์ประเมินศักยภาพในการทำงาน Key Performance Indicator (KPI)

และเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานที่มีความสามารถให้คงอยู่กับองค์กร บริษัทฯ มีการบริหารค่าตอบแทนที่ครอบคลุมทั้งด้านที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ซึ่งกรณีที่เป็นตัวเงินในแต่ละปีบริษัทฯ จะมีการศึกษาและเปรียบเทียบแนวทางการบริหารค่าจ้าง ผลตอบแทนกับบริษัทในเครือและบริษัทชั้นนำเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการอื่นๆ เช่น เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพโดยบริษัทสมทบในอัตราร้อยละ 3 ของเงินเดือนพนักงาน สหกรณ์ออมทรัพย์ เงินบำเหน็จเกษียณอายุ การให้เงินรางวัล (ของขวัญปีใหม่) รวมถึงการให้รางวัลสำหรับพนักงานปฏิบัติงานครบ 30 ปี 20 ปี 10 ปี เป็นต้น กรณีที่ไม่ใช่ตัวเงินบริษัทฯ มีการทบทวนโครงสร้าง รูปแบบ รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ที่ปรับตัวให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว โดยสอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การดำเนินการดังกล่าวของบริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานที่เป็นตัวแทนลูกจ้างได้มีส่วนร่วมในการเจรจาหรือประจำเดือนเกี่ยวกับผลประโยชน์ และสวัสดิการต่างๆ ที่พนักงานพึงได้รับ

ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทด้านแรงงานอย่างมีนัยสำคัญ

ปี 2566

มีพนักงานเข้าร่วมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ **จำนวน 1,097 ราย**

คิดเป็นร้อยละ 60 ของพนักงาน

ที่เป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพต่อพนักงานทั้งหมด

การปฏิบัติต่อแรงงาน อย่างเป็นธรรม

นโยบายการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมถือเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและเป็นแนวปฏิบัติภายใต้ธรรมภิบาลทางธุรกิจ บริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายในการปฏิบัติต่อแรงงานตามข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.) หรือ TLS 8001-2020 อย่างเคร่งครัดที่ครอบคลุมการต่อต้าน การบังคับใช้แรงงาน ค่าตอบแทนการทำงาน ชั่วโมงการทำงานและเวลาพัก วันหยุดและวันลา การเลือกปฏิบัติ วินัยและการลงโทษ การล่วงเกินทางเพศและการใช้ความรุนแรง การใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานหญิง เสรีภาพในการสมาคมและการร่วมเจรจาต่อรอง ความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน สวัสดิการแรงงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้แรงงานได้รับการคุ้มครองอย่างทัดเทียมเสมอภาค ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดี มีขวัญกำลังใจในการทำงาน บริษัทฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามข้อกำหนด ประกอบด้วยผู้แทนฝ่ายบริหาร ผู้แทนฝ่ายลูกจ้างจากการเลือกตั้ง และมีการประเมินความเสี่ยงระบบมาตรฐานแรงงานไทย โดยคณะกรรมการ มรท.

เป้าหมายและผลการดำเนินงาน ปี2566

	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
จำนวนข้อร้องเรียนด้านแรงงาน	เป็น 0	เป็น 0
พนักงานได้รับการอบรมข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานไทย และจริยธรรม	100%	100%

บริษัทฯ จัดให้มีการฝึกอบรมในหลักสูตร “ข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานไทย และจริยธรรมธุรกิจ” ผ่านทางระบบ on line (E-learning) ที่พนักงานสามารถเข้าศึกษาเองได้อย่างไม่จำกัด

ปี 2566	
พนักงานเข้าอบรมทั้งหมด	1,930 คน
สอบผ่าน	100%
คะแนนสอบเฉลี่ย	95 %

SJI SJI International Enterprise Public Company Limited

หลักสูตรข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001)
และจริยธรรมธุรกิจ ประจำปี 2566
พจนานุกรม: คำอธิบายผ่าน: เบนเชนโยน



การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนเนื่องจากเป็นสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน แสดงออกถึงความเสมอภาค และความเท่าเทียมของความเป็นมนุษย์ เป็นพื้นฐานในการอยู่ร่วมกันระหว่างบริษัท พนักงาน และ ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อลดโอกาสหรือความเสี่ยงที่จะละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งไม่แบ่งแยกในเรื่อง อายุ เพศ เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา ภาษา ชนชั้น ความพิการ หรือความเปราะบางทางเพศ การไม่ใช้แรงงานเด็กและแรงงานบังคับ การเคารพสิทธิของลูกค้า/ผู้บริโภครู้จัก คู่ค้า พนักงาน และชุมชน โดยจัดให้มีกระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (HRDD) อีกทั้งยังกำหนดให้มีแนวทางการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ตามกรอบจรรยาบรรณและจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ รวมถึงการดำเนินงานตามระบบมาตรฐานแรงงานไทย

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน (Human Rights Due Diligence : HRDD) โดยมีการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติรวมถึง แสดงเจตจำนงในการเคารพและไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยมีการจัดตั้งคณะทำงานในการดำเนินการ ทั้งฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง และฝ่ายขาย คณะทำงานมีหน้าที่ดำเนินโครงการและจัดกิจกรรมสนับสนุนตามข้อกำหนดของนโยบายฯ รวมถึงติดตามและตรวจสอบการกระทำใดๆ ที่ผิดต่อแนวปฏิบัติของนโยบายฯ การจัดการข้อร้องเรียนและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน



ผลการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

ข้อร้องเรียนจากพนักงาน ผู้บริโภค ลูกค้า คู่ค้า

เป็น 0

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ผลการดำเนินการ
บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน SMETA (SEDEX)	2 โรงงาน	2 โรงงาน
จำนวนพนักงานที่ได้รับการอบรมทบทวนด้านสิทธิมนุษยชน	100%	100%
พื้นที่ปฏิบัติงานของบริษัทฯ ได้รับประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน	100%	100%

การระบุและประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ ประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน เพื่อให้สามารถระบุมาตรการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงาน ในการดำเนินงานของบริษัทฯ ตลอดห่วงโซ่คุณค่า เพื่อจัดทำแนวทางการจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานของมาตรฐานแรงงานไทย รวมถึงมาตรฐาน SEDEX โดยระบุประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนและแรงงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประเมินโอกาสและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ สิทธิมนุษยชนเบื้องต้น สิทธิพลเมืองและการเมือง สิทธิทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม หน้าที่ความรับผิดชอบของทุกคนต่อระเบียบสังคมและการรับรองสิทธิมนุษยชน เสรีภาพพื้นฐานระหว่างประเทศ

ขอบเขตการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

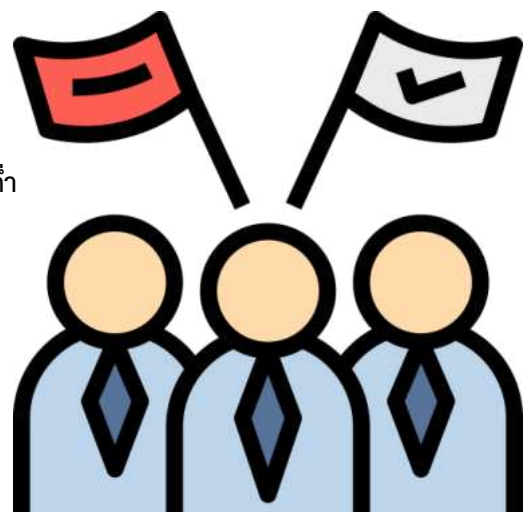
ประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนที่ได้รับการประเมิน

พนักงาน	ลูกค้า/ผู้บริโภค	คู่ค้า/ผู้รับเหมา	ชุมชน
<ul style="list-style-type: none"> • สภาพการทำงาน • ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย • เสรีภาพในการสมาคม การรวมกลุ่ม และการเจรจาต่อรอง • การเลือกปฏิบัติ /การล่วงละเมิด • รูปแบบการใช้แรงงานที่ผิดกฎหมาย (เช่น แรงงานเด็ก แรงงานบังคับ) 	<ul style="list-style-type: none"> • สุขภาพและความปลอดภัย • ข้อมูลส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> • สภาพการทำงาน • สุขภาพและความปลอดภัย • การเลือกปฏิบัติ ต่อคู่ค้า/ผู้รับเหมา 	<ul style="list-style-type: none"> • สุขภาพและความปลอดภัย • ความเป็นอยู่และมาตรฐานการครองชีพ

หลักเกณฑ์ในการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนพิจารณาจาก 2 ด้านหลัก ได้แก่

1. ผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน
2. โอกาสที่จะเกิด (Likelihood) หรือความเป็นไปได้ที่จะเกิด

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน มีการพิจารณาจาก 2 มิติ ได้แก่ โอกาสที่จะเกิดและผลกระทบ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับได้แก่ สูงมาก สูง ปานกลาง ต่ำ และต่ำมาก

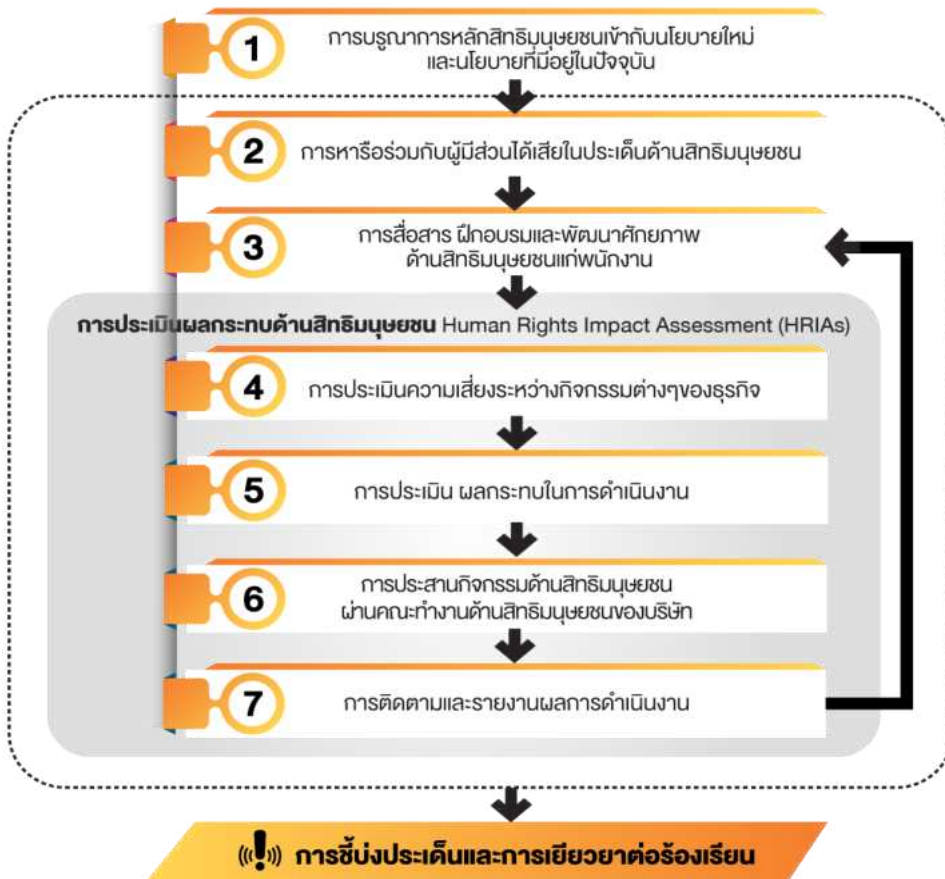


ระดับความเสี่ยง	คะแนน	โอกาส/ผลกระทบ
สูง - สูงมาก (H)	15-25 คะแนน	เป็นความเสี่ยงในระดับยอมรับไม่ได้ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ต้องพิจารณาหยุดหรือระงับบางกิจกรรมที่มีผลกระทบรุนแรง และมีแผนกิจกรรมเพื่อลดความเสี่ยงลงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
ปานกลาง (M)	5-14 คะแนน	เป็นความเสี่ยงในระดับยอมรับไม่ได้ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ต้องมีกิจกรรมควบคุมความเสี่ยง เพื่อลดความเสี่ยงลงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้โดยอยู่ในระยะเวลาที่กำหนด
ต่ำ - ต่ำมาก (L)	1-4 คะแนน	เป็นความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ ไม่ต้องมีกิจกรรมควบคุมความเสี่ยง แต่เจ้าของความเสี่ยงต้องมีการติดตามผลกระทบและทำการรายงานความคืบหน้า

ผลการประเมินความเสี่ยง : ในภาพรวม ผลอยู่ในระดับต่ำ การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทฯ อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ไม่มีความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกตลอดห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะด้านลูกค้า/ลูกค้า ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจต่อการดูแลบริหารงานด้านสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงาน ตามระเบียบปฏิบัติด้านคุณธรรมและจริยธรรมด้วยดีเสมอมา

ขั้นตอนการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

นโยบาย



กลุ่มเสี่ยง

บมจ.เอสแอลดีจ อีเตอร์เนล อินชัวร์แนส เอ็นเตอร์ไพรส์ มีการประเมินด้านสิทธิมนุษยชนต่อกลุ่มเสี่ยงต่างๆ ซึ่งครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ได้แก่ พนักงาน ผู้รับเหมา ผู้ริบเช่าช่วง ชุมชน คู่ค้า ลูกค้า เด็ก ชนพื้นเมือง แรงงานต่างด้าว

โครงการหรือกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องการเคารพสิทธิมนุษยชน



การประชุมพิเศษพนักงานใหม่

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องการเคารพ สิทธิมนุษยชน โดยได้เพิ่มนโยบายและเนื้อหาด้านสิทธิมนุษยชน ในการประชุมพิเศษพนักงานใหม่เพื่อให้พนักงานเกิดความตระหนักรู้ตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาทำงานที่บริษัท

พนักงานใหม่ได้รับการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนครบ 100%



จัดอบรมหลักสูตรสิทธิมนุษยชน

เพื่อสร้างความตระหนักในการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างถูกต้องรวมถึงเพื่อป้องกันการละเมิด สิทธิมนุษยชน บริษัทฯ จึงจัดให้พนักงานทุกคนอบรมผ่านระบบออนไลน์และทบทวนต่อเนื่องทุกปี

พนักงานได้รับการอบรมด้านสิทธิมนุษยชนครบ 100%

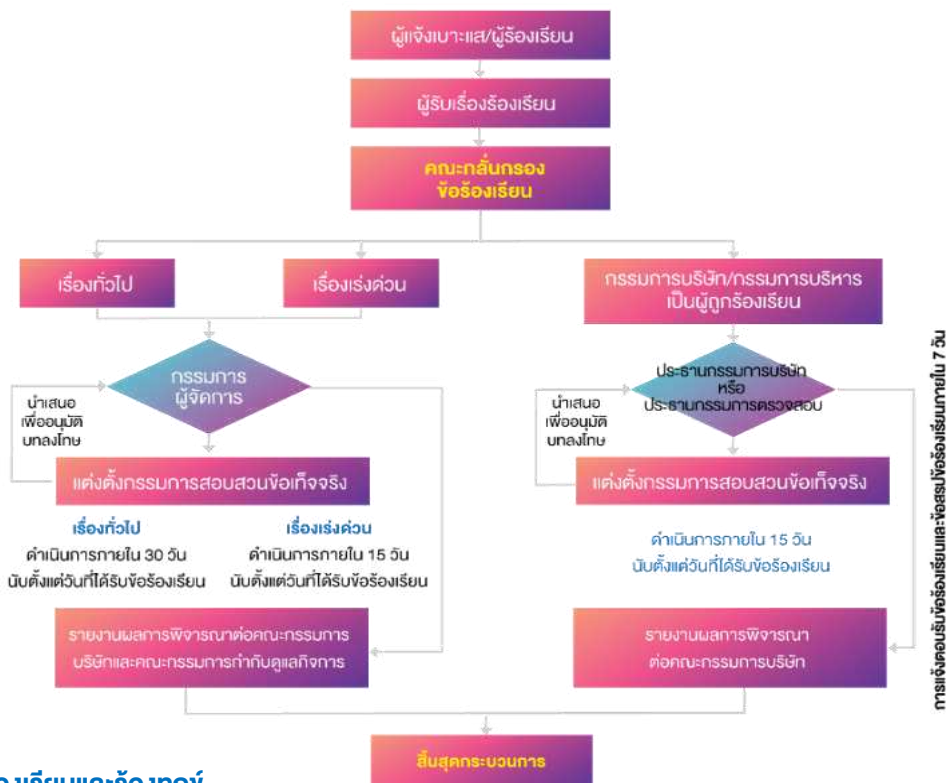


สื่อสารสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทฯ มีการสื่อสารด้านหลักสิทธิมนุษยชนผ่านช่องทางที่หลากหลายบนหน้าจอบอร์ดคอมพิวเตอร์ บอร์ด

การร้องเรียนและร้องทุกข์

บริษัทฯ มีกลไกการจัดการข้อร้องเรียนของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย กรณีถูกละเมิดสิทธิหรือไม่ได้รับความเป็นธรรม อย่างเป็นระบบและโปร่งใส มีมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียนอย่างเป็นระบบ



ช่องทางการร้องเรียนและร้องทุกข์

หน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	E-mail
ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล	0-2676-2727 ต่อ 2208 0-2676-4492	patchara@snjinter.com
เลขาธิการบริษัท	0-2676-2727 ต่อ 2812	sumit_k@snjinter.com

การเยียวยาที่ได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ จัดเตรียมมาตรการ การเยียวยาผู้ที่อาจได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยพิจารณาถึงระดับผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นรายกรณี บริษัทฯ จะดำเนินการแก้ไขปัญห และเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบทั้ง กรณีเรื่องเร่งด่วนให้ดำเนินการภายใน 15 วัน และ เรื่องทั่วไปให้ดำเนินการภายใน 30 วัน การให้ความช่วยเหลือเยียวยาเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ตาม ข้อเรียกร้องทางกฎหมายอย่างเป็นธรรม เช่นในกรณีพนักงานถูกสั่งพักงาน/ โอนย้ายตำแหน่ง แต่เมื่อพบว่าไม่มีความผิดจริง บริษัทฯ จะดำเนินการพิจารณาอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมต่อไป

การจ้างงานคนพิการ

บริษัทฯ ร่วมสนับสนุนงานคนพิการอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบันเพื่อสร้างโอกาส ในการทำงานให้คนพิการ ช่วยให้คนพิการและครอบครัว มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคง โดยบริษัทฯ ได้รับ **รางวัล “องค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการระดับดีเยี่ยม”** จากกระทรวงการพัฒนาสังคม และ ความมั่นคงของมนุษย์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ซึ่งตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นขององค์กร ที่ส่งเสริมความเสมอภาคและความเท่าเทียมในสังคม สนับสนุนคนพิการได้มีหลักประกัน มีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง รวมถึงลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

เป้าหมายและผลการดำเนินงานการสนับสนุนคนพิการในองค์กร

ปี พ.ศ.	เป้าหมาย	ผล
2560	22	24
2561	18	24
2562	19	23
2563	16	21
2564	16	21
2565	17	19
2566	18	20

รางวัลองค์กรที่สนับสนุนงานด้านคนพิการระดับดีเยี่ยม



โครงการ S&J (Care You)

นอกจากบริษัทฯ จะเปิดโอกาสให้ผู้พิการได้มีงานทำแล้ว การดูแลสภาพการทำงาน อย่างเหมาะสม ด้วยหลักสิทธิมนุษยชนโดยคำนึงถึงความเท่าเทียม บริษัทฯยังมีการ ปรับค่าทักษะให้กับผู้พิการที่มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีถึงดีมากเท่าเทียม คนปกติ รวมไปถึงการดูแลความเป็นอยู่ของผู้พิการที่ด้อยโอกาส โดยมีการปรับปรุง สภาพบ้านเรือนที่อยู่อาศัย และบริจาคสิ่งของอุปโภคบริโภคที่จำเป็นอีกด้วย



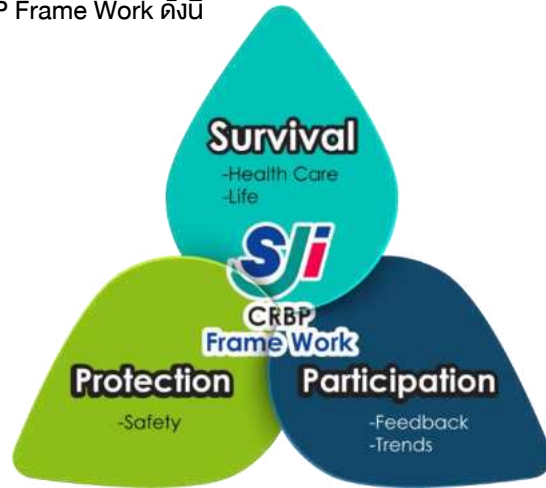
เข้าใจ
เข้าถึง
พร้อมเป็นหนึ่ง
ด้วยหัวใจ



การดำเนินธุรกิจตามสิทธิเด็ก

นโยบายการดำเนินธุรกิจตามหลักสิทธิเด็ก

บริษัทฯ ได้นำหลักการสิทธิเด็กและหลักปฏิบัติทางธุรกิจ (Children's Rights and Business Principles: CRBP) ที่พัฒนาขึ้นโดยองค์การยูนิเซฟเพื่อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) และองค์การช่วยเหลือเด็ก (Save the Children) มาบูรณาการเข้ากับกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจผ่าน CRBP Frame Work ดังนี้



จากกรอบแนวคิด CRBP บริษัทฯ ได้ดูแลกระบวนการผลิตสินค้าเด็กด้วยความระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญทั้งด้านคุณภาพ และความปลอดภัยตั้งแต่กระบวนการออกแบบสูตร/ผลิตภัณฑ์ การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการทดสอบเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ามีความปลอดภัยต่อเด็ก ทั้งนี้ยังมีการให้ข้อมูลตลอดจนวิธีการใช้และคำเตือนผ่านสลากผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน

บริษัทฯ สร้างพื้นที่ความปลอดภัยให้กับเด็ก โดยการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน ได้แก่

- การไม่ใช้แรงงานเด็ก
- การดูแลสิ่งแวดล้อมของโรงงานเพื่อลดผลกระทบต่อชุมชน รวมถึงสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีแก่เด็กและเยาวชนในชุมชน

บริษัทฯ เคารพในสิทธิเสรีภาพและการมีส่วนร่วมของเด็กในชุมชนทั้งใกล้และไกล โดยให้เด็กมีโอกาสดำเนินการคิดและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมระดับเยาวชน ผ่านโครงการยกระดับนวัตกรรมท้องถิ่นสู่สากล ภายใต้ธีม Cosmetic & Health Products



ปี 2566 บริษัทฯ ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก จำนวน 3 รายการ

การดำเนินธุรกิจ ที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ



นโยบายการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญและตอบสนองต่อนโยบายของภาครัฐในการผลักดันโครงการธุรกิจที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ โดยเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุซึ่งดำเนินการโดย สถาบันไทยพัฒนา ร่วมกับกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยได้นำมากำหนดเป็นนโยบายและแนวทางการปฏิบัติทางธุรกิจกับผู้สูงอายุ ดังนี้



การเตรียมความพร้อม (PREPARATION)

บริษัทฯ มีการเตรียมความพร้อมสำหรับพนักงานที่ก้าวเข้าสู่วัยเกษียณผ่านการอบรมให้ความรู้เรื่องการวางแผนการออมก่อนวัยเกษียณตลอดจนสิทธิพิเศษต่างๆ ที่ผู้สูงอายุพึงจะได้รับและควรจะต้องทราบ เช่น เรื่องการยกเว้นภาษีเงินประกันสังคม เงินผู้สูงอายุ เป็นต้น

การคุ้มครอง (PROTECTION)

พนักงาน : บริษัทฯ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุในบริษัท ตลอดจนจัดสวัสดิการต่างๆ อย่างเท่าเทียม

ผู้บริโภค : บริษัทฯ คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจโดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยในการชะลอวัยด้านการดูแลผิวพรรณ เป็นต้น

การมีส่วนร่วม (PARTICIPATION)

โครงการจ้างงานพนักงานเกษียณอายุ

บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานสูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณสามารถทำงานต่อหลังเกษียณ โดยมีการพิจารณางานที่มีคุณค่าและ มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับวัย



ปี 2566

บริษัทฯ มีการจ้างงาน
ผู้เกษียณอายุจำนวน 48 คน

อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

นโยบายด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ มีการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เพื่อให้พนักงานรวมถึงผู้ที่เข้ามาดำเนินงานในบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามมาตรฐาน และข้อกำหนดกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องด้านความปลอดภัย บริษัทฯ จึงกำหนดเป้าหมาย ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยประจำปี 2566 เพื่อให้แต่ละหน่วยงานจัดทำแผน ปฏิบัติการและดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายดังนี้

สุขภาพและความปลอดภัย

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ ให้ความสำคัญกับการทำงานด้วยความปลอดภัย โดยให้พนักงานมีสุขภาพอนามัยที่ดี เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุหรือเกิดโรคจากการทำงาน บริษัทฯ จึงได้จัดโครงการ/กิจกรรมต่างๆ โดยให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วม ตั้งแต่การให้คำปรึกษา การกำหนดมาตรการปฏิบัติงานรวมทั้งการประเมิน ความเสี่ยงจากกิจกรรมการทำงาน

เป้าหมายอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

1.ลดการเกิดอุบัติเหตุในการทำงาน	
1.1 อัตราความถี่การบาดเจ็บ (I.F.R)	0 PPM
1.2 อัตราความรุนแรงของการบาดเจ็บ (I.S.R)	0 PPM
1.3 อุบัติเหตุทุรภัยสูญเสียชีวิต	0 ครั้ง
2.พนักงาน/ผู้รับเหมาเสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน	
	ไม่มี

การดำเนินงานปี 2566

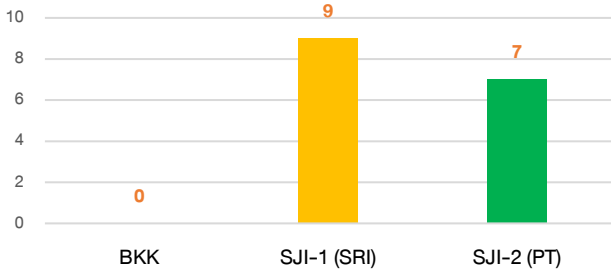
ผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย



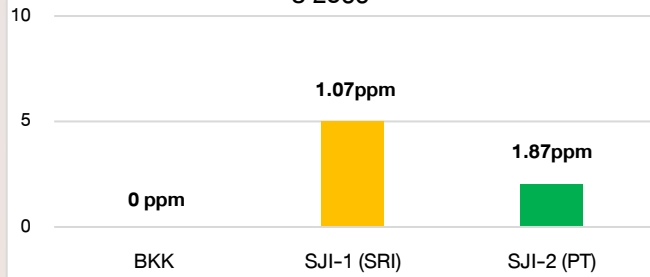
พนักงาน



จำนวนอุบัติเหตุทรัพย์สินเสียหาย ปี 2566



จำนวนการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR) ปี 2566

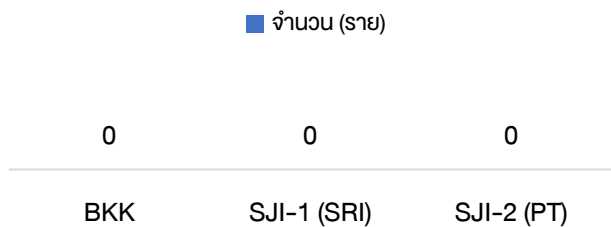


จำนวนพนักงานเสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน : **ไม่มี**

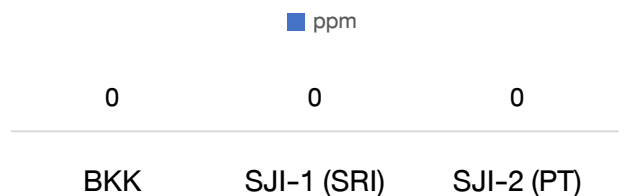


ผู้รับเหมา

จำนวนอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน ปี 2566



อัตราการท้องการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIFR)



ผลการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยของผู้รับเหมา

สถิติการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน

0 ราย

ผู้รับเหมาเสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน

ไม่มี

การสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัย

- สร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับ (ผู้บริหาร, หัวหน้างาน, พนักงาน) ในการทำงานอย่างปลอดภัย
- การให้ความรู้ความเข้าใจ ในการทำงานที่ถูกต้องปลอดภัยเพื่อสร้างความตระหนักถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการทำงาน
- จัดทำคู่มือการดำเนินงานที่ครอบคลุมขั้นตอนในการทำงาน ข้อควรระวัง มาตรการความปลอดภัยในแต่ละจุด
- จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอันตรายที่เหมาะสมให้แก่พนักงาน
- ตรวจสอบความปลอดภัยของเครื่องมือ เครื่องจักร พร้อมทั้งติดตั้งการป้องกันอันตรายเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงาน

การดำเนินงานของผู้รับผิดชอบเพื่อลดอุบัติเหตุหรือความไม่ปลอดภัยในการทำงาน



หัวหน้างาน

- หัวหน้างานจัดทำคู่มือวิธีการปฏิบัติงานรวมถึงวิธีการตรวจสอบความพร้อมของเครื่องมือเครื่องจักรก่อนการปฏิบัติงาน
- หัวหน้างานให้ความรู้ในการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย



เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยคณะกรรมการความปลอดภัย

- เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยวิชาชีพ ให้ความรู้ด้านความปลอดภัยแก่พนักงานใหม่ (6 ชั่วโมง), การให้ความรู้เกี่ยวกับการทำงานกับสารเคมีรวมถึงการใช้อุปกรณ์ความปลอดภัยส่วนบุคคล PPE ฯลฯ
- เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยวิชาชีพ สื่อสารด้านความปลอดภัย Safety Talk แก่ทุกหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง
- คณะกรรมการความปลอดภัย (คปอ.) และเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยเดินตรวจสอบพื้นที่การทำงาน (Safety Patrol) เพื่อค้นหาสิ่งทีอาจเกิดอันตรายกับพนักงานมาเสนอแนะแนวทางเพื่อปรับปรุงและขยายผลการดำเนินงาน



การปรับปรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์	การปรับปรุงกระบวนการและวิธีการปฏิบัติงาน	การปรับปรุงสภาพแวดล้อม
65 เรื่อง	18 เรื่อง	17 เรื่อง

แนวทางการบริหารจัดการอาชีวอนามัย ความปลอดภัย

การดำเนินการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน และการประเมินความเสี่ยงในการทำงานโดยมี พนักงาน , หัวหน้างาน, ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย วิชาชีพ (จป.) ร่วมกันชี้บ่งอันตราย และประเมินเสี่ยงในกิจกรรมเพื่อจัดทำมาตรการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ

การค้นหาความเสี่ยง (Spotlight)

เป็นกิจกรรมที่หัวหน้างานและพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการแจ้งจุดอันตรายหรือวิธีการปฏิบัติงานที่สุ่มเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายเพื่อลดความเสี่ยงในการทำงาน และช่วยกันปรับปรุงแก้ไขให้อันตรายเหล่านั้นหมดไป



แจ้งความเสี่ยงทั้งหมด	76 เรื่อง
แก้ไขเสร็จ	65 เรื่อง
อยู่ระหว่างดำเนินการ	11 เรื่อง

การสื่อสารความปลอดภัย (Safety Talk)

เป็นการสื่อสารความปลอดภัยให้พนักงานได้ตระหนักและให้ความสำคัญ ในเรื่อง "ความปลอดภัยในการทำงาน"



การส่งเสริมด้านสุขภาพพนักงาน (Healthy Workplace)

การส่งเสริมให้พนักงานทุกหน่วยงานมีการออกกำลังกายก่อนเริ่มงาน รวมถึงการให้ความรู้ด้านโรคจากการทำงาน และ การยศาสตร์ให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี ร่างกายแข็งแรงและมีชีวิตที่ยืนยาว



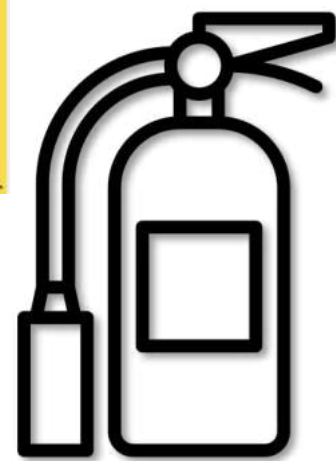
การฝึกซ้อมทีมฉุกเฉินประจำโรงงาน (Safety Culture)

การเตรียมความพร้อมทีมฉุกเฉินให้มีศักยภาพในการแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ เช่น อัคคีภัยและสารเคมีหกรั่วไหลเพื่อช่วยลดความรุนแรงของเหตุการณ์



การสร้างความปลอดภัยในการปฏิบัติงานสำหรับผู้รับเหมา และ รถขนส่งสินค้า (Safety Work)

การประชุม Contractor Meeting 2566 เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท ได้แก่ ผู้รับเหมางานก่อสร้างผู้รับเหมาต่อเติมปรับปรุงอาคาร, ผู้รับเหมาติดตั้งเครื่องจักร, และผู้รับเหมาซ่อมบำรุง ผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 54 คน บริษัทฯ ได้มีการแจ้งนโยบายรวมทั้งกฎระเบียบความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม ให้ผู้รับเหมาที่เข้ามาปฏิบัติงานภายในบริษัทได้รับทราบเพื่อปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย



การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

ในสถานการณ์ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บางสถานการณ์ไม่สามารถคาดการณ์ได้มีความเสี่ยงที่จะประสบกับเหตุการณ์ฉุกเฉิน ภัยพิบัติต่างๆ บริษัทฯให้ความสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติต่างๆ ที่อาจส่งผลให้เกิดการความสูญเสียและผลกระทบต่างๆที่เกิดจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ โดยจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียมั่นใจว่าบริษัทสามารถฟื้นคืนธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงลดผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นให้น้อยที่สุด

แนวทางบริหารจัดการ

บริษัทกำหนดให้มีคณะทำงาน Business Continuity Management Team (BCMT) และคณะทำงานชุดย่อย โดยมีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารความต่อเนื่องจากธุรกิจ มุ่งเน้นให้เกิดแผนการจัดการภาวะวิกฤติ แผนการสื่อสารภาวะวิกฤติ และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ ทั้งในระดับหน่วยงานและองค์กร มีการทำงานเชื่อมโยงกัน มีการปฏิบัติ ทดสอบ และปรับปรุงแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจของหน่วยงาน ให้มีความครบถ้วน ถูกต้องเป็นปัจจุบัน





สินค้าดี

พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มคุณค่า
ให้กับสินค้าและบริการโดยตอบโจทย์
ความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค



การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการกำหนดเป้าหมายและแนวปฏิบัติด้านการส่งเสริมวัฒนธรรม และการวางแผนพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน นอกเหนือจากการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน ทำให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันได้และมีผลประโยชน์ที่ดี สร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น โดยการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพสิทธิ และมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย เป็นประโยชน์ต่อสังคม หรือลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

คณะกรรมการบริษัทได้จัดทำหลักการกำกับดูแลกิจการ จริยธรรม ในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติตามซึ่งประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

- นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 8 หลักปฏิบัติ

- หลักปฏิบัติที่ 1 ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัทในฐานะผู้นำองค์กรที่สร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน
- หลักปฏิบัติที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์ประสงค์และเป้าหมายหลักของกิจการที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืน
- หลักปฏิบัติที่ 3 เสริมสร้างคณะกรรมการบริษัทที่มีประสิทธิภาพ
- หลักปฏิบัติที่ 4 สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร
- หลักปฏิบัติที่ 5 การส่งเสริมวัฒนธรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ
- หลักปฏิบัติที่ 6 ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม
- หลักปฏิบัติที่ 7 รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
- หลักปฏิบัติที่ 8 สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

- จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ
- จรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน

จำนวนกรณีฝ่าฝืนจรรยาบรรณธุรกิจ
ที่ได้รับจากการร้องเรียน/การตรวจสอบ

ไม่มี

ซึ่งหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2) สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ของบริษัทฯ ภายใต้หัวข้อ “นักลงทุนสัมพันธ์ : การกำกับดูแลกิจการที่ดี”

โดยในปี 2566 คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 8 หลักปฏิบัติ มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังนี้



สิทธิของผู้ถือหุ้นและ การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น อย่างเท่าเทียมกัน

คณะกรรมการบริษัทตระหนัก และเคารพในสิทธิแห่งความเป็น เจ้าของของผู้ถือหุ้น ไม่มีการกระทำใดๆ อันเป็นการละเมิดหรือลดทอน สิทธิของผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มไม่ว่าเป็น ผู้ถือหุ้นในประเทศหรือต่างประเทศ ทั้งที่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้ถือหุ้น รายย่อย หรือผู้ถือหุ้นสถาบันได้ใช้ สิทธิของตน ทั้งสิทธิขั้นพื้นฐาน เพื่อกำหนด ทิศทางการดำเนินงาน และตัดสินใจในเรื่องที่มีผลกระทบต่อ บริษัท



บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย และการพัฒนาธุรกิจ เพื่อความยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงการ ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึง ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยการ ยึดมั่น ในหลักการกำกับดูแลกิจการ ที่ดีขององค์กร จริยธรรมในการ ดำเนินธุรกิจ และการปฏิบัติตาม กฎหมาย และข้อกำหนดทางการ ต่างๆ ประกอบการเปิดโอกาสสร้าง การรับรู้ ความเข้าใจในความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วน ได้เสียทุกประเภท เพื่อสร้างสมดุล ระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุก กลุ่มให้สามารถอยู่ร่วมกันได้ เกิด ดุลยภาพ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



การเปิดเผยข้อมูล และความโปร่งใส

คณะกรรมการบริษัทตระหนักถึงการ เปิดเผยแพร่สารสนเทศสำคัญของบริษัท ทั้ง ข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ ทางการเงิน และถือเป็นนโยบายหนึ่งในการ กำกับดูแลกิจการของบริษัท ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนได้รับทราบ ข้อมูลอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเท่าเทียม กันผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแบบ แสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงาน ประจำปี (แบบ 56-1 One Report) สารสนเทศที่เผยแพร่ข้อมูลของตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และ ตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งการเผยแพร่ ข้อมูลบนเว็บไซต์ของบริษัททั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (www.snjinter.com) ซึ่งได้มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน อย่างสม่ำเสมอ



ความรับผิดชอบต่อ คณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทหน้าที่ สำคัญในการชี้แนะทิศทางดำเนินงานของ บริษัท การติดตามดูแลการทำงานของฝ่าย จัดการ และการแสดงความรับผิดชอบต่อ ตามหน้าที่ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและ ผู้ถือหุ้น

คณะกรรมการบริษัทประกอบด้วย กรรมการที่มีคุณสมบัติ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่มีความ หลากหลาย ทั้งทางด้านบัญชีการเงิน การบริหารจัดการ การตลาด กฎหมาย และวิทยาศาสตร์ ตลอดจนไม่มีการติดกัน ทางเพศ บริษัทมีคณะกรรมการทั้งสิ้น 15 ท่าน โดยมี

- กรรมการที่เป็นผู้บริหาร 5 ท่าน
- กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร 10 ท่าน

ในจำนวนนี้เป็นกรรมการอิสระจำนวน 6 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 40 ของคณะกรรมการบริษัท และในจำนวนกรรมการอิสระ 6 ท่าน ดำรง ตำแหน่งกรรมการตรวจสอบจำนวน 4 ท่าน เพื่อให้มีการถ่วงดุลอำนาจอย่างโปร่งใส ประธานกรรมการไม่เป็นบุคคลเดียวกับ กรรมการผู้จัดการ ซึ่งกรรมการบริษัททุกคนมี ความตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่กรรมการบริษัท ตามที่ได้รับมอบหมายไว้วางใจจากคณะกรรมการ บริษัท และผู้ถือหุ้น มีความเป็นอิสระในการแสดง ความคิดเห็น พิจารณาและให้ความเห็นชอบ ในเรื่องต่างๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุด ของบริษัทเป็นสำคัญ



การประเมินผลงานของคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัท จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท ประจำปี 2566 ซึ่งได้จัดทำเป็นประจำทุกปี เพื่อให้กรรมการแต่ละคนได้ร่วมกันพิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัทในภาพรวม ทั้งนี้เพื่อกบถวนผลงาน ปัญหาอุปสรรคต่างๆ ในระหว่างปีที่ผ่านมา เพื่อช่วยให้การทำงานของคณะกรรมการบริษัทมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สำหรับหลักเกณฑ์การประเมินคิดเป็นร้อยละจากคะแนนเต็มให้แต่ละข้อ ดังนี้

เกณฑ์	คะแนน
ดีมาก	ตั้งแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป
ดี	ร้อยละ 70 - 79
พอใช้	ร้อยละ 60 - 69
ปรับปรุง	ต่ำกว่าร้อยละ 60



การประเมินผลงานประจำปีของคณะกรรมการบริษัททั้งคณะ

คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัททั้งคณะ โดยแบ่งการประเมินเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัท
2. การประชุมคณะกรรมการบริษัท
3. บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

การประเมินผลงานประจำปีของกรรมการบริษัทเป็นรายบุคคล

คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัทเป็นรายบุคคล โดยแบ่งการประเมินเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของกรรมการบริษัท
2. การทำหน้าที่ของกรรมการบริษัท
3. การพัฒนาตนเองของกรรมการบริษัท

ขั้นตอนและผลการประเมิน

เลขานุการบริษัทได้จัดส่งแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทแบบทั้งคณะ แบบประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการบริษัทเป็นรายบุคคลให้กับกรรมการทุกท่าน ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยกรรมการทุกท่านมีความเป็นอิสระ ในการทำแบบประเมินดังกล่าว โดยเลขานุการบริษัททำการสรุปผลและ รายงานให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบในการประชุมคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี ในปี 2566 ผลการประเมินของคณะกรรมการบริษัททั้งคณะและรายบุคคล มีดังนี้

การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการบริษัท	คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	จัดอยู่ในเกณฑ์
คณะกรรมการทั้งคณะ	92	ดีมาก
คณะกรรมการรายบุคคล	90	ดีมาก

บริษัทจะนำผลการประเมินดังกล่าวไปใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการบริษัทเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการกำกับดูแลกิจการ

การประเมินผลงานประจำปีของคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อยทุกคนเป็นประจำทุกปี โดยแบ่งการประเมินเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการบริษัท
2. การประชุมคณะกรรมการบริษัท
3. บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท

ขั้นตอนและผลการประเมิน

เลขาธิการบริษัท หรือ เลขาธิการคณะกรรมการชุดย่อย ได้จัดส่งแบบประเมินผลการปฏิบัติงานให้กรรมการชุดย่อย แต่ละท่านผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยให้กรรมการทุกท่านประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อยที่ตนดำรงตำแหน่งในภาพรวม ซึ่งแต่ละท่านมีความเป็นอิสระในการทำแบบประเมินดังกล่าว โดยเลขาธิการบริษัททำการรวบรวมสรุปผลคะแนนนำส่งให้เลขาธิการคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการชุดย่อย แต่ละคน-ให้รับทราบ และรายงานสรุปผลการประเมินต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี โดยบริษัทจะนำผลการประเมินไปพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

การประเมินผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการชุดย่อย	คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	จัดอยู่ในเกณฑ์
คณะกรรมการกิจกรรมองค์กรเพื่อสังคม	98	ดีมาก
คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ	96	ดีมาก
คณะกรรมการบริหาร	92	ดีมาก
คณะกรรมการตรวจสอบ	91	ดีมาก
คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง	87	ดีมาก
คณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทน	86	ดีมาก
คณะกรรมการสรรหา	85	ดีมาก

การประเมินผลงานประจำปีของกรรมการผู้จัดการ

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการบริหาร โดยไม่รวมกรรมการผู้จัดการและประธานคณะกรรมการบริหาร เป็นผู้พิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการเป็นประจำทุกปี เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหารสูงสุด โดยใช้แบบประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการ ซึ่งแบ่งการประเมินเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นผู้นำ
2. การกำหนดกลยุทธ์ และการปฏิบัติตามกลยุทธ์
3. การวางแผนและผลปฏิบัติทางการเงิน
4. ความสัมพันธ์กับคณะกรรมการบริษัท บุคลากร และผู้มีส่วนได้เสีย

ขั้นตอนและผลการประเมิน

เลขาธิการบริษัท จัดส่งแบบประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการผู้จัดการให้คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหาร ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่รวมกรรมการผู้มีส่วนได้เสีย จากนั้นเลขาธิการบริษัทได้ทำการรวบรวมสรุปผลคะแนนและรายงานให้คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนรับทราบ ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ “ดีมาก”



จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

1. ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย
2. ความซื่อสัตย์ของผลประโยชน์
3. การเลี้ยงรับรอง การรับหรือการให้ของขวัญ
4. การต่อต้านการทุจริต การคอร์รัปชัน
5. การไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
6. การไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน
7. ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย



จรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน

1. ความรับผิดชอบในหน้าที่
2. การดูแลรักษาทรัพย์สินของบริษัท
3. การแจ้งเบาะแส ข้อร้องเรียน และมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน
4. การวินิจิจฉัยข้อสงสัย



ผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน โดย IOD (คะแนนเต็ม 100)

ประจำปี	2564	2565	2566
คะแนนเฉลี่ย	90%	91%	99%
อยู่ในระดับ	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม	ดีเยี่ยม

ผลประเมินคุณภาพการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

ประจำปี	2564	2565	2566
คะแนน	98*	100	100

หมายเหตุ *คะแนนลดลงเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้คณะกรรมการบริษัทไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ครบทุกท่าน

การต่อต้าน การทุจริตคอร์รัปชัน

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดนโยบายและข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ทุกคน ได้ยึดถือปฏิบัติ โดยมีนโยบายห้ามกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานยอมรับหรือสนับสนุนการคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม และไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบน หรือกระทำการคอร์รัปชันแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อได้เปรียบทางการค้า นอกจากนี้บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ปฏิบัติสำหรับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่อาจเกิดการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ ควบคู่ไปกับการสร้างจิตสำนึก ค่านิยม ทักษะคติ ให้แก่พนักงานในการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้วยความซื่อสัตย์สุจริต

บริษัทฯ ได้ดำเนินการด้านการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่องตามลำดับ ดังนี้

ปี 2557

บริษัทฯ ได้แสดงเจตนาสมัครใจต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (The Private Sector Collective Action Against Anti-Corruption: CAC)

ปี 2558 : บริษัทฯ ประกาศนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

ปี 2559

- บริษัทฯ ประกาศใช้ข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน ได้ยึดถือปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว และ เน้นการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่จะไม่ยอมรับการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ
- บริษัทฯ ได้รับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ปี 2561 : กบวทข้อปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

ปี 2562

- บริษัทฯ ได้รับรองการเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) เป็นครั้งที่ 2
- บริษัทฯ กำหนดหลักสูตร “ หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านการคอร์รัปชันสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ” สำหรับหัวหน้างานเพื่อรับทราบนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่มีการเปลี่ยนแปลงใหม่และเป็นการยกระดับนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมของบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- บริษัทฯ จัดกิจกรรม “ สัปดาห์ต่อต้านการคอร์รัปชัน ” เพื่อเป็นการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้มีความตื่นตัวเกี่ยวกับเรื่อง ต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งมีกิจกรรม เกม – ตอบชิงรางวัล ทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมมีความสุข สนุกสนาน และได้รับความรู้ไปพร้อมกัน
- บริษัทฯ จัดอบรมเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าเข้าใจเกี่ยวกับการเข้าร่วมประกาศเจตนาสมัครใจต่อต้านการคอร์รัปชันในหัวข้อ “ขยายแนวร่วม(ลูกค้า) ต่อต้านการคอร์รัปชันสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน” **ลูกค้าให้ความสนใจเข้าร่วมอบรมจำนวน 60 บริษัท ลูกค้าจำนวน 56 บริษัท ร่วมประกาศเจตนาสมัครใจต่อต้านการคอร์รัปชันกับ S&J** เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการ Supply Chain มีความโปร่งใสอย่างแท้จริง

ปี 2563

- จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) บริษัทฯ ได้ส่งเสริมการให้ความรู้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อมุ่งเน้นในด้านหลักการทำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชัน จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหารและพนักงานผ่านระบบ E-learning ทั้งนี้ **บริษัทฯ ได้ปรับเกณฑ์การประเมินผลจากร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 90 ซึ่งพนักงานผ่านเกณฑ์การประเมินทุกคน**

ปี 2564

- บริษัทฯ ได้ปรับปรุงหลักเกณฑ์และข้อปฏิบัติให้รัดกุมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเพิ่มรูปแบบการคอร์รัปชันเกี่ยวกับการจ่ายค่าอำน วยความสะดวก และการจ้างพนักงานรัฐ หรือเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อให้สอดคล้องกับแบบประเมินตนเอง ฉบับปรับปรุง ของเนอว์ร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption : CAC)

- บริษัทฯ ได้ขยายเนอว์ร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน ไปยัง บริษัท ก้อปเทรินด์ แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด (บริษัทย่อย) พร้อมทั้งจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันพบว่ามีการควบคุมภายในด้านการต่อต้านคอร์รัปชันที่ดีเพียงพอ

ปี 2565

- บริษัทฯ ได้รับรองการเป็นสมาชิกโครงการเนอว์ร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) เป็นครั้งที่ 3

- บริษัทฯ จัดอบรมผ่านระบบ E-learning เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าเข้าใจเกี่ยวกับการเข้าร่วมประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านคอร์รัปชัน ในหัวข้อ “ขยายเนอว์ร่วม(ลูกค้า) ต่อต้านการคอร์รัปชันสู่การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน” **มีบริษัทลูกค้าให้ความสนใจรับการอบรมจำนวน 77 บริษัท ซึ่งมีบริษัทลูกค้าร่วมประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการคอร์รัปชันกับ S & J ครบ 100%** เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการ Supply Chain มีความโปร่งใสอย่างแท้จริง

- บริษัทฯ จัดอบรมผ่านระบบ E-learning ในหลักสูตร “การต่อต้านการคอร์รัปชัน” พร้อมทั้งมีการทำแบบประเมินผลเพื่อวัดความเข้าใจ **มีบุคลากรของบริษัทที่ได้รับการอบรม 2,232 คน และผ่านเกณฑ์การประเมินครบทุกคน (เกณฑ์การประเมิน > 90%)**

ปี 2566

- บริษัทฯ จัดอบรมผ่านระบบ E-learning ในหลักสูตร “การต่อต้านการคอร์รัปชัน” พร้อมทั้ง มีการทำแบบประเมินผลเพื่อวัดความเข้าใจ **มีบุคลากรของบริษัทที่ได้รับการอบรม 2,415 คน และผ่านเกณฑ์การประเมินครบทุกคน (เกณฑ์การประเมิน > 90%)**

บริษัทฯ มีกระบวนการในการตรวจสอบ ติดตาม ค้นหาและประเมินความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน ตลอดจนจัดทำแผนป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยงร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดทำรายงานประเมินความเสี่ยงด้านการคอร์รัปชัน โดยหน่วยงานตรวจสอบภายในทำหน้าที่สอบทานระบบการควบคุมภายในว่ามีเพียงพอต่อการป้องกันความเสี่ยงจากการคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีมาตรการในการแจ้งเบาะแส และร้องเรียน เมื่อพนักงานหรือผู้มีส่วนได้เสียที่พบเห็นหรือมีหลักฐาน หรือมีข้อสงสัยว่ามีพนักงานหรือบุคคลซึ่งกระทำในนามบริษัท ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบนหรือคอร์รัปชัน การทุจริตกระทำผิดกฎหมาย การไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตลอดจนจัดให้มีกลไกในการให้ความคุ้มครองและให้ความเป็นธรรมกับผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียน โดยบริษัทฯ จะเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องไว้เป็นความลับ และคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ร้องเรียน เว้นแต่กรณีที่ต้องเปิดเผยตามที่กฎหมายกำหนด

ในปี 2566 ไม่พบการร้องเรียนเกี่ยวกับการต่อต้านคอร์รัปชันในองค์กร

วิธีการร้องเรียนและแจ้งเบาะแส



1. การแจ้งโดยตรงผ่านทางโทรศัพท์ หรือ ทาง E-mail address

ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล
เบอร์โทรศัพท์ 0-2676-2727 ต่อ 2208
0-2676-4492
E-Mail : patchara@snjinter.com
เลขาธุรการบริษัท
เบอร์โทรศัพท์ 0-2676-2727 ต่อ 2812
E-Mail : sumit_k@snjinter.com



2. กล่องรับเรื่องร้องเรียน

- สำนักงานกรุงเทพฯ
- โรงงานอุตสาหกรรมศรีนครินทร์ราชา
- โรงงานนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 1



3. ไปรษณีย์ลงทะเบียนถึง

ประธานกรรมการตรวจสอบหรือประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการ หรือผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลหรือ หัวหน้างานตรวจสอบภายใน หรือ เลขาธุรการบริษัท
บมจ.เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็มเตอร์โพรส์
เลขที่ 2 ก.บราริวาส แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ



4. ในกรณีที่กรรมการบริษัทหรือผู้บริหารเกี่ยวข้องกับการกระทำ หรือเข้าไปมีส่วนร่วมในการคอร์รัปชันให้ยื่นเรื่องร้องเรียนถึงประธานกรรมการบริษัทหรือประธานกรรมการตรวจสอบ



5. ในกรณีผู้ร้องเรียนเลือกที่จะไม่เปิดเผยชื่อต้องระบุรายละเอียดข้อเท็จจริงหรือหลักฐานที่ชัดเจนเพียงพอจะแสดงให้เห็นว่ามีเหตุอันควร เชื่อว่ามีการเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้สินบนหรือคอร์รัปชัน

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนจากลูกค้า คู่ค้า โดยการสื่อสารให้คู่ค้ารับทราบถึงนโยบายของบริษัทฯ ที่ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี บนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรม ดังนั้นในการติดต่อธุรกิจกับบริษัทฯ จะไม่มีการเรียกรับสิ่งตอบแทน หรือข้อเสนอในการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ไม่ว่าจะในรูปแบบใด นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับในองค์กรดำเนินธุรกิจและปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

ขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริง



ผู้แจ้งเบาะแส/ผู้ร้องเรียน



ผู้รับเรื่องร้องเรียน



ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล



เรื่องทั่วไป



เรื่องเร่งด่วน



กรรมการบริษัท
กรรมการบริหาร
เป็นผู้ถูกร้องเรียน

กรรมการผู้จัดการ แต่งตั้งคณะกรรมการ
สอบสวนข้อเท็จจริง ให้ดำเนินการภายใน
30 วัน และเสนอต่อกรรมการผู้จัดการ
เพื่ออนุมัติบทลงโทษ

กรรมการผู้จัดการแต่งตั้งคณะกรรมการ
สอบสวนข้อเท็จจริง ให้ดำเนินการภายใน
15 วัน และเสนอต่อกรรมการผู้จัดการ
เพื่ออนุมัติบทลงโทษ

ประธานกรรมการบริษัท หรือประธาน
กรรมการตรวจสอบ แต่งตั้งคณะกรรมการ
สอบสวนข้อเท็จจริง ให้ดำเนินการภายใน
30 วัน และเสนอต่อประธานกรรมการ
บริษัท หรือประธานกรรมการตรวจสอบ

กรรมการผู้จัดการรายงานผลการ
พิจารณา ต่อคณะกรรมการบริษัท
และ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ

กรรมการผู้จัดการรายงานผลการ
พิจารณาต่อคณะกรรมการบริษัท
และ คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ

ประธานกรรมการบริษัท หรือประธาน
กรรมการตรวจสอบรายงานผลการ
พิจารณาต่อคณะกรรมการบริษัท

การบริหารจัดการความเสี่ยง

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยงว่าเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้บริษัทบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและมีการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถสร้างโอกาสทาง ธุรกิจใหม่ รวมถึงสามารถจัดการกับผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ ในสถานการณ์ปัจจุบันได้ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบาย บริหาร ความเสี่ยง ที่ทั่วถึงองค์กรที่พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตาม และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแล และสนับสนุนการดำเนินงานด้านบริหารความเสี่ยงขององค์กร ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ และเป้าหมายทางธุรกิจ โดยพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ตามสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายในและภายนอกตลอดเวลา ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่ครอบคลุมทั้งในระดับภูมิภาคและทั่วโลก

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะรายงานการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้ทราบถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรตามแผนที่ได้กำหนดไว้ และรับข้อคิดเห็นเพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ด้าน อีกทั้งเพื่อให้เกิดการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร สามารถสร้างกลยุทธ์แผนงานและการดำเนินงานด้านต่างๆ ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการดำเนินงานบริหารความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงถือเป็นส่วนสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและสนับสนุนส่งเสริมให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ ซึ่งการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะต้องพิจารณาปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ทั้งในปัจจุบันและโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อที่จะช่วยให้มองเห็นความเสี่ยงและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และสามารถเตรียมแผนรองรับหรือปรับแผนกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงที ตลอดจนสามารถบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่ลดลงหรือยอมรับได้ ทั้งนี้ บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นต่อองค์กร จึงให้มีคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงขององค์กร รวมถึงทำหน้าที่รายงานผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทปีละ 2 ครั้ง เพื่อตรวจสอบผลการดำเนินงานของกระบวนการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนให้คำแนะนำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

ในปี 2566 ทางบริษัทได้ตระหนักถึงความผันผวนในเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งอาจจะเกิดความเสียหายต่อธุรกิจหรือองค์กร จึงได้กำหนดให้ทบทวนและติดตามความเสี่ยงเดิมและพิจารณาความเสี่ยงใหม่เพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหารความเสี่ยง ทั้งนี้จากความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจทั่วโลก, ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical Conflict) และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพอากาศที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นวงกว้าง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในอนาคต บริษัทจึงได้จัดทำแผนความเสี่ยงทั้งหมด 6 ความเสี่ยง คือ ความเสี่ยงระดับองค์กร (Enterprise Risk), ความเสี่ยงที่เกิดใหม่ (Emerging Risk), ความเสี่ยงด้านลูกค้า (Customer Risk), ความเสี่ยงด้าน IT & Technology และข้อมูลสำคัญส่วนบุคคล (PDPA), ความเสี่ยงด้าน Supply Chain, และความเสี่ยงด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล (ESG Risk) โดยบริษัทจะทบทวนและพิจารณาระดับความเสี่ยง, วิเคราะห์ถึงโอกาสเกิดและผลกระทบ รวมถึงตัวชี้วัดระดับความเสี่ยงในแต่ละประเด็นเพื่อใช้ในการติดตามและวัดผลการบริหารความเสี่ยงนั้นให้มีประสิทธิภาพตลอดทั้งองค์กร

ตารางแสดงสรุประดับความเสี่ยง

ผลกระทบ	I3		C1		
	EN1 & EN2 ET1	S4 ET2 & ET3	S1	C2	
	S2				
		I1 & I2		E1&E3 E4	
	E2	S3			

ความเสี่ยงต่ำมากและคอยติดตามทุก 6 เดือน
ความเสี่ยงต่ำและคอยติดตามทุก 3 เดือน
ความเสี่ยงปานกลางและกำหนดแผนรองรับ
ความเสี่ยงสูงต้องมีแผนรองรับและติดตามทุกเดือน

RISK LEVEL

ความเสี่ยงต่ำ (LOW RISKS)	15 RISKS	ความเสี่ยงต่ำมากและคอยติดตามทุก 6 เดือน
ความเสี่ยงปานกลาง (MEDIUM)	3 RISKS	ความเสี่ยงปานกลางและกำหนดแผนรองรับ
ความเสี่ยงสูง (HIGH RISKS)	-	ความเสี่ยงสูงต้องมีแผนรองรับและติดตามทุกเดือน



ด้านความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ผลกระทบ	โอกาสเกิด	ระดับความเสี่ยง	KRI
Emerging Risk (E)	1. อัตราแลกเปลี่ยนที่มีความผันผวนสูง (Exchange Rate)	2	4	ต่ำ	การขาดดุลอัตราแลกเปลี่ยนเป็น 0
	2. ผลกระทบจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ที่สูงขึ้น มีผลกับการบริหารและการควบคุมต้นทุนการเงินของบริษัท	1	1	ต่ำ	ค่าใช้จ่ายจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงขึ้น
	3. ค่าแรงที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้นตามนโยบายหาสิทธิของรัฐบาลใหม่ ทำให้มีผลกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น	2	4	ต่ำ	ต้นทุนการผลิตในส่วน Direct Labour & over head ไม่เกิน 12%
	4. รัฐบาลมีการปรับอัตราค่าไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น มีผลกระทบต่อต้นทุนสินค้า	2	4	ต่ำ	ต้นทุนค่าไฟฟ้าในการผลิตไม่เกิน 15%
Customer (C)	1. การเติบโตของลูกค้ารายหลักในประเทศมีแนวโน้มลดลง	5	3	ปานกลาง	จำนวนลูกค้ารายใหม่ในประเทศที่เพิ่มขึ้น
	2. การเติบโตของลูกค้ารายหลักต่างประเทศมีแนวโน้มลดลง	4	4	ปานกลาง	จำนวนลูกค้ารายใหม่ต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น
IT & Technology (I)	1. การ Implement ระบบ SAP (HANA) ไม่ตรงตามแผน	2	2	ต่ำ	งบประมาณและระยะเวลาในการ Implement เป็นไปตามแผนที่กำหนด
	2. ข้อมูลรั่วไหลและขาดความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	2	2	ต่ำ	จำนวนความบกพร่องในการบริหารจัดการ Incident Report
	3. ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)	5	1	ต่ำ	จำนวนข้อร้องเรียนด้านข้อมูลส่วนบุคคลเป็น 0
Supply Chain (S)	1. ราคาวัตถุดิบหลักปรับสูงขึ้น	4	3	ปานกลาง	บริหารราคาวัตถุดิบกลุ่มหลัก
	2. อัตราค่าระวางตู้การขนส่งสินค้าต่างประเทศปรับสูงขึ้น (เฉพาะ DAP)	3	1	ต่ำ	อัตราค่าระวางตู้ส่งออกอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด
	3. ค่าใช้จ่ายขนส่งสินค้าในประเทศปรับสูงขึ้น	1	2	ต่ำ	ค่าขนส่งสินค้าในประเทศอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด
	4. อัตราหมุนเวียนสินค้าคงคลังต่ำลง	4	2	ต่ำ	อัตราหมุนเวียนสินค้าคงคลังอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด
Environmental, Social and Governance (EN)	1. การหยุดการผลิตเนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อม	4	1	ต่ำ	การหยุดการผลิตจากปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็น 0
	2. การดำเนินธุรกิจของบริษัทหยุดชะงักเนื่องจากปัญหาด้านแรงงาน	4	1	ต่ำ	การหยุดชะงักของธุรกิจจากปัญหาด้านแรงงานของคู่ค้า เป็น 0
Enterprises Risk (ET)	1. โครงสร้างองค์กรที่ไม่เท่ากัน การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและตลาด	4	1	ต่ำ	การปรับปรุงโครงสร้างองค์กรที่เท่ากันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด
	2. ขาดแผนกลยุทธ์ธุรกิจระยะกลางและระยะยาวที่เหมาะสม	4	2	ต่ำ	แผนธุรกิจได้รับการทบทวนในระยะเวลาที่กำหนด
	3. ความเสี่ยงที่จะเกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจจากการขาดบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ	4	2	ต่ำ	จำนวนบุคลากรในตำแหน่งสำคัญที่ได้รับการทดแทน

1. โครงสร้างกระบวนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทตระหนักดีว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการปฏิบัติในทุกหน่วยงานตลอดทั้งองค์กรและเพื่อสร้างบริหารความเสี่ยงอย่างมีระบบ บริษัทจึงได้กำหนดโครงสร้างกระบวนการบริหารความเสี่ยงตั้งแต่คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงหัวหน้างานและพนักงานในส่วนงานที่รับผิดชอบ โดยกำหนดบทบาทการบริหารความเสี่ยงตามกระบวนการดังนี้

โครงสร้างกระบวนการบริหารความเสี่ยง



2. การกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI) และเกณฑ์การประเมินความเสี่ยง

เพื่อให้มีการประเมินความเสี่ยงมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องทั้งกระบวนการ คณะกรรมการความเสี่ยงจึงได้กำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI) เพื่อติดตาม, ตรวจสอบ รวมถึงประเมินผลสถานะระดับของความเสี่ยงในทุกไตรมาส โดยตัวชี้วัดความเสี่ยงนี้จะช่วยระบุว่าความเสี่ยงนั้นอยู่ในระดับสูง กลาง หรือต่ำ เพื่อให้มีการบริหารความเสี่ยงได้ครอบคลุมมากขึ้น



นอกจากนี้ บริษัทมีการวิเคราะห์ความเสี่ยง โดยจะพิจารณาจากประเภทและระดับของผลกระทบ (Impact) ร่วมกับโอกาสการเกิดความเสี่ยงนั้น ๆ (Likelihood) จนได้เป็นเกณฑ์ระดับความเสี่ยงโดยรวม ที่มีอยู่ 3 ระดับความเสี่ยง เริ่มจากความเสี่ยงต่ำไปยังสูง โดยระดับความเสี่ยงที่บริษัทถือว่าเป็นที่ยอมรับได้ จะมีระดับความเสี่ยงโดยรวมในระดับต่ำและปานกลาง ทั้งนี้ ความเสี่ยงที่มีระดับสูง บริษัทจะจัดทำแผนการบริหารความเสี่ยง (Mitigation plan) เพิ่มเติม เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นๆ ให้ลดลง รวมถึงกำหนดผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาที่แล้วเสร็จ รวมถึงมีการตรวจติดตามตามกระบวนการข้างต้นอีกด้วย

ในปี 2566 ทางบริษัทได้ประเมินความเสี่ยงที่สำคัญ รวมถึงความเสี่ยงใหม่ (Emerging Risk) เพื่อจัดทำแผนความเสี่ยงประจำปี โดยแบ่งออกได้เป็น 6 ด้าน คือ ความเสี่ยงที่เกิดใหม่ ความเสี่ยงด้านลูกค้า ความเสี่ยงด้าน IT & Technology ความเสี่ยงด้านข้อมูลสำคัญส่วนบุคคล (PDPA) ความเสี่ยงด้าน Supply Chain และความเสี่ยงด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาล (ESG) โดยบริษัทจะพิจารณาประเด็นความเสี่ยงในแต่ละด้าน จากความสำคัญที่มาของประเด็นนั้นๆ วิเคราะห์ถึงโอกาสเกิดและผลกระทบ รวมถึงตัวชี้วัดระดับความเสี่ยงในแต่ละประเด็นเพื่อใช้ในการติดตามและวัดผลการบริหารความเสี่ยงนั้นให้มีประสิทธิภาพตลอดทั้งองค์กร

ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ความเสี่ยงระดับองค์กร (Enterprise Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล

ความเสี่ยงระดับองค์กรนั้นมีความสำคัญเพราะสะท้อนให้เห็นนโยบายในการบริหาร, การกำกับดูแลกิจการ วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการกำหนดทิศทางธุรกิจอย่างยั่งยืนผ่านโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจที่ได้อย่างแน่นอน

การประเมินผลกระทบ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ถูกเปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างประชากรที่หลากหลายประเทศเข้าสู่สังคมสูงอายุ สิ่งเหล่านี้จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของสินค้าและบริการที่อาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง หรืออาจจะค่อยๆหายไป ทำให้บริษัทได้กำหนดการทบทวนโครงสร้างองค์กร, แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ และบุคลากรที่สำคัญเพื่อที่จะมีการดำเนินธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้น

มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยงและการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง

บริษัทมีการทบทวนโครงสร้างองค์กรในทุกหน่วยงานจะเห็นว่าการดำเนินงานยังสามารถปฏิบัติงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปฏิบัติงานได้ตามแผนดำเนินธุรกิจที่วางไว้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวในมิติของยอดขาย, การพัฒนาสินค้าใหม่และการสร้าง Innovation Center เพื่อรองรับการทำงานวิจัยในระดับนวัตกรรมที่สร้างการแข่งขันให้กับบริษัทได้ในด้านบุคลากรที่สำคัญบริษัทได้มีการกำหนด successor ที่ตรงติดตามโดยฝ่ายบุคคล และคณะกรรมการบริษัทอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงใหม่ที่เกิดใหม่ (Emerging Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล

ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่เริ่มเกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากสถานการณ์รัสเซีย ยูเครน ตั้งแต่ปี 2565 ที่ยังไม่มีสัญญาณของการยุติความขัดแย้งนี้ อีกทั้งในช่วงปลายปีได้เกิดวิกฤตการณ์ทางทะเลแดงในตะวันออกกลางซึ่งเป็นศูนย์กลางการขนส่งระดับโลกที่เชื่อมระหว่างเอเชียและยุโรป จาก 2 เหตุการณ์หลักนี้ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งทางด้านพลังงานที่ปรับราคาสูงขึ้น, การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) รวมถึงการชะลอการลงทุนในอุตสาหกรรมหลักในหลายประเทศ ทั้งนี้หากสถานการณ์ยังคงยืดเยื้อต่อไปย่อมส่งผลกระทบต่อขยายเป็นวงกว้างและลุกลามทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

ในด้านการเงินนั้นได้รับผลกระทบจากการขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายของสหรัฐที่ยังไม่มีแนวโน้มที่ลดลง ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยน, ธุรกิจการค้าและตลาดการเงิน โดยเฉพาะด้านการนำเข้า-ส่งออกที่มีต้นทุนทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น จึงเกิดภาวะเงินเฟ้อที่กระจายไปทั่วโลก ทำให้ความต้องการด้านอุปโภค บริโภค ลดลงและกำลังซื้อถดถอย ทั้งนี้ยังรวมถึงการเคลื่อนไหวของนักลงทุนที่ย้ายไปตลาดที่ให้ผลตอบแทนสูงซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั้งนี้

การประเมินผลกระทบ

บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศร้อยละ 70 ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งใช้เงินสกุลต่างประเทศทั้ง USD, GBP และ EURO ในการชำระค่าสินค้าจึงมีความเป็นไปได้ที่จะทำให้ต้นทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ยังรวมถึงอัตราดอกเบี้ยและการส่งมอบสินค้าที่อาจเกิดการล่าช้า บริษัทจึงมีมุมมองเป็นความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการเพิ่มเติมทั้งในด้านความเสี่ยงที่เกิดใหม่ให้ครบทุกด้าน บริษัทจึงได้พิจารณาความเสี่ยงที่คิดใหม่ไว้ 5 ด้านคือ

1. ด้านความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์
2. ด้านการปรับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้สูงขึ้น
3. ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน
4. ด้านการปรับราคาน้ำมันดิบทั่วโลก
5. ด้านการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ

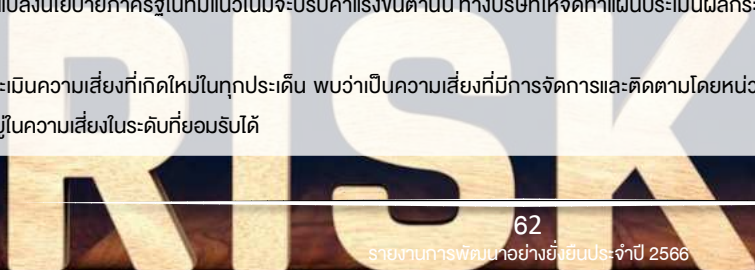
มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยงและการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง

บริษัทมีคณะทำงานเพื่อบริหารอัตราแลกเปลี่ยน โดยติดตามทิศทางและความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทางบริษัทได้ทำการบริหารรายรับและรายจ่ายที่เป็นสกุลเงินเดียวกัน (Natural Hedge) และป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Fixed Forward Rate) โดยมีตัวชี้วัดความเสี่ยงให้ไม่มีการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ผลการดำเนินงานพบว่าบริษัทไม่มีการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งนี้บริษัทมีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเพียงพอ จึงไม่มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน ทำให้ไม่มีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยผันผวน

การติดตามคู่ค้าและลูกค้าในภาพผลกระทบจากเศรษฐกิจในแต่ละประเทศที่มีการซื้อขายว่ามีผลกระทบต่อความเสี่ยงที่ได้อย่างแน่นอน รวมถึงให้มีการประเมินความเสี่ยงล่วงหน้า 3-6 เดือน และติดตามการสั่งซื้อและการส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามแผนงาน โดยมีตัวชี้วัดในการสั่งซื้อของลูกค้าพบว่ายังคงเป็นไปตามแผน และการสั่งซื้อจากคู่ค้ายังคงส่งมอบได้ปกติ

การเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐในที่มีแนวโน้มจะปรับค่าแรงขั้นต่ำนั้น ทางบริษัทให้จัดทำแผนประเมินผลกระทบต่อต้นทุน โดยให้คำนวณผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเป็นรายปี

จากการประเมินความเสี่ยงที่คิดใหม่ในทุกประเด็น พบว่าเป็นความเสี่ยงที่มีการจัดการและติดตามโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีการรายงานหรือจัดทำแผนรองรับแล้ว จึงอยู่ในความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้



3. ความเสี่ยงด้านลูกค้า (Customer Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล

หลังจากสถานการณ์ COVID พุทธิกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมีการเปลี่ยนแปลง เห็นได้ว่ามีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น ความถี่ในการซื้อสินค้าหรือขนาดของสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทำให้แนวโน้มตลาดเครื่องสำอางต้องมีการปรับกลยุทธ์ทั้งช่องทางการตลาด วิธีการขาย ขนาดและราคาที่เหมาะสมและสิ่งสำคัญคือ นวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค เพื่อให้สามารถแข่งขันในกลุ่มเป้าหมายได้

การประเมินผลกระทบ

การแข่งขันในตลาดเครื่องสำอางที่มีสูงขึ้น อาจทำให้ยอดขายของลูกค้าไม่เป็นไปตามเป้าหมาย โดยเฉพาะลูกค้ารายหลักของบริษัทที่อยู่ในประเทศและที่สหราชอาณาจักร หากลูกค้าไม่สามารถปรับกลยุทธ์การตลาดได้ทันทั้งนี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อแผนการสั่งซื้อที่ไดวางไว้กับบริษัท และทำให้รายได้และกำไรไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง/การกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)

บริษัทได้วางแผนในการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ทั้งในและต่างประเทศเพื่อลดการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ รวมถึงการสร้างกลุ่มสินค้าใหม่เพิ่มเติม โดยดูจากทิศทางการเติบโตของตลาดเครื่องสำอางในระดับมหภาคเปรียบเทียบกับกลุ่มสินค้ากลยุทธ์ของบริษัท รวมถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถสร้างยอดขายได้ในระยะยาว

บริษัทมีการตั้งเป้าหมายยอดขายและกำไรเป็นตัวชี้วัด โดยมีแผนการติดตามอย่างต่อเนื่องพบว่าในช่วงครึ่งปีแรกลูกค้ารายหลักมียอดขายคำสั่งซื้อล่วงหน้าเข้ามาจำนวนมาก ทำให้ยอดขายและกำไรสูงกว่าเป้าหมาย ซึ่งยอดขายคำสั่งซื้อครึ่งปีแรกครอบคลุมการขายของลูกค้ารายหลักได้ถึงปี เป็นผลให้การสั่งซื้อในช่วงครึ่งปีหลังต่ำกว่าแผนที่วางไว้ อย่างไรก็ตามบริษัทมียอดขายและกำไรภาพรวมทั้งปีของบริษัทยังเกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

ในส่วนแผนงานการเพิ่มลูกค้าใหม่ยังคงไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ทางบริษัทจึงได้จัดทำกลยุทธ์เพิ่มเติมโดยการกำหนดเจาะลูกค้าใหม่ทั้งในประเทศต่างประเทศ รวมถึงประเทศที่รายยังไม่เคยมีธุรกรรมทางการค้าร่วมกัน โดยผ่านช่องทางต่างๆ ให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้น เป็นผลให้ความเสี่ยงยังคงอยู่ในระดับปานกลางที่ต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง

4. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT & Technology Risk) และด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล

ทางบริษัทได้มีการปรับปรุงเทคโนโลยีดิจิทัลให้มีความทันสมัยเพื่อตอบโจทย์การแข่งขันทางธุรกิจทั้งในส่วนเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ (Hardware) รวมไปถึงการเปลี่ยนโปรแกรมระบบงานต่างๆ ให้มีกระบวนการทำงานที่เหมาะสมต่อธุรกิจเพื่อใช้ในการทำงานและจัดเก็บข้อมูลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ให้รวมถึงการยกระดับระบบการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ (cyber security) ให้เพียงพอและเหมาะสม

การประเมินผลกระทบ

การปรับปรุงระบบ ERP จาก SAP ECC 6 เป็น SAP S/4 HANA ต้องมีการวางแผนและจัดการโดยทีมงานที่มีความเข้าใจทั้งกระบวนการ หากไม่สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน

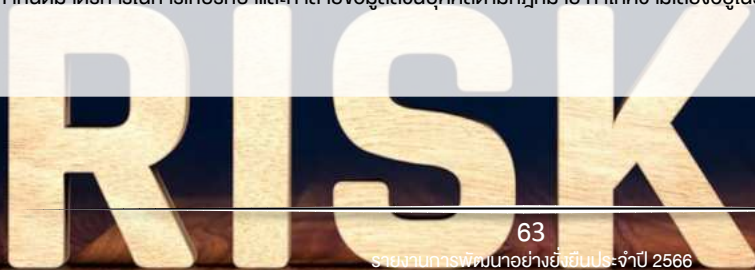
รวมถึงหากมีการคุกคาม โจรกรรม หรือเข้าถึงข้อมูลของบริษัท จะเกิดผลกระทบในวงกว้าง ตั้งแต่ระบบงานต่างๆ ไปจนถึงเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้งาน อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการใดกระบวนการหนึ่ง หรือทั้งระบบของบริษัทหยุดชะงักจนเกิดความเสียหายได้

มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยงและการกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)

บริษัทมีการกำหนดแผนงานการปรับปรุงระบบ SAP S/4 HANA และบริหาร resources ทั้งในส่วน IT และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาและจัดตั้งคณะทำงานของบริษัทเพื่อทำงานร่วมกันให้ได้ตรงตามความต้องการอย่างเหมาะสมในแต่ละส่วน และคณะทำงานนี้จะร่วมกันพิจารณากระบวนการในแต่ละขั้นตอนให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ โดยจัดให้มีการประชุมติดตามระหว่างที่ปรึกษาและคณะทำงานตลอดระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้นจนจบโครงการ ทั้งนี้ตัวชี้วัดของการปรับปรุงระบบ SAP S/4 HANA กำหนดเป็นระยะเวลาและงบประมาณตามแผนงานของแต่ละหน่วยงาน ผลการปฏิบัติงานยังคงเป็นไปตามแผนที่วางไว้

ในส่วนการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ มีมาตรการติดตั้ง Firewall เพื่อป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ รวมถึงตรวจติดตามการ upgrade version ใหม่ให้กับสมัยอยู่เสมอ, ติดตั้งโปรแกรม Anti-Virus ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง, การจำกัดการใช้งานอุปกรณ์เก็บข้อมูลแบบพกพา (Thumb Drive), email ส่วนบุคคล และการจัดการ Server ให้มี back up อยู่ตลอดเวลา จากแผนการ upgrade หรือปรับปรุงระบบตามระยะเวลาที่กำหนด จึงไม่พบการโจมตีทาง Cyber จัดเป็นความเสี่ยงระดับต่ำ

บริษัทได้จัดตั้งคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อรับผิดชอบในการจัดทำนโยบายและแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงประสานงานและรับคำร้องขอใช้สิทธิตามกฎหมายของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงจัดทำแนวทางปฏิบัติเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลนำไปปรับใช้ และกำหนดมาตรการในการเก็บรักษาและทำลายข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมาย ทำให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ



5. ความเสี่ยงด้าน Supply Chain (Supply Chain Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล

จากสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจในระดับมหภาคในเรื่องของค่าเงินที่ส่งผลให้เงินบาทอ่อนค่าลง รวมถึงปัจจัยของราคาน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้น รวมถึงวิกฤตการณ์ทางภูมิรัฐศาสตร์ของรัสเซีย ยูเครน และตะวันออกกลาง ส่งผลให้บริษัทได้รับผลกระทบในส่วนที่สินค้านำเข้าทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ปรับราคาสูงขึ้น อันเนื่องมาจากอัตราแลกเปลี่ยนและค่าขนส่งที่ปรับสูงขึ้น โดยบริษัทมีอัตราการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 70 จากมูลค่าการซื้อสินค้าทั้งหมด ส่งผลให้ต้นทุนของสินค้ามีแนวโน้มสูงขึ้น

การประเมินผลกระทบ

หากสถานการณ์น้ำมันโลกที่ยังคงไม่แน่นอนจากวิกฤตรัสเซีย ยูเครน และการสู้รบในตะวันออกกลางยังไม่มีข้อยุติ ย่อมส่งผลโดยตรงต่อคู่ค้าที่มีการผลิตที่ต้องพึ่งพาพลังงานจากรัสเซียอาจมีการปรับราคาวัตถุดิบหรือบรรจุภัณฑ์สูงขึ้น รวมถึงการส่งมอบที่ล่าช้าทำให้ supply chain ต้องหยุดชะงัก

มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง/การกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)

กำหนดกลยุทธ์ในการซื้อวัตถุดิบที่มีการใช้ในหลากหลายสินค้าและมีการใช้ซ้ำเหมือนกัน (COMMON) ซึ่งเป็นการขอเสนอซื้อสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสมกับราคาควบคุมการบริหารวัตถุดิบคงคลังตามจำนวนที่ต้องการใช้งาน รวมถึงการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ในแถบเอเชียเพื่อลดการพึ่งพาจากคู่ค้าเดิมหรือคู่ค้าที่อยู่ทางยุโรป, ลดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการส่งมอบ ทั้งนี้ต้องทำงานร่วมกันตลอดทั้ง supply chain เพื่อบริหารราคาและวัตถุดิบคงคลังให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสม

ในด้านการส่งออก บริษัทได้จัดทำสัญญาฉบับสำหรับสินค้าที่มีการส่งออกในส่วนที่ทางบริษัทต้องรับผิดชอบค่าระวางเรือคู่สินค้าส่งออกโดยกำหนดอัตราค่าระวางเรือตลอดอายุสัญญา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ราคาต่ำกว่าราคาในตลาดหรือราคา spot rate ซึ่งการทำสัญญาจะช่วยลดความเสี่ยงเรื่องราคาที่ผันผวนอย่างรวดเร็ว เช่นในกรณีนี้สายเรือปรับราคานั้นตามความต้องการของตลาดที่สูงขึ้น

บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัด และให้มีการติดตามความผันผวนของราคาวัตถุดิบกลุ่มหลัก เพื่อใช้ในการประเมินระดับความเสี่ยง รวมถึงตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการส่งออกอย่างต่อเนื่อง จากการดำเนินการในหลากหลายด้าน ส่งผลให้ความเสี่ยงจากความผันผวนด้านราคาและค่าใช้จ่ายด้าน Supply chain อยู่ในระดับต่ำ

6. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม, สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance Risk)

ที่มาความสำคัญและเหตุผล

ในปี 2558 UN ได้ประกาศเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) 17 เป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าว จะถูกใช้เป็นเครื่องกำหนดทิศทางการพัฒนาทั้งของไทยและของโลกนับจากนี้ และในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทจะต้องให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental), สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) ซึ่งมีผลต่อความสามารถในการสร้างกำไร การแข่งขัน ภาพลักษณ์ และการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

การประเมินผลกระทบ

กรณีที่บริษัทไม่ปฏิบัติตามหรือไม่ส่งเสริมหรือไม่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental), สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) อาจส่งผลต่อการสูญเสียตลาด ขาดความเชื่อมั่นในบริษัท จนนำไปสู่ความเสียหายด้านภาพลักษณ์ ด้านการเงิน ไปจนถึงบริษัทอาจจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

มาตรการ/แผนงานบริหารความเสี่ยง/การกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (KRI)

บริษัทได้ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับทางกฎหมายสิ่งแวดล้อม กฎหมายแรงงาน รวมถึงการรักษาสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียด้วยอย่างเสมอภาค รวมถึงกำหนดนโยบายสิ่งแวดล้อม มีการประกาศและสื่อสารในองค์กรอย่างชัดเจน รวมถึงบริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 14001 ได้รับการรับรองจากหน่วยงานรับรองอย่างเป็นทางการและต่ออายุต่อเนื่องทุกปี นอกจากนี้บริษัทได้ขยายขอบเขตไปยังคู่ค้า โดยมีการ ตรวจสอบคู่ค้าเป็นประจำทุกปี และถือเป็นเกณฑ์หลักที่คู่ค้าทุกรายต้องปฏิบัติตาม

บริษัทได้กำหนดตัวชี้วัดเป็นการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือคู่ค้าต้องไม่มีการหยุดชะงักอันเนื่องมาจากปัญหาแรงงาน, สิทธิมนุษยชน และการเลือกปฏิบัติ ซึ่งพบว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทและคู่ค้า มีความราบรื่น สอดคล้องตามแนวทางที่กำหนด ไม่มีข้อร้องเรียนใดๆ จึงจัดเป็นความเสี่ยงระดับต่ำ





INNOVATION

นโยบายส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจ

บริษัท เอส แอนด์ เจฯ มีนโยบายส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยใช้ความแข็งแกร่งด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ ที่มีอยู่ในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้บริโภค ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีความแปลกใหม่แตกต่างจากที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยมีแนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล คำถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัยในการใช้งานของผู้บริโภค มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อทำให้บริษัทได้รับความเชื่อถือ ความไว้วางใจ และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

แนวทางขับเคลื่อนนวัตกรรม

บริษัทเอส แอนด์ เจฯ มีแนวทางการขับเคลื่อนนวัตกรรม ด้วยหลักคิด customer centric ที่คำนึงถึงประโยชน์และความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ ภายใต้หลักจริยธรรมในการดำเนินงาน รวมถึงการให้ความสำคัญ ในผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งทางบวกและทางลบ ดังนี้

- สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภค พลิกค้นด้วยแนวคิดใหม่ เพื่อให้เกิดการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- มุ่งเน้นคัดสรร / สร้างผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Green Beauty
- มุ่งเน้นคัดสรร / สร้างผลิตภัณฑ์กันแดด ที่ไม่มีสารทำลายปะการัง Coral safe sunscreen ตามประกาศของกรมอุทยานแห่งชาติ
- จัดสำรับรับผิดชอบต่อสังคม และ ความปลอดภัยของผู้บริโภค
- ร่วมมือกับภาครัฐ และ หน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อยอด ด้วยการผลักดันการใช้พืชเศรษฐกิจชุมชน มาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์

ประโยชน์ที่บริษัทฯ ได้รับจากการพัฒนานวัตกรรมต่อบริษัทฯ

1. ทำให้เกิดการพัฒนาต่อเนื่องในการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ที่จะตอบโจทย์ผู้บริโภค และสามารถแข่งขันในตลาดได้
2. สามารถยกระดับความสามารถทางนวัตกรรมที่เหนือคู่แข่ง
3. ทำให้เกิดการปรับปรุงระบบ/กระบวนการ/วัฒนธรรมองค์กร
4. ส่งเสริมความน่าเชื่อถือทำให้เกิดความก้าวหน้าทางธุรกิจและสังคมโดยรวม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนานวัตกรรมต่อสังคม

1. ได้รับประโยชน์จากการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ขององค์กรทั้งในภาคเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ทำให้บุคลากรในองค์กรเกิดการพัฒนาศักยภาพและยกระดับความสามารถทางนวัตกรรม
3. ทำให้เกิดความก้าวหน้าทางธุรกิจและสังคมโดยรวม

ปี 2566 : ค่าใช้จ่ายในการพัฒนานวัตกรรม

15 ล้านบาท

ผลการดำเนินงาน

ปี	เป้าหมาย	2562	2563	2564	2565	2566
นวัตกรรมใหม่ที่สร้างยอดขาย (รายการ)	20 รายการ/ปี	17	32	25	24	25
รางวัล หรือ ประกาศนียบัตร (รายการ)	-	5	9	3	12	10
%ความพึงพอใจลูกค้า ด้านการพัฒนาสินค้า	≥85%	89%	88%	90%	85%	86%

ประเภทของนวัตกรรม

1. นวัตกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของธุรกิจ (Uniqueness Innovation)

1.1 ผลิตภัณฑ์มาส์กหน้าให้ผิวโกลว์ ดูกระจ่างใส Transforming Gel to Cream

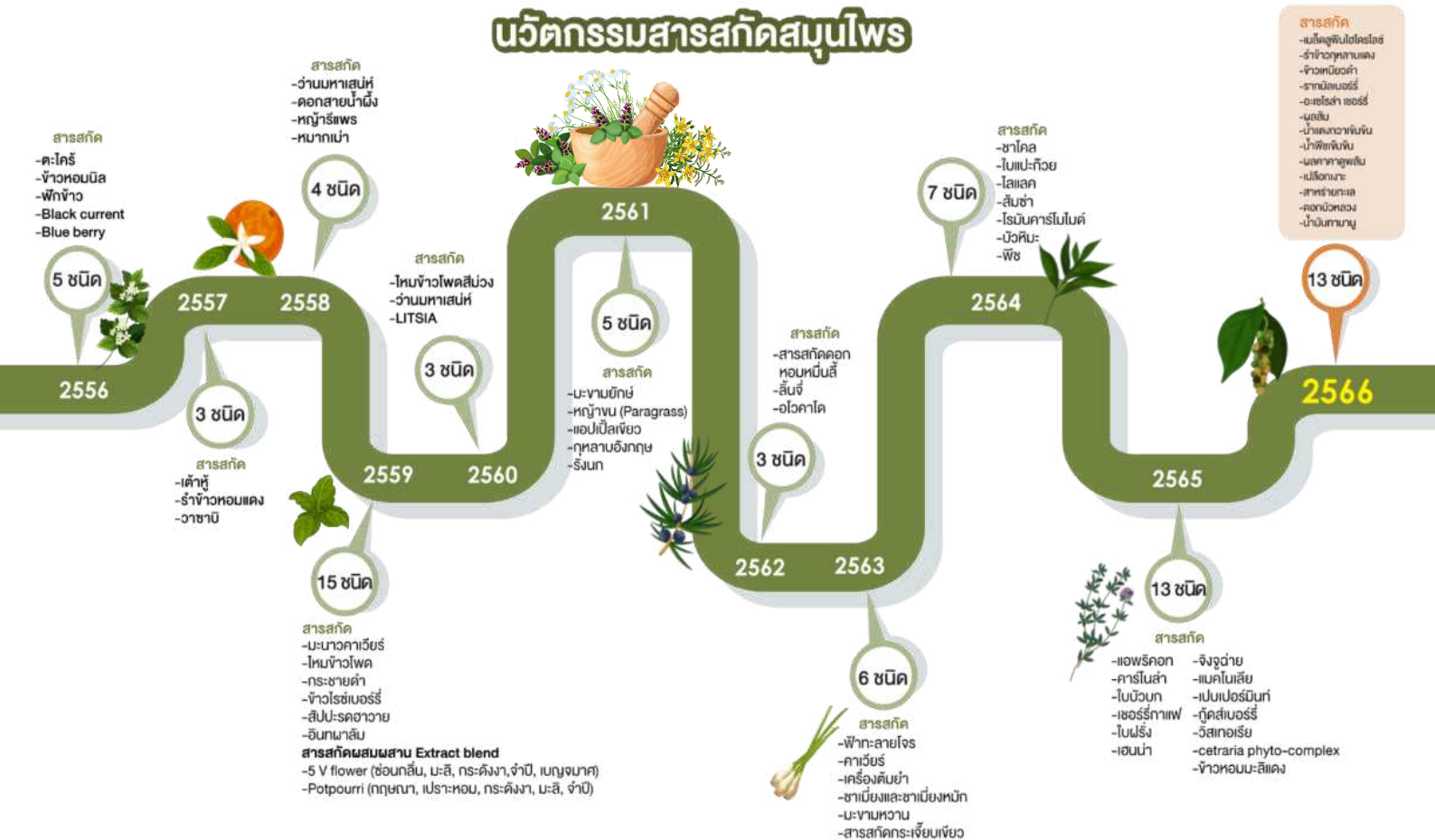
เทคโนโลยีเปลี่ยนรูปจากเจลสู่มาสก์บำรุงผิวกระจ่างใส รูปแบบเนื้อใหม่ล่าสุด พัฒนาสูตรด้วย เทคนิคเฉพาะ เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่ต้องการความแตกต่าง สร้างประสบการณ์ใหม่ในการดูแลผิว จุดอนุสิทธิบัตรสูตรและกรรมวิธีการผลิตเจลมาส์ก Gel to mask และนำเสนอออกขายในตลาดยุโรป

สร้างยอดขาย 1.22 ล้านบาท



PRIMARK SPA HYDRATING FACE MASK

1.2 รายชื่อสารสกัดสมุนไพร ที่บริษัทฯ ได้ทำการศึกษา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน



2.นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นลักษณะทางธุรกิจของบริษัทฯ

การคิดค้น สร้างสรรค์ นวัตกรรมด้วยแนวคิด Best experience ที่ส่งมอบประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานให้กับผู้บริโภค ด้วยเนื้อของผลิตภัณฑ์และการใช้งานที่มีความแปลกใหม่ new experience ผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนรูป transformative และ/หรือ การผสานคุณสมบัติของต่างผลิตภัณฑ์ไว้ในผลิตภัณฑ์เดียว mixology เพื่อส่งมอบคุณค่าการใช้งานที่มากกว่าเดิม ให้กับผู้บริโภคผสมผสานแนวคิดการดูแลสิ่งแวดล้อม **สามารถสร้างยอดขาย 120 ล้านบาท**

ตัวอย่างนวัตกรรม

นวัตกรรมประเภท Cleansing สามารถลดการใช้น้ำจากเดิม 30% เป็น 0

PRODUCT	DESCRIPTION	PICTURE	SALES (MB)
Hi Vis UV Activated Neon Paint	- ผลิตภัณฑ์แต่งแต้มสีส้น ให้แสงโดดเด่นยิ่งขึ้นภายใต้แสงนีออน มอบความสนุกในการแต่งแต้มสีส้นตามสไตล์ที่ต้องการ		0.74
Serum Tint Oil	- นวัตกรรมssu skincare infused makeup with Super Shine & Moisture - Dermatologically tested & Vegan		17.0
Srichand skin essential foundation SPF30 PA+++	4 in1 Blurring เบลอผิวให้ดูเรียบ, Conceal ปกปิดจุดด่างดำ ริ้วรอย, Protect ันตรายจากแสง UV และ HEV, Nourishing บำรุงผิวให้ชุ่มชื้น		17.5
Eye brow wax	- ผลิตภัณฑ์ตกแต่งคิ้ว A newest tinted eyebrow gel with high performance that shapes, defines, sets hairs in place and holds brows in place all day - Simply comb through brows and shape them as desired		22.0
Blink Brow Bar brow tint	-ผลิตภัณฑ์ตกแต่งคิ้วสุดสวต Vegan with Lightweight and natural look - 80% Natural origin and Free from Fragrance, Paraben		0.5
Srichand skin essential fine smooth powder SPF35 PA+++	Skincare infused makeup แป้งพิพผสมรองพื้น ควบคุมความมันได้ยาวนาน 12 ชั่วโมง* ช่วยปกป้องผิวจากรังสียูวีและแสงสีฟ้า		11.6

PRODUCT	DESCRIPTION	PICTURE	SALES (MB)
4U2 YOU'RE MINE POWDER LIPSTICK	Skincare infused in Powdery Matte สูตรติดทนนานแต่ไม่ทำให้ริมฝีปากแห้งกร้าน อดแน่นด้วยอนุภาคเบ็ดสีที่เนียนละเอียด soft-focus effect พร้อมการบำรุง		19.0
KATHY ONSTAGE PERFECT SKIN POWDER	แป้งฟัพนวัตกรรมระดับโลก* จาก Kathy Amrez (นวัตกรรมที่ค้นคว้าวิจัยและได้ตีพิมพ์เผยแพร่ในนิตยสาร C&T นิตยสารวิทยาศาสตร์ เครื่องสำอางระดับโลก) ด้วยนวัตกรรม LUMINOSTAR POWDER แป้งสะท้อนแสง ผิวสวยเล่นแสงทุกมิติ เนื้อแป้งกลืนเข้าผิวพร้อมเทคโนโลยีสารสกัด PROLIPOSOME แป้งห่อหุ้ม		7.3
B. menopause HYDRATING DAY CREAM	An overnight nourishing moisturiser developed for Menopausal skin. With microalgae technology and peptides to improve skin tone and elasticity, this cream helps to plump and hydrate skin whilst you sleep.		1.16 ลดการใช้ น้ำ เป็น 0
B. menopause COMFORTING SLEEP CREAM	A cooling hydrating gel cream developed for Menopausal skin. With peptides to boost hydration to restore supple skin and Niacinamide to even skin tone and texture, this day cream will help to soothe and plump skin.		2.67 ลดการใช้ น้ำ เป็น 0
DR.ILL ADVANCED ANTI- MELASMA CREAM	ครีมแอนโท-เมลาสมา 14 วัน ผิวดูกระจ่างใสขึ้น ด้วยส่วนผสมที่ได้รางวัลนวัตกรรมระดับโลก และสูตรไม่มีการแต่งสี พาราเบน สารปรอท ซิลิโคน สารฟอกขาว สเตียรอยด์ และไม่บีบีบี		17.33
PINKYMAKEUP SUPER EASY MAKEUP REMOVER	นวัตกรรม gel-to-oil-to-cleanser สูตร 3 in 1 ครีมนวดหน้า ล้างเครื่องสำอางกับน้ำได้อย่างหมดจด - ล้างเครื่องสำอาง (Makeup remover) - ล้างหน้า (Face Cleanser) - นวดหน้า ให้ผิวดูสุขภาพดี		0.5

PRODUCT	DESCRIPTION	PICTURE	SALES (MB)
SANCTUARY SPA GOLDEN SANDALWOOD NATURAL OILS THREE - PHASE SHOWER OIL	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาบน้ำ ด้วยสูตรเฉพาะ three phase texture สร้างประสบการณ์ใหม่ในการใช้งาน พร้อมส่วนผสม 97% natural origin คงความชุ่มชื้นยาวนานมากถึง 3 วันหลังการใช้		3.3
LOME SUN PROTECT PLUS ULTRA SPF50+ PA++++	กันแดดเนื้อเบา ด้วยเทคโนโลยี Aeroos ลดความมัน ให้ผิวเบาสบายไม่เหนอะหนะ พร้อมการปกป้องผิวในระดับสูง		0.75
RADFORD BUFF THE EXFOLIANT	สครับขัดผิว ด้วยนวัตกรรม Fiber texture with cellulose scrub ในบรรจุภัณฑ์พิเศษ ช่วยกำจัดเซลล์ผิวเสื่อมโทรมอย่างอ่อนโยน ให้ผิวดูเนียนสัมผัส		0.42

3.นวัตกรรมเครื่องสำอางที่ได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

นวัตกรรมสินค้าใหม่ที่ทางบริษัทฯ ได้คิดค้นและพัฒนา ได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศและระดับโลกในปี 2566 รวมทั้งสิ้น 9 รางวัล

สร้างยอดขาย 440.7 ล้านบาท

ตัวอย่างนวัตกรรม

AWARDS	DESCRIPTION	PICTURE	SALES (MB)
<ul style="list-style-type: none"> - Asian Technology Excellent Awards 2023 - ผลิตภัณฑ์สุขภาพดีเด่น ประเภท นวัตกรรม อย. Quality Award 2023 - Chairman awards 2023 ประเภท Product อันดับ 1 	<p>MISTINE AQUA BASE ULTRA PROTECTION MATTE & LIGHT FACIAL SUNSCREEN PRO SPF50+ PA++++</p> <p>กันแดดเนื้อเบาสบาย ไม่มันผิว ด้วย Aqua matte technology และการออกแบบระบบกันแดดเฉพาะ ผสานสารสกัดจากข้าวหอมมะลิแดง งานวิจัยพืชไทย</p>		316.0
<ul style="list-style-type: none"> ELLE Best of Beauty 2023 #BESTPICK BEST SUNSCREEN 2023 	<p>MIZUMI UV WATER ACTIVE SPORT SPF 50+ PA++++</p> <p>รุ่นสปอร์ต เทคโนโลยีเนื้อ serum-to-silk นุ่ม บาง เบาไม่เหนอะหนะกันน้ำระดับ Very Water Resistant</p>		10.0
<ul style="list-style-type: none"> Chairman awards 2023 ประเภท Product อันดับ 3 	<p>1.THE BODY SHOP ALOE SOOTHING CREAM CLEANSER</p> <p>2.THE BODY SHOP VITAMIN E BI PHASE MOISTURE SERUM</p> <p>SUSTAINABLE SKINCARE: GREEN, CLEAN & ETHIC</p> <p>- สูตร Vegan, Cruelty free ไม่มีส่วนผสม และการทดลองจากสัตว์</p>		28.0

AWARDS	DESCRIPTION	PICTURE	SALES (MB)
The Best Heat Protectant: SELF healthy beauty awards	Hair Proud All Inclusive 5 in 1 Protection Milk		1.70
SILVER AWARD and BEAUTY STEAL	Charles Worthington Moisture Seal Shampoo and Conditioner Moisture seal, Duo moisturizer with encapsulated richy oil complex		3.5
Chairman awards 2023 รางวัลชมเชย	PS Illuminating Foundation High coverage with lightweight And Illuminated skin. Talc free & SPF 20 with Coral safe sunscreen		60.0
Chairman awards 2023 รางวัลชมเชย	TBS Pep talk refillable lipstick 80% Natural Origin lipstick And 12 hours moisturization		21.5

4.นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคม/สิ่งแวดล้อม

บริษัทเอส แอนด์ เจฯ ได้มีการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์กันแดดต่อยอด โดยใช้สารสกัดจากข้าวหอมมะลิแดง ทำให้ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรมจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ สารสกัดจากข้าวหอมมะลิแดงนี้ มีประสิทธิภาพในการต่อต้านอนุมูลอิสระและ สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลและปกป้องผิวจากแสงแดดได้ ผสานกับ Aqua matte technology ภายใต้แนวคิดของการผสมผสานระหว่าง Physical, chemical and biological activities with coral safe sunscreen ด้วยการพัฒนาระบบสารกันแดดที่ละลายน้ำได้ดี และ กระบวนการผสมเฉพาะ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์กันแดดที่มีเนื้อบางเบาไม่เหนียวเหนอะหนะ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

รางวัลนวัตกรรมเครื่องสำอางยอดเยี่ยม ASIAN TECHNOLOGY EXCELLENCE AWARDS 2023



รางวัลผู้ประกอบการ สวก. ดีเด่น อันดับ 3 ที่นำผลงานวิจัยด้านการเกษตรไปใช้ประโยชน์





ในปี 2566 สินค้า Mistine Aqua sunscreen spf 50+ ที่มีการใช้สารสกัดข้าวหอมมะลิแดงเป็นส่วนผสม

สามารถสร้างยอดขาย 316 ล้านบาท

การพัฒนาและปรับปรุง เทคโนโลยีในการผลิต

การพัฒนา และปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิต คือ การพัฒนาการผลิตทั้งในด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และผลิตภาพ (Productivity) นอกจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาคุณภาพ ความเร็ว ตลอดจนความซับซ้อนในการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ ได้แก่

- ปริมาณของการผลิต
- ชนิดของการผลิต
- ลักษณะสินค้าที่ต้องผลิต
- ความหลากหลาย
- ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องมีการพิจารณาถึงความจำเป็นในการพัฒนาระบบการผลิต ช่วงระยะเวลาที่ต้องพัฒนา ทั้งนี้สามารถพิจารณาจากมาตรฐานการผลิต และเปรียบเทียบกับมาตรฐานการดำเนินการตามมาตรฐานปัจจุบันกับตัวแปรอื่นๆ เช่น มาตรฐานโรงงานคู่แข่งที่ใกล้เคียงกัน มาตรฐานของโรงงานตนเองในอดีต หรือ มาตรฐานที่โรงงานได้วางแผนไว้ก่อนดำเนินการผลิต โดยมีแนวคิดที่ควรให้ความสำคัญในการพิจารณาดังนี้

- ความเพียงพอต่อความต้องการ
- ระดับมาตรฐานในการผลิต
- ความยืดหยุ่นในการผลิต
- ความซับซ้อนในการผลิต

กลยุทธ์การพัฒนาระบบการผลิตที่สามารถแข่งขันได้

ภายใต้นโยบายของบริษัทฯ ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าที่ตรงตามข้อกำหนดของลูกค้า และมีความสม่ำเสมอใน 4 กลยุทธ์ได้แก่





Hand Free

คือ แนวคิดการออกแบบ และสร้างเครื่องจักรเพื่อช่วยในการทำงานที่ต้องใช้มือ เช่น งานติดสติ๊กเกอร์



Magic Eye

คือ แนวคิดการออกแบบ และสร้างเครื่องจักร โดยนำเทคโนโลยี Vision sensor มาช่วยในตรวจจับ Lot code, Barcode และ Artwork เพื่อระบบป้องกันความผิดพลาดหรือความพลั้งเผลอของมนุษย์



Homemade

คือ แนวคิดการออกแบบและสร้างเครื่องจักรจากความต้องการของผู้ใช้งานเป็นหลัก และให้ทีมงานวิศวกรที่มีทักษะ และ Innovation ออกแบบและสร้างขึ้นให้ตรงกับความต้องการ สามารถใช้งานได้ง่าย เหมาะสมกับกิจกรรมงานของเรา



Machine Solution

คือแนวคิดการออกแบบ และสร้างเครื่องจักร ที่ช่วยให้พนักงานทำได้ปลอดภัย ง่าย และสะดวก ลดการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน

ตัวอย่างเครื่องจักร : Multi Surface Labelling Machine

Hand Free

Opportunity Creativity Solution

- ทำไมต้องติดด้วยมือ?
- ทำอย่างไร ถึงจะเร็วกว่านี้?
- ทำเป็น Line Continuous ได้ไหม?

ตัวอย่างเครื่องจักร : Multi Surface Labelling Machine

Magic Eye

Before After

Detection by Human Detection by Vision System

- Lot Code
- Barcode / Artwork

ตัวอย่างเครื่องจักร : Multihead Gripper Capping Machine



ตัวอย่างเครื่องจักร : ติดตั้ง Light Curtain Censors

Don't touch me

Machine Solution

Install Light Curtain Censors

Benefit

- Reduce accidents
- Reduce employee injuries

ผลที่ได้จากแนวคิดการพัฒนาและปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิตตามกลยุทธ์ดังกล่าว

สามารถนำมาใช้ในการสร้างเครื่องจักร หรือใช้เป็นอุปกรณ์ในการตรวจสอบตัวสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ทั้งนี้นอกจากจะช่วยลดข้อบกพร่องของตัวสินค้าแล้ว ยังเป็นการลดการเกิดข้อร้องเรียน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าอีกด้วย ประโยชน์ด้านอื่นๆ ที่ได้รับจากการนำเครื่องมือ หรือเครื่องจักรอัตโนมัติมาใช้ในการควบคุมคุณภาพ ได้แก่

Reduce Variability	Increase Efficiency	Ensure safety
เพิ่มความสม่ำเสมอ ในกระบวนการผลิต	เพิ่มประสิทธิภาพ ในกระบวนการผลิต	สร้างความปลอดภัย ในการทำงาน

SUPER “S” TO SUCCESS

นโยบายการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กร

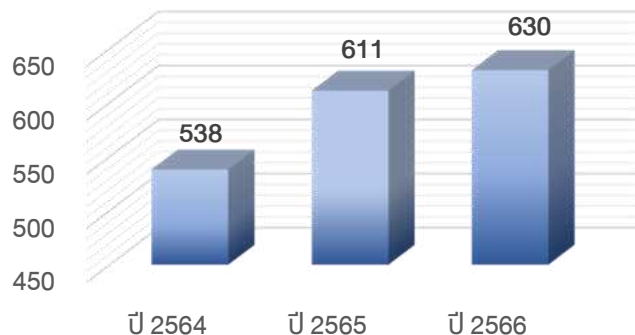
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในการทำงานของพนักงานทุกระดับผ่านโครงการต่างๆ โดยเฉพาะในระดับพนักงานปฏิบัติการ บริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวคิดใหม่ๆ ในการทำงานทั้งในด้าน 5ส. ,ความปลอดภัยในการทำงาน, การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า, การอนุรักษ์พลังงาน, รวมไปถึงแนวคิดในการปรับปรุงกระบวนการทำงานผ่าน โครงการ “SUPER S TO SUCCESS” ซึ่งเป็นการต่อยอดโครงการเขียนข้อเสนอแนะ ในระบบเดิมให้มีหัวข้อที่ครอบคลุมมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างวัฒนธรรมการทำงานเชิงป้องกัน ส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่มและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นระบบ โดยในแต่ละปีจะมีการประกวดผลงานข้อเสนอแนะ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่องและขยายผลสู่การต่อยอดเป็นนวัตกรรมต่อไป



เป้าหมายกิจกรรม

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2566	Performance	% Achieve
1. จำนวนข้อเสนอแนะ	≥ 630 เรื่อง	630 เรื่อง	100%
2. ลดปริมาณขยะ	≥ 2 ตัน	2.2 ตัน	110%
3. ลดต้นทุนการผลิต	≥ 2.4 ล้านบาท	4.14 ล้านบาท	173%

จำนวนข้อเสนอแนะ ปี 2564-2566

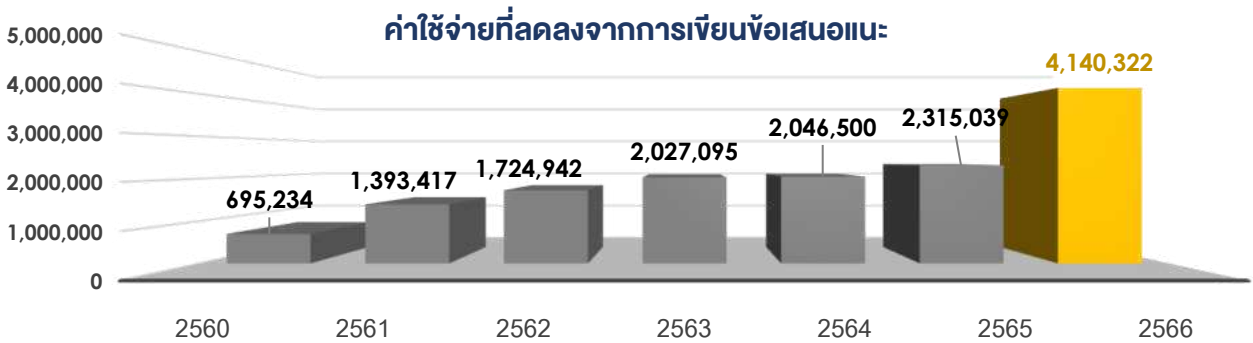


ประเภทข้อเสนอแนะ:

ประเภท	ปรับปรุง วิธีปฏิบัติงาน	ปรับปรุง/สร้าง อุปกรณ์เครื่องจักร	ปรับปรุง เทคนิคการผลิต	ปรับปรุง ด้านความปลอดภัย	ปรับปรุง ด้านสิ่งแวดล้อม
จำนวน (เรื่อง)	235	180	96	70	49
รวมสุทธิ	630 เรื่อง				

ผลที่ได้รับจากโครงการข้อเสนอแนะ:

Quality & Efficiency		Safety		Environment	
ปรับปรุงเครื่องจักร	97 เครื่อง	ลด Incident (อุบัติเหตุการณ์)	70 เรื่อง	ลดขยะ:	556 กิโลกรัม
Production process	28 สินค้า			ลดการใช้กระดาษ	369 กิโลกรัม
SOP/SPI/Form	49 ฉบับ			ลดการใช้น้ำ	236 กิโลกรัม
KM	45 เรื่อง			ลดการใช้พลาสติก	1,003 กิโลกรัม



ตัวอย่างข้อเสนอแนะจากพนักงาน

ชื่อ : PILLING Moidly moid reformon Maccas

Concept
ใช้ถุงมือนำน้ำใส่ถุงมือนำน้ำ

Before
Moid เครื่องกรอง Maccas ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง

After
Moidly moid ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง ใส่น้ำกรองลงในถัง

ผลที่ได้รับ

- ลดค่าใช้จ่าย: 3,800 บาท
- ประหยัดน้ำ: 1,000 ลิตร
- เพิ่มความปลอดภัย: 100%

BEFORE
น้ำรั่วไหลจากก๊อกน้ำตลอดเวลา

AFTER
น้ำไม่รั่วไหลจากก๊อกน้ำ

ประโยชน์ที่ได้รับ

- สามารถลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมเครื่องจักร
- พนักงานทุกคนสามารถแจ้งปัญหาได้ตลอดเวลา



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

นโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีความรับผิดชอบผ่านกระบวนการดำเนินงานที่โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงกรอบจริยธรรมในการดำเนินงานร่วมกับคู่ค้า ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า การบริหารจัดการความเสี่ยงของคู่ค้า ในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Environment, Social, Governance) รวมถึงการประกาศการใช้คู่มือจริยธรรมและแนวทางปฏิบัติ สำหรับคู่ค้า (Supplier Code Of Conduct) ตลอดจนการยกระดับและพัฒนา ศักยภาพแก่คู่ค้า ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ ดังนี้

1. บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึง คุณภาพ (Q) ราคา (C) และการส่งมอบ (D)
2. มีระบบการคัดเลือกคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ที่มีการดำเนิน ธุรกิจตามกฎหมาย คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและสิทธิเด็ก ปฏิบัติตามมาตรฐาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย โดยมีการปฏิบัติต่คู่ค้าบนพื้นฐาน ของการแข่งขันที่เป็นธรรมเสมอภาคและเคารพซึ่งกันและกัน มีการบริหารจัดการ ภายใต้อาคารที่ครอบคลุม ESG
3. รักษาความลับหรือข้อมูลทางสารสนเทศของคู่ค้า ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ ตนเองหรือผู้เกี่ยวข้องโดยมิชอบ
4. สร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจที่ดีต่อกันแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน พัฒนาและเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการเพื่อการเจริญเติบโตร่วมกัน
5. ปฏิบัติตามข้อตกลงทางการค้าและให้ข้อมูลที่ถูกต้องในกรณีที่ไม่สามารถ ปฏิบัติได้ให้รับเจรจากับคู่ค้าเป็นการล่วงหน้าเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและ ป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย
6. ไม่เรียกรับหรือยินยอมที่จะรับทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด ซึ่งอยู่นอกเหนือข้อตกลงทางการค้า

กลยุทธ์และแนวทางบริหารการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญภายใต้กลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่



SUPPLIER CODE OF CONDUCT AND GUIDELINE



ด้านจริยธรรมทางธุรกิจ

- การปฏิบัติตามข้อบังคับกฎหมาย
- การคอร์รัปชันและการตัดสินบน
- การให้รางวัลของจรรยาบรรณ

- การรักษาความลับทางการค้า
- การเปิดเผยข้อมูล



ด้านสังคม

- อาชีวอนามัยและความปลอดภัย
- การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม
- การใช้แรงงานเด็ก

- เงื่อนไขการทำงาน
- การมีส่วนร่วมต่อชุมชน



ด้านสิ่งแวดล้อม

- การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
- ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
- และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- ของเสีย
- สารเคมีและวัตถุอันตราย

กระบวนการปฏิบัติต่อกู้ค้า

บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยด้านความยั่งยืนในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงได้กำหนดประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในมิติของเศรษฐกิจ และการกำกับดูแล สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) มาผสมผสานไว้ในแนวทางการบริหารจัดการคู่ค้า โดยมุ่งเน้นความโปร่งใสและตรวจสอบได้ผ่านกระบวนการ ดังนี้

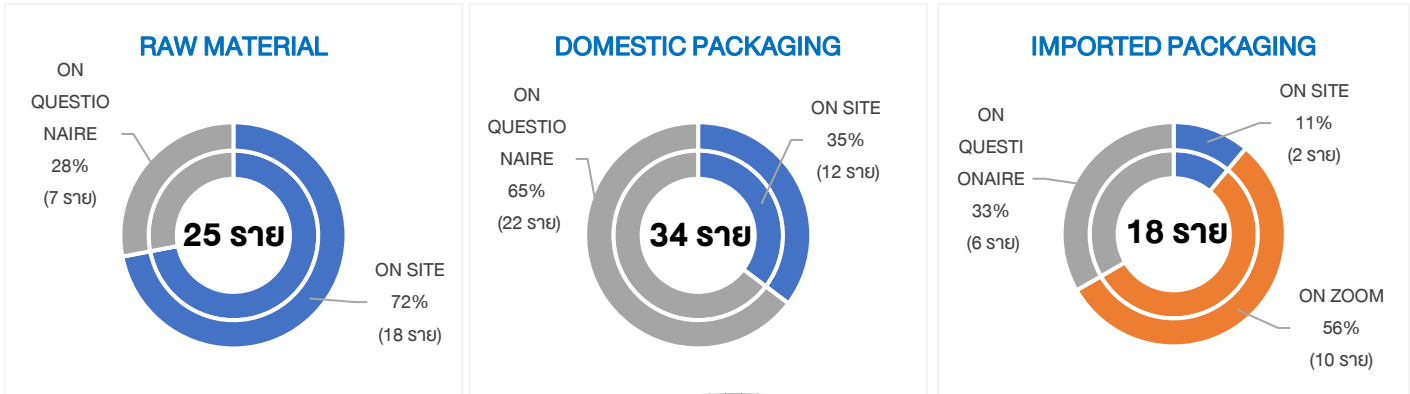


1 การสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า (Supplier Sourcing)

บริษัทฯ มีกระบวนการสรรหาและคัดเลือกคู่ค้า โดยพิจารณาจากความสามารถในการผลิต ที่ตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ความสามารถด้านคุณภาพของคู่ค้า กำลังการผลิต ระบบมาตรฐานต่างๆ ความพร้อมของการบริการ การขนส่ง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย รวมถึงการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าที่ตอบสนอง สังคมและ สิ่งแวดล้อมโดยใช้แบบสอบถามในการประเมินเบื้องต้น และทำการตรวจสอบติดตามให้มั่นใจว่ามีศักยภาพเพียงพอในการบริหารงานที่สามารถเชื่อถือได้

หลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกคู่ค้า

คู่ค้ารายใหม่	คู่ค้าปัจจุบัน
หลักเกณฑ์การประเมินและคัดเลือก <ul style="list-style-type: none"> • คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) • การผลิตและการบริหารจัดการต้นทุนที่เหมาะสม (Cost) • ความสามารถในการส่งมอบและการบริการ (Delivery & Service) • การดำเนินงานที่ครอบคลุมตามหลักการด้านความยั่งยืน (ESG) 	บริษัทฯ มีหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินคู่ค้ารายปัจจุบันทั้งกลุ่ม Raw Material และกลุ่ม Packaging จากคุณภาพของสินค้า ,ปัจจัยความเสี่ยง และผลการดำเนินงาน รวมถึงมีการประเมินการบริการจัดการด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุม ESG



2 การจัดทำทะเบียนคู่ค้า (Approve Vender List)

บริษัทฯ ที่ถูกคัดเลือกจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นคู่ค้าของบริษัทฯ

3 การจำแนกประเภทและประเมินความเสี่ยงคู่ค้า

3.1 การจำแนกประเภทคู่ค้า เพื่อช่วยในการประเมินความเสี่ยงและจัดทำแผนดำเนินงานกับคู่ค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

คู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) หลักเกณฑ์พิจารณา

- คู่ค้าที่มียอดการซื้อขายกับบริษัท >10 ล้านบาทขึ้นไป
- คู่ค้ากลุ่มคู่ค้าที่มีนัยสำคัญทางธุรกิจ ที่อาจส่งผลกระทบต่อลูกค้าอย่างรุนแรงและมีความเสี่ยงในระดับสูงมากหรือสูง
- คู่ค้าในกลุ่มสินค้าทดแทนยากทั้งในด้านวัตถุดิบ หรือบรรจุกิจที่ที่สำคัญๆ

คู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Non-Tier 1) หลักเกณฑ์พิจารณา

เป็นคู่ค้าสำคัญที่จัดหาสินค้าและบริการให้กับคู่ค้าหลัก

3.2 การดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้า

บริษัทฯ กำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าโดยจัดทำเป็น “Purchase Agreement” ประกอบด้วยรายละเอียดในการดำเนินงานด้านต่างๆ เช่น เงื่อนไขการซื้อขาย การส่งมอบ การส่งสินค้า การคืนสินค้า เพื่อให้เป็นมาตรฐานในการทำงานร่วมกัน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการกำหนดระยะเวลาชำระหนี้ให้แก่คู่ค้าโดยไม่เกิน 30 วัน เพื่อให้คู่ค้ามีสภาพคล่องทางการเงินและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

3.3 การประเมินความเสี่ยง

บริษัทฯ จัดลำดับความสำคัญของคู่ค้าผ่านการประเมินความสำคัญคู่ค้าตามกลุ่มประเภทสินค้าและมูลค่าการซื้อขายรวมถึงการประเมินระดับความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานและผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ [เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก](#)

กระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทฯ จัดกลุ่มคู่ค้ารายสำคัญออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่ม Raw Material และกลุ่ม Packaging

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการประเมินความเสี่ยงคู่ค้า โดยเฉพาะกลุ่มคู่ค้ารายหลักที่มียอดการซื้อขาย

กับบริษัทตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีการตรวจประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าจากโอกาสและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นครอบคลุมทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบสถานประกอบการของคู่ค้า (Site Visit) เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน อีกทั้งผลที่เกิดขึ้นจากการประเมิน ESG / การลง Site Visit ในพื้นที่ บริษัทฯ จะนำมาพิจารณาและวางแผนในการพัฒนา/ปรับปรุงร่วมกับคู่ค้าต่อไป

คู่ค้าที่ได้รับการตรวจสอบประเมินด้านความยั่งยืน (ESG) ในปี 2566

Supplier	แผน	ผล	On Site	On Zoom	On Questionnaire
กลุ่ม Raw Material	25 ราย	25 ราย	18 ราย	-	7 ราย
กลุ่ม Packaging					
- Domestic Packaging	34 ราย	34 ราย	12 ราย	-	22 ราย
- Imported Packaging	18 ราย	18 ราย	2 ราย	10 ราย	6 ราย
รวมสุทธิ	77 ราย	77 ราย	32 ราย	10 ราย	35 ราย

การประเมินความเสี่ยงคู่ค้า

ระดับคู่ค้า (เกรด)	คะแนนประเมิน	การแปลผล
A	90-100	ดีมาก : ผ่าน
B	75-89	ดี : ผ่าน
C	60-74	พอใช้ : ผ่าน
D	0-59	ควรปรับปรุง

คู่ค้าที่มีผลการประเมินอยู่ระดับ D ที่มีคะแนนอยู่ในระหว่าง 0-59 จะจัดอยู่ในกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยงสูง

ประเด็นความเสี่ยงของคู่ค้า : บริษัทฯ มีการสรุปประเด็นความเสี่ยงแยกในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ : เรื่องการกระจุกตัวของคู่ค้า จากหลายปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้บริหารจัดการความเสี่ยงโดยจัดทำแผนเพิ่มจำนวนคู่ค้ารายใหม่ แต่ยังคงให้ความสำคัญในการพัฒนาคู่ค้ารายเดิมให้มีศักยภาพ ทั้งในด้านคุณภาพ การส่งมอบ และ การให้บริการ

ผล : ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มีคู่ค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น อีกทั้งลูกค้ารายเดิมก็สามารถเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้า ตอบโจทย์ด้านคุณภาพ และการส่งมอบสินค้าได้ทันเวลาที่กำหนด

ด้านสังคม / สิ่งแวดล้อม : เรื่องการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสังคม/สิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการขยายผลในการพัฒนาคู่ค้าและคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่เพื่อการดำเนินธุรกิจด้วยการดูแลสังคม/สิ่งแวดล้อม โดยการจัดทำแผนพัฒนาความรู้แก่คู่ค้า และเพิ่มหัวข้อในการประเมินคู่ค้าทั้งรายใหม่/รายเดิมโดยเฉพาะคู่ค้ารายหลักที่ครอบคลุมการประเมินและพัฒนาที่ครอบคลุม ESG (รายละเอียดเพิ่มเติมอยู่ในหัวข้อการพัฒนาคู่ค้า)

สรุปประเด็นความเสี่ยง ในปี 2566 ประเด็นความเสี่ยงของคู่ค้าในภาพรวมจะอยู่ในระดับความเสี่ยงต่ำแต่บริษัทฯ ก็ยังมีแผนพัฒนาคู่ค้าในประเด็นต่างๆ อย่างต่อเนื่องดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น

4 การติดตามผลการปฏิบัติงาน

บริษัทฯ มีการประเมินศักยภาพของคู่ค้า ทั้งในด้านระบบคุณภาพ และจริยธรรมการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า เป็นรายไตรมาส โดยมีการให้ข้อมูลผลการประเมินและให้คำแนะนำทั้งจุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุงให้ทางคู่ค้ารับทราบ อีกทั้งร่วมจัดทำ Project ในการปรับปรุง

5 การสร้างความสัมพันธ์และการพัฒนาคู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพและยกระดับความสามารถของคู่ค้าทั้งในด้านการผลิต การส่งมอบสินค้า ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้คู่ค้ามีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้บริษัทฯ ได้จัดให้มีการอบรม ศึกษาดูงาน การประชุมร่วมกับคู่ค้า และตรวจประเมินคู่ค้าประจำปี เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจร่วมกันของคู่ค้าและบริษัทฯ โดยมีแนวทางพัฒนาคู่ค้า (Supplier development program) ดังนี้

1.ด้านบรรษัทภิบาล

ตามที่บริษัทฯ ได้ร่วมประกาศเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล บริษัทฯ ได้มีการจัดสัมมนาให้กับคู่ค้ารายหลักเพื่อ “ขยายแนวร่วม (คู่ค้า) ต่อต้านคอร์รัปชัน สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน”

โดยในปี 2566 ดำเนินการขยายผลการประกาศเจตนารมณ์ไปยังคู่ค้าหลักครบ 100%



2. ด้านจริยธรรมทางธุรกิจ

ปี 2566 บริษัทฯ ได้ให้ความรู้และเป็นที่ปรึกษาแก่คู่ค้า ในการขอรับรองระบบมาตรฐานแรงงานไทย/มาตรฐาน SEDEX:SMETA เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของคู่ค้าด้านสังคม โดยเฉพาะการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนและการใช้แรงงานเด็ก

The 4 pillars of a SMETA 4 เสาหลักของ SMETA



ร้านค้าที่ขอรับรองมาตรฐาน SEDEX : SMETA

Year	2563	2564	2565	2566	Total
Supplier (ราย)	49	9	10	11	79

3. ด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

การขยายพันธมิตรด้านบรรจุกภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย แนวคิด Circular Economy

บริษัทฯ ได้ขยายพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาบรรจุกภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 และจากนโยบายของบริษัทฯ ในด้าน Green Packaging ในปี 2566 จึงส่งเสริมให้ Local Packaging Converter ผลิต Packaging จากเม็ด PCR ทั้ง ขวด กระปุกและหลอด ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด Circular Economy โดยอยู่บน 3 หลักการสำคัญ คือ การออกแบบสินค้า และบริการที่เน้นการรักษาต้นทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการหมุนเวียนวัตถุดิบและสินค้า และลดการเกิดของเสียและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

จำนวนคู่ค้าด้านบรรจุกภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปี 2563
125 ราย

ปี 2564
68 ราย

ปี 2565
31 ราย

ปี 2566
35 ราย

รวมทั้งสิ้น
259 ราย

ตัวอย่าง Green Packaging ที่พัฒนาร่วมกับคู่ค้า

3.1

Reduce Plastic (Slim Cap and Shoulder less tube)



3.2

Carbon Black Free Packaging



3.3

Ocean PCR



3.4

Mono Material Sachet



ในปี 2566 บริษัทฯ เชิญคู่ค้า Contractors, Outsourcing เข้าร่วมรับฟังการชี้แจงนโยบายและกฎระเบียบด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม จำนวน : 204 บริษัท 309 คน



การพัฒนาคุณค่า

จากข้อมูลการจัดซื้อในปี 2566 ร้านค้าที่มียอดสั่งซื้อติดอันดับ TOP THREE ของบริษัทฯ พบว่ามียอดสั่งซื้อมูลค่ารวมกันกว่า 600 ล้านบาท และมีจำนวนรายการที่สั่งซื้อรวมกันกว่า 8,000 รายการ ทั้งนี้ บริษัทดังกล่าวนอกจากจะมีรายการสั่งซื้อจำนวนมากแล้วก็มีจำนวน NC ที่เกิดขึ้นอยู่ในเกณฑ์ที่สูงด้วยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ร้านค้า	ยอดซื้อ MB	จำนวนรายการที่สั่งซื้อ	จำนวน NC ที่พบ
A	458	4,695	NC 11.4 %
B	145	2,224	NC 8%
C	72	1,333	NC 7%



ผลการพัฒนาคุณค่า

จากการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เดือน ส.ค. % NC ของลูกค้าลดลง จากเฉลี่ย 11.4 % เหลือ 3.65%

ตัวอย่างประเด็นที่พัฒนา

1.Function การใช้งาน	ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด
2.ความสวยงาม	สีและการพิมพ์งานไม่ได้มาตรฐาน
3.ฝุ่น	ที่จับอยู่กับตัวชิ้นงาน

แนวทางการพัฒนา

- 1.บริษัทฯ ได้ร่วมทำการวิเคราะห์หาสาเหตุในแต่ละประเด็น พร้อมให้คำปรึกษาแนวทางการแก้ไขร่วมกันเช่น การออกแบบอุปกรณ์เป่าฝุ่นในกระบวนการผลิต
- 2.บริษัทฯ ติดตามผลการแก้ไขปัญหาและจัดประชุมร่วมกับร้านค้าไตรมาสละครั้ง



การบริหาร

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

นโยบายการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่าและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยบริษัทฯ มีแนวทางในการสร้างเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

- นำเสนอ และ พัฒนา สินค้าให้ตอบโจทยผู้บริโภค อย่างต่อเนื่องโดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อน
- One Stop Service & Solution Provider
- มีการสำรวจข้อมูลให้กับลูกค้าในด้านต่างๆ โดยเฉพาะข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และการแข่งขันในตลาดเพื่อให้มั่นใจ ได้ว่าสินค้าที่ผลิตสามารถแข่งขันได้ในทุกมิติ
- ให้บริการด้านข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ Regulation Compliance อย่างเป็นประจำ, อัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่องและ พร้อม share trend ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและคาดการณ์ / ประเมินเหตุการณ์ต่างๆ ให้กับลูกค้าเพื่อให้รับทราบถึงแนวโน้ม หรือผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม Demand and Supply ที่จะมีต่อลูกค้าในแต่ละตลาดนั้นๆ
- ช่วยเหลือและแนะนำลูกค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจ่าย ซึ่งรวมไปถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ในมุมมองความยั่งยืนมากขึ้น
- เพิ่มกิจกรรมร่วมระหว่างลูกค้า ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน

กระบวนการในการเพิ่มลูกค้ารายใหม่

Key Success ที่สำคัญ คือการให้ความสำคัญด้านการจัดทำแผนการหาลูกค้ารายใหม่ที่ขยายตัวออกไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านทั้งช่องทาง Online และ On Site



- Mailing lists
- Virtual Business Matching
- Social media eg. LinkedIn
- Virtual Innovation Day
- Referral จากลูกค้าที่เคยทำงานด้วย และยิงเป้ากับโครงการทำงานร่วมกับเรา

- จัด Exhibition 3 ครั้งในประเทศ
- จัด Exhibition 4 ครั้งในต่างประเทศ ในทวีปเอเชีย เอเชียตะวันตก ยุโรปและ อเมริกา
- จัด Road trip visit ลูกค้าใน Europe, Asia, America

NEW CUSTOMERS 2564-2566

ZONE	ACTUAL 2564		ACTUAL 2565		ACTUAL 2566	
	Customers	Total	Customers	Total	Customers	Total
Domestics	9	17.6 MB	8	30 MB	11	19.6 MB
Asia and Japan	10	31.5 MB	8	10 MB	4	7.11 MB
EU,UK	4	40 MB	1	1 MB	1	3.27 MB
US	6	4 MB	4	5 MB	5	21.9 MB
TOTAL	29	93.4 MB	21	46 MB	21	51.87 MB

CUSTOMER PERSPECTIVE

	2564	2565	2566
Customer Retention %	99%	87%	83%
Customer Satisfaction %	86%	86%	86%

การสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าเพื่อความยั่งยืน



Clean & Green Products

ผู้บริโภคมองหาสินค้าที่มี concept แนวรักษ์โลกมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสินค้า Format ใหม่ที่จะส่งเสริมการลดใช้สารเคมี ในสูตรการใช้ทรัพยากรน้ำ ที่ลดลง โดยที่ ปัจจุบันเราจะใช้ concept นี้เป็นรากฐาน ในการนำเสนอสินค้าต่างๆให้กับลูกค้าและ เสนอราคาที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ โดย ยังคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ ทั้งลูกค้า และ ผู้บริโภคจะได้รับอีกด้วย

สร้างยอดขาย 52 ล้านบาท



Dupe cosmetics

แนวความคิดการซื้อ /ขายสินค้าในราคา ที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้แต่ยังได้สินค้าที่ดีหรือดีกว่า เมื่อเทียบกับสินค้าที่มีราคาสูง) ผลกระทบ ในเรื่องของเศรษฐกิจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เรา มีการวางแผนเพื่อนำเสนอสิ่งที่ตอบโจทย์ ให้กับลูกค้า ในช่วงภาวะเศรษฐกิจลักษณะนี้ ในปี 2566 นี้เรามีการร่วมคิดค้นสินค้า ที่ใช้ Dupe concepts

สร้างยอดขาย 300 ล้านบาท



บริษัทร่วมกับลูกค้าในการออกแบบและ คิดเลือกวัตถุดิบหรือบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม ได้แก่
1.สูตรการผลิตใน Zone Europe มีการ พัฒนาเปลี่ยนมาใช้ RSPO Grade ซึ่งเป็น แหล่งการผลิตปาล์มน้ำมันจากแหล่งทดแทน อย่างยั่งยืน

สร้างยอดขายกว่า 250 ล้านบาท



ในปี 2566 S&J ได้มีการร่วมงาน Exhibition ทั้งในประเทศและต่างประเทศทั้งหมดร่วม 7 งาน โดยทุกงานเรา เน้น concept Sustainable beauty ซึ่งจะเป็นการสื่อสารกับ ลูกค้า ว่าทั้งองค์กรของเรามี Focus เรื่อง sustainability โดยส่งผ่านในเรื่องของ กิจกรรมทั้งภายในและภายนอก สินค้าที่ถูกพัฒนาต่างๆ และ ยังเป็นการกระตุ้นให้ ลูกค้ามีแนวร่วมการพัฒนาสินค้าให้ยั่งยืนทั้งในเชิงธุรกิจและสิ่งแวดล้อม

ต่างประเทศ

ในประเทศ



บริษัทฯ เห็นความสำคัญของการสร้างสัมพันธ์ที่ดี กับลูกค้า นอกจากบริษัทฯ จะคิดค้นผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้ว บริษัทฯยังคิดค้น ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์และตรงกับผู้บริโภคทำให้ ลูกค้ามียอดขายสูงสุด จนทำให้บริษัทได้รับรางวัล บริษัทที่สามารถทำยอดขายสูงสุดจากลูกค้า บริษัทนวัตกรรมฯ อีกด้วย

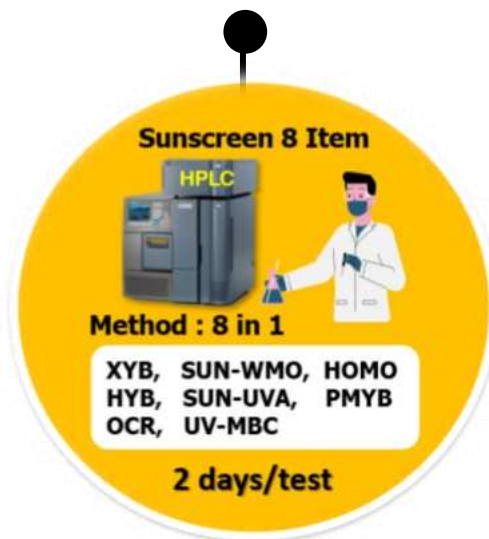
ขยายขอบข่ายการรับรอง ISO/IEC 17025 ของวิธีวิเคราะห์ปริมาณสารกันแดด 14 รายการ

วัตถุประสงค์ :

1. ขอบข่ายการรับรอง ISO/IEC 17025 วิธีวิเคราะห์ปริมาณสารกันแดด จาก 8 เป็น 14 รายการ เพื่อรับรองความสามารถของห้องปฏิบัติการ ในการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กันแดด และ OTC products.
2. ลดระยะเวลาตรวจวิเคราะห์
3. ลดปริมาณการใช้และทิ้งสารเคมีเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์

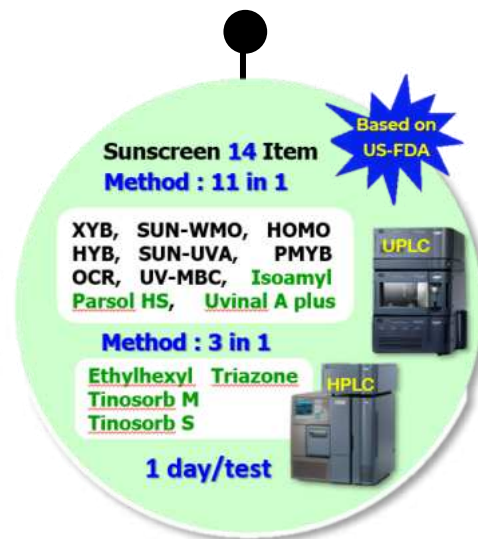


ปี 2565

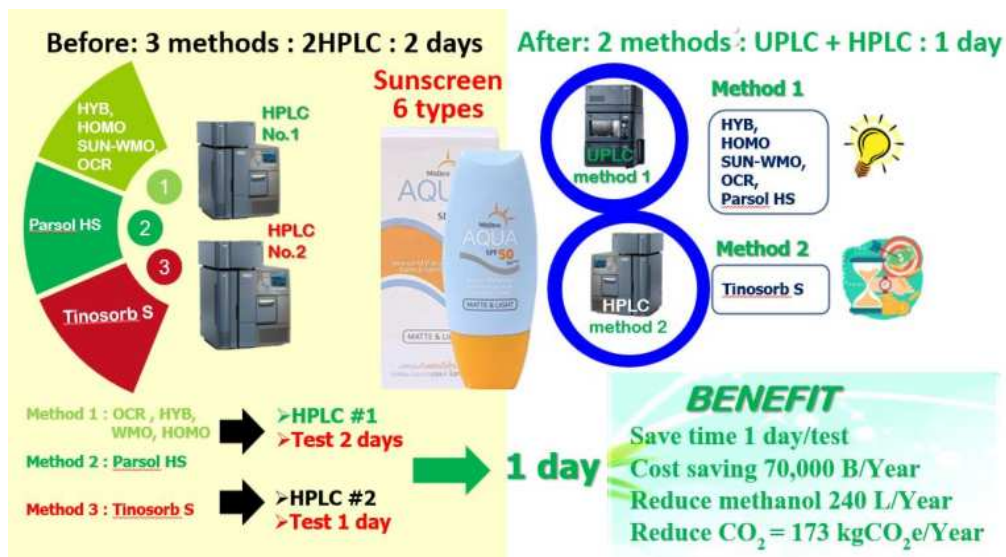


ปี 2566

ได้รับการรับรองวันที่ 22/09/2566



ตัวอย่างผลของการปรับปรุง



การประเมิน

ความพึงพอใจลูกค้า

บริษัทฯ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการประเมินความพึงพอใจอย่างเป็นระบบในการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า เพื่อนำไปเป็นแนวทางประกอบการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ได้มีการสื่อสารความคิดเห็นของลูกค้ายไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการปรับปรุงสินค้าและพัฒนาการบริการได้อย่างถูกต้อง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ายอย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเวลาที่ โดยบริษัทดำเนินการสำรวจความพึงพอใจปีละ 1 ครั้ง ผ่านหัวข้อการประเมิน ดังนี้

หัวข้อในการประเมิน	ผลประเมินความพึงพอใจ	
	2565	2566
1.Innovation	85%	85%
2.Research & Development	85%	85%
3.Packaging Sourcing & Development	81%	81%
4.Product Delivery	97%	95%
5.Product Quality	88%	98%
6.CSR & Sustainability	89%	88%
7.Service	87%	85%



เป้าหมายความพึงพอใจ

85%

ผลการดำเนินงาน

86%

ผล	2563	2564	2565	2566
ลูกค้าภายในประเทศ	88%	88%	90%	90.5%
ลูกค้าต่างประเทศ	85%	84%	85%	84%

ประเด็นที่พบ

ในหัวข้อที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดยังคงจะเป็นในหัวข้อ Packaging Sourcing & Development ซึ่งจะมีปัจจัยภายนอกได้แก่ คู่ค้าต่างประเทศที่ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนาสินค้าและส่งมอบ ทั้งนี้บริษัทฯ จำเป็นต้องดำเนินการแก้ไขต่อไปตามแนวทางการดำเนินงานที่วางแผนไว้แล้วอย่างเป็นระบบ

แนวทางการพัฒนา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดสายห่วงโซ่อุปทานได้หาแนวทางแก้ไขร่วมกัน โดยนอกเหนือจากจัดหาวิธีการทำงานเชิงรุกโดยจัดทำแผนพัฒนา Packaging Library Timeline ตั้งแต่ปี 2565 เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าที่มีตัวอย่างพร้อมแล้วนั้น ในปี 2566 บริษัทฯยังร่วมพัฒนากับคู่ค้าโดยจัดทำ Localize Partner Strategy เพื่อช่วยให้ลูกค้าได้รับของที่มีราคาถูกลงและเร็วขึ้นเนื่องจากไม่มีค่าขนส่งจากต่างประเทศและลดมลภาวะจากกระบวนการขนส่ง อีกทั้งเป็นการพัฒนาคู่ค้าในประเทศให้มีความพร้อม สามารถตอบโจทยตลาดต่างๆ มากขึ้นอีกด้วย

Packaging Library Timeline



2565
(Initiation & Planning)

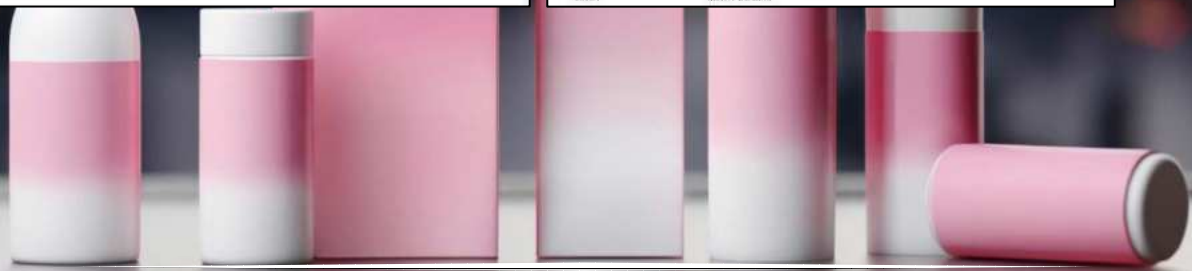
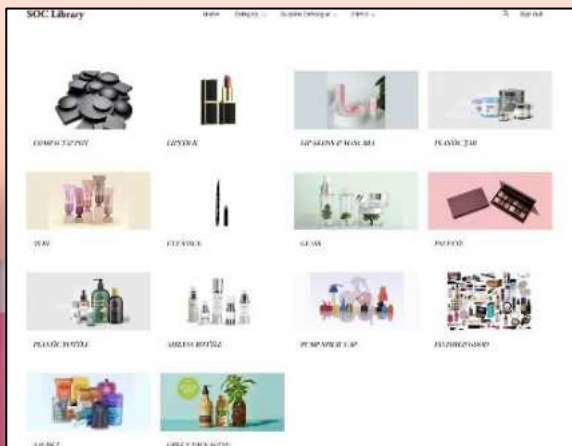
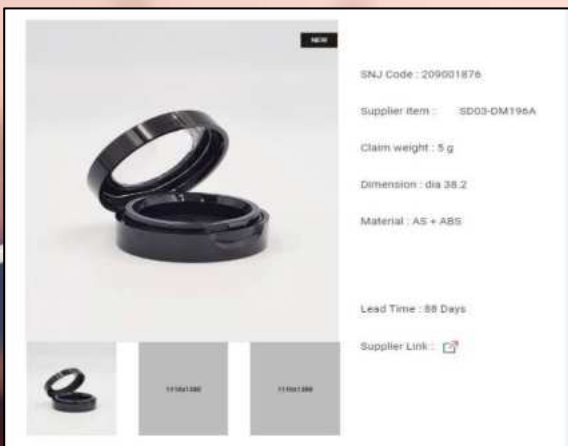
- Project Kick off
- Supplier engagement and information
- Input data
- Program development - Sourcing website

2566
(Execution & Close)

- Execution plan
- Golive - March, 2566
- Lesson Learned
- Improvement
- Close - July, 2566

2567
(Focus Group)

- Focus Group by Customer
- Trend analysis
- Internal workshop (S&J)
- External workshop (S&J vs Customer)





การบริหารคุณภาพ ผลิตภัณฑ์/สินค้า

การบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์/สินค้า คือ การดำเนินงานที่ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ การมอบหมายและการควบคุมในกระบวนการต่างๆ โดยมีเป้าหมายร่วมกัน เพื่อส่งมอบสินค้าที่ตรงตามมาตรฐาน ความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจให้กับลูกค้า นอกจากตัวสินค้าแล้ว การสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ (Confident & Trust) จากทางลูกค้าด้วย ซึ่งเป็นการสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

แนวทางในการบริหารคุณภาพสินค้าของทางบริษัท

- ความมุ่งมั่น (Commitment) ในการที่จะผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า
- การผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสินค้านั้นปลอดภัยต่อผู้บริโภค
- การสร้างระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐานลูกค้าที่มีความหลากหลาย

ความมุ่งมั่นในการผลิตสินค้าให้ตรงตามมาตรฐาน ตรงตามความต้องการ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

บริษัทฯ มีนโยบายและเป้าหมายในการผลิตสินค้าที่นอกจากจะปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดต่างๆของระบบคุณภาพและความคาดหวังของลูกค้าแล้ว บริษัทฯ ยังคำนึงถึงการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อการบริหารคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ได้มีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนในองค์กรเข้าใจ และปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เป้าหมายคุณภาพ: เพื่อให้ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สอดคล้องตามนโยบายคุณภาพ บริษัทฯจึงกำหนดเป้าหมายคุณภาพ เพื่อให้ทุกหน่วยงานได้มีแนวทางในการปฏิบัติดังนี้



หัวข้อ	เป้าหมาย
1. % ความพึงพอใจของลูกค้า	85%
2. % การส่งมอบ	
2.1 NPD	100%
2.2 EXSISTING PRODUCT	98%
3. จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้า	0.3%

การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพที่สอดคล้องกับกฎหมายและคุ้มครองผู้บริโภค

นอกจากการประยุกต์ใช้ระบบบริหารคุณภาพที่เป็นมาตรฐานสากล และมาตรฐานของลูกค้าแล้วการดำเนินการผลิตนั้นต้องสอดคล้องกับกฎหมายต่างๆ ทั้งในประเทศและกฎหมายต่างประเทศปลายทางที่ส่งสินค้าออกขาย

บริษัทมีมาตรการอย่างเข้มงวด ในการผลิตสินค้าให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอางและกฎหมายต่างๆ ที่คุ้มครองผู้บริโภค ตั้งแต่การเลือกใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัย การรับรองประสิทธิภาพของสารสำคัญในการออกฤทธิ์ การให้ข้อมูลในการใช้งาน และข้อควรระวัง บนฉลากสินค้า การป้องกันการปนเปื้อน การผลิตสินค้าถูกต้องตามสุขอนามัย การจัดเก็บ การกระจายสินค้า การรับคำสั่งเรียนสินค้า จนถึงการผลิตสินค้า หากพบว่าสินค้านั้นมีความเสี่ยงที่จะเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

ความรับผิดชอบด้านคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ จะครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบพัฒนาสินค้า การผลิตสินค้า การกระจายสินค้า จนถึง การดูแลคุณภาพหลังการขาย บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายในกรณีการเรียกคืนสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจร่วมกับลูกค้า แม้จะไม่มีกรณีการเรียกคืนสินค้าในปัจจุบัน แต่ทางบริษัทฯ ก็ได้มีการจำลองสถานการณ์ Mock up recall เพื่อให้มั่นใจในประสิทธิภาพการเรียกคืนหากเกิดป็นเหตุขึ้น

นโยบายการเรียกคืนสินค้า

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในความรับผิดชอบต่อคุณภาพสินค้าที่ผลิตจากทางบริษัทฯ หากสินค้านั้นมีความเสียหาย อันเกิดจากข้อบกพร่องจากวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ที่ใช้ในการผลิตจากกระบวนการผลิตและการขนส่งที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อผู้บริโภคหรือจากการที่สินค้าไม่เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตที่ตกลงกัน บริษัทฯ ยินดีรับผิดชอบในการรับคืนสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และตรงตามความต้องการที่กำหนด

มาตรฐานระดับสากล ที่บริษัทขอการรับรอง

ASEAN GMP

ISO9001: 2015

ISO 22716 : 2007

นอกเหนือจากมาตรฐานดังกล่าวแล้ว เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในระบบการจัดการด้านคุณภาพ (Quality Management System) บริษัทฯ จึงขอการรับรองมาตรฐานต่างๆ เพื่อตอบโจทยลูกค้าในแต่ละประเทศ

HAS23000 (HALAL)

Qualsi drugs

**CGMP
(21 CFR part 210 and 211)**

เพื่อรองรับการผลิตสินค้า
ส่งขายกลุ่มลูกค้ามุสลิม

เพื่อรองรับการผลิตสินค้า
ส่งขายลูกค้าประเทศญี่ปุ่น

เพื่อรองรับการผลิตสินค้า
ส่งขายลูกค้า ประเทศสหรัฐอเมริกา

ในปี 2567 บริษัทฯ ยังได้รับอนุญาตสถานที่ผลิตเพื่อผลิตสินค้าประเภทเครื่องมือแพทย์ และมีการเตรียมสถานที่ผลิต ในการผลิตสินค้าเครื่องสำอางที่มีการใช้สารเคมี Anti-disinfectant และการผลิตสินค้าประเภท Household อีกด้วย

การสร้างความตระหนักในการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพ

เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพและสอดคล้องตามมาตรฐานต่างๆ บริษัทฯ ได้มีการทบทวนความรู้ตลอดจนสร้างความเข้าใจกับพนักงานในรายละเอียดของมาตรฐานรวมถึงการทบทวนข้อกำหนดต่างๆของลูกค้า เพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ มาตรฐานสำคัญๆที่มีการทบทวนประจำปีได้แก่ มาตรฐาน GMP, มาตรฐานระบบคุณภาพ มาตรฐานระบบความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

การบริหารจัดการระบบคุณภาพสมัยใหม่

จากการขอรับรองมาตรฐาน CGMP (Good Manufacturing practices) ในการผลิตสินค้าประเภท OTC (Over-The-Counter) บริษัทฯได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการคุณภาพโดยใช้แนวคิด Modern Quality ตามระบบของ USFDA เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานในระดับที่สูงกว่าการผลิตสินค้าประเภทเครื่องสำอาง เป็นการสร้างระบบที่พิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้น และส่งผลต่อทุกกระบวนการไม่ใช่เพียงกระบวนการผลิตเท่านั้น โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันหาแนวทางในการป้องกัน/แก้ไข ก่อนที่ปัญหานั้นจะเกิดขึ้น เป็นการใช้ทักษะการคิดหลายแบบได้แก่ Analytical thinking, Critical thinking และ System thinking เพื่อประมวลผลข้อมูล จัดระเบียบข้อมูล และนำแนวคิด Modern Quality มาดำเนินการผ่านการจัดการความเสี่ยงในด้านคุณภาพ (Quality Risk Assessment) ดังนี้



บริษัทฯ ใช้แนวคิดการบริหารจัดการความเสี่ยงเป็นพื้นฐานในการบริหารจัดการงานประจำวัน (Daily Management) เพื่อให้พนักงานทุกคนมีแนวคิดการจัดการความเสี่ยงในการทำงานอย่างเป็นระบบ (Risk-Base Thinking) ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนากระบวนการบริหารคุณภาพและสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการทำงานขององค์กร ช่วยให้องค์กรสามารถผลิตสินค้าและบริการที่สอดคล้องตามข้อกำหนด รวมถึงองค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ เมื่อความเสี่ยงได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม

การประเมินประสิทธิภาพของระบบบริหารคุณภาพ (Quality System Management Performance)

การพิจารณาสมรรถนะและประสิทธิภาพของระบบคุณภาพของบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจว่าระบบบริหารคุณภาพที่บริษัทฯ ดำเนินการสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การประเมินประสิทธิภาพของระบบบริหารคุณภาพของบริษัทฯ โดยใช้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จากทางลูกค้าและผู้บริโภคในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่างๆ
- ความสำเร็จในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ได้ครบตามจำนวน และตรงตามเวลาที่กำหนด
- คำร้องเรียนที่ได้รับจากลูกค้าและผู้บริโภค

บริษัทฯ มีการติดตามประจำปี และ รายงานผลการติดตามทุกเดือน เพื่อดำเนินการปรับปรุง กรณีที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายอย่างเร่งด่วน นอกจากการติดตามผลการดำเนินงานด้านการจัดการระบบคุณภาพแล้ว การรักษาระบบมาตรฐานที่นำมาประยุกต์ใช้ให้ถูกต้อง ตรงตามแต่ละข้อกำหนดเป็นอีกเรื่องที่สำคัญอย่างมาก ทั้งนี้จัดให้มีการดำเนินการตรวจติดตามภายในทุกมาตรฐานอย่างเคร่งครัด ตามแนวทาง Process approach โดยให้ความสำคัญในการตีความข้อกำหนดอย่างถูกต้อง และการเชื่อมต่อกันของระบบ แทนการตรวจเฉพาะการประยุกต์ใช้เฉพาะหน่วยงาน ทำให้สามารถสะท้อนภาพรวมของระบบ และประสิทธิภาพในภาพรวม ทั้งนี้ทีมตรวจติดตามภายใน จะคัดเลือกจากพนักงานที่มีความรู้ในงาน เข้าใจในภาพรวมธุรกิจ และผ่านการอบรมการตรวจติดตามภายใน จากองค์กรที่ได้รับมาตรฐาน ได้แก่ ASEAN GMP, ISO22716, ISO9001, HAS23000, CGMP เป็นต้น

ขั้นตอนการควบคุมกระบวนการ บริหารคุณภาพของผลิตภัณฑ์



ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

นโยบายความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

บริษัทเอส แอนด์ เจฯ มีความมุ่งมั่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย โดยมีแนวทางการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดเป็นไปตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานต่างๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภค บริษัทฯได้มีการศึกษา พัฒนาและวิจัยองค์ความรู้ ตลอดจนคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ โดยดำรงไว้ซึ่งคุณภาพและความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานด้านการสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ศาสนา และสถานะทางสังคม ซึ่งรวมถึง เด็กและผู้สูงอายุ โดยอยู่บนพื้นฐานของการเคารพกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง คำนึงถึงสิทธิของผู้บริโภค และกระบวนการที่จะส่งเสริมผู้บริโภคได้ตระหนักรู้ประโยชน์ และมีความเข้าใจในการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัย

2561

พัฒนาวิธีการทดสอบประสิทธิภาพของสารสกัดสมุนไพร

- ประสิทธิภาพในการชะลอวัย
- ประสิทธิภาพในการกำจัดอนุมูลอิสระ

กำหนดมาตรฐานในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค

- การทดสอบการระคายเคืองต่อดวงตา

2562

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติในการปกป้องผิวจากมลภาวะ (anti-pollution)
- พัฒนาการทดสอบประสิทธิภาพในการปกป้องผิวโดยใช้กล้อง Scalar Video Loupe

2563

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีคุณสมบัติติดทนไม่เลอะหน้าากอนามัย

- ประสิทธิภาพป้องกันแสงสีฟ้า (blue light protection)

2564

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Anti-bacteria เพื่อช่วยดูแลผิวจากแบคทีเรีย
- การยกเลิกการใช้ น้ำหอม ที่มีส่วนผสมของสารที่ก่อให้เกิดอาการระคายเคือง
- การพัฒนาสินค้าในกลุ่ม Vegan friendly
- การทดสอบการระคายเคือง ในสินค้า sensitive skin

2565

การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม Clean beauty

- PEG Free
- SLES Free

2566

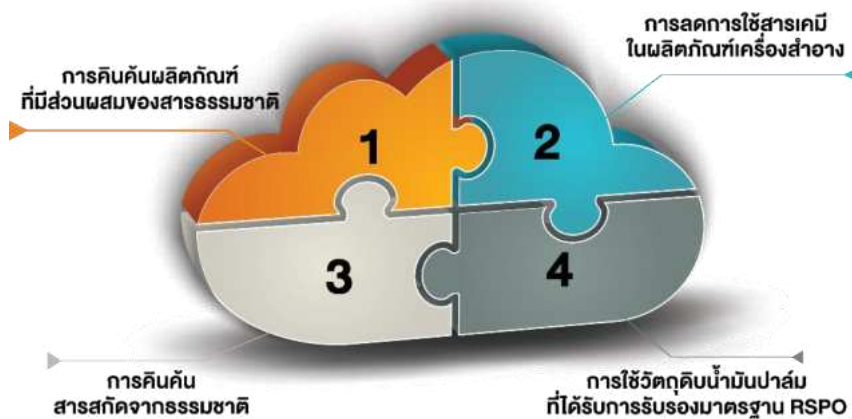
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Phenoxyethanol free เพื่อผู้บริโภคที่มีความไวต่อสารกันเสีย
- การประเมินอาการระคายเคืองตา ในผลิตภัณฑ์กันแดด

การให้คำปรึกษากับผู้บริโภคที่อาจเกิดอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบวิธีการใช้ และดูแลตนเองในการใช้เครื่องสำอางอย่างถูกวิธี โดยเภสัชกร

ทั้งนี้ในปี 2566 ได้มีการให้คำแนะนำในการใช้ผลิตภัณฑ์ในด้านความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค จำนวน 11 ราย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตระหนักถึงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ เพื่อลดการเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ ตลอดวัฏจักรชีวิต โดยมีแนวทางการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ดังนี้



1.ลดปริมาณสารเคมีอันตราย

ด้วยจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จึงปรับลดการใช้สารเคมีที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และมุ่งใช้วัตถุดิบทดแทนจากพืชเศรษฐกิจตามธรรมชาติเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองต่อนโยบายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค จากการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว ตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน **สามารถลดปริมาณการใช้สารเคมีอันตรายลงได้ 614,457 Kg**



เป้าหมาย : ยกเลิกการใช้สารเคมีอันตรายในผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ภายในปี 2573

รายการ	2554	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566
ปริมาณสารเคมีอันตรายที่ใช้	100,118	65,872	47,048	43,027	36,121	32,658	28,187	26,094	6,027	1,571
ปริมาณการใช้ที่ลดลง (kg) เทียบกับปี 2554		34,246	53,070	57,091	63,997	67,460	71,931	74,024	94,091	98,547
ปริมาณการใช้ที่ลดลง (%) เทียบกับปี 2554		34.21	53.01	57.02	63.92	67.38	71.85	73.94	93.98	98.43

2.ลดการใช้สาร ที่ก่อให้เกิดความระคายเคือง	บริษัทฯ ได้ลดการใช้สารที่ทำให้เกิดความระคายเคืองในส่วนขององค์ประกอบ น้ำหอม Lyral โดยพัฒนาสูตรทดแทน ตั้งแต่ปี 2563
3.ลดปริมาณ การใช้เม็ดพลาสติก	ปริมาณการใช้เม็ดบีกส์ ในสินค้าที่เป็นกลุ่ม Polyethylene scrub (เม็ดบีกพลาสติก) เป็น 0 kg ตั้งแต่ปี 2563
4.การใช้น้ำมันปาล์ม ที่มีการปลูกอย่างยั่งยืน	ในปี 2565 บริษัทฯ ได้รับ CERTIFIED SUSTAINABLE PALM OIL เพื่อแสดงถึง ความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมโดยใช้น้ำมันปาล์ม ที่มาจากกระบวนการปลูกอย่างยั่งยืน



ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการรับรอง RSPO Certified
จำนวน 22 รายการ

ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาด้วยการใช้ RSPO Certified เป็นองค์ประกอบในสูตร

จำนวน 95 รายการ



ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (ด้านสินค้าและบริการ)

ในการพัฒนาสินค้าใหม่ บริษัทฯ ดำเนินการถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยมีการศึกษา/พัฒนาวิธีการทดสอบตลอดจนขั้นตอนการออกแบบสูตรให้ถูกต้องตามข้อกำหนดการผลิตเครื่องสำอาง เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ว่ามีความปลอดภัย มีคุณภาพที่น่าเชื่อถือ



นอกจากนี้ ในฉลากผลิตภัณฑ์จะมีการให้ข้อมูลคุณสมบัติ วิธีการใช้สารที่เป็นส่วนประกอบ และยังมีการระบุค่าเตือนในฉลาก เพื่อให้ผู้ใช้งานได้มีการใช้งานอย่างระมัดระวัง หากพบว่าเกิดอาการแพ้ ควรดำเนินการอย่างไร

ฉลากผลิตภัณฑ์

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กันแดด สำหรับเด็กที่มีการทดสอบ Dermatologically tested และ Ocular irritation (Tear free test) รวมถึงการให้ข้อมูลวิธีใช้ และคำเตือนที่เหมาะสม



นโยบาย Green initiative



บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และโดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และพัฒนาสังคมสู่ความยั่งยืน บริษัทเอส แอนด์ เจฯ จึงได้วางนโยบายและแนวทางการดำเนินธุรกิจตลอดสายห่วงโซ่คุณค่า ที่เริ่มต้นจากกระบวนการออกแบบและพัฒนาสูตร การจัดซื้อ จัดหา วัตถุดิบ การผลิต และการส่งมอบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

Sustainability Vision

“Our goal is building Sustainability lives and work by through awareness that sustainability matters, we committed to optimize our actions such that all Sustainability pillars are fairly supported”

GREEN COSMETIC

เอส แอนด์ เจซ ให้ความสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการรักษาสมดุลทางธรรมชาติ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและยังมีส่วนร่วมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

GREEN FORMULA

PRODUCT	2563	2564	2565	2566
Natural origin products	11 items	24 items	77 items	63 items
Coral safe	N/A*	8 items	20 items	29 items
Product used RSPO	1 items	22 items	106 items	117 items
Waterless formula	8 items	9 items	6 items	11 items

NATURAL ORIGIN PRODUCTS



WATSONS Cream Body scrub



MISTINE Yogurt Body Lotion



Living Nature lipstick coral sea

CORAL SAFE PRODUCTS



Mistine Aqua Sunscreen Pro SPF 50



MIZUMI Active Sport SPF 50+



AVIANCE UV Expert SPF 50+

RSPO CERTIFIED PRODUCT



SUPERDUG Cleansing balm



SAINSBURY NUDE



SUPERDRUG ME+ Hydrating spf 50+

WATERLESS FORMULA



SANCTUARY Shower oil



NUTRIMETICS Gentle pore refiner



PINKYMAKEUP easy remover

CLEAN BEAUTY

PRODUCT	2563	2564	2565	2566
PEG Free products	3 items	10 items	37 items	6 items
SLES free products	2 items	5 items	6 items	16 items
Talc free products	25 items	15 items	42 items	43 items
Aluminum free products	0 items	2 items	0 items	0 items

PEG FREE PRODUCTS



BOOTS Aqua hydrating moisturizing gel



AVIANCE UV Expert SPF50+ PA++++



4U2 Skin primer

SLES FREE PRODUCTS



Boots Ingredients Shampoo



Arome by Watsons Botanical Shampoo



Boots Nature's series shampoo

TALC FREE PRODUCTS



E.L.F. 83314 Powder blush palette



PS Illuminating foundation-Porcelain

GREEN PACKAGING

จากแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งสู่ Green initiative บริษัทฯ สนับสนุนการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภท “Green packaging” หรือบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถนำกลับเข้าสู่วงจรได้ใหม่ ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์และสัตว์ และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Road map of Green Packaging from 2561-2568





กระบวนการดำเนินงานด้าน Green Packaging



ผลการดำเนินงานด้าน Green Packaging



Green Packaging : Supplier lists

ปี	Local (ราย)	Oversea (ราย)	Total (ราย)
2563	73	52	125
2564	51	17	68
2565	8	23	31
2566	2	23	35

GREEN OPERATIONS

ความตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

จากนโยบายและวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในโรงงาน (Green Operation) ถือว่าเป็นประเด็นสำคัญในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความเชื่อมต่อและสนับสนุนซึ่งกันและกันตลอดสายห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ภายใต้นโยบาย “Green Initiative” ซึ่งมีจุดประสงค์หลักคือ การสร้างความตระหนักในการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงการดูแลและใส่ใจต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



Green Operations

คือ การดำเนินกิจกรรม ต่างๆ ในทุกระบบการ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่างๆ มีแนวทางการดำเนินการ เป็น 4 กลุ่มย่อย ดังนี้

- **Energy Saving**
การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า
- **Solar Energy**
การใช้พลังงานสะอาด
- **Resources Management**
การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
- **Waste Management**
การจัดการขยะ/ของเสีย

ความมุ่งมั่นในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บมจ.เอส แอนด์ เจฯ มีจุดมุ่งหมายในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพโดยตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจที่มีผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร อันเกิดจากแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดเก็บ การส่งมอบสินค้า จนถึงผู้ใช้ปลายทางภายใต้เจตจำนงที่จะรักษาสิ่งแวดล้อมโดยกำหนดเป็นแนวทางการปฏิบัติงานดังนี้

1. ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนดลูกค้า สนธิสัญญาและมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม
2. บริหารจัดการเพื่อมุ่งเน้น การป้องกัน การลด การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงการกำจัดสิ่งที่ทำให้เกิดมลพิษกับสิ่งแวดล้อม
3. มุ่งพัฒนาสมรรถนะด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
4. ส่งเสริมการพัฒนาวิถีชีวิตเพื่อให้เกิดการนำทรัพยากรมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
5. ส่งเสริมการลดการใช้ทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
6. ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



เป้าหมายระยะสั้น

เป้าหมาย :

ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
ที่เกิดจากกิจกรรมต่างๆ

> 14,000 Ton CO₂/ Year

ผลที่ได้ :

ปี 2566

ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

24,069 Ton CO₂ / Year



เป้าหมายระยะยาว



**Carbon
Neutrality
in 2583**








**Carbon
Net Zero
in 2593**

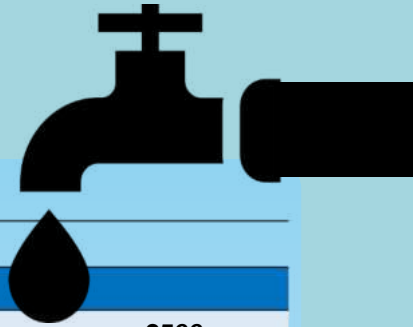
การกำหนดประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

หน่วยงาน	ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม	แนวทางการดำเนินการ	ผลการดำเนินงานปี 2566
ด้านการวิจัยพัฒนา	การออกแบบสูตรและการใช้วัตถุดิบ	- การออกแบบสูตรและเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	Green Formula Product 20 ITEM ปี 2563 ↓ 220 ITEM ปี 2566
ด้านจัดซื้อจัดหา	การออกแบบการใช้บรรจุภัณฑ์	- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ลดการใช้พลาสติก - การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถ recycle	จำนวนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 54 ITEM ปี 2563 ↓ 814 ITEM ปี 2566
ด้านการผลิต	การใช้พลังงานต่างๆ ในกระบวนการผลิต	- โครงการอนุรักษ์พลังงาน (การลดการใช้ไฟฟ้า)	การใช้ไฟ (ชั้นต่อผลิตภัณฑ์) ลดลง 10 % เทียบปี 2563 ปี 2566 ลดลง 5.36%
		- โครงการบริหารจัดการน้ำ (การลดการใช้น้ำ)	การใช้น้ำ (ชั้นต่อผลิตภัณฑ์) ลดลง 5% เทียบปี 2563 ปี 2566 เพิ่มขึ้น 6.25 % การนำน้ำ RO Reject กลับมาใช้ใหม่ เป้าหมาย = 17,000 m ³ ผล = 18,706 m ³
		- โครงการ Solar Cell	% การใช้ไฟจาก Solar Cell (SJ11) เป้าหมาย : เวลากลางวันครบ 100% ปี 2566 ครบ 100%
		- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกครอบคลุมทุกพื้นที่ (GHG Scope 1+ Scope 2)	% การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ครอบคลุมทุกพื้นที่ (Scope1+2) เป้าหมาย : ลดลง 5% เทียบกับปีฐาน 2566 (เริ่มปี 2567)
	ปริมาณขยะกากอุตสาหกรรมและของเสียต่างๆ	จัดทำโครงการ Land fill	การเผาทำลายขยะในเตาเผาปูนซีเมนต์ เป้าหมาย เป็น 0 ปี 2566 เป็น 0

ผลการดำเนินงานโครงการ Green Initiative ปี 2566

Categories	หัวข้อ	เป้าหมาย (Ton CO ₂)	ผลที่ได้ (Ton CO ₂)
Green Operations			
 Energy Saving	การลดการใช้ไฟฟ้า Electricity Saving	800.00	1,260.30
	การลดการใช้ไอน้ำ Steam Saving	450.00	377.10
	การลดการใช้เชื้อเพลิง Fuel Saving	50.00	135.30
 Green Energy	การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ Solar cell	6,000.00	10,990.00
 Waste Management	Land fill (Industry waste)	-	-
	Fuel Blending (Industry waste)	50.00	4,778.80
	Recycle (Industry waste)	1,200.00	1,046.60
	Soil fertilizer from sludge	120.00	3,010.70
	Garbage ขยะจากโรงอาหาร	10.00	6.30
 Resource Management	การลดการใช้น้ำ (Water Saving)	10.00	14.80
	การลดการใช้กระดาษ (Paperless)	2.00	0.44
	การลดการใช้สารเคมี (Chemical Reduction)	400.00	653.70
	การลดการใช้วัสดุต่างๆ (Material Reduction)	1,000.00	217.90
Green Cosmetic			
 Green Process	Green Manufacturing (Personal care)	50.00	47.90
	Green Manufacturing (Make up)	5.50	6.20

รายละเอียดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม



1. การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

1.1 การใช้น้ำในกระบวนการผลิต

เปรียบเทียบปริมาณการใช้้ำในกระบวนการผลิต

ปริมาณการใช้้ำ/ปี (m ³)	2564	2565	2566
โรงงานศรีราชา	161,834	162,185	222,997
โรงงานปิ่นทอง	41,440	48,667	57,651
รวม	203,274	210,852	280,648

เปรียบเทียบปริมาณน้ำที่ใช้ต่อชิ้นผลิตภัณฑ์ (Intensity)

ปริมาณการใช้้ำต่อชิ้น ผลิตภัณฑ์ (m ³ /pcs)	2564	2565	2566
โรงงานศรีราชา	1.70	1.70	1.90
โรงงานปิ่นทอง	1.30	1.20	1.40
เฉลี่ย	1.50	1.50	1.70

1.2 การบริหารจัดการน้ำเสีย (ปริมาณน้ำเสียที่เข้าสู่บำบัด/ผลวิเคราะห์น้ำเสีย)

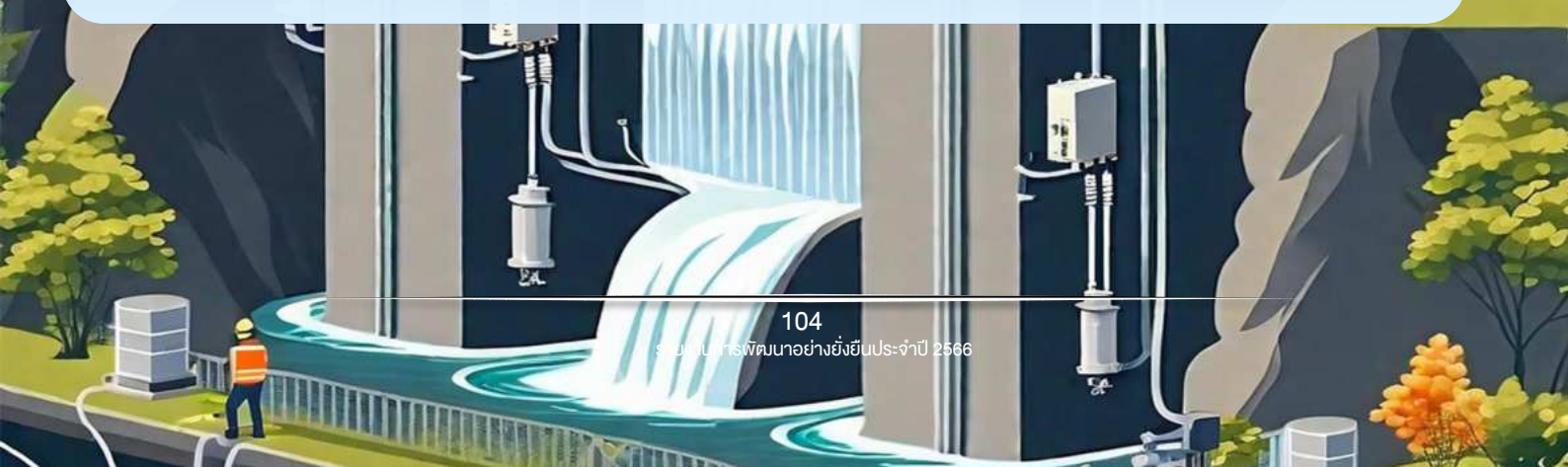
ปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยออก

ปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยออก (m ³)	2564	2565	2566
โรงงานศรีราชา	88,819	82,686	84,741
โรงงานปิ่นทอง	26,655	33,681	43,125
เฉลี่ย	115,474	116,367	63,933

ผลวิเคราะห์น้ำเสียที่ปล่อยออกจากบริษัท

ปริมาณน้ำเสียที่ปล่อยออก(m ³)	ค่ามาตรฐาน**	2564	2565	2566
Biochemical Oxygen Demand : BOD				
โรงงานศรีราชา	< 120 mg/l	21.3	12.8	80.70
โรงงานปิ่นทอง		4.9	6.3	3.56
Chemical Oxygen Demand : COD				
โรงงานศรีราชา	< 500 mg/l	122.7	99.9	130.28
โรงงานปิ่นทอง		36.8	42.5	45.96

** เกณฑ์มาตรฐานใช้ตาม ค่าที่สวนอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์และนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทองกำหนด



1.3 โครงการอนุรักษ์น้ำ

บริษัทฯ มีการจัดทำโครงการต่างๆ ดังนี้

โครงการ	ปริมาณการใช้ (m3 / ปี)		ปริมาณ CO2	
	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้
โรงงานศรีราชา				
1. การนำน้ำ RO Reject กลับมาใช้ประโยชน์	17,000	18,707	4,378	4,781
2. การนำน้ำหล่อเย็น Three roller mill กลับมาวนใช้ซ้ำ	3,000	6,894	773	1,775
3. การควบคุม Flow การไหลของน้ำประปาที่จุดใช้งาน	1,500	1,696	386	437
4. การนำน้ำ Back Wash กลับมาใช้งานแทนน้ำประปาที่ระบบ Vacuum	7,500	6,474	1,931	1,667
5. การนำน้ำ Drain จาก AHU และ Dehumidifier มาใช้ประโยชน์	1,700	2,270.40	438	584
โรงงานปิ่นทอง				
การนำน้ำ RO Reject กลับมาใช้ประโยชน์	4,800	7,433.80	1,236	1,914
ลดการใช้น้ำเย็นที่จ่ายไปเลี้ยงหน้าവാស់ ระบบ Vacuum 15 HP	5,200	2,940	1,339	757
ลดการใช้น้ำประปาจากการ Flow Test Line (Fire Pump) มาเติมบ่อน้ำดิบ	2,800	2,948	721	759
ลดการใช้น้ำประปาจากการร่อนน้ำ Backwash มาเติมบ่อน้ำดิบ	1,800	735	464	189

2. การบริหารจัดการด้านพลังงาน

2.1 ข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้า

เปรียบเทียบปริมาณการใช้ไฟฟ้า			
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า/ปี (kwh)	2564	2565	2566
โรงงานศรีราชา	10,274,551	11,338,254	13,071,855
โรงงานปิ่นทอง	3,617,266	4,403,266	4,855,453
รวม	13, 891,817	15,741,520	17,927,308
ข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด แยกแต่ละรายการ ในปี 2566			
รายการ	โรงงานศรีราชา	โรงงานปิ่นทอง	
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (Fossil)	18,138	4,723,480	
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจาก Solar Cell	12,848,143	-	
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจาก Solar Roof Top	205,574	131,973	
สัดส่วนปริมาณการใช้ไฟฟ้าแต่ละรายการ ในปี 2566 เทียบกับไฟฟ้าทั้งหมด			
รายการ	โรงงานศรีราชา	โรงงานปิ่นทอง	
ปริมาณการใช้ไฟฟ้า (Fossil)	0.1	97.3	
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจาก Solar Cell	98.3	-	
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าจาก Solar Roof Top	1.6	2.7	

2.2 เปรียบเทียบปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อชิ้น ผลิตภัณฑ์ (Intensity)

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั้งหมดต่อชิ้น ผลิตภัณฑ์ (kwh/pcs)	2564	2565	2566
โรงงานศรีราชา	0.098	0.096	0.102
โรงงานปิ่นทอง	0.118	0.110	0.119
รวม	0.102	0.100	0.106

2.3 โครงการอนุรักษ์พลังงาน

โครงการ	ปริมาณการใช้ (kWh/ปี)		ปริมาณ CO2 (Kg CO ₂)	
	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้	เป้าหมาย	ปริมาณที่ลดได้
โรงงานศรีราชา				
Renewable Energy				
1. การนำพลังงานไฟฟ้าจาก Solar cell มาใช้ในอุปกรณ์ไฟฟ้า : OFF Grid	40,000	46,063	16,400	18,886
2. การนำพลังงานไฟฟ้าจาก Solar system มาใช้การผลิต : ON Grid	6,300,000	12,177,772	2,583,000	4,992,887
3. การใช้พลังงานไฟฟ้าจาก Solar Rooftop จ่ายไฟฟ้าเข้าสู่ MDB 2	200,000	227,760	82,000	93,382
4. การใช้พลังงานไฟฟ้าจาก Solar Rooftop ขนาด 840 KW	600,000	1,062,083	246,000	435,454
โรงงานปิ่นทอง				
Electric Saving				
1. ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากทุกหน่วยงาน	200,000	2,154,699	119,320	1,341,140
2. ลดแรงดันลมในระบบ Air Compressor จาก 7 บาร์ เหลือ 6.2 บาร์	12,000	14,141	7,159	7,933
3. ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า Air Chiller ในเวลาที่ไม่ได้ใช้งาน และวันหยุด	150,000	166,954	89,490	93,171
4. เปลี่ยนหลอดไฟ LED แทนหลอดไฟแสงจันทร์ (SRM) (30 หลอด)	20,000	309	11,932	173
5. ปรับลดการใช้ AHU No.5 ห้อง SRM	100,000	122,640	59,660	68,801
6. การติดตั้ง Inverter เพื่อลดการทำงานของปั๊มน้ำประปา	25,000	31,317	14,915	17,569
7. การติดตั้ง Inverter เพื่อลดการทำงานของปั๊มน้ำSoft	20,000	29,364	11,932	16,473
8. การติดตั้ง Inverter ระบบ Ventilation เพื่อลดการใช้ไฟฟ้า	28,000	27,257	16,705	15,291
Renewable Energy				
1.ระบบแสงสว่างรอบรั้ว ระบบ Solar Cell (150 W)	10,000	1,226	5,966	3,382.89
2. การนำพลังงานไฟฟ้าจาก Solar cell มาใช้	190,000	127,007	113,354	71,251
3. ระบบแสงสว่างโรงจอดรถและWalk Way ระบบ Solar Cell (150W)	5,000	1,971	2,983	1,106
4. เปลี่ยนไฟส่องสว่างรอบโรงงานเป็นแบบใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (400W)	40,000	15,768	23,864	8,846

3. การจัดการคุณภาพอากาศ

3.1 ปริมาณการปล่อยก๊าซอื่นๆ (ที่นอกเหนือ GHG)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในป้องกันการเกิดมลพิษทางอากาศนอกเหนือจาก GHG มีการติดตั้งระบบการดักจับ และมีรอบการตรวจวัดคุณภาพอากาศที่ปล่อยออก ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางกฎหมายกำหนด

Plant	ประเภทการปล่อย	เกณฑ์มาตรฐานตามกฎหมาย	2564	2565	2566
โรงงานศรีราชา	ฝุ่นละอองที่ปล่อย (mg/m ³)	<400	0.35	0.40	0.6
โรงงานปิ่นทอง***	CO (ppm)	<690	0.4	0.3	0.6
	NOx (ppm)	<200	32.3	36.4	<1.0
	SOx (ppm)	<60	<1.3	<1.3	<1.3
	ฝุ่นละอองที่ปล่อย (mg/m ³)	<320	1.9	1.0	0.3

*** โรงงานปิ่นทองใช้การทำความร้อนจาก Boiler

3.2 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

การขอรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร ปี 2566

บริษัทฯ ได้ดำเนินการขอรับรอง Carbon Footprint of Organization กับทางองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ระดับของการรับรองแบบจำกัด (Limited level of assurance) ที่ระดับความมีสาระสำคัญ (Materiality) = 5%

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทวนสอบความสอดคล้องรายงานคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรกับแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของ อบก.
2. เพื่อนำข้อมูลจาก โครงการ Green Initiative ที่ได้รับการรับรองแล้วเผยแพร่ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

Scope พื้นที่ ที่ขอรับรองในปี 2566

1. เลขที่ 600/4 ม.11 ถ.สุวภาภิบาล 8 ต.หนองจาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
2. เลขที่ 789/159 ม.1 ถ.สายหนองค้อ-แหลมอับัง นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 1 ซอย 8 ต.หนองจาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230
3. เลขที่ 2 ถ.นราธิวาส ราชนครินทร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
4. เลขที่ 19/43 ม.7 ถ.บางนา-ตราด กิโลเมตรที่17 ต.บางโหลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

หน่วยงานผู้ทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท :

บริษัท วิกกรีน เคยู จำกัด

GREEN

ตัวชี้วัด	หน่วย	2565	2566	% ความแตกต่าง
1. ปริมาณก๊าซเรือนกระจก		ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า		
การปล่อย GHG Scope 1	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,091	1,068	-2.11%
การปล่อย GHG Scope 2	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	4,663	4,955	6.26%
การปล่อย GHG Scope 3	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	14,117	19,577	38.68%
Scope1+2	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	5,754	6,023	4.68%
Scope1+2+3	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	20,489	25,600	24.95%
ชั้นผลิต	ชั้น	155,744,924	169,438,338	8.79%
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกต่อชั้นผลิต (Scope1+2)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อชั้นผลิต	0.000037	0.000036	-3.78%
ปริมาณก๊าซเรือนกระจกต่อชั้นผลิต (Scope1+2+3)	ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อชั้นผลิต	0.000131555	0.000151087	14.85%
2. ปริมาณการใช้พลังงาน		กิโลวัตต์ชั่วโมง		
ปริมาณการใช้พลังงาน	กิโลวัตต์ชั่วโมง	20,853,367.02	22,841,721.69	9.53%
ปริมาณการใช้พลังงานต่อชั้นผลิต	กิโลวัตต์ชั่วโมงต่อชั้นผลิต	0.133894361	0.134808462	0.68%
3. ปริมาณการใช้น้ำ		ลูกบาศก์เมตร		
ปริมาณการใช้น้ำ	ลูกบาศก์เมตร	249,455.27	290,283.46	16.37%
ปริมาณการใช้น้ำต่อชั้นผลิต	ลูกบาศก์เมตรต่อชั้นผลิต	0.0016	0.0017	6.96%
4. ปริมาณกากอุตสาหกรรมที่ส่งกำจัด		ตันของเสีย		
SJ1	ตันของเสีย	910,535	1,119,450	22.94%
SJ2	ตันของเสีย	230,942	253,316.3	9.69%
BKK	ตันของเสีย	37,089.08	44,639	20.36%
DC	ตันของเสีย	1,289.3	1,069.3	-17.06%
ปริมาณกากอุตสาหกรรมที่ส่งกำจัดรวม	ตันของเสีย	1,179,855.38	1,418,474.94	20.22%
ปริมาณกากอุตสาหกรรมที่ส่งกำจัดต่อชั้นผลิต	ตันของเสียต่อชั้นผลิต	0.007575562	0.008371629	10.51%

เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

จากวิเคราะห์ข้อมูลก๊าซเรือนกระจกในแต่ละ Scope พบว่า

Scope	แหล่งที่ปล่อยมากที่สุด
Scope 1 1,068 Ton Co2	ปริมาณการใช้ LPG ใน Boiler
Scope 2 4,955 Ton Co2	ปริมาณการใช้ไฟฟ้า
Scope 3 19,577 Ton Co2	การได้มาของวัตถุดิบ/Packaging

หมายเหตุ : เนื่องจากปี 2565 เป็นปีเริ่มต้นของการกำหนดกิจกรรมการลดการปล่อย GHG เพื่อลดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม และมีการติดตามวัดผลการดำเนินกิจกรรมต่างๆ แต่เนื่องจากยอดการผลิตที่สูงขึ้นทำให้มีปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย จึงส่งผลทำให้ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 สูงขึ้นจากปีฐานที่กำหนด

ดังนั้น ในปี 2566 คณะกรรมการบริษัทจึงเห็นชอบให้มีการกำหนดเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจก โดยตั้งเป้าหมายลดลง 5% จากปีฐาน 2566 ในส่วนของ (GHG Scope 1,2) ซึ่งจะสามารถรายงานข้อมูลเปรียบเทียบได้ในปี 2567

4. การจัดการขยะ (Waste Management)

แนวทางการจัดการขยะภาคอุตสาหกรรมของบริษัทฯ

โครงการ การคัดแยกขยะตั้งแต่จุดกำเนิด

• ในปี 2566 ทางบริษัท ยังคงปฏิบัติตามมาตรฐานการจัดการขยะของโรงงาน คือ “การคัดแยกขยะตั้งแต่จุดกำเนิด” ที่เริ่มตั้งแต่ ปี 2565 เป็นการ list รายละเอียดจุดกำเนิดขยะ, การกำหนดประเภทขยะ, การคัดแยกขยะ, การรวบรวมภายในพื้นที่แล้วนำส่งไปรวบรวมในส่วนกลาง จนถึงการทำจัดขยะให้เหมาะสมตามข้อกำหนดกฎหมายผ่าน โครงการ Green Initiative และจัดอบรมพนักงานทุกคน ผ่าน e-learning



• กิจกรรมที่เพิ่มเติมในปี 2566 นี้ คือ “การคัดแยกขยะภายในโรงอาหาร”

การพัฒนากระบวนการจัดการขยะในโรงอาหาร มุ่งเน้นให้มีการคัดแยกขยะที่แหล่งกำเนิด เพื่อนำขยะมาใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ และลดปริมาณขยะเหลือทิ้ง โดยสร้างความตระหนักถึงปัญหาเศษอาหารที่เกิดขึ้นประจำวันของโรงอาหาร และสร้างระบบการคัดแยกขยะในโรงอาหารให้สอดคล้องกับรูปแบบการกำจัดขยะในโรงอาหาร มี 3 ประเภท คือ

1. ขยะมูลฝอย ส่งกำจัดกับทางเทศบาล
2. เศษอาหาร กำจัดโดยนำมาเป็นอาหารสัตว์
3. ขยะ recycle นำไปจำหน่ายและนำเงินเข้าโครงการ “เพื่อนช่วยเพื่อน”

ขยะ recycle ได้จัดทำถังขยะ คัดแยก แบ่งเป็น 3 ช่อง ดังนี้ 1.แก้ว 2.พลาสติก 3.อลูมิเนียม โดยส่งเสริมสร้างความตระหนักให้พนักงานปิดขวดก่อนทิ้ง เพื่อลดการสะสมของสารปนเปื้อน ,การเพาะพันธุ์ของพาหะนำโรค และ เพื่อให้ง่ายต่อกระบวนการรวบรวมจัดเก็บก่อนนำไปจำหน่าย

การคัดแยกขยะในโรงอาหาร



ปริมาณขยะ recycle ในปี 2566

ขยะ: Recycle	โรงงานศรีราชา	โรงงานปิ่นทอง
1. แก้ว (kg)	1,218	506
2. พลาสติก (kg)	477	271
3. อลูมิเนียม (kg)	21	13
รวม	1,716	778

ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในปี 2566

รายการขยะ:	โรงงานศรีราชา	โรงงานปิ่นทอง
ขยะกากอุตสาหกรรม (kg)	512,872	80,140
ตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย (kg)	118,390	40,860
ขยะกากอุตสาหกรรม Recycle (kg)	288,317	106,770
ขยะมูลฝอย (kg)	194,480	24,768
ขยะโรงอาหาร Recycle (kg)	1,716	778
รวม	1,115,775	253,316

ปริมาณขยะต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (Intensity) ในปี 2566

ปริมาณ	โรงงานศรีราชา	โรงงานปิ่นทอง
กากอุตสาหกรรมต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ (kg/pcs)	0.4	0.2
ตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสีย (kg/pcs)	0.1	0.1
ขยะกากอุตสาหกรรม Recycle (kg/pcs)	0.2	0.3

การขอรับรองมาตรฐานต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

1.โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry)

อุตสาหกรรมสีเขียว เป็นอุตสาหกรรมที่ยึดมั่นในการประกอบกิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยการมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนา และปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนโซ่อุปทาน ซึ่งการดำเนินการต่างๆ เหล่านี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกันกับสังคม ชุมชน และประชาชนอย่างยั่งยืน ตามนโยบายของรัฐบาล และความมุ่งมั่นของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมที่ว่า “เรามุ่งมั่นสร้าง ชุมชนวางใจ อุตสาหกรรมโปร่งใส ก้าวไปพร้อมๆ กัน”

- **โรงงานศรีราชา** เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2566 บริษัทได้รับใบรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 4 วัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) จากกระทรวงอุตสาหกรรม รางวัลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือร่วมใจของทุกคนในองค์กรต่อดำเนินงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกด้านของการประกอบกิจการ เพื่อทุกคนในองค์กร มุ่งไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียว และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

สถาบันที่รับรอง : The Management System Certification Institute (Thailand) or MASCI สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ



• **โรงงานปั่นทอง** เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2566 ที่ผ่านมา ได้ขอเทียบระดับอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 3 ระบบสีเขียว (Green System) จากกระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผล และกบฏวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



2. Higg Facility Environmental Module หรือ Higg FEM

เป็นเครื่องมือวัดผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรแต่ละแห่งในด้านที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องและรายงานที่โปร่งใสเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้ขอรับรอง Higg FEM โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เสริมสร้างความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมห่วงโซ่อุปทาน
2. ระบุขอบเขตการปรับปรุงในแนวทางปฏิบัติ ด้านสิ่งแวดล้อมของโรงงาน
3. ติดตามความก้าวหน้าปีต่อปีเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ด้านสิ่งแวดล้อมและเป้าหมาย
4. เพื่อสนับสนุนการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม
 - โรงงานศรีราชา เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2566 ได้ Verification Finalized (VRF)
 - สถาบันที่ตรวจสอบคือ SGS



การจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และการบรรเทาภาวะโลกร้อน

นโยบายด้านการจัดการสภาพภูมิอากาศ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ อันเนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ บริษัทฯ จึงมีการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อป้องกัน ลดหรือบรรเทา การเกิดภาวะโลกร้อน ดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติตามหลักการของความยั่งยืน ทั้งในด้านการใช้พลังงาน (น้ำ, ไฟ) โดยใช้หลักของ ECO -Efficiency
2. พัฒนาระบบการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ให้สอดคล้องกับนโยบาย Green initiative (Green Cosmetic , Green Packaging , Green operation)

3. สร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงานในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

4. วิเคราะห์ผลกระทบเพื่อระบุและประเมินความเสี่ยง รวมถึงโอกาสที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกของบริษัทฯ และนำปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาพิจารณา เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของบริษัทฯ ที่เชื่อมโยงกับปัจจัยเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategy Execution Risk) ความเสี่ยงด้านการลงทุน (Investment Risk) และความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงนโยบายกฎระเบียบของภาครัฐ (Policy & Regulatory Change Risk) เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้ง Continuity Management Team (BCMT) และคณะทำงาน ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการบริหาร และตัวแทนหน่วยงานระดับฝ่าย ส่วน แผนกหรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายโดยได้รับการแต่งตั้งจากกรรมการผู้จัดการเพื่อประเมินสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้นและกำหนดวิธีการในการบริหารจัดการฟื้นคืนสภาพขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

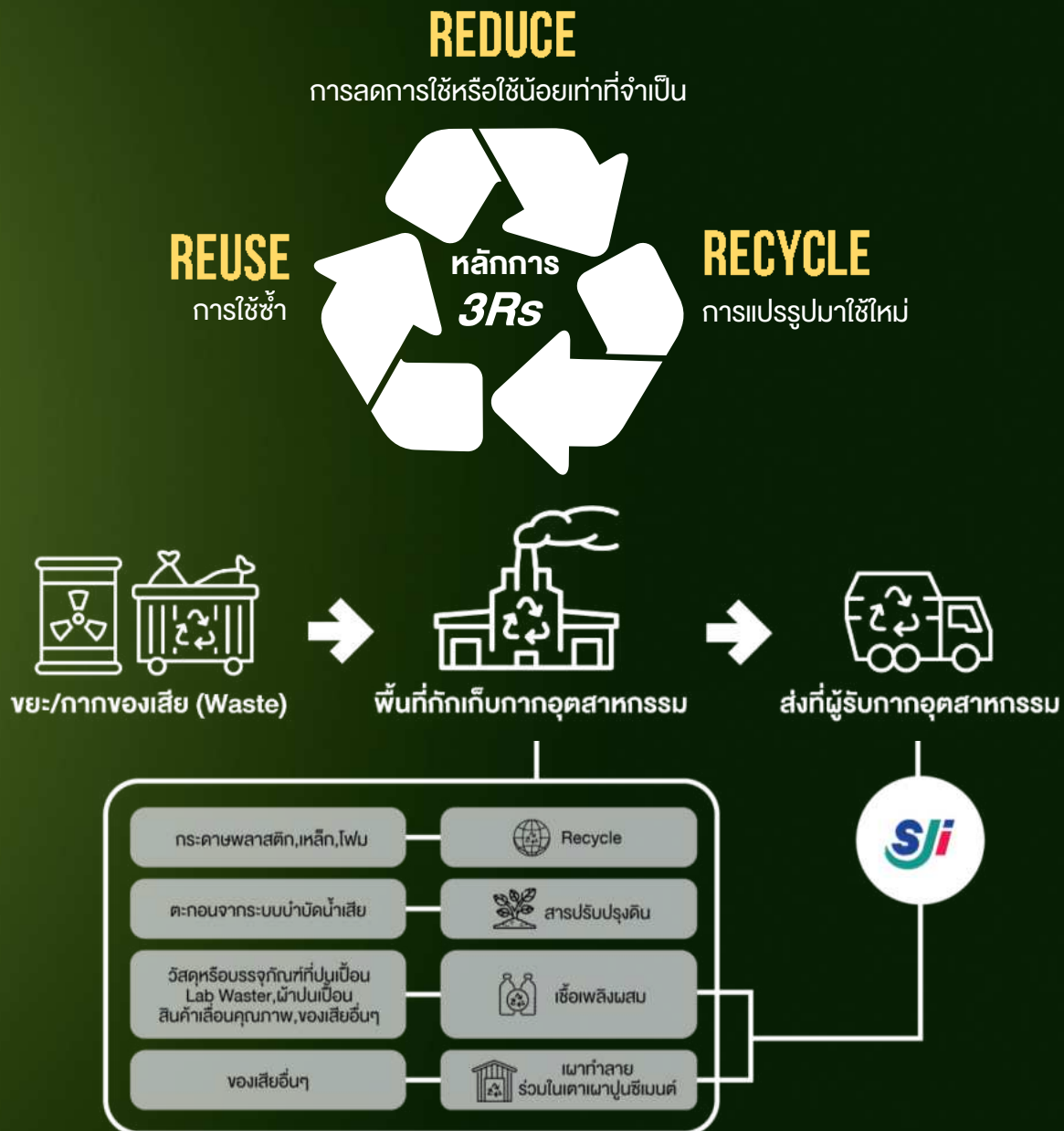
- สามารถให้บริการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า
- สามารถลดความสูญเสียและปัญหาทางการเงิน
- สามารถทำตามข้อตกลงหรือสัญญากับลูกค้า
- สามารถดูแลพนักงานให้ปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย
- สามารถรับมือกับภาวะฉุกเฉิน และภัยพิบัติด้วยความเข้าใจว่า ลำดับความสำคัญของกิจกรรมของธุรกิจที่ต้องทำก่อนหลัง

การจัดการของเสียและภาวะอากาศอุตสาหกรรม

บริษัทฯ มีนโยบายในการบริหารจัดการของเสียและภาวะอากาศอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดปริมาณการเกิดของเสียให้น้อยที่สุด เพื่อลดภาระการกำจัดของเสียที่เกิดขึ้น

กลยุทธ์และแนวทางบริหารจัดการของเสียและภาวะอากาศอุตสาหกรรม

บริษัทฯ ใช้หลักการ 3RS (Reduce Reuse Recycle) ในการบริหารจัดการของเสียและภาวะอากาศอุตสาหกรรม ผ่านการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นให้น้อยที่สุดและสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้มากที่สุด โดยปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกแก่พนักงานตั้งแต่กระบวนการคิดแยก การจัดเก็บ การขนส่ง และการกำจัดอย่างครบวงจร



เป้าหมายและผลการดำเนินการ ปี 2566


	เป้าหมาย	ผลการดำเนินการ
1. การเผาทำลายในเตาเผาปูนซีเมนต์	เป็น 0	เป็น 0
2. การฝังกลบขยะอุตสาหกรรม	ตั้งแต่ปี 2566	เป็น 0
3. ข้อร้องเรียนจากชุมชน เรื่องผลกระทบจากปัญหาขยะ	เป็น 0	เป็น 0

ปริมาณขยะจากอุตสาหกรรม

เปรียบเทียบปริมาณขยะอุตสาหกรรม ปี 2564-2566

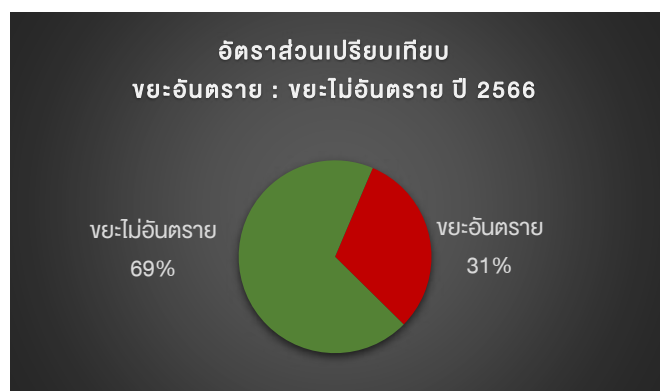
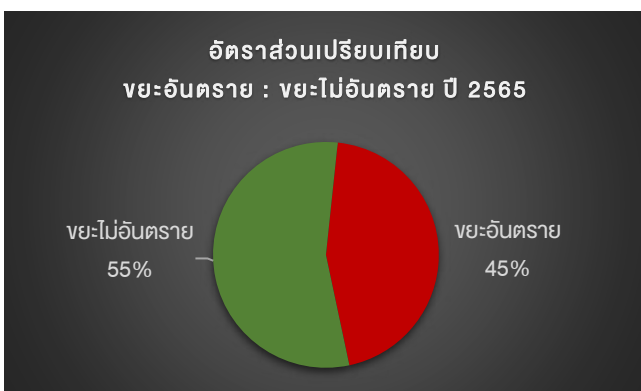
	หน่วย	2564	2565	2566
ปริมาณขยะจากอุตสาหกรรม	ตัน	670	779	1,003

การจัดการขยะจากอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ

	หน่วย	2564	2565	2566
 การนำไปฝังกลบ	Kg	0	0	0
	%	0	0	0
 การนำไปทำเชื้อเพลิงผสม	Kg	117,578	341,895	518,989
	%	21.06	51.80	51.73
 การนำไป Recycle	Kg	219,120	306,532	356,183
	%	39.26	1.76	35.50
 การนำไปทำสารปรับปรุงดิน	Kg	221,493	306,532	128,120
	%	39.68	46.44	12.77
รวม (Kg)		558,191	660,067	1,003,292

สัดส่วนขยะอันตราย : ขยะไม่อันตราย ปี 2566

เป้าหมาย	สัดส่วนขยะอันตราย < ขยะไม่อันตราย
ผลการดำเนินงาน	ขยะอันตราย < ขยะไม่อันตราย (31 : 69)



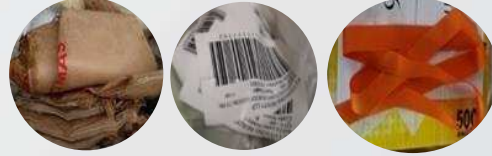


ทำเชื้อเพลิงผสม
51.73%



ทำเชื้อเพลิงผสม

ปี 2566 บริษัทฯ นำขยะกากอุตสาหกรรม
จำนวน 518,989 กิโลกรัม ไปทำเชื้อเพลิงผสม



Recycle
35.50%



Recycle

บริษัทฯ นำขยะกากอุตสาหกรรมที่สามารถ Recycle ได้จำนวน 356,183 กิโลกรัม ไปจำหน่าย
เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจัดการกากอุตสาหกรรมและเพิ่มรายได้ให้กับบริษัท



ทำสารปรับปรุงดิน
12.77%



ทำสารปรับปรุงดิน

บริษัทฯ ได้ดำเนินการนำกากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสียไปเป็นวัตถุดิบ
ร่วมในการทำสารปรับปรุงดิน เพื่อใช้ในการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในบริษัท

จำนวน 128,120 กิโลกรัม



เผาทำลายในเตาเผา
ปูนซีเมนต์ = 0



เผาทำลายในเตาเผาปูนซีเมนต์

บริษัทฯ มีการจัดการกากอุตสาหกรรมโดยลดการ

เผาทำลายในเตาเผาปูนซีเมนต์

= 0 ตั้งแต่ปี 2566

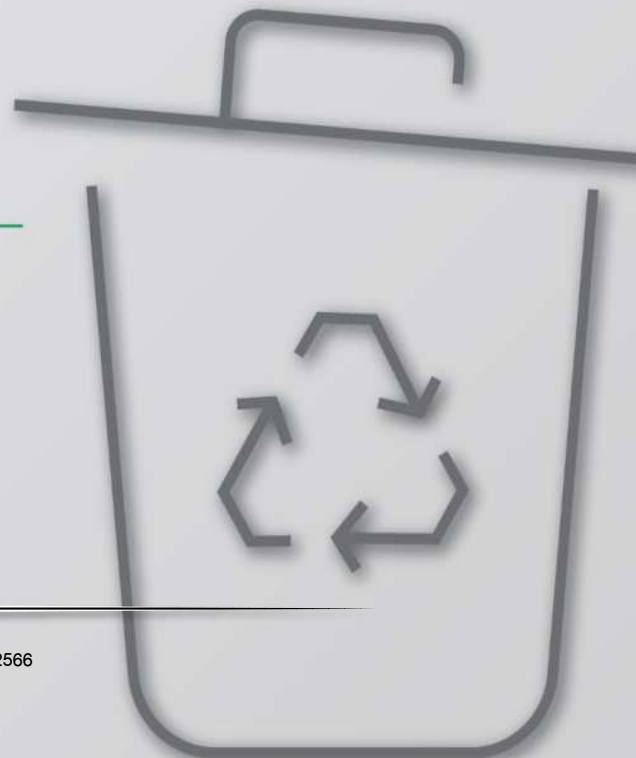
ฝังกลบ
= 0



ฝังกลบ

บริษัทฯ มีการจัดการกากอุตสาหกรรมโดยลดฝังกลบ

= 0 ตั้งแต่ปี 2564





สังคมดี

สร้างบรรยากาศและจิตสำนึกการอยู่ร่วมกันของพนักงาน
และสังคมรอบชุมชนที่ใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1. กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility Strategy)
2. เอส แอนด์ เจฯ กับการพัฒนาความสัมพันธ์กับชุมชน
3. โครงการที่ส่งเสริมและพัฒนาชุมชน

การดูแลสังคม และชุมชน



นโยบายการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

บริษัทเอส แอนด์ เจซ ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมได้แก่ **สังคมภายใน** หมายถึงพนักงานในองค์กร ด้วยการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมตามหลักสิทธิมนุษยชน สร้างความผูกพันที่ดีต่อกันระหว่างพนักงานกับพนักงาน พนักงานกับหัวหน้างานและพนักงานกับองค์กร **สังคมภายนอก** หมายถึง ประชาชนหรือคนในชุมชนทั้งใกล้และไกล ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายการสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนด้วยบริบทของความยั่งยืนให้รู้จักการพึ่งพาตนเอง การช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกันเพื่อร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง

แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ ดำรงไว้ซึ่งการเป็นองค์กร 3 ชีวิตที่คำนึงถึงการเติบโตในด้านธุรกิจควบคู่ไปกับการดูแลพัฒนาชุมชนและสังคมให้ยั่งยืน โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมรอบตัว ทั้งนี้บริษัทฯ ได้จัดตั้งหน่วยงานความรับผิดชอบต่อสังคม มีหน้าที่รับผิดชอบ **ด้านสังคมภายนอก** หมายถึง ชุมชน/สังคม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และวางแผนจัดทำโครงการต่างๆ ร่วมกับชุมชน **ด้านสังคมภายใน** หมายถึงพนักงาน รับผิดชอบต่อส่วนงานแรงงานสัมพันธ์ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ผนวกกรอบแนวคิดในการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs Goals) ในด้านต่างๆ ได้แก่ **การมีสุขภาพที่ดี การศึกษาที่มีคุณภาพ ความเท่าเทียมทางเพศ ลดความเหลื่อมล้ำ ระบบนิเวศน์ทางบก ระบบนิเวศน์ทางทะเล สันติภาพและ สังคมสงบสุข**

กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อชุมชน/สังคม (Corporate Social Responsibility Strategy)

บริษัทฯ มีกรอบกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals) SDGs เพื่อตอบสนองความคาดหวังพร้อมทั้งพัฒนาชุมชนและสังคม ให้เติบโตควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยยึดหลักการดังนี้

- 1.เป็นโครงการที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของชุมชน
- 2.เป็นโครงการที่สามารถเชื่อมโยงและสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- 3.เป็นโครงการที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตัวเอง

5 ยุทธศาสตร์ การพัฒนาชุมชน/สังคม

ยุทธศาสตร์	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์ที่ 1. ด้านการศึกษา	2,691,486
ยุทธศาสตร์ที่ 2. ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม	108,421
ยุทธศาสตร์ที่ 3. ด้านการดูแลช่วยเหลือสัตว์ต่างๆ	410,074
ยุทธศาสตร์ที่ 4. ด้านการสืบทอดพระพุทธรูปศาสนา	141,702
ยุทธศาสตร์ที่ 5. ด้านผู้ด้อยโอกาส/ผู้พิการ	474,496

ยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน/สังคม

1. ด้านการศึกษา

- โครงการ Mobile Science
- โครงการ The Smart Science Teacher
- โครงการพัฒนาครูนวัตกรรม
- โครงการยกระดับนักเรียนนวัตกรรมท้องถิ่นสู่สากล
- โครงการทุนการศึกษาเพื่อผลิตนักวิทยาศาสตร์
- โครงการพัฒนาเครื่องจดจำเพื่อเยาวชนผู้พิการทางสายตา
- โครงการจิตอาสาพัฒนาถิ่นเกิด

2. ด้านการดูแลสุขภาพสัตว์ต่างๆ

- โครงการอนุรักษ์ช้างชรา
- โครงการควบคุมสุนัขและแมวจรจัด

3. ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม

- โครงการปลูกป่าชุมชนในสังคมคาร์บอนต่ำ
- โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูปะการัง

4. ด้านผู้ด้อยโอกาส/ผู้พิการ

- โครงการดูแลผู้ป่วยติดเตียง
- โครงการบันยิม สร้างสุข โรงเรียนผู้สูงอายุ
- โครงการ YOU CAN SAVE

5. ด้านการสืบทอดพระพุทธรศาสนา

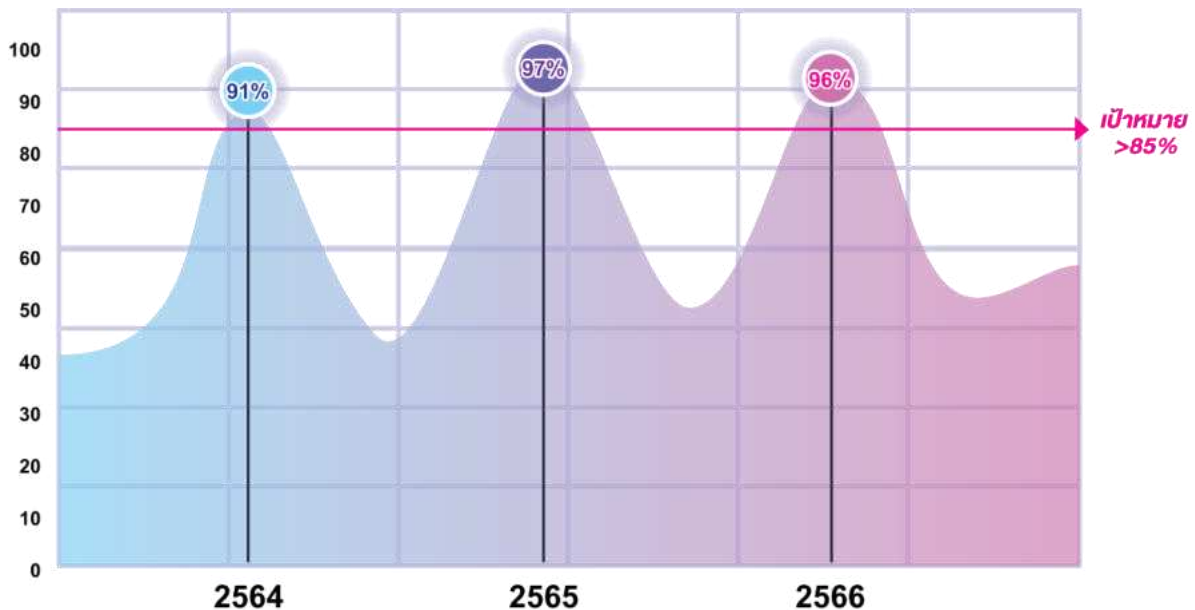
- โครงการทำบุญตักบาตรเนื่องในวันสำคัญต่างๆ
- โครงการกฐินสามัคคี

ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาชุมชน
จำนวน 3,826,179 บาท

เป้าหมายและผลการดำเนินการ

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2566	ผลการดำเนินงาน ปี 2566
1. จำนวนโครงการส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน	15 โครงการ/ปี	15 โครงการ/ปี
2. งบประมาณโครงการส่งเสริมการพัฒนาและมีส่วนร่วมกับชุมชน	3,750,000 บาท	3,826,179 บาท
3. คะแนนประเมินความพึงพอใจของชุมชน	≥ 85%	96%

อัตราความพึงพอใจของชุมชน



เอสแอนด์เจซ กับการพัฒนาความสัมพันธ์กับชุมชน

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการตอบสนองความต้องการของชุมชนและสังคม ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อให้บริษัทฯ ยังคงรักษาความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และทราบความคาดหวังของชุมชน บริษัทฯ จึงได้จัดทำแบบสำรวจความต้องการของชุมชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินโครงการที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนและสังคม ในปี 2566 บริษัทฯ ได้รับคะแนนประเมินความพึงพอใจของชุมชนสูงถึง 96% ซึ่งทำได้เกินเป้าหมายที่คาดไว้ โดยอัตราความพึงพอใจนี้เป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทฯ ยังคงรักษาความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและ เป็นที่ยอมรับของชุมชน

1. ประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

(ที่มีผลกระทบมาจากการดำเนินธุรกิจ)

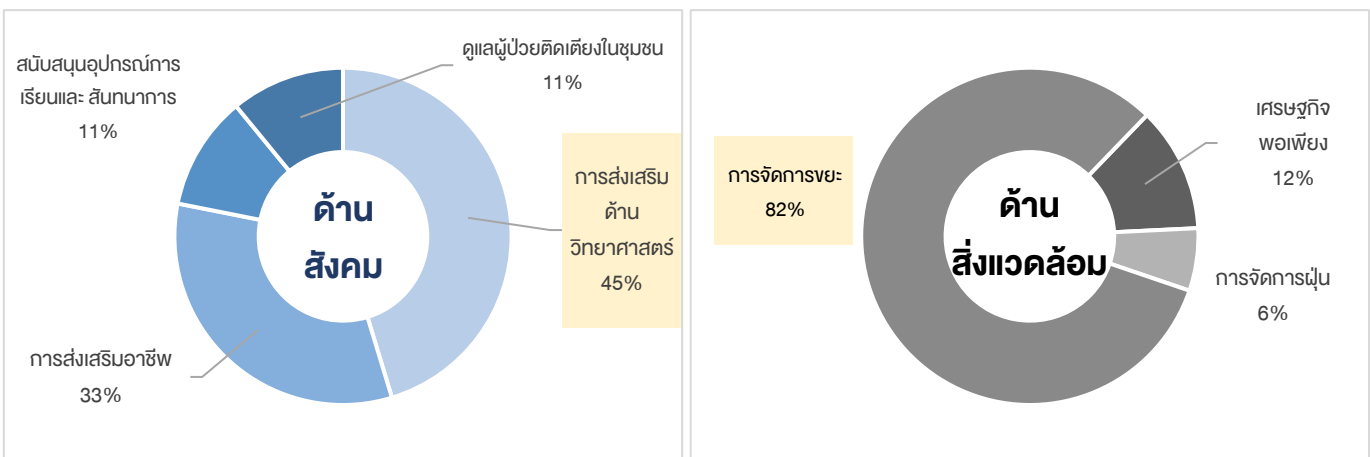
- น้ำเสีย/น้ำทิ้งที่ออกจากบริษัทโดยไม่ผ่านการบำบัดอย่างถูกต้อง
- ยยะ/กากยะอุตสาหกรรมที่ไม่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ
- มลพิษทางอากาศ / ฝุ่นที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน
- เสียงดังรบกวนเกินกฎหมายกำหนด

ผลสำรวจ



ผลกระทบ = 0

2. ความคาดหวังของชุมชน/สังคมในการอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืน



บริษัทฯ นำผลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์เพื่อจัดทำโครงการในการตอบสนองความต้องการของชุมชน ดังนี้



โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย
ด้านสิ่งแวดล้อม	
โครงการสานพลังสร้างสิ่งแวดล้อมเพื่อชุมชน (การจัดการขยะ)	ชุมชน , โรงเรียน
ด้านสังคม	
โครงการยกระดับการศึกษาด้านวิชาวิทยาศาสตร์	โรงเรียน

1. ด้านการศึกษา



บริษัท เอส แอนด์ เจฯ ให้ความสำคัญกับเยาวชนในการพัฒนาการศึกษาในวิชาวิทยาศาสตร์ที่ถือเป็นพื้นฐานสำคัญมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการจัดทำกลยุทธ์และดำเนินงานด้านการศึกษาของเยาวชนในด้านวิชาวิทยาศาสตร์มาตั้งแต่ปี 2557 จนถึงปัจจุบัน ที่บริษัทฯ มีการขยายขอบเขตการดำเนินโครงการออกไปในหลายมิติ ทั้งทางด้านการพัฒนาหลักสูตรที่ใช้ในการสอน การพัฒนาครูที่สอน จนถึงการพัฒนาความรู้ที่สามารถต่อยอดให้กลายเป็นนวัตกรรมทางธุรกิจ

กลยุทธ์และเป้าหมายระยะสั้น
ปี 2557-2558

<p>1. โครงการวันวิทยาศาสตร์ จัดกิจกรรมเพื่อเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นการเรียนรู้ ในวิชาวิทยาศาสตร์ระดับประถม/มัธยม</p>	<p>2. โครงการห้องเรียนวิทยาศาสตร์ในฝัน ปรับปรุงห้องวิทยาศาสตร์ของโรงเรียนในชุมชนให้มี อุปกรณ์เครื่องมือที่พร้อมและเพียงพอต่อการเรียนรู้</p>
<p>เป้าหมาย : 5 โรงเรียน ผล : 5 โรงเรียน</p>	<p>เป้าหมาย : 2 โรงเรียน ผล : 2 โรงเรียน</p> <p>โรงเรียนไทยกลสิกรสงเคราะห์ โรงเรียนบ้านนาฟินวิทยาคม</p>

กลยุทธ์และเป้าหมายระยะยาว
ปี 2561-ปัจจุบัน

“ปี 2559 – ปัจจุบัน”

1. โครงการ Mobile Science
ขยายผลรถโมบายวิทยาศาสตร์คันที่ 1 ไปสู่รถโมบายวิทยาศาสตร์คันที่ 2-4 ในปี 2566
ซึ่งครอบคลุมภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคอีสานตอนบน ภาคอีสานตอนล่าง



ตัวชี้วัด

จำนวนรถโมบายที่ขยายผล	ปีละ 1 คัน
มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เข้าร่วมโครงการ	ปีละ 1 มหาวิทยาลัย
นวัตกรรมจากการดำเนินโครงการ	15 ผลงาน

สิ่งที่สังคมได้รับ

- 1. นักเรียนได้โอกาสในการเข้าถึงการเรียนการสอนแบบ Active Learning > 6,000 คน/ปี
- 2. นักเรียนได้รับทุนสนับสนุนการคิดค้นนวัตกรรมกว่า 30 โรงเรียนต่อปี

สิ่งที่ธุรกิจได้รับ

นวัตกรรม cosmetics & health

90 ผลงาน



“ ปี 2560 – 2561 ”

2. โครงการ The Smart Science Teacher

เป็นโครงการที่ต่อยอดจากโครงการ Mobile Science เพื่อสร้างครูวิทยาศาสตร์ให้มีทักษะการเรียนการสอนแบบ Active Learning



พัฒนาครูวิทยาศาสตร์
ในการสอนแบบ Active Learning
70 คน



“ ปี 2566 ”



3. โครงการพัฒนาครูนวัตกรรม

Innovation for Cosmetics Product



ครูที่เข้าอบรม **70 คน**
โรงเรียนได้รับการ
ถ่ายทอดความรู้ **18 รร.**

4. โครงการยกระดับนักนวัตกรรมท้องถิ่นสู่สากล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเยาวชนเพื่อให้นักเรียนได้เรียนรู้การเป็นนักนวัตกรรมผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์กระบวนการวิจัยจนสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมท้องถิ่นที่ได้มาตรฐานในระดับสากลภายใต้ธีม “Cosmetic & Health Products” โดยผ่านกระบวนการดังนี้



อบรมให้ความรู้
ด้านนวัตกรรม



การคัดเลือกผลงานนวัตกรรมรอบที่ 1
จาก 94 ผลงาน เหลือ 30 ผลงาน



คัดเลือกผลงานนวัตกรรม
รอบที่ 2 เหลือ 18 ผลงาน



ประกวดผลงาน
รอบชิงชนะเลิศ
อันดับ 1, 2, 3

1

2

3

4



รางวัลชนะเลิศอันดับ 1
นวัตกรรม : แผ่นแปะฟากรัก
โรงเรียนกุยหยิว จ. ชัยภูมิ



รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1
นวัตกรรม : Nano-THANAKA waterless beauty
โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม จ. เชียงราย



รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2
นวัตกรรม : เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากเมล็ดงุ่น
โรงเรียนบ้านสวน (จันทอนุสรณ์) จ.ชลบุรี

สิ่งที่สังคมได้รับ	สิ่งที่ธุรกิจได้รับ
สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัย และนวัตกรรมระดับประเทศ	1.นวัตกรรมใหม่ๆที่เกิดจากเยาวชนนวัตกรรม ด้าน Cosmetics & Health จำนวน > 90 ผลงาน 2.สามารถพัฒนาและต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ในอนาคต >15 ผลงาน

5. โครงการทุนการศึกษาเพื่อผลิตนักวิทยาศาสตร์

การศึกษาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยเปิดโอกาสทางสังคมตลอดจนขับเคลื่อนสังคมและประเทศให้มีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน แต่ยังมีเยาวชนอีกจำนวนมากที่มีความสามารถ แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ บริษัทฯ จึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการมอบโอกาสทางการศึกษาผ่านโครงการทุนการศึกษาเพื่อผลิตครูวิทยาศาสตร์และนักวิทยาศาสตร์เพื่อผลิตกำลังคนทั้งการเป็นครูวิทยาศาสตร์และนักวิทยาศาสตร์ที่มีความรู้ ความสามารถ มีคุณภาพและมาตรฐานในวิชาชีพ



มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
จำนวน 1 ทุน



มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
จำนวน 3 ทุน



มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
จำนวน 1 ทุน

จำนวน 5 ทุน
133,000 บาท/ปี

6. โครงการพัฒนาเครื่องจดจำเพื่อเยาวชนผู้พิการทางสายตา

บริษัทเอส แอนด์ เจฯ ร่วมกับมูลนิธิธมวิทยาลัทยิมหิตล พัฒนาเครื่องจดจำเพื่อเยาวชนผู้พิการทางสายตา เพื่อมอบให้กับโรงเรียนคนตาบอดทั่วประเทศ ทั้งนี้ในปี 2566 นี้ ทางบริษัทฯ ได้มอบเครื่องจดจำไปแล้ว จำนวน 20 เครื่อง ให้กับโรงเรียนสอนคนตาบอดพระมหาโก่พิทยา จ.ชลบุรี



จำนวน 120 เครื่อง
600,000 บาท/ปี

เป้าหมาย 6 โครงการ
139, 200 บาท

7. โครงการจิตอาสาพัฒนาถิ่นเกิด

วัตถุประสงค์ : เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและส่งเสริมจิตสำนึกรักบ้านเกิดของพนักงาน



ด้านสาธารณูปโภค	ด้านสาธารณสุข	ด้านอุปกรณ์กีฬา	ด้านอุปกรณ์การศึกษา
<p>สนับสนุนตู้กดน้ำดื่ม โรงเรียนกุดสระวิทยานุกูล จ.ร้อยเอ็ด</p> <p>มูลค่า 20,000 บาท</p>	<p>ปรับปรุงห้องน้ำ โรงเรียนบ้านหน้าคา จ.นครราชสีมา</p> <p>มูลค่า 36,000 บาท</p>	<p>สนับสนุนอุปกรณ์กีฬา โรงเรียนศรีสโมสวิทยา จ.ชัยนาท</p> <p>มูลค่า 20,000 บาท</p>	<p>สนับสนุนโต๊ะนักเรียน 31 ชุด พัดลม 5 ตัว ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จ.บึงกาฬ มูลค่า 20,000 บาท</p> <p>สนับสนุนสมาร์ททีวี 2 เครื่อง โรงเรียนคลองทรงกระเทียม จ.กรุงเทพมหานคร มูลค่า 20,000 บาท</p> <p>สนับสนุนโต๊ะเก้าอี้ 18 ชุด โรงเรียนบัวน้อยวิทยา จ.ศรีสะเกษ มูลค่า 25,200 บาท</p>

2.ด้านการดูแลและช่วยเหลื่อสัตว์ต่างๆ



1.โครงการอนุรักษ์ช้างชรา



ภายใต้สโลแกน “ช้างหิว ช้างป่วย ผู้ช่วยคือ เอส แอนด์ เจฯ”

บริษัทฯ มีนโยบายในการโค้วชีวิตช้างชราที่ทำงานหนักและมีปัญหาสุขภาพให้มาใช้ชีวิตบั้นปลายอย่างมีความสุขโดยปราศจากพันธนาการต่างๆ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมและอาชีพแก่คนในชุมชนที่เป็นความรู้อ้างอิงในท้องถิ่นให้มีอาชีพในการเลี้ยงช้างต่อไป ทั้งนี้ ในปี 2566 บริษัทฯได้ขยายเครือข่ายการการอนุรักษ์ช้างชรากับบริษัทต่างๆในเครือข่ายพันธมิตร โดยมีบริษัทที่เข้าร่วมจำนวน 3 บริษัท ปัจจุบัน มีช้างชรา ในโครงการจำนวน 5 เชือก



พังท้อป

โค้วชีวิตปี 2565



พังบุญรวม

โค้วชีวิตปี 2565



พังมีสิทธิ์

โค้วชีวิตปี 2565



พังดวงตา

โค้วชีวิตปี 2566



พังดวงใจ

โค้วชีวิตปี 2566

สิ่งที่สังคมได้รับจากโครงการ

สร้างอาชีพให้กับความรู้อ้างอิงในชุมชนตั้งแต่ปี 2564 > 10 คน สร้างรายได้ 144,000 บาท ต่อคน ต่อปี

สิ่งที่ธุรกิจได้รับจากโครงการ

ส่งเสริมภาพลักษณ์และยอดขายทางอ้อม ในการทำธุรกิจกับลูกค้าต่างชาติ

2.โครงการลดประชากรสุนัขและแมวจรจัด



บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการลดประชากรสุนัขและแมวจรจัด เพื่อลดการแพร่พันธุ์โดยมีการทำหมัน ฉีดยาคุมกำเนิด อีกทั้งยังมีการส่งเสริมสุขภาพสัตว์เลี้ยงที่อยู่ในชุมชนให้ได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า รวมไปถึงการให้ยาบำรุงสัตว์เล็กใหญ่ให้มีสุขภาพที่ดีอีกด้วย



สิ่งที่สังคมได้รับจากโครงการ

- ลดประชากรสุนัขและแมวจรจัดด้วยการทำหมันและฉีดยาคุมกำเนิดจำนวน 75 ตัว
- ฉีดยาป้องกันสุนัขบ้า จำนวน 175 ตัว

ประเภท	เป้าหมายปี 2566	ผลปี 2566
1. ช้าง		6
2. โค/กระบือ	100 ตัว/ปี	48
3. สุนัข/แมว	200 ตัว/ปี	299
4. สัตว์ปีก	1,500 ตัว/ปี	1,461
รวม	1,800 ตัว/ปี	1,814

3.ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อม



1.โครงการปลูกป่าชุมชน ในสังคมคาร์บอนต่ำ : ระบบนิเวศทางบก

ในปี 2566 บริษัทฯ ร่วมกับป่าไม้และชุมชน ดำเนินโครงการปลูกป่าที่มุ่งสู่การป้องกันการบุกรุกพื้นที่ป่า และสร้างพื้นที่สีเขียวโดยรอบชุมชน โดยทำการปลูกป่าบนพื้นที่ 14 ไร่ ณ อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ จ.หนองบัวลำภู



จำนวน 14 ไร่

ลดการปล่อยก๊าซ

9.5 Ton Co2



สิ่งที่สังคมได้รับจากโครงการ
การอนุรักษ์ป่าชุมชนอย่างยั่งยืน

สิ่งที่ธุรกิจได้รับจากโครงการ
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

2.โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูปะการัง : ระบบนิเวศทางทะเล



บริษัทฯ ร่วมกับค่ายวิทยาศาสตร์ทางทะเลและการอนุรักษ์ ต.แสมสาร อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี ดำเนินโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูปะการังมาตั้งแต่ปี 2564 เพื่อฟื้นฟูแนวปะการังชายฝั่งที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศ เป็นแหล่งอนุบาลของสิ่งมีชีวิตในท้องทะเล รวมทั้งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตใต้น้ำ โดยในปี 2566 ได้ดำเนินการฟื้นฟูปะการังตามแนวชายฝั่ง จำนวน 900 ต้น



สิ่งที่สังคมได้รับจากโครงการ
ระบบนิเวศทางทะเลที่สมดุลสามารถพัฒนา
เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้

สิ่งที่ธุรกิจได้รับจากโครงการ
ยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการตอบโจทย์ระบบนิเวศทางทะเล
(ยอดขาย Sunscreen > 316 ล้านบาท)

4.ด้านผู้ด้อยโอกาส/ผู้สูงอายุ



1.โครงการดูแลผู้ป่วยติดเตียง

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมลงพื้นที่เยี่ยมผู้ป่วยติดเตียงในชุมชนและสนับสนุนสิ่งของ/ผลิตภัณฑ์ ให้แก่ชุมชนรอบเครือข่ายจำนวน 7 ชุมชน 27 ราย เพื่อเป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และเป็นการสร้างขวัญกำลังใจในการดำเนินชีวิต



สิ่งที่สังคมได้รับจากโครงการ
ผู้ป่วยติดเตียงได้รับการบริการ
จำนวน 27 ราย มูลค่า 50,000 บาท

2.โครงการบั้นอ้อม สร้างสุข โรงเรียนผู้สูงอายุ



บริษัทฯ ร่วมสนับสนุนโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุ ชุมชนไร่หนึ่ง อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ได้บูรณาการพันธกิจหลักระหว่างการจัดบริการวิชาการทางสังคม การเรียนการสอน และการอนุรักษ์



สิ่งที่สังคมได้รับจากโครงการ
ผู้สูงอายุได้เข้าไปถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม
> 100 คน/ปี



บริษัทฯ สนับสนุนงบประมาณ ในการจัดซื้อเครื่องมือแพทย์บริจาคให้แก่ โรงพยาบาลชุมชนขนาดเล็ก เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านสุขภาพ และ เพิ่มโอกาสการเข้าถึงการรักษางองผู้สูงอายุในเขตพื้นที่โรงพยาบาลชุมชน

โรงพยาบาลที่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือตั้งแต่ปี 2564-2566

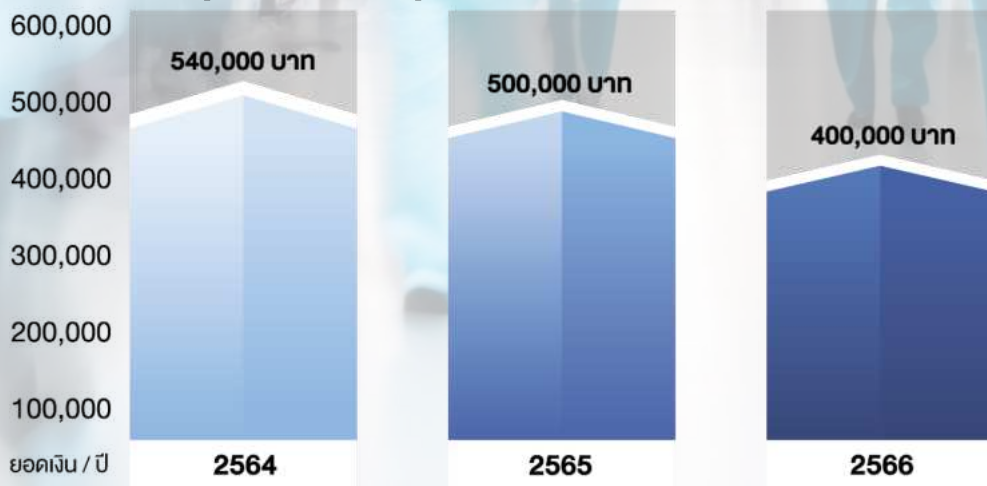


จำนวนโรงพยาบาลที่ได้รับการบริจาคตั้งแต่ปี 2564 ถึงปัจจุบัน **จำนวน 39 แห่ง**

ยอดบริจาครวม **1,440,000 บาท**

หมายเหตุ: ปี 2564 ปี 2565 ปี 2566

สรุปยอดสนับสนุนช่วยเหลือตั้งแต่ปี 2564-2566



สิ่งที่สังคมได้รับจากโครงการ
 โอกาสการเข้าถึงการรักษาทางการแพทย์อย่างเท่าเทียม
 ของผู้ป่วยที่ยากไร้ > 500 คน/ปี

5.ด้านการสืบสานพระพุทธศาสนา

กิจกรรมทางพระพุทธศาสนา เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่บริษัทฯ จัดทำขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงาน ได้ร่วมสร้างบุญและพัฒนาจิตใจ รวมถึงส่งเสริมจิตสำนึกรักการให้ และจรรโลงไว้ซึ่งพระพุทธศาสนา

1.โครงการทำบุญตักบาตร เนื่องในวันสำคัญต่างๆ

วันสงกรานต์



วันแม่แห่งชาติ



วันนวมินทรมหาราช



วันพ่อแห่งชาติ



2.โครงการกฐินสามัคคี

บริษัทฯ ร่วมทอดกฐินสามัคคี ณ วัดป่าวังน้ำเย็น บ้านโคกสะอาด ตำบลหอคำ อำเภอบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬ เพื่อนำจตุปัจจัยสมทบทุนอุดหนุนน้ำบาดาลพร้อมถังกักเก็บน้ำ และวางระบบท่อน้ำภายในวัด



ยอดทำบุญ 592,732 บาท



*ดัชนีข้อมูล
ตามกรอบ
การรายงาน GRI*

ดัชนีข้อมูลตามกรอบการรายงาน GRI

Indicator	Descriptions	Page
GRI 102 : General Disclosures		
Organizational profile		
GRI 102-1	Name of the organization	3
GRI 102-2	Activities, brands, products, and services	3
GRI 102-3	Location of headquarters	3
GRI 102-4	Location of operations	3
GRI 102-5	Ownership and legal form	9
GRI 102-6	Markets served	3
GRI 102-7	Scale of the organization	3,7
GRI 102-8	Information on employees and other workers	3,21-22
GRI 102-9	Supply chain	8
GRI 102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	A-B,76
GRI 102-11	Precautionary Principle or approach	59-64
GRI 102-12	External initiatives	56-58
GRI 102-13	Membership of associations	56-57
Strategy		
GRI 102-14	Statement from senior decision-maker	A-B
GRI 102-15	Key impacts, risks, and opportunities	59-64
Ethics and integrity		
GRI 102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	4,51-55
GRI 102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	57-58
Governance		
GRI 102-18	Governance structure	9
GRI 102-19	Delegating authority	-
GRI 102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics	51-55
GRI 102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	11-13
GRI 102-22	Composition of the highest governance body and its committees	9
GRI 102-23	Chair of the highest governance body	A-B
GRI 102-24	Nominating and selecting the highest governance body	51-55
GRI 102-25	Conflicts of interest	1-Report
GRI 102-26	Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy	51-55
GRI 102-27	Collective knowledge of highest governance body	51-55
GRI 102-28	Evaluating the highest governance body's performance	53-54
GRI 102-29	Identifying and managing economic, environmental, and social impacts	59-64
GRI 102-30	Effectiveness of risk management processes	59-64
GRI 102-31	Review of economic, environmental, and social topics	5-7
GRI 102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	51-55
GRI 102-33	Communicating critical concerns	49,62
GRI 102-34	Nature and total number of critical concerns	-
GRI 102-35	Remuneration policies	35
GRI 102-36	Process for determining remuneration	35
GRI 102-37	Stakeholders' involvement in remuneration	35
GRI 102-38	Annual total compensation ratio	35
GRI 102-39	Percentage increase in annual total compensation ratio	-

ดัชนีข้อมูลตามกรอบการรายงาน GRI

Indicator	Descriptions	Page
Stakeholder engagement		
GRI 102-40	List of stakeholder groups	11
GRI 102-41	Collective bargaining agreements	-
GRI 102-42	Identifying and selecting stakeholders	11
GRI 102-43	Approach to stakeholder engagement	11-13
GRI 102-44	Key topics and concerns raised	14-17
Reporting practice		
GRI 102-45	Entities included in the consolidated financial statements	3
GRI 102-46	Defining report content and topic Boundaries	10
GRI 102-47	List of material topics	15
GRI 102-48	Restatements of information	10
GRI 102-49	Changes in reporting	10
GRI 102-50	Reporting period	10
GRI 102-51	Date of most recent report	10
GRI 102-52	Reporting cycle	10
GRI 102-53	Contact point for questions regarding the report	10
GRI 102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	10
GRI 102-55	GRI content index	128-130
GRI 102-56	External assurance	-
GRI 200 : Economic		
GRI 201 : Economic Performance		
GRI 103	Management Approach	14
GRI 201-1	Direct economic value generated and distributed	14-15
GRI 205 : Anti-corruption		
GRI 103	Management Approach	56-58
GRI 205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	56-58
GRI 300 : Environmental		
GRI 301 : Materials		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 301.1	Materials used by weight or volume	103-114
GRI 301.2	Recycled input materials used	103-114
GRI 302 : Energy		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 302-1	Energy consumption within the organization	103,105-106
GRI 302-3	Energy intensity	105-106
GRI 302-4	Reduction of energy consumption	106
GRI 303 : Water and Effluents		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 303-3	"Water withdrawal"	-
GRI 303-4	"Water discharge"	104
GRI 303-5	Water consumption	104-105

ดัชนีข้อมูลตามกรอบการรายงาน GRI

Indicator	Descriptions	Page
GRI 305 : Emissions		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	108
GRI 305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	108
GRI 305-4	GHG emissions intensity	108
GRI 305-5	Reduction of GHG emissions	103,107-108
GRI 306 : Effluents and Waste		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 306-1	Water discharge by quality and destination	104
GRI 306-2	Waste by type and disposal method	112-114
GRI 306-5	Water bodies affected by water discharges and/or runoff	104
GRI 307 : Environmental Compliance		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 307-1	Non-compliance with environmental laws and regulations	-
GRI 308 : Supplier Environmental Assessment		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	77
GRI 400 : Social		
GRI 401 : Employment		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 401-1	New employee hires and employee turnover	21-22
GRI 401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	35
GRI 403 : Occupational Health and Safety		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 403-4	"Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety"	44-48
GRI 403-5	"Worker training on occupational health and safety"	47-48
GRI 403-9	Work-related injuries	44-45
GRI 404 : Training and Education		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 404-1	Average hours of training per year per employee	23
GRI 404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	24-28
GRI 404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	23-28
GRI 406 : Non-discrimination		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	36-40
GRI 414 : Supplier Social Assessment		
GRI 103 : Management Approach		
GRI 414-1	New suppliers that were screened using social criteria	77-80
GRI 419: Social Economic Compliance		
GRI 419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area	-





SJI S&J INTERNATIONAL
ENTERPRISES PUBLIC
COMPANY LIMITED